

「ご当地」やきとり 海外に

許諾番号30033667 日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。
日本経済新聞朝刊 地域経済面・埼玉 ©日本経済新聞社 無断複製転載を禁じます。
日本経済新聞社は、記事内容により、特定の企業・団体や商品・サービスの購入・投資等を推奨するものではありません。

ひびき



ひびきは中心街から離れた地区に出店する

埼玉のご当地グルメである味噌だれをつけた「やきとり」専門店などを運営するひびき（埼玉県川越市、日疋好春社長）は海外展開を進める。シンガポールとフランスに相次いで店舗を出し、地元の食文化を海外で発信する。海外で浸透が進む日本食のニーズを取り込む一方、情報発信力のある海外で出店することで、国内での「みそだれやきとり」の知名度を上げる狙いもある。

シンガポールとパリに出店

日本食ニーズ取り込む



味噌だれをつけて食べる「やきとり」（写真上）などを提供するシンガポールの店舗

おにぎりなども提供。出店する地区は欧米企業の駐在員が多く住む高級住宅街で、競合となる日本食レストランが進出していない地域という。客単価は日本より1500円高い4500円を想定。年間で8000万円の売上高を見込み、今後3年間でシンガポールで5店舗の出店を目指す。シンガポールは「東南アジアに文化を発信で

きる「ショーケース」（日社長）との位置付けもあり、ベトナムやカンボジアなどへの進出も視野に入れる。フランスではパリ近郊の仏国鉄の駅構内で、やきとりやおにぎりを使った弁当屋を6月をメドに出店する計画だ。このほか仏企業が6割を出資する合弁企業を設立した。仏国鉄は中心街から離れた場所にあることが多

い駅周辺の活性化を望んでおり、駅構内に出店するひびきの提案と合致した。人気の高い日本のアニメとも連携し、話題作りにも力を入れる。売り上げの見通しは年間1000万〜2000万円程度。今後3年間で7店舗を出店する計画だ。ひびきの看板メニューである「やきとり」は、串に刺して焼いた豚肉や鶏肉に辛みの効いた味噌だれをつけて食べる。養豚・養鶏業が盛んだった東松山市で普及しており、同市に約100軒が集まる「ご当地グルメ」だ。

戦後、安価だが臭みのあった豚のカシラ肉（ほぼ部位）を活用するため、味噌だれをつけ始めたのがルートという。ひびきが運営する「黒豚やきとりひびき」なども本店が同地にある。

第1弾として7日、シンガポール中心部から約10キロ離れたブキティマ地区に出店する。居酒屋の形態でやきとりを中心とし、しゃぶしゃぶや焼き

海外展開はブランド戦略でもある。ひびきの主戦場はあくまで関東市場だが、味噌だれをつける食べ方は知名度がまだ低い。同社は各地の「ご当地やきとり」を集めたフードテーマパーク「全や連総本店 東京」を東京・大手町に出店するなど知名度向上を狙う。フランスやシンガポールという流行の発信地での出店成功でブランドに箔をつけ、国内での顧客拡大につなげたい考えだ。