

# ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部

モスクワ事務所



**【免責事項】**

ジェトロは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえ、ジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

## はじめに

本報告書は、わが国農林水産物・食品の輸出を促進するため、近年発展の著しいロシア・ウクライナを対象とし、日本食品輸入の現状、消費者の食文化や食全般のトレンド、小売や外食産業の状況といった輸出に必要な市場の基礎情報をまとめた。

本報告書の作成にあたっては、ロシア・ウクライナの日本食市場で事業を展開する輸入業者、卸売業者、小売業者、レストラン経営者などにヒアリングを行った。

本報告書が、ロシア・ウクライナの日本食品市場の概要を明らかにし、今後同市場に輸出を目指す日本企業の参考の一助になれば幸いである。

なお、本報告書作成にあたり、多くの日本食品ビジネス関係者の方々にアドバイスを頂いた。ここに感謝の意を表したい。

日本貿易振興機構（ジェトロ）  
農林水産・食品部  
モスクワ事務所

アンケート返送先 FAX : 03-3582-7378

e-mail : AFC@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 農林水産・食品調査課宛

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書で提供させていただきました「ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査」について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：本調査をご覧になり、実際にビジネスにつながった例がありましたらご記入ください。

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

■ご所属をご記入ください。

<b>【必須】</b> <input type="checkbox"/> 大企業 <input type="checkbox"/> 中小企業 <input type="checkbox"/> その他	御社・団体名（任意）	
	部署名（任意）	
	※質問3をお答えいただいた方は、ジェトロからお話をお伺いする場合がございますので、ご連絡差し上げてもよろしい場合、以下の欄もご記入ください。（任意）	
	ふりがな	
	お名前	
	お電話番号	メールアドレス

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針 (<http://www.jetro.go.jp/privacy/>) に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～

# ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

## 目次

第1章 ロシア・モスクワ	8
1. 日本食品輸入の現状	9
(1) 成長をみせる冷凍野菜・果実市場	9
(2) 水産加工品、日本産は手ごわい競合品にさらされる	9
2. 小売の現状	10
(1) モスクワで日本産食品を取り扱う代表的な小売店	10
(2) 日本食品の輸入業者	13
3. 外食産業、日本食レストランの現状	20
(1) 高級日本食レストラン	20
(2) 中級日本食レストラン	21
(1) 食全般のトレンド	24
(2) 日本食品、日本食レストランについてのメディア報	25
第2章 ロシア・サンクトペテルブルグ	27
1. 小売の現状	28
(1) サンクトペテルブルグの小売市場概況—エキゾチックな食品としての日本食—	28
(2) 高級スーパーチェーン「LAND」	28
(3) 高級スーパーチェーン「GLOBUS GRUMET」	30
(4) その他の小売店舗	30
(5) その他—非日本産品の小売店取り扱い状況—	32
(6) 日本食品輸入業者	34
2. 外食産業の現状	36
(1) サンクトペテルブルグの外食市場概況	36
(2) 日本食レストランチェーンの概況	36
(3) 日本食チェーン「EVRAZIYA」	37
(4) 日本食チェーン「VASABI」	38
(5) 日本食チェーン「DVE PALOCHKI」	38
(6) 日本食チェーン「SAMBA-SUSHI」	38
(7) 高級日本料理店「GINZA」	39
3. 消費者の食文化や食全般のトレンド	40
(1) 女性を中心に高い健康志向、成分表示もポイント	40
(2) 日本食品、日本食レストランについてのメディア報道	40
(3) 外食店舗の利用者の実態	41
第3章 ウクライナ・キエフ	43

1. 日本食品輸入の現状.....	44
2. 小売の現状 .....	44
(1) キエフの小売市場概況ープライベートブランドの日本食品も存在ー .....	44
(2) 日本産食品を取り扱う小売店情報.....	46
3. 外食産業の現状.....	53
(1) 外食店の数・規模.....	53
(2) 日本食レストランチェーンの概況.....	57
4. 消費者の食文化や食全般のトレンド .....	58
5. 業務用日本食品市場の現状.....	59
(1) MORSKOI DOM 社へのインタビュー.....	60
(2) CONUS - S 社へのインタビュー.....	61
(3) 外食産業、レストランの状況 .....	61
<日本食レストラン「YOSHI」へのインタビュー>.....	61

# ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

## 第1章 ロシア・モスクワ



## 1. 日本食品輸入の現状

### (1) 成長をみせる冷凍野菜・果実市場

日本産の生鮮野菜・果実は以前、モスクワの高級スーパーチェーン「AZBUKA VKUSA」や「GLOBUS GRUMET」で販売されていた。しかし、生鮮野菜・果実は、高級スーパーチェーンの納入条件が、①全量買取制度ではなく、売れ残った分については支払われないこと、②商品の鮮度を保つため輸送費の高い航空便でしかモスクワに持ち込めず、日本食品を取り扱うインポーター達も敬遠してしまう点等も課題になっているほか、日本産の生鮮野菜・果実をかつて多く取り扱っていた JFA 社の倒産等も背景となり、あまり供給されていないというのが現状だ。

一方、ロシアの農産物市場では、冷凍野菜・果実が成長を見せている。「Busines Stat」社が作成した「ロシアにおける冷凍果実・野菜市場分析」によれば、2007年の国内販売量は24万6,000トンだったが、2011年には31万9,000トンとなり、約30%成長した。経済危機の余波が襲った2009年には前年比3%減少していることも考慮すれば、この成長率は大きい。専門家は、都市部で市場は飽和状態にあるものの、地方にはまだ潜在力が残されているため、2012年から2016年の間では、さらに年間8%の成長を続け、2016年には販売量が46万6,000トンになると予測している。

日本産果実・野菜のロシアへの輸出を促進するには、冷凍商品も視野に入れることも必要であろう。

### (2) 水産加工品、日本産は手ごわい競合品にさらされる

2011年3月の東日本大震災発生により、ロシアへ水産物を輸出していた東北の水産会社は致命的な打撃を受けた。また大震災に伴う原発事故の発生により、現在も日本の6都県（福島、群馬、茨城、栃木、千葉、東京）が、ロシアから輸入禁止措置を受けている。原発事故以前、ロシア漁業庁に登録されているロシアへの輸出資格のある日本の水産会社の数は543社だったが、事故以後、ロシア農業省は240社に対し商品輸入の禁止措置を取り、現在は303社のみが輸出可能となっている。この影響で日本の対ロ輸出量は大きく減少している。

情報通信社「Kazakh Zerno」(<http://www.kazakh-zerno.kz/>)がロシア農業省のプレスリリースから引用して伝えたところによると、2012年8月23日に行われた原田駐露大使とフォードロフ・ロシア農業相の二国間協議で、日露の農林水産物・食品の取扱高について協議されたという。ロシアからの農林水産物・食品の対日輸出額は2億2,290万米ドルだったが、日本からロシアへの輸出額は3,400万米ドルであったと、フォードロフ農業大臣が語っている。ロシアからの対日輸出品の主な商品は、冷蔵魚類、タバコで、逆に日本からの主な輸入品は、冷蔵魚類、ソース類、調味料、スープ等の様々な食品、アルコール、ノンアルコール飲料であった。

このように日本からロシアへの農林水産物・食品の輸出量は減少しているが、漁業に関する情報通信社の分析センターによれば、2012年1月～9月の魚（乾燥、塩蔵、塩漬けにしたもの、HSコード0305）の輸入量は、前年比4.6%増の9,100トンとなった。魚については、中国（輸入総量の58%）およびベトナム（同22%）、台湾（18%）からの輸入増が牽引役となったようだ。魚の加工品では、ロシア国産の商品も増えてきており、日本産品の輸出にとっては手強い競合相手となっている。

## 2. 小売の現状

1999年頃から始まった日本食レストランブームの影響を受け、日本食品を取り扱うスーパーや、スーパーチェーンも、ここ10年の間に増えてきた。寿司関連商品がメインだが、ビジネスで時間のない人々のために、ファストフードやインスタント食品の人気の高まるにつれ、インスタント味噌汁も目に付くようになってきている。カップ麺は韓国メーカー「KOYA」(Korea Yakult Co. Ltd.)が現地生産する「DOSHIRAK」に大部分のシェアを獲得されている状況だが、「日清食品」や「サンヨー食品」などの日本の即席麺の大手企業が現地大手と資本提携しており、今後の展開が期待される。中級のスーパーマーケットチェーン、例えば、「PEREKRYOSTOK」や「SEDIMOY KONTINENT」などでは、アジア食品コーナーはあるものの、日本食品のラインナップとしては、キッコーマンの醤油、ソース類程度である。

### (1) モスクワで日本産食品を取り扱う代表的な小売店

日本食品を取り扱っているのは、高級スーパーチェーンと日本食品専門店である。以下にモスクワで日本産食品を取り扱う代表的な小売店を紹介する。販売されているのは、主に寿司関連商品(米、海苔、酢、醤油、ガリ、わさび等)で、その他は、即席麺、即席味噌汁、味噌、乾麺(そば、そうめん)、冷蔵魚介類、水産加工品、ソース・ドレッシング類、スナック・菓子類、日本酒、焼酎、ウイスキー、インスタントコーヒー、日本茶、缶コーヒー、機能性飲料(「ウコンの力」、「アセロラ」等)などである。

店名	所在地	主要取扱 日本食品	コンタクト
NIPPON	St.Kravchenka,4/3 Tel: +7 (901) 55-001-55	ソース類、海苔製品、ソフトドリンク、お菓子・スナック類、	<a href="http://www.nipponmoscow.ru/">http://www.nipponmoscow.ru/</a> e-mail: info@nipponmoscow.ru
AZBUKA VKUSA	Kutuzovskiy prospect, 36, build.6 (本社) Tel:+7 (495) 504-3487 Fax: +7 (495) 504-3477 ※モスクワ市内、モスクワ州に50店舗を展開。	寿司関連商品(米、海苔、酢、わさび、ガリ等)、インスタント味噌汁、醤油・ソース類、日本酒、梅酒など	<a href="http://www.azbukavkusa.ru/">http://www.azbukavkusa.ru/</a> e-mail: welcome@azbukavkusa.ru
GLOBUS GRUMET	Kutuzovskiy prospect, 48 (本社) Tel:+7 (495) 221-66-71 Fax:+7 (495) 221-66-71 ※モスクワ市に5店、モ	寿司関連商品(海苔、わさび、ガリ等)、インスタント味噌汁、醤油・ソース類、日本酒、梅酒など。	<a href="http://globusgurme.ru/index.php">http://globusgurme.ru/index.php</a> e-mail: info@globusgurme.ru

	スクワ州に1店、ペテルブルグに1店を展開。		
YAKITORIYA MAGAZIN	Novoslobodskaya, 20 Tel: +7 (499) 973-3252 ※この店の他にケーターリングの「YAKITORIYA BENTO」もある。	寿司関連商品（海苔、わさび、ガリ等）、冷凍海産物、醤油・ソース類、日本酒、焼酎、梅酒、即席麺、ソフトドリンク、箸、食器、その他日用品など	<a href="http://www.vci.ru/ru/front_end_vci/pages/view_page/84">http://www.vci.ru/ru/front_end_vci/pages/view_page/84</a> e-mail: <a href="mailto:info@vci.ru">info@vci.ru</a>
JAPRO	Prospect Mira, 79, buil.,1 Tel. +7 (495) 979-8987	寿司関連商品（米、海苔、酢、わさび、ガリ等）、醤油・ソース類、冷凍海産物、即席麺類、カレー粉、日本茶、コーヒー、お菓子・スナック類、日本酒、焼酎、梅酒、箸、食器、その他お土産、化粧品、日用品など	<a href="http://www.japro.ru/">http://www.japro.ru/</a> e-mail: <a href="mailto:info@japro.ru">info@japro.ru</a>
Mega Tsentr Italia	St. Akademika Pilyugina, 10 Tel: +7 (495) 223-3431	インスタント味噌汁、生焼きそば、そば、醤油・ソース類、ソフトドリンク（ポッカ、シンガポール）など	<a href="http://www.megaitalia.ru/">http://www.megaitalia.ru/</a> e-mail: N/A（※HPにお問合せページ有）
Gastranom No.1	Krasnaya Ploshadi, 3, 3-rd line on 1-st floor, "GUM" Tel: +7 (495)620-3010/3015	インスタント味噌汁、そば、ふりかけ類、醤油・ソース類、ウイスキーなど	<a href="http://www.gum.ru/projects/gastronomie/">http://www.gum.ru/projects/gastronomie/</a> e-mail: <a href="mailto:office@podnesi.ru">office@podnesi.ru</a>
ALIE PARUSA	St.Aviatsionnaya, 66 Tel: +7 (495) 925-27-90 Fax:+7 (495) 925-27-83 ※モスクワ市内に14店舗、モスクワ郊外に3	米、インスタント味噌汁、醤油、コーヒー、日本酒、梅酒など	<a href="http://www.alieparusa.ru/ru/univers/">http://www.alieparusa.ru/ru/univers/</a> e-mail: <a href="mailto:assol@redsails.ru">assol@redsails.ru</a>

	店舗を展開。		
ELISEEVSKIY	St.Tverskaya, 14 Tel: +7 (495) 650-4643 ※伝統のあるスーパーだが、上記「ALIE PARUSA」の運営会社との共同経営。	米、インスタント味噌汁、醤油・ソース、日本酒、梅酒など	<a href="http://www.eliseevskiy.ru/contact.htm">http://www.eliseevskiy.ru/contact.htm</a> e-mail: assol@redsails.ru

「NIPPON」は、2012年10月15日にオープンしたばかりの日本食品専門店である。店舗は小さいが、子供向けの菓子・スナック類や、「桃屋」の商品が目立つ。運営しているのは、インポーター兼ディストリビューターである「IP FADEEVA」で、個人企業主の形態を取っている。日本のパートナーは「ITS NIPPON」社で、同社が日本から食品を輸出している。ソフトドリンクは、ウラジオストックまたはハバロフスクのインポーターを経由して購入しているとのことである。今のところ1店舗だが、今後は店舗数を増やすとともに、日本食品の卸先も拡張していく予定だという。

「AZBUKA VKUSA」は、大手の高級食品スーパーチェーンで、モスクワ州、モスクワ市内に50店舗を運営している。同店は以前日本産生鮮果実・野菜を販売していたが、日本からの流通が途絶えて現在は販売していない。大部分の店舗に日本食品コーナーがある。また牛肉も販売しているが、和牛は2000年より輸入禁止措置が取られているため、オーストラリア産の和牛を扱っているもようだ。

「GLOBUS GRUMET」も高級食品スーパーチェーンである。ただし「AZBUKA VKUSA」よりも価格帯は若干高い。2008年頃までは日本産生鮮果実・野菜も取り扱っていたが、現状は取り扱いをしておらず、日本の生鮮果実・野菜は現在では全く陳列されていない。また、大部分の店舗に日本食品コーナーがある。このスーパーも和牛を取り扱っているが、オーストラリア産である。

「YAKITORIYA MAGAZIN」は、ホールディングカンパニー「VESTA TSENTR INTERNATIONAL」が運営している日本食品専門店である。中級日本食チェーン「YAKITORIYA」も同ホールディングの傘下にある。またこれらの店舗に日本産食品を提供しているロシア大手の日本食品インポーター「CONUS PLUS」社も同様である。ただ最近では、日本食品の他に、中国製、韓国製、ベトナム製の商品も目立って陳列されるようになっている。

「JAPRO」は1990年代からモスクワで営業している老舗の日本食品専門店、「日ソ貿易」社が運営している。同店の取り扱う品数は豊富で、モスクワでは最大級といえる。「日ソ貿易」社が委託先となり、「JAPRO」が再委託先という形で、農林水産省の輸出促進補助事業のアンテナショップとして、日本茶、日本酒、生鮮果実の販売促進を行ってきた。

「MEGA TSENTR ITALIA」も1990年代の後半にオープンした。チェーン展開はせずに、着実にビジネスを発展させている印象のスーパーである。日本食品もここ数年取り扱っているが、ほとんどが「JAPRO」から仕入れている商品で、独自に日本との取引ルートを築いている訳ではない。

