

「食」の多様性で地方創生

food diversity

資料2-2



フードダイバーシティ株式会社
代表取締役 守護 彰浩



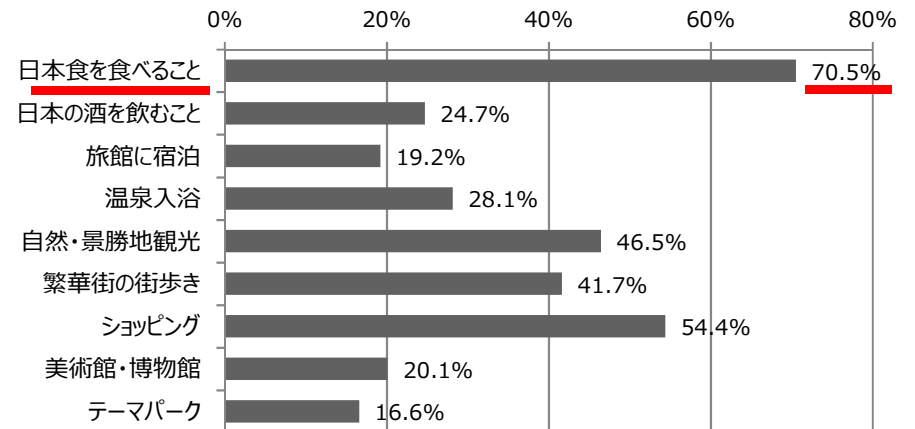
日本の「食」の可能性は大きい

- 和食は世界無形文化遺産にも指定、観光の期待も1位でポテンシャルが高い
- しかし観光客の消費額には大きな課題あり

和食は世界無形文化遺産



訪日前に期待していたこと (観光庁データより)



インバウンドの食に対する声

Q. 日本の食のイメージは？

A. 日本の食事は、自国で食べるより
すごく安い。

日本の食は「安い」と思われている！
取組次第で食の消費額UPの可能性あり！

まだまだ売上の取りこぼしあり①

①旅館の食のアップデートが必要

- ・旅行者は「その土地」で生産された食材を食べたい。
- ・しかし、山間部の旅館の夕食で刺身や海沿いの旅館でステーキが出るのが現状。



地域野菜を使った料理
(自分で摘む体験なども)



旅館の料理は量が多い。連泊するには、アラカルト制やショートコースの導入を。

良いものを使っていれば、値段は高くても良い。安いと手抜きの料理を出されているのかなと感じます。



旅館が行うべきこと

- | | |
|---------------------|-------------|
| ①その土地のものを、見せ方を工夫して！ | ②提供量に気を付ける |
| ③食事を原価ベースで考えない | ④食材・調味料の可視化 |



まだまだ売上の取りこぼしあり②

② トルコのエルドアン大統領

- ・ G20で来日（大阪）
- ・ **ハラール対応の飲食店**を探していたが見つからず、**ビジネスホテルの低単価のレストラン（ハラール対応済）**で食事をとった。



③ 飲食店の意識とベジタリアンのギャップ

飲食店への質問	ベジタリアン対応はできますか？	87.2%
ベジタリアンへの質問	満足する料理を食べることができましたか？	15.6%

フードダイバーシティ調べ

④ メニューの多言語化・食材の可視化ができていない



- ・ 昨年のラグビーW杯の会場ですえ**多言語化表記ができていない。**
- ・ 多言語化と食材表記を整備しないと、買うこともできず**消費に繋がらない。**



食は旅行の最大の魅力！まだまだ利益UPの余地あり

東京の自由が丘にある「菜道」

ベジタリアンレストラン検索サイト
世界13万店舗中、世界1位に輝く

- ・ 穀物と野菜、原価率は低く高収益
- ・ 国内外のVIPが多数来店
- ・ 日本人が日常的に食べる和食を提供

ほとんどのベジタリアンは
アプリ「Happy Cow」
を見て飲食店を探して
いる



ヴィーガンカツ重 2,000円



ヴィーガンうなぎ重(豆腐) 2,000円



ヴィーガン野菜寿司 5,000円※権八

- 食材原価が高いものを使わなくても「知恵」と「スキル」が価値になります
 - 「富裕層＝懐石料理、和牛の鉄板焼、高級フレンチ」ではありません
- ⇒ベジタリアンはサラダを食べたいのではなく、食文化に対応した「和食」を食べたい！



特に注目したい市場はベジタリアン・ヴィーガン

- 現在は6.3億人、著名人の発信や様々な背景にて世界中で**増えている**
- 世界で見ても野菜料理は、肉などを使った食事より**高単価で原価は低い**

市場規模	世界	日本国内	インバウンド規模（2018年）
ベジタリアン・ヴィーガン	6.3億人 ※1	500万人 ※2	167万人 ※3
（参考）ムスリム	18億人※4	20万～40万人※5	101万人※6

※1：観光庁「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」より引用
 ※2：日本人口：1.2億人、日本のベジタリアン比率：4%（観光庁より引用）、日本在住外国人ベジタリアン：20万人（弊社推定）
 ※3：観光庁「飲食事業者等におけるベジタリアン・ヴィーガン対応ガイド」より引用
 ※4：2019世界人口：7,713,468,000人（国連より引用） 世界イスラム教徒人口比率：23%（観光庁より引用）
 ※5：弊社推定
 ※6：2018年訪日旅行者数：3119万人 訪日旅行者のイスラム教徒比率：3.25%（JMTRIより引用）

客単価の違い ※昼は定食屋・夜は居酒屋の飲食店の事例

- ・ 昼からお酒を飲む**ベジタリアン・ヴィーガン**は簡単に単価UPが出来る。

	ランチ	ディナー
日本人	812円	3,508円
ムスリム	1,909円	1,980円
ベジタリアン・ヴィーガン	2,391円	3,899円

食単価の違い

- ・ 普通のハンバーガー 台湾ドル90 \$ = 332円
- ・ ヴィーガンバーガー 台湾ドル180 \$ = 664円
- ・ **ベジタリアン・ヴィーガン料理は単価が高い**

※1 \$ = 3.69円（11月11日現在）





提言

■ シェフや旅館の板前の人材育成を支援すべき

- ・料理人の意識を改革し「原価」ではなく「知恵」と「スキル」を価値にする
- ・長期滞在やフードダイバーシティ（ハラール、ベジタリアン・グルテンフリー等）などに合わせた食事の提供が必要がある。

（菜道のシェフと一緒に、熊本県人吉市で旅館の板前や地元シェフを集めメニュー整備等の支援を予定）

■ 食の情報発信

- ・メニューの多言語化整備
- ・多様化する旅行者に対し、適切な情報（食材や調味料）をHPやウェブサイトで開示し、消費を拡大すべき

■ 食の体験型コンテンツに力を入れるべき

- ・京都の川床料理や長良川の鵜飼、いちご狩りのように食自体が体験コンテンツ化されている商品は単価が高い

■ 旅行は食の最大のPRのチャンス

- ・食や生産者を管轄する農水省だけではなく、観光庁と連携し、外国人のニーズを把握した上で輸出促進を図るべき（特に肉を使わないヴィーガン商品は輸出のハードルが低い）