



ランチ客で混み合うジャカルタの「丸亀製麺」店舗
(小松邦康氏提供)

ジャカルタ 豚使わず安心、手軽に和食支持拡大 「讃岐うどん」熱く

インドネシアで「讃岐うどん」の人氣が高まり、日本から専門店が続々と進出している。すでに市民権を得ているラーメンと比べ、だしなどに豚肉を使っていない安心感から、国内でも多数を占めるイスラム教徒の支持が広がっているようだ。首都ジャカルタに約2年半前に出店した、セルフ方式の「丸亀製麺」を展開するトリドール(本社・神戸市)は全土で20店舗に拡大。同じ業態の「たも屋」(同・高松市)も今月から正式に参入し、競争が激しくなりそうだ。

現在、世界11カ国・地域にインドネシア1号店は、西ジャ展開する「丸亀製麺」の海外 カルタで2013年2月に開進出9カ国・地域目となるイ 業した。平日の昼、日本と同

日本の専門店 続々参入

規模とされる約50席の店舗は満席。かけうどん(3万ㄖ、約250円)やエビ天(単品、約1万4千ㄖ)と並び、牛肉うどんや空揚げが人氣だ。

日本で研修を受け、店を切り盛りしているトニー店長(36)は、「当初は注文方法を理解してもらったが大変だった。今はファンになったリピーター客が、友人を連れてきて教えてくれている」という。

庶民にも手ごろな値段で、現地では高級とされる和食が

楽しめ、好みに選べるトッピングも人氣のようだ。インドネシアでは「丸亀効果」(地元日系人)でコンビニにも「UDON」が並ぶなど定着した。

一方、「たも屋」は北ジャカルタのショッピングモールで1日、1号店を正式開業した。創業者の黒川保社長が、手打ちの実演を披露。約150席の店舗が終日にぎわった。かけうどんは3万5千ㄖと丸亀より若干高めたが、「本場の味」で差別化を図る。

ただ、日本から製麺機を持ち込んだが、地元の高松で使っている小麦粉が輸入できないため、現地調達した原材料で、コシのある本場の味に近づける試行錯誤が続いている。近く店舗を拡充する計画だ。

両者ともフランチャイズ(FIC)による展開。外資の出資規制がある中、日本貿易振興機構(ジエトロ)は「良い現地パートナーと組めるかが成功のカギ」と話す。ジャカルタの日本料理店は中華料理店を上回る474店(昨年)と、台頭する中間層の間で和食は大人氣で、セルフうどんはさらに浸透しそうだ。