

日本産品を扱う外食店例 ~EDO SUSHI（寿司店）（1/2）

2003年にクラクフ初の寿司店として開業した寿司店。品質にこだわりぬき、本物の日本食を現地に広めメディアにも多く取り上げられ、料理評論家や常連客から称賛されている。

店舗概要

店舗名	EDO SUSHI
カテゴリ	・ 寿司店(現地系)
ビジネス概要	・ ポーランド第2の都市クラクフの旧市街、カジミエジュ地区に2店舗を展開 ➢ 歴史的景観でも有名な、マーケット広場や旧市街に隣接。パブやカフェ、クラブ、レストランなどが立ち並び、美食の中心地 ➢ 2003年にクラクフ市内初の寿司専門店「EDO SUSHI」を開業 ➢ 後年、寿司だけを食えるという概念から抜け出して、いろいろな味を楽しみたいというニーズに応えEdo Fusion Asian Cuisineを同ビル内の隣接スペースに開く ・ EDO sushi/fusionではプレミアム商品を使用している ・ 日本料理の伝統的なルールを守り続けることを重視しており、料理評論家や多くの常連客から認められている。提供する寿司の形や大きさ、最高品質の日本製品のみを使用すること、日本料理のレシピを忠実に再現すること、器、見た目、味を最大限に生かすことにこだわっている ・ 開店から数カ月でクラクフの新聞やポーランドの全国紙「ガゼタ・ウィボルツァ」や「ニュースウィーク」にも取り上げられ、Radissonホテル、Willa Decjusza、Lexusとも提携
店舗数	・ 2店舗（EDO SUSHI, Edo Fusion Asian Cuisine）
客単価・客層	・ 客単価：50-150PLN（ドリンク単品:15-20、握りずしセット1人前:65PLN程度） ・ 客層：ほとんどが常連客

店舗外観・内装等



日本らしさと親しみやすさが同居するインテリアは顧客から好評。特に日本の畳の個室の人気の高い



2号店 Edo Fusion Asian Cuisine
EDO SUSHIとは違った雰囲気の内装



写真引用元:店舗公式Facebook
<https://www.facebook.com/edosushi>
<https://www.facebook.com/edo.fusion/>

日本産品を扱う外食店例 ~EDO SUSHI (寿司店) (2/2)

ポーランド人の多様な好みに合わせて、寿司だけではなくフュージョン料理も多く取り揃えている。寿司の中では、見た目も楽しめる裏巻きが当店一番人気のメニュー。

人気メニュー例

- 外国人観光客向けには、カリフォルニアロールやフィラデルフィアロールなど、アメリカ産の寿司をメニューに取り入れた。メニューは何年かごとに変更しているが、頻繁にメニューを変えることはない
- かつて日本食は高級料理として扱われ、多くの人は「日本食と言えば寿司」を連想。しかし現在では、他国料理のレストランと近い価格帯になってきており、バリエーションも増えてきた
 - ポーランド人は様々な料理を好むため、料理にバリエーションがあると好まれる。当店も寿司だけでなく幅広いメニューを提供している
- 日本食は幅広い年代に人気で、昼夜問わずに親しまれている。生魚や焼き魚は小さいころから食べているという人が多く、馴染みがある料理となっている
- ポーランド人は生姜が好きなため、生姜を使った料理が人気である



裏巻き/25PLN 8個
当店一番人気



寿司セット/69PLN
サーモン、マグロ、イカx2個、
裏巻き6個



天ぷら海苔巻き
/43PLN
8個



ラーメン/33PLN



チョーヤ梅酒
(100ml)/16PLN
大きなワイングラスに
氷3つと入れて提供



ケータリング
にも対応



消費者

- **全てが最高！**居心地が良い店内、お寿司を握るところが見られる接客、幅広くおいしいメニューに満足。



消費者

- **プロ意識の高さはクラフでNo.1!**こだわりをもった本格的な日本食。何を頼んでもおいしい！

写真引用元:店舗公式Instagram
<https://www.instagram.com/japonkibrowarywarszawskie>

日本産品を扱う外食店例 ~Japonki Browary Warszawskie (高級寿司店) (1/2)

