

# The Monogatari

2024 | January



## Brand Value

～ 物語のブランド価値～

社内報

第80章



加藤さん  
に聞く

# 「物語ブランドの 価値」とは何だ？



代表取締役社長  
かとう ひさゆき  
加藤 央之

### What is the value of the monogatari's brand?

Interview with Kato

「業態」ではなく、意図して「ブランド」と言いたい  
成長戦略3本柱の1つ「選ばれる店創り」のために、  
新たな年を迎えた今、私たちが真に目指すべきものを、  
加藤さんが語ります。

## 1 monogatari's brand value

「ブランド価値」とは、私が言い続けてきた「選ばれる店創り」と基本的に同じ意味ですが、オンラインワン要素が強くなったものです。お客様に「ブランド価値」を感じていただくためには、ピカピカの店舗であること、美味しい商品であること、魅力的なメニューであること、コスパを感じる価格であることなどはもちろん重要ですが、最も重要な要素は「人が輝いている」ということです。だからこそ、「『焼肉きんぐ』って素敵なブランドだね」と人の心が温かくなったり、「また行きたいね」と笑顔が生まれ、元気になっていただけたらいいと思います。それこそが「選ばれる店創り」であり、「物語ブランドの価値」だと思っております。

そもそも  
「ブランド価値」  
とは何だろうか？

## 2 monogatari's brand value

なぜ今、  
ブランドを意識する  
必要があるのか？

ありがたいことに、ほとんどの物語ブランドが好調ですが、さまざまな磨き込みを重ね、体験価値を向上していかなければ、あっという間に衰退してしまいます。スタッフ一人ひとりの幸せを考えたとき、数年後に「新たな仕事にチャレンジをする自分」や「よりたくさんの仲間と困まっている自分」を想像できる会社でありたい。「ブランド価値」を高めることで、より多くのお客様から愛され、業態寿命を伸ばせるのです。「売り切る」という思想も大事ですが、「さらに魅力的なブランドにしていく」という意識を強めるべきだと思うのです。「個対個でお客様に寄り添う」「一人ひとりの来店ストーリーに寄り添う」など、定量では測れない「定性の価値」への投資も合わせて考えていきたいと思っています。

## 3 monogatari's brand value

「ブランド価値」を生む根源である「人が輝く」上で、身だしなみや笑顔、元気などの表面的なことももちろん大切ですが、かなりの要素が、その人の生き方や人間的な魅力、たとえば一人のお客様に声をかけるときの声かけの適切さのような、内面から表現されるものによって、つくられると思います。経営理念をしっかりと考えて体現している人たちは、自然とそういう一言が発せられたり、お客様の来店ストーリーに寄り添えたりする。結局、やってほしいことは「理念体現」なのです。

「理念体現」  
皆さんにやってほしいことは、

## 4 monogatari's brand value

プロフェッショナル性を  
高めることで  
得られる  
価値とは？

経営理念「Smile & Sexy」な生き方を加速させるのが、プロフェッショナル性です。自分を高めるための行動は人それぞれあると思いますが、ただそれをする肝だと考えています。その結果、自分のスタンダードや理想が高まり、細かな視点から言いたいこと、自分がどどんあふれ、より自己表現をするようになり、その結果、自分らしく生きている実感が得られます。そういった行動習慣に溢れている自分づくり、やることだらけの自分づくりを楽しんでほしいです。

すべての  
「物語ブランド」に  
共通する  
真の価値！

## 5 monogatari's brand value

Smile & Sexyな自分づくり、プロフェッショナル性を高める自分づくりすることで、自分の人生がより充実し、豊かになっていきます。そして、「ただの笑顔と元気」が「とびっきりの笑顔と心からの元気」に変わっていくのです。「物語ブランドに行ったら、とびっきりの笑顔と心からの元気になる」というお客様との約束を、物語人みんなで果たしていきたい。そして、これこそが「物語ブランド」の真の価値であり、「長期経営ビジョン」の実現につながるのです。





