



大阪王将
OSAKA OHSHO

コロナ禍でも 商売繁盛する秘訣



選ばれる理由

~五十一年目の超進化~

OSAKA OHSHO

大阪王将をビジネスとして ご検討頂いている皆さまへ

まずは、大阪王将のフランチャイズ加盟をご検討頂き有難うございます。大阪王将は創業 50 年を超えて、次の 100 年を目指すブランドになりました。

我々が創業時から持ち続ける理念は、お客様に「おなかいっぱいの幸せ」をご提供する事であり、その為に、大阪王将は大衆中華という日常食に徹底してこだわっています。

お店を長く続けて行く秘訣を問われれば、もちろん儲ける事が大前提ですが、それと同じぐらい、地域に愛される、その街を元気にしていきたい**地域活性化という社会的意義**を持つ事が最も重要なと考えています。

地元の方々から「あって良かった！」と言って頂ける店作りを行う事が我々**大阪王将の真の目的**です。

コロナ禍でも揺らぐ事の無い、
大阪王将の強さをご確認下さい。



食育活動・地域の子供餃子巻き体験イベント



店舗での盆祭りイベント



地域の子供餃子巻き体験イベント



店舗 この街を元気に！ ゴチ餃子企画

外食必勝の方程式

～ ウィズ・アフターコロナで生き残っていく為の条件～

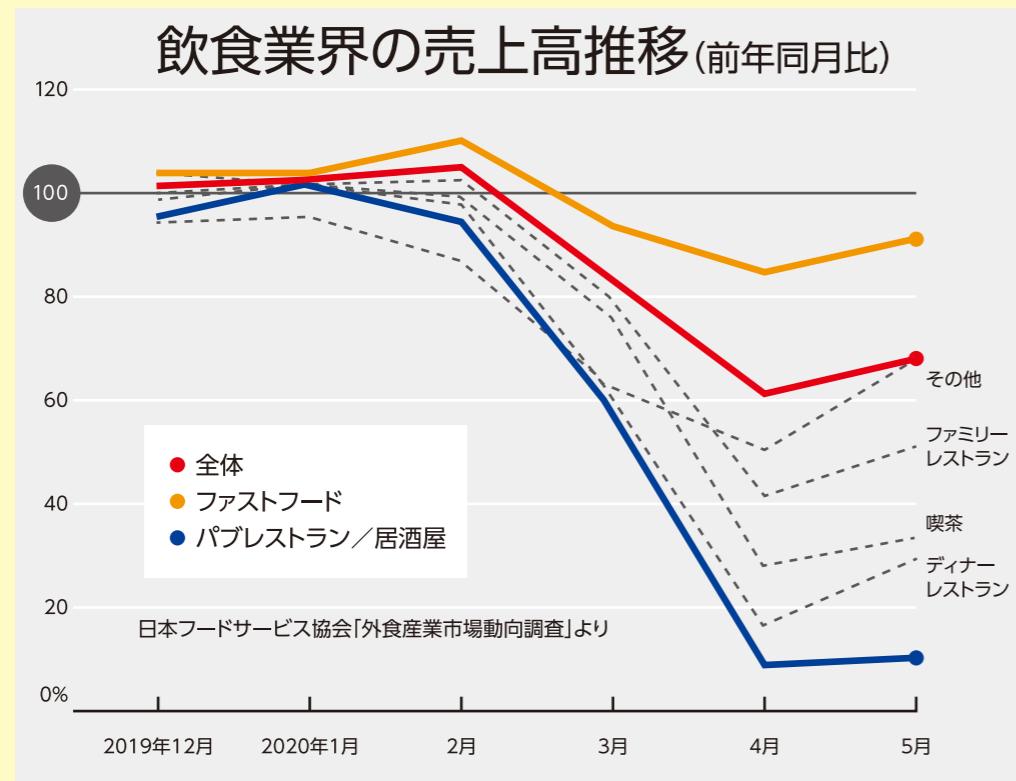
外食業界をカテゴリー別にみると、コロナ禍直撃時でも比較的売上の減少が小さく、回復も早かったのがファストフード業態です。逆に厳しかったのが、居酒屋などのお酒をメインで扱うディナー業態でした。

大阪王将は、ファストフード業態と同じくコロナ禍でのマイナス影響が比較的小ないのですが居酒屋業態やディナーメイン業態との大きな違いは「テイクアウト」「デリバリー」のノウハウが元々あり、しっかりと対応しているという所です。

