

連載「日本で活躍する台湾企業」

“happylemon”ブランドの世界展開で、台湾の新しい食文化を伝える ～雅茗天地集団海外戦略部総監林太一氏へのインタビューより

法政大学グローバル教養学部准教授 福岡賢昌
昭和女子大学現代ビジネス研究所研究員 根橋玲子

1. はじめに

2017年11月から開始した連載「日本で活躍する台湾企業」では、これまでIoT、電子機器、金融、PC業界¹を取り上げ、日本拠点のキーパーソンに対してインタビューを行ってきた。そして、そこで伺った内容を基盤としながら、台湾本社との関係性、日本市場における戦略、日本（地域）社会への貢献等について、筆者らは独自の視点から論じてきた。

さて、連載5回目の本稿では、これまでのような技術的な要素が強い業界ではなく、レストランチェーン業界を取り上げたい。なぜなら、この業界は食材に使用する原材料や調味料、そして食品加工用機械、包装機器、厨房機器や厨房製品等、関連企業も含めると、大変裾野が広く、あらゆる産業分野における日本企業と台湾企業の横断的な協業支援や、日台の消費者による食文化交流に至るまで、その影響力は極めて大きいからである。

本稿では台湾レストランチェーン業界の中でも、近年、グローバル展開を積極的に進めている台湾カフェレストランチェーンの雅茗天地（Yummy Town）集団を取り上げる。

雅茗天地集団は2014年に台湾で上場し、現在グループ全体でグローバルに約1000店舗の台湾茶カフェ、テイクアウト専門店、カレーレストラン、スペイン料理等飲食チェーン店を展開しているが、本稿では、その中でも特に特徴的なブランドの一つである happylemon ブランド（以下、happylemon）の立ち上げ経緯やその後のグローバ

ル展開、そして、今後の展開等について論じたい。

なお、雅茗天地集団は「台湾茶を世界の人々に好きになっていただきたい」というコンセプトで、台湾、中国、香港以外に日本、アメリカ、カナダ、イギリス、オーストラリア、韓国、フィリピン等に台湾茶ビジネスを展開している。中でも、happylemon は、2012年に China Best Licensed Brand を China Cain Operation Association から受賞、2013年～2015年には、The Best Shanghai Takeout Drink Brand を Shanghai Drink Industry Association から受賞、さらに、2016年には Taipei Food Ingredients Registration Platform から、2016 Registration Excellence Award を獲得しており、日本においても「日経ビジネス」（2012年7月16日号）に記事が掲載される等、現在、台湾の飲食業界において最も注目されているブランドであると言っても過言ではない。

そこで、筆者らは「彩茶房」²の日本での立ち上げや happylemon のグローバル展開（特に中国市場の拡大）において大きく尽力した雅茗天地海外戦略部総監である林太一氏（以下、林氏）に対して、2018年6月19日に、日本拠点の一つである「彩茶房 CASCADE HARAJUKU 店」にてインタビューを行った。本稿はそれらのインタビューと各種公開資料等から纏めたものである。

