



サウジアラビア 外食産業の ビジネスの視点

佐藤 武史

2019年9月

なぜ、中東に関心があるのか？

- 中東協力センター WEBページ 動画配信 -

前年度の講師の言葉に耳を傾けてみる

中東講座：2018年11月 開催分

- 中東を構造的に理解する -

脇 祐三 氏

- (株) 日本経済新聞社 編集局 特任編集委員 -

11月22日まで視聴可能

- 多子若齢社会、デジタル化の影響、インフラが足りない、増大する国内需要 -
- 新しいテーマは人間開発、日本が考えるべきこと -



なぜ、中東に関心があるのか？

- キャリアアップの道 -

世界で小さな成功体験を積み重ねていく

日本料理人を海外で

- 35歳まで日本 → ニューヨーク → ドバイ → リヤド -

ドリンクで一日売上2000万円の日本料理店

- 中東のトレンドを作った外資系ブランド日本料理店の存在 -

大国の首都でただ一人の日本人料理人




- 似ていて異なる中東二国で九年を過ごす -



日本人向けの安易な情報が大量出現

-似ていて異なる中東二国で九年を過ごす -



	サウジアラビア	UAE (アラブ首長国連邦)	アメリカ合衆国 ※参考
世界都市	リヤド・ジッダ	ドバイ・アブダビ	ニューヨーク他
人口	3300万人	940万人	3.3億人
外国人割合	1360万人 (36%)	752万人 (80%)	4000万人 (12%)
日本人割合	1,362人 (45位)	4,073人 (28位)	426,206人 (1位)
GNI/USドル	54,770 (11位)	74,410 (5位)	60,200 (10位)
就業の経緯	YOKARI 	ZUMA 	SUSHI SAMBA 
就業の経緯	ドバイ勤務時に、サウジ人オーナーよりヘッドハンティング	ZUMAのドバイ支店の求人を見つけ応募し、採用	初のインターナショナルキッチン経験。NOBUとZUMAという世界ブランドを知る
シェフの数	20名	78名	-
客単価	300リヤル (8,500円)	500ディルハム (14,500円)	65ドル (7,000円)

日本人向けの安易な情報が大量出現

- 赴任三ヶ月後のランチメニュー開発の失敗 -



対サウジで準備したのはサバイバル情報のみ

情報不足：中学卒業レベルの情報収集能力だった

YOKARI

- 国民性が見えてこない薄っぺらい情報しか覚えていなかった -

慢心：ドバイの成功事例が通用しなかった

- 市民の慣習や味の嗜好性などを尊重していなかった -

思い込み：マーケティング部が集客を担うと思っていた

- サウジ人オーナーと大人のコミュニケーションが取れなかった -



日本人向け情報から卒業せよ

- パーソナル・ブランディング -

■ 一次情報を足を使って得る ■

- * 新しい商業施設・店舗情報が入ったら必ず行く
- * 市内の飲食店は200店舗以上チェック済み
- * SNS経由で飲食店の食レポートを公開
- * 美食家たちの交流イベントを主宰

■ 承認欲求型のマーケティング手法 ■

- * インスタグラム ①
 - 2,000名のフォロワーのうち、約1,400人はサウジ関連 -
- * フォースクエア (食べログのようなSNS) ②
 - 自身が載せた他の人気店のレビューは常に高評価 -
- * ミートアップ (自由にイベントができるSNS) ③
 - 定期的にフードイベントを開催。メンバーは1,300人 -



Chef Taki

Executive chef at Yokari, Contemporary Japanese restaurant centria mall/Riyadh/My dayoff : 🍷 🍴 🍷 🍷 🍷

Photo : Pentax K-series 📷 📷

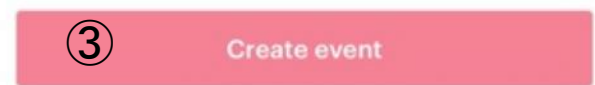
foursquare.com/user/209465928



Professional chef base in Riyadh/KSA. Cooking is my life.