丸源

二代目丸源

熟成醤油ラーメン  
まべとん

「看板娘・孝行息子」の名称を、2024年春から「おせっかいさん」に変更し、サービスをさらに進化させていきます。

快適な店内環境や「とびっきりの笑顔と心からの元気」な接客も、『丸源ラーメン』が提供する付加価値です。体験の総合プロデュースをすることが、ブランド価値の向上につながります。



## 丸源 事業部



「『焼肉きんぐ』に行くこと自体が誇らしく感じられるようなブランドにしていきたいですね」と山口さん。



一人ひとりが「今日を楽しむ」という意識を持って働くことが、店舗全体を楽しい空間にするための第一歩です。



期間限定メニューの設計や演出も「楽しさ」をテーマに考えており、「おいしそう!」「これも食べたい!」とワクワクしながらメニューを選ぶ体験につながっています。

What is Brand Value?

## 物語の「ブランド価値」とは?

「いっただいお店に行っても笑顔と元気になれる」それが私たちが目指す物語の「ブランド価値」です。店舗数が増え、会社がどれだけ大きくなっても、変わらずお客様に届けたい「価値」を、事業部長の皆さんに語っていただきました。

## 焼肉 事業部



焼肉事業部 事業部長  
山口学



「楽しさ」と「本物感」がつくる

NO.1ブランド

お客様が何を求めて外食に来るかという点、私は「楽しさ」だと思います。非日常感や、家では食べられない料理、スタッフの心地良いサービス、それらをきっかけに生まれる会話。こういった外食の「楽しさ」を最も味わえるブランドにしたい。『焼肉きんぐ』は商品ラインナップや「おせっかい」な接客はもちろん、店舗の内装や広告物など、お客様との接点すべてで「楽しさ」の演出に力を入れています。それに加え、今後力を注いでいきたいのが、「本物感」の演出です。料理の質はもちろん、商品の盛り付けやメニューの表現などにもこだわりたい。今来てくださるお客様だけでなく、今まで食べ放題の焼肉店に興味がなかったお客様にも良さを伝えていくためには、「本物感」がカギになると考えています。そして、事業部として最も注力したいことは、スタッフの皆さんが楽しく働ける環境づくりです。これが実現できないと、お客様を楽しませることは難しい。仕事を楽しむ大原則は、お店の中で自分の力を最大限発揮できること。そのために店長の皆さんには店舗で共通の目標を掲げ、「一人ひとりの力が輝く環境づくりをしてほしいのです。それによって『焼肉きんぐ』の業界NO.1ブランドを確かなものになりたい。お客様に「また来たい!」と、どこよりも感じていただけるブランドとともに創っていきましょう。

丸源事業部 事業部長  
池田頼信



一人ひとりが主役となって  
高めるブランド価値

『丸源ラーメン』『二代目丸源』熟成醤油ラーメンきゃべとんは単品商売で、かつお客様の滞在時間が30分ほどの業態です。そのため、来てくださったお客様の一瞬一瞬の体験価値をどうつくるかが、差別化のカギになります。『丸源ラーメン』では、看板商品の「肉そば」を1杯ずつ手鍋で作ることに、開発当初からずっとこだわってきました。ラーメン屋としての専門性をより高めていくためにも、一品一品の磨き込みを妥協せず、「うまいラーメン」を提供し続けたいと思います。

また、体験価値は商品だけでなく、サービスや空間の魅力などが組み合わさって生まれるので、入店から退店までのすべての体験を楽しんでいただけるブランドを目指しています。特に「笑顔と元気」「商品クオリティ」「スピード提供」の3点には今まで以上にこだわり、さらなる付加価値の向上に取り組んでいきます。