2. 雅茗天地集団について

雅茗天地集団は、1990年代に創業者である呉伯超氏（以下、呉氏）³が、夫人と共に香港で立ち上げた企業である。呉氏は香港で珍珠奶茶（タピオ

1 Advantech、デルタ電子、中國信託商業銀行、Acer のこと。

2 仙踪林ブランドの日本版の位置付けであり、原宿の他、調布市仙川、武蔵野市吉祥寺にもある。

表1 雅茗天地集団が展開するブランド

展開ブランド	開始年	コンセプト	ターゲット	主なメニュー
仙踪林	1994年	・台湾茶館 (ティーハウス) 森にいるようなリラックスした環境	・20-40歳 ・学生 ・OL	台湾茶ドリンク、台湾デザート、軽食、ギフト
happylemon	2006年	・高品質 ・健康志向 ・新鮮さ ・創造(クリエイティブ)	・20-35歳 ・学生 ・ホワイトカラー ・健康志向の若い女性	・レモンティー ・タピオカミルクティー ・岩塩チーズティー
The Spiceland 游香食樂 Curry Cafe	2015年	・日本の食材を使用した本格日本風カレー	・10代-40代 ・ファミリー層 ・OL	牛肉煮込みカレー、火鍋風煮込みカレー、野菜カレー、オムカレー等
Alma	2016年	・おしゃれな環境 ・美味しいワインとタパス ・本格スペイン料理	・20代-40代 ・2017、2018年連続上海ミシュラン・ビブグルマン掲載	タパス料理、ハモン・セラーノ、シーフードバエリア、オリジナルデザート
TeaOpal 茶閣里	2016年	・台湾高級茶館(手摘み茶) ・茶芸師が特別な茶器でお茶を作る	・20代-40代 ・ファッションに敏感な若者	金萱茶 蜜香紅茶 焙煎烏龍茶
喝嘛	2017年	・拘りの手作り黒砂糖タピオカ(防腐剤無添加)	・10-30歳 ・学生 ・健康に気にする消費者	・手作り黒砂糖タピオカミルクティー、 ・果肉入りオレンジ茶

カミルクティー) ブームを巻き起こし、一躍成功者となった。しかし、現地パートナーに恵まれず、撤退の憂き目に遭い⁴、呉夫妻は1996年、改めて上海の淮海路で会社を一からスタートさせた。現在、雅茗天地集団は主に6つのブランド、仙踪林(1994年)、happylemon(2006年)、游香食樂 Curry Cafe(2015年)、Alma(2016年)、茶閣里 TeaOpal(2016年)、喝嘛(2017年)(表1)を展開している。その中で最も古いブランドである仙踪林(Real Brew Tea)ブランド(以下、仙踪林)は、2000年代の中国消費市場の成長拡大と、かつて香港や台湾を席卷したタピオカミルクティーの

中国でのムーブメントに乗り、広く一般に受け入れられ、雅茗天地集団の名もまた、それに伴って中国全土に広く知れ渡ることとなった。そして、2014年には満を持して台湾証券取引所に上場。2018年現在のグループの社員数は1300人、売上高は20億台湾元(約73億円)である。

3. happylemon ブランド

(1) 概要

仙踪林は、先述したように2007年頃、中国でのタピオカミルクティーブームに乗って中国市場(主に華南地域)で確固たる地位を築くことに成功した。しかし、同時に、収益の重要な拠点であった上海地域の競争は激化しつつあり、雅茗天地集

3 呉伯超氏は空軍航空技術學院(空軍通信電子學校)を卒業し、台湾空軍の上尉を退職後、その退職金で香港にて豆花(台湾の豆腐スイーツ)やタピオカミルクティーのカフェを開業。仙踪林やhappylemonブランドを立ち上げ、中国フランチャイズ協会の幹部も務めた。

4 2015年1月16日付Next Digital News「《企業人》一杯茶 讓他賺進十五億身家」による。

団は、仙踪林ブランドの知名度やそれに伴う収益を華南地域で維持しつつ、仙踪林と競合しない華北、華東地域において、グループ全体の収益に寄与しうる新たな柱を摸索していた。そのような背景で新たに立ち上げたのが happylemon である。

happylemon は、Fresh、Real、Finest、Innovation、Quality という 5 つの原則を掲げており、特に「新鮮」、「創造」をコンセプトに東洋のお茶に西洋の概念を融合させた「新しいお茶カルチャー」の世界展開（東洋のスターバックス）を目指している。ターゲットは健康志向の若者（特に 20～35 歳の女性）である。

happylemon は 2006 年の香港と上海での出店を皮切りに、これまで広州（2007 年）、北京（2008 年）、蘇州、無錫（2009）等、中国国内を中心として出店してきた。中国以外ではフィリピン・マニラ（2010 年）、韓国・ソウル（2013 年）、米国・ニューヨーク（2014 年）、英国・ロンドン（2015 年）、カナダ・トロント（2016 年）等に進出している。2014 年には台湾・台北にも初出店した。2018 年現在、happylemon は中国国内においては、144 都市（800 店舗）、世界では 7 ヶ国 13 都市（70 店舗）で展開している。また、2018 年秋には日本に初出店する計画がある等、今後、更にグローバルに店舗数の拡大が期待されている。

