

注目事例

(株)アントワークス

本社／東京都杉並区高円寺南4-21-7

国内店舗／『伝説のすた丼屋』『デンバープレミアム』『元気好』『伝説のステーキ屋』など4業態・●

●店舗

海外店舗／アメリカ3店舗、香港2店舗、マレーシア1店舗

売上高／*****

従業員数／社員195名 PA1290名(24年12月現在)

2023年10月～24年5月までの7か月間、期間限定でクアラルンプールの繁華街にあるショッピングモール「Lot10」内にオープンした『伝説のすた丼屋』。規模は約37坪で居抜きの設備をそのまま使用した。



「お試し出店サービス」を利用して
マレーシアに出店。テストマーケ
ティングを経て成功の確度を高める

(株)アントワークスは『伝説のすた丼屋』を全国110店以上展開。2012年から企業理念に「世界のキーワードを加え、海外展開を図ってきた。現在はアメリカ3店、香港2店、マレーシア1店の3カ国6店体制に成長。今後とも出店国を拡大していく中で、ポップアップ方式の「お試し出店サービス」を利用したマレーシアでの出店が一つの転機となったという。

アメリカ、タイ、中国と 海外出店を徐々に拡大

ニンニクを効かせた独自のタレに絡めた豚肉を、大盛りのご飯に盛り付けるスタミナ満点の丼メニュー「すた丼」。(株)アントワークスは、この看板メニューを掲げた『伝説のすた丼屋』『名物すた丼の店』を全国に展開し、多くのファンを獲得している。

海外に初進出したのは2014年。アメリカのシカゴに出店を果たした。

「スタミナ(stamina)」という英語で表現した丼であり、豚肉は万国で食べられる食材なので、世界でもすた丼は通用すると思いました。たまたまシカゴの日系スーパーのフードコートか

SNS集客を活用し 初日から行列



お試し出店サービスは、SNSで集客をサポート。飲食店が打ち出したい内容を、日本料理に興味がある層に向けFacebookやInstagramを通じて訴求する。『伝説のすた丼屋』では開業初日から行列ができ、好調なスタートを切ることができた。



すた丼は味やボリューム、見た目まで現地に合わせて変更した。丼に盛るのではなく、トッピングを周囲に盛り付け豪華な印象に。また、日本にはない定食やラーメンなども豊富に用意。どんな料理にニーズがあるかを、メニュー変更を繰り返しながら探った。

お試し出店で徹底マーケティング



出店場所は、クアラルンプール随一の繁華街にあるショッピングモール内。焼とり居酒屋の居抜きをほぼそのまま活用し、看板や装飾品を加えただけのため初期投資額を抑えた出店が可能に。現地の人だけでなく多様な人種が集まり、テストマーケティングもしやすい。



ローカライズを探り、
アレンジ＆新商品を
次々と試す

TEST & MARKETING

らオファーをいただいたのがきっかけです」と同社の早川淳社長は振り返る。アメリカでは『吉野家』が開拓者となり、日本の丼料理はライスボウルと呼ばれる一般化している。その流れから、すた丼も日本の丼料理として受け入れられた。一時はカリフォルニアやテキサス州にも進出し、アメリカで7店まで拡大したが、コロナ禍のあおりを受けて4店を閉店。現在はシカゴ2店、カリフォルニア1店を展開している。

19年には、タイ・バンコクに初進出。現地企業とフランチャイズ（FC）契約を締結し、2店を展開したがいずれも閉店することとなった。

「タイのFCオーナーが日本のすた丼が好きで、この味をタイで広めたいと言っていたきました。だからローカライズせず、日本の味と丼文化を持っていたのですが、上手く受け入れられなかったのだと思います。

味に関しても、日本のすた丼の塩分濃度のままだと、海外では塩辛く感じるようで現地人の味覚に合いません。アメリカでは日本の塩分濃度の約3分の2、香港では半分まで塩分を下げ調整しています。その面でもローカライズの重要性を感じました」。

20年には中国の青島市でジョイントベンチャー（JV）を立ち上げたが、すぐにコロナ禍に入りひと月を待たず

閉店を余儀なくされた。さらに22年には、中国・香港で再チャレンジ。現地企業とのF C契約で出店し、現在は2店舗まで拡大しており、いずれも順調に売上を上げている。

「お試し出店サービス」で低コスト・低リスクを実現

23年には、マレーシアに期間限定店をオープン。この際に活用したのが、海外での飲食店支援事業にも広く関わる(株)VIDA Corporationがマレーシアで運営する「お試し出店サービス」だ。

同サービスは、海外出店を希望する飲食事業者に対し、期間限定で海外に出店するために必要な戦略策定、テナント、内装、仕入れ業社の手配、集客のためのマーケティングソリューションをワンストップで提供するもの。

