



4. 日本産品の取扱状況とニーズ

- 他の東欧諸国同様、**寿司に関連した商品**（米、海苔、わさび等）の需要が大きく、今後も伸びる見込み
- 近年のラーメンブームからみて、ラーメンの原材料への需要は一層高まると予想される。日本からの輸入麺は高価であるため、レストランの自家製麺が主流になりつつあり、**製麺用の粉**のニーズが出ている
- 高級日本食店や高級焼肉店で**和牛**を焼肉やステーキとして提供する店舗が複数存在し、中には前年比20%以上注文が増えている店もあるなど人気が高く、更なる需要が見込まれる
- 小売店の増加傾向から、**調味料、茶、菓子類、飲料等の小売向け商品**の充実が期待される。パッケージの良い日本製品は類似品より値段が多少高くても人気がある
- 西欧での人気の影響もあってから、**抹茶、ゆず**などの認知度が高まっており、これらの関連商品の販売は期待できる

4. マーケット調査 - ②チェコ

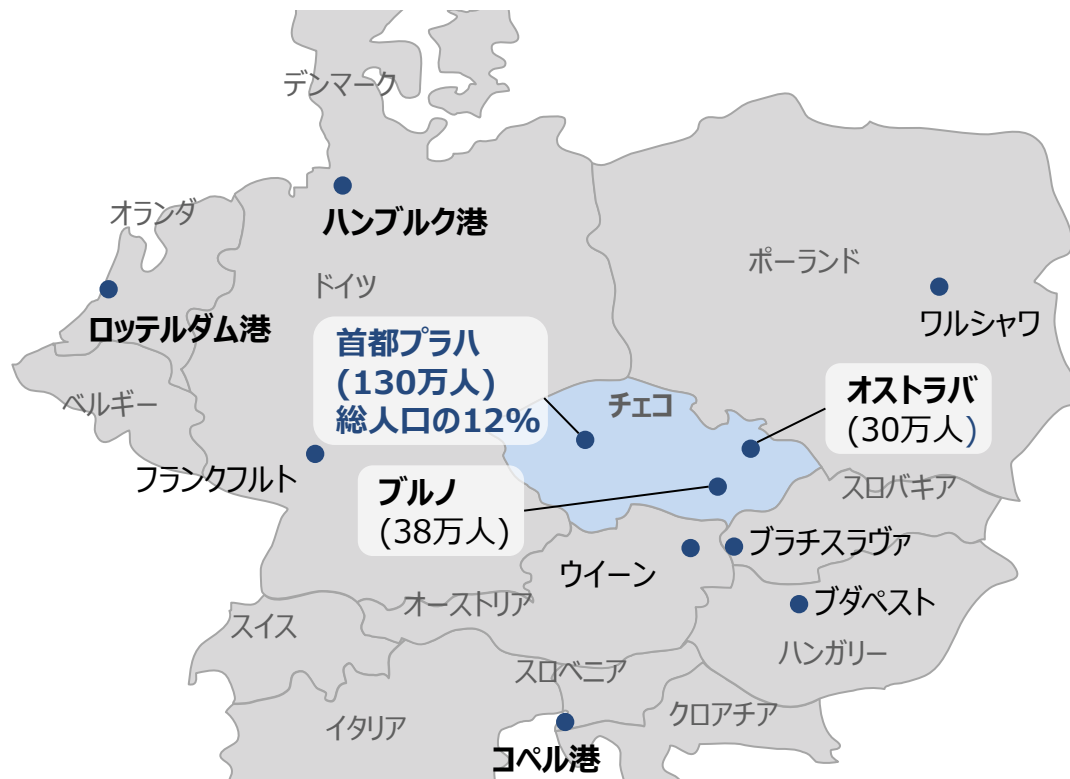
(2) 日本食市場の現況とポテンシャル

チェコの主要都市と人口分布



人口は中東欧第4位となる約1070万人であり、地方への分散傾向が強いポーランドと異なり、約12%が首都プラハに集中。ウーン等隣国の主要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**1068万人**
(欧州第11位、中東欧第4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**2440人**
- 東欧第1位、ポーランドより400人以上多い
- 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

プラハ～ 主要地域 間の距離

- ～ブルノ： 約210km
- ～オストラバ： 約340km
- ～ウーン(オーストリア)： 約300km
- ～フランクフルト(ドイツ)： 約500km
- ～ハンブルク港(ドイツ)： 約640km
- 市内中心部～プラハ国際空港：約20km