（2）グローバルでの食品物流ノウハウと台湾の高品質農産物を使用した製品開発

先に表 1 で触れたが、happylemon の店舗では、その名の通り「レモン」を中心にした商品⁵が提供されている。雅茗天地集団は、飲食チェーン店をグローバルに管理運営するのみならず、1990 年代後半より香港で、台湾の高級茶葉を使用したカジュアルカフェを経営していた経験から、食品の輸出入や国際物流ノウハウを広く有している。そ

のため、台湾から高級茶葉や原材料等を始めとした高品質で低価格な食材も世界に輸出している。

例えば、中国を始めとした海外店舗で提供される茶葉は、台湾特産の高品質茶葉を使用しており、シンプルな手摘み茶のほか、ジャスミンと緑茶をブレンドしているお茶もある。レモン果汁も全て台湾製であり、契約農場からレモンを大量に買い取り、海外店舗向けに台湾から直接輸出を行っている。レモンについては、一年で一番品質が良いとされる時期（7 月～10 月）に絞った果汁を冷凍保存することで、世界の各店舗で提供されるレモン果汁の均質化を実現している。

なお、台湾ではレモンが多く栽培されているが、長期保存が難しい農産物であるため、一次産品としての輸出には限界がある。つまり、市場が限定されているため、様々な理由により販売できなかったレモンの廃棄問題等が起こっている。そのため、台湾でレモン栽培を行う農業経営者の生産・販売リスクは高い。そこで、雅茗天地集団はこの問題に着目し、自社で余剰農産物を確実に大量に買い取ることで単価を抑え、また、レモン栽培を行う農業経営者の生産・販売リスクを著しく軽減させることによって、双方に安定した収益をもたらすことを可能とするビジネスモデルを開発した。このビジネスモデルは（廃棄する可能性があった）農産物の有効利用という点において、その意義は極めて大きいと言える。

（3）マーケティング戦略

飲食ビジネスのグローバル展開においては、常に味のローカライズ化（カスタマイゼーション）についての課題が付きまとう。進出した国・地域の店舗で提供するメニューの味がそこで暮らす人たちの口に合うかどうかは、ビジネスの成否に大きく影響を与えるからである。とは言え、その地域の天気、気候、歴史、文化等を全て考慮し、極度にローカライズ化を進めると、高コストとなり、また、標準化すべきグローバルブランドにも負の影響を及

5 レモンシリーズ以外では、クラシックシリーズ、ミルクティーシリーズ、岩塩チーズクリームシリーズ、スムージーシリーズがある。

ぼす。そのため、企業は味について慎重な議論と決断が必要となる。実際、林氏によれば、happylemon もまた、北京に進出する際、社内でメニューの味を調整する必要性について徹底的に議論を行ったと言う⁶。その結果、happylemon では、店舗で提供するコア商品の味のローカライズ化は基本的に行わず（味のグローバル化・標準化を追求し）、砂糖やガムシロップの投入量を選択式にし、お客様に都度伺うことによって対応することとした。また、各国・地域毎に現地でのメニュー開発を行い、地域限定ローカルメニューを導入した。

なお、先述したように happylemon のターゲットは健康志向であり、流行に敏感かつ高品質を好む若者（特に 20～35 歳の女性）である。そのため、彼らが好む都市部のショッピングモールや鉄道周辺を中心とした人通りが多い場所に店舗を構えることが多い。しかし、出店にあたっては、happylemon から動くことは稀である。通常は、フランチャイズオーナーになりたい人に、まず手をあげてもらい、その後、集客が見込める立地を happylemon が詳細分析した上で最終決定している（このような経緯に至った背景については後述する）。

