

市内飲食業の海外展開が活発

直営店足掛かりにFC展開へ

市内の中小飲食店の海外事業が活発だ。アジアの富裕層を中心に日本食がブームとなっており、現地法人の設立や直営店のオープンで足掛かりに、フランチャイズ（FC）展開を積極化。比較的資本力のある異業種からFC加盟の問い合わせが相次ぎ、複数店舗の運営を視野に入れた交渉が多いという。また、市内のIT関連企業が現地で飲食業に参入したり、コンサルティング会社が業者紹介サービスを強化する動きもある。

ウイズリンク（安佐南区伴南、江口歳春社長）は2012年11月、ラーメン店「ばり嗎」をシンガポールに初出店した。スープは日本から供給し、食材は現地で調達。滞在時間の長い現地の客に合わせてサイドメニューを充実させており、多くの料理が食べられると好評で、客足を伸ばしている。初年度年商は9000万円を見込む。1号店の好調を受け、13年12月3日に同国の直営2号店をオープンする。14年3月には海外初のFC店をマレーシアの首都クアラルンプールに予定。現在も海外の数社とFC加盟の交渉を進めている。

マレーシアでは今後3年で7店舗を計画。海外加盟店の開拓に向けて現地企業と提携し、3年後に海外全体でFC20店まで増やす。また、豚骨スープなどが食べられないイスラム教徒が多いことから、鶏がらスープをベースにしたハラールフード中心のラーメン業態も構想している。