

2023年2月  
スパイスコード株式会社

中堅・中小企業輸出ビジネスモデル調査・実証事業  
事業成果報告書

# 本事業のアジェンダ

---

## 1. 会社概要

### 1. 本事業の背景と目的

### 3. 本事業の検討内容

- a. 世界市場の洞察
- b. 米国市場の洞察
- c. 競争環境の理解

### 3. 本事業の検討結果

## Appendix

# 会社概要

会社名	スパイスコード株式会社
代表取締役	中河 宏文
所在地	東京都中央区銀座6丁目13番16号銀座Wallビル UCF5階
従業員	11名(業務委託: 10名)
資本金	2億7,600万円
事業内容	飲食店向けのプラットフォーム事業
株主	Coral Capital (500 Startups)、STRIVE (GREE Ventures)、食の未来ファンド (Kemuri Ventures)、他

2019年08月15日	東京都中央区銀座に当社設立
2019年10月15日	0.2億円の資金調達
2020年02月30日	0.6億円の資金調達
2020年03月15日	食品製造の受発注サービスリリース
2021年02月08日	2.0億円の資金調達
2021年08月20日	農林水産省の実証実験に採択(補助金:0.3億円)
2021年09月01日	DXプラットフォームサービスリリース
2021年11月01日	東京都の実証実験に採択(補助金:0.1億円)
2022年08月01日	経済産業省の実証実験に採択(補助金:0.2億円)

## 本事業の背景と目的

市場環境の洞察や競争環境の理解を通じて、日本企業が海外展開する上での課題を発見し、その課題を解決する仕組みの構築を目指す

### 取組の背景と目的

- 食品市場は国内市場が少子高齢化で大きく縮小する一方、海外市場は人口増加と所得向上に伴い急速な拡大を遂げている
  - 世界の食品市場は、2020年に約680兆円を超えており、CAGRで約7%の成長を遂げている
- しかしながら、日本食のポテンシャルが発揮されておらず、日本企業による海外展開はかなり限定的である
  - 都市別のミシュランの星獲得数の合計ランキングでBEST5に3都市（東京、京都、大阪）がノミネート
- 日本企業が自律的に海外展開できる仕組みの構築を目指し、本事業にて新たなビジネスモデルを構築すべく実証的な取組を実施する

### 取組の全体像

← ~22年8月 → ← ~22年11月 → ← ~23年2月 →

#### 世界市場の洞察

- 世界市場における概況や日本食との親和性につき、定量的な基礎データを収集する
- 世界市場に進出している既存のプレイヤーや有識者から定性的な情報（生の声）を収集する

#### 米国市場の洞察

- 米国市場における概況や日本食との親和性につき、定量的な基礎データを収集する
- 米国市場に進出している既存のプレイヤーや有識者から定性的な情報（生の声）を収集する

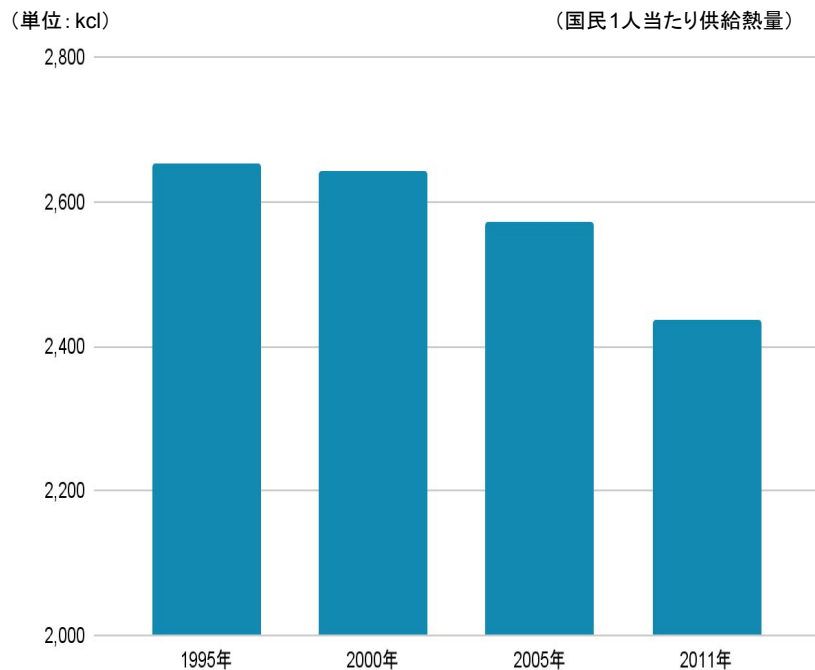
#### 競争環境の理解

- 米国市場における各種制度・ルール、事業・収益構造、技術動向につき、外部公開情報調査（市場レポートや記事検索）や外部インタビュー（競合、業界有識者や主要顧客）から情報を収集する