ワルシャワ市に2020年に新規開店した「妥協しない寿司」を自負する高級寿司店。小売店Azjaskaを併設している。

店舗概要

店舗名

Japonki Browary Warszawskie

カテゴリ

- 高級寿司店
 - オーナーは小売店「Azjaska」、日系・韓国系・ベトナム系レストランの共同経営者

ビジネス概要

- COVID流行後の2020年2月中旬にオープンした新規店。ワルシャワ市内中心部の非常に高級なエリア（Krochmalna 61）に所在。国内最大手企業のオフィスや高級住宅地に近く、鉄道駅へのアクセスもよい。近隣に競合レストランがない
- 自らを「妥協しない寿司」と呼称。水産物を除き、日本製の高品質なものだけを使用。水産物は非常に品質のよいものを扱うが、日本産はない
- シェフはロンドンの「Yashin Ocean House」などで経験を積んだ寿司職人。商品を梱包する箱のデザインも担当している
- 店舗面積約80㎡、うち半分がAzjaska（小売店）、残り半分がJaponki（レストラン）となっている
- 新規店「Japonka」を開業予定であり、大人数が座れる約80㎡のダイニングのみのレストランとして、小売エリアは併設しない
 - Japonkaでは幅広い種類のアルコールを販売し、より多くの顧客に楽しんでもらえるようにする

店舗数

- 1店のみ(新規店「Japonka」を開業予定)

客単価・客層

- 客単価：30-200PLN（ドリンク:取扱無し、握りずしセット1人前:30-200PLN程度）
- 客層：無回答

店舗外観・内装等



写真引用元:店舗公式Facebook
<https://www.facebook.com/japonkibrowarywarszawskie>

日本産品を扱う外食店例 ~Japonki Browary Warszawskie (高級寿司店) (2/2)

使う材料すべての品質にこだわり抜いたお寿司は、消費者に最高品質の寿司と称賛されている。ヴィーガンが増える中、サーモンやツナに並んでヴィーガンロールが人気。

人気メニュー例

- メニューは大きく分けて、握り・ロール・握りとロールのセットの3種類。中でもサーモンセットや、スパイシーサーモン&ツナセット、握り寿司セットが良く注文される。長期休暇のためオフィスで働く人が少ない時期は、近隣住民からの注文もよくある
- ヴィーガン寿司はとても人気がある。当店のベジロールは、典型的なフィラデルフィアチーズの代わりにカシューナッツチーズ（植物性チーズ）を使用しており、顧客に気に入ってもらっている。ヴィーガン寿司が日本的ではないことは承知している
- 当店のメニューはシンプルで、新鮮で質の良い魚(スペインやフランスの高級魚)、質の良い米(日本米「プレミアムグランデ極み」)や海苔(日本産 Mikuniya海苔ゴールドクリスピータイプ)というように、品質にこだわっている