「熟成醤油ラーメン 肉そば」を中心に一品一品のメニューを磨き込み、「記憶に残る味」を提供することが、単品商売として大切なことです。

私たちのブランドは現在約200店舗展開していますが、お店の数がどれだけ増えても、1店舗のお店づくりの大切さは変わりません。私たち一人ひとりが主役となって、しっかりと自分の役割を果たすことで、丸源ブランドの価値が一層向上し、「とびっきりの笑顔と心からの元気で世の中をイキイキさせる」ことにつながっていくのです。





四角いゲタは、お寿司をより引き立たせるポイントです。商品の味だけでなく見栄えにもこだわって、ブランド価値の向上に努めます。

寿司・しゃぶしゃぶ食べ放題

ゆず庵

# ゆず庵 事業部



『ゆず庵』の「おせっかいマスター」は気付きのプロです。高級感のある店舗でありながら、明るく元気でおせっかいな接客をする。それが、お客様にリラックスしていただくためのこだわりです。



高級感を感じさせる外観は、お祝いごとで来店されるお客様に好まれる傾向があり、さまざまな機会にご利用いただいています。

# お好み焼 事業部



お好み焼本舗

客席でお客様を笑顔にするのが、おこほん自慢の「マヨパフォ」。SNSで数万回再生されている投稿も。



大阪の食文化であるお好み焼と串カツを、コストバリュー高く食べ放題でお客様に提供しています。



株式会社明治様と当社が開発した、「鉄板焼×アイス」の熱冷コラボメニュー「スーパーカップ アップルパイもんじゃ」。お客様が楽しめるメニューの開発にも力を入れています。

## 商品・企画・接客のすべてで、思い出に残る体験価値を

一つの鉄板をみんなで囲んで、ワイワイ言いながら食べる。そういう楽しい体験を味わえることが、お好み焼という食べ物の魅力です。『お好み焼本舗』は、お店で焼き上げたお好み焼と、揚げたての串カツが食べ放題である日本で唯一のブランドです。鉄板焼き屋としての顔も持ち、リブローステーキなど家では食べられないメニューを楽しむことができます。さらに、フルオープンキッチンならではのライブ感やしずる感も堪能していただけるのは、『お好み焼本舗』だけではないでしょうか。また、お好み焼はお祭りの縁日で食べた記憶など、懐かしさを感じさせる食べ物でもあります。そうした思い出深い記憶や昭和ロマンを喚起させるような、夏祭りイベントなど、お客様が楽しめる企画をたくさん実施しています。同時に、おこほんスタッフによる「マヨパフォ」など客席鉄板でのサービスを強化し、「人の力」でさらにお客様の思い出に残る体験価値を提供していきます。そして2024年、業界NO.1を見据えて取り組むのが、国内で最もお好み焼の市場規模が大きい関西地区への出店です。「関西を制するものは、粉もん業界を制す」。その言葉を体現するため、これまで築き上げてきた『お好み焼本舗』ブランドをさらに磨いていきます。

お好み焼事業部 事業部長  
佐々木 亨明



## 一つひとつ丁寧に改善を重ね、愛され続けるブランドづくりを

『寿司・しゃぶしゃぶゆず庵』のコンセプトは、創業から変わらず「商品とサービスでお客様にご満足いただく郊外ロードサイドの和食店」です。日常のお食事や宴会、お祝いごとなどお客様にさまざまな機会をご利用いただいている点が、業態としての大きな特徴です。今後は、お寿司や旬の食材で季節感を楽しんでいただけるメニューの開発に力を入れ、他社が真似できない食べ放題の価値を提供していきたいと思っています。加えて、商品だけでなく店舗外装やお皿などの高級感にもこだわり、あらゆる面からお客様の体験価値が上がる施策をしていきます。また、お客様がリラックスできる明るくて親しみやすい接客も、『ゆず庵』ブランドを創る大切な要素です。マニュアルにかかわらず、お客様のために差し上げたいと感じたことはぜひ自信を持って行動してほしいですし、一人ひとりの気付きが、店舗全体のサービスの底上げにつながります。これからも多くのお客様にお食事を楽しんでいただけるよう、一つひとつを大切にしながら長く愛され続ける『ゆず庵』ブランドを創っていきましょう。

