

海外進出支援プラットフォーム様\_第1回ヒアリングレポート

## 令和3年度 輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業 (海外展開に際して検討すべき現地の課題と対策にかかる情報整理及び 事業者への情報提供)

---

台湾

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

台灣野村總研諮詢顧問股份有限公司

2022年11月01日



## 企業ヒアリングレポート | 台湾 | 台湾モスフードサービス様

### 【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々の台湾輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。なお、関係法令、制度等は調査時点以降改正されている可能性がありますので、実際のご検討の際には、各国等の関連機関に最新の情報をご確認下さるようお願いいたします。

# モスフードサービスは台湾進出から30年以上、現地企業との合併で台湾全土で300店舗を運営している 企業価値のコア部分を大切にすると同時に台湾市場の好みに合わせた台湾限定メニューも展開している

## モスフードサービス台湾展開概要

項目	概要
企業・店舗名	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業名：台湾モスフードサービス (英語：AN-SHIN FOOD SERVICES CO., LTD.) (中国語：安心食品服務股份有限公司)</li> <li>店舗名：台湾モスバーガー (中国語：摩斯漢堡)</li> </ul>
業種	<ul style="list-style-type: none"> <li>外食</li> </ul>
企業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハンバーガー・ショップチェーン経営</li> </ul>
台湾展開状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地企業との合併で直営店舗を300店舗展開</li> <li>100%日本本社出資のMOS FOOD INDUSTRY (魔術食品工業) を設立し店舗のセントラルキッチンとして活用</li> </ul>
沿革	<ul style="list-style-type: none"> <li>1990年 台湾進出 (店舗展開は1991年から)</li> <li>2004年 100店舗達成</li> <li>2011年 台湾株式市場 (上櫃) 上場、200店舗達成</li> <li>2017年 台湾本島の県市すべてに出店達成</li> <li>2020年 台湾店舗展開30周年、300店舗達成</li> </ul>
パートナー企業	<ul style="list-style-type: none"> <li>東元グループ 台湾の大手家電メーカー東元電機等を傘下にもつ東元グループの「光元實業」との合併で台湾現地法人を設立した</li> </ul>

## モスフードサービス視点の台湾事業のポイント

台湾への進出形態	<ul style="list-style-type: none"> <li>合併企業と100%出資子会社の2種類の進出方法があるが、それぞれのメリット・デメリットを検討したうえでの進出が重要</li> <li>合併の場合は現地パートナーのリソースを活かしながら短期間でスムーズに現地体制確立しやすい</li> <li>日本本社方針の推進や、ノウハウ流出防止には100%子会社体制が有利</li> </ul>
台湾事業で大切にしていること	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品の味や企業のコア部分は守っていくべきものとして改変されることがないようにしている。それ以外の部分は市場を観察しながら柔軟に対応していく</li> <li>多くの食材を自社セントラルキッチンで生産することで商品品質の保持やレシピ流出を防止する</li> <li>本社方針の確実な伝達と実行のため駐在員を必ず配置し台湾でも日本本社と同じ体制を維持する</li> </ul>
台湾の食文化消費者ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の食品や味付けが好まれ、かつ外食需要が高く消費者の好みに合わせた台湾限定メニューを展開</li> <li>日本の食品や和風の味付けが好まれる風土がある</li> <li>ライスバーガー等人気の高い商品は台湾限定メニューを展開する</li> <li>1日3食すべてを外食にする文化が根づいており、店舗では1日3回来店客数のピーク時間帯がある</li> </ul>

# 店舗経営は現地合弁企業との良好なパートナーシップで運営し、食材の多くをセントラルキッチンで生産することで店舗で提供する商品の品質確保やレシピ等の技術流出防止を実現している

## モスフードサービスの台湾事業展開内容

### 方針

### 事例

台湾への  
進出形態

- **店舗経営は現地パートナーとの合弁企業で展開**
  - 信頼できるパートナー選びは重要
  - パートナー企業は外食事業者ではなかったが専門外ということで外食業界に関することは日本側に任せてくれたので、日本本社の方針通りに事業を進めることができた

- 店舗や商品のコア部分は日本側が主導、財務等事務的業務を現地パートナーが担当
- パートナー企業意向で直営店経営方式で店舗展開



台湾事業で  
大切に  
していること

- **食品の味、品質、レシピ等の技術流出対策をとる**
  - セントラルキッチンを100%本社出資子会社で設立し、店舗使用食材の約70%を生産している
- **本社の重要方針伝達や管理のために本社からの駐在者を適切に配置**
  - 現地駐在員を少なくとも2名配置するようにしている
  - セントラルキッチンにおいても同様で、両社に駐在員を配置している

- シンガポール等他国にも台湾のセントラルキッチンで生産したライスバーガー用のプレート等を輸出
- バターレタスをセントラルキッチンで無農薬水耕栽培



台湾の  
食文化  
消費者ニーズ

- **台湾の好みに合わせた台湾限定メニューを独自に開発し販売**
  - 日本の食品に人気が高い台湾の特徴もふまえて、日本産の食材を使った限定メニューを開発
- **台湾のデリバリー需要に合わせた商品・サービスの開発**
  - デリバリーで時間が経っても美味しいメニューの開発や、デリバリー用梱包材の開発を行っている

- 台湾限定ライスバーガーを販売している。下の画像は2022年10月末までの期間限定販売の北海道米ななつぼしをプレートに使った鮭天ぷらライスバーガー、明太子コロケライスバーガー

