



発 行 所 ©産業経済新聞東京本社 2022  
 〒100-8160 東京都千代田区大手町1-7-2  
 TEL (03) 3231-7111 大代表  
 <昭和44年2月28日第3種郵便物認可>  
 2022年(令和4年)

160円  
(消費税込み)

3月5日(土)  
 発行・4日

## 人気のコーンスープで勝負「ゴースト店」始動



愛知県で創業し、70年以上にわたってステーキハウスの文化を創り続け、東海・関東地方を中心に65店舗を展開する「ステーキのあさくま」。経営するあさくま(愛知県名古屋市長、横田優社長、<https://www.asakuma.co.jp/>)は、2019年JASDAQに上場を果たしている。

ファミリーレストランより少し贅沢なステーキレストランとして、当初はテーブルサービスだったが、サラダバーを併設した店が好調だったため、15年前から徐々にほぼ全店にサラダバーを設置した。サラダバーが「ステーキのあさくま」の看板メニューだということ

### Sweet Smile Soup (あさくま)

Sweet Smile Soup  
食べるコーンスープ



- ④食べるコーンスープ「Sweet Smile Soup」ロゴ
- ⑥十勝産コーンスープをベースに食材をトッピング

どのメインメニューと同じ比率であることもよくわかる。

このサラダバーで特に人気なのが「コーンスープ」だ。歴史の古い店が多く、子供の頃、誕生日に家族で来店した記憶の中で、コースで出てきた「あのコーンスープが飲み放題」という贅沢が、老若男女問わず人気の理由だ。

通販でも人気のこのスープは、北海道十勝で作られる指定した品種をブレンドするのだが、毎年収穫に立ち会い、その年の出来を見て道内の工場での味の調整をする手間を惜しまないのがおいしさの秘密だという。

コロナ禍中は弁当宅配で、ある程度の売り上げは作れたが、この先100%元通りにはな



らないと判断。新たな市場や顧客開拓の必要を感じ、昨年秋より計画を進めたのが、「サラダバーのノウハウをデリバリーのニーズにマッチングさせ、ターゲティング、ブランディングを行うことで、プラスαの売り上げをつくる」ことを目的にしたゴーストレストラン事業。その第1弾として人気のコーンスープをベースに野菜やチキンをゴロゴロと具材にした「食べるスープ」がコンセプトのブラ

### 看板メニュー「サラダバー」のノウハウでデリバリー

ンド「Sweet Smile Soup (スイートスマイルスープ)」を立ち上げた。

他のデリバリー同様スープも専門店化が進んでおり、「クラムチャウダー」や「ミネストローネ」の専門店が出てくる中、あさくまはファンが多い「コーンスープ」で勝負に出る。

1月15日、「Sweet Smile Soup」1号店を武蔵小杉の直営店内で開業。3月中に名古屋など各地の直営店内に開業し、15店体制とする過程で、消費者に直接アプローチするB to Cを主体にしたブランディングに力を入れていく。メニューや、宅配容器やスプーンの大きさなど、店舗とは違った提供スタイルをより充実させるため、消費者を招いた試食会も開催している。

4月からはB to B (業者間取引) に乗り出し、FC展開を開始する。パン屋や喫茶店、レストランなどコーンスープのニーズのある業態は、リアル/ゴーストともに提携のメリットが高いと思われる。

また、リモートワークで働く社員への福利厚生として、自宅での食事の補助に力を入れる企業も増えている中、「食べるスープ」の可能性を探り、コロナ禍ならではのマーケットへの進出も狙っていく。

(取材・富士由紀)