ゆず庵事業部 事業部長  
三宅 泰嗣







中国・東南アジア圏へのさらなる挑戦を続けていきます。

2024年がスタートし、改めてお伝えしたいのは、いつも笑顔と元気でお客様をお迎えしている社員・パートナーの皆様、そして日頃から当社を支えてくださっている加盟店様、お取引先様への「感謝」です。コロナ禍から日常を取り戻しつつある中、多くのお客様に物語ブランドをご利用いただき、昨年は国内に新たなブランドが2つ誕生。さらにはインドネシアへ進出することができました。

今後もすべてのブランドで目指したいのは、「このお店に来て元気になった」「また来たい」とお客様に思っていただけのような営業の実現です。それを実現するためには、気持ちの良いあいさつや、常と同じクオリティの商品提供、清潔感のある店内など、「基本価値」の徹底はもちろん、突き抜けた「付加価値」を生み出すことが重要です。そのために一番大切な要素は、やはり「人」です。入口でお客様をお迎えするときや、お食事のテーブルを見たとき、お客様に喜んでいただけそうなことに気付いたら、自ら一歩踏み出し、自分の言葉でお声をかけをする。その積み重ねが、「物語ブランド」の価値の向上につながります。

2024年、私たちは国内・海外で新たなチャレンジを続け、「Smile & Sexy」の理念を社会に広めていきます。「とびっきりの笑顔と心からの元気」で、さらに突き抜けた物語ブランドを創り上げていきたいと思います。

### 突き抜けた「物語ブランド」を創るために



新商品の開発を積極的に行いながらも、商品クオリティと提供時間を向上させるために、キッチンのレイアウトなど細かな改善を続けています。



「とびっきりの笑顔と心からの元気」を大切にしながら、スタッフがイキイキと働けるお店を一店舗ずつつくり上げていきます。

## 専門店・新業態 事業部



お客様の記憶に残る接客をすることが、「物語ブランド」の価値の向上につながります。



『焼きたてのかるび』は、物語初のファストカジュアル業態です。2024年はさらに出店を加速させていきます。

## 焼きたてのかるび 事業部



代表取締役専務執行役員  
専門店・新業態事業部 事業部長  
岡田 雅道  
おかだ まさみち



社員・パートナー各々が力を発揮するためには、多様性を受容し、お互いを尊重し合える風土が不可欠です。



客単価数千円の焼肉店の味を、千円以内でより気軽に楽しんでいただけのブランドを創る。そのコンセプトで2021年に立ち上げたのが、『焼きたてのかるび』です。熟成肉を使ったリーズナブルなカルビ井と、もう1つの看板商品であるユッケジャンスープを、店内利用やテイクアウトなど5つの販路からお選びいただける利便性、そして5分以内という提供時間の速さが強みです。そういうファストフード店としての顔を持ちながら、カジュアルレストランのような居心地の良さを感じていただけることも大きな特徴です。お一人様もファミリーのお客様も、ゆっくりにお食事を楽しんでいただける店舗設計にしております、幅広いシーンでご利用いただけます。