「サービスを利用する前に一度、マレーシアに視察に行きました。マレーシアはイスラム教の人が60%以上いて豚肉はハラールフードでは禁忌なので、すた井は受け入れられないと思っていました。しかし実際に行ってみると華人も多く住んでおり、日式の豚骨ラーメンやとんかつ店に行列ができていたのです。これなら、すた井もいけるのではと考えました」と早川氏。

とはいえ、本当に上手いくのかどうかは出店しなければわからない。タ

お試した後、マレーシアで直営出店を決断

伝説のすた井
aPublika店



ラーメン店を運営していた日本企業の現地法人を買収、物件を活用して直営店を出店した。「今成功している日本企業も、最初の2〜3年は泣かず飛ばずと聞く。当社も腰を据えてじっくりと根付かせていきたい」と早川氏。

イでは上手いかなかった経緯もあり、確かな手応えがなく不透明な部分を抱えながら出店するというのはリスクが高すぎる。また、過去に海外出店の実績があっても、就労ビザの取得や食材調達、人材確保などは国によって法律やルールが異なるため、一筋縄ではない。こうした課題を解決するのに

も、お試し出店サービスは有効だった。お試し出店サービスは半年から1年間のポップアップ方式で、店舗は居抜き物件を使用。厨房設備や什器が揃っているため、安く出店できる。さらに固定賃料なし、売上歩合のみのため低

リスクで運営ができる。就労ビザも、プロフェッショナルレジットパスという特定技能に該当するビザをVIDA社の現地法人経由で得ることができ、で、ビザの取得にかかる煩雑な事務作業や時間がかからないのも特徴だ。

出店場所は2拠点あり、その一つが、首都クアラルンプール随一の繁華街にあるショッピングモール「Lot 10」の飲食フロアの一角。同フロアには本の外食ブランドも多く出店している。『伝説のすた井屋』も、このテナントに出店した。もとは焼とり居酒屋の居抜きで、厨房機器の一部は日本から運ん

だが、店名サインやポスター等の装飾以外は内外装をそのまま活用。そのため、イニシャルコストが低く、低リスクでのマレーシア出店を実現した。

初期の集客もお試し出店サービスがサポート。SNSマーケティングにより事前に現地のインフルエンサーを活用してすた井を周知してもらった。オープン記念ですた井を3MYR(日本円で約100円)で提供するキャンペーンも実施。開店初日から行列を生んだ。

日本で知名度がある外食ブランドでも、海外では無名の場合は当然多い。そのため、オープン前からSNSを使っていた認知活動は有効に働いている。

お試し出店だからできた メニュー開発のチャレンジ

『すた井』のお試し出店の期間は23年10月〜24年5月までの7か月間。その間は特にメニュー開発に注力した。井メニューは現地で馴染みが薄いと考えると当初はすた井もトッピング等を別添えにしたおしゃやなスタイルで提供。また、日本の店にないリゾットや牛タン定食など、日本食を中心に様々なメニューを試していった。

「メニュー数は日本店の3倍。試せるものはすべてやろうと思いました。メニューのバリエーションを増やせば増やすだけ、客数増にもつながります。



(株)アントワークス 代表取締役社長

早川 淳 氏

1972年生まれ。大手外食チェーンで要職を務め、2008年にアントワークスに入社。すた丼の全国拡大を図り、20年3月に現職。「食を通じて、日本全国さらには世界の人々の底力となる」を経営理念に、海外出店も精力的に行なう。

現地の人に合わせた メニュー改変を繰り返せたのは お試し出店サービスで テストができたから

時に原価をかけて、スピード感のあるメニュー改変に取り組めたのは、人件費が日本の4分の1、3分の1と低いからです」と早川氏は語る。

マレーシアは人件費が安い分、原価がかけられる。具体的なFLR（原価、人件費、家賃）はF30%、L15%、R15%と計60%。現地では日本食はステイタスがあるため、人も集まりやすく、プライドを持って仕事をしてくれる人が採用できるという。

一方で日本とは違い、時給雇用ではなく日給雇用のため、労働時間に対する生産性はどうしても低い。しかし、メニュー改変を繰り返していく中で、現地スタッフも意欲的に日本食の調理や開発に関わっているという。



マレーシアでは日本食はステイタスが高いため、現地スタッフが集まりやすい。店頭に募集の張り紙を掲出するだけで、2週間で50人の応募がきたという。

独資・直営の出店を決断 地道に認知度を高めていく

お試し出店サービスの出店期間を経た後、アントワークスではマレーシアで独資による出店に踏み切った。ちょうど、マレーシアで展開していた日本の飲食企業の現地法人をM&Aすることができ、クアラルンプールの居酒屋や日本食店が立ち並ぶエリアに直営店をオープンしたのだ。

