



4. 日本産品の取扱状況とニーズ

- 日本食需要の多くを占める**寿司関連の商品（醤油、酢、海苔、わさび等）**の需要が中心で、アジア系小売店でも**家庭用寿司セット**の人気の高まっている
- **日本食レストラン以外的高级店**（ステーキ店等）向けに、**和牛などプレミアム品**を売り込めるポテンシャルがあると推察される
- ハンガリーでは喉を潤すような多量のビール、ワイン等を飲む方法が好まれており、日本酒をはじめ高価な日本産アルコール飲料はあまり人気が無い。一部の日本食店からは**梅酒、日本酒、ウイスキー、ジン、ビール等**の日本産アルコール飲料の需要が限定的にある
- 他の欧州諸国同様、**茶、菓子類、飲料**などの需要もある。ゆず等は西欧に比べてまだ浸透していないものの、今後期待できる
 - 菓子：抹茶を使った製品、和菓子（大福、もち菓子）、チョコレート菓子等
 - 飲料：ラムネ、カルピス等
- 一般国民は所得が低く外食店を頻繁に利用できないため、家庭で料理をしようという層がチェコやポーランドよりも多く、**調味料をはじめとした小売向けの食材の販売増**も期待できる
 - しかし、庶民の利用が多いアジア系小売店が扱う日本食向けの調味料で現状人気なのは中国やタイのブランド。かつおぶし、海藻類、ゆず等はニッチ食材で庶民にとって高価なため、小分けにし少量販売することで少しずつ広めている事業者も存在
 - **ふりかけ**はまだ普及していないが、手軽さもあって人気が出始めている店も一部存在することから、ポテンシャルがある

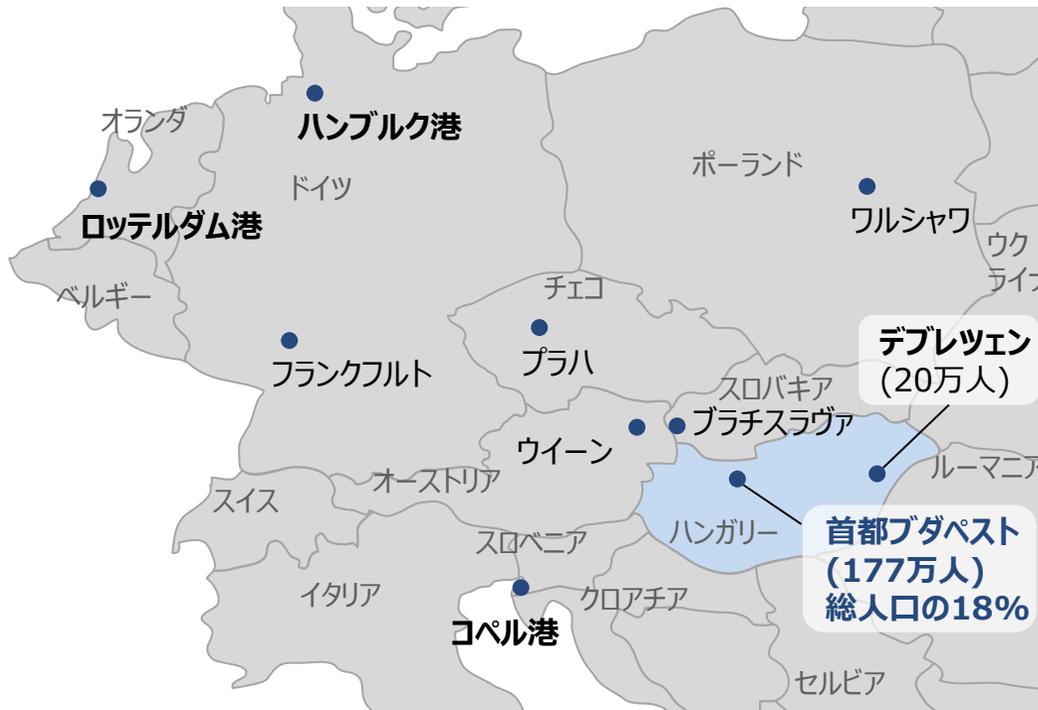
4. マーケット調査 - ③ハンガリー (2)日本食市場の現況とポテンシャル



ハンガリーの主要都市と人口分布

中東欧第5位となる約970万人の人口を擁し、うち18%が首都ブダペストに一極集中。ポーランドやチェコと異なりハンブルク港等よりも、コペル港等南欧の港へのアクセスが良く、コペル港からは鉄道網も整備されている。ウィーン等隣国の都市にも地理的に近い。

主要都市と人口分布



総人口
(2020年)

- 約**973万人**
(欧州第14位、中東欧第5位)
- 約3800万人のポーランドの3分の1未満

在留
邦人数
(コロナ前)

