

在フィリピン日系企業の取り組み **非製造業** 星乃珈琲

ローカルニーズに合わせた事業を展開中。

(株)ドトール・日レスホールディングス
D&N インターナショナル(株)

Director 取締役 **坂井 健悟** 氏

海外店舗数では最多の国

— フィリピンで店舗を急速に増やしていますね。

D&N インターナショナル(株)は、ドトール・日レスホールディングスの海外事業を統括する企業として、2026年2月時点で、6つの国と地域で25店舗(東南アジア：19店舗、東アジア：6店舗)にて、3ブランドを展開しています。

このうち、海外の星乃珈琲店は、為替や治安、外資規制などの国リスク、さらにはパートナー資源の質に応じて、①直営(100%子会社)、②ジョイントベンチャー(JV)、③フランチャイズ(FC)の3形態で24店舗を構えています。

中でもフィリピンは、FCでこの1年間で5店舗が増え、2025年末時点で9店舗になりました。グループの海外店舗数では最多の国となっており、将来的には30店舗を目指しています。

図1 (株)ドトール・日レスホールディングスグループ海外事業展開



出所：JETRO フィリピンセミナー向け紹介資料からの抜粋 (2025年3月5日)

遠隔で統治できる勝ちパターン

— フィリピンには常駐していないとか。

はい、私は直営店のあるシンガポールから、出張ベースでフィリピン対応しており、基本的には遠隔マネジメントです。FCは事業拡大のスピードに勝りますが、ブランド統治(ガバナンス)の確保という観点では直営・JVが優れています。そのため、シンガポールの直営基盤を「FC本部機能」と「人材」のハブとして、東南アジア各国に事業展開しています。

かつての海外出店は、「まず日本人の派遣ありき」が通例でしたが、シンガポールの現地法人で育った現地人材の中に、フィリピン人のマネジャーが多数いたことが幸運でした。

彼らにとって「自国に星乃珈琲店を根付かせる」仕事は、“故郷に錦を飾る”ことでもあり、文化・言語・価値観の“翻訳者”としても機能します。FCオーナーにとっても、コミュニケーションが取れて、品質安定に寄与する存在であり、結果的にフィリピンで直営でなくても統治できる“勝ちパターン”につながっています。人材紹介のネットワークには、サプライヤーの推薦、銀行・ジェトロなど多様なチャネルを活用しています。

生活に根付いた会食文化や間食習慣

— フィリピンでの外食ビジネスの特色は？

フィリピンのカフェ平均価格はシンガポール