

食のクールジャパンで世界市場を攻める

7月のある日、シンガポールの中心地にあるデパート・伊勢丹オーチャード店の1フロアに、地元住民たちが詰めかけていた。お目当ては、この日オープンした「ジャパン・フード・タウン」。手がけたのは、飲食店の海外進出を支援する日本外食ベンチャー海外展開推進協会 代表理事の吉川誠人さん（'01法）だ。

寿司やしゃぶしゃぶ、ラーメンのほかに鯖の専門店、さらに日本酒バー。シンガポールでスタートした「ジャパン・フード・タウン」では、日本から出店した16店舗が質の高い、手ごろな価格の日本食を提供している。各店舗にできた行列を見て、「ほっとしました」と吉川さんは胸をなでおろした。この日を迎えるまで、準備に3年の歳月をかけた。「日本の飲食店は、味もサービスも間違いなく世界一。世界でも受け入れられることは間違いないですが、これまでは海外で出店しても赤字で撤退す

るケースがとて多かったです。日本の飲食店が単独で出店し、経営を続けるには職人の確保や日本と同じ食材の調達、ビザ取得の厳しさなど様々な課題がある。結局はオーナーが現地住民に変わり、「現地化」された日本食を出す店も数多く見られる。

この現状を打破しようと、日本外食ベンチャー海外展開推進協会は、ブランディングやPR、物流システムや資金供給など様々な問題を解決して環境を整え、日本食コンテンツ、日本食材の海外展開の足場を提供している。「単に美味しい、サービスが良いだけでは売れません。スケールメリットをいかしつつ、コスト、立地、PR力でしっかり伝えていく足場となる環境が、海外では必要です。それがあれば現地企業との差別化ができ、日本企業でも勝てる可能性があります」。もともと飲食店企業を営んでいた吉川さんが、海外出店の背景にある問題を考えたとき、官民一体となって取り組むべき事業だと考えた。そこで経済産業省にプレゼンし、クールジャパン機構から7億円の出資を得て2013年に協会を立ち上げた。「店舗が集まれば、沖縄の物流ハブを活用して日本からコンテナで食材をまとめて送ることでコストを下げられます。最初は全く相手にされず時間がかかりました



が、SNSなどネットメディアの充実や経産省と組んだ信用が追い風となり、興味を持つ企業が増えてきました」。現在は約60企業が協会の会員に登録しており、前向きに検討する企業も増えている。

借金10億から次の一手

もともと学生時代から起業を考えていた吉川さんが、当時の経験が今に生きていくという。「ポート部に所属していたのですが、私が副主将になってからは体育会独特の古い体質を見直したり、優秀な選手をスカウトするなど部の強化に力を注ぎました。これもまさにマネジメントの経験ですね」。起業を志し、卒業後は京都の信用金庫に2年間勤務。融資を担当する仕事で、資金調達などの知識を得た。その後コンサルティング会社に転職した時に、外食産業と出会う。さらにベンチャー企業の支援会社で飲食店の出店サポートと多店舗展開する企業のコンサルティングなどを手がけた後、26歳



で独立。東京都内で居酒屋を展開する企業を立ち上げた。念願の起業を果たしたが、ここで思わぬ壁にぶつかった。手広く展開した結果、赤字の店舗を抱えて10億円もの借金を背負うことになったのだ。「その時はさすがに途方に暮れましたね。でも銀行での勤務経験から、逃げなければ解決できる。1年に1億円ずつ返済したら、10年で返せると思ったんです」。店舗を整理しながら「借金を返すだけの人生はつまらない」と思い、次の展開も模索した。「海外でとても日本食と言えないような料理を見て、日本食のすばらしさが伝わっていないことが悔しくて。だったら本物を広めようと思い、協会を立ち上げました」。現在は借金も完済して外食企業も売却し、この事業だけに力を注いでいる。「見極めを誤ったり苦勞もりましたが、経験や人脈こそが、本当の資産なのだと学びました」。

世界が求める“本物の日本食”

政府観光局によると、昨年の訪日外国人観光客数は前年比約47%増の1973万7,400人で、3年連続で過去最高を更新。訪日ブームは加熱する一方で、政府は2020年の目標数を年間4,000万人と

している。吉川さんは、「日本食の輸出には、またとない絶好の時期」と言う。「日本で本当に美味しい日本食を楽しんだ観光客たちは、帰国しても本物の日本の味を求めています。これまでは現地に合わせた日本食がうけていましたが、これからは“本物”だけが売れる時代になります」。

日本食は“おいしい”に加え、“健康”をキーワードに海外でさらに注目が高まり、ビジネスとして広がるとみられている。吉川さんはシンガポールの「ジャパン・フード・タウン」を成功させ、日本の食文化と食材を欧米にも広げていくつもりだ。その先の目標を聞くと、意外な答えが返ってきた。「日本は年間1,700万トンもの食材を廃棄していると言われていました。それらを日本の冷凍や輸送技術を活用し、貧困国に送る事業を50歳までには始めたいですね」。吉

川さんがその事業に着手する時、“クールジャパン”は、単にカッコいいだけではない、そんな評価を世界から受けそうだ。



一般社団法人 日本外食ベンチャー海外展開推進協会 代表理事
吉川誠人さん（'01法）

「協会では立命館大学出身の校友も働いています。グローバルな感覚を身につけた立命館の学生たちと出会いたいですね」

全国初・立命館大学が食科学部を構想中

立命館大学では、「食」に関わる人や社会の営み全体を俯瞰して学ぶ「食科学部」の新設に向けて準備を進めています。具体的には、以下の3つの領域を総合的に「食科学」として学び、高度なマネジメント能力と実践的な行動力を身につけます。

- ①食の供給・消費の仕組みや地域の役割を学ぶ
フードマネジメント領域
- ②食の多様性や広がりや奥深さを学ぶ
フードカルチャー領域
- ③食の身体と認知・行動に関わるメカニズムを学ぶ
フードテクノロジー領域

- 学部名称：食科学部
- 入学定員：320名
- 開設年度：2018年度（平成30年度）を目指す
- 設置場所：びわこ・くさつキャンパス