「プロが作った美味しい料理が食べたい」という欲求が減ったわけではなくお客様の求める形が変わっただけ…

その中で我々大阪王将は、店内での食事はもちろん、持ち帰り（テイクアウト）や出前（デリバリー）などあらゆるお客様の要望にお応えできるよう、長い歴史の中で様々なノウハウを培ってきました。「巣ごもり需要」と言われるように、今後中食を含めた食事需要の変化が当たり前になって来る事が予想されます。

その中で、求められ続けるであろう「日常食」を様々な形態でお客様へお届する大阪王将のビジネスモデルこそ外食必勝の方程式になるのではないでしょうか？

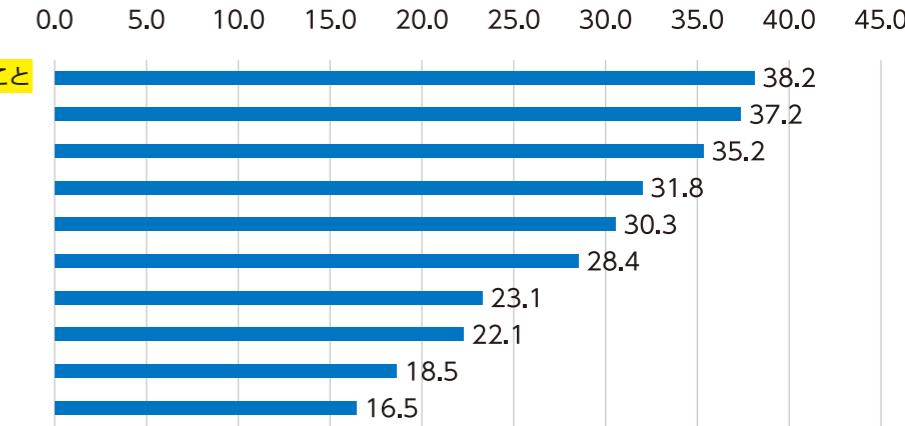


Q.自粛生活中、外食においてどのような体験が恋しかったですか?(複数回答)

※2020年6月 ホットペッパー・ブルーム外食総研調べ

【恋しかった体験TOP10】

- 自炊では難しい手料理を食べること
- 食事相手との会話
- 食べたいタイミングで注文
- プロが作った料理
- 食べ放題
- にぎやかな雰囲気
- 店内の賑わい
- 出来立ての料理
- 飲み歩き
- 生ビール



※全19の選択肢のうち上位10項目を紹介
(注)家では調理するのが難しい食材や本格多国籍料理など

コロナ禍での大阪王将の売上内容詳細の一例

テイクアウト窓口を大きく、サンプルケースもテイクアウト仕様

●売上比率
テイクアウト27% デリバリー23%
店内50%



持ち帰り窓口とテイクアウト専用のサンプルケースを徹底して訴求する事で、売上の半分近くがテイクアウトという店舗づくりも実践



フードコートでのお持ち帰り需要への対応

通常、お持ち帰り需要の無いフードコートでもテイクアウトとデリバリーを主軸にした店作りを行う事で、売上の70%強がテイクアウト・デリバリーという今までに無い店作りも。

大阪王将が『躍進』し続けられる理由

1969年の創業から、
変わらぬ繁盛店が出来るのは何故?



何故、大阪王将は50年以上
繁盛店を作り続けるのか?

“職人技”を身につけたスタッフが
クオリティの高い料理を提供できるから。

アツアツでおいしい料理を低価格で提供し続ける事が当社の理念。
その為に、例え未経験者でも職人技を継承できるほど教育カリキュラム
のシステムが確立している事が最大の強みと言えます。



何故、大阪王将はコロナ禍でも
好調をキープ出来るのか?



50年を超える歴史の中で、我々は常に先を見据え時代の
変化を的確にとらえる事を心掛けてきました。
「職人技の継承」という普遍的に変えない部分とテイクアウト・
デリバリー強化など、お客様や時代のニーズを読み取り柔軟に
対応する事が、流行りや外部要因に左右されない強みであると
考えています。

『職人技は最強である』という信念

大阪王将を運営するには、弊社が独自に確立している
「大阪王将大学」でのカリキュラムを受講頂き、
誰にでも職人技を確実に再現できる
店の運営スキルを身につける事が出来ます。
また、資格を身につけた後も定期的に更新を繰り返し、
運営スキルが下がらない様な取組みを徹底します。

これは、「簡単、便利、効率的に」という今の時代背景からすると、
逆行しているように感じる方もいるかと思います。

しかし、これが大阪王将という業態で50年以上繁盛店を
生み出し続ける最大の理由なのです。
大阪王将の持つクオリティを維持し続ける事で
『参入障壁』が高まり、少々の外的要因で揺らぐ事はありません。

職人技の継承という変わらぬ伝統と
時代の変化を的確にとらえ、柔軟に変化させる中身

これこそ、大阪王将が長きに渡り、また景気や外部要因に
左右される事の少ない業態であり続ける理由なのです。





フランチャイズビジネスに何を求める?