Instagram @chef_takeshi_sato

Riyadh FDN (fine-dining night)



1,322 Members

日本人向け情報から卒業せよ

- パーソナル・ブランディングで解ったこと -

■ 若い世代の自己意識の時代の到来 ■

インターネットで世界と結びついているサウジアラビアの若者たちは、オンライン上で自分をさらけ出し、自分がどう
いう人間かを常に全世界に向けて宣伝している。テクノロジーが彼らの承認欲求的な側面を引き出し、各々が
技術と能力を磨き、グローバルな市場で生きている表現を欠かさず続けている。

■ フィードバック ■

友達や仕事上の知人が自分の事をどう思っているかをもっと知りたがっている。
重要なことはフィードバックをしてあげること。

大衆社会のなかの没個性的な一人ではなく、揺るぎない個性の持ち主である、
という承認欲求に価値観を求めている人が若い世代には特に多い。



日本人向け情報から卒業せよ

- 2017年、新装開店、顧客の心を掴む -

■ 新装開店前 ■

- * 提供品質：日本人による本物の日本料理
高級ホテルレベルの安全・清潔性
ドライブで成功していた献立を再現
- * 知覚品質：暗めの店内照明
- * 結果： 二年目より客足が減少
- * 理由： レストランに対する「楽しさ」が不足



■ 新装開店後 ■

- * 提供品質：国民の嗜好性に合せた日本料理
献立のストーリーを料理人自ら説明
顧客ターゲットのフィードバックを重視
- * 知覚品質： 日本文化イベントを大使館と共催
漫画の世界のような食材の色使い
- * 結果： リピーターが激増



日本人向け情報から卒業せよ

- 専門技能の連続的習得① -

- サウジの親日の若い世代と繋がる -

■ 学生インターンシップ・プログラム ■

- * 2018年11月より料理長付秘書を2名採用
- * 1年間で1500時間を技能を磨くために費やす
- * 職務は日本文化イベント運営、大使館との交信等

求人依頼先のキング・サワード大学は湾岸諸国で唯一学位(学士)の授与が可能な学術機関。日本の国際交流基金から日本語専門家が派遣されている

■ 日本語を学ぶ学生を全力で応援 ■

- * 日本語専攻課程の学生へのスピーチ
 - なぜ料理人になった? なぜサウジに来たのか? -
- * 学生ボランティア部隊
 - 日本に関わるイベント開催時に、毎回2~30名招聘 -

日本からの視察班の方々が弊店に訪れた際は、学生ボランティアとして参加してもらい、現地の生の声を日本語で届けている。



日本人向け情報から卒業せよ

- 専門技能の連続的習得②-

サウジアラビアと日本の農水事業社を直線的に繋ぐ

■ 独自の日本産食材の輸入ルートを確立 ■

サウジアラビアで成功するには、浅く広くではなく従来のビジネスの枠を超えた分野でも高度な技能を磨いていく必要がある。

世界の50億人がインターネットにアクセスし繋がりが合う世界が出現している今、サウジアラビア国内の食品サプライヤーに頼らずとも、日本産食材を店舗レベルで日本から直輸入が可能となってきている。

■ 現在、22品目を直輸入 ■

- * サウジアラビア食品医薬品庁へ自社で登録
- * サウジで唯一、日本産マグロを提供する店
- * 2017年より、日本の卸売業者より直輸入開始
- * 2020年には80品目以上に拡大予定



日本人向け情報から卒業せよ

- 専門技能の連続的習得③ -

外国人日本料理シェフと日本の料理文化を直線的に繋ぐ

■外国人日本料理シェフの評価認定制度 ■

2020年より中東地域から日本料理の食文化講義と調理技術指導、そして日本産食材の啓発活動を合せた資格取得プロセスをインターネットと実技で同時に行い、外国人日本料理人の価値の差別化を手助けし、本来の日本料理の世界に足を踏み入れ直してもらう。