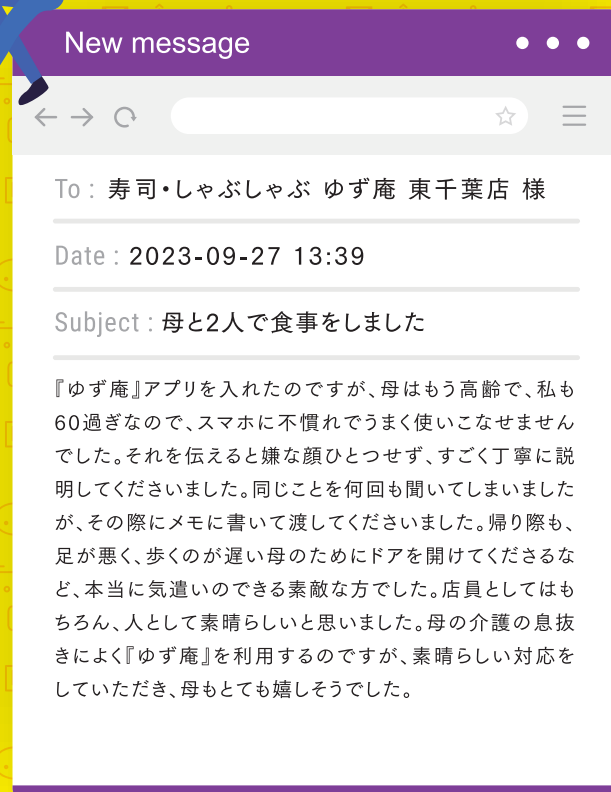
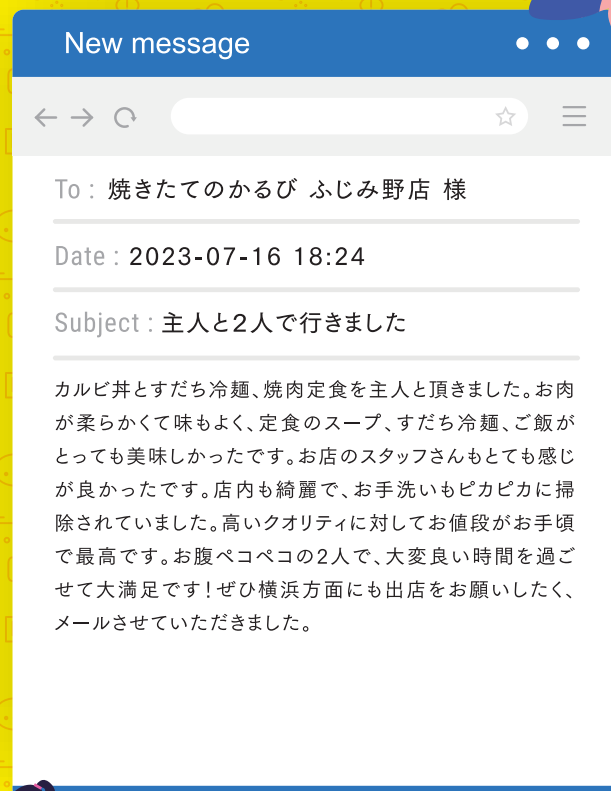
セルフ業態であっても、お店の主役は一人ひとりのスタッフであり、感じの良い接客や、居心地の良い雰囲気づくりが差別化のポイントであることは、ブランドの開発当初から変わりません。日常づかいのお店なので、ふらっと来店していただいたお客様が、イキイキと働く『焼きたてのかるび』のスタッフを見て、「笑顔になった」「元気がもらえた」と思える。そんな人の魅力が伝わるブランドでありたい。そして、2024年はさらに新規出店を加速させ、「とびっきりの笑顔と心からの元気」と「最高の井」を世の中に広げていきます。

よりリーズナブルに  
本格的な焼肉店の味を

焼きたてのかるび 事業部長  
かさはら こうき  
笠原 浩揮







To: しゃぶとかに 源氏総本店 南越谷店 様

Date: 2023-04-07 15:04

Subject: 結婚の顔合わせの場所として

結婚の顔合わせの場所を探していたところ、源氏総本店南越谷店を見つけました。父が車いすなので、入り口の広さやスロープ、部屋の広さなどの確認のため、お店に出向くと、お部屋を案内しながら丁寧に相談に乗ってくださいました。希望の予約日時は、予約でいっぱいですが結局別の日時に予約をしました。驚くのはその後で、なんと「希望日時でキャンセルが出たのでご連絡いたしました!」とわざわざお電話をくださったのです。覚えていてくださったことでも少し、お忙しい中お電話いただけただけですが、本当にうれしかったです。お店に再度お礼でお邪魔した際にも、当日のメニューのお話などをしていただき、本当に気分良く、当日の顔合わせの日が楽しみになりました! 本当にお世話になりました。

