

海外進出支援プラットフォーム様_第2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12月20日



企業ヒアリングレポート | 台湾 | 株式会社パッションギークス様

【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。

パッションギークスは海外初のFC店舗となる鰻専門店を2023年1月台湾に出店した。海外進出にあたり日本の食文化を海外に広めることをミッションに掲げてパートナー企業選びや店舗体制構築を行っている

パッションギークスの概要

項目	概要
企業名	- 株式会社mum Holdings - 株式会社パッションギークス
業種	- 株式会社mum Holdings：高級食材卸、専門店飲食事業等を統括する持株会社 - 株式会社パッションギークス：鰻・和牛・酒場の専門店飲食事業
企業概要	鰻卸問屋として創業し、鰻専門店の飲食事業展開のほか、その他の高級食材卸売及び関連飲食事業をてがける
台湾展開	台湾のエマージング株式市場に上場した現地の飲食事業者G-YEN(橘焱胡同)とフランチャイズ契約で2023年1月6日に鰻専門店「うなぎ四代目菊かわ 台湾店」を台北市に出店。 
沿革	1932年 鰻卸問屋を創業 2014年 先代の跡を継いで菊川氏が四代目となる 2018年 鰻専門店のシンガポール店開店 2020年 鰻専門店の東京初出店、羽田空港出店 2022年 東京駅構内に鰻専門店を出店 2023年 1月6日に台湾店舗開店

パッションギークスの海外事業展開ポイント

事業戦略の明確化

- ・ **進出先に適した事業形態を選択**
 - ・ 直営、FCの実施可能性は国により異なる。台湾では適性のある企業が存在や市場環境からFC展開に決定した
- ・ **日本の食文化を海外に広める**
 - ・ 食は文化であり、伝わり方に国境はない。食を通じて感動を伝えることを最重要に海外展開に取り組む

現地企業との協業体制

- ・ **共通認識をもてる目線をもつ企業を選ぶ**
 - ・ 日本食材取り扱い経験がある、日系企業とのFC実績がある、上場企業であることなど多角的に判断
- ・ **海外事業部門を社長直轄で組織**
 - ・ オーナーの意思決定が速い企業が海外には多い。トップ同士でスピーディーな商談進行ができる態勢を整える

オリジナリティによる差別化

- ・ **他が真似できないオリジナル要素を確立**
 - ・ 歴史のあるものは特に中華圏では強みとなる
 - ・ 歴史ある古いものを独自の新しい切り口で提案する工夫も必要
 - ・ ビジュアルも含めて見せ方も独自性を強調する。店舗周囲は本格的な鰻専門店が集中するエリアだが他業者には真似できないものになっている

日本食文化へのこだわりや高度な技術はお客様へのPRとなる。またパートナー企業、ステークホルダーとの信頼構築にとっても重要であることを改めて実感した。今後も技術指導や人材育成に注力していく

パッションギークスの台湾事業における課題と対策

	課題	対応具体例
パートナー選択	- ポリシーとしている日本の食文化の価値を理解してくれるパートナーかどうかの見極めが必要 - 台湾企業の経営手法は日本と異なりオーナーの存在感が強く、進出可能性のある他のアジア各国でも同様である	 例えば鰻を捌き、焼くといった現場での様子を直接目にする事でパートナーのトップも感動する。技術力や感動が伝わる食にはボーダーがないと感じる 仲間同士の結束が固い台湾企業との密な交流を通じ、仲間と認められることで関係が一層強まった
店舗運営	- 自社は台湾鰻事情に精通しており大きな課題ではなかったが、さらなる業界情報入手や人脈づくりは事業立ち上げに必須 - 競争が激しい台湾外食業界で、最重要ポリシーである日本の食文化のこだわりを伝え、選ばれる店となる工夫が必要	 長年扱い、知り尽くしている台湾産鰻を産地で使用できるのは台湾ならではの強み。米やタレは日本から直輸入し日本と同じ味を守り、器もオリジナルで日本から持ち込んだ インパクトある一本鰻のビジュアルや予約来店を基本とするこだわりも含め日本の食文化をお客様に体験してもらう
今後の展望	- スタッフの人材育成においては、技術習得難易度が高いこともあり、今後技術訓練強化が必要 - 店舗数を増やす過程で現場監督者等、管理人材育成が今後必要になる	 日本での研修を経て台湾店を開店したが、さらなる強化が必要と感じている。今後技術指導方法や訓練プログラムを工夫して取り組んでいきたい 社内の外国人社員の国籍は7カ国と幅広い。将来彼らが出身国で店立ち上げのリーダーとなるよう育成していきたい