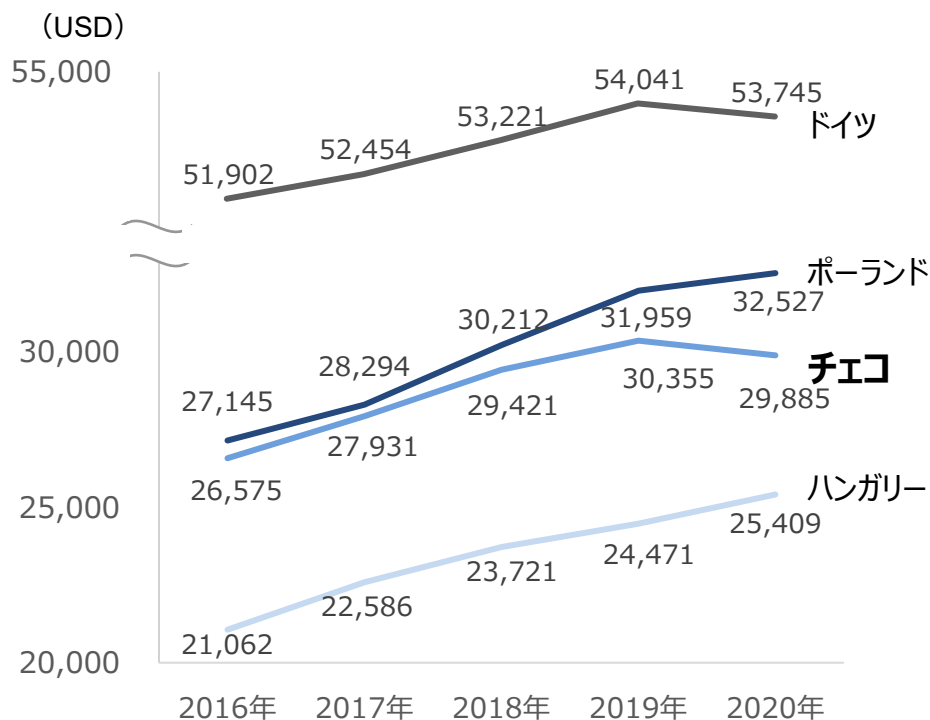
チェコの経済概況



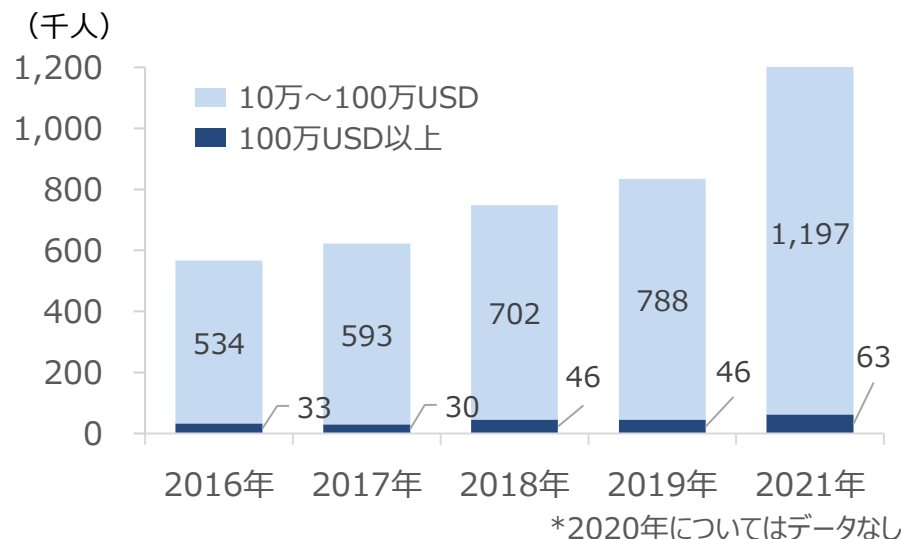
平均年収は約3万ドルとポーランドよりやや低く、伸びも緩やかでドイツの約56%。保有資産10万USD以上の成人は約12万人で、全人口に対する割合はポーランドと同程度。

再掲

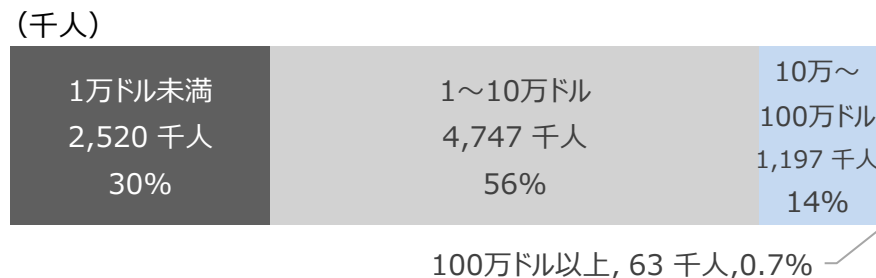
平均年収 (USD) *1
(2020年の不変価格、PPP (購買力平価) 換算)



