



そばかすの女の子“ウェンディちゃん”のイメージキャラクターでお馴染みのウェンディーズは、2年の空白を経て再上陸。2011年12月に表参道に1号店をオープン、そしてこの8月17日に2号店として六本木店がオープンした。“高級料理をお値打ち価格で”をコンセプトに展開している同店は、1号店の表参道で発表した日本オリジナルの高級バーガー「Japan Premium」の商品が売り上げの15%を占めるなど好調に推移していることから、六本木店オープンに伴い同シリーズとして高級食材のロブスターがたっぷり入ったバーガー2種と食事サラダを2店舗で発売する。高級ハンバーガーの売れ行きに注目したい。

12時のオープンに向けて約100人が並んだ六本木店。比嘉社長(左から2人目)らがテープカット

ウェンディーズのランドマークとして六本木2号店がオープン 日本オリジナルの「Japan Premium」は 超高級なロブスターを使用

カナダ産オマールロブスターを使った
Japan Premiumバーガー

『キャビア&ロブスター』1280円 (写真左)

カナダから直送された採れたてのオマールロブスターとアメリカ産の貴重な種類のキャビアという高級食材を使ったバーガー。オマールロブスターはクロウという、ロブスターの中でも一番の希少部位である爪の部分とナックルという腕の部分のみを使用するという贅沢さ。このおいしさを最大限に引き立てるためにロブスターには、マスタードマヨネーズだけというシンプルな味付けにこだわっている。特製タラモサラダやベビーリーフ、レタス、トマト、レッドオニオンなどたっぷりの野菜もサンドされている。

『Garden Sensations Ocean Premium
キャビア&ロブスターサラダ』1580円 (写真奥)

丸ごとの野菜から手で仕込む食事サラダはボリュームたっぷりなので食事のメインとしても充分楽しめるものを提供。そのたっぷりとした野菜の上に、オマールロブスター、キャビア、アボガド、タラモサラダ、ゆで卵などが色とりどりにトッピングされている。



『サーフ&ターフ ロブスター』1280円 (写真右)

ウェンディーズ特製100%ビーフの四角いパティにオマールロブスターをたっぷりトッピング。ふたつのご馳走をいちどに味わえるハンバーガー。海の幸と山の幸をひと皿にあしらったアメリカならではのメニュー。



新生ウェンディーズのコンセプトは、レストランとファストフードの中間 手頃に食べられる 大人向けの食事として成長させる

グルメバーガーとファストカジュアル業態(よりおいしくて良質な食事をお金も時間もかけないで居心地の良い空間で楽しむ)という二つのトレンドが今、アメリカの外食産業界において急成長を続けている。近い将来、日本

も「よりクオリティの高いハンバーガーを求めるようになる」と考える同社は、今のタイミングでウェンディーズを再上陸させた。この二つの最新トレンドを、日本のウェンディーズに反映させた新しいコンセプトを提供するため、「Japan Premium」シリーズ発売、居心地の良い空間、ココ



コーラ社が開発した最新技術の「コココーラフリースタイル」は、好みに合わせて自身のドリンクが100種類以上作れるマシンで山手線内ではここが唯一の設置。フリードリンクで290円

六本木2号店はランドマークとして機能

8月17日六本木2号店のオープンで記者会見したウェンディーズ・ジャパン最高経営責任者アーネスト・M・比嘉氏は、「ウェンディーズには長い間親しまれてきたチリやフロスティ、四角いパティのハンバーガーなど、



「グルメバーガーとファストカジュアルの二つのトレンドを日本において確立させる」と最高経営責任者のアーネスト・M・比嘉氏

ウェンディーズの顔である商品が多くあり、再上陸にあたってはこれを大事にしつつ、新しいメニューコンセプトを提供していかなければならない」と話す。

さらに、「グルメバーガーとファストカジュアルの二つのトレンドを日本において確立させるためには、トレンドを表現、発信できる戦略的な立地に初期の数店舗をオープンさせることが最も重要な課題となった」と、店舗の立地が重要なポイントとなると話す。ファッションとトレンドの表参道店に対し、六本木は過去のウェンディーズが長い間存在していた地であり、帰ってくるのを楽しみにしているお客が多くいることもあり、戦略立地に最もふさわしいトレンドエリアと考えていた。しかも大きな通りに面しているためウェンディーズにとっての「ランドマーク」となると捉え、ここを足掛かりに、現在の2店舗より50%ほど小規模の店を、5年間で100店舗のチェーン展開を目指している。当面の売り上げ目標は、月商1千500万円から2千万円としている。