親しみのある複数（5つ）のキャラクター（Lemon Boy 等⁷）をパンフレット、リーフレット等の宣伝に活用したプロモーション戦略についても触れておく。なぜなら、キャラクターを活用したプロモーション戦略はどの業界においても、親しみやすさやブランド認知を目的として一定数見られるが、このような5つのキャラクターを活用したプロモーション戦略はレストランチェーン業界ではあまり見られないからである⁸。そのため happylemon のプロモーション戦略は非常に独

自性が強いと言える。5つのキャラクターは、それぞれ happylemon の活気、健康、可愛らしさという特徴をうまく表現しており、単独でキーホルダー、ペン、ぬいぐるみ等のグッズとしても販売されている。こうした戦略は happylemon の中長期的なブランドエクイティ（例えば、ブランド認知や想起等）を形成するだけでなく、happylemon を経験した顧客の口コミによって新たな顧客層の獲得も見込まれる。

（4）日本展開

先述したように、2018 年秋に happylemon を日本で初出店する計画がある。happylemon の経営形態は主にフランチャイズ形式であり、各国のフランチャイズオーナーの多くは華人である⁹。しかし、日本では他の国・地域と比べて華人経済が市場のマジョリティではない。そのため、日本への進出がこのタイミングになったと言う。

4. 林氏の経歴

（1）雅茗天地集団入社まで

林氏は台湾で生まれ、台湾で育った。台北の仙踪林でのアルバイト経験もある。国立高雄海洋科技大学で船舶技術を学んだ後、1999 年に来日した。その後、大阪の日本語専門学校で約 2 年間、日本語を集中的に学び、立命館大学に入学。飛び級制度を活用して 3 年間で卒業すると、そのまま立命館大学大学院に進み、修士号を取得した。大学院では主にフランチャイズ展開について研究し、飲食業の基礎を学んだ。林氏は、親族がレストラン経営者であることから、台湾でもアルバイトで中華料理の厨房に立っていた。そして、日本留学当初から、日本式の飲食サービスや調理等を学びたいという希望が強くあった。そのため、日本で留学していた時には、居酒屋や海鮮チェーン等で積極的にアルバイトの経験を積んだと言う。

9 特に台湾と中国を分けていない。

6 例えば、林氏によれば華南地域では甘いものを好み、華北地域では甘いものは苦手である。

7 Lemon Boy 以外のキャラクターは、Ms. Pudding, Drinkies, Cream Baby, Saga Army である。

8 飲食業界で複数のキャラクターを展開する例としては他にマクドナルドがある。

(2) 雅茗天地集団入社後

① 雅茗天地集団上海拠点での経験と北京での happylemon ブランドの立ち上げ

林氏は大学院で修士号を取得した後、2006年、既にカフェチェーン「仙踪林」を中国全土で展開していた雅茗天地集団に入社した。林氏は、まずは上海本社で「仙踪林」のマーケティングを学びながら、2年間、上海での happylemon の立ち上げを担当した。当時、仙踪林は、台湾のカフェレストランとして、グローバル展開に成功していたが、同社経営陣は、米国のカフェチェーンである「スターバックスコーヒー」に対抗出来るようなコンセプトのカフェレストランを開店させたいと考えていた。そこで林氏は、東洋発の「新しいお茶文化の創造」を目標とし、従来の米国系カフェ利用者のうち、先述した「新鮮」、「創造」というキーワードに敏感な20~35歳の健康志向の女性をターゲット層に据えた happylemon のメニュー開発に全力を注いだ。林氏は「女性や子供にも入りやすく、30歳ぐらいまでの若年層をターゲットにする場合、ブランド価値を保ちながら、一定の利益を生む客単価で提供できるメニューは何か。」また、「台湾から直輸入する原材料にもこだわりながら、徹底的にコストを削減するにはどうしたら良いか。」について考え抜いた。その後、市場調査を徹底的に行った結果、当時の中国においては、1)農産物の品質維持や安定供給が難しいこと、2)台湾産のレモンは季節商品の為、時期が過ぎると廃棄が多い、ことが分かった。そして、台湾産のレモンを使ったメニュー開発の可能性について何度も検討を重ねた。こうしたプロセスを経て、最終的に、先述したビジネスモデル（台湾でシーズンに収穫されたレモンを大量に購入し、現地工場で圧搾、そして原液を冷凍した状態で中国に輸入する方式）を開発・採用するに至ったのである。なお、「仙踪林」の有する台湾産の高品質茶葉の大量輸入ルートは既に確保されていたことから、林氏はこの時点で「季節に拘らず、飲食チェー