A

- ・「ただ儲かる」だけでは長続きしない (山口県／オーナー歴13年)
- ・安定感、知名度、成長性 (大阪府／オーナー歴9年)
- ・色々な面でリスク低い事 (大阪府／オーナー歴6年)



何故大阪王将に加盟したのか?

A

- ・50年の歴史は信頼になる (兵庫県／オーナー歴16年)
- ・大衆中華である日常食はブレないと思った (石川県／オーナー歴9年)
- ・ブームとは違うから (山口県／オーナー歴13年)
- ・ロイヤリティが低い (高知県／オーナー歴2年)



大阪王将の良さは?

A

- ・流行り廃りに左右されない業態。安定してる。 (島根県／オーナー歴13年)
- ・本部との連携がスムーズ。現場の声に敏感。 (岩手県／オーナー歴13年)
- ・ネームバリューは最高。誰でも知ってる。 (東京県／オーナー歴9年)
- ・商品クオリティとコスパが良い (福岡県／オーナー歴7年)



大阪王将のこれからの課題

A

- ・人材獲得が難しい。いかに人手不足を乗り切るか。 (大阪府／オーナー歴13年)
- ・専門店で管理が簡単ではない。難しさは課題。 (広島県／オーナー歴16年)
- ・職人技も大事だがオペレーション軽減計って (愛媛県／オーナー歴10年)
- ・もっと全国に拡大してネームバリュー上げて欲しい (宮城県／オーナー歴3年)

大阪王将のプライド

自社工場製造によるコストパフォーマンス

大阪王将は、創業当時から手作りにこだわり、命ともいえる餃子は、皮から具まで全てを自社工場で製造して、毎日お店に直接お届けし、都度店内で手巻きしています。



現在は、群馬県に構える3000坪の工場など国内に4か所の製造工場を構えております。



※デザインは変更する場合がございます



工場ではスーパー・マーケットなどで販売している冷凍食品の「羽根つき餃子」も同工場内で製造されており、ハイブリット型工場として、大量の原材料を仕入れる事でスケールメリットを最大限に活かしているので、「安くて」「おいしい」餃子が皆様にご提供できるのです。

店舗で使う「生」の餃子と、スーパー量販店向けの「冷凍」餃子は実は同じ工場で作られています。大量に仕入れる原材料によってスケールメリットを活かしたコストダウンを図る事で、工場内ではお店で使用する野菜のカットや一部商品の下処理などを行い、餃子の具や皮と一緒に毎日店舗へ配送するという流れも出来上がっています。

自社工場から直接お店に仕込みたての原材料を毎日配送する事でハイクオリティで徹底的にコストダウンを図れています。コストパフォーマンスの高い料理をお客様にご提供する事が可能になります。

日常食であるからこそ、徹底的にハイクオリティにこだわる

このような地道な取組みを継続し、目に見えないブラッシュアップし続ける事が我々のプライドであり、50年オーバーの飲食店として成り立っている理由・仕組みになっています。

大阪王将の超地域密着戦略

この街の味 全店オリジナルメニュー

マイクロマネジメントで実現した地域密着戦略。
チェーン店と個人店の長所を両方取り入れたモデル。



顧客の胃袋を掴むフェアメニュー

大切にしていることは「価値訴求」。
ただ単に安いだけではなく、定番商品は常にプラスアップを繰り返し
季節ごとのメニュー展開でお客様へのアピールを絶やしません。



季節、地域ごとに行われる各種キャンペーン

この文章はダミーです。この文章はダミーです。この文章はダミーです。この文章はダミーです。この
文章はダミーです。この文章はダミーです。この文章はダミーです。この文章はダミーです。



この街の味 大阪王将

小投資高回収モデル 坪売40万円超も!

逆風でも繁盛する理由

小型モデルでも
売上が取れる
仕組み

持ち帰り
デリバリーの
ノウハウ

地域密着の
大衆中華

強さ!!

