

中国・吉林省進出日系企業レポート 「東京都カフェ」富岡雅人総経理インタビュー

長春に住んでいると本当に日本の食の豊かさを感じます。日本に居ながらにして世界各国の料理が食べられる。例えば、お手軽なところで、専門店でなくてもカフェに行けば、結構本格的なヨーロッパ、アメリカ、東南アジア料理が食べられる。

今回は長春にある、日本でもよく見かけることのできるようなカフェ、「東京都カフェ」の総経理から話を伺ってきました。

最近の日中関係の冷え込み以前から、中国での生産にはリスクの高さなどから撤退の話などもよく聞き、生産地としてよりも市場としての魅力を語られることが多かったのですが、関係悪化の影響から日本食レストランへも客足が減ったなどといった話も聞こえてきます。正に今回の日中問題の火種となった名前を冠する東京都カフェにもどんな影響があったのか、その辺りも含めインタビューしました。

○東京都カフェ

2008年8月、長春市にて1号店をオープン。2012年3月には同じく長春市内に2号店をオープンさせた。従業員は2店舗併せて富岡総経理を含む16名。



○まずは事業内容、お店の様子を教えてください

長春市内にカフェを2店舗経営しています。どちらの店舗もメニューとしては飲み物4割、食べ物6割といったところで、食べ物も軽食だけではなくパスタやカレー、ご飯ものといった食事もしっかり提供しています。

○どういったきっかけで始められたのですか？

私は元々日本でサラリーマンをしていたのですが、そこで今の妻と出会い結婚しました。元々独立願望があったのですが、この妻というのが実は中国人でして、その結婚を機に二人ともその会社を辞め、中国で何かしようと妻の実家のあったこの長春来た訳です。

私は以前、スターバックス、ドトールで働いてきた経験があり、ある程度カフェ経営に対しては知識があったので、それを活かす意味でこの業種を選びました。また妻は料理が上手かったという点もありますね。メニューの開発はもっぱら妻の仕事です。

○中国の方の味の好みはどうでしょう？私のこちらのお店の感想としては、日本で食べる美味しいパスタと変わらぬ味だなと感じましたが、それで中国の方にも合うものでしょうか。

率直に言って、日本人の味の好みと同じではないです。例えば今日もですが、日本人を含め欧米人等外国人の客に対しては、パスタの麺を硬めにします。中国人は柔らかめの麺が好きですからね。またメニューを見てもらうと分かりますが、トマト系の味をととても多くしています。特に東北の人はトマトが大好きなんです。あと、中国人は商品数が多い店を好みます。無駄にメニューを増やしているところはありますね(笑)

また、中国人はそんなにチーズの味に慣れていません。うちのカルボナーラを食べてもらうと分かりますが、正式なカルボナーラではありません。チーズを少なめにした、クリームパスタに近いですね。他に、ブルーチーズのパスタがありますが、これは完全に外国人向けメニューです。中国人で注文されるお客様がおられた場合、最初に断りを入れます。ですので日本人の好みと完全に一致するものではないので、所々東北人好みに味を変えています。

○材料はすべて中国国内のものですか？

基本的にはすべて中国国内で手に入るものです。ただ輸入品 7 割、中国産のもの 3 割と行ったところでしょうか。

日本のものはあまり使わないようにしています。今もそうですが、政情によって輸入できなくなることがあります。以前にもそういった状況がありましたし、リスクを避ける意味でそうしています。

○今回の日中関係悪化で何か影響はありましたか？

売り上げという面に関しては特に影響はありませんでした。実際、うちのお客様の大半は中国人ですが、変わらず来て頂いていますね。

理由としては、売上の大半が常連客によるもの、また、その常連客と良い関係を築けているということに尽きます。まず、どこのお店でもそうなのですが、中国人の常連客というのは、少なくとも週に一度は来てくれます。日本よりも気に入った店への愛着度が高い傾向にあります。また、最近は良くなってきてはいますが中国にはサービスという概念があまり有りません。中国で食事をしたことがあれば大体分かると思いますが、料理を運ぶフロア担当の人間は本当に運ぶだけ。何の愛想もなく料理名も言わず機械的に料理を出します。うちでは、愛想をよくしたり、お客様と雑談をしたり日本では当たりのサービスを

徹底させています。中国人もこういったサービスに対して好感を抱いてくれているので、今回のような日中間の問題があっても、その蓄積のおかげか、常連のお客様の客足が遠のくということはありませんでした。

ただ、店の名前のせいで、店にゴミを投げつけられたり、ネット上で中傷されたりといったことはありました。ですので、今現在、東京都という名称を使っていることで大きなメリットがないので、名称を変更しようと考えているところです。

○富岡さんはまず日本で起業したのではなく中国で起業されましたが、その理由と中国の魅力を聞かせてください？

中国で起業した理由は、妻の伝手があったということと、私にとって1つの中国の大きな魅力を感じたことによります。

よく中国の魅力で、市場が大きい、人件費が安いということが語られます。私の業種に限って言えば、これは当てはまらないんです。

市場という面で言えば、確かに1つ100円のものを買ってくれるお客様は13億人います。でも1回の食事に1000円使ってくれるお客様はそんなにいないんです。日本の方が多くらいだと思います。

次に人件費ですが、機械的に作業をこなしていく工場なんかであれば、安く上がると思いますが、サービス業となると違います。お客様に対して、質の高いサービス、商品を提供するのに、日本では1人で済むところが、ここでは3人必要になります。お客様に満足していただく、また来ていただく、品質を一定に保つためには、日本の飲食業と比べると労働者の意識が低いので人数が必要になります。意識が初めから高い人間は少数ですし、そういう人は人の下で働こうとは思いません。なので、1人当たりは安い人件費も、日本の3倍の数が必要となるので日本と大きく変わらないものになります。

では、何故長春で起業したかということですが、一言で言うと時代を先取りできるということです。まだまだ遅れている地域なので、何をすれば当たる、儲かるという事や、流行、人々の意識の変化が予測しやすいんです。

○今後のお店や事業の展開についてはどう考えておられますか？

現在のお店をさらに増やすというのは考えていません。これ以上店の数を増やしても、今のサービス水準を保っていけないと考えるからです。カッコいいセリフを言わせて頂くと、私は金儲けがしたいんじゃなくて、自分が楽しいことをやりたいだけなんです。お客様の満足が今の私にとって楽しいことなんですよね。

ただ、お金儲けも大事ですし、今はカフェ以外の別の業種の飲食店を新たに出すことを考えています。こっちは成功すればチェーン化を進めたいなど。

○中国で起業しようという方にアドバイスがあればお願いします。

日本で100の努力で100返ってくるとすれば、中国では50の努力で100返ってきます。まだ遅れているという部分で、労力に対するリターンが大きいんですね。

ただ、そのまま日本から持ってきてても駄目です。現地流にアレンジしなければいけません。例えば中国ではケンタッキーの方がマクドナルドよりも人気です。マクドナルドはメニューの大半が日本を始めとする各国とほぼ同じなのに対して、ケンタッキーはメニューにお粥があったりと、大分中国化しています。私の店もカルボナーラの味をクリームパスタに近いものに変えつつも、日本人にも満足してもらえるような味にしているつもりです。

今日本にあるものを少しの工夫で、少しの努力をすれば結構大きなリターンが返ってきます。チャンスはたくさん転がってます。



取材者：鳥取県文化観光局交流推進課 田村章浩

取材日：2012年10月6日