保有資産別 成人人口 (千人) : チェコ*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) : チェコ*3



- IT関係の職種では、月収20-40万円/月程度。教師や警察官のような公務員は、月収10万円もらえれば良い方。腕のよい医者はドイツに流れてしまっている。一方、共産主義時代は皆同じものを買っていたが、最近は人と違う/良い商品・サービスに価値を見出す人が増えてきているため、高くてもお金を払う層がいる (在留邦人) *2

出所：以下よりアクセントチャ作成 *1 [OECD Stats](#): Average annual wages, In constant prices at 2020 USD PPPs *2 消費者インタビュー

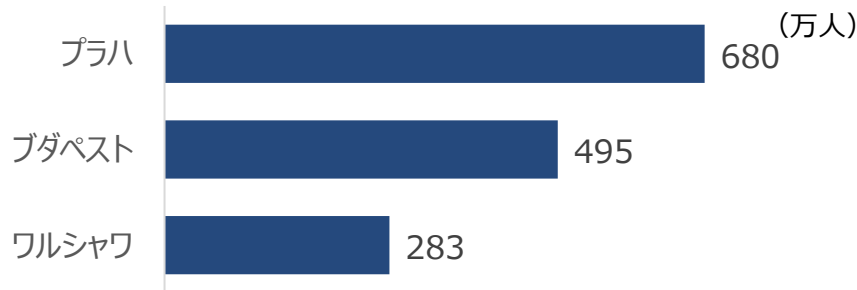
*3 [Credit Suisse](#) "Global Wealth Databook" 2016, 2017, 2018, 2019, 2021、

©Accenture 2022. All Rights Reserved.



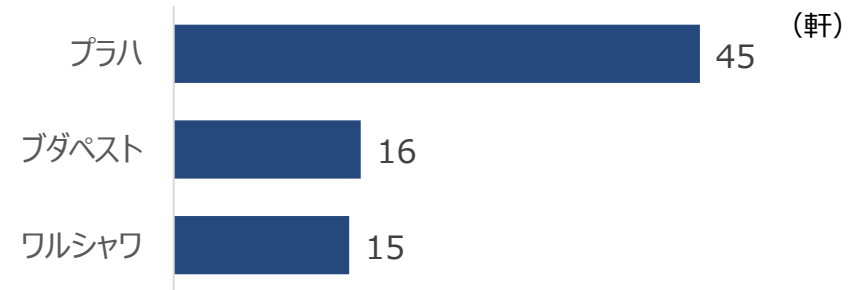
プラハは外国人来訪者数、高級ホテル数ともに中東欧随一の国際観光都市で、コロナ禍以前は欧州内、米国、ロシア等から裕福な外国人が多く訪問していた。国際観光需要回復後は、外国人が訪れる高級飲食店向けに高級食材を売り込める可能性がある。

外国人観光客数とプラハ来訪者の国籍別上位10位*1
(2019年)



順位	観光客 国籍	観光客数(万人)	構成比
1	ドイツ	90	13%
2	米国	51	8%
3	英国	43	6%
4	ロシア	39	6%
5	イタリア	33	5%
6	スロバキア	31	5%
7	中国	31	5%
8	韓国	27	4%
9	ポーランド	25	4%
10	フランス	25	4%

高級ホテル数*2
(Hotels.com5つ星ホテル数：2022年1月6日時点)



ゴールデンウェルホテル



フォーシーズンズホテル



アンダース



マンダリンオリエンタル



オーガスティン
ラグジュアリーコレクション



ザ・モーツァルト

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

*2 および写真出所：[Hotels.com](#)

ドイツや中東欧の隣国の影響が大きく、伝統料理は肉中心のソース・スープ料理で全体的にカロリーは高め。食に対して保守的な国民性だが、近年は健康志向の高まりにより生野菜等ヘルシーな食事を好む層が増えており、現代/外国風アレンジ料理も多数存在。

チェコ食文化の特徴

ドイツ・ポーランド・オーストリア等の影響を受けた食文化で食に対して保守的

- ・チェコはちょうどヨーロッパの中央に位置していて、**周りの国々との関係も密接**。チェコ料理といわれているものは、**ポーランド、スロバキア、ハンガリー、オーストリアなどのものと非常に似ている**（チェコ共和国 オフィシャルブログ）
- ・歴史的に**ドイツの影響**を大きく受けてきた経緯からか、国民のメンタリティーはポーランドなど他のスラブ系よりもドイツ人に近い。そのため**食事、外食に対して節制**する傾向が強いと感じる。ドイツに似て一般国民は**食に対して保守的**といえ、クオリティーよりも量、値段を重視しているように思う（隣国在住日本人/食品メーカー）