- 約**1720人**
- 東欧第3位
- 4万人以上が在留していたドイツ等に比べ、在留邦人の消費マーケットは非常に小さい

ブダペスト
～
主要地域
間の距離

- ～ウィーン(オーストリア): 約240km
- ～ブラチスラヴァ(スロバキア): 約200km
- ～コペル港(スロベニア): 約570km
- ～ハンブルク港(ドイツ): 約1160km
- 市内中心部～ブダペスト国際空港: 約20km

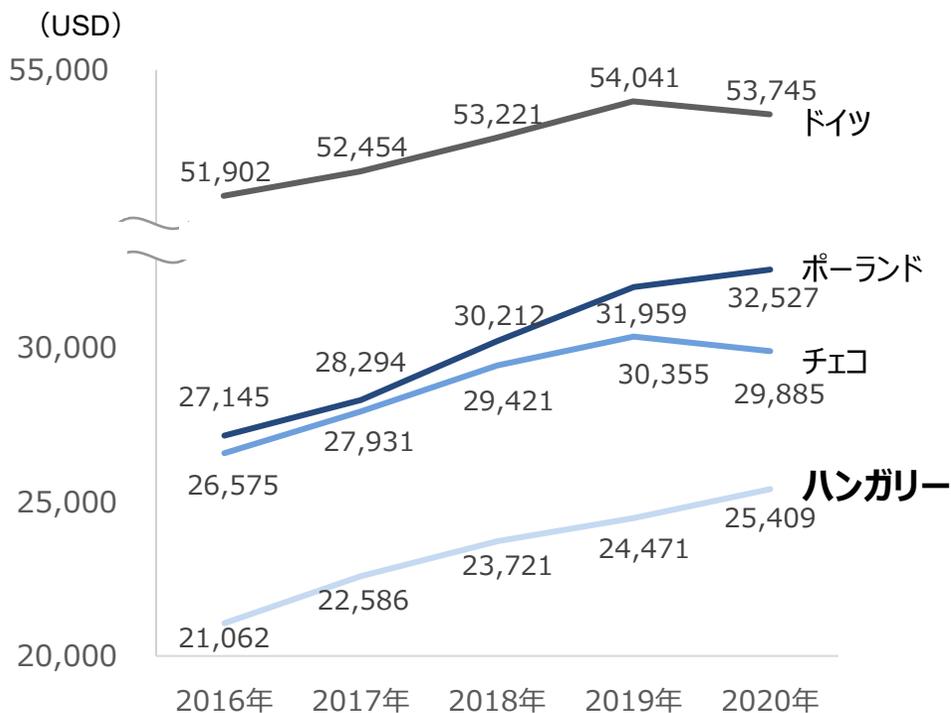
ハンガリーの経済概況



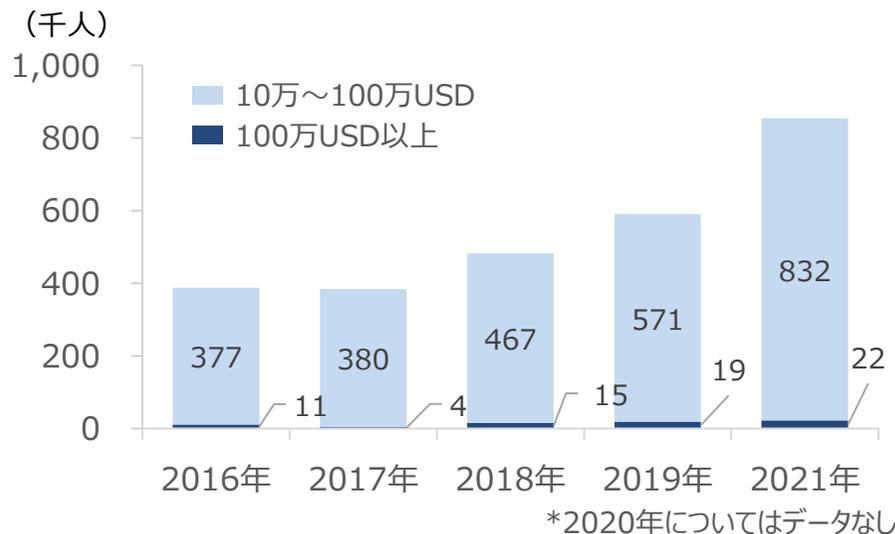
平均年収は約2.54万ドルとポーランドやチェコよりも15%以上低い水準。保有資産10万USD以上の人口は増加しつつあるが、まだ国民の11%程度に留まる。

再掲

平均年収 (USD) *1
(2020年の不変価格、PPP (購買力平価) 換算)



保有資産別 成人人口 (千人) : ハンガリー*2
(保有資産10万USD以上)



保有資産別 成人人口 (千人) と割合 (2021年) : ハンガリー*2



ハンガリーの2020年の平均年収(25,409USD)はポーランド、チェコに比べまだ低い水準であり、OECD加盟35カ国中第34位と、ギリシャやチリよりも低い

出所：以下よりアクセントチュア作成 *1 [OECD Stats](#): Average annual wages, In constant prices at 2020 USD PPPs

