

Gong cha 貢茶
Daily Tea Place

ゴンチャ

ゴンチャ ジャパン (東京都渋谷区)

葛目 良輔 社長 (46)



PROFILE

くずめ・りょうすけ
1971年1月3日生まれ。明治大学卒業後、カルチャー・コンビニエンス・クラブ入社。その後、スターバックス コーヒー・ジャパン、日本マクドナルドを経て、2015年2月に企業経営コンサルティングのリヴァンプに入社。ゴンチャ ジャパンの設立に伴い代表取締役役に就任。

新たな業態のカフェブランドが登場した。コーヒーチェーンが圧倒的多数を占めるカフェ市場に、台湾ティー専門店という新たなスタイルを定着させるべく、「Gong cha (ゴンチャ)」が積極的な店舗展開を始めた。日本人の株式会社ゴンチャ ジャパン (東京都渋谷区) 葛目良輔社長に、台湾ティーの魅力や今後の事業展開などについて話を聞いた。

自然発生的に
世界中にブランドが拡散

「カフェ」と言われて多くの人が想像するのは、コーヒーですが、ゴンチャが提供するの台湾産のお茶だと同じでした。

葛目 「ゴンチャ」は台湾発祥のカフェチェーンで、2006年に台湾南部の都市・高雄で誕生しました。呉振華というオーナーが品質やスタイルにこだわった専門店を開いたのが始まり

です。

わずか10年で世界19カ国に1400店以上を展開するまでに成長した「ゴンチャ」ですが、その広がり方は非常にユニークです。世界展開するようなブランドは普通、野心を持った事業家が各地で資本力に優れたパートナーを見つけてマスターフランチャイザーの権利を譲るか、あるいは本部となる現地法人を設立して加盟店を募ります。しかしこのブランドの場合は逆です。仕事や観光などで「ゴンチャ」を訪れた方が、その美味しさやビジネスモデルを気に入って、自国に持ち帰って展開したというケースが多いそうです。台湾の本部が戦略的に海外進出をしているわけではなく、自然発生的に広がっていったブランドというわけです。

日本にマーケットが比較的似通っている韓国でも大人気のブランドと同じでした。

葛目 韓国内でゴンチャを運営しているゴンチャコリアは、金融マンだったオーストラリア人が韓国人のご夫人とシンガポールを訪れた際に「ゴンチャ」と出会い、韓国で立ち上げた会社です。2012年に1号店をソウル市

日本独自の
ブランド戦略を展開

日本1号店は2015年9月、原宿に出店されました。候補地は色々あったと思いますが、最初の地としてこの場所を選んだ理由は何でしょうか。

葛目 原宿の中でも表参道や明治通り、キャットストリートに近い場所を厳選しました。ここは近隣にアメリカ発のベーカリー「ドミニク・アンセル・ペーカリー」やロブスターロール専門店「Luke's (ルークス)」などがあり、海外系外食ブランドのメッカと言えるエリアです。タピオカミルクティーの発祥と言われる「春水堂 (チュンスイタン)」やマンゴーを使ったかき氷で人気の「アイスモンスター」、パイナップルケーキの「サニーヒルズ」など、台湾発のお店も集中しているので、我々のブランドを認知させるのに最も適していると考えました。

また、台湾ティーは温暖な地域のみものというイメージが強いので、どうしても冬に売り上げが落ち込む傾向があります。韓国ではこれを防ぐために、「ラテ」というコーヒーに似たメニューを用意しているのですが、これは専門性が弱まってしまう恐れがあります。そもそも、我々が提供する商品はホットでも美味しく飲めますし、タピオカは温かいものにも入れることができます。韓国の状況を踏まえ、意外と知られていないこれらの事実を店内ポスターやサンプリングで周知した結果、原宿表参道店は冬でも売り上げが落ちるどころか伸びています。

葛目 「ゴンチャ」は現在、首都圏で5店舗を出店しています。いずれも直営店として立ち上げましたが、埼玉県

また、台湾ティーは温暖な地域のみものというイメージが強いので、どうしても冬に売り上げが落ち込む傾向があります。韓国ではこれを防ぐために、「ラテ」というコーヒーに似たメニューを用意しているのですが、これは専門性が弱まってしまう恐れがあります。そもそも、我々が提供する商品はホットでも美味しく飲めますし、タピオカは温かいものにも入れることができます。韓国の状況を踏まえ、意外と知られていないこれらの事実を店内ポスターやサンプリングで周知した結果、原宿表参道店は冬でも売り上げが落ちるどころか伸びています。

入間市の三井アウトレットパーク入間内の3号店は、昨年12月に営業譲渡し、フランチャイズ店に切り替えました。

加盟条件は法人、もしくは加盟時に法人を設立してもらうこと、3年以上の飲食業経験があること。そして専任の責任者を配置することです。店舗のタイプはカウンターのみ「Sタイプ」と、路面店で15〜25席を配置する「Pタイプ」があります。広さや立地により変動する物件取得費や店舗施工費以外はすべて共通の金額設定で、加盟金150万円、加盟保証金300万円、店舗設計費150万円、出店サポート費30万円、開業準備費194万円、ロイヤリティ3%としています。20〜25㎡の「Sタイプ」の場合、償還される費用(加盟保証金、不動産敷金)を除いた純投資額で約1500万円を想定しています。3年で投資額を回収できるように組み立てていますが、原宿表参道店はすでに月商1000万円を大きく超えるところまでできており、予想よりも早く回収できそうです。

今、カフェを利用する人は増えていますが、全ての人が高級コーヒーを好きというわけではありません。空間やそこで過ごす時間といったスタイルを求めている人も多くいます。我々はコーヒーに代えて今までありそうでなかった台湾ティーで同じようなビジネスモデルを確立させ、2020年を目処に100店舗を出店したいと考えています。



▲すでに月商1000万円を超えているという原宿表参道店

世界1400店舗を展開する
台湾発祥のカフェチェーンが日本上陸