To: 濃厚中華そば 餃子 丸福 豊橋向山本店 様

Date: 2023-10-04 13:03

Subject: 初めて利用させていただきました

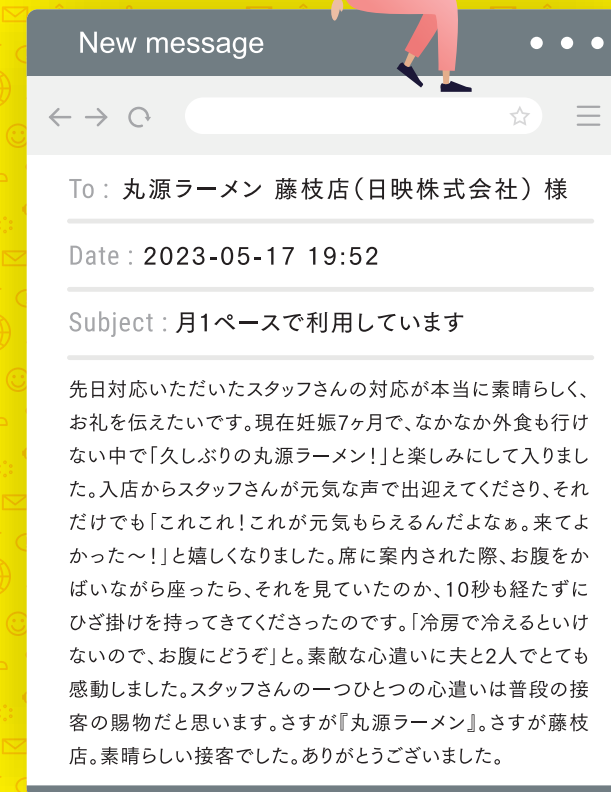
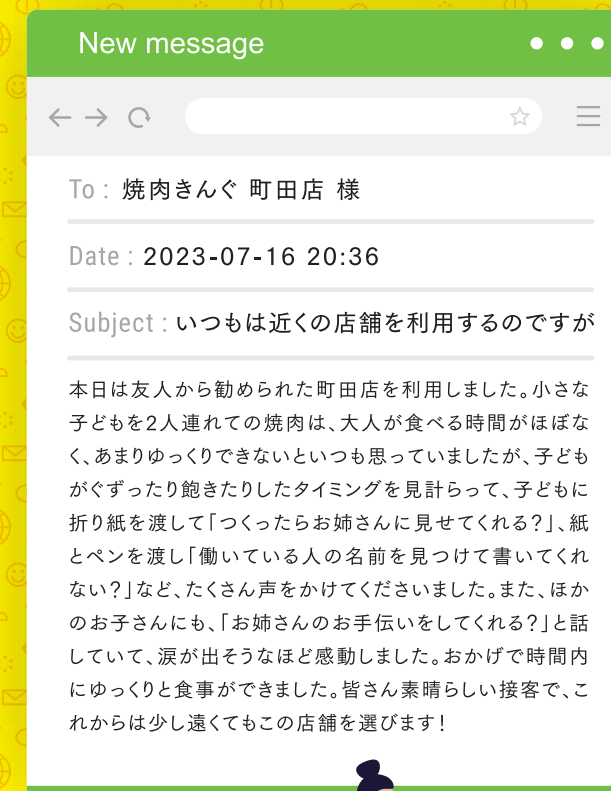
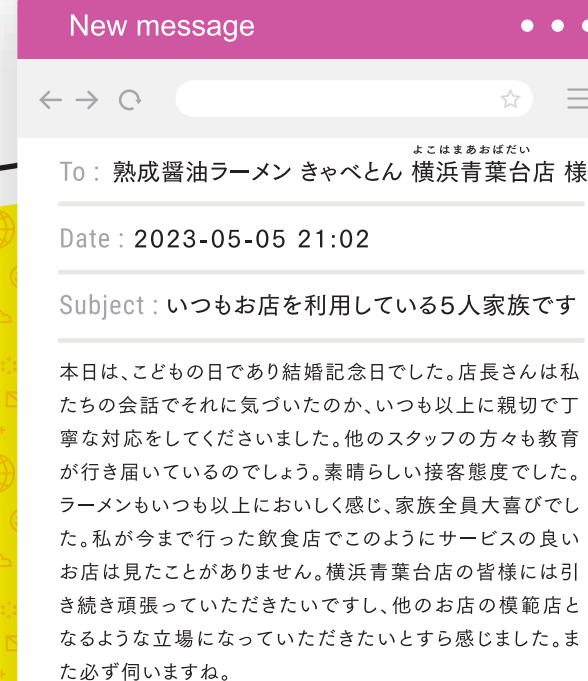
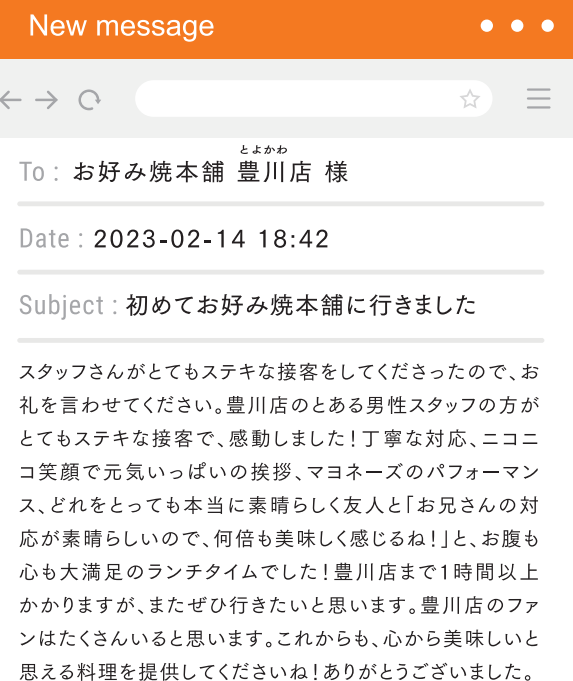
濃厚中華そばをいただき、大変美味しく満足でした。ピークタイムにも関わらず、早々に提供くださったことも印象深かったです。また、特に目を引いたのが、男性スタッフさんが厨房とホールの間に立ち、全体を気にかけて監督されていたことです。ときに他のスタッフさんをフォローし、ときに指導していただいたのですが、その指導がとても笑顔でハキハキとわかりやすく、食事をしながらも聞き入っていました。指導する方の人柄が良いせいも、多くのスタッフさんが笑顔なのは、ひとりのお客として気持ちが良いものですね。素晴らしいです。食事も勿論ですが、そういった指導や社風なども心地よかったです。ぜひともこのスタイルを保ちこれからも楽しませていただければと思います。