「GASTRONOM No.1」は、クレムリンの赤の広場にある高級百貨店「GUM」の1階にある。

このスーパーには高級品や品質の高い食品やアルコール飲料が置いてあるため、クレムリン観光のついでにお土産の購入場所としても活用できる。このスーパーも同じく、大部分の日本食品を「JAPRO」から購入しているが、棚が小さいため品数は少ない。最近では中国産の春雨等も陳列されている。

「ALIE PARUSA」は、「AZBUKA VKUSA」、「GLOBUS GRUMET」に次いで勢いのある高級と中級の間のスーパーチェーンである。アジア食品コーナーがあり、日本産米（秋田こまち アースフライヤーズ）や醤油、麺類などが陳列されている。日本のコンビニ弁当のような形態で寿司も販売している。

「ELISEEVSKIY」は1901年に開設したロシアでは老舗中の老舗のスーパーで、内装も飛びぬけて豪華な印象を与える。現在では「ALIE PARUSA」との共同運営という形で商品の供給が行われているが、日本食品は少ない。

## （2）日本食品の輸入業者

日本食品の輸入業者は、さほど多くはない。流通構造は、①輸入業者兼卸売業者から小売チェーンへ流れるパターンと、②輸入業者からホテル、レストラン、カフェ等に販売網を確立している卸売業者へ流れるパターンの、大きく2つに分けられる。ホテル、レストラン、カフェ等でも、巻き寿司（ロール）をメニューで出すところが多いため、醤油やガリ、鰻蒲焼き、ゴマドレッシング、マヨネーズなどが、卸売業者から販売されている模様である。輸入業者の中には、コンテナ便により日本から食品を輸入している会社と、航空便で仕入れる会社、コンテナを入れる輸入業者に混載を依頼して商品を買付けする会社などがある。

以下、主な輸入業者および卸売業者の一覧を記載する

会社名	住所	URL
Azuma Holdings LLC ISHITO LLC U MAY	Moscow, 3-rd St., Yamskogo Polya, 25 Tel: 7 (495) 646-1677	www.azumahd.co.jp
Konus Plus	Moscow, St., Burakova, 6 Tel: 7(495) 921-0305	www.konusplus.ru
SUSHI HOUSE SUSHI TRADING	Moscow, 2-nd Khoroshevskiy proezd, 7, build., 1a Tel: 7 (499) 272-2282	www.sushihouse.ru www.sushitrading.ru
SUSHI MARKET	Moscow, Zolotorozhskiy val, 34, build., 6 Tel: 7 (495) 638-5222	www.tk-sm.com
LLC FILI	Moscow, St., Proizvodstvennaya, 11 Tel: 7 (495) 933-3751	www.fili.com.ru

EAST WEST	Moscow, St., Usievicha, 24/2 Tel: 7(495) 988-4137	www.ews.ru
SHARK	Moscow, Ogorodniy proezd. 20, k.27 Tel: 7 (495) 775-5410	www.shark-group.ru
UHRENHOLT	Moscow, St.,Kirovogradskaya, 23A/1 Tel: 7(495) 728-4140	www.uhrenholt.ru
FISH DAY	Moscow, St.,Voykova,4 Tel: 7(495) 988-26-08	www.fishday.ru
GLOBAL FOODS	Moscow, Frezer shosse, 17 Tel: 7(495) 787-1144	www.globalfoods.ru
FROSTA	Moscow, 2-nd Kotlyakovskiy per., 1, build., 4, office 422 Tel: 7 (495) 787-5493	www.frostafood.ru
TSENTRE YAPONSKOGO DIZAINA	Moscow,St.,Ryabinovaya,55/12-1, office 9	www.japan-centre.com
TAKARA	Moscow, Elektrolitniy proezd, 9/1 Tel: 7(499) 613-2083	www.takarafish.ru
RUSSKO Co.,LTD	Moscow, St.,Leninskiy prospect,158, Hotel "Salute", 3-rd floor, office 0339	N/A
NIPPON	Moscow, St.,Kravchenko, 4/1 Tel: 7 (926) 390-2257	www.nipponmoscow.ru
AST	Moscow, Kashyrskiy proezd, 23 Tel: 7(495) 411-5340	www.ast-inter.ru
SIMPLE	Moscow, St., 4-th Magistralnaya, 11/2 Tel: 7 (495) 510-5001	www.simple.ru
Firma S-2	Moscow, St.,Amurskaya, 1/13 Tel: 7 (499) 163-9519	www.s-2.ru
MITSUBISHI CORPORATION	Moscow, St.,Sadovnicheskaya, 82, build.,2 Tel: 7 (495) 961-2122	N/A
ITOCHU CORPORATION	Moscow, Savvinskaya nab.,15 Tel: 7(495) 961-1444	www.itochu.ru
YOKOHAMA TRADING	Moscow, Prospekt Vernadskogo,	N/A

CORPORATION, LTD	8A, Tower B Tel: 7 (495) 645-8465	
------------------	--------------------------------------	--

主な輸入・卸売業者として以上 20 社をリストアップしたが、このうち大手輸入業者は「Azuma Holdings」、「Konus Plus」の 2 社である。「Azuma Holdings」は日本の「いし東」の子会社で、現在「LLC ISHITO」、「LLC UMay」の現地法人を設立している。前者は主に卸売を行い、後者はホテル、レストラン、カフェ等への販売を行っている。「Azuma Holdings」は、東日本大震災発生前は、40 フィートのコンテナを毎月 1 本日本から輸入していたが、現在は 2 ヶ月に 1 本のペースで輸入している。小売は行っておらず、主にホテル、レストラン、カフェ等や地方卸売業者を相手に売り上げを伸ばしている会社である。

「Konus Plus」は、中級日本食レストランチェーン「YAKITORIYA」を展開する「Vesta Tesnt International」の傘下にある日本食品大手輸入業者で、伊藤忠商事と取引を行っている。同社は日本食専門店「YAKITORIYA MAGAZIN」を 1 店舗運営しており、「Konus Plus」社はレストランへの卸売の他に、同店へも日本食品を卸している。

「SUSHI HOUSE」、「SUSHI TRADING」も、上記同様に日本食品の大手輸入業者である（以前は別会社だったが、担当者によると両者は統合したとのこと）。「SUSHI MARKET」、「EAST WEST」、「SHARK」、「FISH DAY」は、主にホテル、レストラン、カフェ等が納入先である。これらの会社は、日本食品よりも中国産、ベトナム産などの類似品を取り扱う傾向があり、日本企業が面談するにも、アポ取得はなかなか難しくなっているのが現状だ。

小売チェーンを主な納入先とする会社は、「LLC FILI」、「TSETRE YAPONSKOGO DIZAINA」、そして「NIPPON」の 4 社である。「LLC FILI」は卸売業専門で、輸入は「IP PALIENKO」（本社はウラジオストック所在。ブランド名は「DAIICHI」）が行っている。モスクワの高級スーパーで販売されている味噌、即席味噌汁、海苔、ガリ、ソース類、菓子類などは、ほとんどこの「LLC FILI」および「IP PALIENKO」の 2 社から仕入れているといっても過言ではない。

「TSETRE YAPONSKOGO DIZAINA」は、日本の「竹本トレーディング」社のロシア法人である。同社は以前、高級小売チェーンに日本食品を数多く卸していたが、最近では、「アセロラ」、「ウコンの力」などの機能性飲料をメインに扱っている。「NIPPON」は 2012 年 10 月にオープンしたばかりで、小売店は 1 店舗しかない。「NIPPON」は日本食品専門の小売店名で、輸入を行うのは「IP FADEEVA」（「NIPPON」の経営者による運営）で個人事業主である。今のところ

「NIPPON」向けに、「桃屋」の商品や、ソース類、お菓子・スナック類、飲料水などを主に販売している。品数は競合相手である日本食専門店「JAPRO」と比較するとまだ少ないが、同店の強みは店舗が自社所有のため、商品価格に家賃が反映されず、若干価格が安い点にあると言えるだろう。

日本側のパートナーは「ITS NIPPON」社で同社が主に輸出業者の役割を担っている。



【「NIPPON」の外観】



【陳列商品①】



【陳列商品②】



【陳列商品③】

「TAKARA」社は、以前からサンクトペテルブルグでインターネットでの販売をメインに行っていたが、現在ではモスクワにも支社を開設し、卸小売を行っている。主に海藻類、とんかつソース、ゴマドレッシングなどのソース類、すし酢、だしの素などを取り扱っている。

「GLOBAL FOODS」は、ホテル、レストラン、カフェ等を顧客とする食品の大手卸売業者だが、全体的にみれば、日本産の日本食品の取扱量は少なく、中国産、韓国産の類似品を扱っているようである。購買担当者によれば、日本産のマヨネーズ、ゴマドレッシングに非常に興味を持っているとのことだ。マヨネーズに関しては、同社は既に非日本産の類似品である「ゴールデン・マヨネーズ」を仕入れているが、これらの商品と日本産マヨネーズにはまだ微妙な味の差があり、関心があり理由とのことである。

「FROSTA」は、ホテル、レストラン、カフェ等や小売チェーン向けに日本産食品やアジア製品の卸売を行う輸入卸売業者である。

「RUSSKO Co.,LTD」は、「UCC」や「伊藤園」の商品を輸入しており、同社の取扱商品は、高級小売チェーンの棚に陳列されている。

「AST」、「Simple」、「Firma S-2」は、いまでは数少ないアルコール飲料の輸入業者で、日本酒



や焼酎を取り扱っている。「Firma S-2」社は、2011年の業界再編に伴い、取扱量を減らしており、今後日本からのアルコール類輸入に関しては、安価な調理用酒のみ関心を持っているとのことだ。

「AST」社は、「大関」、「チョーヤ梅酒」の卸売を行っており、日本酒の取扱量は最も多い（同社が作成した資料によれば、2011年度には2社の商品を8万6,336リットル輸入している）。ただし日本産酒類の輸入担当マネージャーによれば、市場が既に飽和状態にあるため、いまのところ新しい商品をラインナップにのせる予定はないとのことである。

「Simple」社は、「AST」に次いで日本酒の輸入量が多い大手である。同じく「AST」社が作成したデータによれば、2011年度に5万136リットルの日本酒輸入実績を持っている。「AST」のように大衆向けではなく、「白鹿」、「開運」、「大門酒造」、「梅錦山川」などのブランドを主に取り扱っており、在モスクワの日本人シェフのいる日本食レストランをメインに卸している。同社担当者は、日本語も堪能で、日本酒に関するパンフレットや小冊子を作成し、卸先である日本食レストラン関係者に啓蒙活動も行っている。

日本企業の現地法人である「ITOCHU CORPORATION（伊藤忠商事）」は、上記「Konus Plus」への輸出業者として様々な日本食品をロシアに輸出してきたが、東日本大震災および福島原発事故後の6ヶ月間は「Konus Plus」社は日本からの輸入を停止し、その間は中国産、ベトナム産、米国産等の類似品にシフトするなどの対応をしたとのこと。

「MITSUBISHI CORPORATION（三菱商事）」の取扱商品で代表的な商品は、「白鶴酒造」の焼酎だろう。同社の「千夜一酔」（宮崎県産）の米、麦焼酎は、在モスクワの日本人シェフがいる日本食レストラン「青空」、「桜」、「一番星」などで人気は高い。

「YOKOHAMA TRADING CORPORATION, LTD（横浜通商）」は、日本企業ロシア現地法人の専門商社で、主に極東でとれた水産物の日本への輸出を行っているが、冷凍・冷蔵の魚介類のロシアへの輸入・販売も行っている。日本産は少なく東南アジア産の水産物の輸入がメインだが、同社担当者によれば、日本産水産物のロシアへの輸出オファーを待っているとのことだった。

韓国産、中国産などの類似品、競合品に関しては、一番売れ筋の寿司関連商品からご紹介したい（写真は「Metro Cash&Carry」で撮影したもの）。



【韓国産海苔】



【中国産ガリ】



【中国産ガリ業務用】



【英国産、韓国産、中国産わさび】



【中国産、英国産、ロシア産米】



【日本産、中国産醤油】

「Metro Cash&Carry」はドイツ資本の会員制卸売専門ハイパーマーケット、現在ロシアの 42 都市に 63 店舗を展開している大手のチェーン店である。一般消費者は利用できないが、幅広い分野の外食関係者が仕入れを行う専門チェーンでもある。同店でもアジア食品コーナーがあり、写真はそこで撮影したものである。アジア食品コーナーと言うものの、その棚の大部分が売れ筋の寿司関連商品で満たされている。日本産品はほとんど無く、ほぼ 95%が中国産、韓国産、英国産、ベトナム産、米国産、ロシア産である。値段は何れも日本産品より 20～50%程度安い。また寿司関連商品以外では、味噌、天ぷら粉、蒲焼のタレ、キムチの素、そば、うどんなども置いている。



【中国産味噌】



【中国産天ぷら粉】



【各種ソース類】



【乾麺類】

このように、非日本産の日本食材が、棚を席卷しているのが現状であり、日本食品のロシアでの輸出拡大には、安価な他国産の競合品との競争が避けられない。

ロシアでは、日本食品市場はまだ形成の途上にあるため、小売用と業務用の流通取引にさほど大きな差はない。日本からモスクワへの物理的距離は約1万キロだが、この距離を運ぶのに、現在は船便か航空便が主な輸送手段となっている。しかしロシアの輸入業者に話を聞くと、大部分が運賃の安い船便を使っている。この輸送費用と輸入業者のマージン、そして日本食品の小売媒体となっている高級スーパーチェーンの利益（100～200%）が上乗せされることによって、小売店の店頭では、日本の小売価格のおおよそ3倍～4倍で商品が売られているのが現状である。モスクワはロシアの外国といわれるほど、他の都市部よりは裕福な都市ではあるが、現状は日本食自体が、ロシア人の食生活の一部に溶け込むほどに浸透していないため、高額な日本食品を好んで購入する人々の数は少ない。そのため、ロシアの輸入業者は小売で売れるものよりは、業務用として売れる商品を優先することになる。小売が伸びてゆくためには、まずは外食がその火付け役となるのが一般的番だが、日本食レストランでは、巻き寿司（ロール）の売り上げが店によって大差はなく、ほぼ60～80%である。

### 3. 外食産業、日本食レストランの現状

以下、モスクワの日本食レストランを紹介する。寿司、巻き寿司（ロール）をメニューに組み入れているレストラン、カフェ、バーまでを含めると、モスクワ市内には約 600 店舗～1,100 店舗あるとも言われるが、その中から代表的な日本食レストランをカテゴリー別に紹介する。

#### (1) 高級日本食レストラン

店名	所在地・電話番号	URL
誠司	Konsomolskiy prospect, 5/2 Tel:+7(499) 246-7624	<a href="http://www.seiji.ru/">http://www.seiji.ru/</a>
美郷	Myasnitskaya st, 47 Tel: +7 (495) 725-0333	<a href="http://www.misato.ru/">http://www.misato.ru/</a>
GINKGO	Tverskaya st., 3, 1-st floor in “The Ritz-Carlton” Tel: +7(495) 662-8190	<a href="http://ginkgo-restaurant.ru/">http://ginkgo-restaurant.ru/</a>
MEGU	Novinskiy Blvd., 8, bld.2, 1-st floor in 「Lotte hotel」 Tel: +7 (495) 287-0520	<a href="http://www.lottehotel.ru/hotel/hotel-clerk.asp?menuid=2&amp;gnbid=1">http://www.lottehotel.ru/hotel/hotel-clerk.asp?menuid=2&amp;gnbid=1</a>
NOBU	B.Dmitrovka st, 20 Tel: +7 (495) 645-3191	<a href="http://www.noburestaurants.ru/">http://www.noburestaurants.ru/</a>
SUMOSAN	Ploshadi Evropi, 2, 1-st floor in 「Radisson Slavyanskaya Hotel」 Tel: +7 (495) 941-8841	<a href="http://www.sumosan.com">http://www.sumosan.com</a>

