

中国的日本餐厅 4 万家，快过剩了？

2018/10/19

http://cn.nikkei.com/industry/tradingretail/32116-2018-10-19-05-00-00.html/?n_cid=NKCHA014

中日深度观察

亚洲的日本餐厅正在增加。2017 年店铺数达到约 7 万家，比 2 年前增加 5 成。其背景是曾到日本观光旅行的亚洲各国和地区的人们开始追求正宗的“和食味道”。伴随经济增长，收入增加的中产阶层开始频繁去餐厅享受外国菜肴，这一点也产生了很大影响。在部分地区，日本餐厅的竞争越来越激烈，各家店铺可能因提供服务的不同而导致优胜劣汰。



韩国首尔的日料店“鸟顺”

日本农林水产省和外务省截至 2017 年的调查显示，亚洲的日本餐厅数量比 2015 年增加 2.4 万家，增至 2013 年的 2.5 倍，占到全球整体的约 6 成。而北美的日本餐厅仅增加 1%、欧洲增长约 2 成，亚洲的增长更加明显。

韩国首尔江南地区 6 月开业的烤鸡肉串店“鸟顺”连日来顾客盈门。该店的社长表示，“喜欢日本美食的朋友圈子扩大，不少顾客是成员和熟人”。

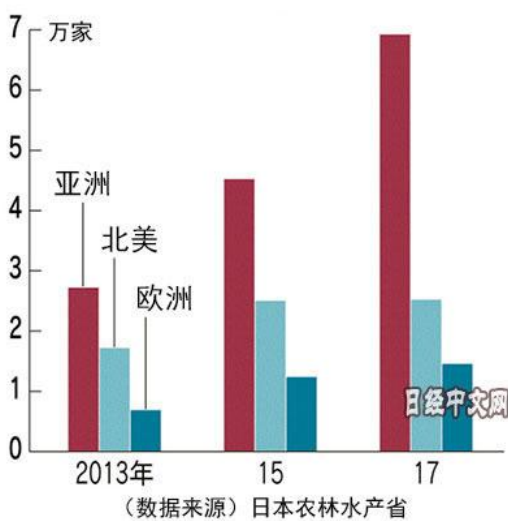
在韩国，咖喱和炸猪排被视为代表性日本美食，很受欢迎。经营日式咖喱连锁店“CoCo 壹番屋”的壹番屋公司表示，在 2017 年 5 月至 2018 年 7 月之间，把韩国的店铺数量增加了 23%，增至 32 家。此外，日式涮锅也作为健康的日本美食也在逐渐被认知。



日本东京附近的“CoCo 壱番屋”咖喱店

中国的日本餐厅从 2015 年的约 2.3 万家增至 2017 年的 4 万多家，2 年时间里增加超过 7 成。此前中国的日本餐厅提供从寿司到拉面等多种食品，但最近荞麦面和鳗鱼料理等专门的日本餐厅也在增加。吉野家控股旗下的“花丸乌冬面”和拉面店“一风堂”等日本企业也在增加店铺。

亚洲的日本餐厅数量明显增长



日本餐厅增加的背景是，随着访日游客增加日本美食的知名度正在提高。日本观光厅的数据显示，访日外国游客人数 2017 年超过 2800 万人，5 年时间里增至 3.4 倍。进入 2018 年后，截至 7 月访日游客已累计超过 1800 万人，其中亚洲游客占到 8 成。

消费者口味发生变化

此外，亚洲消费者的口味偏好也出现变化。此前，出现了向味增汤中直接加入面条做成的“味增拉面”以及使用加入醋的米饭制作的“炸猪排盖饭”等令日本人感到奇怪的料理。但日

本农林水产省食品产业局表示，最近“以到过日本的中产阶级为中心，开始追求略微高档的餐厅”。

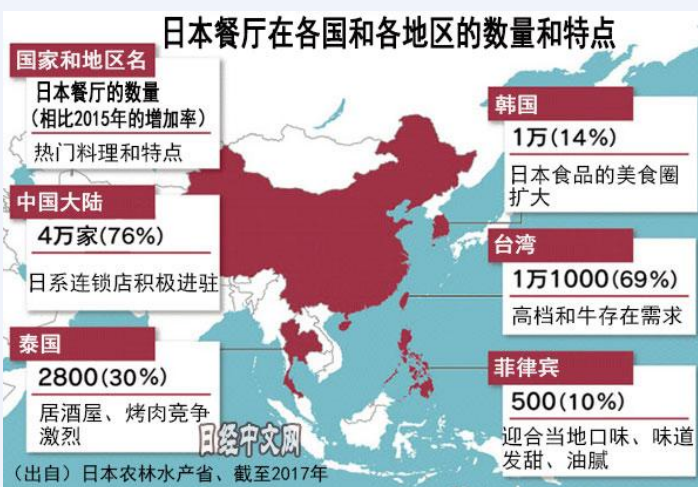


成都的日料店

2013年，联合国教科文组织（UNESCO）把“和食”列入非物质文化遗产。日本农林水产省2016年以海外厨师为对象制定了认定日料烹调技能的指导方针，截至2018年3月底，共有470人获得了民间团体的认证。

在整个亚洲，日本餐厅的数量都在增加，但也有些城市的店铺数转为减少。日本贸易振兴机构（JETRO）曼谷事务所的调查显示，泰国首都曼谷的日本餐厅数量2017年度降至1739家，比2016年度减少0.8%。自2009年启动调查以来，首次同比降低。

在新加坡和香港等已有很多日本餐厅进驻的地区，有部分区域的日本餐厅呈现过剩态势。有观点指出，日本餐厅与韩国餐馆的顾客竞争越来越激烈。日本贸易振兴机构的农林水产与食品部表示，“再加上人工费和房租上涨，店铺的新陈代谢很快”。在日本餐厅店铺中，被认为门槛较低的铁板烧和御好烧店等似乎陷入苦战。



推动日本食品相关企业进入海外市场的“亚洲食品产业协会”的理事渡边干夫表示，“店铺数量增长可能放缓，低价位店铺也有可能出现优胜劣汰”。

日本美食在欧美也持续受到欢迎。在法国，由法国主厨采购日本食材、用于自身菜肴的做法越来越普遍。从事日本食材进口、销售业务的“UMAMI”的创始人让·贝甘（音译）表示，“特点是不突出食材，而是作为一部分加以使用”。这种多样化的和食享用方式是否会在亚洲扩大也将受到关注。