

提携しているブランド数が150近く。8割の商業施設が彼のクライアント。

一風堂、蔦屋書店を台湾に進出させた

飲食ゴッドファーザー

文章 ● 蔡茹涵 撮影 ● 程思迪

林

(リン)顧問と呼ばれている彼は、デベロPPERと飲食店舗の間に欠かせない大切な繋がりである。台湾では8割以上の商業施設は彼と提携している。

彼は150近くの飲食ブランドと契約しており、デベロPPERがフロア図を提供し、テナント配置をお任せするほど影響力が強い。それだけではなく、有名な海外ブランド(蔦屋書店、Café tain Lobster、温野菜、一風堂など)を台湾に進出させたのも彼である。

彼は、天帷企管顧問工作室(台湾チームワークコンサルティング事務室)の責任者、林剛羽である。独特な髪型が特徴の彼は、ジェントルマンでいつも優しく人と接している。そのような林顧問を、焼肉丼チェーン店「開丼」の責任者楊哲璋は、「飲食ゴッドファーザー」と呼んでいる。実は、林剛羽は台湾国内でも指折りの飲食コンサルタントである。飲食業態に激しい戦が蔓延しているこの今、その戦の中にいる彼は、取材前後にもデベロPPERから電話2回も掛けられ、「何か新しいブランド紹介できませんか?」と。このような特別な人物は、一体どうやってここまで歩んできたのか?

言葉よりも数字。日本語話せず、接待に行かずも、日本人を感服させる。

林剛羽が起業家の道を歩む決意をしたのは、2000年の時である。

当時、スターバックスで店長兼出店企画の彼は、スターバックスを辞め、起業した。スターバックスで学んだ出店ノウハウを活かしたく、「外注パート

ナーの形で企業の出店サポートをしたい!オーナー(デベロPPER)ではなく、テナント側にいたい!」と、彼が思い出す。

その頃、彼は一人会社で、ビジネスモデルを仲介手数料ではなく、毎月固定なコンサルティングフィーという形式にした。最初は契約してくれる企業がありなく、2006年に乾杯グループの董事長一平出荘司と出会ったのが彼の転機である。当時の乾杯グループは、台湾の人気地域「東区」に路面店わずか4軒で、大人気だった。しかし、排煙や騒音などの問題でよく近所からクレームを受けていた。

その後、新光三越から連絡があった。新光三越は「老乾杯」をA9館に入れたいが、交渉を始めて2年もかかった。なぜなら、デベロPPERは歩率が高く、少なくとも路面店の家賃より5%も多いからだ。そのうえ、営業時間と人員の問題もあり、林剛羽が何度も交渉してようやく合意に至った。老乾杯は新光三越A9館に入店し、月次売上高が最初の300万円(約日本円900万)から500万円(約日本円1,500万)にも成長し、一躍主流市場に進出した。お酒は飲めない、接待に行かない、日本に留学したことがない、日本語も話せないという林剛羽も、平出荘司の紹介でうまく日本人の飲食経営グループで知名度を広げた。

上場を目指し、各国に行ったり来たりする平出荘司を飛行機に乗る前に取材させて頂いた。平出荘司は、「林剛羽は乾杯グループを一緒に育ててきた人だ!」と。「彼はまるでデベロPPERのデータベースのようで、どのような質問を投げても、



商業周刊

■ 林剛羽(前)と彼の10人「コンサルティングチーム」は、数多くの台湾、日本、アメリカブランドと提携している。

林剛羽

生年：1975年

経歴：150近くのブランド(鳥屋書店、老乾杯等)の出店コンサルタント

現職：台湾チームワークコンサルティング事務室 責任者

分析された答えがすぐに出てきて、パートナーを安心させる。」と平出社司が言った。

彼は「どうやって日本人を虜にしたのか？」

を質問する。それに対して、正確な数字を出さなければならぬ。どうして低いのか、高いのか、根拠は何によるかと細かく分析しないとイケない。」と林剛羽が言った。分析の以外、各デベロッパーと長年の交渉をしてきたおかげで、各商業施設に関する情報を即刻に手に入れられ、テナントの入退店や平均売上高などの情報も全て彼の頭に入っている。そのため、1つのブランドが成功するかどうか、彼の

判断は80%当たるという。

競合に介入せず、信頼を勝ち取り、情報の透明化で一方に偏らず、信用を守る。

情報提供だけではなく、もう一つ林剛羽が守らないといけないのは、どのクライアントにも偏らないことである。

「林顧問は私にこう言った。『私はあなたの味方をしないし、デベロッパーの味方もしない。私が協力できるのは分析だけだ。』」と楊哲璋が思い出す。例えば、林剛羽が携わる2つのブランドが同じ区画に入りたいとすれば、彼は両方に同じ情報を提供し、デベロッパーの考えを両方にも伝える。どのブランドが選ばれるかはデベロッパー次第であり、彼はその競合に介入せず、誰にも偏らない。楊哲璋は、「その交渉の中で得た情報は非常に貴重なので、たとえ最後は競争で負けても彼に感謝する。」と。彼の話によると、彼は林剛羽に5つ以上のブランドも紹介したという。

現在、ブランドとデベロッパーの繋がりである林剛羽は、10人チームを率い、海外事業を展開し、更に台湾ブランドを東京や大阪などに進出させるサポートもしている。デベロッパーの関係者も言ったが、彼と提携しているブランドが多すぎて、市場を独占していると言っても過言ではない。しかし、認めなければならぬのは、アパレルなど小売の不況が続いている現在、彼はだんだん注目される存在になっていくのだろう。