高級日本食レストランは、他にもあるが、上述の「SUMOSAN」以外は日本人シェフのいるレストランである。高級レストランは 90 年代にも数軒あったが、いずれも長くは持たなかった。レストラン「誠司」は 2004 年にオープンしてから、現在もロシア大企業の上層部や政治家、高級官僚などに根強いファンを持ち、高級カテゴリーの中では老舗となっている。ちなみに、「リッツカールトン」ホテルの 1 階にある「GINKGO」はレストラン「誠司」の 2 号店だ。

「美郷」も「誠司」系列の兄弟店で、内装には数億円かけ、高級感を醸し出している。料理長は、日本のホテルで 20 年勤めた実績を持つ本格派の和食料理人で、最近はマスコミなどにも引っ張りだこである。

これら高級カテゴリーに入るレストランは、日本の食材を使っているケースが多く、そのため値段も高く、例えばロシア人に一番人気のあるメニューである「カリフォルニア・ロール」は一人前当り 800～1,000 ルーブルとなっている。

ちなみに、これら日本人シェフの悩みは、自分の料理を引き立てる「美味しい日本酒がないこと」だそう。インポーターが輸入する日本酒は、大衆向けのものが多く、日本人シェフ達も物足りなさを感じているそう。

(2) 中級日本食レストラン

【中級日本食レストラン】(1)

店名	所在地・電話番号	URL
夢	Pokrovka st., 38a, build.,2 Tel: +7 (495) 621-78-40	<a href="http://www.u-me.ru/">http://www.u-me.ru/</a>
青空	Leninskiy prospect, 38, 1-st floor in Hotel “Sputnik” Tel.: +7 (495) 930-5830 Fax: +7 (495) 930-4093	<a href="http://www.aozzora.com/">http://www.aozzora.com/</a>
桜	Krasina st., 7/1, Tel: +7 (499) 254-0805 Fax:+7 (499) 254-4641	<a href="http://www.sakura-restaurant.ru/">http://www.sakura-restaurant.ru/</a>
NETSKE	1)Leninskiy prospect, 69 Tel: +7 (499) 134-2407 2)Lesnkova st., 6 3)Ferganskaya, 17, in cinema “Volgograd”	<a href="http://www.netske.ru/">http://www.netske.ru/</a>

【中級日本食レストラン】(2)

店名	所在地・電話番号	URL
一番星	1)Krasnaya Presnya, 22 Tel: +7 (499) 790-0379 2)Prospect Vernadskogo, 105/1※ 3)B.Yakimanka, 50 4)Vravdi st., 26 ※2号店は現在ベトナム料理がメインに。	<a href="http://www.ichiban.ru/">http://www.ichiban.ru/</a>
YAKITORIYA	Tverskaya-Yamskaya, 29, build.2 (1号店) Tel: +7 (499) 250-5385 ※モスクワ市内、州内に 58 店舗を展開。	<a href="http://www.yakitoriya.ru/">http://www.yakitoriya.ru/</a>
GINNO TAKI	1)B.Yakimanka st., 58 Tel: +7-(499) 238-9533 2)Tverskaya st., 6 Tel: +7 (495) 692-5350	<a href="http://www.gin-notaki.ru/">http://www.gin-notaki.ru/</a>
PLANETA SUSHI	1-st Tverskaya-Yamskaya, 2, build.,1 Trade center”Sofiya” Tel: +7 (495) 251-2578 ※10 カ国、44 の都市に 134 店舗を展開。	<a href="http://www.sushiplanet.ru/">http://www.sushiplanet.ru/</a>

YAPOSHA	Arbat st., 31 Tel: +7 (499) 241-0886 ※モスクワ市内、モスクワ州に 34 店舗を展開。	<a href="http://www.yaposha.com/">http://www.yaposha.com/</a>
TANUKI	: Verozavodskaya st., 6 Tel: +7 (499) 764-1803 ※モスクワ市内、モスクワ州に 42 店舗を展開。	<a href="http://www.tanuki.ru/">http://www.tanuki.ru/</a>

中級日本食レストラン (1) にも、「NETSKE」以外は、日本人シェフがいる。「夢」、「青空」、「桜」ともに、在モスクワの日本人に人気のレストランである。

値段で言えば「夢」は、「青空」、「桜」よりも 1 割～2 割ほど高く、その他の中級日本食レストランは、「青空」、「桜」よりも 1 割～2 割ほど安い。「一番星」は、「桜」と同じ系列のチェーンだ。2004 年に 1 号店がオープンしてから、現在は 4 店舗まで増えたが、ブランド・シェフである K 料理長が大部分の店舗をコントロールしている。

#### 4. 消費者の食文化や食全般のトレンド

経済成長に伴い、ロシア人の生活様式にも変化が見られるが、ロシアを初めて訪れた日本人や、日本の食品関係者の方々から、「ロシア人は昼食にどの程度のお金を費やしているのか」という質問をされることが多い。特に、日本のレストラン関係者やファストフード関係者からの関心が高い。この中には、日中の平均客単価を 400 ルーブル（約 1,020 円）と具体的に設定される方もいたが、高級日本食レストランならまだしも、ファストフードを売りにするなら、おそらくこの目標は達成できないだろう。日中の平均客単価は、高く見積もっても、300 ルーブル（約 770 円）が限界というのが現状と考えられる。

調査会社「Romir」がロシアの人口 10 万人以上の都市に住む年齢 18~50 歳の人々 1,000 人を対象に実施した「職場での間食および昼食に関するアンケート」調査（2012 年 9 月）によれば、昼食に費やす金額は、平均 142 ルーブル（約 360 円）となっている。

また、昼食費を節約するために、アンケート回答者の約半数にあたる 44%の回答者が、「職場に弁当を持参している」と回答している。主に女性と高齢層にその傾向が強い。一方、働き盛りの男性は「職場の近くで昼食を購入する」との回答が多かった。

男女別でみると、男性はサンドイッチや即席食品、半加工品を好んでいるが、女性は自分のスタイルを気にする傾向が強く、健康的なフルーツやヨーグルト、カッテージチーズ（トゥヴァログ）を好む、というアンケート結果が出ている。ロシア人社員が、職場でリンゴやバナナなどの間食をとっているケースは良く目にする。特に女性は、昼食の代わりに、上述のようにフルーツを摂る人が多い。

「Romir」社のアンケート結果では、10 人中 9 人が職場でパン類やスイーツなど甘味類をとっており、1 日に平均で 111 ルーブル（約 280 円）ほど費やしているようだ。「Romir」社は 1 年前にも同様のアンケートを実施したが、人気の高かった間食の品目は、2012 年も変わらず、回答者の半数が「クッキー類」、「ケーキ類」、「プーラチキ（コッペパン）」などと答えている。その次に人気の高い品目は、ヨーグルト、カッテージチーズ（トゥヴァログ）、甘味類、チョコレートとなっている。

興味深い結果としては、ロシア人の健康志向を反映し、即席食品の人気はこの 1 年で下がり、その代わりにフルーツを好む人々が増えてきていることが示された。また、収入別で見ると、収入が高くなるほど、パン類や甘味類を摂らずに、乳製品やフルーツを摂るという結果が出ている。間食に費やす金額は、回答者のうち 53%以上が 1 日に 100 ルーブル以下、3 分の 1 は、100~200 ルーブルの価格帯と答えている。

今後、ロシアでファストフードやレストランおよび小売店の開業を目指す方々は、このようなロシア人の生活様式に踏み込んだ情報も価格設定やメニューの参考にして欲しい。

## (1) 食全般のトレンド

### ーファストフードに陰り！？自然食品が人気ー

一つのトレンドとして、「ファストフードはもう過去の遺物に？」というニュースを紹介する。テレビ局「ロシア 24」が 2012 年 10 月 24 日に放映した経済ニュースでは、現在世界中でベジタリアン・フーズや自然食品のビジネスが成長してきているという

(<http://www.vestifinance.ru/videos/6112>)。

このニュースでは、ファストフードの成長に陰りが見えてきている昨今、世界では自然食品が台頭してきていると紹介。欧州、米国、日本では、この分野が一層成長していると番組冒頭で紹介している。この新部門の市場規模に関しては、専門家の意見として、現在年間 600 億ドルのレベルに達しており、2015 年には 880 億ドルのレベルにまで成長すると予測している。

比較のためにロシア以外の国の状況も取り上げるが、購入したいという意味と、実際に購入しているかどうかは別であるという。例えば、欧州で一番裕福なドイツでは、43%の人々が自然食品を購入したいとしているが、実際に購入していると答えたのは 33%だった。しかも家庭の収入のうち食費にかける割合は、チェコが 23%、イタリアが 19%、フランスが 15.4%、ドイツが 11%と一番少なく、欧州で一番経済的に豊かなドイツは、意外と食に関してはこだわりがないことをこの数字の低さが物語っているという。

また、ファストフードの発祥の地、米国では 73%の人々が自然食品を好むと回答。現在世界の自然食品市場の約半分を占める米国の自然食品市場では(市場規模 290 億ドル)、果実・野菜が 40.5%を占め、乳製品が 14.6%、肉・魚が 1.8%、パン・穀物類が 10.7%などと市場構成を紹介している。しかし全米の食品市場全体に占める割合は、それでも 4%に過ぎず、成長のポテンシャルは残されているといえる。またこの自然食品ブームは、若年層を中心に起きているともコメントしている。

一方、ロシアの自然食品市場の規模は、まだ形成段階であり、正確な数字はないと前置きしながらも、市場規模は 6,000 万～8,000 万ドルで、食品市場全体の 0.1%と番組では紹介している。しかもその大部分を輸入品に依存しているという。

ロシアの社会学者によれば「40%のロシア人が、すでに安全な自然食品に対し、出費をする用意があると回答している」とあるが、実際に高級な食品を購入できるのは一部の富裕層のみであろう。しかし世界の潮流に乗って、ロシアも今後この部門が形成され、台頭してくことは間違いない。実際、この自然食品を取り扱う生産者および会社が、モスクワ郊外で栽培し、モスクワ市内のレストランや小売チェーンに卸すという流通網が確立されてきている。今後の成長が期待される部門である。

しかし一口に「自然食品」と言っても、ロシアの場合は、まだ市場が形成されている段階にあり、正式な定義は今のところない。食の安全と安全性の試験について報じる「Foodtest」社が、2012 年 7 月 21 日付の「イズヴェスチャ」紙から引用して伝えたところによれば

(<http://www.foodtest.ru/produkty-pod-kontrolem-minselkhoza.php>)、ロシア農業省が、この「自然食品」を謳う食品に対して、規則を厳格化するための法案を準備しているという。

ロシアの「自然食品」は、言語のままに訳せば、「環境的に清らかで、安全な食品」となる。現在農業省は、「環境的に清らかな農産物の生産について」の法案を作成中で、これにより初めてどのようなものか正式に定義されることになるという。今のところ、食品の安全性に関しては「遺



伝子組み換えを行っていない」という表示のみが規定されている。「環境的に清らかな農産物の生産について」の法案にのみ新たな規制が敷かれるのではなく、現行の「消費者権利保護法」にも修正が加えられる見通しだ。

この法案が可決されることにより、環境面で生産者の生産過程の管理スキームが確立されることになる模様である。具体的には、商品に対する国家証明書の発行、および商品生産の環境面を調査する国家証明書発行機関および特殊な試験所からの認証書が導入されるかもしれないという。この法案を作成するに当たっては、すでに市場が形成されている米国や欧州の基準を参考にしているとのことである。

## (2) 日本食品、日本食レストランについてのメディア報

### <ロシアのテレビ番組に見るロシア人の日本食へのイメージの例>

日本食に関する意識の表れとして、テレビ局「第1チャンネル」は、2012年11月1日に放映した「ランチの時間」で【サラダ・ロール・寿司～日の出ずる国のランチ】

([http://www.ltv.ru/projects\\_edition/si5871/fi19024](http://www.ltv.ru/projects_edition/si5871/fi19024)) と題して、日本の巻き寿司（ロール）を紹介した番組を取り上げる。

この番組は、一般家庭の主婦と、日本料理のロシア人シェフが、巻き寿司（ロール）を作って競い合うというコンセプトである。



(一般家庭の主婦の作品)



(日本料理シェフの作品)



(一般家庭の主婦の自家製キャンディ)



(日本料理シェフのイチゴ・ティラミス)

総合結果でプロが勝つのは当たり前と言えるものの、専業主婦が、負けたとは言え、自宅で酢飯

から寿司を作ったり、巻き寿司（ロール）をきれいに巻いたりすることができる様子を見ると、ロシア人にとって、日本食が自宅でも作って食べるという段階にまで一歩進んでいることが見受けられる番組内容であった。

また、番組の各所に、日本食に関する質問がでるなど、日本食の正しい作り方、食べ方などの情報も盛り込まれており、ロシア人シェフによる説明も詳しい。このような人々が日本食を広めてくれるようになれば、効果的な啓蒙活動となろう。また栄養士による生食に対する衛生面のコメントが番組中に何度か放送されていたが、これは、現在、ロシア消費者権利保護・福利監督局推進している生食、特に日本食レストランの寿司、巻き寿司（ロール）、刺身などに対する衛生面の改善問題を意識してのテレビ局側の狙いであるとも考えられる。しかしそれは、寿司、巻き寿司（ロール）を食べるな、というアンチキャンペーンではなく、正しい日本食、寿司、巻き寿司（ロール）を推奨する啓蒙活動として受け止められる。このような啓蒙普及が続けば、前述の日本人シェフのいる日本食レストランなどを中心に、本物志向が高まりを見せ、ひいては、日本食品の対ロ輸出にも良い影響を与えることが期待される。

# ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

## 第2章 ロシア・サンクトペテルブルグ

## 1. 小売の現状

### (1) サンクトペテルブルグの小売市場概況—エキゾチックな食品としての日本食—

ロシア第2の都市と称されるサンクトペテルブルグの人口は、公式には約480万人。移民局の統計を考慮に入れた実際の人口は約750万人という数値もある。

「LLC サンクトペテルブルグ評価・コンサルティングセンター」(Tsentr otsenki i konsaltinga Sankt-Peterburga)の市場分析によると、サンクトペテルブルグには2011年時点で約800店のハイパーマーケット、スーパーマーケット、ディスカウントショップがあるという。現在もスーパーチェーンの新規開設等でこの数は増えつつあるが、同センターは「サンクトペテルブルグの食品小売店は既に飽和状態に近づいている」と分析する。

また、「広域調査センター」の資料によると、現在サンクトペテルブルグ市内には11のハイパーマーケットチェーンがあり、その販売拠点は53カ所にも上る。また、スーパーマーケットの形態を持つチェーンは21社あり、各ブランド店名で500店舗のスーパーを展開している。その他、14の食品小売チェーンの傘下にあるディスカウントスーパーの数は、220店舗を超えているという。

情報通信社「INFOLine」のデータによると、サンクトペテルブルグの市民1人当たりの小売売上高は年間12万7,000ルーブルで、ロシアの人口100万以上の都市の中で最も低い。同データの分析では、これは2008年のリーマンショック以降、市民の給与が伸び悩み、買い控えの状態に陥っているためとしている。ちなみに他都市の同数値は、クラスノダール地方が年間28万8,000ルーブル、エカチェリンブルグが同27万6,000ルーブル、そしてモスクワ市が同23万6,000ルーブル、となっている。

モスクワには、日本食を取り扱う日本食品専門店が3店舗あるが、サンクトペテルブルグにはアジア食材取扱店があるのみで、日本食品専門の店舗はない。また、モスクワで日本食品を主に取り扱っている高級スーパーチェーンの店舗数も、サンクトペテルブルグではさほど多くない。

一般のスーパーにもアジア食品コーナーがあるが、中国産や台湾産の寿司関連商品が数多く販売されているのに対し、日本食品は大手メーカーの醤油などわずかな商品に限られる。また、モスクワと異なり、サンクトペテルブルグの小売市場における日本食品コーナーは少なく“エキゾチックな食品の一部”として販売されている場合が多い。

### (2) 高級スーパーチェーン「LAND」

「LAND」はサンクトペテルブルグの洗練された高級スーパーチェーンとして知られる。1号店は、1998年にサンクトペテルブルグ市内のProspect Engelisa, 111/1番地にオープンした。2003年に開設した2号店からプレミアムクラスのスーパーマーケットとなり、ショッピングモールの中に出展する形で現在7店舗を展開している。