ビール消費量世界一

肉中心のソース・スープ料理が伝統的で内陸国のため魚の消費量は少ない

- ・**世界一の消費量を誇るビール大国**であり、1人当たり年間消費量は約182Lと、2位以下に倍近くの差をつける程圧倒的（キリンホールディングスデータより）
- ・チェコ料理に欠かせないのは**スープとソース**。**牛肉のクリームソース煮「スヴィチュコヴァー・ナ・スメタニエ」**はチェコ人にとって馴染み深い（チェコ共和国 オフィシャルブログ）
- ・チェコ料理は**肉料理が中心**であり、付け合わせとして**ゆでパン「クネドリーキ」**を添えることが一般的。**鯉の養殖**が盛んで、クリスマスに鯉のフライを食べる習慣があるものの、内陸国であるため**魚の消費量は極めて少なく**、店頭に並ぶ鮮魚の品数は乏しい（JETRO「中・東欧スタイル」）

伝統料理はカロリー高めだが、健康志向の高まりによりヘルシーなアレンジ料理も増加

- ・チェコ**伝統料理は全般的にカロリーは高め**（JETRO「中・東欧スタイル」）
- ・**健康志向**の人が増えてきており、若い女性を中心にアルコールを飲む人が減っている。伝統料理は重いものが多かったが、**生野菜・生魚**も食べるようになってきており、ベトナムの生春巻等、**ヘルシーな食事**を好む人が増えている。また、**他国の食事に興味関心**を示す好奇心旺盛な人が若者を中心に増えており、**海外のアレンジを加えた現代風の伝統料理**を食べる機会も増えてきている（在留邦人）
- ・母数は少ないが、**ベジタリアンメニュー**（寿司等）や店が流行りつつある（日本食店）

チェコ伝統食（例）



スヴィーチュコヴァー



クライダ（ディルを使ったスープ）



鯉のフライ（クリスマス料理）

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

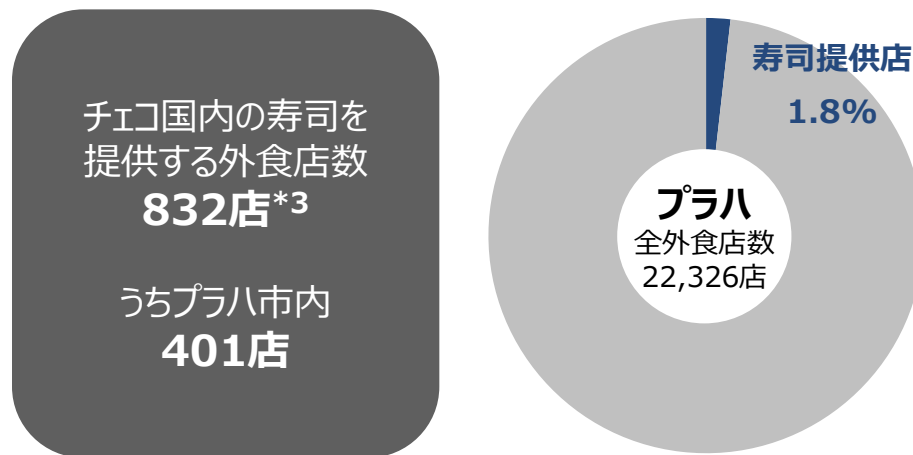


ポーランドに比べ日本食のプレゼンスはまだ低いものの、日本食店数は急増しており、日本食は珍しいものではなく、身近な料理となっている。寿司提供店数は約800店以上。

レストラン検索サイトの掲載店舗数（チェコ全体）*

順位	ジャンル	掲載店数
1	チェコ料理	7,722
2	イタリア料理	2,252
3	中華料理	848
4	ベトナム料理	821
5	アメリカ料理	632
6	メキシコ料理	344
7	フレンチ料理	336
8	インド料理	314
9	トルコ料理	283
10	タイ料理	201
11	日本料理	172
12	中東料理	123
13	ギリシャ	107
14	スペイン	92
15	韓国	65

寿司店数とプラハの全外食店に占める寿司店の割合*2



他の中東欧諸国同様、日本食の人気は高まってきており、日本食と銘打ったレストランの数は急速に増えている。ただしポーランドほどその伸びは顕著ではない。ラーメンの人気はとりわけ顕著で、プラハではここ数年ラーメン店が急増しており、日本人経営の店も登場した。一般国民の間で日本食はもはや物珍しくなく、身近なものに感じられるようになってきている（隣国在住日本人/食品メーカー）

日本人が経営する本物の日本食を提供する店舗もいくつかある。その他、中国人や韓国人が経営する日本食レストランで日本人寿司職人がいるケースもある(日本食店)

出所：*1 Restaurant Gulu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167店は「日本料理」にもカテゴリ付けされているが、残りの665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)よりアクセシチュア作成、事業者インタビュー

©Accenture 2022. All Rights Reserved.

