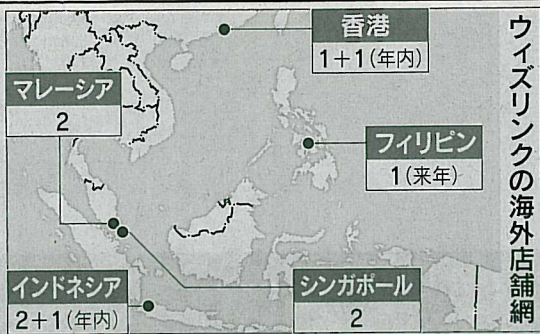


# 東南アで店舗展開加速

## ラーメン店のウイズリンク

中国地方を地盤にラーメン店「ばり馬」「とりの助」などを手掛けるウイズリンク(広島市)は東南アジアを中心に海外展開を加速する。年内にインドネシアや香港で店舗を増やすほか、来年中にはフィリピンにも進出する。2020年までに海外店舗網を現在の約3倍の20店舗程度まで増やしたい考えで、国内外で出店を進めて経営基盤を強化する。



ウイズリンクの海外店舗網



既にシンガポールでは直営店を展開(シンガポールの「ばり馬」)

### インドネシアなど 20年までに20店に

年内にインドネシア・ジャカルタで「ばり馬」の3号店を開く。現地企業とフランチャイズチェーン(F.C)契約を結び、運営してもらう方式で、ウイズリンクはF.Cの本部として手数料収入などを得る。香港の2号店目もF.Cになる。

海外1、2号店のシンガポールでは直営方式での出店だったが、海外展開の知見をある程度得たと判断、今後の東南アジアでの店舗拡大はF.C方式で進める考えだ。シンガポールの直営店は「シンヨーケース」に位置づけ、F.Cパートナーの候補企業に視察してもらう場としても活用する。

「ばり馬」のスープは、とんこつしょうゆ味で、ギョーザなどのサイドメ

ニューもそろえる。ジャカルタでは日本人や中華系のほか、戒律にそれほど厳格ではないイスラム教徒も来店するという。一方で現地の多様な食文化に合わせて、豚を材料にした業態も開発中だ。店舗ごとに製麺機を備え、麺の風味を高めているのも特徴。製麺機の店舗導入はシンガポールで先行し、その後国内に広げた。国内では現在約60の店舗網を20年までに100店舗程度に引き上げたい考え。郊外ロードサイドに20台程度の駐車場を備えた店舗で、国内もF.C方式が主力だ。9月には初めて商業施設内フードコートに出店した。チェーン本部としてのウイズリンクグループの15年4月期の売上高は約20億円。立地の幅を広げつつ、店舗網を充実させて収益拡大を目指す。外食各社は少子高齢化で国内市場の縮小が避けられないなか、海外展開を加速している。9月中旬に日本貿易振興機構(ジェトロ)が広島市内で香港・台湾企業を招いて開いた商談会には地元企業約10社が出席した。ウイズリンクの担当者も

「F.C相手の候補を探したい」と参加した。