



## ウズベキスタン

### BOP/ボリュームゾーンビジネス実態調査レポート

- 調査日：2016年8月
- 調査場所：タシケント
- 為替レート：1USD=2,969 ウズベキスタンスム(UZS) (2016年8月3日)

## 1 概要

これまでウズベキスタンでは外食産業はあまり普及していなかった。主な理由の一つとして、ウズベキスタン人には、家族と昼食や夕食を共にする慣習があるが、これまでの外食企業では、調理、衛生環境、価格等の点で、市民の要求を満たしていなかった。また、レストランやカフェ等で外食をする金銭的余裕のない市民が多いことも理由として挙げられる。

しかし近年では、伝統的なウズベキスタン料理や欧州料理の提供が、外食利用者数を徐々に増やし、今日の外食産業の市場規模は非常に大きくなってきている。

2015年に新たに設立された中小企業26,900社の内、30.4%が外食産業の企業である。

ウズベキスタンでは、様々なイベントで食事を提供する慣習があることも、外食産業成長の重要要素のひとつである。250名以上の客を招待する盛大な結婚披露宴から、結婚・葬式後の20日記念、一周年記念/一周忌(両記念ともモスクの司祭の祈祷により行われる)等、プロフ(ウズベキスタンの代表料理)が振舞われるウズベキスタン独特な行事がある。ライブバンド演奏付きの結婚記念パーティーや、出産パーティー等でもプロフが振舞われ、更に高額のコストをかける行事もある。



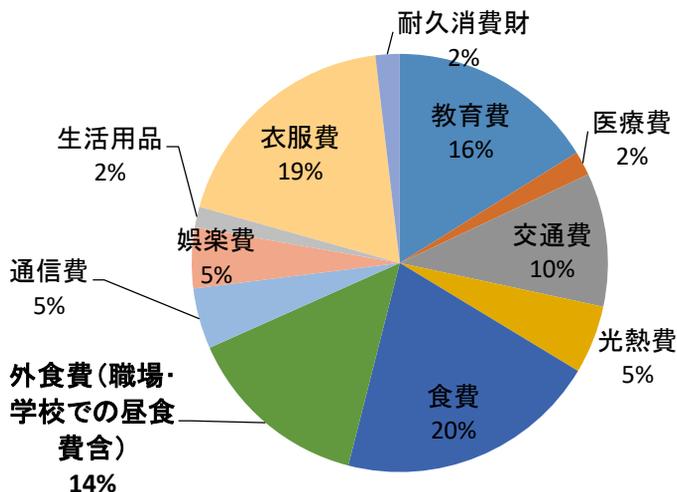
結婚披露宴



大量に調理されたプロフ

## 外食産業に対する出費割合

(例) タシケント市内 5人家族の出費割合(月収:6,340,000スム)



(インタビュー調べ)

## 消費者動向

消費者動向は、世帯の総収入による。  
下記に例を示す。

- **収入 約600万スムの世帯**

月に約2回、最大で3回、カフェや小規模レストラン等を利用する。  
経済的な伝統料理を出すカフェやレストラン、その他のレストラン、ファーストフード店を利用。

- **収入 約800万スムの世帯**

月に4回、行事ごと(誕生日会、休日等)に郷土料理や欧州料理のカフェ、中級レストラン等を利用する。  
近年は、高級外食サービスの常連客グループとなりつつある。

多くの大型商業施設には、様々なカフェ、食堂、ファーストフード店等が入ったフードコート専用のフロアがある。

## 2 規則/規制

- ウズベキスタン共和国内閣政令第75号「ウズベキスタン共和国国内での小売販売規則、製品(サービス)の製造販売規則およびケーターリングの承認」(2003年2月13日付)
- ウズベキスタン共和国法律第483-I号「食品の品質および安全性に関する」(1997年8月30日付)

### 政府機関による特定の条文および要求に関するその他の法令

#### 衛生に関する規範および規則

- ウズベキスタン共和国保健省「パブリックケーターリングに関する衛生規則」
- ウズベキスタン共和国保健省「就学前機関の整備および維持に関する衛生規則」
- ウズベキスタン共和国保健省「学校、高等専修学校および専門教育機関における給食組織に対する衛生要件および疫学的要件」
- ウズベキスタン共和国保健省「食品安全性に関する衛生要件」

### 特定の条文に対し適用されるその他の法律、規範、要件

#### 規制機関

登録機関を務める市役所(Hokimiyat)。登録法人のみ外食産業で事業を行うことができる。

#### 法律

- ウズベキスタン共和国法律第310-II号「有限責任会社および追加責任会社(additional liability company)に関する」(2001年12月6日付)
- ウズベキスタン共和国法律第558-II号「民間企業に関する」(2003年12月11日付)

#### 外食企業の設立要件

国内登記企業

非住宅地域が使用できる(賃貸または所有)

必要許可

- 衛生検査
- 消防署
- 公共サービス(電気、ガス、水道、ゴミ収集の契約)、個別売台の設置
- POS端末、キャッシュレジスター、食品宅配サービス用携帯POS端末

#### 酒類販売

市役所の合同委員会により発行される酒類販売特別免許を必要とする。免許の有効期間は2年で更新が必要である。免許の取得は有料。

- ウズベキスタン共和国内閣政令第89号「酒類小売のさらなる改善に関する」(2012年3月28日付)