Compliments received from customers

お客様からいただいた、お褒めの言葉!!

お褒めーる

お客様一人ひとりの来店ストーリーに寄り添い、自ら意思決定し、お客様を想って行動したことが、唯一無二の「物語ブランド」をつくります。そんな「物語ブランド」に魅力を感じていただいたお客様からのメッセージです。







## 春の物語甲子園2024 開幕!

## 楽しみながら参加してほしい

「春の物語甲子園2024」運営チームのお二人に、開催の目的や大会への思いを聞いてみました。

**那須** | 去年夏に「物語甲子園2023」を行って感じたのが、大会で勝ち上がったチームの一体感です。「こうすればお客様に喜んでいただけるんじゃないか」と、各店でさまざまな試行錯誤をしてくれました。また、お客様満足度が会社全体で改善されるなどの効果もあり、「春にもやろう」となりました。「野球の甲子園も春に開催されるよね」ということで。

**高橋** | 「店舗一丸となってお客様を喜ばせよう」というムードが生まれたことは、うれしかったですね。そこで今回、「チームで挑む」という雰囲気を出すことと、「いただきます」と「頂き」を掛けて、「東になって挑め! “いただきます”の頂点へ」というキャッチコピーにしました。

**那須** | 今回のポイントは、QSCs\*という指標を取り入れたことです。お店の「基本価値」を測る指標なので、自分たちが元々持っている力を競うことになります。そのため、お店の忙しさや、売上の大小に関係なく、どんなお店も優勝や入賞を狙うことができます。QSCsが高いお店に共通しているのは、項目ごとの点数のばらつきが少ないことです。点数が低い項目はお客様が不満に感じているということなので、そうした弱点を潰すことでぐんと改善につながると思います。

**高橋** | 夏の甲子園では、店長やエースが大会に前向きなお店は、まわりのスタッフがついてきて良い結果につながっていました。ぜひ店舗全体で楽しみながら取り組んでいただきたいと思います。

\*QSCsとは…クオリティ・サービス・クレンリネス・スピードの4点から店舗の「基本価値」を測る指標です。

♪  
東  
に  
な  
っ  
て  
挑  
め  
!  
♪  
い  
た  
だ  
き  
ま  
す  
♪  
の  
頂  
点  
へ  
♪

## 優勝のチャンスはどのお店にもある

全国の店舗の皆さんにメッセージをお願いします。

**高橋** | すでに「春の物語甲子園で優勝します!」「勝つための準備を進めています!」という熱い声が、全国の店長やエースから私たちのところに届いています。どのお店にも優勝のチャンスがあると思うので、最後まで駆け抜けてほしいです。また、どのお店も全力を出せるように、私たち運営側も頑張ります!

**那須** | 皆さんがこの大会に価値を感じていただけたら、うれしいですね。その結果、お客様の満足度向上につながるものが、「春の物語甲子園2024」の一番の目的です。私たちもこの大会を盛り上げていきたいと思います!

物語アカデミー  
シニアマネジャー  
たかはし まさと  
高橋 真人



営業企画部  
上級マネジャー  
なす ゆうや  
那須 悠也



Storyteller tells the Story

物語コーポレーション

2024年1月発行

社内報「The Monogatari 第80章」

発行: 広報・IR室

■東京フォーラムオフィス 東京都港区南青山2-4-3  
■豊橋フォーラムオフィス[本社] 愛知県豊橋市西岩田5-7-11  
Tel.0532-63-8001(代)

<https://www.monogatari.co.jp/>

## 編集後記

POSTSCRIPT



私が物語に入社して最初に配属となったのが『焼肉きんぐ』。もう14年前のことですが、実は私も就職活動の際に初めて名前を知りました。それが今や多くの方にご存じいただけている状態。地元に戻ったときには友人からも「知ってるよ!」と言ってもらえて、ついニヤニヤしちゃいます。物語の「ブランド価値」を、社内報を通じてどう伝えるか。たくさん頭を悩ませましたが、伝わるものができていたら幸いです!

かわた よしか  
広報・IR室 河田 佳香



Special Thanks

[エンゲンドー株式会社] 山守 智大、鈴木 理賀 [grain] 堀場 繁樹 [合同会社ガスパニズモ] 山田 直樹 [有限会社WISH] 五十嵐 和則 [MEGURO.8] Photographer 目黒 [コガネムデザイン] 増岡 綾乃 [デジタルバンクジャパン株式会社] 王 琳娜 [株式会社高陽印刷所] 田中 司 (敬称略)