

## カナダ人を相手に「たこ焼き」を売る



たこ焼き専門店「花火」をカナダで出店。常識では考えつかないチャレンジを成功させる。「安くて美味しい日本食を世界中に広めていければ・・・。売上げが伸びないからと言ってメニューを増やすのではなく今ある食材を活かしたメニューをつくる方がベターです」と語る安田オーナー社長。

写真：左側が意気軒昂なオーナーの安田ジャスティン氏

読者の中にレストラン経営者がおられるとして、一体何人の方々がカナダでたこ焼き専門店を始めようと考えているだろうか。アメリカ国内でもたこ焼き専門店は皆無と比べてよく、日本人客相手のお好み焼き屋が数店みられるのみである。安田さんは早くからたこ焼きへの思いが強く、海外進出を切望していたという。

アバディセンター(バンクーバー市)に出店したたこ焼き専門店「花火」は安田氏の熱き思いとフェアチャイルド・グループ(アバディセンターのオーナー企業)との合併によって今年2月にオープンした。安くておいしい日本食をテーマに鉄板焼きとたこ焼きを中心としたメニューのファーストフード店である。「高くておいしいものを食べたときより安くておいしいものを探し当てたときの客の笑顔を見るのが大好きだ」と安田氏は言う。寿司のように高価な日本食ではなく、安くて手頃な値段で楽しめる食を世界に広めていきたいと安田氏は考えている。寿司、照り焼き、てんぷら、しゃぶしゃぶ等を中心とする日本食はアメリカでブームとなり、定着した人気を持つ。しかし、たこ焼きのように庶民的な食べ物で未紹介のアイテムが数多く潜んでいる、と安田

は述べる。花火のメニューはたこ焼きとドリンクのセット、たこ焼きと抹茶ソフトクリームのセット、焼肉丼、チキン丼、やきそば、冷奴、鯛焼き、更に秋メニューでお好み焼きをはじめの計画とのことである。

初めての海外出店で問題はなかったのだろうか。「まず大幅に出店予定が遅れ困りました。約束の工期が全く守られなかったのです」と当初の苦労を安田氏は説明する。季節的に労働者不足の為内装工事が予定通り進まなかったのである。当時は毎日現場に足を運び責任者を呼びつける日々であった。更に衛生局の係官から待たされた問題も発生した。モールの基礎工事が完了していない為に飲食店のオープンが早すぎると判断されたのである。トイレを含む付属施設の完備を急ぎ、申請を再提出した結果ようやく認可をとることができたそうである。12月オープンが2月にずれ込んだダメージは大きく、安田氏はいわば背水の陣でオープンの日を迎えたのである。

モールが100%完成していない中で入場する客足も少なく、花火の売上げ予想も下方修正せざるを得なか

った。スタート時の月商は2万ドルから2万6千ドルであったが、食材の無駄の排除を筆頭に経費コントロールを徹底した結果、オープン以来20%の利益率を維持することができた。「売り上げが伸びないとやたらメニューを増やす店がありますが、これは正しくありません。食材の無駄が多くなり、従業員にとっても品質を一定水準に保つことが難しくなります」。多すぎるメニューで失敗したマクドナルドUSAに安田氏がいたらと思わせる言葉である。「特にこのモールの場合、集客が飛躍的に伸びることが期待できない為、今ある食材を活かしたメニューを作るほうがベターです。横ではなく縦に増やす(バーチャル・インテグレーション)のやり方です。

またセットメニューなどで客単価を上げる努力も必要ですね」と安田氏は述べる。

同じモール内でも業績不振の店がある中で奮闘する花火を観察して実感できることがある。それは「こんな日本的なものが外国人に受けるはずはない」といった思い込みを捨てること、そして事業主体者の熱意が状況を変えろという事実であった。年明けには2号店をオープンする予定であるという。将来的にはフランチャイズを目指している。同じ志を持つ人達と一緒に「安くておいしい新しい日本食」を世界に広める安田氏の夢が更に一歩現実化していくことを期待しよう。