「実は、お試し出店中の売上は、想定よりもそれほど高くはなかった。客層もイスラム以外の人に限られますし。ですが、自店のブランド力を地道に磨いて、数年かけて認知度を高めれば、安定した売上を出せると判断し、直営出



周辺に和食居酒屋が多いのに合わせ、メニュー幅を拡張。価格は競合となる和食居酒屋よりも抑えて集客し、ブランド価値を知ってもらうよう努める。



店を決めたのです。将来的には、4、5店ほど直営展開して地元の認知度が高まったら、すた丼に魅力を感じてもらえるマスターフランチャイズとなる現地の企業に運営を任せ、バイアウトすることも考えています」（早川氏）

同社は今後も海外展開に力を入れ、中国本土やマカオなどにも広げていく考え。マレーシアで得た知見をもとに、他国へも意欲的に出店を進めていく。

「お試し出店は、安い初期投資、低リスクで海外出店ができます。そのため、営業しながらテストマーケティングができるので、成功への確度も高められます。海外で挑戦したいと考えている中小店から大手まで、利用しない手はないと思います」と早川氏は話した。

本格的に海外進出する前に

“手応え”を確かめられる



(株)VIDA Corporation 代表取締役
杉本 大 氏

2005年5月創業。23年9月より日本の飲食事業者向けの「お試し出店サービス」を開始した。『伝説のすた井屋』以外にも『麺屋いろは』『肉汁餃子のダンダダン』などのお試し出店を支援。

マレーシアはASEAN 6の中で、シンガポールに次いで1人当たりGDPが高く、市場拡大が見込まれている。また人件費が安く、英語も使えてビジネス環境が整備されている。(株)VIDA Corporationの杉本社長が「お試し出店サービス」をマレーシアで始めた理由もそこにある。

「海外出店は、現地法人をつかって物件を借りて、キャッシュを寝かせないためにも走りながら検証するため、人もお金も負担が膨らんで、撤退される場合が多い。本格的に海外進出する前にテストができ、海外で定着するための支援をするのがこのサービスです」。

お試し出店により、商品開発のテストや人材関連、物件、マーケティングなどを調査する猶予期間ができる。また、出店期間中に現地FC候補企業と商談や試食を行なうこともできる。そしてお試し出店の終了後、得られた成果や知見をもとに、直営かJVかFCかなど、出店形態の判断もできるのだ。今後はインドネシアやベトナム、フィリピンなどでも同様のスキームを展開予定だという。

海外出店での問題点

商品開発

- 現地に合わせた味つけへ調整をした
- 現地のお客様を通してメニューのニーズを知りたい
- 値段設定を考える上でのニーズを知りたい
- 日本食・日本食材がどこまで受け入れられるか知りたい
- ハラル対応するべきかを知りたい

人材関連

- 現地スタッフの能力、労働力、労務環境を知りたい
- 賃金相場と金額によって集まるスタッフのレベルを知りたい
- 実際に生活してみても住環境を知りたい

立地・現地状況

- 立地や環境を実際に見てみたい
- テイクアウト需要を知りたい
- 現地での食材調達方法を知りたい
- 直営店かFC店か、判断をマーケットから検討したい

こうした問題点を抱えたまま出店や現地法人設立に踏み切る場合が多い

お試し出店サービスでの解決策

適切な意思決定が可能に

- ◆ポップアップ方式（固定賃料なし・売上歩合のみ）で出店ができる
- ◆居抜き出店（厨房機器、店舗内装あり）のため安価で出店ができる
- ◆プロフェッショナルビジットパスのビザ発給サービスがある
- ◆出店前の告知・広告をSNSで行ない集客ができる
- ◆出店中に現地FC候補企業との商談、試食をその場で行ない、事業戦略の検討ができる

直営

FC

出店しない

お試し出店サービス料金体系

イニシャルコスト		備考
サービス使用料	300万円（税込）	出店期間：12か月
出店造作費用	実費	
退店原状復帰費用	実費	
オプション	都度	就労ビザ、SNS販促費など
店舗ごとの賃料		
Lot10		
保証金（退店時に返金）	30,000MYR	
最低保証賃料	10,000MYR	
売上歩合	20%	最低保証賃料とどちらか高い方
1Mont Kiara		
保証金（退店時に返金）	56,763MYR	
最低保証賃料	18,921MYR	
売上歩合	12%	最低保証賃料とどちらか高い方

*1MYR(リンギット)≒33.9円

*営業にかかる諸経費は除く（食材費、水道光熱費、人件費、現地滞在費）

*売上は一旦VIDA現地口座に入金された後、諸経費を引いた額を日本の指定口座に海外送金



マレーシアのお試し出店の拠点は「Lot10」のほか、日本人駐在員の8割が在住するモントキアラ地区の商業施設内にもある。リカーライセンスを取得済みでアルコールも提供可能。