



外食のマレーシア進出支援

10月に「お試し出店」拠点2カ所目

杉本テイスト・フード社長

【クアラルンプール時事】マレーシアで飲食店の進出支援を行うテイスト・フード・ジャパンの杉本大社長はこのほど、時事通信社のインタビューに応じた。杉本社長は、食材費や人件費、賃料の高騰に悩む日本の外食産業にとり、マレーシアと同国を起点とするハラル（イスラム教で合法の意）市場への進出が打開策の一つになると指摘。テイスト社が提供する「お試し出店」サービスの第2店舗を10月にクアラルンプール市内に開設するほか、インドネシアでの展開も目指していると明らかにした。インタビューの主なやりとりは次の通り。

◇キッチンとイートインスペース提供

—お試し出店サービスの特徴は。

市内中心部ブキンタンの商業施設、ロット10（テン）店4階に出店スペースを確保している。キッチンとイートインスペースを備え、企業は「居抜き」で店を出せるので、内装費がほとんどかからない。半年あるいは1年間といった必要な期間、プロフェッショナルビザ（就労パス）を取得できるように支援も行う。試験出店により、原価計算などいろいろと試すことができる。

—どのような経緯で、このサービスに乗り出したのか。

やる気と意欲のある企業は多いが、出店には資本金の壁のほか、ビザの壁もある。進出後、現地に定着できないことも課題だった。

海外に出るには、現地法人をまず設立しないといけない。ところが、そのためにはマレーシアでは円換算で3000万円、インドネシアでは1億円が必要だ。現法を作らないと、食材を仕入れ、物件を借り、人を雇う当事者になれない。ところが、中小企業の場合、3000万円の資金を寝かせることは難しい。

思い切って出店しても、値段や味は、日本からそのまま持ってくる人が多い。その場合、価格や味を現地に合わせてどう調整するか、日本とは違う消費者の中でどこにターゲットを置くかなどについて、営業しながら考えざるを得ないが、今度はスタッフの仕事が追いつかなくなる。結局、運営がたがたになって、お客も離れてしまう。

法人を作る前にテストマーケティングできる「お試し」の機会があれば、うまくいったから直営店を出す、フランチャイズで展開する、あるいは（マーケットに）合わないからやめようという選択肢が生まれる。仮設営業により、可能性を検証できる。



試験出店を支援した「麺家いろは」を紹介するテイスト・フード・ジャパンの杉本大社長（右）＝5月27日、クアラルンプール

◇総合的的魅力高いマレーシア

—どのような企業から引き合いがあるのか。

海外出店に意欲的な飲食業の分野は、居酒屋、食事、スイーツ、ラーメンといったところだ。

上場外食企業からの問い合わせも多い。株主から利益拡大への圧力があるが、(出店するため)国内で人を集めるのが難しい。現地法人を設立するりん議書を役員会に出すのは大変だが、試験的な出店であればテストマーケティングなので、通常は管理職レベルで決断ができる。お試し出店した結果、収益見通しについて裏付けを得られれば、今度は役員会に法人設立を提案できる。

—マレーシアを選んだ理由は。

新型コロナウイルス感染症の流行前は、日本企業が出店を希望する上位国は米国が1位。次に欧州、東南アジア諸国連合(ASEAN)が来た。

しかし、コロナ後にマーケットが変化した。米国ではインフレ率上昇、ロシアはウクライナ侵略、欧州でもエネルギー価格が上昇し、出店環境が厳しくなった。中国も(ビザ免除措置の停止で)短期間の入国にさえビザが必要で、なかなか入っていけない。

残るのはアジア・オセアニア。その中でも、ジャパンプランドを効かせて勝負できるのはASEANだ。

シンガポールは1人当たり国内総生産(GDP)で1位だが、550万人の人口に対して富裕層が450万人。マレーシアは人口3300万人で、富裕層とされる所得階層上位20%は660万人いる。

マレーシアの方がタイより1人当たりGDPの水準は高いし、タイでは日本のように高齢化社会が問題化しつつある。国としてのポテンシャルが3カ国の中で最も魅力的だ。

◇本格出店で損益分岐点が判明

—これまでの成果は。

「伝説のすた丼屋」を試験出店していたアントワークス(東京都杉並区)が、クアラルンプール北西部モントキアラ近くの大型商業施設パブリカ・ショッピング・ギャラリーに本格出店した。同社は主力の「すた丼」以外にもステーキや焼き肉などの商品を持っていて、6カ月の間に日本にないメニューも加えて2カ月ずつ試した。味付け、料理の見せ方なども工夫した。

重要なのは、損益分岐点が月額270万円と分かったことだ。日本であれば400万~500万円、米国で600万円前後になる。

マレーシアで受け入れられやすい価格帯が分かり、華人系消費者に好まれることも確認できたので、直営店の出店を決めた。今後は直営のほか、フランチャイズでも展開したいと考えていると聞いている。

◇インドネシアなどASEANに展開

—今後の事業展開は。

テイスト社では需要の多さに後押しされて、2号店舗を10月にクアラルンプール北西部モントキアラの商業施設1(ワン)モントキアラにオープンする。今度は、施設1階の路面店だ。2号店舗ではアルコール飲料を出す居酒屋などの業態を紹介したい。最初に出店するのは「肉汁餃子(ぎょうざ)」を主力商品とするダンダダン(東京都新宿区)だ。

さらに次の展開先として、ベトナム、フィリピン、インドネシアを考えている。インドネシアでは既に交渉中だ。マレーシアでうまくいき、ハラル対応のノウハウを取得すると、次に「本丸」として狙いたいのはインドネシアだ。そこでも続いて「お試し出店サービス」を提供できるようにしたい。ASEAN内のネットワークをきっちり作り上げることが目標だ。それが終われば、欧米もしくはインドに現地法人を作っていきたい。人口動態からみて消費者層が拡大している国を目指し、開拓に取り組む。