

ISSN 2227-4251

KANAN 和商雑誌
MONTHLY

中国日企業務員誌全国版

HKM

日商快訊

香港中国の日系企業の今を伝える月刊ビジネス誌

中国外食市場レポート集

悪戦苦闘「日系飲食チェーン」「カツカレー」

香港上陸 チップ1000元!中国人の「面子」

中国人富裕層にウケる秘訣 etc.

人材紹介会社

活用術-Part.2-

「社名掲載&一斉アンケート」で徹底分析

2012

07

No.110

5月5日、銅鑼灣にオープンした「ゴーゴーカレー」は、店内、コナカツ仕立てのメニューを使い、提供、客、接客の仕方で話題



香港ビジネス新潮流 vol.8

日本の国民食、は受け入れられるか カツカレーで香港人の食に挑む!

HK-KANAN TOPICS
香港

香港人にとってもカレーは身近な存在。茶餐廳に行けば必ずカレーのメニューを見つけることができるし、アジア各国のレストランも多い。そんななか、日本のカレーチェーンが新規進出。果たして日本カレーに商機はあるのだろうか。 Compass 木嶋千鶴 + 田中

香港のカレー人気は

香港のカレーの多くはマレーカレーやタイカレー、インドカレーにルーツを持ち、コナカツ仕立ての見た目も味もまるやかなカレーだ。そんななか、最近新しいカレーに注目が集まっている。それは日本のカレー。テレビの料理番組で日本のカレーの作り方が紹介され、家庭で料理をあまりしない香港で、自分でカレーを作るといふ人が出てきたという。

香港で日本のカレーといえば、銅鑼灣に店舗がある「Japanese Curry Bee」が知られているが、カレーをメニューに掲げるその他のレストランでは、カレーは主役ではなく、麺とのセットメニューで選択できるものというところが多い。

豚カツ、ラーメンと、香港進出が相次ぐ日本の外食産業。そしてカレーは、一昨年に最大手カレーチェーンの「COCO 吉野屋」が進出し、すでに3店舗を展開。そして今年5月5日には、最近日本でも注目を集めている「ゴーゴーカレー」が銅鑼灣にオープンした。

同店のカレーは、ステン

レス皿に先割れスプーン、ライス全体に盛られた濃厚で色の濃いルー、その上に載せられたカツ、付け合せは千切りキャベツという「金沢カレー」がルーツ。日本ではB級グルメのご当地カレーとして知られており、プロ野球の松井秀喜選手（石川県出身）が学生時代によく食べていたという話も、このカレーを有名にするのに一役買った。

ゴーゴーカレーは2004年に1号店を東京・新宿でオープン。「金沢カレーブームの火付け役」を標榜するとともに徐々に店舗数を増やし、現在では国内42店舗、国外4か国7店舗にまで広がっている。

進出を機に香港移住

海外1号店はニューヨーク。「日本のカツカレーを世界に広めたい」という思いで海外進出した社長の宮森和氏は、ニューヨークで礎を築いた後、ブラジルやシンガポールでフランチャイズ店を増やしてきた。そして、香港を「よく食べるところ」にでも人がいる。

「食材の宝庫」と捉え、この地でも勝負をかけることにしたのである。

香港1号店はフランチャイズではなく直営店。しかも、この香港進出を機に宮森社長は、自身の拠点を日本から香港に移したという。「世界各地に出かけるのは、すべてここ香港から。今後のアジア展開の中心地として、また資金調達の間などを考えた際のことです。将来的には本社を香港に移転させ、外から日本を元気づけようということまで視野に入れています」

と宮森社長は言う。そこまで香港に魅了された宮森氏だったが、香港で



スーパーには日本メーカーのカレールーが並び、日本のカレーが身近になってきた証

引越は日通

日通の海外引越「ハートライナー」

梱包、通関、日本ご自宅へのお届けまで、すべて日通にお任せ下さい。

日本人アドバイザーが、ご帰国に関わるすべてをサポートいたします。

引越用車両にGPS・ドア開閉センサーを搭載!

大切なお荷物をさらに安全且つ
確実にお取扱致します!!

ペット、高級家具、楽器なども
安心してお預けください。



海外引越は
何でも日通に
おまかせ!

日通ネットライン (無料)

020-3878-1551 (内線317)
yano@nittsu.com.hk



珠江デルタエリアを
すべてサポートいたします



南寧・成都・重慶からのお引越、
全中国国内へのお引越も承ります。

日通
香港南日通グループ

華南日通國際物流有限公司 引越センター
広州市天河区体育東路金利來大廈 2105室
TEL: 020-3878-1551 矢野・菊子
香港日通有限公司 引越支店
香港新界荃灣橋邊街180-200号
遠力貨櫃中心6字樓
TEL: +852-2408-1111 渡川・千鳥
removal@nittsu.com.hk



看板メニューのビーフカツカレー。注文を受け付けている間は、常にサクサク揚げられている。



社長・宮森氏を囲んだメンバーたち。ユニクロで発売されたコラボTシャツをユニフォームに採用した。

実際に1号店をオープンさせるにあたっては、いくつもの困難を前に決断を迫られることになったという。「会社の設立など日本と比べてはるかにシンプルな香港では、店の設営についてもスムーズに事が運ぶだろうと考えていました。しかし家賃が高く、キッチン、面積などを含めた細かい規定も多い。それと同時に多

店舗展開の必要性も出てくるなど、思っていたほど簡単には進みませんでした」
B級グルメの価格帯
以前、このシリーズでお伝えしたが、香港人の間でも人気の日本のラーメンは、香港では種類ではなく日本料理の一つとして受け入れられている。そのため、高い価格設定でも多くの客

が店に足を運んでくれる。それと同じことがカレーにも起こるだろうか。
「ゴーゴーカレーの香港での価格設定は、日本とほぼ同等の価格帯。通常のローコストカレーが70〜75ドル、大盛りが85ドル、95ドル。茶餐廳ならカレーは50ドル以下で食べられる。香港の人たちにゴーゴーカレーの付加価値を感じさせることが、勝負の分かれ目になってくる。」

宮森社長は、日本のようにB級グルメとして定着を狙っていると、この価格帯でB級グルメとして受けとめてもらえるだろうか。それは今後の展開方法いかんによってくる。
「日本でもそうですが、店名にもある5(ゴー)のつく日をプロモーションの日と設定し、価格を下げる形ではなく、トッピング券を提供するなどして、リビータを作っています」と宮森社長は言う。もともと割引券などのお得感が好きな香港人にも合うプロモーション方法だろう。「コカツカレー」という日本語をそのまま世界で定着させることが私の夢」と語る宮森社長。もともとインド発祥のカレーが日本の食文化を通して改良され発展し、世界に広がっていく。そこに付加価値を感じてもらえるようにすることが、日本の外食産業の海外展開成功への道につながっているといえる。