

中目黒14坪で月商1240万円（坪売り88万円）を達成！！  
**レモンサワー発祥の老舗「もつ焼きばん」**  
**フランチャイズ第1号「新川崎鹿島田店」を6月5日オープン！**

“20年”営業できる持続可能モデル・地元根差したフランチャイズ経営を展開

2027年3月までに30店舗展開を目指す

昭和33年（1958年）創業、レモンサワー発祥の店として知られる「もつ焼きばん」（運営：株式会社ばん、代表取締役：松本 勝）は、創業から68年にわたり大衆酒場の文化を磨き続けてきました。このたび、その歩みを次の世代へつなぐ取り組みとして、フランチャイズ展開を開始、2026年6月5日（金）より、フランチャイズ第1号となる「もつ焼きばん 新川崎鹿島田店」をオープンします。

本展開は、単なる多店舗化を目的とするものではなく、ばんは「ブランドの本質を守りながら広げる」道としてフランチャイズ展開を選択いたしました。そして創業100年へ向けて、“終わらない文化”としての酒場を全国に根付かせていくことを目指します。



### FC展開の背景

昭和33年（1958年）創業でレモンサワー発祥の居酒屋として知られるもつ焼きばん。創業以来変わらない定番メニューを大切にしながら、日々の一杯と一皿を積み重ね、大衆酒場の文化を体現する場として68年にわたり暖簾を守り続けてきました。

世代は移り変わり、トレンドは更新されていきます。しかし、老舗は流行として消費される存在ではなく、積み重ねられた「物語」として続いていく存在です。もつ焼きばんは、創業からの歩みのなかでまず47年をかけて「物語」を築き、その後の20年で経営の「仕組み」を磨いてきました。そして、創業100年に向けたこれからの33年で目指すのは、「文化」として定着することです。

そのうえで私たちが次に目指すのは、単なる多店舗化ではありません。大切にしてきた味、空気感、そして「ばんに行こう」と言われる日常性を損なうことなく、この物語を次の世代へ、そして各地へ広げていくことです。

また、ばんは「常連客」を積み重ねることで長期的に成長するビジネスを志向しています。開業時に最大売上をつくるのではなく、時間をかけて育てるモデルです。トレンドを追うのではなく、日常を積み重ねる。その姿勢こそが、ばんの強みです。

### 「価格や見た目を変えて拡大するのではなく、物語を広げたい。」

その想いから選んだのが、老舗“せんべろ”業態としては初となるフランチャイズ展開です。ただし、それは一般的なチェーン化を目的としたFCではありません。画一的に揃えるのではなく、のれん分け（NW）に近い思想を持つ、通常とは異なる「ばん風」のフランチャイズです。

## フランチャイズだけど“脱チェーン化”20年営業できる地元根差した店舗経営

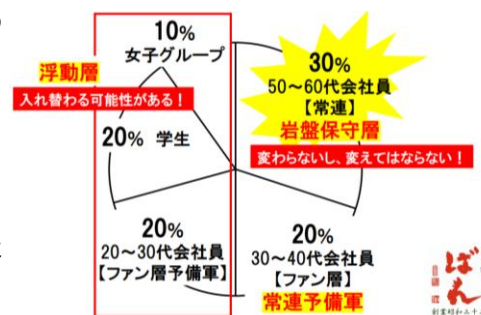
もつ焼きばんのフランチャイズは、一般的な均一化を前提としたチェーン型モデルではありません。目指すのは、チェーン化ではなく“脱チェーン化”。のれん分け（NW）に近い思想を持つ、余白のあるフランチャイズです。その特長は、次の4点にあります

### ①日替わり「ばんばんばん」——店の色を出せる設計

創業から変わらない定番メニュー（全体の約6割）は守りながら、各オーナーがこれまで培ってきた得意料理や既存店舗の強みを活かせる設計としています。日替わり「ばんばんばん」やランチ展開では、元々営んでいた店舗の人気メニューや専門性を表現することが可能です。海鮮が強い店、中華が得意な店、揚げ物に自信がある店など、同じ「ばん」の看板でありながら、店ごとに表情が異なります。画一的なメニュー統一ではなく、「オーナー様（店）の色」を出すことを推奨しています。

### ②客層3:3:2モデル——常連を軸にした構造

ばんの集客は、特定の属性だけを狙い撃ちするものではなく、「未来の50～60代の常連客を育てる」という考え方に立っています。現在の50～60代会社員は全体の約30%を占める【常連】層であり、ばんの岩盤を支える存在です。しかし、ばんの本当の強みは、この常連層の下に続く“常連になり得る層”を厚く持っていることにあります。約20%を占める30～40代会社員は【ファン層】として常連予備軍に位置づけられ、さらに約20%の20～30代会社員は【ファン層予備軍】として未来の常連候補となります。つまりいまの常連を支えるだけでなく、次の常連を生み出す構造ができています。トレンドを追うのではなく、「通う人」を育てる。それがばんの長期成長モデルです。