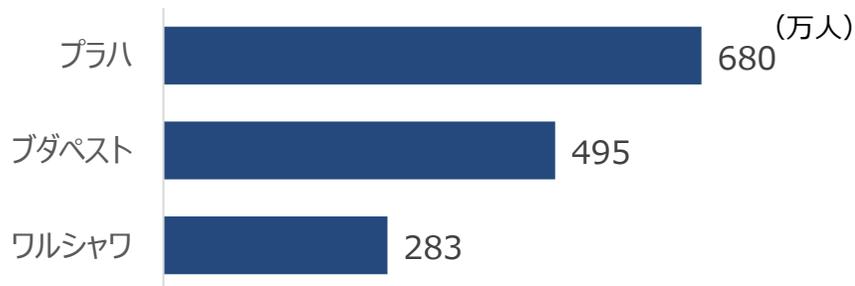
*2 [Credit Suisse](#) "Global Wealth Databook" 2016, 2017, 2018, 2019, 2021

国際観光都市としてのブダペスト



ブダペストは中東欧屈指の観光都市として、コロナ禍以前はプラハよりも急成長していた。ドイツ、英国、米国等から裕福な外国人が多く訪問するため、洗練された格調高い店舗が存在し、レストランのレベルの高い、東欧随一の美食の街として知られる。

外国人観光客数とハンガリー来訪者の国籍別上位10位*1
(2019年)



順位	観光客 国籍	ハンガリーを来訪した観光客数	構成比
1	ドイツ	625,710	10%
2	英国	420,801	7%
3	米国	370,551	6%
4	ルーマニア	332,606	5%
5	オーストリア	324,028	5%
6	チェコ	331,582	5%
7	ポーランド	301,322	5%
8	中国	279,124	5%
9	イタリア	255,392	4%
10	スロバキア	220,503	4%

観光関連指標の伸び*2
(2018-19年)

指標	2018年	2019年	増加率
外国人の宿泊費 (国全体)	18.6万HUF	20.9万HUF	+12.1%
宿泊施設における飲食売上 (国全体)	12.2万HUF	13.9万HUF	+13.5%

指標	ブダペスト		プラハ		ウィーン	
	2019年	前年比	2019年	前年比	2019年	前年比
外国人観光客数	495万	+5.6%	680万	+2.0%	625万	+6.1%
外国人宿泊 延べ人数	1259万	+3.7%	1638万	+1.5%	1445万	+7.1%
平均宿泊単価 (EUR)	91	+5.1%	93.3	+2.9%	109.3	+7.4%

出所：*1 [Prague City Tourism](#)、[Hungarian Tourism Agency](#)、[Warsaw Convention Bureau](#)

*2 および写真出所：[Hotels.com](#)

ミシュラン星付きレストラン数



ブダペストのミシュラン星付きレストラン数は7店と、チェコやポーランドよりも多く、以前は東欧唯一の2つ星店も存在していた。

ミシュラン星付きレストラン数（すべて1つ星）*1

ハンガリー
7



モダンハンガリー/フランス料理店
Borkonyha Winekitchen



モダンハンガリー料理店
Stand



モダンハンガリー料理店
Costes



モダンハンガリー料理店
Costes Downtown

*いずれも
ブダペスト



ハンガリー/ポルトガル料理店
essência



モダンハンガリー料理店
Salt



モダンハンガリー料理店
Babel

※この他、2018年に「Onyx」が東欧初の2つ星を獲得したが、2022年1月時点では星なし

チェコ
2

*いずれも
プラハ



モダンチェコ料理店
La Degustation
Bohême Bourgeoise



モダンチェコ料理店
Field

ポーランド
1

*クラクフ



イタリア料理店
Bottiglieria 1881

※その他にビブグルマン5店（いずれもプラハ）

※その他にビブグルマン5店（ワルシャワ3店、クラクフ2店）



ハンガリー—現地食文化の特徴

しっかりした味付けが好まれ、グヤーシュスープ等煮込み・フライ料理を中心とした伝統食など自国の食文化が豊かで、食に対する関心が隣国よりも高い。歴史的に多文化が入り混じっているため他国料理への受容性が高いが、一方でアジア食文化はまだ限定的。

ハンガリー—食文化の特徴

食文化が豊かで食に対する関心が高く他国料理への受容性も高いがアジア食文化はまだ限定的

- ハンガリー民族は、バイカル湖の近くから来たと言われ、出自が非欧州である。その後、アヴァール人、モンゴル人、トルコ人、ドイツ人、ロシア人、ポーランド人など多くの民族の侵攻を受け、それだけ文化が深く融合している。**文明のクロスロード**にある我が国であるからこそ、**他国の食に対する受容性が高い**という背景もあるかもしれない（輸入食品店）
- グヤーシュスープをはじめ**自国の食文化が豊かで、食に対する意識、興味が隣国よりも高い印象**。アジア食品を扱う店舗の少なさ等から、**隣国に比べるとアジア食文化はまだ広まっていない**と感じる（隣国在住日本人/食品メーカー）

