

うどん店経営のたも屋(高松市)が台湾への出店を加速している。2015年秋に初進出して以降、既に9店を展開。19年末までに台湾全域で50店に増やす計画だ。飲食関連の海外出店は、食文化の違いや現地情報の乏しさから厳しい経営を強いられるケースもある。いかにして出店数を伸ばすのか。黒川保社長(53)に今後の海外戦略と合わせて聞いた。

(報道部・八塚正太)

●台湾への出店加速

―海外進出はいつから。

黒川社長 初進出は13年のシンガポール。現地を視察する中で、うどんはファミリーレストランのメニューにはあるものの、専門店がなかった。本場の味を持ち込めば、勝算は十分に思えると思った。

―現在の出店状況は。

黒川 シンガポールに2店舗、インドネシアに1店舗、台湾に9店舗で、国内の11店舗を上回っている。人手不足や競争激化などで出店環境が難しい国内より商機がある。年内にはベトナムにも進出する計画だ。

―海外の中でも台湾での出店を加速している。

黒川 麺文化が浸透している上、天ぷらの人気が高く、さらなる需要が見込めると考える。日本のほかのうどん店も進出しているため、先行して店舗網を広げ、基盤を固めたい。

―このように出店を進め

黒川 保氏
たも屋社長

るのか。

黒川 台湾に限らず、海外での出店は、たも屋とフランチャイズ(F.C)契約を結ぶシンガポールの飲食業、ジャパン・フード・カルチャー(J.F.C)と共同で進めている。J.F.Cが現地のオーナーとさらにF.C契約を結び、出店を進める。たも屋はだしや麺などの食

ズームアップ



専門店少なく国内より商機あり

材の供給と、店舗運営や調理の指導を担う。J.F.Cや現地オーナーと組むことで負担が少なく、好立地での営業が可能になっている。

―50店の出店先は。

黒川 現在は台北を中心に、大型量販店のフードコートに入居するケースが多い。台中、台南にも進出し、台湾全域に店舗を広げる計画だ。条件が整えば、路面店も増やしたい。

―拡大していく中での課題は。

黒川 大きくは二つあり、一つは人材の確保。店舗数の増加に備え、店長候補を既存店の従業員として雇い、店舗運営や調理技術を身に付けてもらっている。

―もう一つは。

黒川 品質の安定。店舗によって味に差が生じてはいけない。そこで、各店に麺やトッピング用の具材などを供給する専用工場を建設した。食材が安定供給できれば、店舗に製麺機を置けないような狭い場所でも出店が可能になる。

―今後の海外戦略は。

黒川 現在、本場の職人が経営する店を強みに、海外でも差別化を図られている。台湾で50店を達成するまでに、アジアの進出先を6〜7カ国に広げたい。