ポーランドに比べ日本食店数・増加スピードは劣るものの、日本食人気は高まっている。寿司イメージが根強いがメニューのバラエティも広がっており、特にラーメン人気が高い。日本人オーナー/シェフによる店や高級店も一定存在し、小売での取扱も拡大している。

日本食人気は高く、日本食店が急増し
馴染みある料理となったが
「日本食＝寿司」イメージが根強い

- 他の中東欧諸国同様、日本食の人気は高まってきており、**日本食店数は急速に増え**、一般国民の間で**日本食はもはや物珍しくなく、身近なもの**に感じるようになってきている。**ポーランドほどの著しい増加傾向にはないものの**、近年の状況を考えると日本食レストランは今後も増加していくのは必至で、日本食の市場は拡大していくのは間違いない。ラーメン店も増えているが、**日本食と言えば「寿司」というイメージからまだ脱していない**（東欧在住有識者）

寿司に次ぎラーメンがブームとなっており
天ぷら、和牛、大衆食、弁当、
懐石料理等メニューの幅も広がっている

- **寿司、天ぷら、弁当、うなぎ、抹茶のデザート、日本酒、カルピス、アサヒビール、ゆずレモネード、ラムネ**などを多くの日本食レストランが提供している（日本食店）
- 近年特に**ラーメン店**が増えており、**焼肉屋**も最近増加中（現地在住日本人）
- **和牛、刺身、寿司、焼き鳥**の他、**とんかつ、唐揚げ、焼き餃子、豚の角煮、鴨ロース**といった大衆食も人気。**懐石料理や弁当**の人気も高まっている（日本食店複数）

日本人オーナー/シェフの店舗や
高級店も一定存在し、
高級食材の販売ポテンシャルあり

- **日本人オーナーの店や、日本人料理長の下「本物の日本食」を提供する店が複数存在し**、中には元大使館の公邸料理人の日本食レストランもある（日本食店）
- ドイツ同様、**日本食店の多くはベトナム人らが経営**しており、**クオリティーはまだレベルの低い店が多い**。一方、**在留邦人もポーランドより多く、富裕層や外国人観光客も多い**ため、**日本人経営店や高級店**もある程度存在し、高級食材を販売できる可能性がある（東欧在住有識者）