煮込み料理・フライ中心の伝統食でパプリカをよく使う

- ハンガリー料理の1番の特徴は、**パプリカをたくさん使う**こと。生のパプリカに具をつめて焼いたり、パプリカの実を乾燥させて粉末にし、香辛料としても使う。家庭料理でよく食べられているのは、パプリカ粉で肉や野菜を煮込んだスープ「グヤーシュ」、パプリカ粉とサワークリームのソースで煮込んだ鶏肉料理「パプリカーシュ・チルケ」、パプリカの肉づめ「トゥルトット・パプリカ」や、豚肉や鶏肉などの肉と野菜とそうめんのような細いパスタの煮込み料理「フーシュレヴェーシュ」（明治HPより要約）
- 高級店では**国宝の現地産高級豚「マンガリツァ豚」**や**一大産地となっているフォアグラ**を提供（隣国在住日本人）

国内産高級食材も

塩分・糖分等しっかりした味付けを伝統的に好む

- 1食の量が多く、料理やデザートは味付けはしっかりしており、おのずと塩分、糖分含有量が高い**。こうしたことから、ハンガリーでは、**肥満**が誘因する病気が深刻。しかし、生活水準も向上し、国外からの健康に関する情報も多く流入するようになってから、**健康に気を遣う人たちが増加**している。例えば、家庭料理では伝統的に豚の背油を使うが、オリーブ油、植物油に置き換える（JETRO「中・東欧スタイル」）

ハンガリー—伝統食（例）



グヤーシュスープ



パプリカーシュ・チルケ



フーシュレヴェーシュ

各国料理別レストラン数と日本食レストランのポジション



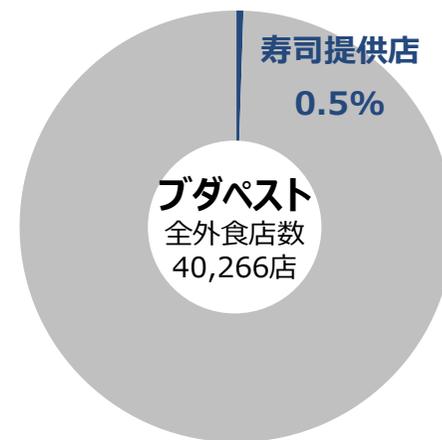
欧州料理、中華、中東料理、メキシカン等に比べ日本食は珍しい存在であり、寿司提供店舗数は約200店とポーランドやチェコに比べまだまだ少ない。

レストラン検索サイトの掲載店舗数（ハンガリー全体）*

順位	ジャンル	掲載店舗数
1	ハンガリー料理	4,254
2	イタリア料理	1,653
3	中華料理	532
4	アメリカ料理	480
5	トルコ料理	251
6	メキシコ料理	220
7	ギリシャ料理	197
8	フランス料理	131
9	中東料理	126
10	タイ料理	111
11	インド料理	97
12	日本料理	91
13	ベトナム料理	86
14	スペイン料理	75
15	ユダヤ料理	62
16	韓国料理	44

寿司店数とブダペストの全外食店に占める寿司店の割合*2

ハンガリー国内の寿司を提供する外食店舗数
209店*3
うちブダペスト市内
150店



ポーランドやチェコに比べ所得が低い影響もあるのか、日本食レストランや寿司を扱っている店は過去数年で急激に増えてきているが、全土でまだかなり少なく、地方都市にはほとんど日本食レストランは存在しない。庶民が食べられる手ごろな価格の店もあれば、カジュアルな店、高級店も存在する。日本人経営の割合も多く、ハンガリー人経営店も質が高いため他の中東欧諸国よりもレベルが高いと感じる(隣国インポーター)

客が今日は普段の食事ではなく少し珍しいものを食べようというモチベーションで日本食店を訪れる。例えるなら日本で新宿にいる際、今日は和食でなくタイ料理にしてみようか、という感覚だ(日本食レストラン)

出所：*1 Restaurant Guruにおいて各ジャンルにカテゴリ付けされていた店舗数 *2 同サイトにて検索ワード「Sushi」に該当した店舗数

*3 国内全体のうち91店は「日本料理」にもカテゴリ付けされているが、残りの118店は「日本料理」にカテゴリ付けされていない。

<https://restaurantguru.com/> (2022年1月13日時点)よりアクセシブル作成、事業者インタビュー

©Accenture 2022. All Rights Reserved.