昔ながらの人対人に代わり、YouTube等でのオンライン学習法が世界に一挙に広がる一方、日本料理は世界標準化された調理技術のガイドラインがないため、日本人料理人が知らない草の根レベルで日本料理のイノベーションが加速中。結果、海外の料理人マーケットでは、日本で修行してきた人が必ずしも有利とは言えない時代が到来。顧客となる海外の人々のライフスタイルのコスモポリタン化も、日本料理が深く浸透できない要因の一つ。



貴方は本当に中東にむいているの？

- 中東の外出市場潜在能力はとても高い -

■ GNI国民総所得ランキング(USドル) ■

順位	国(地域)名	GNI
1	カタール	128,060
2	シンガポール	90,570
3	ブルネイ	83,760
4	クウェート	83,310
5	アラブ首長国連邦	74,410
6	ルクセンブルク	72,640
7	スイス	65,910
8	香港	64,100
9	ノルウェー	63,530
10	アイルランド	62,440
11	米国	60,200
12	サウジアラビア	54,770
13	アイスランド	53,640

■ GNI国民総所得の対比イメージ ■

順位	国(地域)名	GNI
14	オーストリア	52,660
15	オランダ	52,640
16	ドイツ	51,760
17	デンマーク	51,560
18	スウェーデン	50,840
19	ベルギー	47,960
20	オーストラリア	45,780
21	カナダ	45,750
22	フィンランド	45,730
24	フランス	43,720
25	英国	43,160
26	バーレーン	42,930

中央・南アジア、中東、東・南・北欧、中・南米、アフリカ
総合計 約140万USドル

東南アジア、西欧、北米、オセアニア
総合計 約94万USドル

貴方は本当に中東にむいているの？

- しかし日本寄りのマーケティング戦略は不向き-

■ 在留邦人ランキング ■

順	位	国(地域)名	在留邦人数
	1	米国	426,206
	2	中国	124,162
	3	オーストラリア	97,223
	4	タイ	72,754
	5	カナダ	70,025
	6	英国	62,887
	7	ブラジル	52,426
	8	ドイツ	45,784
	9	フランス	42,712
	10	韓国	39,778
	11	シンガポール	36,423
	12	マレーシア	24,411
	13	台湾	21,054
	14	インドネシア	19,717

順	位	国(地域)名	在留邦人数
	15	ニュージーランド	19,664
	16	ベトナム	17,266
	17	フィリピン	16,570
	18	イタリア	14,146
	19	アルゼンチン	11,460
	20	メキシコ	11,211
	21	スイス	10,827
	22	オランダ	9,223
	23	インド	9,197
	24	スペイン	8,192
	25	ベルギー	6,442
	28	アラブ首長国連邦	4,073
	45	サウジアラビア	1,362



■ 在留邦人の対比イメージ ■

東南アジア、西欧、北米、オセアニア
総合計 約118万人

中央・南アジア、中
東、東・南・北欧、
中・南米、アフリカ
総合計 約15万人

貴方は本当に中東にむいているの？

- サウジアラビアにはサウジアラビア向けの戦略が必要-

	サウジアラビア	UAE (アラブ首長国連邦)
世界都市	リヤド・ジッダ	ドバイ・アブダビ
人口	3300万人	940万人
外国人割合	1360万人 (36%)	752万人 (80%)
日本人割合	1,362人 (45位)	4,073人 (28位)
GNI/USドル	54,770 USドル (11位)	74,410 USドル (5位)
就業先	YOKARI 	ZUMA 
就業の経緯	ドバイ勤務時に、サウジ人オーナーよりヘッドハウティング	ZUMAのドバイ支店の求人を見つけ応募し、採用
シェフの数	20名	78名
客単価	300リヤル (8,500円)	500ディルハム (14,500円)

