



中小総研

ハワイで稼ぐ丸亀製麺 (IRSME15014)

平成 27 年 9 月 29 日 加藤丈侍

ロードサイドやショッピングモールのフードコートなどでよく見かける「丸亀製麺」。讃岐うどんをセルフ方式で提供する外食チェーンだ。兵庫県神戸市に本社を置く東証 1 部上場の株式会社トリドールが運営する。もともと焼き鳥店として 1995 年に設立した企業だが、2000 年に始めた丸亀製麺が今では約 900 億円の売上のうち、9 割近くを占めるほどになった。

■ 丸亀製麺の店舗別売上高

まずは、丸亀製麺の店舗別売上高をご覧ください。

1 位	ワイキキ店 (ハワイ)
2 位	新光三越台中店 (台湾台中市)
3 位	羽田空港第 2 ビル店 (東京都大田区)
4 位	新光三越台北信義新天地店 (台湾台北市)
5 位	サンシャインシティアルタ店 (東京都豊島区)

出典：丸亀製麺発表資料

1 位はハワイ・ホノルルの有名な観光エリアであるクヒオ通りにあるワイキキ店。世界中から観光客が集まるワイキキは、グルメも激戦だ。最近人気のパンケーキをはじめ、ロコモコやステーキ、海鮮料理といった地元のグルメのほか、世界中から名店が集まる。そんな激戦区において、和食のうどんがなぜそこまで人気をよんでいるのだろうか。

■ 人気の秘密

日本でいう『食べログ』のような口コミサイトでも軒並み高評価を得ている丸亀製麺ワイキキ店。この口コミを見て、お客がお客を呼ぶ流れができていようだ。

1. オリジナル商品と現地向けの味付け

丸亀製麺ワイキキ店で人気なのが、日本でも定番の天ぷら。日本と同様、うどんと一緒にセルフ方式で好きなものを選ぶ仕組みになっており、調味料も塩、チリペッパー、七味とうがらし、天ダレ、とんかつソース、ケチャップなど豊富だ。

これを欧米系が多いハワイの観光客はとにかく食べる。うどんを頼まず、天ぷらだけを食

平成 27 年 9 月 29 日

(IRSME15014) ハワイで稼ぐ丸亀製麺

べるお客も少なくないようだ。なかでも、マッシュルームの天ぷらやアスパラガスの天ぷら、フライドチキンやスパムおにぎりといったワイキキオリジナル商品が人気のようだ。

もちろんうどんの人気も高い。ただ味覚は日本人とは異なるようで、麺は旨味が弱くプレーンな味でコシも弱い。人気メニューには、ワイキキ店オリジナルメニューが存在している。

第 3 位 ガーリックチキンサラダうどん (ワイキキ店オリジナル)

第 2 位 カレーうどん

第 1 位 肉うどん

いずれも日本で出されるものと比べると濃い味付けにしている。

また、うどんと一緒にコーラを飲んでいる人が多いのもワイキキ店の特徴だ。

2. 価格

ワイキキでのランチ価格の平均は約 15 ドル、ディナーは約 25 ドルといわれるが、丸亀製麺ワイキキ店のかけうどんは 1 杯 4 ドル (約 500 円) で昼も夜も変わらない。しかもチップが必要ない。観光客からすると、圧倒的なコストパフォーマンスなのだ。

一方、日本の丸亀製麺で提供されるかけうどんは 1 杯 290 円なので、ワイキキ店は日本と比べると約 7 割も高い。つまり、客単価がそれだけ上がるということだ。飲食店の売上は客単価×客数で決まる。客単価は、そもそもの水準が日本よりも高いうえに、欧米人は日本人よりも相対的に量を食べる (天ぷらを 5 個や 6 個は平気で食べる)。そして行列を成すほどの客数がある。これがワイキキ店の売上が大きい理由とみていいだろう。

和食は 2013 年にユネスコの無形文化遺産に登録されるほど、世界的にも注目が集まっている。その和食を手ごろな価格で食べられ、その製造工程も見られるとなれば、行列を成すのも理解できる。

■ 最後に

筆者も 5 月にプライベートでハワイを訪れた際に、丸亀製麺ワイキキ店に行った。到着すると、店の前は 30 人を超える大行列だった。多くは観光客のようで、約半数が欧米系で、アジア系の観光客もいた。日本人はわずかしかなかった。その光景に違和感を覚えたものだが、リーズナブルにうどんが食べられる喜びは大きかった。

市場が縮小している日本から、海外への出店を増やす飲食店は多い。それぞれの現地に合わせたメニューづくりは容易ではないだろうが、海外展開を成功させるうえで象徴的な事例といえるのではないだろうか。(了)