### ③薄利多多多売モデル——商売の基本を守り抜く

ばんビジネスの核は「薄利多多多売」。客単価を抑えながら来店頻度を高める設計により、中目黒本店では、14坪で月商約1235万円（税込）、客単価2,150円、坪売上約88万円を達成しています。特別な高単価商品に依存せず、日常使いされることで売上を積み重ねる。商売の基本を守り抜くこと。それがばんの経営思想です。

### ④居抜き・業態転換——街に溶け込む出店戦略

出店においても、スケルトンからの新装は基本とせず居抜きや業態転換を推奨しています。五反田店以外はすべて居抜き出店。既存の店構えや空気感を活かし、その街に自然と溶け込む“ばんらしさ”を生み出すことと、低コストでの出店を実現します。これもまた、脱チェーン化の思想の一部です。

## フランチャイズ第1号「新川崎鹿島田店」はまさに「ばん」の理想のFC店

「もつ焼きばん」では、居抜き物件での出店を推奨しており、それにより初期投資を減らし、開店後早い段階での投資回収を目指しています。「新川崎鹿島田店」は、まさに以前別の居酒屋チェーンだった店舗を居抜きで活用、内装もほとんどそのまま利用していることから初期費用を格安に抑えることが可能に。居抜き物件を利用しているチェーンは多いものの、「推奨」しているチェーンはほとんどないのが実情です。また、オーナーは別で海鮮居酒屋を経営しているため、従来の「ばん」のメニューに加え、今後独自メニューも開発見込み。「居抜き物件推奨」「オーナーの個性に応じた独自の店舗経営」、これらはまさに「もつ焼きばん」らしい、理想のフランチャイズ店の形を実現しています。

「もつ焼きばん」は、今後もFC展開を加速させ、今年6月中にはもう1店舗開店予定で、2027年3月までに30店舗の展開を目指しています。



△居抜き工事前の様子

## 「もつ焼きばん 新川崎鹿島田店」店舗情報

- 店舗正式名称：もつ焼きばん 新川崎鹿島田店
- オープン日：2026年6月5日(金)
- 営業時間：月～日、祝日、祝前日：17:00～翌3:00（料理L.O. 翌2:00 ドリンクL.O. 翌2:30）
- 定休日：なし
- 所在地：神奈川県川崎市幸区下平間113 しらゆきビル1F
- アクセス：J R南武線 鹿島田駅 徒歩4分
- 席数：54席
- 予約URL：<https://www.hotpepper.jp/strJ004613003/?vos=aphpphpglnksnsm20241022001>

### <オープン記念キャンペーン開催中！>

2026年6月5日（金）～11日（木）の期間中、オープン記念キャンペーンを開催！詳細は予約URLからご確認ください。



東京中日黒  
創業昭和33年 サワー発祥の店

もつ焼き **ばん**

**NEW 6/5 (金)**  
**OPEN!**

新川崎鹿島田店

6/5(金)～6/11(木) **オープン記念**

フェア期間中  
17～19時のご注文  
サッポロ黒うべル  
**生ビール中ジョッキ**  
何杯飲んでも1杯あたり  
**88円** 税込  
(通常税込550円)

フェア期間中  
19～22時のご注文  
サワー発祥の店！生絞り  
**レモンサワーセット**  
セット(発祥・生絞り・レモン1個)  
何セット飲んでも1セットあたり  
**99円** 税込  
(通常税込495円)

フェア期間中 終日  
ばん人気おつまみ小鉢3種が  
**68円/1品** 税込  
お一人様各1品までのご注文

更に！  
チラシ持参で

ハツねぎ揚げ和え  
コロコロ煎し  
唐味噌和え  
しらすもつ揚げ  
ポン酢

創業66年にならんで！

### もつ焼きばんとは？

「もつ焼きばん」は昭和33年創業の老舗もつ焼き店であり、レモンサワー発祥の店として知られています。もともと焼酎を炭酸で割った「酎たん」にレモンを加え、その爽やかさから「サワー」と名付けたことが始まりとされています。その後、酒販店向け炭酸割材「ハイサワー」の普及などを背景に、レモンサワーは全国へと広がりました。また、客単価2,150円と令和においても格安を実現し、幅広い客層に愛され、いつも賑わい続ける“薄利多多多多多売”モデルも特徴です。

**ばんが目指すのは、トレンドではなく日常。価格ではなく文化。**カウンターに一人で来る「常連」が自然に生まれ、週に何度か通えば“いつもの”が出てくる関係性を守り続けています。ぶた提灯、のれん、瓶ラック、短冊品書き、どんより気味の照明、昭和歌謡、焼き場の煙——それらすべてが「ばん」の空気を形づくっています。

