



# 「おもてなし」「品質」「安全・安心」を兼ね備えた日本発の食文化の価値を、世界の人々へ

1991年の台湾初出店を皮切りに、モスグループは積極的に海外事業を展開し、現在ではアジアを中心に8つの国と地域で336店を出店しています。海外のモスバーガーも日本と変わらないおいしさやおもてなしを追求することで、現地のお客さまから好評をいただいています。そうした中、

モスは新たな中期経営計画においても「海外モスバーガー事業の拡大」を今後の成長エンジンとして位置づけています。中でもシンガポールは初出店から23年が経過し、店舗数、売上高ともに安定して成長を続けている国の一つです。

## Close Up

# シンガポールへ、「幸せ」を

アジアの中核拠点へ——

シンガポールでのモスバーガー事業の可能性



シンガポール限定

チキン竜田揚げバーガー



### 初出店から23年。現地の方から愛されるお店づくりを実現

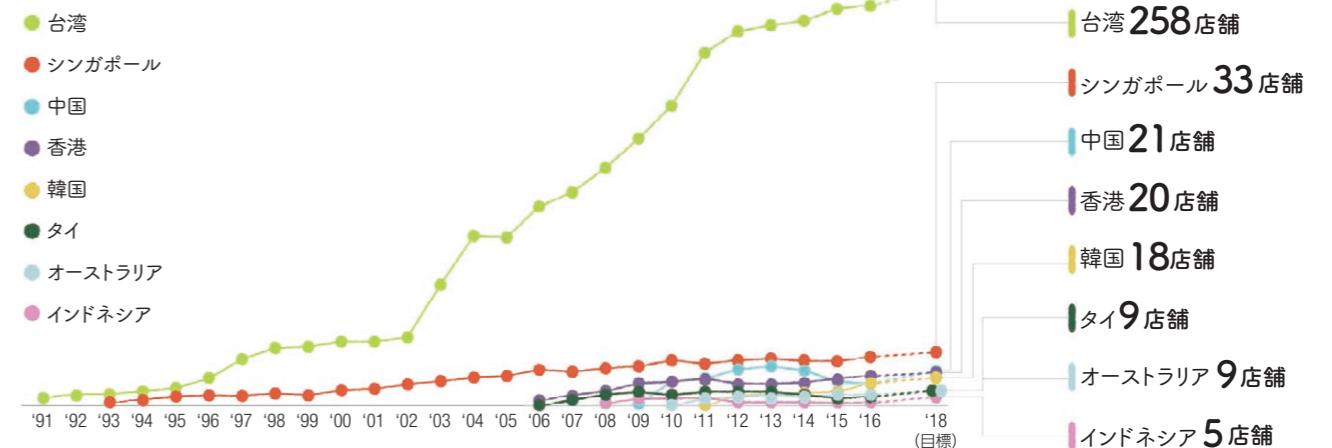
台湾初出店から約1年後の1992年4月、モスはシンガポールに合併会社「モスフード・シンガポール社」を設立。翌年にはオーチャードロードの伊勢丹内に1号店となる「イセタンスコッツ店」をオープンしました。以来、ショッピングセンターを中心に出店を続け、現在では同国で29店舗を数えるまでに成長しています。

商品は、多民族国家ゆえのさまざまな食習慣に注意を払いながらも、日本風の味付けを大切にしています。また、ネーミングも日本のブランドであることをアピールしており、特に「テリヤキチキンバーガー」が人気を集めています。接客も日本と同様おもてなしの心を大切にしています。



初出店から23年、当時は子供だったお客さまもいまでは大人になり、家族連れでお越しいただけるようになりました。お昼休みには、女性のオフィスワーカーや学生の方などさまざまなお客さまがご来店くださり、日本発のハンバーガーショップであることの信頼感や、「モスは安全・安心」というイメージも定着してきています。

海外のモスバーガー店舗数の推移



### シンガポールでの現地化の成功例を、他の国・地域へ

モスフード・シンガポール社のメンバーは社員もキャストも、ほとんどが現地採用のため、教育には特に力を入れています。また、同社は海外法人としての歴史が長く、実績があるため、香港、韓国などから研修を受けにきたり、他国で新規店舗がオープンする際にはスタッフを派遣しています。

このシンガポールにおける現地化の成功例を、今後はさまざまな国・地域の手本としていく考えです。



### Voice 現地法人社長から

モスのおいしさとおもてなしはシンガポールでも受け入れられています。

設立時に「会計システムを立ち上げてほしい」とのオファーがあり、私も新会社設立に携わりたく入社しました。それからコストの試算やオペレーションのフォローなどを20年ほど経験し、2015年に社長に就任しました。モスの「食を通じて人を幸せにすること」という経営ビジョンには大変共感しています。他にはないユニークでおいしい商品があり、品質管理も徹底されています。また、ホスピタリティあふれる接客も、シンガポールの皆さまに受け入れられています。今後は、新業態店舗の出店も検討していきます。

モスフード・シンガポール社  
Managing Director (社長)  
Ng Kok Siah (コク・シア)



### Voice 現地駐在員から

現地キャストの笑顔の接客に確かな手応えを感じています。

現在、モスフード・シンガポール社で現地ディレクターとして、経営管理全般、店舗開発、営業、教育の他に、商品開発、販売促進、マーケティングなど、多岐にわたる業務を担っています。現地のキャストにモスの考え方をしっかりと伝えながら、コミュニケーションを密にして現地の方々に敬うことを大切にしています。日本と同様の接客レベルを目標にしていますが、キャストも笑顔でお客さまにご挨拶しているのを見るとモスの心が浸透してきたことを実感しています。今後はこの成功例を新規国開拓にも活かし、もっともっとモスバーガーを世界に広げていきたいと思っています。

モスフード・シンガポール社  
Director (取締役)  
村越 茂敏