主にフランス、ドイツ、イタリア、フィンランドなどの西欧諸国からの輸入品が陳列されているが、日本産品も取り扱っている。以下同社のホームページから取扱商品を列挙する。

商品名	メーカー	容量
すし酢	ミツカン	360ml
果汁ぽん酢 ゆずか	キッコーマン	250ml
にんにくダレ	キッコーマン	210ml
味噌	ハナマルキ	500g
おとなのふりかけ	ハナマルキ	38g
インスタント味噌汁	ハナマルキ	150.4g
おみそ汁の具	東昆	30g
ゴールドスペシャル リッチブランド	UCC	360g 500g
ゴールドスペシャル スペシャルブランド	UCC	360g 450g
M コーヒー	ダイドードリンコ	250ml

品揃えは多くはないが、寿司関連食品に特化している訳でもない。その他日本製シャンプー、コンディショナー、洗剤などの日用品も販売している。

#### 「LAND」の情報

店名	所在地	URL
LAND	1) St.Petersburg, pr.Engelisa, 111/1 2) St.Petersburg, pr.Vradimirskiy, 19 <Vladimirskiy passazh> 3) St.Petersburg, pr.Ispitateley, 30/2 <Miller-tsentr> 4) St.Petersburg, pr. Lakhtinskiy, 85 <Garden citi> 5) St.Petersburg, Kretovskiy ostrov, st.Vzyazovaya, 10, <Olimpiskaya derevnya> 6) St.Petersburg, pr.Novoherkasskiy, 33/3 <Noviy gorod> 7) St.Petersburg, st.Liva Tolstogo, 9 <Tolctoy Skwer>	<a href="http://supermarket-land.ru/">http://supermarket-land.ru/</a>

### (3) 高級スーパーチェーン「GLOBUS GRUMET」

「GLOBUS GRUMET」もまた、モスクワでチェーン展開する高級スーパーチェーンである。同スーパーはサンクトペテルブルグにも1店舗を開設しており、日本食も若干取り扱っている。

同店では以前、「日ソ貿易」社がアンテナショップで日本産果実を販売していた。当時の関係者によれば、みかんの売れ行きが好調で、店頭で並ぶとすぐに売り切れることもあったという。理由の1つは比較的手頃な価格で販売されたことにあるといい、高品質な日本産果実も価格次第ではサンクトペテルブルグ市民の購買対象となり得ることがわかる。

#### 「GLOBUS GRUMET」の情報

店名	住所	URL
GLOBUS GRUMET	St.Petersburg, prospect Engelisa, 33/1	<a href="http://www.globusgurme.ru">www.globusgurme.ru</a>

### (4) その他の小売店舗

「GLOBUS GRUMET」と競合する高級スーパーチェーン「AZBUKA VKUSA (アズブカ・フクーサ)」は2012年12月21日、サンクトペテルブルグ市内Viborgskoe shosseのショッピングモール「Cosmopolis」内にサンクトペテルブルグ1号店をオープンした。

売り場面積1,100㎡、商品1万8,000品目を揃え大々的にオープンしたこの店は、富裕層の住む高級住宅地至近、且つショッピングモール内という好条件の下、多くの来店客で賑わっている。

「AZBUKA VKUSA」チェーンの各店内にはカフェが設置されており、コーヒーや紅茶、ケーキ、ランチなどの軽食も楽しめるようになっているが、このサンクトペテルブルグ1号店のカフェではそれらに加え、スーパーに陳列されている食品も注文できるという(つまり試食が可能)。同店内にはその他、寿司バーやフルーツ・バー、そして新しい映画や音楽CD・DVDを取り扱う

「Delikatesi Stereo」も配置されている。



(AZBUKA VKUSA サンクトペテルブルグ1号店)

「AZBUKA VKUSA」の情報

店名	所在地	URL
AZBUKA VKUSA	St.Petersburg, Viborgskoe shosse 13, SM「Cosmopolis」	

なお、同社はサンクトペテルブルグにおいて、今後5年間で15店舗の出店を計画している。

大衆向けスーパー「PEREKRESTOK」で知られるロシア最大手の小売チェーン「X5 Retail Group」は2012年10月、サンクトペテルブルグのショッピングモール「PITERLAND」に、プレミアムクラスのチェーン店「ZELENIY PEREKRESTOK」を開設した。「ZELENIY PEREKRESTOK」は、モスクワでも積極的に日本産品を販売しているわけではないが（寿司関連商品をメインにしたアジア食品コーナーはある）、今後「LAND」の競合となることが予想される。

「ZELENIY PEREKRESTOK」の情報

店名	所在地	URL
ZELENIY PEREKRESTOK	St.Petersburg, prospect Primorskiy,72	www.perekrestok.ru/

このように、サンクトペテルブルグの食品小売市場は飽和状態にあると言われているにもかかわらず、モスクワの大手高級スーパーチェーンや小売チェーンの進出が活発になってきている。サンクトペテルブルグでは、日本産食品はあまり取扱われておらず、特に生鮮野菜・果実は皆無ともいえる状況が続いている。モスクワよりも所得が低いサンクトペテルブルグでは、果実に高額を支払う購買層は薄い。そのため、販売先は高級スーパーに限られるのだが、高級スーパーの買い取り条件は、「売れ残り分は返品、代金は支払わない」というものであるため、売り手にはリスクが大きい。品質面では日本産野菜・果実は際立って良いのだが、生鮮野菜・果実等は、卸先を開拓し、流通網を改善し販売量を増やすなどでコストを下げていかないと、欧州諸国やCIS諸国との競争は価格面で難しい。

ロシア農業省のプレスリリースによれば、2011年度の農産品および食品（アルコール飲料・ノンアルコール飲料も含む）の日本からの輸入額は3,400万ドルであった。一方、ロシアの対日輸出額は2億2,290万ドルで、ロシアからの輸出の方が圧倒的に多い。

ロシアにおける日本産品の輸入額の減少要因は、長期の円高、東日本大震災発生前に冷凍サンマなどをロシアへ輸出していた宮城県など東北地方が多大な被害を受けたこと、原発事故後の輸入規制によって一部の県産品が輸入禁止措置を取られていることである。この現状を打破するためにはロシア側と交渉することも大事だが、同時に、規制のない北海道・関西・四国・九州・沖縄などの産品について、日本産品の安全性をアピールしていくことも重要だと考えられる。

### (5) その他—非日本製品の小売店取り扱い状況—

サンクトペテルブルグにおける小売店の店頭に並ぶ日本食品の非日本製品の取り扱い状況を以下に紹介する。サンクトペテルブルグにロシア法人本社のある日本食品の大手輸入・卸売業者「TAKARA」(<http://takarafish.ru>)は、ホテル、レストラン、カフェ向けに日本食品を多数卸しているが、日本産のみならず多数が中国産や韓国産である。



寿司用米「ICHIBAN」

寿司用海苔「YAKISUSHI NORI」

うまみ調味料



本みりん（日中合弁企業）

ねりわさび

これらの商品の中には、パッケージに日本語が記載され一目では区別できないが、よく見ると中国産品という商品も少なくない。以下は、日本産を謳う中国産の緑茶である。



【“日本産”煎茶】



【“日本産”ジャスミン茶】



ソ連のスターリン政権時代に移住した朝鮮系ロシア人の数は多く、モスクワやサンクトペテルブルグなど都市部の青空市場や施設内の市場でも、野菜や惣菜の売場を出店している様子がしばしば見かけられる。写真左のサラダは、にんじんを細切りにしたものを酢と唐辛子に漬けた韓国風サラダで、今や青空市場に限らず、スーパーなどでもロシアのサラダと同様に量り売りされている。中央がサンゴキノコ（Coral Mushroom）を酢漬けにしたサラダ、一番右は春雨にニンニク、醤油、辛子、りんご酢などで味付けしたサラダである。これらはしばしばロシア料理レストランのメニューに組み込まれるなど、現地の食文化にも浸透している。



ロシアで販売されている韓国風サラダ

一方、ソ連崩壊後にロシア市場に進出した韓国の食品スーパーやレストランは、日本食ほど人気があるわけではない。モスクワやサンクトペテルブルグの韓国系レストランやスーパーは、現地在住の韓国人ビジネスマンやその家族がターゲットであるケースが多く、店作りも華美ではない。

しかし韓国の食品メーカーは、ロシアにおける日本食ブームに乗り、海苔、醤油、マヨネーズ、わさびなどの寿司関連食品を中心に、即席麺、うどん、そばなどの販売にも近年力を入れている。例えば、サンクトペテルブルグの日本食品のネットショップ「Fuji-SPB」(<http://www.fuji-spb.ru/>)では、マヨネーズのコーナーで、日本の「ケンコーマヨネーズ」と共に、「OTTOGI」社の「ゴールデン・マヨネーズ」が販売されている。「ケンコーマヨネーズ」500gが250ルーブル（約745円）なのに対し、「ゴールデン・マヨネーズ」500gは120ルーブル（約358円）と半値以下である。



ケンコーマヨネーズ 500g



OTTOGI ゴールデン・マヨネーズ 500g

マヨネーズは、日本料理店等で人気メニューである「カリフォルニア・ロール」にも使用されて

いるため、ホテル、レストラン、カフェからの需要が大きい。バイヤーは日本産の「キューピー」、  
「ケンコー」を求めるが、市場で流通量が少ないため、最近は韓国産の「ゴールデン・マヨネーズ」  
が使用されているケースが多い。

また醤油コーナーでは、「キッコーマン」の醤油に、韓国産の醤油が並列して掲載されているが、  
韓国産の値段は約3分の1程度と安価だ。日本産の醤油を食べたことのないロシア人客は、安価な  
商品を買うケースが多く、結果、中国産、韓国産の醤油の味が、彼らにとっての“日本の”醤油の味  
となってしまうこともしばしば見受けられる。

サンクトペテルブルグに限らず、ロシア全体に日本食ブームが浸透するなか、ブームを活用して  
シェアを伸ばす安価な中国産、韓国産食材を相手に、いかに日本産食材を普及させるかが課題であ  
る。

## (6) 日本食品輸入業者

これまでサンクトペテルブルグで一番大手の日本食輸入卸売業者であった「YAMATORUSSI」  
社は、2008年ロシアの商社「TIMAX」により買収され、レストラン器材販売に業態を変更。

「TIMAX」社は1992年創立で、ホテル・レストラン・ケータリング業を対象に冷凍水産物や肉類、  
野菜類などを卸す流通業者でもあり、日本からも冷凍水産物を仕入れているようである。

同社のラインナップをみると、冷凍「ハマチ」は日本産のみで、「モンゴウイカ」と一部の「タ  
コ」は日本産。その他は「クロマグロ」(インドネシア)、「キハダマグロ」(インドネシア)、「イズ  
ミダイ」(中国)、「ウナギ」(中国)、「ホタテ」(米国、中国)、「イカ」(スペイン、中国)、「カニ」  
(ロシア)、「タコ」(ベトナム、タイ、スペイン、インドネシア)となっている。その他の果実・  
野菜等は、ベルギー、ポーランド、スペインなど欧州から仕入れている。同社は現在1,000社以上  
の卸先を抱えている大手卸売業者となっている。

「LLC TAKARA」は、前述の買収を機に「YAMATORUSSI」社の一部の出資者が開設した食品  
インポーターであり、モスクワにも事務所を構えている。同社も冷凍海産物を扱っているが、「マ  
グロ」はタイ、スリランカ、インドネシア、「イズミダイ」、「ウナギ」は中国で、日本産は「鰹節」、  
「サバの切身」だった。他にも同社は、キューピーマヨネーズやキッコーマン、わさび、だしの素、  
味噌、キムチの素など日本産食品を数多く輸入しており、その取扱量は「TIMAX」よりも断然多  
い。昨年面談した同社担当者は、取り扱い品数を増やしたいので「日本企業の方から提案があれば  
どんどん言って欲しい」と述べていた。

サンクトペテルブルグの主な輸入卸売業者

会社名	住所・連絡先	URL
LLC TIMAX	<p>■モスクワ市 2-nd Magistralnaya,8a, Build.,1 Tel: +7(495) 783-1648 Email: timax@timax.ru</p> <p>■サンクトペテルブルグ市 Oktyabrskaya Nab., 104,korp.45 Tel: +7 (812) 329-0021 Email: spb@timax.ru</p>	<p><a href="http://www.timax.ru/">http://www.timax.ru/</a></p>
LLC TAKARA	<p>■モスクワ市 LLC TAKARA MOSKVAElektrolithiy pr., 9, korp.1 Tel: +7 (499) 613-2083/2065 E-mail: philippova@takara-fish.ru</p> <p>■サンクトペテルブルグ市 LLC TAKARA Kolomyazhskiy pr., 33, lit.A Tel; +7 (812) 448-3440/3441 Email: piter@takarafish.ru</p>	<p><a href="http://www.takarafish.ru/">http://www.takarafish.ru/</a></p>

## 2. 外食産業の現状

### (1) サンクトペテルブルグの外食市場概況

「Intesco Research Group」社の「サンクトペテルブルグのレストラン市場 2012」によると、ロシア全体の外食市場のうち、サンクトペテルブルグが占める割合は約 6%で、うち 82%をカフェ、バー、ファストフード店が占める。

フードコートを設置する大小のショッピングモールの増加に伴い、カフェ、バー、ファストフード店は近年著しく増加している。寿司・巻き寿司（ロール）はカフェやバーでも提供されており、日本食の浸透度は高いといえよう。

サンクトペテルブルグには「EVRAZIYA」、「VASABIKO」、「DVE PALOCHKI」、「BANZAI」、「YAPOSYA」、「YAKITORIYA」、「PLATA SUSHI」など多数の日本食チェーンが存在し、現地の外食情報サイト「Plus Minus」によると、各チェーンが展開するレストランは 200 店舗以上に及ぶという。

### (2) 日本食レストランチェーンの概況

サンクトペテルブルグでは近年日本食ブームが続いている。しかし現在、常駐の日本人シェフを擁するレストランはなく、非日本人シェフや非日本人経営による日本食レストランがチェーン店を中心に数多く存在する。

以下、サンクトペテルブルグにおける日本食レストランチェーンを挙げる。

【サンクトペテルブルグの日本食レストランチェーン】

No.	チェーン名	店舗数
1	EVRAZIYA ☆	100
2	VASABI ☆	23
3	DVE PALOCHKI	21
4	TOKIO SUSHI	15
5	YAPOSHA	11
6	NAGASAKI ☆	5
7	VASABI-KO	5
8	OSAKA	4
9	PLANETA SUSHI	4
10	YAKITORIYA ☆	4
11	KI-DO	3
12	RIS ☆	2
13	BANZAI ☆	2
14	SAMBA SUSHI	2

15	SUSHI-YO ☆	2
16	O SUSHI ☆	2
17	GINNO TAKI ☆	1
18	YAPONA SUSHI	1
19	SUSHIMEN ☆	1
20	STEREOSUSHI ☆	1
21	VOLANA	1
22	ROLL&ROLL ☆	1
23	DITAY	1

※☆☆・・・寿司・巻き寿司（ロール）等の宅配も行っているチェーン店。

このほかにも、18店の寿司・巻き寿司（ロール）の宅配を行う業者がいる。

「YAKITORIYA」、「GINNO TAKI」、「PLANETA SUSHI」などは、モスクワからの進出組であるが、逆にサンクトペテルブルグから進出した「EVRAZIYA」、「YAPOSHA」、「VASABI」、「DVE PALOCHKI」もモスクワやキエフなどで成功を収めている。

これらのレストランチェーンのメニューは、「米国発祥の日本食」に近く、食材もほとんどが中国産、台湾産、ベトナム産、米国産、英国産などの類似品である。ロシアのレストラン経営者の多くは原価を抑えるためインポーターから相対的に安い中国産品を仕入れており、既にその流通が確立されている。従って、高額な日本産食品・農林水産物を仕入れるレストランは少なく、シェフ達も品質の違いから日本産食品・農林水産物を評価してはいるものの、料理の価格設定上、使うことは難しいようである。

