

成長に国境なし アジアへGO! シンガポール

なぜかうまくいかない
外食の海外展開

2016年7月16日、シンガポール伊勢丹オーチャード店4階に日本を代表する和食の飲食店が集積した「JAPAN FOOD TOWN」(ジャパンフードタウン・JFT)がオープンした。テナントとして出店する15店舗はいずれも日本企業の直営店、調理をするのは経験豊富な日本人、食材の50%以上は日本産という条件を満たした店だ。

このJFT立ち上げの推進役を担ったのが、一般社団法人日本外食ベンチャー海外展開推進協会(JAOF)代表理事であり、ジャパンフードタウンディベロップメント(JFTD)の代表取締役を務める吉川誠

日本食材の調達に スケールメリット

だが、これは一企業の思いだけで実現できるものではない。かといって「官」が乗り出すにはハードルが高い。官と民のコンソーシアム的なものがなければ前には進まない。そう悩んでいたときに設立されたのが、「日本の魅力ある商品・サービスの海外需要開拓に関する支援・促進を行なう」クール・ジャパン・ファンド(クールジャパン機構(株式会社海外需要開拓支援機構)。13年11月のことだ。

これを知った吉川は翌12月に「日本食と日本の食材」を広げるための活動を行なう組織としてJAOFを設立、同ファンドからの出資を仰ぐべく、加盟企業を募り自らの企画を練り上げていった。それから約1年後の14年12月、クール・ジャパン・ファンドからの出資(最大7億円)



吉川誠人 (よしかわ まこと)

1977年生まれ。2000年立命館大学卒業後、信用金庫に就職し、融資を担当。その後、コンサルティング会社に転職、外食産業を担当。さらにベンチャー支援の会社に移り、飲食店の出店サポート等を手がけた後、居酒屋として独立。以後、業態の異なる店舗を次々に出店、最大25店舗まで成長させた。13年12月、一般社団法人日本外食ベンチャー海外展開推進協会を設立、代表理事を務める。

COMPANY PROFILE

一般社団法人
日本外食ベンチャー海外展開推進協会

代表理事 ● 吉川誠人

所在地 ● 東京都港区六本木6-1-20
六本木電気ビル7F(事務所)
設立 ● 2013年12月
電話 ● 03-6890-2042
URL ● http://jaof.jp/

ジャパンフードタウンディベロップメント

代表取締役 ● 吉川誠人

所在地 ● 545 orchard road #08-03
far east shopping center
Singapore 238882

Makoto Yoshikawa

の COST をかけるといふ点だ。「JFT」への集客や販促はわれわれがやります。各店舗ではいい食材とエース級の人材を使って、日本国内と同じクオリティを提供し続けてほしい」

本物の日本食が 求められている

JFTでターゲットとしている層は、多少高くても本物の日本食を食べたいと考えている人たち。具体的には、シンガポールの人口540万人に、陸路、空路を通じて、ビジネス、観光、ショッピングなどの目的でシンガポールに入国する、インバウンド1500万人を加えた計約2000万人だが、まだ20万人程度にしかアプローチできていないという。今後、PRコストをかけて、さ

らに広げていく予定だ。「日本のインバウンドブームで、訪日して日本食を食べたことのある人たちも増えています。そうした人たちがSNSを通じて日本食の美味しさを拡散しており、日本に来たことのない人たちでも、日本食には相当詳しい。JFTを訪れる人のなかには『本店はどこにあるのか』、『ここは直営店なのか』と尋ねる人も多い。それだけ、本物の日本食が求められている証拠」

現在すでに日本の本店を上回るくらいの売上げを稼いでいる店や、月商1000万円を超えるところも出てきているという。

JFTでは、この9月1日から11日まで、松阪牛フェアを開催した。日本の松阪牛協議会との独占契約によるもので、松阪牛として海外初輸出になる。神戸ビーフに負けないブランドとして、松阪ビーフをアピールするのが狙いだ。今後は高級な日本食材をアジアに向け発信する場としての活用機会も増えていくのだろう。

「将来的にはチャイナタウンのようにJFTを世界に広めていきたい。世界中にあつて、ブランディングされていく、どこにいても同じクオリティで、コミュニティがあつて、日本食の文化が伝えられる場」

もちろん投資の回収は考えるが、「10年、20年のスパンをかけてそうした役割も果たしたい」という。



一般社団法人 日本外食ベンチャー海外展開推進協会 ● 代表理事
ジャパンフードタウンディベロップメント ● 代表取締役

中小外食ベンチャーが海外で戦うための プラットフォームを創出

すると、これが?と言うようなところもあるのに、本家本元の日本食を提供している日本の外食企業は次々と海外から撤退していく。この状況をなんとかしたい」

常々、吉川はそう考えていた。「なぜ、日本の外食の海外展開はうまくいかないのか」を、経済産業省の役人に熱く語ったこともある。

吉川の考えはこうだ。そもそも日本食は「材料費と人件費の問題から」高つく。物件にしても海外は貸す側が強、店が儲かり出すと家賃も高くなる。すると、日本国内と同じレベルを維持するのが難しくなり、現地の安い食材を使い、家賃の安い場所に出店し、価格もリーズナブルなものに抑えようとする。しかしそうすると、現地情報(安い物件、安い素材の入手ルートなど)についてはローカル企業にならざるを得ず、打つ手がどんどん限られる。

そして、この悪循環から抜け出すためには「高い値段で売れる日

吉川誠人

本食のブランディングと日本の食材を安く仕入れるためのプラットフォームが必要、そう結論付けていた。

店舗名	業態	運営会社
Dassai Bar	日本酒バル&ショップ	旭酒造株式会社
Hokkaido Izakaya	居酒屋	Shokuraku International Pte. Ltd.
Inaniwa Yosuke	稲庭うどんダイニング	株式会社あどばる
Bonta bonta	一等米おにぎり & 定食専門店	株式会社ティーエッセンス
Yomoda Soba	蕎麦	株式会社よもだ
Nabe Seizan	鍋	株式会社リクセルジャパン
SABAR	とろさば料理専門店	株式会社 SABAR
Osaka Kitchen	鉄板焼き	ローカルコンセプト株式会社
Tsukiji Sushi Takewaka	寿司	株式会社竹若
Machida-Shoten	ラーメン	株式会社ギフト
Tempura Tsukiji Tenka	天ぷら	東京すしアカデミー株式会社
Yakiniku Heijyoen	焼き肉	株式会社平城苑
Shabu Shabu Tajimaya	しゃぶしゃぶ・すきやき	株式会社焼肉の牛太
RANG MANG SHOKUDO	唐揚げ・サラダ	有限会社ハレノヒ
Tonkatsu Anzu	とんかつ	アトム株式会社

※上記のほか、現地の許認可の問題で遅れていた「黒毛和牛専門焼き肉店」が9月末日にオープンする予定。