アップーミドル以上店の客層の中心は
日本人駐在員や富裕層外国人

- 日本産食材・飲料使用率20%以上のアップーミドル以上の日本食店の客層は日本人駐在員、アジア系客、高所得なヨーロッパ人（外国人）が半数以上（日本食店複数）

小売では日本食材中心の小売店が複数存在し、韓国系店での取扱も増加中
寿司はデリカや家庭向け寿司セットでも
少しずつ普及

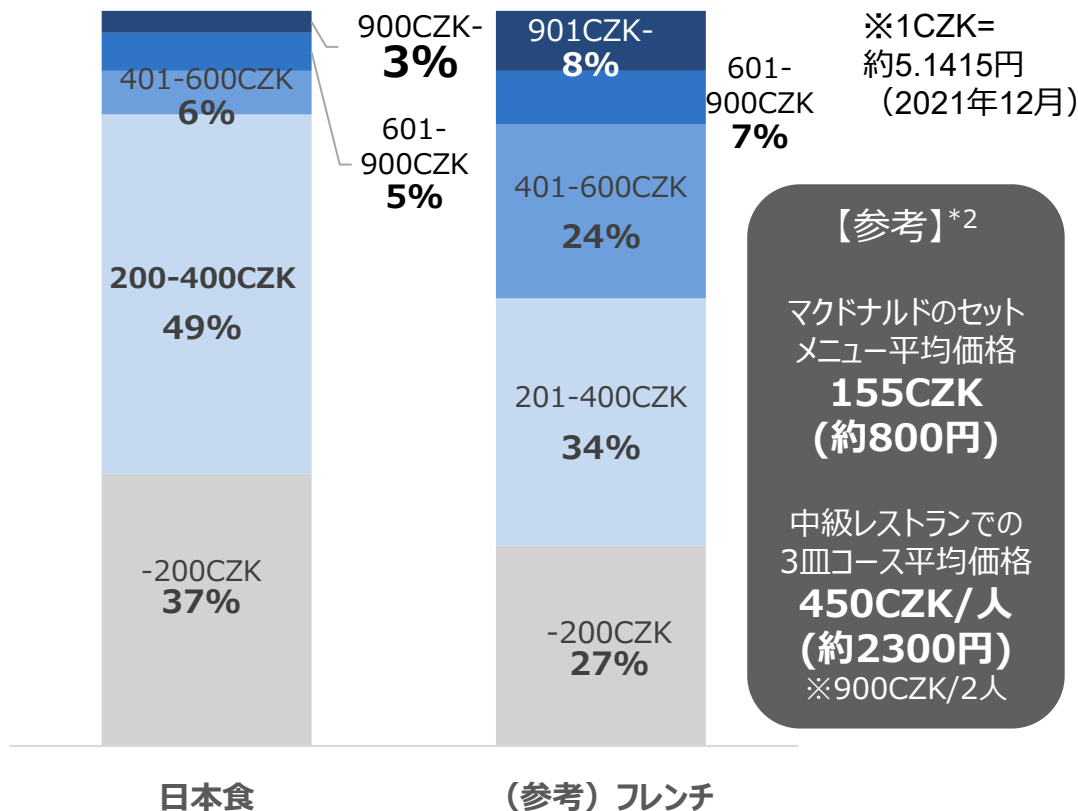
- **日本食材を主に扱う小売店**は日系人経営のJAPA、チェコ人経営のHana trading等が存在し、近年**韓国系小売店が2店オープン**。韓国系の店舗では日本食材の取扱も増えてきており、うどん、そば、海苔、醤油等を安く購入可能（東欧在住有識者、日本食店）
- 社会主義時代に移住したベトナム人が多いため、**大型ベトナムマーケット**が存在。ニラ、春菊、レンコン、サトイモ、長芋等現地系スーパーで入手できない野菜が安く買える（日本食店）
- **現地系スーパーでは、アジア系の調味料の棚が増えてきてはいるが、棚の一角に醤油・ポン酢・みりん・コメ・海苔等が置いてある程度**。**寿司セット**が出回っており、家で寿司を作りたいチェコの人が寿司セットを試すようになってきている（現地在住日本人）

日本食レストランの特徴（価格帯）



日本食店の多くは客単価400CZK（約2,000円）までの比較的安価な店舗であり、フレンチに比べると高級店の割合が低い。数少ない高級日本食店では日本人、外国人、富裕層が客層の中心であり、日本産の調味料や和牛等の使用割合が高い。

各料理を提供する店舗別客単価別外食店割合（アルコール代を除く：プラハ）*1



- 日本食レストランの約半数は客単価200-400CZK（約1,000～2,000円）の中級店
- 客単価400CZK（約2,000円）を超えるアップミドル店以上が14%と、フレンチの39%に比べ低く、900CZKを超える高級店以上（約4,600円）の高級店も3%とフレンチより低い
- 高級日本食店は日本産品の使用割合が高く、客層は日本人や外国人、富裕層が中心*3
 - 客単価は60－80EUR。客層は高所得層の欧州人、中国人がメインで、和牛等が人気。使用する食品・飲料の約20%が日本産（日本食店）
 - ディナーの客単価は130EURで、和牛や寿司が人気。使用している全食品・飲料のうち、日本産は約70%（日本食店）
 - 客単価は約5,000円で、現地外食店の3-5倍。シェフは元大使館の公邸料理人で、従業員の半数は日本人。客も日本人駐在員が中心(日本食店)

出所：*1 Zomatoに掲載されている2人分の想定飲食代（前菜1、メインディッシュ2、ノンアルコール飲料2、デザート1）の半額相当であるため、実際の客単価より少額の試算となる。
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。

<https://www.zomato.com/praha>（2022年1月17日確認）よりアクセントリア作成 *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.

日本食メニューの中でも最も人気なのは寿司であり、安価な店も普及。サーモン、マグロ、エビ等が主でモダンなロール寿司が中心だが、日本産のハマチやホタテを扱う高級店も。