ポーランドやチェコに比べ日本食店数・増加スピード共に劣り、寿司以外の専門店が少なくバラエティが認知されていない中、各店が幅広いメニューを提供し、味のレベルは隣国よりも高く評価される。小売での取扱は拡大しつつあるがまだ限定的。

日本食店は隣国に比べ普及しておらず「日本食＝寿司」で知識が限定的

- ハンガリーの日本食レストランは、他の中東欧諸国に比べて少なく、増加スピードも遅い。しかし、確実に増加をたどっており、今後も増加を続けるのは必至と思われる、日本食の市場拡大は期待できる(隣国在住日本人/食品メーカー)
- 一般国民の間で日本食と言えば「寿司」というイメージが俄然強い。ポーランドやチェコのようにラーメン店が急増している状況にもない(隣国在住日本人/食品メーカー勤務)
- 他の国と比べてまだ日本食の知識があまりない(日本食レストラン)

専門店が少なく、高級寿司店を含め各日本食店が寿司・定食メニュー・ラーメン等をバラエティ豊かに提供

- よく出るメニューとしては、寿司、焼き肉、から揚げ、てんぷら、弁当(高級寿司店)
- 当店で唐揚げ、とんかつ、ラーメンなどの日本の大衆食+寿司を提供しているが、典型的なわかりやすい日本食が人気(日本食レストラン)
- ラーメンは人気があり、当店は寿司屋だがラーメンの扱いがなくよく問い合わせがある。味は醤油・味噌等(中級寿司店)

日本食店は少ないながら、日本人/現地人経営店ともに隣国よりレベルが高い

- 一部オーストリアから移住した中国人経営店もあるが、日本食店の多くはハンガリー人の経営で、ドイツでベトナム人が運営している店よりもレベルが高い。庶民が食べられる手ごろな価格の店もあれば、カジュアルな店、高級店も存在する。日本人経営の店も多いため、ポーランド、チェコ、オーストリア等近隣諸国に比べ日本食店のレベルが高い(隣国在住日本人/飲料メーカー)

現地客が中心のポーランドと比べアッパーミドル店以上では日本人やロシア等裕福な観光客の利用も多い

- メインの顧客は日本人であり、その他のアジア人の利用も多い。最近3年間では上層階級に属するローカル客や富裕なロシア人観光客の利用も増えている(アッパーミドルクラス寿司店)
- 客層は現地の人が6割、日本人が2割、アジア系が2割弱程度(中級寿司店)

小売では中国人等の経営店でも日本食材の取扱が広がるが他国製中心寿司はデリカや家庭料理でも少しずつ普及

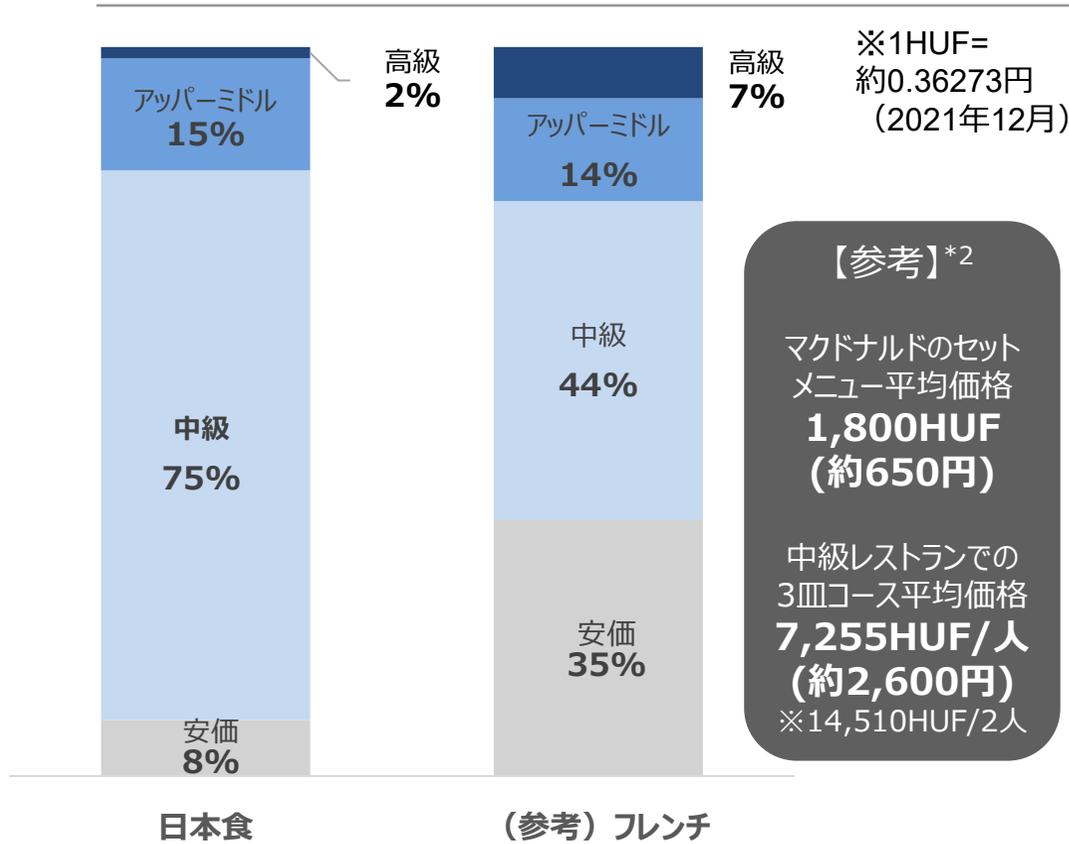
- 中国人経営の同業他社も日本食材を扱うようになってきている(日系小売店)
- 当店で扱う商品の2%程度が日本食材だが、金額ベースではタイ、中国製の日本風食材が多い(アジア系小売店)
- デリカでは、巻き寿司が最近になって扱う店・種類が増えている。現地の人も家で巻き寿司を作るのに、醤油・ワサビを購入する(日系小売店)