## 食品市場は国内が縮小する一方、海外が拡大

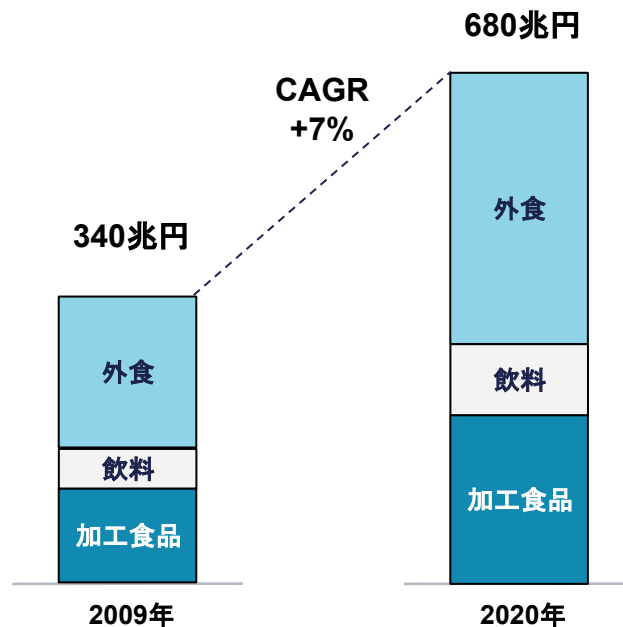
国内は、少子高齢化に伴い、食品市場が縮小。他方、世界は、人口増加と所得向上に伴い、食品市場が拡大しており、市場規模として約680兆円

### 日本における供給熱量の推移



出典: 農林水産省「食料需給表」

### 世界の市場規模と成長性



# 海外で日本食のポテンシャルが発揮されておらず

四季折々の旬の食材と日本人の勤勉さより生み出された本場の日本食の認知度とプレゼンスはポテンシャルからすると依然として低いまま

## 日本食の秘めるポテンシャル

### ミシュランの星獲得数の合計ランキングBEST5

ランク	都市名	店舗数
1	東京(日本)	226
2	パリ(フランス)	119
3	京都(日本)	108
4	大阪(日本)	98
5	ニューヨーク(アメリカ)	76



## 日本食の海外における浸透状況

### 東証一部上場企業の海外進出状況

	企業数	海外進出	海外売上 1割以上	海外売上 2割以上
食品製造	70	55	23	12
食品小売	45	17	5	3
外食	45	24	4	1

## 目的

日本の「食・食文化」を海外展開もしくは輸出する支援

# 本事業の検討内容

本事業において、外部の公開情報調査や専門家インタビューを通じて、以下の論点に対し、検討を実施

検討ステップ	検討項目	検討論点
STEP1: 世界市場の洞察	食文化・食習慣の特徴	・各地域の食文化・食習慣はどのような特徴を有するのか？また、どのように分類できるのか？
	市場規模と成長性の概観	・各地域における日本食レストランの市場規模は？また、その市場の成長はどうか？
	戦略地域の選定	・市場の魅力度と日本食の親和性の観点から潜在的な需要が高いのはどこなのか？
STEP2: 米国市場の洞察	食文化・食習慣の特徴	・各地域の食文化・食習慣はどのような特徴を有するのか？また、どのように分類できるのか？
	市場規模と成長性の概観	・各地域における日本食レストランの市場規模は？また、その市場の成長はどうか？
	戦略地域の選定	・市場の魅力度と日本食の親和性の観点から潜在的な需要が高いのはどこなのか？
STEP3: 競争環境の理解	各種制度・ルールの特徴	・ライセンス・許認可、商流・物流・商習慣はどのような制度・ルールなのか？
	事業・収益構造の概観	・飲食業・フランチャイズはどのような事業・収益構造なのか？
	技術動向の把握	・Restaurant Techの領域にどのような課題を解決するサービスがあるのか？

## 本事業の検討結果

日本の食が世界で注目を集める昨今、多くの外食企業が日本の味の再現を試みるも、食品輸入規制等で苦戦。現地の食材を活用したレシピを作成する業態管理システムの提供を検討

### 現状

#### 自社

- デリバリー市場の需要が調整期に突入

#### 市場

- 少子高齢化による国内市場の縮小

#### 競合

- 参入障壁の低さによる価格競争の激化

### 課題

#### 問題

- 日本の味を再現

#### 課題

- 輸入規制の障害

#### 戦略案

- 現地レシピの作成



## ビジネスモデルの展開予定(短期的)

ビジネスモデルの短期的な成長に向けての可能性は、フランチャイズ本部によるコミュニケーションの円滑化及び業務削減を軸にプロダクト・ラインナップの拡充を検討

	業態管理	調達・購買管理	受注・発注管理	物流・在庫管理	店舗売上管理	店舗運営管理
機能 価値	業態管理システム (メニュー、原材料管理)		受注・発注 システム	物流・在庫管理 システム	POS連携機能	
	原材料マスタデータベース		自動発注		売上 ダッシュボード	
提供 サービス	業態開発支援	原材料調達支援	物流コスト分析		売上分析	サポート対応
	メニュー開発				商圈分析	

## ビジネスモデルの展開予定(中長期的)

ビジネスモデルの中長期的な成長に向けての可能性は、①プロダクト・ラインナップの拡充、②マーケットセグメントの拡大、③サプライチェーンの強化の方向性が検討

### ビジネスモデルの成長可能性