### （3）日本食チェーン「EVRAZIYA」

外食産業において、店舗数が多いことは人気の表れともいえる。その点、上記リストで店舗数1位となっている「EVRAZIYA」([www.evrasia.spb.ru/](http://www.evrasia.spb.ru/))は他店に比べ突出しており興味深い。同店は2001年開業のレストランであり、サンクトペテルブルグのほかモスクワ、カザン、キエフにも展開し、店舗総数は現在125店舗を超える。

「EVRAZIYA」の特徴として取り上げたいのは、まず日本食に限らず、メキシコ料理、ウズベキスタン料理も提供している点だ。日本食を好む女性顧客は「カリフォルニア・ロール」や「フィラデルフィア・ロール」などを注文し、ワインや梅酒、緑茶を飲みながら、友人たちとの会話を楽しむ。一方、男性顧客は年齢層を問わず肉食・パン食を好む傾向が強く、シャシリク（串焼肉）やステーキが好まれる。このような食嗜好の違いを背景に、同店では健康志向の人々や女性をターゲットとする日本食に加え、比較的原価の安いウズベキスタン料理や、肉がメインで酒のつまみになるメニューの多いメキシコ料理なども取り入れ、顧客の裾野を広げている。

また、同店が「Schastlivie chasi」（ハッピーアワー）を設けている点も人気の理由である。15時から18時の間に料理やドリンクを注文した場合、1回限りで無料のおかわりが出来るこのサービスが人気を呼び、この時間帯にはしばしば行列も出来るという。さらに、定価の10～30%割引

が可能なVIPカードシステムを2007年から導入しており、現在ではサンクトペテルブルグ市内で40万枚のカードが発行されている（同社サイトより）。ロシアのレストランではウエイトレスに10%のチップを置くことが慣例になりつつあるため、10%以上の割引カードはとても魅力的であり、その心理をついたサービスといえよう。

「EVRAZIYA」の価格設定はさほど高くなく、後述の「YAKITORIYA」や「PLANETA SUSHI」などと同様、中級カテゴリーに属するレストランである。人気メニューの「カリフォルニア・ロール」360ルーブルが（約1,060円）、「フィラデルフィア・ロール」320ルーブル（約940円）となっている。

#### （4）日本食チェーン「VASABI」

「EVRAZIYA」に次いで店舗数の多いのは「VASABI」(<http://wasabico.ru/>)である。2003年2月にサンクトペテルブルグに1号店を開設して以来、現在では23店舗を運営している。モスクワやその他のロシア地方都市、そしてウクライナにも出店している中級店である。ここでも日本食のみならず、ロシアでは大変人気の高いイタリア料理も同時に提供している。

また、「VASABI」も「EVRAZIYA」同様、割引システムに力を入れている。「VASABI-Money 500」券は、催し物等で無料配布され、500ルーブル分（約1,470円）のメニューと交換可能というものだ。このほかにも1年間有効の割引カードの販売や、450ルーブル（約1,320円）以上の注文で「フィラデルフィア・ロール」1個プレゼントなどユニークなキャンペーンも常時展開している。

同チェーンの「カリフォルニア・ロール」は350ルーブル（約1,030円）、「フィラデルフィア・ロール」の価格は310ルーブル（約910円）、「EVRAZIYA」よりも少々安く設定されている。

#### （5）日本食チェーン「DVE PALOCHKI」

「DVE PALOCHKI」(<http://dvepalochki.ru/>)は、2003年にサンクトペテルブルグにオープンし、市内に21店舗、モスクワ市内に13店舗を展開。最近では日本食のほかハンバーガーやドーナツなど米国風メニューも導入している。店舗はいずれも日本風というよりはヨーロッパ基調で、建物中央にオープンキッチンが設置されるなど空間を贅沢に使用したお洒落な内装となっている。

こちらも「カリフォルニア・ロール」320ルーブル（約940円）、「フィラデルフィア・ロール」270ルーブル（約790円）の中級店である。

#### （6）日本食チェーン「SAMBA-SUSHI」

「SAMBA-SUSHI」(<http://www.sambasushi.ru/>)は、メニューの大部分は日本料理である一方、内装やBGMなどは店名のとおり南米スタイルのチェーンである。同チェーンでは、平日の12時から16時に「BENTO-BOX」の宅配を行っている。メニューは10種類あり、一番安いセットは200ルーブル（約590円）で、照り焼きチキン、ご飯、サラダ、サーモンとキュウリを使っ

たスパイシーロール5個、スープ、お茶が含まれる。最も高額なセットは390ルーブル（約1,150円）で、卵入り味噌汁、かつぱ巻き、焙りマグロ、ホタテ、サーモン、イカ、ハマチ、タコ、鯛の寿司セットが含まれる。にぎり寿司が入っているためランチにしては高めな値段設定であるが、「カリフォルニア・ロール」、「フィラデルフィア・ロール」ともに300ルーブル（約880円）など、一般的なメニューは他の中級店と同等の価格帯である。

以上、リストより一部を抜粋し、サンクトペテルブルグでの日本食レストランチェーンの特色を紹介した。

これらチェーンのドリンク類を除いた平均客単価は、おおむね1,000ルーブル以下（約2,950円）である。日本食チェーンの主なターゲットは中流層、健康志向の男女であるが、「EVRAZIYA」の例でもあげたように、男性向けの肉料理や、腹もちのよいピザやパン類といった他国料理も取り入れているのが特徴といえよう。

#### （7）高級日本料理店「GINZA」

中級の日本食レストランチェーンが主体のサンクトペテルブルグにおいて、「GINZA」(<http://www.restoran-ginza.ru/>) は高級日本食レストランの代表格である。

同店を運営する「Ginza Project Group」は、ロシア国内ではサンクトペテルブルグのほか、モスクワ、ロストフ・ナ・ドヌに、国外ではニューヨークにおいて、日本食に限らず様々なコンセプトのレストラン、カフェ、バー約100店舗を運営する大手企業（非日本人経営）である。ロシアでは「GINZA」以外にも、中華料理チェーン「MAMA TAO」、日本・欧州・メキシコ料理チェーン「OKI DOKI」を運営している。

「GINZA」は、ヨーロッパ風内装の店舗で伝統的な日本料理を提供している。「カリフォルニア・ロール」740ルーブル（約2,160円）、「フィラデルフィア・ロール」710ルーブル（約2,070円）は、モスクワの高級店「誠司」、「美郷」、「NOBU」にも匹敵する価格設定であるが、フィンランド、ノルウェー、スウェーデンから仕入れた冷蔵魚介類をはじめ、使用する食材レベルも高い。例えば「フィラデルフィア・ロール」はアボカドやキュウリとサワークリームをシャリで囲み、サーモンで包むのが定番だが、同店では、アボカドの代わりにカニを、サワークリームの代わりにクリームチーズを用いており、中級レストランチェーンではあまり見られない高級な食材を用いることで差別化を図っている。

### 3. 消費者の食文化や食全般のトレンド

#### (1) 女性を中心に高い健康志向、成分表示もポイント

モスクワのトレンドと同じく、サンクトペテルブルグも健康志向の人々が増えている。

「RBC.research」社が実施した市場調査「ロシアの高級セグメントのレストラン市場 2012 (Fine-dining)」によれば、アンケート回答者の約 59%が「健康的なライフスタイルを送っている」と回答している。このうち 62%が女性であり、男性は 55.7%と若干少ない。

ロシアでは、女性の多くが食品の成分表示に注意するなど健康に気を使っているが、男性は女性ほどではないとされている。しかし、収入が増え、社会的地位が向上するにつれ、自分の健康を気遣う傾向もあるようだ。

このアンケートに回答した人々の多くは「より健康的な食事を提供する店を求めている」という。このトレンドは根強く、日本食ブームが継続している背景でもある。ダイエットメニューを豊富に取り入れ、メニューにカロリーを記載するチェーン店もあり、健康志向に応えるサービスはある程度網羅されているようにも思えるが、さらにその傾向は続くようだ。また、レストランや外食産業のサービスに対する要望が厳しくなっているのも特筆すべき点といえよう。

#### (2) 日本食品、日本食レストランについてのメディア報道

##### ーロシア消費者保護・福利監督局が、生食を取り扱う日本食の衛生面へ警報ー

ロシアでは依然日本食ブームは続いているが、モスクワやサンクトペテルブルグでは日本食市場は飽和状態にあり、レストラン経営サイドも今までのように単なる店舗数の拡張やフランチャイジング路線を突き進むだけではなく、コンセプトにも工夫が求められるような時代に入ってきたといえる。「RBC research」社が実施した調査「ロシアのロシア料理レストラン市場 2012」によれば、アンケートに回答した人々のうちの 3分の2が、レストラン、カフェ、ファストフードなどで外食する際、ボルシチ、ペレメニ（水餃子）、ブリニィ（ロシア風クレープ）、ピロシキなどのロシア料理を注文していると答えている。人気の外国料理は、イタリア料理、日本料理、欧州料理、グルジア料理、ウクライナ料理の順となっており、余り変動はみられない。ただ一般的に、日本料理やイタリア料理を好み多様性を求める女性に比べ、男性はグルジア料理、ウクライナ料理、ウズベキスタン料理、アメリカ料理など、肉料理を中心に好む傾向があるという。年齢別に見ると、18歳～24歳では、イタリア、日本、アメリカ料理などを好み、45歳～54歳になると、グルジア、ウクライナ、ウズベキスタン、そしてロシア料理を好むというアンケート結果が出ている。

このような状況のもと、アジア料理のレストランの一部では、新たな動きとして麺類に焦点を当てているといわれる。飽和状態といわれる日本食市場の中にも今後、麺類という新たなセグメントが築かれることになるかもしれない。他の傾向としては、ロシア料理のレストランに、イタリア料理、日本料理を織り交ぜる形態も増えてきている。

寿司はじめ日本料理がロシアで浸透を深めるなか、2012年6月13日にロシア消費者保護・福利監督局のゲナジー・オニシェンコ長官（ロシア国家衛生医）が、この“ブーム”に警笛を鳴らすべく、生食を取り扱う日本食レストランチェーンの衛生面を懸念する発言をした。背景には、近年の



日本食ブームの勢いに乗り、増える非日本人シェフによる日本食レストランチェーンにおいて、正しい生食の取り扱い方法が徹底されていない現状がある。日本人シェフは、モスクワ市内でも 10 名程度しかいないというのが現状だ（サンクトペテルブルグにおいては 2010 年以降常駐者不在、キエフ市内には 1 名、キエフ近隣地方に 1 名程度）。ロシア料理は長い伝統を持つ料理だが、肉・魚類を生食する文化はほとんどない（魚の干物や、一部の地方で豚の生肉を食する文化もある）。

そして 2012 年夏、ロシア消費者保護・福利監督局は、生食を取り扱う日本食レストランの衛生面への懸念から、モスクワ市内に位置する日本食レストラン 55 店舗に検査に入ったが、その結果、衛生・技術違反が発覚する事例が多く見られた。96 項目の行政違反により、罰金総額は 69 万 4,000 ルーブルで、うち 1 件は裁判で審議されることになったとのことである。

このような状況を受け、最近では寿司や巻き寿司（ロール）のセミナーや寿司教室を立ち上げ、正しい生食の取り扱いを啓蒙する活動がみられ、モスクワ在住の日本人シェフにも参加を要請する動きもあるといわれる。このように、先のオニシェンコ長官の発言は、日本食の正しい調理法等の普及に役立つきっかけになり得るといえよう。

### （3）外食店舗の利用者の実態

#### ーロシアの食文化に溶け込んだ「McDonald's」の事例ー

「Intesco Research Group」によると、サンクトペテルブルグの飲食店の中で、多くの人が訪れるレストランの価格帯は、一人当たり 1,000～2,500 ルーブルとなっている。その中でも 1,000～1,500 ルーブルの価格帯が最も多く、全体の 3 分の 1 に相当する。

一方、300～500 ルーブルの低価格帯は 1%程度であるが、4,000 ルーブル以上の高価格帯のレストランを訪れる人々の割合も 0.7%と非常に低い。富裕層の少なさが分かるとともに、中流層が増えていることも実感できる。一人当たり 1,000～1,500 ルーブルという価格帯にまさに合致するのが、「EVRAZIYA」、「VASABIKO」、「DVE PALOCHKI」、「YAPOSYA」、「YAKITORIYA」、「PLATA SUSHI」などの中級日本食レストランチェーンである。巻き寿司（ロール）一人前に、サラダなどの冷菜を頼み、ワイン、ビール、コーヒー、紅茶などを飲めば、ほぼこの価格帯に該当する。モスクワでは、巻き寿司（ロール）一人前にワイン一杯、つまり 500～1,000 ルーブル以下の金額で長時間友人との時間を過ごす学生や女性達をよく見かけるが、サンクトペテルブルグの場合は、レストランで食事をするのが特別なイベントという雰囲気がまだ残っているのかもしれない。

一方で、食品産業の情報サイト「Food News Week」(<http://www.foodnewsweek.ru>)に、「健康を害するというアンチキャンペーンにも屈せず、ロシア人の多くは「McDonald's」(Макдоналдс)を訪れている」という記事が載ったので紹介したい。

「ROMIR」社は 2012 年 4 月に「レストラン、カフェ、ファストフードなどの店舗に関する訪問回数およびそのサービスの質に関するアンケート調査」を実施した。調査対象は約 1,000 人で、年齢は 16 歳から 50 歳、人口 10 万人以上の都市住民である。同調査結果によれば、2012 年の年初から 6 月までの半年間に、回答者の 81%がレストラン、カフェなどを訪問したことがあり、最も人気が高かったのが「McDonald's」で、57%が訪問したと回答した。

ロシア発のカフェ「SHOKOLADNITSA」は23%、そして「ROSTIKS/KFC」は22%の回答者が訪れている。レストランでは、中級日本食チェーン「PLANETA SUSHI」が最も多く19%、次がイタリア系のレストランチェーン「ILI PATIO」(11%)、そして「PIZZA HUT」(8%)という結果が出ている。「PLANETA SUSHI」と「ILI PATIO」は「ROSINTER」が運営しており、隣合わせで出店している物件も多い。このようなレストランチェーンを訪れる人々の多くは35歳～44歳の就労男性という結果であった。一方、若者の多くは、「McDonald's」や「ROSTIKS/KFC」、「Baskin Robbins」、「Kroshka-Kartoshka」(ロシア発のジャガイモのピューレにトッピングを施したファストフード)、「Burger King」などを好んでいるようだ。

また、レストランを選ぶ時の基準として「値段と品質が合致すること」、「料理の質」、「従業員の丁寧さと愛想の良さ」といったポイントが挙がっている。その他にも、「職場やアパートに近いこと」、「料理のボリューム」、「子供用メニューの有無」が挙がり、駐車場の有無やWi-Fiの有無は重要な基準からは外れているようである(ロシアのカフェやレストランでは、無料Wi-Fiサービスを強調する店が多い)。なぜ「McDonald's」なのか、という疑問に対し、国際消費者協議会(KonfOP)のドミトリー・ヤーニン代表は、「安定した値段、安定した品質、サービスの質から選択しているのではないか」と分析している。また一般消費者の心理としては、「消費者は怠惰で、新しい商品を模索する準備ができておらず、有名なブランドを好む」傾向があるとも付け加えている。さらに、「McDonald's」のおもちゃに馴染んできた世代が台頭してきており、彼らが「McDonald's」に行かなくなるようになるかは疑問とも語っている。

確かにロシアにおける「McDonald's」の人気は根強い。ロシア第1号店がモスクワにオープンしてから数年後の1994年、ロシアの「McDonald's」では、訪問者は皆、高級レストランにでも行くかのような正装をして、女性はお洒落に着飾っていた。そしてチーズバーガーを山のように買い、一人で黙々と食べている労働者風の男性や、神妙な顔つきでハンバーガーを頬張る光景があった。それからほぼ20年経ち、今では誰もが普通に通うファストフードのひとつとなり、「McDonald's」はロシアの食文化の中に溶け込んだ。「McDonald's」は20年の月日を経て、揺ぎないポジションを得ているが、日本食、特に寿司・巻き寿司(ロール)の人気も既に約14年間続いている。今後はロシア人にとって寿司や巻き寿司が「McDonald's」に近いポジションを占めていくことが期待される。

# ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

## 第3章 ウクライナ・キエフ

## 1. 日本食品輸入の現状

ウクライナの隣国ロシアは、東日本大震災に伴う福島原発事故発生以降、6 都県産（福島、栃木、群馬、茨城、千葉、東京）の食品に対し、いまだに輸入停止措置を取り続けている。一方、ウクライナは規制措置を取っておらず、日本産食品の物流は自由である。

しかしキエフでも、モスクワ同様に、日本産の農林水産物を見かけることはない。野菜・果実で言えば、欧州地域や CIS 諸国から輸入したほうが、輸送コストがはるかに安い。水産物についても、欧州や北アフリカ、インド洋などから仕入れる場合の方が輸送コストを大幅に安価に抑えられるため、日本産水産物はほとんど輸入されていないというのが現状である。

日本産野菜・果実の品質は他国産の競合品と比較して非常に高いが、輸出の際の物理的距離がどうしても大きな障害になり、値段の高騰に繋がっている。

一方、日本製加工食品に関しては、「Auchan」や「Metro Cash&Carry」といったロシアでも人気のハイパーマーケットチェーンをはじめ、ウクライナで展開するハイパーマーケットチェーン「Novus」、「MegaMarket」、そして高級日本食チェーン「DELIGHT」、大衆向けながらも日本食を扱う「Silipo」、「Frushet」、海産物専門店「OKIAN VKUSA」などでも販売されており、主要商品は寿司関連商品や日本酒、梅酒、ウイスキーなどである。

## 2. 小売の現状

### （1）キエフの小売市場概況ープライベートブランドの日本食品も存在ー

キエフの街を歩いていると、まず気付くのは、モスクワではよく見かける高級スーパーが少なく、中級程度のスーパーが多いことである。モスクワにおける日本食品の多くは、ソ連的階級社会の発想に基づく古いマーケティング戦略により「日本食＝高級＝富裕層が多い高級店」で販売されているのに対し、キエフには来店者が絶えない中級スーパーにも日本食品コーナーがあり、各スーパーやハイパーマーケットが、純粋にそのプレステージを高めるために日本食を陳列しているように感じられる。しかし日本食品コーナーとはいえ、陳列されているのは米、すし酢、醤油、海苔、ガリ、わさびなどの寿司関連商品が中心で、その他は日本酒や梅酒などである。また、モスクワの中級スーパーチェーン同様、日本食品コーナーといっても日本産品の数よりも「英国」、「中国」、「台湾」など他国産の方が圧倒的に多いのも現状である。



【キエフ市内で 50 店舗以上展開している「Silipo」の日本食コーナー】

キエフにおける日本製品の品揃えはモスクワに比べ圧倒的に少ない。しかし、現地企業が日本以外の諸外国から日本食材の類似品を輸入し、加工し、プライベートブランドとして販売を行っているのが特徴的である。ウクライナ企業「LLC Ukrmoreprodukt」社

(<http://www.sushi-express.com.ua/>) は、「ウクライナ人に合う日本食作り」をモットーに、「Sushi-Ekspress」、「Izumi」といった自社ブランドを展開し、各スーパーやホテル、レストラン、カフェに、寿司用米、海苔、醤油、ガリ、わさび、すき焼きソース、寿司弁当などを卸している。また、同社は、日本食を加工販売していると同時に、台湾、中国、カナダ、米国から日本食材の輸入も行っている。ウクライナには同社に類似した会社はいくつかあり、「Hokkaido club」というブランド（製造は「Torgovaya Companiya Ekona」社）、そして主に瓶詰めのガリ、寿司用海苔、ゴマ、箸などのブランド「Katana」（LLC 「Sindicat」/<http://katana.ua/ru>）の商品が、各スーパーの日本食品コーナーで目立っていた。これらの PB 商品のほとんどのパッケージや瓶には、日本語、ウクライナ語、英語が記載されている。

日本食品の輸入卸業者である「MORSKOI DOM」へのヒアリングによれば、キエフでは日本食品はまずレストランやカフェで取り扱われ、その後小売スーパーでも徐々に販売されるようになったという。2008 年 9 月のリーマンショックの影響でその動きに歯止めがかかったが、経済回復に合わせ、小売の流通も回復傾向にある、というのが同社の見方だ。

同社の取り扱う日本産食品の多くは、日本から直接輸入しており、20 フィートコンテナで、船便にてオデッサあるいはイリチェフスクの港に揚げ、陸送している。販売先の一部はホテル、レストラン、カフェであるが、一部は小売用としても販売している。同社の主要取り扱い日本メーカーは、「ヤマサ醤油」、「ミツカン」、「金印」、「あずまフーズ」などで、後述する海産物専門店「OKIAN VKUSA」では、「ヤマサ醤油」の支援のもと、日本食品コーナーを設置して販売促進に努めている。

「ヤマサ醤油」の醤油工場は千葉に所在しているため、6 都県産（福島、栃木、群馬、茨城、千葉、東京）の食品輸入を停止しているロシアでは流通量が減っているが、規制措置のないキエフでは増えているのが実感できる。同様に、「キッコーマン」の醤油やタレも、大手の食品インポーター「Sushi House」が販売しており、小売店舗でも広く販売されている。

他の日本食品の輸入卸業者である「CONUS-S」社の場合、輸入通関は同社の子会社が行っており、同社は主にディストリビューターとして営業している。同社によれば、以前は小売チェーンとも取引をしていたが、売上金の回収に時間がかかることと、リーマンショック後に離れた一般顧客がまだ戻ってきていないために、現在は卸専門になったという。

「CONUS-S」社は 2005 年に「YAKITORIYA」の本格的なウクライナ進出に伴い創立された。当初は「YAKITORIYA」専門に卸していたが、徐々に独自のルートを開拓し、今ではキエフ市内に 16 店舗を展開する人気の日本食チェーン「MURAKAMI」にも、米、うなぎ、海苔などを卸している。キエフの本社の他に、ドネツク、オデッサ、シンフェローポリ、ハリコフなどに 4 支店を構えており、ウクライナの日本食を扱うインポーターのトップ 3 に入ると自負している。

同社は主に米国から日本食材を買い付けており、流通ルートは米国の仲介業者を通じて、船便でカリフォルニア州オークランド→オデッサ、ニューヨーク→オデッサというルートで仕入れている。米国からは主に米と醤油を仕入れており、基本的には 2 ヶ月に 1 コンテナ（醤油の場合は 3 ヶ月に 1 コンテナ）のペースで日本食材等を輸入している。その他、例えば、「ミツカン」の商品は英国から直接購入し、マサゴはアイスランドから、そしてインドネシアからはマグロを仕入れているそうである。

## (2) 日本産食品を取り扱う小売店情報

キエフ市内で、日本産食品やその類似品を取り扱う主な小売チェーンは以下の通りである。

店名	住所	URL
<b>Auchan</b>		<a href="http://www.auchan.ua/">http://www.auchan.ua/</a>
Petrivka	-04073, Kiev, prospect Moskovckiy, 15a	
Radoujny	-02218, Kiev, pr-t Generala Vatutina, 2, SM«Skymall»	
Kiltseva	-Kievskiy region, Kievo-Svyatoshinskiy, village Petropavlovskaya Borshagevka, bul. Velika	
Bilytchi	Okruzhna, 4  -04128 Kiev, bul., Berkovetska, 6	
<b>Metro</b>	-04073, Kiev, Moskovskiy prospect, 26B	<a href="http://www.metro.ua/public/ua">http://www.metro.ua/public/ua</a>
<b>Cash&amp;Carry</b>	-Kiev, Koltsevaya dor., 1B -Kiev, str. Saburova, 2a -Kiev, prosp., Petra Grigorenko, 43	
<b>Novus</b>	-Kiev, Gostomelskaya pl., 1 -kiev, prosp., Bazhana, 8 -Kiev, Koltsevaya doroga, 12	<a href="http://www.novus.com.ua/">http://www.novus.com.ua/</a>

	-kiev, prosp., Obolonskiy, 1-B -Kiev, prosp., Palladina, 7 -Kiev, prosp., Brovarskoy, 17	
<b>MegaMarket</b>	-kiev, str., Vadima Getmana, 6	<a href="http://mega-market.com.ua/">http://mega-market.com.ua/</a>
<b>Silpo</b>	-Kiev, str., Belorusskaya, 2 (※その他、市内に 50 店舗)	<a href="http://silpo.ua/ua/">http://silpo.ua/ua/</a>
<b>Frushet</b>	-Kiev, str., Vershigori,1 (※その他、市内に 19 店舗)	<a href="http://xn--e1avhbe0a.com.ua/">http://xn--e1avhbe0a.com.ua/</a>

訪問したスーパーの1店舗、ハイパーマーケット「Novus」にも日本食コーナーがあった。しかし大部分は他国産の類似品であり、陳列されていた日本産品は「ミツカン」の酢（約 340 円/NA）、「キッコーマン」の薄口醤油小瓶（約 610 円）、醤油小瓶（380 円）、照り焼きソース小瓶（約 580 円）、「ヤマサ」の醤油（約 580 円/500ml）、醤油小瓶（約 410 円）、その他のタレのみであった。

主な類似品の小売価格は、上述した「LLC Ukrmoreprodukt」社のブランド「Sushi-Ekspress」の寿司用米（約 160 円/450g）、うどん、蕎麦（約 210 円/1 袋）、海苔（約 250 円/300g）、瓶詰ガリ（約 180 円/240g）、および「Torgovaya Companiya Ekona」社のブランド「Hokkaido club」の海苔（約 220 円/NA）、ガリ（約 170 円/NA）、ライスヌードル（約 240 円/300g）、椎茸などの乾燥キノコ類、寿司セット、そして「Katana」ブランドの瓶詰ガリ（約 150 円/240g）、わさび（約 140 円/NA）、ライスヌードル（約 140 円/NA）などであった。



【「NOVUS」の日本食コーナー】

上記のハイパーマーケットおよび小売チェーンの他に、高級スーパーの部類に入る小売店が「DELIGHT」で、現在キエフ市内に 4 店舗を展開している。

店名	住所	URL
<b>DELIGHT</b>	1)Kiev, Bul., Lesi Ukrainki, 5 2)Kiev, Stolichnoe shosse, 101, SC "Domasfera" 3)Kiev, prospect Geroev Stalingrada, 8A 4)Kiev, Str., Staronavodnitskaya, 13-b, OC "Tsarskiy"	<a href="http://www.delight-ukraine.com/">http://www.delight-ukraine.com/</a>



【「DELIGHT」 店舗外観：Bulvar.Lesi Ukrainki,5 番地】

「DELIGHT」店舗は、プレミアムクラスの高級スーパーチェーンで、モスクワの高級スーパーチェーン「GLOBUS GRUMET」に、内装も陳列の仕方も酷似している。今回の調査で訪問した際には、「チョーヤ梅酒」の梅酒各種、および日本酒では「宝酒造」（米国）の「松竹梅」、「にごり酒」も販売されていた。



【チョーヤ梅酒の梅酒、日本酒】



【宝酒造（米国）の日本酒】



【日本酒】

製造者	銘柄	値段（日本円）	容量（ML）
チョーヤ梅酒(株)	チョーヤ日本酒	約 1,370 円	720
宝酒造(株)	松竹梅 クラシック	約 1,630 円	750
宝酒造(株)	松竹梅 クラシック	約 3,040 円	1,500
宝酒造(株)	松竹梅 にごり酒	約 1,720 円	750
宝酒造(株)	松竹梅 超辛	約 3,240 円	1,500

【梅酒】

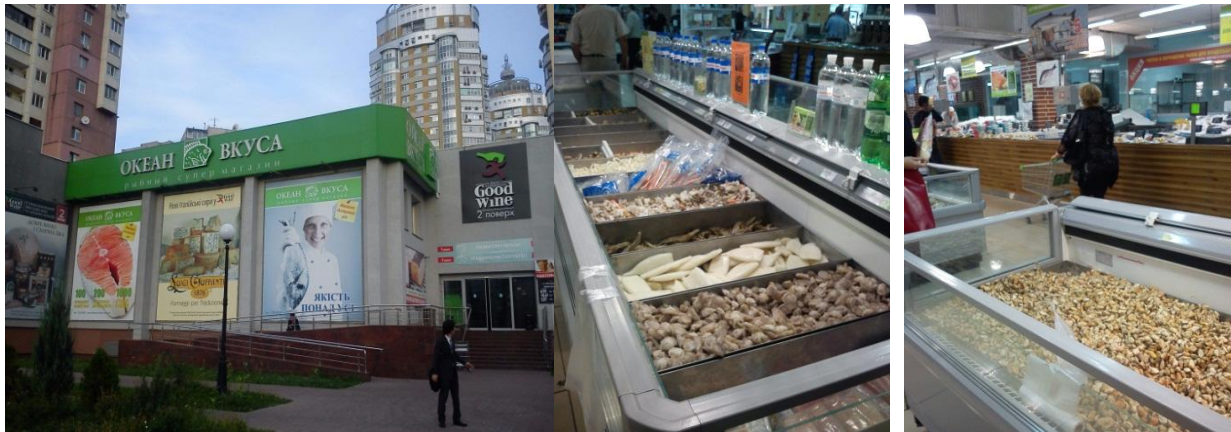
製造者	銘柄	値段（日本円）	容量（ML）
チョーヤ梅酒(株)	梅酒オリジナル	約 1,670 円	1,000
チョーヤ梅酒(株)	梅酒オリジナルレッド	約 1,360 円	750
チョーヤ梅酒(株)	梅酒 梅入り	約 1,900 円	750
チョーヤ梅酒(株)	梅酒 梅入り（小）	約 1,240 円	430
チョーヤ梅酒(株)	梅酒ローヤル・ハニー	約 3,220 円	700
チョーヤ梅酒(株)	梅酒エキストラ・シソ	約 2,520 円	700
チョーヤ梅酒(株)	梅酒ハニー・梅酒	約 1,900 円	750
チョーヤ梅酒(株)	梅酒ハーブ・梅酒	約 1,900 円	750
宝酒造(株)	梅酒	約 1,590 円	750

店員に話を聞くと、日本産のアルコール飲料を購入しているのは特定の顧客ということだった。この店も日本産品を陳列することでプレステージを高めようとしているようであったが、持ち帰り用の寿司コーナーはあったものの、アルコール飲料以外の日本食品は陳列されていなかった。

また「チョーヤ梅酒」の梅酒については、モスクワに比べ、まだ中国産の類似品が出回っていないと感じた。モスクワの梅酒市場が今では中国産に席卷され、「チョーヤ梅酒」が苦戦を強いられていることを考えると、ウクライナ・キエフの市場では今のうちに市場のシェアを固めるための戦略を取ることが望まれる。

海産物の専門店「OKEAN VKUSA」には、前述の輸入卸業者「MORSKOI DOM」社が自社の棚を設け、日本産品を販売している。このスーパーは、2010年12月に水産物の専門店としてオープンした。店舗の周辺は高級住宅街という感じで、新築のアパートが並んでいた。同店の販売スペースは、1500㎡と広々としており、主に鮮魚や、白身魚、イカ、貝などの冷凍海産物の他に、果実・野菜、アルコール類、日用品、書籍・雑誌などを取り扱っている。

店名	住所	URL
<b>OKEAN VKUSA</b>	Kiev, pr-t., Geroev Stalingrada 16-b, park Santiago De Chili	<a href="http://ocean-vkusa.com.ua/">http://ocean-vkusa.com.ua/</a>



【「ОКЕАН ВКУСА」 外観】

【冷凍海産物：白身魚、イカ、貝など】



【「ヤマサ醤油」の棚】

「ヤマサ醤油」のサポートにより「MORSKOI DOM」社が設置している日本食品コーナーには、「ヤマサ醤油」の他に、「キューピー」マヨネーズ、「ミツカン」酢、「白味噌」、「たなだ米」、「即席味噌汁」、「かつおだし」、「削りぶし」、「Tofu」、「いりごま」、「ガリ」、「そば」、「そうめん」、「海苔」、「酢だれ」などが陳列されていた。ちなみに「たなだ米」は長方形の箱に入って売られているカリフォルニア米で、この店舗以外の小売店でも多く販売されている。