日本食レストランの特徴（価格帯）



日本食店の8割は客単価3000円以内の中級店以下であり、高級店の割合がフレンチに比べ低い。中級店は現地客の利用が中心だが、平均所得が低いことからアップーミドル店以上では価格を許容できる日本人や現地富裕層、外国人観光客の利用が中心。

客単価別外食店割合（ブダペスト）*1



- **日本食レストランの75%は中級店**
 - 中級店のうち店舗数が最も多い参考平均価格帯は3,100~7,800HUF (約1,100円~2,800円)
- **アップーミドル店15%はフレンチでの割合とも同等だが、高級店はフレンチよりも限定的**
 - 高級店のうち店舗数が最も多い参考平均価格帯は15,600HUF以上 (約5,700円以上)
- **アップーミドル店以上は日本人、現地富裕層や外国人観光客が多く、中級店では現地の一般客の利用が多い***3
 - メインの顧客は日本人であり、その他のアジア人の利用も多い。最近3年間では上層階級に属するローカル客や富裕なロシア人観光客の利用も増えている (寿司店：アップーミドル)
 - ランチ価格は、現地系の店の1.2~1.5倍だが、寿司が好きな現地の人々が利用してくれている (寿司店：中級)
 - 客層はハンガリー人40%、アジア人(中国・韓国)・ヨーロッパ人 40%、日本人 20%、年齢：20-30歳の若年層が多く、デートでよく利用されている。価格帯は現地のレストランの平均的な値段 (寿司店：中級)

出所：*1 [Restaurant Guru](#) (2022年1月17日確認) よりアクセントア作成

※ハンガリーの店舗はZomatoに掲載されていないため、参考データとして掲載

例えば「日本食」「中華料理」「ベトナム料理」の3カテゴリに分類されている店舗の場合、「日本食」を提供する店舗数としてカウントしている。*2 [NUMBEO](#) *3 事業者インタビュー

*為替相場については日本銀行「基準外国為替相場及び裁定外国為替相場」を使用

©Accenture 2022. All Rights Reserved.

魚の生食文化が浸透していないが最近になって寿司がブームになり、ロール寿司を中心に赤身系のサーモン・マグロやウナギが人気。宅配やデリカでも広まりつつある。

寿司消費の特徴

寿司メニュー例

魚の生食は浸透していないが最近寿司がブームになりつつある

- 現地の人は生魚を食べる文化がなく、寿司の人気もここ最近の話である。現地水産物専門サプライヤーが扱う魚はスペイン産・イタリア産・クロアチア産がメインで、日本の魚の取扱はほぼ無い（寿司店）

ロール寿司中心で「おまかせ」握りは未登場

- 最近では寿司のブームがきており、**ロール寿司**のようなオリジナリティのある寿司を提供している外食店が多い（寿司店）
- ブタペストでは「**おまかせ**」で握る**寿司屋がない**ため、今後は「おまかせ」の提供も視野に入れている（寿司店）

人気ネタは赤身系のサーモン・マグロとウナギ

- よく出るネタは**サーモン**が4割、**マグロ**が2割、**ウナギ**1割以下。この他、**ホタテ貝**の人气が急上昇している
- マグロは**スパイシーツナ**など、**欧風の風味**にも加工しやすい点が人気の理由。ウナギはかば焼きのたれの風味がBBQのたれと似ており、受け入れられやすい
- 北寄貝も出しているが、そもそも北寄貝の存在を知らないハンガリー人が多い
- **白身魚の流通は少なく**、手に入るのは**真鯛・スズキ・カンパチ**程度
- 日本産のブリを出せば、日本人の客は喜ぶと思われる。現地の人食べるようになるのには時間がかかると思うが、興味はあるのではないかと（以上、寿司店）

ホタテも人気上昇中
白身魚は少ない

寿司店でも定食メニュー・ラーメン等をバラエティ豊かに提供

- 寿司の他にも**焼き肉**、**から揚げ**、**てんぷら**、**弁当**がよく出る（寿司店）
- **ラーメン**は人気があり、当店でもラーメンの扱いはないかよく問い合わせがある。味は醤油・味噌等（寿司店）

