



シンガポールで連日行列の本場讃岐うどん店「たも屋」、 (株) ベーシック子会社との協働でアジア 4 ケ国に進出！ 各国有力パートナーと 2 年間で FC 店 70 店舗への展開を目指す

本場香川の讃岐うどん専門店「たも屋」は、うどん県と称されるほどにうどんが食される四国香川県の中でもトップクラスの人気を誇るうどん店です。TV 番組の企画では、麺・つゆへのこだわりとお客様へのおもてなしの心で「うどん職人選手権香川県代表」に選出されています。

この度、「たも屋」は株式会社ベーシック子会社 Japan Food Culture Pte Ltd.との協働で、インドネシア、ベトナム、台湾への FC 展開を決定。既に進出しているシンガポールを含め、アジア 4 ケ国への進出となります。各国有力パートナーと協働し、インドネシア 1 号店は 2015 年 8 月に、また、台湾 1 号店は 2015 年 9 月のオープンを予定。2 年以内で 70 店舗の展開を目指します。

讃岐うどんの本場、香川を中心に讃岐うどん専門店「たも屋」を 15 店舗展開する有限会社たも屋（本社：香川県 高松市 代表：黒川保）のアジア、北米地域におけるエリア本部である Japan Food Culture Pte Ltd.（本社：シンガポール 代表：古閑昭彦、以下 JFC）が、このたび、インドネシア・ベトナム・台湾の 3 カ国の現地パートナーとフランチャイズ契約を締結いたしました。

これにより既に進出しているシンガポールを含め、アジア 4 カ国へ進出することとなります。

今回フランチャイズ契約を締結した各国の現地パートナーは以下の 3 社となります。

- ・インドネシア：PT Tamoya Udon Indonesia
（本社：インドネシア 代表：フレディ・ハルトノ、以下 Tamoya Udon Indonesia）
- ・ベトナム：TAKAHIRO FOOD JSC
（本社：ベトナム 代表：スティーブン・ギ・リー、以下 TAKAHIRO FOOD）
- ・台湾：LiChen-Tamoya Food Co., Ltd.
（本社：台湾 代表：スティーブン ルー、以下 Lichen -Tamoya Food）

インドネシア 1 号店は 2015 年 8 月に、また、台湾 1 号店は 2015 年 9 月のオープンを予定しています。その後、ベトナムを含むアジア各国で 2016 年までの 70 店舗の展開を目指します。

●わずか 9 カ月でシンガポールに 3 店舗をオープン

讃岐うどんの本場香川で大人気のうどん専門店「たも屋」。

“海外の方にも本物の讃岐うどんを楽しんでもらいたい”という思いから、日本飲食 FC の海外進出を支援する JFC とエリアフランチャイズ契約を結んだのは 2012 年。

香川のうどん専門店の味へのこだわりと東京の IT 企業のマーケティング力の融合でアジアに打って出ました。

1 号店は 2012 年 3 月にシンガポールのショッピングモール「Liang court」内に开店。

初月から 100,000 シンガポールドルを超える好調な売り上げを得た後、7 月には早くも同国 2 号店、そして 12 月には 3 号店を开店しました。

【本件に関するお問い合わせ先】

ベーシックグループ 総合広報：松岡

TEL：03-3221-0311 / Email：pr@basicinc.jp

●アジア各国進出におけるこだわり

たも屋の自慢はなんと言っても本場讃岐のコシと出汁、それからバラエティー豊かな天ぷら。

たも屋ではその日の気温や湿度によって、うどんの素となる小麦粉の調合を変え、出汁は製法にこだわり抜いています。

シンガポールの店舗では毎日 1,000 人を超えるローカルのお客様が、本場と変わらぬコシのうどんに舌鼓を打ち、こだわりの出汁をおいしそうに飲み干す光景を目にします。

今後展開するインドネシア、ベトナム、台湾でもシンガポール同様に日本と同じ麺と出汁を提供し、各国のお客様に本場讃岐うどんの味を楽しんで頂きます。

また、うどんに加えて季節ごとに内容が変わる天ぷらも目玉。

この讃岐うどんのもう一つの魅力である天ぷらのセルフサービスも、シンガポール同様にアジア各国でお客様に楽しんで頂けることを期待しています。

●Web マーケティング事業と飲食 FC の異色な組み合わせが生み出す相乗効果

JFC は、株式会社ベーシックの子会社として「本場においしい日本食を、世界中の人びとへ」という想いから、シンガポールで設立された会社です。

本事業のベースとなるのが、株式会社ベーシックが 10 年に亘り運営する、日本最大級の FC マッチングサイト「フランチャイズ比較ネット」です。

同事業で培ったフランチャイズ本部と加盟者のマッチング力を活かし、日本国内 FC が国境を越えた事業展開を可能にすることを事業目標にしています。

優れた事業モデルを持ちながらも海外で展開するノウハウ、人的リソースがなく海外進出をためらわざるを得ない国内 FC 本部、ヒトモノカネを持ち、日本飲食事業に関心がありながら、接触・交渉するチャネルが無く事業展開に至らない各国事業者。

JFC はそんな日本と海外の事業者をを通じて結び付ける存在でありたいと考えています。

さらに海外進出において重要な要素として、インターネット、スマートフォンを活用した Web マーケティングがあります。

親会社である株式会社ベーシックでは、Web マーケティングに関する豊富なノウハウをもっています。

そのことからたも屋シンガポールのフェイスブックページでは、1 年で 36,000 ものファンを集めました。

また、同ページのレビューの数は約 1,000 件にのぼります。

国内で愛されるたも屋の讃岐うどんと、JFC の得意とする海外進出サポート力・Web マーケティング力で、インドネシア・台湾・ベトナムでもより多くの人にたも屋の認知を図り、世界に誇る日本食を味わってもらうことを期待しています。

【参考資料】

リャンコートモール店（2013 年 2 月）



【本件に関するお問い合わせ先】

ベーシックグループ 総合広報：松岡

TEL：03-3221-0311 / Email：pr@basicinc.jp

チャイナタウンポイント店（2013年7月）



【関連情報】

◆Japan Food Culture Pte Ltd.について

代表者:古閑昭彦

本社:137 Telok Ayer Street #05-07, SINGAPORE 068906

設立:2012年7月

資本金:SGD 650,000

お問い合わせ: info@japanfoodculture.com

○コーポレートサイト: <http://japanfoodculture.com/>

○ブランドページ: <http://tamoya.com.sg/>

○Facebook ページ: <https://www.facebook.com/tamoya.sg>

◆有限会社たも屋について

代表者:黒川保

本社: 〒761-0101 香川県高松市春日町 1408-4

設立: 平成 14 年 1 月

資本金:1000 万円

○コーポレートサイト: <http://www.tamoya.com/corporate/index.html>

○Facebook ページ: <https://www.facebook.com/tamoya36>

【会社概要：株式会社ベーシック】

URL: <http://www.basicinc.jp/>

（代表者）秋山 勝 / （本社）東京都千代田区一番町 17-6 一番町 MS ビル 1F

（設立）2004 年 3 月 / （資本金）3 億 1,060 万円 / （従業員数）85 名

（事業内容）比較メディア開発・運営 / フランチャイズ支援 / Web マーケティング・SEO 施策支援
スマートフォンアプリ開発 / スマートフォンアクセサリ企画販売

【本件に関するお問い合わせ先】

ベーシックグループ 総合広報：松岡

TEL：03-3221-0311 / Email：pr@basicinc.jp