サーモンセット/59PLN
スパイシーサーモンロール8個、サーモン握り5個



トロセット/199PLN
ネギトロロール8個、トロ握り5個



サーモンロール/59PLN
スパイシーサーモンロール8個、サーモンアボカドロール8個



ベジロール/49PLN
ベジタブルサラダロール8個、アスパラガスアボカドロール8個



ベジロール/49PLN
ベジタブルサラダロール8個、アスパラガスアボカドロール8個



消費者

- **最高品質のお寿司！**新鮮な魚と、お米。そして見た目も良く、100点以上の味！



消費者

- **口の中でとろけるような魚。**今まで味わったことのないような最高なお寿司。スタッフのフレンドリーなサービスも最高。

写真引用元:店舗公式Instagram
<https://www.instagram.com/japonkibrowarywarszawskie>

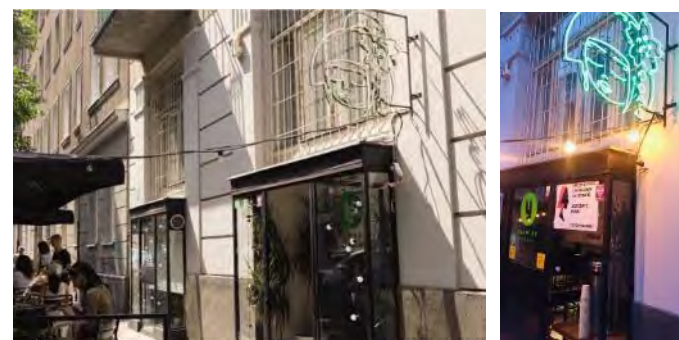
日本産品を扱う外食店例 ~Youmiko Vegan Sushi (ヴィーガン寿司店) (1/2)

植物性材料のみを使用し、様々な調味料で時間をかけてマリネした野菜を寿司ネタにする現地系ヴィーガン寿司店の人気が非常に高く、ワルシャワ市内No.1となる程に急成長。

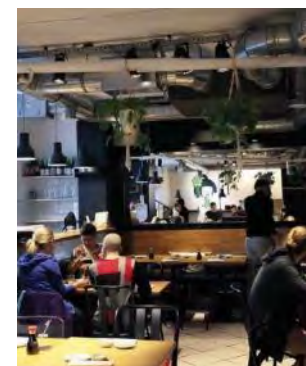
店舗概要

店舗名	Youmiko Vegan Sushi
カテゴリ	- ヴィーガン寿司店(現地系) - CEOとエグゼクティブシェフはポーランド人
ビジネス概要	2011年にクラクフの同名の一般的寿司店を現エグゼクティブシェフが引き継ぎ、ヴィーガン寿司50%、従来の寿司50%の店にリブランド。2015年に現CEOと協業し100%ヴィーガン寿司の店としてワルシャワ進出 - 植物性食品のみを使用し、魚原料のダシも不使用。寿司ネタは主に地元の野菜をマリネし、精進料理等の技法をアレンジして調理 - お任せスタイルまたはセットでの提供が中心 - トリップアドバイザーでワルシャワ、クラクフNo.1となった経験あり。開業以来対前年比平均20~30%と急成長中 - デリバリー、テイクアウトも実施
店舗数	- ポーランドに4店(ワルシャワ3、クラクフ1) - ワルシャワ1号店:オフィス街。観光客の利用も多い 2号店:高級住宅街(Mokotow)2020年開業 3号店:高級住宅街(Zoliborz)21年開業予定 - クラクフ店:サーモン等水産物もわずかに使用
客単価・客層	- 約55PLN(住宅街)、65PLN(オフィス街) - 若年層~中高年、高所得者層中心。非ヴィーガンの客の利用が半数以上

店舗外観・内装等



ワルシャワ1号店(Centram)



宅配・持ち帰りの包装にはプラスチック一切不使用というこだわり

写真引用元:店舗公式Facebook
<https://www.facebook.com/youmiko.vg>

日本産品を扱う外食店例 ~Youmiko Vegan Sushi (ヴィーガン寿司店) (2/2)

寿司メニューは全ておまかせスタイルのセットメニューとして提供。精進料理等の技法も取り入れつつ、エグゼクティブシェフの創作料理として様々なメニューが考案されている。

人気メニュー例

寿司メニューは全ておまかせスタイルのセット(1-5人前)：以下例

- ・ JIROセット(2人前/38貫/159PLN)人気No.1セット、初来店者にもよく勧めるメニュー
握り2,軍艦2,「クラシックケーキスタイル寿司」2,「季節のケーキスタイル寿司」2,細巻6,裏巻4,裏巻スペシャル8,太巻12
- ・ Akikoセット(1-2人前/24貫/91PLN) 握り2,てまり2,細巻6,裏巻8,太巻6
- ・ Marikoセット(2-3人前/45貫/189PLN) 握り3,てまり3,「ケーキスタイル寿司」3,細巻12,裏巻スペシャル12,太巻12



