

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)

中国

Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.

野村綜研（上海）諮詢有限公司 北京分公司

2022年11月01日



企業ヒアリングレポート | 中国 | なだ万中国様

【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中国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。



なだ万は、20年以上にわたり中国大都市で事業展開。日本と中国では「なだ万」の知名度、イメージ、ターゲットなどは大きく異なっているため、日本とは異なるアプローチが必要となっている。

「なだ万」の中国展開状況

項目	概要
企業名	• なだ万（中国語：灘万）
業種	• 外食
企業概要	• 日本伝統料理の老舗。190年以上の歴史を有す
中国展開	• 香港、北京、上海、広州の四都市で、5店舗を展開 • 高級ホテルシャングリ・ラと提携し、ホテル内に出店
展開経緯	1981年～96年 香港進出 • 香港にて2店舗設立 • 日本料理になじみがある土地柄
	1997年～2007年 大陸展開 • 北京（1997年）、上海（2005年）、広州（2007年）に相次ぎ進出
	2008年～ 業態模索 • 「なだ万」の良さを残しつつ、現地により適応する店舗展開を模索中。 • 上海のワインと一品料理「ジパング」は撤退。北京では積極的に様々なチャレンジを行う。
北京店概要	所在 • 国貿ホテル（シャングリ・ラ経営）内 • 北京市中心部（朝陽区CBD）に位置
	人員 • 料理長、マネージャーは日本人、 • 料理人、接客員は中国人
	顧客層 • 昼：ビジネスランチ客中心 • 夜：富裕層常連客中心

「なだ万」から見た日中の違い

	中国	日本
「なだ万」の位置づけ	高級ながらもカジュアル（敷居の低さ）であること、 こだわりが分かりやすいことが重要 • 様々な料理、レストランの選択肢の一つ • 「なだ万」を知っている人は知っている • 居酒屋などの日本料理に馴染みはあるが、本格的な料理に対する理解は低い	「なだ万」の高い知名度、特別な席のイメージ 日本料理・懐石料理への理解
ターゲット顧客	消費力のある若い女性がターゲット （+日本に詳しい富裕層） • 若年層は、消費力、消費意向が高く、海外への受容度も高い • 特に都市の働く若い女性は、健康や品質の面から、日本料理を好む人が多い • 女性を連れてくる男性の満足度もアップ 流行の変化が激しい （特に若年層の嗜好・関心） • インターネットやSNSの普及で、常に新しい情報にふれている • 好奇心が旺盛で、常に「目新しいもの、面白いもの」を求める	中高齢富裕層が中心 本格的伝統の味、変わらぬ正統派の定番メニュー

中国に合わせた
アレンジ・チャレンジが不可欠



なだ万中国では、店舗設計、メニュー開発、イベント企画などにおいて、様々なチャレンジを行っている。
現地への十分な権限移譲が、これらのチャレンジを支えている。

なだ万 中国事業展開のポイント

方針

高級ながらも
カジュアルで、
分かりやすい

気軽に利用できる店舗、メニュー設計、イベント企画

- ・ コース料理よりアラカルト料理、個室・ダイニング席よりホール席を充実
- ・ 各種イベントの充実させ、敷居の高さを払拭

分かりやすさ、食べる前の付加価値を訴求

- ・ メニューに大きな文字で料理のPRポイント（食材及び産地・調理法など）を簡潔に表記
- ・ ストーリー性、うちくの紹介
 - ・ 中国人スタッフが顧客に、料理のストーリー性をもって、簡潔に顧客に伝えられるように教育

若い女性が
ターゲット

流行の変化
が激しい

特に若い女性を意識した、メニュー開発、料理の見栄に工夫

- ・ 写真映えを意識した盛り付け方の研究、食器の選び方にこだわる
 - ・ 「シェアしたくなる」料理にまつわるストーリー性・うちくをインプット
- ・ デザートを8種類に増やし、様々なものから選べる楽しさを提供
- ・ ドリンクは、カクテル、フルーツワイン、ノンアルコールなどを充実

伝統にとらわれない新規メニューの開発・サービスの提供

- ・ 西京味噌漬けチーズなど、日本では出すことが考えられないものも開発

頻繁なメニューの見直しや季節メニューで飽きさせない

- ・ 食材は同じでも、調理方法・風味・盛り付け・食器などを変更

事例

- ・ ホール席中心の北京店内



- ・ DJによる音楽イベント
- ・ インフルエンサーの参加



- ・ メニュー例「鉄板和牛フィレ套餐」
鉄板・和牛・フィレセットと簡潔に
大きな写真で料理のイメージを伝える



- ・ メニュー例
「ワサビアイスクリームと
サーモン寿司型マンゴーココナツ
デザートセット」
SNS映えする話題性と
寿司の形状や鮮やかな色合い



- ・ メニュー例
「西京味噌焼きチーズ」
西京味噌にチーズを10日以上漬け込み
味噌とチーズの風味を融合
お酒にもワインにも合うつまみを開発