宅配ニーズとデリカ・家庭需要

- 客数は1日平均50-60組で、うち**半数は宅配サービス**のWoltを利用（寿司店）
- **デリカ**では、巻き寿司が最近になって扱う店・種類が増えている。現地の人でも家で巻き寿司を作るのに**ノリ・醤油・ワサビ**を購入する（日系小売店）





日本食イメージは寿司がまだ支配的だが、ラーメンや、揚げ物・カレー・丼等の大衆食、梅酒・ウイスキーも人気がある。日本酒や茶・抹茶も認知度は低いが、一部から人気。

寿司以外のメニューの消費の特徴・人気

ラーメン（+うどん）

味噌ラーメン他
が人気

- **人気メニューという特段のものは無い**（ラーメン店）
- 様々な日本食を提供するが、**味噌ラーメン**は当店の売上全体の20%を占める（日本食店）
- ラーメンは人気があり、寿司屋でもラーメンの扱いがいいかよく問い合わせがある。味は醤油・味噌等（寿司店）
- ラーメン、うどんや定食メニューが人気（日本食店）



大衆食系

から揚げ・とんかつ・
カレー・餃子・丼 他
が人気

- **唐揚げ**は当店の売上全体の20%を占める（日本食店）
- 麺類の他、**とんかつ**、**カレー**、**餃子**が人気（日本食店）
- ブダペストでの一般的な日本食需要として、寿司、ラーメンの他に**カレーライス**や**丼物**等も人気がある（ラーメン店）



酒類

梅酒・ウイスキーが
人気
日本酒は要教育

- **梅酒**、**日本酒**、**ウイスキー**、**ジン**などの日本産アルコールがよく出る（寿司店）
- 飲料は、ソフトドリンク6割、アルコール4割の割合で出る。ただし、店内を改装し、テーブル席を全廃し、カウンター席のみとしてからは酒の需要が上昇している。カウンターであれば、**客に説明をしながら日本酒を出せるため、興味・関心をひきやすい**。**梅酒は若い女性の支持が高い**（寿司店）
- ハンガリーではビールやワインが人で、**のどを潤すように量を飲むが、日本酒がその飲み方に合わないと思われる**。大使館での日本酒の無料試飲では喜んで試していたため、味は受け入れられるようだが、**高価なため、沢山飲むという飲み方には適さないと思われる**ようだ（日本食店）



緑茶・抹茶

ほとんど認知がないが
ごく一部の客に人気

- 1年程前にオープンした**ハンガリー人経営の日本茶専門店**が**一部の現地客から人気**がある。価格は少し高めのため、30代以降の客が多い。日本から直接茶や抹茶を仕入れており、現地の人は**菓子や飲料に混ぜずに、自宅で抹茶をたてる等**して楽しんでいる（日本食店）
- ハンガリーはポーランド・チェコと比較すると、**日本茶のマーケットはまだ未成熟**していない。政治的な理由で閉鎖的であり、新しいトレンドが受け入れられにくいいため、**日本茶に関してはほとんど認知がない状態**であるが、何とか状況を変えられないかと努力している（隣国の茶専門インポーター）





小売店での日本食材・飲料（日本産以外も含む）の取扱

日本食材・飲料の小売業者は韓国系やアジアン食品店が中心で、日本食人気に伴い取扱を増やしているが日本産品はまだ限定的。2021年には日本産品を多数扱うブダペスト初の日系小売店が開業した。現地系スーパーは寿司食材や欧州産品を扱うのみ。

	日本食材・飲料の取扱い数		
	多 ←		→ 少
	日系小売店	その他輸入食品店	現地系スーパー
店舗例	<ul style="list-style-type: none"> • Hiyoriya 	<ul style="list-style-type: none"> 【韓国系】 • Tokyo Plaza/K-MART (KORIAI JAPAN ELELMISZER: 同一オーナー) 【アジア各国】 • Taste the World • Culinaris • Ázsia Élelmiszerbolt • Duna Party Bolt 	<ul style="list-style-type: none"> • Tesco • Interspar (Spar) • Lidl • Aldi
日本食材・飲料の取扱 (日本産以外も含む)	<ul style="list-style-type: none"> • 菓子、調味料、他の常温食品、冷凍食品、冷凍菓子、ラムネ、ソフトドリンク、海外製の日本酒や梅酒、ホットスナック(枝豆・たこ焼き等)、欧州産の水産物など幅広い品目を取扱う • 日本産品は約7割 • 韓国系・中国系・その他輸入食品店に比べ高価格 	<ul style="list-style-type: none"> • 調味料、麺類、海藻類、豆腐等大豆製品、菓子類、インスタント/冷凍食品、飲料、米等 • 上記日本食材・飲料は韓国・中国・タイ産または日本の大手メーカーの欧州産品が多いが、一部日本産品も存在 • 日本食材の取扱いを徐々に拡大中 	<ul style="list-style-type: none"> • アジア系食品コーナーの一角に寿司用の調味料、海苔、その他コーナーに欧州産の日清製品、他国産の豆腐等を陳列 • 日本食材の多くは日本メーカーの欧州産品または中国・韓国産品 • デリカで寿司を扱う店も近年増加