ンとして、安定した品質で大量に製品を供給できる」ことを確信していた。

happylemon の店舗が上海で立ち上がると、林氏はかかりっきりで上海での出店に携わった。また、「良い立地の場所を高い賃料で借りることは、ブランドの確立には重要である」という強い信念のもと、店舗設営に苦勞しながらも優良な立地に徹底的にこだわった。その甲斐もあり、今では、ショッピングモールの開業時には（happylemon 側からではなく）、真っ先に声がかかるようになり、上海において有名な飲食チェーンとして、確固たる地位を築いている。林氏によれば、「この経験は日本の店舗運営においても十分に活かされている。」と言う。

② 北京佳群餐飲管理有限公司（雅茗天地集団北京拠点）業務部総監時代

林氏は上海での happylemon の立ち上げに成功すると、2008年、北京で happylemon の立ち上げ責任者として赴任し、2012年までに北京・天津エリアで約40店舗を立ち上げた（当時、本社の上海近辺では既に約100店舗が展開されており、中国全土では約300店舗と拡大していた。）。

先述したように、雅茗天地集団は、仙踪林での20年以上にわたる飲食チェーンのグローバルオペレーションノウハウを有しており、林氏が参画した当時もグローバルでの店舗運営を円滑に進めていた。そのため、企業・組織として、ある程度、店舗運営や立ち上げノウハウが蓄積されていた。しかし、一方で、同じ中国国内とは言うものの、商業の中心である上海と政治の中心である北京とはあらゆる点で異なるため、林氏は北京での立ち上げ時、多くの困難を経験したようである。例えば、北京で新しいコンセプトの飲食業を成功させるためには、北京の経済界の人脈が必要であった。それは、台湾出身で日本留学組の林氏にとって新しいチャレンジであったと言えるだろう。林氏の夫人は、立命館大学の同級生であったが、この北

京時代のビジネスには、中国出身の夫人やその家族の人脈に助けられたと林氏は言う。雅茗天地集団董事長の呉氏の夫人も、同社董事として苦楽を共にしながら、ビジネスを拡大、成功させてきており、同集団の成功は家族の絆なくして無かったと言えよう。

このように林氏は試行錯誤しながら、困難を一つひとつ乗り越えていき、北京において店舗を拡大していった。この時のことを振り返りながら林氏は、「北京でのブランド立ち上げは、多くの困難があったが、全くゼロから店舗を立ち上げたことで、実践的なマーケティングノウハウを得ることができた。また、駐在時、創業者の呉氏とともに中国フランチャイズ協会等に頻繁に顔を出したこと等によって、有益な人脈も構築することができた。そして、それらはその後のキャリア形成に大いに役に立った。」と語った。

なお、原材料や物流ルートは大手飲食チェーンの方式を踏襲する同社であるが、各店舗での調理に関しては、セントラルキッチン方式を採用していない。なぜなら、林氏は長年培った飲食チェーン店のアルバイト経験から、チェーン展開を行うカフェにとって、セントラルキッチン方式が必ずしも最良でなくまた万能でないことも、現場の人間として良く分かっていたからである。そのため、happylemonの各店舗では、顧客のオーダー後に、商品その場で作る方式を採っている。このような提供方式でも、中国全土で一律に同じ商品を提供できるのは、同社のオペレーションマニュアルや従業員研修ノウハウで、「厳選された茶葉」と「鮮度＝作りたて」に拘り、顧客に提供できる仕組みを整えたところに、happylemonの成功の鍵があるのではないかと筆者は推察する。

