

 **BIGOLI**[®]

ボロネーゼ 導入事例紹介

nomuno 様

〈ワインバー〉

調理負荷が軽く、
初期投資も低いのが魅力。
現在ランチは70~80食。
200食が目標です。



狭小キッチン & 料理人要らず
一度食べれば忘れられない
高品質ボロネーゼで
ランチもディナーも集客している話。

ビゴリとは? 肉を感じる真のボロネーゼを日本で初めて量産したボロネーゼ専門メーカー。飲食店様向けに食材の卸とメニューライセンスを行う傍らで、東京・品川に直営のアンテナショップ「**BIGOLI**」を構えています。



おかげさまで
50
万食

バー&ワインバーあるある



夜は安定しないし…
昼も営業できないかなあ。

1



ただキッチンは狭いし、
料理人を新たに雇うのもなあ…。

2



3

話題性があるって、簡単に作れて、
夜の集客にもつながるメニューはないかな？

友情出演
ノムノエクスプレス
エキュートエディション有楽町店
店長 小山 陸さん

夜は賑わうバーも、お昼に営業されてる店はごくわずか。元々 **BIGOLIのポロネーゼは、安定しない夜営業メインのバーで、昼に勝てるメニューが提供できないか？**を追求して誕生。ランチで100食越えを少人数で提供できるよう、味だけでなくオペレーションにも大きな仕掛けがあるのです。赤坂や有楽町で人気のワインバー、nomunoさんは **BIGOLIのポロネーゼ**を採用し、ランチはガッツリ食べたい方のニーズを満たすため他店の2倍盛りサイズで提供。夜はバーの締めめに小腹を満たす小さなサイズを、ランチよりも単価を上げて提供されトータル原価を抑えつつ、昼夜の相乗効果を高めています。



て初期投資も低い。これが「BIGOLI（ビゴリ）」さんのメニューライセン스에加盟した理由です。当社は2019年9月に赤坂店のランチメニューとして導入しましたが、ピーク時は1日100食を売り上げていました。これに手応えを感じ、20年8月に新店した有楽町店はオープン当初から昼はポロネーゼ専門店として営業しています。ワインバーの営業となる夜のフードもビゴリさんのポロネーゼとそのソースを使ったメニューに絞り、ポロネーゼの出数は1日70〜80食。これを200食まで伸ばすことが目標です。

小山 陸様店長
よいポロネーゼという商材で、しかも調理負荷が軽くて



夜はメキシカン1000円などのポロネーゼ6品の他、ソースにクラッカーを盛りつけた麺めぎのオリジナルメニューを提供している

 **BIGOLI**[®]

ボロネーゼ 導入事例紹介

COMATSU 様

〈居酒屋〉

フライパンも使わず
仕込みも要らない。
なのに競争力のある
本格ボロネーゼが
提供できるのが魅力。



業界でも有名な
居酒屋さんが
集客の厳しい
ランチタイムを
ボロネーゼ
専門店に変えた話。



Additive Free
無添加
100%
NATURAL

ビゴリとは? 肉を感じる真のボロネーゼを日本で初めて量産したボロネーゼ専門メーカー。飲食店様向けに食材の卸とメニューライセンスを行う傍らで、東京・品川に直営のアンテナショップ「**BIGOLI**」を構えています。



居酒屋あるある

酒



ランチを初めたけど
1日20人程度じゃ…。

①



専門店はいいなあ。
行列も羨ましい。

②



③



④

友情出演
コマツ神田西口商店街
店長 相埒 魁さん

「居酒屋さんのランチのイメージ」を聞き取り調査したところ、「リーズナブルで安い」と同時に、「夜のメニューの使いまわし!?」そんなネガティブな意見もありました。夜に強い居酒屋さんですが、ランチで利益を上げるには差別化や大きな方向転換が必要な様です。そんな中、数多くの飲食店を経営されるコマツさんは、神田の居酒屋店舗をランチのみ「立ち食いポロネーゼ専門店」と、業態を大きく変えて営業。持ち前の接客品質の良さも手伝って、界隈のお腹を空かせたサラリーマンから絶大な支持を受けています。



もともと個人的に『BIGOLLY』さんの大ファンで、ユライセンスのことをホームページで知り、すぐに本部の石川(潤治)社長にコンタクトをとって加盟しました。ビゴリのメニューライセンスの強みは商品のみをシェアできる自由度の高さと、フライパンを使わずに高品質のポロネーゼを提供できる仕組み。当社はまず2020年10月に『コマツ神田西口商店街』でランチメニューとして導入しました。同じ時期に福岡・天神の空き物件を活用してビゴリのポロネーゼを看板商品にした新業態も出店しており、これが軌道に乗れば福岡のグループ店でも導入する予定です。



もともと個人的に『BIGOLLY』さんの大ファンで、ユライセンスのことをホームページで知り、すぐに本部の石川(潤治)社長にコンタクトをとって加盟しました。ビゴリのメニューライセンスの強みは商品のみをシェアできる自由度の高さと、フライパンを使わずに高品質のポロネーゼを提供できる仕組み。当社はまず2020年10月に『コマツ神田西口商店街』でランチメニューとして導入しました。同じ時期に福岡・天神の空き物件を活用してビゴリのポロネーゼを看板商品にした新業態も出店しており、これが軌道に乗れば福岡のグループ店でも導入する予定です。



ランチは暖帘を変えて営業。大量のチーズを削りかけるかまから1200円と熟成チーズのポロネーゼ1000円の2品を提供する