寿司消費の特徴

幅広いメニューを扱う
日本食店でも寿司人
気は高く安価な回転
寿司チェーンも普及

メインはロール寿司
「おまかせ」握りは
少ない

人気ネタは赤身系の
サーモン・マグロとエビ

高品質な水産物を
求めて欧州内のサプ
ライヤーと直接取引
する店舗多数

高級店で日本産の
ハマチ、ホタテ等を
使用

宅配ニーズと
デリカ・家庭需要

- **寿司、刺身は売上全体の2割**を占める（幅広いメニューを提供する日本食店）
- 当店のメインメニューは焼肉・焼き鳥だが、**寿司も人気が高い**（日本食店）
- **食べ放題の回転寿司**は、日本人はあまり利用しないが、**現地の若者に人気で、ショッピングモールに一店舗は入っている**ほどポピュラー（日本食店）
- 安価な回転すし店では提供するメニューは**アメリカンな創作寿司（カリフォルニアロール、ドラゴンロール）**が多い（日本食店）
- スタンダードな握り寿司や巻き寿司の他、**マヨネーズや照り焼きソースを使ったモダンな寿司の需要も大きい**（日本食店）
- 日本食店でよく置いているネタは**サーモン、マグロ、エビ**（在留邦人）
- 安価な回転すし店ではノルウェー産サーモン、エビが人気。チェコ人はイカやタコはあまり食べない（日本食店）
- 本マグロなどの**高価な魚はドイツ、スペイン、ギリシャなどで仕入れている**。現在も品質の良い海鮮を手に入れることが難しいため、**ドイツ、ルクセンブルク**まで車で本マグロ、赤エビ（アルゼンチン産他）、ウニなどを入荷しに行くこともある（日本食店）
- **日本産のホタテ、ハマチ、真鯛**や、欧州産のウニ、ヒラマサ、スズキ、タイ、生の本マグロ、ニュージーランド産のキングサーモンを使用。欧州産品の多くは**スペイン等のサプライヤー**から取り寄せている（日本食店）
- **日本産のハマチ、ホタテ**や、欧州等産のサーモン、ギンドラ、スズキ、タイ、エビ、マグロ等を使用（日系フュージョンレストラン）
- マグロはモルジブ産、サーモンはノルウェー産を使用（日本食店）
- 寿司は**デリバリーでも人気**になっている（日本食店）
- 大きな現地系スーパーでは、**デリカ**で寿司を扱う店が直近5年で増えており、様々な種類の寿司を扱っている。また、デリカでおにぎりを扱う店も増えた。**ロール寿司を中心に**、握り等もある。家庭で作る人も出てきている（在留邦人）

寿司メニュー例



ラーメンがブームであり、自家製麺を使う店も増えている。また高級店で和牛人気が高く、焼肉や焼き鳥の専門店も増加中。大衆食も人気であり、懐石料理も広まりつつある。

寿司以外のメニューの消費の特徴・人気

ラーメン

ラーメンがブームに
自家製麺需要も拡大

- 近年**ラーメンがブーム**になっている。チェコの方がポーランドよりも先に**生ラーメンの現地製麺業者（日本人オーナー）**が誕生しており、温めて食べられるようなスープも製造している。レストラン向けに販売される他、日系小売店でも売られている。日本からの輸入麺は高いため、**レストランの自家製麺が主流になっていく**と思われる（隣国在住日本人/食品メーカー）
- ラーメンは**塩、醤油、味噌、豚骨スープのものが主流**。以前は麺を短くしてスープとして食べられていたが、現在は日本と同じようなスタイルで麺類として、**若者を中心に**食されている（日本食店）
- ラーメン店の利用客のうち7～8割が現地客**。餃子も人気で、ラーメンと一緒にメニューに並ぶ。ラーメン屋のオーナーは、チェコ・中国・イタリア人などが多く、日本人は少ない（現地在住日本人）



和牛料理・焼肉・ 焼き鳥

高級店を中心に
和牛人気が高い
焼肉専門店も増加

- 客層は高所得層の欧州人、中国人がメイン。人気メニューは**和牛**、寿司、**焼き鳥**、ラム肉の焼肉、牛タン焼き、その他の焼肉、日本のビールで、これらが店全体の売上に占めるシェアは6割ほど。特に焼くために**備長炭**を使用しこだわっているが、客から珍しがられ、評価されている（日本食店）
- 焼肉屋**も最近増えてきている（現地在住日本人）
- 和牛の人気がチェコで高まっており**、当店では、**前年比で20%の売上増**（日本食店）
- コース料理のメインディッシュに**和牛ステーキ**を提供している（日系フュージョンレストラン）



大衆食系

揚げ物、丼もの、
豚の角煮等も人気

- 和牛、刺身、寿司、焼き鳥の他、**とんかつ、唐揚げ、焼き餃子**、鴨ロース等も人気（日本食店）
- 当店では**豚の角煮**もよく出る（日本食店）
- ひじきサラダ、きんぴらごぼう、おひたし、ゆず酢味噌、豚角煮、あぶらぼうず角煮**など、他の日本食レストランでは味わえないものが人気である（日本食店）
- かつ丼・カレー・刺身・焼うどん**等の居酒屋メニューを出すような日本食レストランや、**すき焼き・カキフライ**のような少し高級なメニューを提供する日本食レストランもある（現地在住日本人）