③日本との繋がりを求めて～北京和僑会¹⁰との関わり

北京駐在時代の林氏は、新規事業の立ち上げという多忙な状況の中で、日本人を中心とするビジ

ネスネットワークング団体である「北京和僑会」の活動に携わり、流暢な日本語を活かしながら、台湾人として日系企業、日本人との交流にも尽力した。

台湾に生まれ育った林氏は、先述したように日本の専門学校、大学、大学院と学んだが、留学当初は日本語が全く出来ず、生活や学業等において、数多くの日本人に助けられたと言う。林氏は日本への留学時に、元香港和僑会会長の筒井修氏と出会い、その活動に感銘を受けたことから、「和僑会」の活動に関心を持った。中国出身の夫人も日本留学組であることから、「留学経験を活かして日本との架け橋になりたい」と考え、会の活動を通じて、現地の日系企業に対して、中国進出時及び中国進出後において、いかに中国企業や中国人と対応するか等、様々なアドバイスをこれまで行ってきた。

さらに林氏は、「留学時代に所属した華僑会のような、ビジネス面だけでなく生活面のサポートも重視した、和僑二世、三世の絆を作っているような組織にしたい。」と、北京和僑会を立ち上げ、非日本人としては初の理事（後に顧問）に就任。日中投資促進機構の上海地区における調査団の訪問先アレンジとアテンド、現地（上海）での調査報告会の報告総括も担当し、会員企業へのアドバイスも行っている。

④上海本社に戻り、大手日系企業との飲食ビジネスをスタート

北京でのhappylemonの立ち上げやマーケティング支援の目途がつくと、林氏はすぐに上海本社から呼び戻された。京王グループのレストラン事業を展開する株式会社レストラン京王（東京都府中市）との合弁事業を進めるためである。

10 北京和僑会は、2004年に設立された香港和僑会を中心とする和僑会のネットワークの一つである。香港和僑会は、香港で起業した筒井修氏（太陽商事）、荻野正明氏（シティスーパー）を歴代会長として、当初は、海外にいる日本人企業家に対する、自助努力を原則とした「互助」会という位置付けであった。「和」を以て尊としとなす」が和僑会の理念である。

台湾株式市場に上場し、台湾を代表する大手レストランチェーンとして認知された2014年、雅茗天地集団、レストラン京王、日系設計デザイン会社のUDS株式会社¹¹の3社が合併会社「上海游香餐飲管理有限公司(上海市)」を設立することとなり、林氏はその準備に追われることとなった。そして、2015年10月にカレーレストラン「The Spiceland」の1号店が大上海時代広場6階に開店。そこでは、これまで中国人に親しみのなかった火鍋風煮込みカレー、野菜カレー、オムカレー等を提供したことで、中国の消費者の大きな関心を呼び、需要が大きく喚起された。その後、2号店が大寧音楽広場4号館1階に、3号店が上海百聯世紀購物中心地下2階、そして2017年6月には、4号店が上海市内の商業施設「宝地広場」地下1階と、上海市内の有力ショッピングモールに相次いで出店していった。

⑤日本への再来日と新業態台湾茶カフェ「彩茶房」の日本での展開

このように雅茗天地集団と京王グループとは、上海でのビジネス連携を通じて信頼関係を深めていった。そして、2015年、雅茗天地集団は日本において、京王電鉄株式会社と合併会社を設立し、同年、先に述べたように東京原宿に「彩茶房」という台湾茶カフェを展開するに至った。「彩茶房」は若年層をターゲットにしたカジュアル台湾カフェであり、台湾のお茶だけでなく、肉そぼろ(魯肉:ルーロー)を利用した麺やご飯類などの軽食も扱っている(写真1、2)。

タピオカミルクティー(珍珠奶茶)が定番商品ではあるが、台湾のスイーツも季節に合わせて提供しており「湯圓」や「愛玉ゼリー」、「台湾風かき氷」等が人気を博している(写真3)。