見た目の彩り、美しさにもこだわっており、様々な新規メニューを考案し続けている

握り



シグネチャーメニューの「トマト握り」
見た目はマグロ風

軍艦巻き



人気の高い、海苔の代わりに下ごしらえしたナスの薄切りで包んだテリヤキソースの軍艦巻き。競合店にも真似されている

裏巻スペシャル



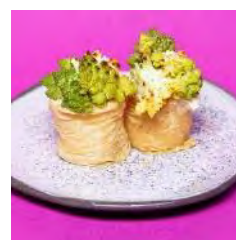
「Youmiko Dynamite」
桂剥きの技法でカットしたヒラタケの天ぷらと生姜とニンニクで炒めたヒラタケの上にsrirachaマヨソースをかけたもの

太巻



カリフラワーをカリッとローストした太巻。アボカド、キュウリ、シイタケ、レタスと共にとんかつソース(自家製worcestershireソース、にんにく、生姜、アガベシロップ)を加えている

ケーキスタイル



柚子でマリネした白菜を巻いた握りに、アーモンド・トリュフ・ソースとカリフラワー・ロマネスコのクリスピーをトッピングした「トルテ」

てまり



ほうれん草のおひたしのでまり寿司
味噌ソースとクルミをトッピング

飲料

- ・ 日本産煎茶, ジャスミン入り煎茶, 玄米茶, ほうじ茶, 桜茶
- ・ 抹茶, 抹茶ラテ
- ・ その他ソフトドリンク
- ・ ワイン(欧州産) ビール(麒麟)
- ・ 梅酒(チョーヤ)
- ・ 日本酒(銘柄不明)

等

写真引用元:
店舗公式Facebook
<https://www.facebook.com/youmiko.vg>

出所: 事業者インタビュー、店舗公式Facebook、店舗HP(<https://www.youmiko.pl/>)

©Accenture 2022. All Rights Reserved.

110

日本産品を扱う外食店例 ~Happa to Mame（和菓子カフェ）（1/2）

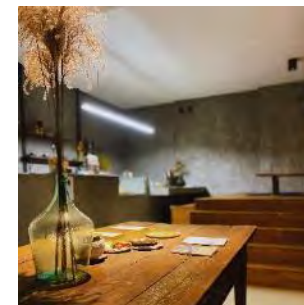
材料にこだわり、日本の味そのままの手作り和菓子と抹茶・煎茶を提供する地方都市Poznanのカフェ。コーヒー離れと茶人気の高まりも受け、長蛇の行列ができる人気店。

店舗概要

店舗名	Happa to Mame
カテゴリ	- カフェ：和菓子 - 日本人オーナーとポーランド人オーナーの共同経営
ビジネス概要	2019年にポーランド第3の都市であるPoznanにオープン。カフェ経営が夢だった日本人オーナーが、ポーランドに日本文化を広めたいという思いから和菓子に注目し、独学で和菓子作りの知識を得て開業 - 多くのフュージョン店と差別化し、日本そのままの雰囲気味わってもらうため、内装や和菓子の材料にこだわり、オーナーの手作りで日本の和菓子を忠実に再現 - Poznan唯一の和菓子屋。競合がワルシャワに1店あるのみで競合が少ないため、カフェの中では高めの価格設定にしている - ワルシャワのバーやカフェとコラボして和菓子を提供することにも積極的 - 営業日には長蛇の列ができる程の人気店 - ポーランドではコーヒー離れをする人が増え、代替として緑茶が好まれつつある。また茶カテキンがコロナ不活化効果があると注目を集めている
店舗数	1店のみ
客単価・客層	- 客単価：50PLN未満(単品ドリンク:10-20PLN、和菓子5-15PLN) - ドリンクで客単価を上げたいため、和菓子は低価格に抑えている 8割が現地・ヨーロッパ人。幅広い年齢層が来店 - 若年層がTikTok等SNSで広めていることが多い。和菓子を知るきっかけは日本のアニメであることが多い

出所：事業者インタビュー、店舗公式Facebook

店舗外観・内装等



写真引用元:店舗公式Facebook
<https://www.facebook.com/happatomame>