Taste the Worldはアジア食材を中心に扱う老舗の輸入食品店。全商品の約2%は日本食材で、他国産の日本食材が多いが、日本産の調味料等も取り揃える。

企業概要

企業名	Taste the World
ビジネス概要	<ul style="list-style-type: none"> アジアを中心とする世界各国の食品・飲料を扱う1988年創業の老舗の輸入食品専門小売店。店舗の旧名称は「Azia」 小売事業以外に、グループ会社がディストリビューターとして食材をレストラン等に卸している タイ、インドからの香辛料の輸入販売から事業をスタートしたため、現在でも、店内に様々な香辛料を小分け袋包装で販売する広大なコーナーを設ける 今後、ルーマニアやクロアチアの首都への出店を検討予定
店舗数・規模	<ul style="list-style-type: none"> ブダペストに1店 店舗面積：300㎡、倉庫兼梱包工場：1,000㎡
客層	<ul style="list-style-type: none"> 幅広い所得層だが、構成比では平均的ハンガリー人庶民が最も多く、富裕層は稀。学生客や日本、韓国、中国からの駐在員も多い 客単価（バスケット価格）は、3000 – 5000HUF
販売している主な日本食材	<ul style="list-style-type: none"> 取扱う15,000アイテムのうち、日本食材は2-300品目で、売上構成比は全体の5%未満 調味料、菓子、ドライ製品、飲料 他 金額ベースではタイ、中国産の日本風食材が多い 食品以外に陶器や寿司用具も扱い、ギフト需要がある



日本食材を扱う小売店例 ~Hiyoriya



2021年に開業したばかりのハンガリー初の日本食材専門店「Hiyoriya」では、調味料、菓子、冷凍食品、飲料等幅広い日本産の商品を日本人オーナーが販売している。

企業概要

企業名	Hiyoriya (日和屋)
ビジネス概要	<ul style="list-style-type: none">日本人オーナーが経営する、2021年に開業したブダペスト初の日本食材専門の小売店。同オーナーは隣に寿司店「Kisci」も経営認知度が低い漬物、ようかん、こんにゃくなどの食材の試食を提供し、現地客に喜ばれている他のハンガリーの食品店では珍しい、日本のコンビニのようなホットスナックコーナーをレジ横に設置
店舗数・規模	<ul style="list-style-type: none">ブダペストに1店店舗規模：小規模
客層	<ul style="list-style-type: none">日本の駐在員が住んでいるエリアから離れているが、日本の医学学校や韓国人が多く住んでいる立地にあるため、日本人の利用客も多い現地客
販売している主な日本食材	<ul style="list-style-type: none">取扱商品の7割が日本食材菓子、調味料、他の常温食品、冷凍食品(味の素の餃子・唐揚げ・たこ焼き等)、冷凍菓子、ラムネ、ソフトドリンク、海外製の日本酒や梅酒、レジ横のホットスナック(枝豆・たこ焼き等)、欧州産の水産物 等定期的に商品を入れ替え、現地客の反応を見ている



4. マーケット調査 - ③ハンガリー (3)日本食レストランとメニュー例

日本食レストラン例 ~Nobu (日本食レストラン)



2010年から営業する世界的に有名な高級日本食レストランNOBUの中東欧1号店。定番メニューからNOBUのオリジナル料理がブダペストの中心部で楽しめる。

店舗概要

店舗外観・内装

店舗名	NOBU BUDAPEST
カテゴリ	• 日本食レストラン(日系)
ビジネス概要	<ul style="list-style-type: none">• ブタペストのエリザベス広場の近くに位置する高級日本食レストラン• オーナー シェフ松久信幸氏と俳優ロバート・デニーロ氏が世界展開するNOBUレストランの中東欧1号店として2010年にオープン• 高級感ある空間の中、お刺身、お寿司、天ぷらといったオーソドックスな日本食メニューの他、「NOBUフード」と呼ばれる南米や欧米のエッセンスを取り入れた料理を提供• バーも併設されており、バーとしての利用も可能• ラunchメニューはNOBU弁当ボックス(15,900HUF)が人気
店舗数	• ハンガリーには1店舗(世界では計51店舗)
客単価	• 10,800-42,700HUF(握りずし1貫:1,500-3,600HUF、おまかせコース:42,000HUF程度)



メニュー例



握り寿司セット
/13,900HUF



NOBUタコス
/4,900-9,900HUF
(2個)



ブリ・ハラペーニョ/8,900HUF
(人気メニュー)



牛肉の陶板焼き
/12,900HUF