以下は、「OKEAN VKUSA」が店頭販売している日本産品（寿司ネタは除く）の一覧表である。

(商品名、値段、容量)

商品名	値段（日本円）	サイズ・容量
ヤマサ醤油	約 630 円	500ml
ヤマサ醤油	約 510 円	150ml
ヤマサ醤油 すしグレード	約 500 円	200ml
ヤマサ醤油 甘口	約 490 円	200ml
ヤマサ醤油 照焼きソース	約 560 円	300ml
ヤマサ醤油 鰻蒲焼ソース	約 3,560 円	1,800ml
キッコーマン醤油	約 1,940 円	1,900ml
キッコーマン醤油	約 1,250 円	1,000ml
キッコーマン醤油	約 930 円	500ml
キッコーマン醤油	約 660 円	300ml
キッコーマン醤油	約 580 円	250ml
キッコーマン醤油	約 490 円	150ml
キッコーマン醤油 甘口	約 580 円	250ml
キッコーマン醤油 減塩	約 1,380 円	1,000ml
キッコーマン醤油 減塩	約 620 円	250ml
キッコーマン醤油 減塩	約 560 円	150ml
キッコーマン 照焼きソース	約 650 円	250ml
キッコーマン 焼鳥ソース	約 650 円	250ml
たなだ米（カリフォルニア）	約 220 円	450g
ミツカン酢	約 460 円	355ml
キューピーマヨネーズ	約 840 円	500g
ガリ（袋入）	約 550 円	N/A
ガリ（瓶入）	約 170 円	N/A
いりごま（袋入）	約 590 円	500g
いりごま（瓶入・黒）	約 280 円	200g
いりごま（瓶入・白）	約 290 円	200g
金虎 削りぶし	約 500 円	N/A

※これら商品の他にも、「ゴマドレッシング」、「キムチの素」、「うどん」、「蕎麦」、「海苔」などが販売されていた。



【日本食品の棚】

【テイクアウト用寿司】

【寿司ネタ・コーナー】

店内の一角に、6 m<sup>2</sup>程度の小さな「すし・コーナー」があった。注文すればその場でシェフが握ってくれるシステムだ。このコーナーの近辺に、日本食品の棚、寿司ネタの冷蔵品・加工品が置いてあり、「イズミダイ」の切り身が約 1,140 円、寿司ネタの「エビ」が約 920 円、「まさご」500g が約 1,600 円、同 150g が約 420 円、「とびこ」500g が約 3,170 円、同 150g が約 320 円、「うなぎの蒲焼」が 1 パック約 1,500 円、「海草サラダ」150g が約 190 円、同 1kg 入りは約 1,010 円で販売されていた。これらの寿司用食材のほとんどが、「MORSKOI DOM」社のブランド「JS」で、商品パッケージには「秀 JS」とロゴが貼付されている。また、中国にも製造拠点を持つ「あずまフーズ」社から「とびこ」、「まさご」、「海草」などを仕入れ、PB で販売しているようだ。テイクアウト用寿司に代表されるような惣菜に注力している点、24 時間営業、充実したホームページなども同店の特徴である。

### 3. 外食産業の現状

#### (1) 外食店の数・規模

レストラン・ダイレクター「Restoran.ua」(<http://www.restoran.ua/kiev/>) などによると、キエフ市内で日本食レストラン及び日本食（寿司・ロール等）をメニューに加えているカフェ・バーの店舗数は 61 店である。最も店舗数が多かったのが、「SUSHIYA」でキエフ市内に 18 店舗を展開している（ウクライナ全国で 36 店舗）。その次が「MURAKAMI」で 15 店舗、「EVRAZIYA」が 14 店舗となっている。その他にも、ロシアから進出してきた「YAKITORIYA」が 9 店舗、「Planeta Sushi」が 3 店舗を展開。またイタリア料理と日本料理がミックスしている「MAFIA」も 13 店舗をキエフ市内で展開している。これら多店舗を展開するチェーン系レストランの店舗数も合計すると、現在、キエフ市内で日本食レストラン及び日本食を取り扱うカフェ・バーは約 142 店。しかしホテルのレストランや「Restoran.ua」に取り上げられていない小さなカフェ・バーなども加えると、実際にはこの数字の倍近くは営業していると思われる。

以下、キエフ市内の 61 店舗のレストラン、住所、URL を列挙する。

※（括弧）内は主として提供する料理の内容；

レストラン名	住所	URL
SUSHIYA	ウクライナ全土で 36 店舗を展開（キエフ市内に 18 店舗）（日本）	<a href="http://www.sushiya.ua/">http://www.sushiya.ua/</a>
MURAKAMI	キエフ市内に 15 店舗を展開（日本）	<a href="http://www.murakami.ua/">http://www.murakami.ua/</a>
EVRAZIYA	キエフ市内に 14 店舗を展開（日本）	<a href="http://evrasia.in.ua/">http://evrasia.in.ua/</a>
YAPONAKHATA	キエフ市内に 10 店舗を展開。その他の都市で 18 店舗のレストラン、寿司バーを展開している（日本）	<a href="http://yaponahata.com">http://yaponahata.com</a>
YAKITORIYA	キエフ市内に 9 店舗を展開（日本）	<a href="http://yaki.com.ua/">http://yaki.com.ua/</a>
PLANETA SUSHI	キエフ市内に 3 店舗を展開（日本）	<a href="http://www.planeta-sushi.com.ua/">http://www.planeta-sushi.com.ua/</a>
ZHELTOE MORE	キエフ市内に 3 店舗を展開（日本）	<a href="http://zheltoemore.com/">http://zheltoemore.com/</a>
TANUKI	キエフ市内に 2 店舗を展開（日本）	<a href="http://kiev.tanuki.ru/">kiev.tanuki.ru/</a>
YOSHI	St.Gaytsana 8/9（日本）	<a href="http://yoshi.kiev.ua/">http://yoshi.kiev.ua/</a>
TOKYO	St.Zoologicheskaya, 10（日本）	<a href="http://www.tokyo.kiev.ua/">http://www.tokyo.kiev.ua/</a>
YAPONCHIK	St. Zlatoustovskaya, 2/4（日本）	<a href="http://yaponchik.com/">http://yaponchik.com/</a>
NOBU（注 1）	St, Shota Rustaveli, 12（日本）	<a href="http://nobu.eu/">http://nobu.eu/</a>
SAN TRI（注 2）	St. Sagaydashnogo, 41（日本）	N/A

Ribniy Vazar	St.Vladimirskaya, 24/2 (日本)	<a href="http://www.fishmarket.in.ua/">http://www.fishmarket.in.ua/</a>
Atsumari	St. B.Khmelnitskogo,19-21(日本)	<a href="http://atsumari.com.ua/">http://atsumari.com.ua/</a>
MAFIA	キエフ市内に 13 店舗を展開 (イタリア・日本)	<a href="http://www.mafia.ua/cities/">http://www.mafia.ua/cities/</a>
PREGO CAFÉ	キエフ市内に 4 店舗を展開 (イタリア・日本)	<a href="http://www.prego.in.ua/">http://www.prego.in.ua/</a>
MANDARIN	Moskovskiy prospect, 32 (中華・日本)	<a href="http://mandarin-restaurant.kiev.ua/">http://mandarin-restaurant.kiev.ua/</a>
KHATA RIBAKA	St.Pevutskogo, 2 (欧州・ウクライナ・カフカス・日本)	<a href="http://hata-rybaka.com.ua/">http://hata-rybaka.com.ua/</a>
Florentsiya	Prospect Pavla Tichini,7 (欧州・日本・ウクライナ・ロシア・グル ジア・日本)	<a href="http://www.florence.com.ua/">http://www.florence.com.ua/</a>
Arena Entertainment	St.Basseynaya, 2a (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://arena-kiev.com/">http://arena-kiev.com/</a>
OAZIS	St. Uritskogo,1a (欧州・日本・米国・グルジア・ウクライ ナ)	<a href="http://oasis-restaurant.kiev.ua/">http://oasis-restaurant.kiev.ua/</a>
Dakar	Petropavlovskaya Borshegovka, St.Antonova,2 (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://dkcatering.org.ua/">http://dkcatering.org.ua/</a>
Paradise Cabaret	bulv., Tarasa Shevchenko, 5-7/29 (欧州・日本)	<a href="http://www.paradise-cabaret.com.ua/">http://www.paradise-cabaret.com.ua/</a>
Luchano	St. Degtyarevskaya,33B (欧州・イタリア・日本)	<a href="http://www.luciano.com.ua/">http://www.luciano.com.ua/</a>
SAVANNA	St. Anni Akhmatovoy,44a (欧州・日本)	<a href="http://savanna.kiev.ua/">http://savanna.kiev.ua/</a>
Turgenev	St.Bolishaya Zhitomirskaya,40 (欧州・イスラエル・日本・ロシア)	N/A
VELUR	St.Liva Tolstogo,43 (欧州・日本)	<a href="http://nasha-karta.ua/">http://nasha-karta.ua/</a>
Grand Piano Café	Gidropark Venetsianskiy ostrov,1 (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://www.bakkara-hotel.com.ua/">http://www.bakkara-hotel.com.ua/</a>
OPERA	ST. Vladimirskaya, 51/53 (米国、欧州、ロシア、ウクライナ、日本)	<a href="http://luxcarte.ua/projects/restaurants/Opera">http://luxcarte.ua/projects/restaurants/Opera</a>
Kashemir	St.Andreevskaya, 11/7 (欧州・日本)	<a href="http://cashemir.com.ua/">http://cashemir.com.ua/</a>

Story Cafe	St. Naberezhno-Kreshatitskaya, 15-17/18a (欧州・日本)	<a href="http://www.karta.ua/">http://www.karta.ua/</a>
Melange	Prospect. Geroev Stalingrada,14g (欧州・日本)	<a href="http://melange.net.ua/en/">http://melange.net.ua/en/</a>
STOLIPIN	St.Sholom-Aleykhema, 17 (欧州・ロシア・日本)	<a href="http://stolypin.com.ua/">http://stolypin.com.ua/</a>
PRAGA	Prospect Akademika Glushkova,1 (欧州・チェコ・地中海・日本)	<a href="http://www.praha-restaurant.com/">http://www.praha-restaurant.com/</a>
Mai Tai Lounge Kyiv	St.Krasnoarmeyskaya,66 (欧州・南米・タイ・日本)	<a href="http://maitai.com.ua/">http://maitai.com.ua/</a>
Touch café	St. Shota Rustaveli, 16 (欧州・タイ・日本)	<a href="http://carteblanche.ua/">http://carteblanche.ua/</a>
Beck's BeerLoft	St. Bolishaya Okruzhnaya,4 (欧州・中華・日本)	<a href="http://peesboyclub.com.ua/">http://peesboyclub.com.ua/</a>
SHKIPER	Kievskaya region, sht.Vorzeli, st.Gorkogo,24 (欧州・日本)	<a href="http://www.spa-center.kiev.ua/restaurant_shkiper.php">http://www.spa-center.kiev.ua/restaurant_shkiper.php</a>
Sito-Piyano	Dneprovskaya nab., 19a (欧州・日本)	<a href="http://lh.com.ua/sp.html">http://lh.com.ua/sp.html</a>
DIM SAM	St. Bogadana Khmel'nitskogo,12 (アジアン・カフェ)	<a href="http://www.dimsum.com.ua/">http://www.dimsum.com.ua/</a>
Bastion “Tri mushketera”	Kievskaya region, Obukhovskiy, b.Romankov (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://www.bastion-3m.com.ua/">http://www.bastion-3m.com.ua/</a>
Roll Khaus	Prospect Geroev Stalingrada, 24a (イタリア・日本)	<a href="http://restoran.rollhouse.com.ua/">http://restoran.rollhouse.com.ua/</a>
Wisky-club “Imperial”	St. Konstantinovskaya,2a (欧州・日本)	<a href="http://www.imperialeclub.com.ua/">http://www.imperialeclub.com.ua/</a>
Le Bourget	St. Shorsa, 32B (欧州・イタリア・日本)	<a href="http://www.lebourget.kiev.ua/">http://www.lebourget.kiev.ua/</a>
Parus café	St.Mechnikova,2, BC«Parus» (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://www.carteblanche.ua/restaurants/PARUS/">http://www.carteblanche.ua/restaurants/PARUS/</a>
Бэкс Бирлофт + 7 самураев	bulyv. Tarasa Shevchenko, 27a (欧州・中華・日本)	<a href="http://peesboyclub.com.ua/ru/restaurants/beerloft-samurai/">http://peesboyclub.com.ua/ru/restaurants/beerloft-samurai/</a>
Veranda na Dnepre	Naberezhnoe shosse,Navodnitskiy park “Primakova”	N/A

	(欧州、イタリア、ウクライナ、日本)	
Frau Rosa	St. Uritskogo, 1a (欧州・日本)	<a href="http://www.fraurosa.com.ua/">http://www.fraurosa.com.ua/</a>
VESELIY LEPRIKON	St. Lesya Kurbasa, 1a (多国籍料理)	N/A
CASTA	St. Kreshtik, 19 (アジア料理)	<a href="http://casta.kiev.ua/">http://casta.kiev.ua/</a>
TITANIK	St. Panasa Mirnogo, 8 (欧州・日本)	<a href="http://www.titanic.kiev.ua/">http://www.titanic.kiev.ua/</a>
GRANDAL	St. Polevaya, 24d, BC "Grand Step" (地中海・ウクライナ・日本)	<a href="http://www.grandal.kiev.ua/">http://www.grandal.kiev.ua/</a>
Dneprovskaya Riviera	Goroseevskiy region, o. Zhukov, St. Lyutnevaya (ウクライナ・カフカス・日本)	N/A
MOSKVA	St. Saksaganskogo, 120 (イタリア・日本・ウクライナ)	<a href="http://moskva.ua/">http://moskva.ua/</a>
LEO	Parkovaya doroga, 20 (欧州・ウクライナ・日本)	<a href="http://leo.ua/">http://leo.ua/</a>
China White	Buliv. Lesi Ukrainki, 24 (欧州・中華・日本)	<a href="http://www.2k.ua/">http://www.2k.ua/</a>
TAKI-MAKI	St. Lugovaya, 12 / その他都市で 2 店舗を 展開 (アジア料理)	<a href="http://taki-maki.com/">http://taki-maki.com/</a>
BUDDHA-BAR	St. Kreshatik, 14 (フュージョン、アジア料理)	<a href="http://www.buddhabar.com.ua/">http://www.buddhabar.com.ua/</a>
IKRA	St. Olesya Gonchara, 67 (地中海・日本)	<a href="http://ikra.restoran.ua/">http://ikra.restoran.ua/</a>
PENA	St. Yaroslavov Val, 30/18 (地中海・日本)	<a href="http://www.2k.ua/restaurants/catalog/pena/">http://www.2k.ua/restaurants/catalog/pena/</a>

(注1) 「NOBU」は米国発「NOBU」との関係は全くない。

(注2) 「SAN TRI」には、10年以上前より日本人シェフが在籍。同店は鉄板焼きのある日本食レストランで、モスクワの高級店「誠司」に匹敵する高級店である。

上記リストより、日本食を専門とするレストランは、チェーン展開している店が多いことが分かる。またシーフードがメインの地中海料理と日本料理、そして外食産業では人気の高いトップ2であるイタリア料理と日本料理をあわせた展開も目に付く。

キエフにもモスクワ同様、日本人が出資または経営するレストランはないが、後述するチェルカ



ースィの「YOSHI」（※表中の「YOSHI」とは異なる）の日本人シェフが近々キエフに 2 号店の開設を予定しており、今後のキエフにおける日本食の発展が期待される。

