

海外進出支援プラットフォーム様\_第1回ヒアリングレポート

## 令和3年度 輸出先国・地域における現地の体制強化委託事業 (海外展開に際して検討すべき現地の課題と対策にかかる情報整理及び 事業者への情報提供)

---

タイ

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

NRI Consulting & Solutions (Thailand) Co., Ltd.

2022年11月01日



## 企業ヒアリングレポート | タイ | Kenji's Lab様

### 【免責条項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々のタイ輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。なお、関係法令、制度等は調査時点以降改正されている可能性がありますので、実際のご検討の際には、各国等の関連機関に最新の情報をご確認下さるようお願いいたします。

## Kenji's Labのオーナーはタイにおけるシェフ経験を活かして、タイでレストランを開業。 タイ展開のポイントは日・タイ間の事業環境の相違点を把握した、柔軟な事業展開。

### Kenji's Lab 概要

項目	概要
企業名	• Kenji's Lab
業種	• 外食
企業概要	<p>コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 日本の食材を使ったジャンルにとらわれない料理を展開</li><li>• 良い食材を使用し適正な価格で提供</li></ul> <p>顧客</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• タイ人が8割</li><li>• 日本人を含む外国人が2割 (最近では香港・シンガポール人が増えている)</li></ul>
進出のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>• 自分が食べたい物・飲みたいお酒があり、心地の良いところで、自分が従業員だったら働きたいと思えるお店をつくりたかった</li><li>• 当時タイでは個人経営の日本食レストランはまだ少なく、オーナー自身がタイで4年間シェフの経験があり、日本より進出しやすい環境であることからタイでレストランを開店</li></ul>



出所) Kenji's Labへのインタビューより、NRI作成

### タイ展開ポイント

#### 良い点

##### 従業員の雇用により本業集中が可能

- 日本では個人経営のレストランの場合、雇用が難しいため、一人ですべてのことを実施する必要がある
- タイの人件費は日本より安いいため、従業員の雇用が可能であり、経営など自分しかできないことに集中できる

##### 料理に対する適正価格を評価する土壌

- 当店に来店してくれる富裕層のタイ人はあまり裏・表がなく、リアクションが分かりやすい
- 良い食材、良い料理に対して、適正な価格を提示でき、それを受け入れてくれる土壌がある

##### 日・タイ間の文化・習慣の違い

- タイの生活習慣・常識などの把握が重要
- 日本で考えたことがタイで馴染まない・マッチしないことがあるため、柔軟性が必要となる（例えば、宗教的な事情で牛肉を食べないタイ人もいるため、牛肉メニューのみを提供する店舗運営は難しい可能性がある等）

#### 留意点

##### 日・タイ間の仕事する動機、働き方、会社に対する考え方の違い

- 特に、タイでは定年まで働くことを考えていないことが多いため、より高い給料やキャリアアップのために転職するのが一般的となっている
- 従業員の確保・管理方法を調整する必要がある

## 事業展開における注目点・課題として、食材調達・管理、人材確保・育成、顧客ニーズへの対応、事業拡大が挙げられ、様々な取り組みが行われている。

事業展開における注目点／課題	取り組み／解決策
<p><b>食材調達・管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>食材ロスの最小化</li> <li>調達安定性の向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食材管理をしながら、食品ロスが出ないように一つの材料で多種のメニューを提案している</li> <li>メインは食材からメニューを考えるため、一部の食材が不足している場合、他のメニューで代替を検討して提供している。お店のメニューは150種類以上の多様性がある</li> <li>良い食材がありタイへの流通量が少ない場合は、他の飲食店にも紹介する。自店舗だけでなく、他の飲食店舗においても当該食材がメニューとして定着すれば、サプライヤーが継続的に生産・輸入可能なためWin-Winの関係構築ができる</li> </ul>
<p><b>人財確保・育成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍での従業員の雇用維持</li> <li>飲食業界におけるマネジメント人財確保・育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍のロックダウン中においても当店はスタッフの不安払しょくのため勤務時間・給与を100%保障していた。その効果もあり、ほとんどのスタッフが離職することなく現在勤務を継続できている</li> <li>従業員ケア高度化のため、タイ人のコンサルタントも一部活用しながら、従業員が幸せに働ける環境を構築</li> <li>従業員が経営的な視点を持つという観点では現状ではまだ不足している部分があり、今後も教育を継続していく必要がある</li> </ul>
<p><b>顧客ニーズへの対応</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>現地でのトレンド把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現地の飲食に関するトレンドは常に変化するため、継続的に把握できるような取り組みを行っている</li> <li>当店ではPOS会計を導入しており、顧客の嗜好を確認することが可能</li> <li>また、タイ人顧客割合が多いため、積極的にタイ人に受け入れられるメニュー開発を進めている</li> <li>顧客誘引は、タイ人がFacebook、及びInstagramの利用率が高く、予約ルートもこの2チャンネルが多く占めているため、SNSマーケティングを重視している（ベストセラー、季節の食材、新しいメニュー等の投稿）</li> <li>加えて、マーケティング高度化のためにタイ人の専門コンサルタントを活用している</li> </ul>
<p><b>事業拡大</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>人件費高騰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗の席数の拡張が難しい中で売上増加が難しい状況ではあるが、従業員給与を毎年増加していくことが課題</li> <li>本業である飲食業とは別に、レストランのコンサルテーション、レシピ開発、イベントのサポート等の業務展開をすることで収益増を図っている</li> <li>今後は、従業員がレシピ開発等の高付加価値業務に関与できるようにしていくことで事業拡大を検討している</li> </ul>