海外進出支援プラットフォーム様_第3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）

シンガポール

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

2023年02月13日

目次

企業ヒアリングレポート｜シンガポール｜Hattendo International 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シンガポール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。

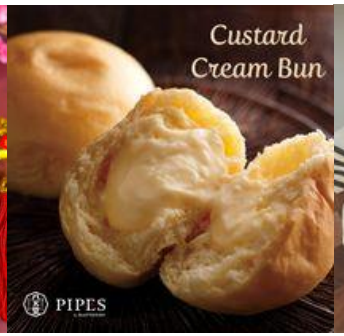
シンガポールに進出して4年、2020年4月に新コンセプトの旗艦店「PIPES by HATTENDO」をオープン。看板商品である「八天堂の冷やして食べるくりーむパン」に加え、店内で焙煎したコーヒーと良質で厳選されたサンドイッチメニューを提供。持ち帰りやフードデリバリーの形態にも対応している

株式会社八天堂　概要

項目	概要
企業名	株式会社八天堂
事業内容	くりーむパンを柱としたスイーツパンの海外展開
企業概要	• 昭和8年、広島みはら港町に創業。長年うけついだ「和」と「洋」の技術を融合させ、生まれたくりーむパンは、広島から全国へ • 2023年現在は、スイーツパン専門店として日本国内26店に展開 • 新規事業や異業種への挑戦も積極的に進めており、広島県の観光振興事業や、八天堂ビレッジ／八天堂ぶどう園に加え、カフェ＋ショップ＋工場＋体験工房を一つにした「八天堂カフェリエ」など食を通じて人と社会のつながりを大切にする挑戦をし続けている
海外展開状況	• 2017年以降、海外展開を積極的に推進 • 2023年現在では、カフェ業態またはキオスク業態でシンガポール（1店舗）、香港（1店舗）カナダ（5店舗）を展開中 • マレーシア現地工場での生産および量販店・コンビニでのくりーむパンの販売や、香港CVSのPB商品として八天堂監修商品を輸出

シンガポールの事業展開

企業名	Hattendo International Co., Ltd.
店名・屋号	PIPES by HATTENDO
シンガポール事業内容	**くりーむパンの八天堂が運営するカフェ&ロースティングギャラリー** 1) スイーツパン販売：八天堂のくりーむパンを始めとしたパン販売 2) 八天堂カフェ：フードメニューと美味しい「すいーつパン」、シンガポール限定の絶品生食パン、それを使ったサンドイッチの提供 3) 八天堂ロースティングギャラリー：シンガポール初導入となるメイドイン京都の魅せるショップロースター「NOVO MARK Ⅱ」のショールームを兼ね、厳選された産地から届いたスペシャルティグレードのコーヒー豆のみを、お好みに応じて店内で焙煎しご提供
進出のきっかけ	• 日本でのビジネスモデルは、弊社工場で生産したものを各店舗で売るビジネスモデルであったが、海外では、ローカライズというキーワードを元に、現地の状況に合わせて現地で開発から提供まで可能な現地製造型の新しいビジネスモデルの確立を目指すため • 法規制や異国文化などのマーケットの特性から選択



出所）Hattendo Internationalへのインタビュー結果より作成

東南アジアにおける八天堂ブランドの醸成を行いつつ、販路拡大に向けて、東南アジアでの製造と日本からの輸出を組み合わせる

	シンガポール事業展開における主な課題		取組み策
PIPES by HATTENDOの運営	HATTENDOブランドの醸成	• 今後のアジア地域を中心とした卸展開の拡大に向けて、ブランドイメージの構築により付加価値の向上を目指す必要。	✓ 旗艦店においては、店舗やメディア展開において、必要に応じて日本とも異なるテーマのデザイン等を使いながら、現地消費者に親しまれるブランドづくり、情報発信を行っている。
	店舗形態ビジネスモデルの構築	• 集客力のあるエリアでは店舗家賃が高く、客単価が低いスイーツパンに加えて、ブランドイメージとの親和性の高い商材が必要	✓ くりーむパンやデザート類のほか、これらと親和性の高いスペシャリティコーヒーや、パンづくりのノウハウを生かした生食パンを活用したサンドメニューなど、自社の強みを活かせる商品に集中しつつ、客単価の上昇を図っている。
	メニュー開発	• 日本のレシピそのままで作っても、嗜好の異なる現地消費者からは好まれない。 • フレーバー展開においても、現地に好まれる独自のフレーバーが存在。	✓ ローカルスタッフや現地消費者の試食を行い、レシピの現地向け調整を行っている（例えば抹茶味では、抹茶の使用量を大幅に増量するなどの調整を行っている。） ✓ ローカルスタッフの意見も聞き、現地で馴染みの食材を使った商品を開発している（例：ドリアンくりーむパン、オタサンドなど）
スイーツパン販売事業	人材の確保	• 日本に比べて、労働市場が流動的。日系食関連企業での勤務経験が付加価値になるため、スタッフの離職リスクが高い • コロナ禍からの回復の中、人件費が高騰中	✓ 日本の製造工場で勤務していた外国人スタッフを、日本からの帰国時には積極的にリクルート。 ✓ 生産効率の高い製造工場（マレーシア）での大量生産により、製造体制を効率化。日本での製造経験を有する社員を派遣し、商品クオリティも維持。
	卸形態による販路拡大	• 卸販売による販路拡大を行う上では、チルド商品では賞味期限等の関係で取扱が困難。	✓ フローズン状態で納品し、卸販売先で解凍・陳列とのオペレーションが組めるよう、冷凍しても、品質が保たれるくりーむパンを開発した。

出所）Hattendo Internationalへのインタビュー結果より作成