貴方は本当に中東にむいているの？

- Y世代の影響力が拡大する -

Y世代 = 1980年代から2000年代初頭までに生まれた世代

■ 2014年の就業当初に感じた人々の傾向 ■

調停者タイプ：組織の潤滑油・緩急材役

- 賢く、上手に真似ができる。一番ではなく二番戦略：小規模産業オーナー etc -

堅実家タイプ：一つ一つ着実にこなす仕事

- 温厚で穏やか。短期間で完結する作業を好む：公務員、大企業の会社員 etc -

ベビーブーム(1945年-64年生まれ)世代の人たちが確立したスポットに就職できたサウジ人は？

完璧主義者タイプ：人生設計がしやすい職業。

- 責任感が強く、正直でストレートな物言いをする：銀行員、公務員 etc -

貴方は本当に中東にむいているの？

- Y世代の影響力が拡大する -

サウダイゼーションはY世代の雇用に影響

■ 2019年現在、サウダイゼーションの影響で増加傾向にある人々 ■

研究者タイプ：データを基に効率よく配置する仕事

- コンピューター相手に個人活動が主：経理事務、プログラマー、企業の窓口業務 etc -

楽道家タイプ：どんな職業でも基本的にはOK

- 浅く広くこなせるが、詰めの甘い部分も多い：サービス業全般、営業職 etc -

近年の娯楽開放による影響で、顕著に増加しているのは？

芸術家タイプ：映像・文学・音楽・アニメ・デザイン

- 他人と異なる価値観を探している：アーティスト、調理師 etc -

貴方は本当に中東にむいているの？

- Y世代の影響力が拡大する -

海外留学経験者が今後のサウジのトレンドを作る

■ サウジアラビアでビジネスをするうえでマッチングすべき人たち ■

達成者タイプ：起業・新規事業立ち上げ役

- 競争心があり、上昇志向：新規公共機関社員、外資系金融会社社員etc -

統率者タイプ：チーム・組織でのリーダー役

- 創造力と解決力を併せ持つ：企業コンサル、外資系企業管理職etc -

2018年までに継続して取り組まれていた国の留学制度経験者たちは、自分たちの希望やニーズを職場に反映させ、かつワークバランスを重んじ、仕事を面白くさせている。今後彼らがサウジアラビアの外食産業のトレンドを作っていく。そして娯楽も彼らの理念で達成されていく。

貴方は本当に中東にむいているの？

- Y世代の影響力が拡大する -

日本の企業文化がサウジの新しい人材を育てる

■ 日本人・日本企業が人材育成で関わることができる人々 ■

献身家タイプ：同僚・顧客をサポートする役

- 自分よりヒトのため。：秘書、大使館スタッフ、看護師etc -

当該が私が国立大学の学生をインターンシッププログラムで採用している理由。
若い世代のサウジアラビア人は自分より高度な技術の持ち主を観察できる場を探している。
ただし、技能を自分のものにするには、約10000時間を継続して費やせる環境があるかが
試金石。 1日8時間を割くとしても3.5年かかる。

貴方は本当に中東にむいているの？

- 外国人労働者ビザの規制強化 -

外国人従業員に頼らないビジネスモデルを確立が求められる



ここ数年間は、この中間層のビジネスが成功の鍵と予想する。

貴方は本当に中東にむいているの？

- 女性解放？ -

- * 自身で運転して弊店を訪れるサウジ人女性
- * 100席の弊店の顧客の70%は、女子会を開いている
- * 寿司クッキングクラスといった教養型イベントへ積極的に参加

Y世代のサウジの女性は、男性と肩を並べて働くことが夢ではなくなった最初の世代となり、フロンティアの開拓者さながらに、地図のない土地に足を踏み入れている。

先人の足跡がない故のなんらかのジレンマに直面しても、ソーシャルメディアを通して世界中の人々が結びつくようになったおかげで、彼女たちは世界中の何百万人もの人たちの経験を道しるべに前に進むことが出来るようになっている。



ご意見・ご質問はこちらまでどうぞお気軽に。

✉ chef.takisato@gmail.com

 facebook.com/takisato.chef