

一緒に夢を…追いかけてませんか!?

CEOからのメッセージ

第4回 ライバルは、寿司屋やラーメン屋ではない



ジョージア州サバンナに5店舗、サウスカロライナ州チャールストンに2店舗。日本人や日系企業が比較的小さいアメリカ南部で、大成功し、急成長を続けている日本食レストランチェーンがある。「Seasons of Japan」だ。1日の顧客数1店舗あたり700～1500人。その99%はアメリカ人。2012年には、カリフォルニアとフロリダにも進出し、全10店舗以上に広げるプロジェクトが組まれている。そんな勢いと魅力にあふれた「Seasons of Japan」の成功の秘密は、どこにあるのだろうか？

カリフォルニアやニューヨークのように、在米日本人や日系企業が多く集まる地域であれば、「味」や「日本食」という看板だけでも、ビジネスは十分に成り立つかも知れない。しかし、それ以外の地域では、様々な工夫と一層の努力が必要になる。

Seasons of Japanの平田敏之CEOは、「アメリカに日本食は定着した」という説には懐疑的だ。「カリフォルニアやニューヨークの一部の地域ではそうかも知れませんが、それ以外の地域で美味しい日本食を食べようと思っても、まだ難しい。ロサンゼルスやマンハッタンのような大都市の有名店でさえ、3～4年経つてブームが去ったらつぶれてしまう所も多いと聞きます」

平田氏は、Seasons of Japanの出店拡大計画を進めるため、ロサンゼルス近辺を頻りに訪れて視察している。様々な日本食レストランにも客として訪れ、観察しているが、そこで気づいたこ

とがあるという。「カリフォルニアで出会う飲食店経営者のほとんどが、『最近の日本人は舌が肥えている。今からこちらに進出してきても難しいぞ』と言うんです。『以前は駐在などの日本人が沢山いてお店が大繁盛していた』というような、昔話ばかりする人もいます」

いずれも、「日本人しか相手にしていない日本食レストラン」だから出てくる、内向きな発想だと言えるかも知れない。

しかし、Seasons of Japanが狙っているのは、こうした既存の寿司屋やラーメン屋のような店づくりではない。低価格のアジア風ファストフード・チェーン店が目標でもない。ライバルになるのは、アメリカ人のアッパーミドル層を対象にして成功している店だ。イメージするのは、「たとえば、カジュアルなベーカリー・カフェ『Panera Bread』(パネラ・ブレッド)のような雰囲気づくりとチェーン展開です」と平田氏は言う。

「アメリカ人を相手に本物の日本食で勝負して実績を出しているSeasons of Japanには、全米でもっと大きくなる潜在力があります。ハイエンドなファストフードとしてうまく展開していけば、Seasons of Japanはアメリカの文化の一つになると信じています」

レストランの全米展開と並行して、ソースや冷凍食品なども開発中というから楽しみです。



Seasons of Japan
ジョージア州サバンナに5店舗、サウスカロライナ州チャールストンに2店舗。現在年商1200万ドル。新鮮な食材を素早く美味しく提供する、ハイエンドなファストフード店。アメリカ人の好みに合わせたオリジナルメニューが豊富。ドライブスルー方式も採用。きめ細かいサービスが人気。CEOの平田敏之氏は、神戸市出身。1995年にプロゴルファーとして渡米。USゴルフチャンネルの解説者を担当。99年に転身、レストラン経営に乗り出す。

急成長中の日本食
レストランチェーン
2012年、カリフォルニアと
フロリダに進出決定!

全米展開に向けて投資家&フランチャイジー大募集!!

ご興味のある方は
ご連絡ください

TEL: 912-349-6661 / 912-658-8825 (Hiroimiまで)

www.seasonsofjapan.com E-mail: franchise@seasonsofjapan.com