レストラン
機能

ご家族で外食に
ランチタイムや
お仕事帰りに

テイクアウト
機能

食卓の“もう一品”を
お買い物と一緒に

デリバリー
機能

時にはご自宅で
手軽に中華料理を

大阪王将はそれぞれのシーンで
より日常的により便利に
より愛されるブランドを目指しています

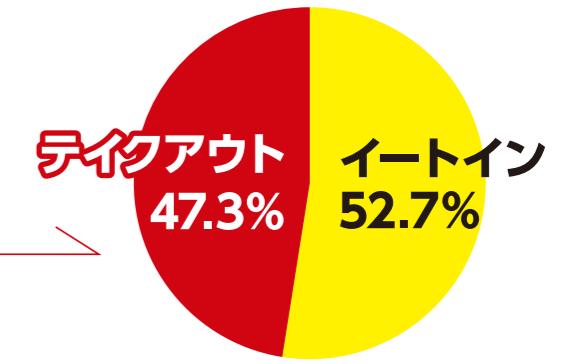
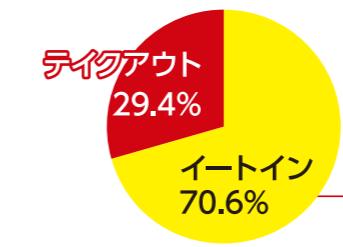
コロナ禍でも強い。
テイクアウト・デリバリー等、
時代の変化に柔軟に適応できる
ブランドとしての優位性。



坪売2.5倍以上の新モデル!!

従来モデル 坪売上150千円

新モデル 坪売上 400千円



100年目へ向けた進化とあなたの一步

大阪王将 フランチャイズ加盟 お問合せから開店までの流れ

加盟条件

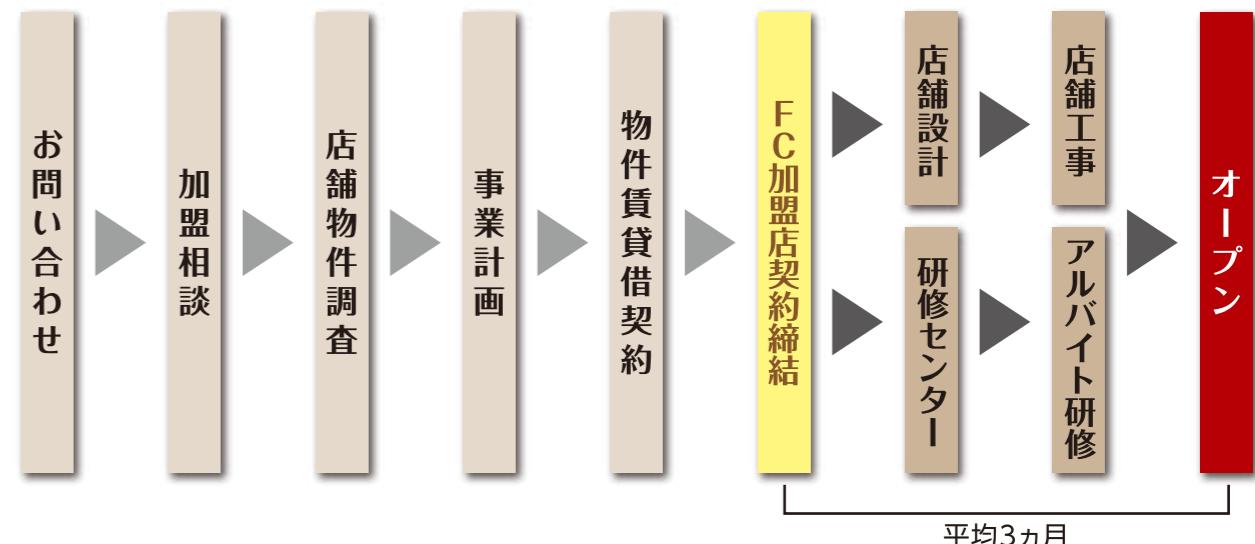
加盟金	500万円(別途消費税) ◎2店目からは半額の250万円(別途消費税)		
預り保証金	店舗面積(坪、小数点以下切捨て) × 5万円		
開業前研修費	基礎研修・実地研修 3名 30日間 1人 35万円(別途消費税)(別途宿泊費・交通費・食費) ※2号店目からは研修センターで基礎研修のみ受講、実地研修は自店で行う		
ロイヤリティ	店舗運営指導費	月額純売上の2%	開店月から1年間
	商 標 使 用 料	月額純売上の1%	加盟契約期間中