懐石料理系

徐々に人気拡大中

- 昔からの常連客を中心に、**懐石料理や弁当**の人気が最近高まっており、**前年比約30%の売上増**。懐石料理の充実のために優れた品質の食品を求めている（日本食店）
- 当店では**懐石料理スタイルの日本&イタリアンのフュージョン料理**をコースで提供しており、小規模だが店内は**予約でほぼ満員**と、賑わっている（日系フュージョンレストラン）



小売店での日本食材・飲料（日本産以外も含む）の取扱



日本産品を多数揃える日系小売店が複数存在し、韓国系小売店でも日本食材の取扱が拡大している。ベトナム系マーケットやオーガニック食品店では調味料に加え大豆製品や海藻、茶等も取扱われており、現地系スーパーでは寿司向け食材が中心。

	日本食品の取扱い数				
	多				少
	日系小売店	韓国系小売店	ベトナム系マーケット	オーガニック食品店	現地系スーパー
店舗例	• Japa Shop • Susi.cz, Hana Trading (現地系オーナーだが日本食材を中心に取扱) • Tako Foods (インポーター・卸だが一般客向けにも定期的に倉庫を解放)	• SHIN Food, K-FOOD, K-SHOP(系列店) • Korea Mart • Korean/Japan Mart • Happy Shop	• ベトナム系の店舗が多数集まるベトナム人街Sapa (Little Hanoi) 内の各問屋	• Country Life	• Billa • Albert • Tesco
日本食材・飲料の取扱（日本産以外も含む）	• 調味料、菓子、ドライ製品、飲料、酒類、カップラーメン、麺類、冷凍食品ほか幅広い品目を取り扱っており、コメ等も取揃える • 日本産品の取扱いも多数	• 調味料(醤油、酢、パン粉等)、海藻類、豆腐、麺類、菓子類、飲料等 • 上記日本食材・飲料は韓国や中国産または日本の大手メーカーの欧州産品が多数 • 日本食材の取扱いを徐々に拡大中	• Sapa内のTamda Foodsでは日本の調味料、海藻類、せんべい、豆腐等も扱うが、多くは日本の大手メーカーの欧州産品または他国産品 • ニラ、春菊、蓮根、里芋、長芋等現地系スーパーにない野菜を安価で販売	• 有機食品が中心であり、醤油や味噌など調味料、茶、乾物、ナッツ、梅干し、海藻類、納豆、豆腐等日本食材も存在 • 多くはPBまたは欧州のオーガニックメーカー製だが、一部茶などは日本産	• アジア系食品コーナーの一角に寿司用の調味料、海苔等を陳列 • 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

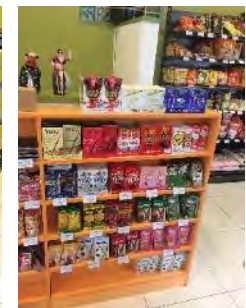
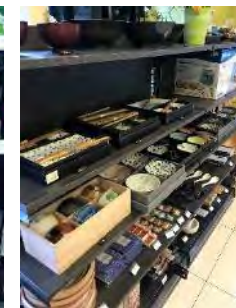
日本食材を多数扱う小売店例 ~Japa Shop



老舗の日系小売店Japa Shopでは幅広い日本食材・飲料を取り揃えており、うち700以上の製品が日本産。

企業概要

企業名	Japa Shop
ビジネス概要	- 日系チェコ人の政治家・実業家のトミオ・オカムラ氏が出資する日本食材を主に扱う輸入食品専門小売店であり、欧州内のサプライヤーから非常に多くの種類の日本産品を仕入れている 2004年にPuškinovo Náměstíで開店後、2007年に店舗をプラハ6区（外国人が多い住宅街）に移転 - 消費者への小売事業以外に、レストラン等にも卸している - 食品以外にも日本の茶道具、陶芸品、漫画等書籍、DVD、衣類・雑貨等も取扱う
店舗数	プラハに1店（店舗面積：不明）
販売している主な日本食材*1	- 日本産の食品・飲料は700以上 - 調味料、菓子、ドライ製品、飲料、酒類ほか幅広い品目を取り扱っており、日本産のコメ等も取り揃える - 売れ筋トップテン（2022年2月2日時点、<u>下線は日本産</u>） - イタリア産寿司米Haruka、韓国産Bibigo海苔スナック、<u>赤城上州うどん(乾麺)</u>、<u>マルコメ インスタント味噌汁</u>、米国産サッポロ一番、ベトナム産えびせん、タイ産グリコポッキー クッキー & クリーム/バナナ、<u>S&Bゴールデンカレーマイルド(ルウ)</u>、<u>カルピスウォーター</u>



写真出所： [Japa Shop facebook](#)

*1 Japaオンラインショップで在庫があることが確認できた商品（2022年2月2日時点） 出所： [Japa Shop HP](#)
その他出所：有識者インタビュー、[Expats.cz](#)