11 UDS株式会社は、まちづくりの企画・開発、不動産リノベーション事業に実績を持ち、「キッザニア東京」や「ホテルカンラ京都」等の企画・設計、運営会社として、そのビジネスモデルが目ざされている。

写真1：台南担仔麵とミニ魯肉飯



出所：筆者撮影

写真2：大根餅などの軽食もある



出所：筆者撮影

写真3：台湾の定番デザート



出所：筆者撮影

また、岩塩チーズの台湾茶ドリンクも提供している(写真4)。これはビールの泡のような細かいチーズが上面にフロートしているため、ストローを使わずに飲むことが推奨されている。岩塩と甘いクリームチーズがクリームのような口当たりで、新感覚のスイーツである。その後、ストローを使って、甘い台湾茶と一緒に頂くと、お茶の甘

写真4：岩塩チーズティー



出所：筆者撮影

味と香り、そして甘いクリームチーズが口の中で溶け合う。日本ではこれまでなかった非常にユニークなドリンクである。

5. おわりに

林氏はインタビューの終わりに、「日本留学経験や上海での日系企業のビジネス支援等の経験から外国人が日系企業

(日本人ビジネスパーソン) から信頼を得るためには結局のところ「日本語」が必要である」と述べた。これは他国と比較して「英語」や「中国語」でビジネスをし、他国の人と信頼関係を構築することができる日本人が依然として限られていることを示唆しており、日本人ビジネスパーソンの課題であると言える。

林氏は、2017年に再来日した後も、引き続き北京和僑会顧問を務める傍ら、東京和僑会とも連携を取りつつ、精力的に中国、台湾と日本とのビジネスの橋渡しを行っている。雅茗天地集団はグローバルで食品流通を行うインフラを有しているため、林氏は自社で使用する食材だけでなく、中国飲食チェーンや高級レストランからの依頼に応じ、高級食材等の日本からの食材調達や中国向け輸出もアドバイスをを行っている。実際、2018年6月12日～15日のFOOMA JAPANの展示会の中国企業招聘も担当し、中国から10数社の飲食チェーンのオーナーの来日アテンド、企業訪問交流や視察のスケジュール調整を行った。

また、林氏は台湾政府機関との繋がりも多く、台湾貿易センター（以下、TAITRA）や台湾進出

写真5：彩茶房と林太一総監



出所：筆者撮影

口商業同業公会などのネットワークを通じ、日本企業とのマッチング事業等の協力も行っている。さらに、大阪商工会議所の協力で、深圳の一部上場ネット販売企業総経理の来日視察をアレンジ

し、会員企業の紹介と商談の手配等の支援も行ったこともあった。林氏は、TAITRAと日本貿易振興機構（JETRO）が推進するASEANでの日台協力についても関心を持っており、台湾連鎖加盟促進協会（FC協会）のイベントにも参加し、台湾のフランチャイズチェーン店のニーズ把握も積極的に進めてきた。

林氏は今後、地方自治体の台湾でのマッチング支援や、地域の中小企業のグローバル市場への食品輸出支援を行うことを計画しており、将来の日本と台湾との更なる深い交流への期待に胸を膨らませているようである。

<参考文献>

- [1] 一般社団法人東京和僑会ウェブサイト, <http://tyo-wakyo.com> (2018.7.23 アクセス)
- [2] 彩茶房ウェブサイト, <http://saisabo.com> (2018.7.24 アクセス)
- [3] 日経ビジネス (2012年7月16日号)
- [4] ettoday (2018年7月10日付), <https://www.ettoday.net/news/20180710/1209975.htm> (2018.7.20 アクセス)
- [5] happylemon ウェブサイト, <http://www.happy-lemon.com> (2018.7.31 アクセス)
- [6] happylemon パンフレット
- [7] Next Digital News「《企業人》一杯茶 讓他賺進十五億身家」(2015年1月16日付)
- [8] UDS ウェブサイト, <https://www.uds-net.co.jp> (2018.7.28 アクセス)