「開店投資金額」モデル(地域密着帰着駅タイプ20坪)

加盟金 ブランド使用料及びノウハウの提供料	500 万円	2号店目からは半額の250万円
保証金(非課税) 商品取引債務の担保として	100 万円	坪数×5万円
研修費 調理、接客技術の指導、研修費用	105 万円	1名35万円 3名以上宿泊費別途
開業前開発指導費 開店前の指導費用	30 万円	
小 計	735 万円	
店舗内外装工事費 各種建設資材及び工事費用	1,200 万円	概算坪数、店舗仕様により変動
厨房設備 厨房機器購入費用	500 万円	電化厨房の場合 710万円~
POSレジ POSレジ、ハンディターミナル、プリンター式	150 万円	ハンディターミナルの台数などにより変動
設計料 店舗設計、デザイン費用	150 万円	
開店費 電話回線取得、求人、販促備品、装飾品、営業	200 万円	概算坪数、店舗仕様により変動
小 計	2,200 万円	
合 計	2,935 万円	



開店まで



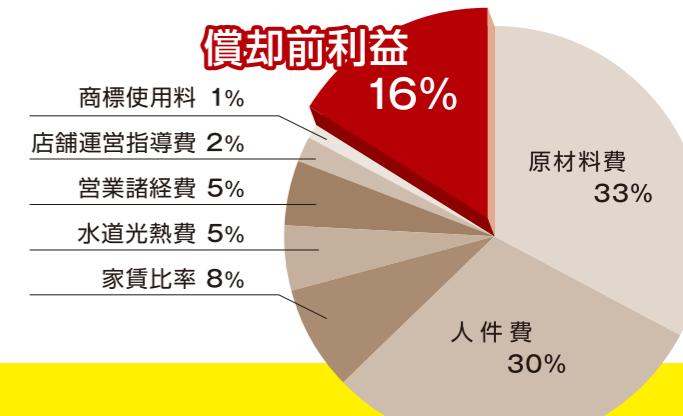
充実のサポート体制

オーナー様の裁量を尊重し、自由に店舗運営をおこなっていただきながら、充実したサポートを受けることができます。店舗の成功をともに目指すパートナーとして強力にバックアップさせていただきます。

- 1 開店後1年間 担当SVによる定期巡回指導
- 2 年2回の 全国オーナー会議開催

- 3 年2回の 地区オーナー会議開催
- 4 年1回の 合同キャンペーン
- 5 インターネットを活用した 「ナレッジシェアシステム」

ビジネスの収益性モデル



**投資回収
驚異の2年も可能** **OSAKA OHSHO**

※上記金額には物件取得費用(保証金・敷金)は除く ※画像はイメージです



大阪王将

OSAKA OHSHO 変革と歴史

1977
大阪王将食品株式会社を設立

1996
株式会社大阪王将に社名変更

2002
イートアンド株式会社に社名変更

2004
「大阪王将のれんチャイズシステム」で全国展開開始

2011
株式会社大阪証券取引所JASDAQ市場へ上場

2013
東京証券取引所市場第一部に指定

企業の発展

1969

大阪市都島区京橋に「大阪王将」1号店創業

1970

日本初の餃子専門店チェーンを立ち上げ

1996

大阪府枚方市に新工場竣工(現:関西工場)

2004

関東セントラルキッチン竣工(現:関東工場)

2010

岡山工場竣工

2019

関東新工場竣工

事業の拡張

1982

「大阪王将」総店舗数
100店舗達成

味へのこだわりは
創業以来そのままに
移り変わる時代とともに
大阪王将も成長を
続けてまいりました。

2003
関東進出

2009
沖縄進出

2011
北海道進出

店舗の増加

2009
「大阪王将」総店舗数
200店舗達成

2011
「大阪王将」総店舗数
300店舗達成

2016
「大阪王将」総店舗数
400店舗達成

2019
大阪王将**50**周年



海外へ進出

近年はアジアを中心とした国外への出店も加速。
まずは海外100店舗を目指し
今後もグローバルに展開してまいります。

2004
香港

2012
タイ・シンガポール

2014
フィリピン

2015
ミャンマー

2016
ベトナム・台湾

2017
インドネシア



大阪王将創業50年。

まだまだ、これから!!
100年先も愛される味を探求し続けます。