## （2）日本食レストランチェーンの概況



キエフ市内と歩くと特に目に付くのが、市内で 15 店舗を展開する「MURAKAMI」である。同店は 2005 年に 1 号店を開設して以来、徐々に店舗数を拡張し現在に至った。現地の娯楽情報サイトでも、寿司などの料理とサービスの質に高い評価を受けている人気店である。

この「MURAKAMI」は、レストランチェーン運営会社「Kozirnaya Karta」（※直訳すると“切り札”という意味）の傘下にある。この組織はホールディングカンパニーなのか組合形式を取っているのか、その形態ははっきりしないが、ウクライナ全土で 90 店舗以上のレストランを運営しており、同国のレストラン市場におけるリーダー的存在である。同社傘下の「K2 Corporation」がレストランとサプライヤー間のやり取りのサポート、サービスの質の管理などを行っている。サービスセンターは 24 時間オープンで、系列店の予約や苦情を受け付けている。また、同社はディスカウントカードを発行しており、保有者数は現在 75 万人を超えている（同社サイトより）。

以下、キエフ市内の主だった日本食レストランを 10 店選抜し、同店売れ筋の「カリフォルニア・ロール」と「フィラデルフィア・ロール」の値段を比較する；



（カリフォルニア・ロール）



（フィラデルフィア・ロール）

店名	カリフォルニア (ルーブル)	g	フィラデルフィア (ルーブル)	g
YAPONAHATA	140	180	197	201
SUSHIYA	196	170	208	180
MAFIA	212	230	340	245

MURAKAMI	232	184	272	224
EVRAZIYA	292	205	276	235
Planeta Sushi	296	200	284	245
Zheltoe More	320	170	300	250
YAKITORIYA	380	N/A	380	N/A
TOKYO	392	N/A	792	N/A
Ribniy Vazar	860	200	N/A	N/A

(1 ウクライナ・グリブナ≒4 ロシア・ルーブル)

上から4つまでは、キエフを中心にウクライナ国内に展開するレストランチェーンで、「EVRAZIYA」から「YAKITORIYA」までは、ロシアからの進出組である。

「MURAKAMI」をはじめとするウクライナのレストランチェーンの価格帯140～240ルーブルに対し、ロシア進出組チェーンの価格帯は292～380ルーブルと両者間に価格差がはっきりと見られ、競合しているようでいて、競合していないのが興味深い（また、この結果からロシア組はロシアでの販売価格を維持していることも見えてくる）。

このほか「Ribniy Vazar」はモスクワの高級日本食レストラン「誠司」や「美郷」とほぼ同じ価格帯の高級店であり、「Tokyo」も高級カテゴリーの日本レストランと位置づけられている。

#### 4. 消費者の食文化や食全般のトレンド

ウクライナのニュースを伝えるWEBサイト「BEST NEWS」に「新しいトレンド～“健康食の”レストラン」という記事が2013年3月5日に掲載された

(<http://www.bestnews.in.ua/news/05033009>)。「モスクワのレストランでは、なぜ”健康への有益性と品質”に重きを置くのか」を説明する記事である。「モスクワの公園が、スポーツマンや健康的なライフスタイルを求める人々で満たされるのと同じく、キエフのアンチ・カフェやリヴィオフのレストランでも、健康食は有益な食事という認識が根付き始めている」という記述もあり、ロシアの隣国ウクライナの首都キエフでも、モスクワで見られるような健康志向が注目されていることを裏付ける内容で興味深かった。

記事によれば、欧州では長寿と健康食との関係について、消費者の理解が既に深まっているが、ウクライナでは、ようやくそれを理解する人々が増えつつある段階にあるようだ。そのため、現状ウクライナでは、菜食主義等は健康回復のため、あるいはダイエットのための一時的な食事としてしかまだ認知されていないということである。

また、同記事では「本物の“健康的な”レストランのフォーマットとはどのようなものだろうか？」と問いかけているが、その答えとして「まず第1に、喫煙ゾーンがないこと」、そして第2に「メニューの中にアルコール飲料がないこと」と挙げている。さらに重要な点として「健康志向を掲げるレストランでは、環境にやさしい食材、高品質の食材が正しく調理されている。そのため、必然

的に値段も高くなるということは認識しておくべきであろう」と記事は締めくくっている。

モスクワからキエフへと渡来した日本食ブームを賞賛し、見方によっては批判しているような内容もあり、ウクライナ人の食に対する保守的な姿勢が少なからず表れていることが見受けられる。

ウクライナ人の食に対する保守的な姿勢に関して、次にホテル、レストラン、ケータリング業者などを対象にキッチン設備等を販売している「Maresto」社 ([maresto.com.ua/](http://maresto.com.ua/)) の記事を紹介する ([http://maresto.com.ua/articles/3997-traditsionnyie-restoranyi-i-restoranyi-s-traditsiyami/?sp\\_hrase\\_id=2644](http://maresto.com.ua/articles/3997-traditsionnyie-restoranyi-i-restoranyi-s-traditsiyami/?sp_hrase_id=2644))。

記事のタイトルは「伝統的なレストランと伝統性を持ち合わせたレストラン。その記事の中に、「ウクライナ市場における人種的多様性」という項目があったので、以下に紹介する。

「現在ウクライナでは、“民族性のない”欧州料理（イタリア料理のことと思われる）が最も人気が高く、その次がウクライナ料理である。この原因は、ウクライナ人の保守主義にある。彼らが好むのは馴染みのある料理であり、馴染みの無い食事やエキゾチックな料理が好きな人々は全体では10%以下であるが、18～25歳の間ではその数は約25%となっている」と言う。

ロシア料理の名物である「ボルシチ」はウクライナが起源とされるなど、ウクライナ料理は奥が深い。ピロシキの代わりにウクライナ名物のワレニキがあったり、豚の脂肪（ラード）を塩漬けにしたものや、様々に加工したソーセージやサラミがあったりと、伝統的で美味しいとされる料理が多い。またウクライナ人は、豚肉を筆頭に肉を多く好む傾向がある。その他、記事にもある通り、ウクライナ料理には自宅で作るには手間がかかる美味しい料理が多いため、ウクライナ人がウクライナ料理を外で食する傾向もあるようだ。

それでも、最近ではウクライナでも日本食やシーフードの人気も高まりつつあり、様々な価格帯で、日本食レストランや寿司バー形式の店の人気上昇している。このように、概して保守的とされるウクライナ人にも日本料理は受け入れられる可能性はあると思われるが、男性は肉食指向の人々が多いこと等を考慮すると、女性を中心に日本食ブームが広がっていく可能性が見受けられる。

## 5. 業務用日本食品市場の現状

キエフ市内の主要日本食インポーターは以下3社である。

### 【キエフ市内の主要日本食インポーター】

会社名	所在地/連絡先
MORSKOI DOM	03151, Ukraine, Kiev, Prosp.Povitryaflotskij, 66, #304 Tel./Fax. +38-044-495-1263 HP: <a href="http://www.morskoidom.com">www.morskoidom.com</a>
`CONUS-S` Ltd.	03067, Ukraine, Kiev, Lepse blvd 4, build.1, office 319 Tel: +38-044-206-2330 Fax:+38-044-206-2339 HP: <a href="http://www.conus.com.ua">www.conus.com.ua</a>

SUSHI HOUSE	03083, Ukraine, Kiev, str. Chervonopraporna, 34 Tel.: +38-044-524-5507 Tel./Fax: +38-044-393-0767 HP: <a href="http://www.sushihouse.ua">www.sushihouse.ua</a> <a href="http://www.sushihouse.org.ua">www.sushihouse.org.ua</a>
-------------	---

上記のうち「2. 小売の現状」にも記した「MORSKOI DOM」と「CONUS-S` Ltd.」へのヒアリング結果を以下報告する。

### (1) MORSKOI DOM 社へのインタビュー

#### －本物の日本食普及を目指す－

業務用として取り扱われている主な日本食品は、小売とほとんど変わらず醤油、酢、海苔、味噌、マヨネーズなどの寿司関連食品である。しかし純粋な日本産食品は、醤油、酢、マヨネーズの他には、ほとんどないといっても過言ではない。米についても「MORSKOI DOM」の「JS」ブランド「たなだ米」はカリフォルニア州産、「CONUS-S」社も同じくカリフォルニア米をプライベートブランド「星」としてパッケージを替えて各レストランへ販売しているなど、日本産米は実質、流通していない模様である。

日本食品を取り扱うことにポリシーを持つ同社「MORSKOI DOM」の担当者は、「レストランで仕入れている日本食品のほとんどは寿司関連商品。当社の扱う商品の中では、醤油の割合が増えたが、その分、他は減った」、「日本からの食材を卸すには、(値段が高いため)競争力がなく、むしろ個人的に日本食品を支えるという意味で、日本から輸入している」とのことだ。

同社の創業は1997年だが、2000年頃から日本産品の輸入を開始したので、日本食を普及させる難しさを実感している。当時、日本から食品をコンテナで輸入する会社は他にも多くあったとのことだが、いまではそのほとんどが日本産食品部門から撤退したという。

ウクライナでの日本食ブームは日本人の経営する日本食レストランから始まったのではなく、米国やロシアでのブームの影響が大きい、と担当者は語る。「最近では、中国など非日本産の日本食材が数多く入ってくるようになったが、問題なのは日本食レストランで寿司や巻き寿司(ロール)を握る現地のシェフが、本物の日本食を知らないことだ。そのため当社では、日本食品を各レストランに卸すだけでなく、本物の日本食の啓蒙活動も行っている」とのことである。またディストリビューターにとっての重要な顧客であるレストランの経営者自身が、なぜ本物の日本食は類似品よりも値段が高いのか、その品質の違いを全く理解していないとも嘆いていた。米国やモスクワ経由の日本食フュージョンを浸透させた経営者が、類似品でも売り上げは上がるのに、あえて値段の高い本物の日本食を提供する意味が分からないと言うのも、レストランのコンセプトおよび経営上の視点からは納得せざるを得ない面がある。このような状況の中で、「MORSKOI DOM」は日本の食品メーカーによるPR活動や販促協力を得て、日本食の啓蒙活動にも力を入れている。同社は2011年に2回ほど、「ヤマサ醤油」と連携し、国立キエフ経済・商業大学(Kiev National University of Commerce and Economic)で学生達を相手に寿司の衛生に関する講義を行った。また2012年の春には、日本大使館の協力も得て、日本料理を紹介するイベントを開催している。ウクライナ市

場での販売を促進するために、同社は「日本のメーカーにも市場の厳しさを理解していただき、販売促進の支援をしてほしい」と語った。

## (2) CONUS-S 社へのインタビュー

### －「他国の食品メーカーが真似出来ない日本産品」の取り扱いを希望－

ホテル、レストラン、カフェへの卸に力を入れている「CONUS-S」社は、主に寿司関連商品として、米、醤油、味噌、海苔、ガリ、うなぎの蒲焼、海藻類、麺類、その他お箸や食器類を取り扱っているが、担当者によるとほとんどが米国産、中国産である。同社の卸先である、中級日本食レストランチェーンが 2008 年の金融危機以降、日本産品ではなく中国・米国産の類似品を仕入れるようになったことも影響しているという。それでも消費者（レストランの顧客）からの反発はなく、受け入れられているとのことである。また、冷凍・冷蔵水産物は、アイスランドやインドネシアから購入している。課題としては、2011 年 3 月の東日本大震災後、日本産品が置かれていた棚が、中国・台湾産などの非日本産品に代替され、日本産食品の棚の回復状況があまり芳しくないことが挙げられる。今後取り扱いを希望する日本産食品については、マヨネーズなど、他国の食品メーカーが真似出来ない商品とのことであった。

その他、キエフ市内から南に約 200 キロ離れたチェルカースィの高級日本食レストラン「YOSHI」を運営するオーナーシェフにも、購入する側の立場から話を聞いた。

## (3) 外食産業、レストランの状況

### <日本食レストラン「YOSHI」へのインタビュー>



【レストラン「YOSHI」外観】

卸売業者の顧客であるレストランの立場では、どう考えているのか。今回は、チェルカースィの

高級日本食レストラン「YOSHI」の担当者にインタビューした。

チェルカースイはウクライナ南部の人口約 30 万人の小さな都市だが、日本食レストランチェーンは「SUSHI・YA」、「TAKO」など 6 店舗ある。しかも大部分のレストランがメインストリートであるシェフチェンコ並木通りに位置しており、「YOSHI」周辺には歩いて 5 分程の位置に 4 軒の日本食レストランがあるという。そのような競争環境下にあっても、日本人が料理するレストランは、この「YOSHI」以外にはなく、2011 年のオープン後、広告もしないままに初日から満席となり、今でもその勢いは衰えていないという。平均売り上げは約 2,000 ドル/日で、平均単価は女性で約 20 ドルということだが、2,000~3,000 ドルほど費やす富裕層の顧客もいるという。担当者によると、仕入先は「SUSHI HOUSE」が多く、その他「CONUS-S」からも仕入れているというが、「MORSKOI DOM」は値段が高く余り買わないという。その他、キエフ市内に小さいながらも中国市場があり、そこに買出しに行き、味噌などを仕入れることもあるとのこと。

担当者はオーナーシェフで、自らも厨房に立ち、日本産食品が出回っていない環境で、類似品を使って、見事な日本料理を作り上げているが、本当は日本産の食材を使いたいという。日本産食品を使わない理由は「安定的な供給が確立されていないから」とのことである。定休日なしで営業するレストランサイドにとって、一番困る問題は、今まで使っていた食材やその他の材料が急に卸業者から入って来なくなることだ。仕入先に「SUSHI HOUSE」をよく使っているのは、チェルカースイに代理店があることも大きな理由の 1 つだが、必要な食材において、食品メーカーが違ったとしても、その食材自体を切らすことがないからだと言った。



【生簀。上部は鏡に反射している】



【生簀の中の、生牡蠣】

また同店には、モスクワでもほとんど見かけない生簀（いけす）がある。入り口から入ると、すぐ正面に階段があり、その突き当たりはこの生簀があるが、この中には、ロブスターやカニ、生牡蠣などが生きてままで綺麗にショーアップされている。カニ 1 匹の値段が 600 ドル、生牡蠣が 1 個 12 ドル、そしてロブスターは 100~120 ドルで提供しているという。キエフ市内に新鮮な海産物を取り扱う業者がおり、そこから仕入れているということだったが、その他、例えばなぎは中国、台湾産、サーモンはノルウェー産、ドラド（ヨーロッパヘダイ）はフランス産、トビコは韓国産のものを使っている。

担当者は米国のロサンゼルスで、様々な日本食レストランを統括するゼネラル・マネージャーを

していたが、14年前にキエフにやってきた。日本産の食品・食材で何が欲しいかと尋ねると、即座に「日本酒」との回答があった。現在流通しているものは、料理人の立場からみれば、自分の料理を引き立てるものではないとのことで「美味しい日本酒が欲しい」と切望していた。キエフも含め、ウクライナでは日本酒の売り込みには大きなチャンスが残っているとも語った。「YOSHI」のバーには高級な日本酒が何本か置いてあったが、これらの日本酒はモスクワに出張し、一度に50～60本ほど仕入れてくるということだった。また、インポーターへの要望として「自分達がそろえた商品を売り込むばかりで、こちらの要望に耳を傾けない業者が多すぎる」との回答があった。同レストランの要望は、現在のキエフの日本食品市場が、ホテル、レストラン、カフェの様々なカテゴリーの顧客に対応できるほどには発展していないことを示す。在留邦人が1,500名のモスクワでさえ日本食品市場が類似品で満たされている状況であるから、在留邦人200名程度のキエフに於いては尚更であろう。しかしモスクワに比べ、少し遅れてブームがやってきたキエフには、まだ発展のチャンスが残っているとも言えよう。

#### 【レストラン】

レストラン名	住所
YOSHI	Ukraine, Chercassi city, bul.,Shevchenko, 205 Tel.: +38-0472-322-246

以上

2012 年度

---

ロシア・ウクライナ日本食品消費動向調査

発行 2013 年 3 月

発行所 日本貿易振興機構（ジェトロ）

農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

東京都港区赤坂 1-12-32

電話 03 (3582) 5186

---

©JETRO（無断転載を禁じます）