### 3 外食産業のトレンド

#### 人気の店舗／食品の種類

カジュアルから最高級クラスまでのレストラン、カフェ、伝統カフェ (choykhona's)、ファーストフード店がある。価格が中級層顧客のレベルの目安である一人当たり40,000～55,000スムを超えない限り、様々な国際料理に対する需要がある。

タシケントでは、イタリア、日本、中国、韓国、ドイツ、フュージョン等の料理が人気となっている。



市内にある様々なタイプのカフェ・レストラン

小規模コーヒーショップと焼菓子店が一体となったカフェの発展が、新たなトレンドを生んでいる。一人当たりの平均支払料金は、20,000～23,000スム程度。



最近流行っているスタイルのカフェ

魚やチキン、バーベキュー等をメインに扱う小規模なレストランやカフェも新たなトレンドとして出店されており、市場は、好意的に反応している。一人当たりの平均支払料金は、20,000～35,000スムとなっている。これらの中には、市内複数の場所に展開するチェーンレストランへと成長した企業もある。



小規模レストラン

高所得者層に人気のある高級レストラン(イタリアン、地中海、日本、アジア、ヨーロッパ、レバノン、フレンチ等)もある。平均支払料金が25万スム以上。



タシケントの日本食レストラン

## 外資企業/外国人による外食産業

現在ウズベキスタンには、マクドナルドやKFCなどの外資系フランチャイズ店はない。一方、これら外資企業をモデルとしたようなファーストフードの店舗/サービスは広く見られる。

タシケント市では外国人が中国、トルコ、シリア、韓国、インド料理のカフェやレストランを経営しているケースもある。多くの場合、ウズベキスタンの民間企業または有限責任会社として登記されている。

## インタビュー

**Umarov Akbar氏** - 「ウズベキスタン調理師協会 (Association of cooks of Uzbekisutan) 」会長  
「ウズベク調理技術国際センター (Int'l Center of Uzbek culinary art) 」会長

### (1) ウズベキスタン調理師協会の概要

当協会(メンバー企業数:535社)は、ウズベキスタンの複数のレストラン、カフェ、バー、その他の外食事業者に対し、コンサルティングサービス、調理サービス、調理訓練、人材を提供している。また、協会独自のレストランや、学習・研究センターを有している。

政府からも注目され、郷土料理のレベル向上、HoReCa(ホテル、レストラン、カフェ/ケータリング)産業の発展に対する貢献が評価され、2012年10月10日に「公共外食組織のさらなる改良と従業員の専門レベルの向上に関する」特別政令第289号が出された。また当協会は、HoReCa(ホテル、レストラン、カフェ/ケータリング)の専門誌を発行している。

ウズベキスタンの外食産業は、高品質の食品を提供する様々な企業が存在する。

午前11時から一日中顧客が出入りする、プロフなどの名物料理を提供する小規模のカフェ等、最少限の設備で運営するカフェもあれば、3時間に最大400名の顧客にサービスを提供できる大型カフェも存在する。ウズベキスタン料理はプロフだけではない。「ラグマン」(肉入りの手製太麺スープ)や「ナリン」(馬肉入り短麺)、「サムサ」(肉等の食材の入った薄生地の手製パイ)等の料理も代表的ウズベキスタン料理に挙げられる。ラグマン専門のカフェもある。

数年前までは、1日中サービス(朝食、昼食、夕食)を提供できるレストランは多くなかったが、現在では、サービス時間は、顧客がレストランを選択する上での重要要素の一つとなっている。

### (2) 食材の調達方法

外食企業(低・中級以上)は、最寄りの現地市場から製品を調達している。多くの人気レストランは、食材の質の高さと品数の豊富さを理由にAlayskiy bazar(市場)で生鮮食品(馬肉ソーセージ、スモークチキン、多種類のロールソーセージ、乾肉、燻製肉、伝統加工肉、多種類のチーズ、クリーム、燻製魚)を調達している。その他、Urikzar bazar(市場)やKatartal bazar(市場)も調達場所としてよく利用されている。

より規模の大きなレストランやチェーン店は、契約に基づき配送サービスを利用している。よって、レストランなどが、特定商品の調達に複数のサプライヤーと契約(B2B契約)を締結することがある。

### (3) 食品業界人材の開発

キッチンスタッフ、ウェ이터、調理師等、全ての従業員について、知識不足や調理技術の不足が課題となっている。無登録・無資格の従業員の雇用が、問題となることもある。これらは、食品品質の低下を招き、顧客を減少させ、店の評判を失墜させることにつながる。

当協会では、食品業界の人材育成・改善のための完全な研修プログラムを提供している。国内外の有力シェフおよび専門家が、研修プログラムを実施し、研修参加者は研修終了後の試験を受け、証書を受領できる。

### (4) 広告

昨今、レストランの宣伝には、SMSやFacebook、ウズベキスタンで人気のサイト、ローカルサイト広告がよく利用されている。顧客は、レストランのFacebookにアクセスし、参加できるイベントやその他の活動などの最新情報を入手し、特典や割引を利用することができる。

## 2 Anastas Hachatryan氏 - Caravan グループのマーケティングマネージャー

ウズベキスタン最大のレストラングループである「Caravanグループ」は、人気のイタリアンだけでなく、日本料理、レバノン料理、その他アジア料理等、10件の様々な種類のレストランを運営している。

またタシケント市近郊の山岳地帯に大型娯楽リゾート施設を建設する大規模計画を立てている。

**レストラン数:** 10件

### メニューの種類と特徴

- ウズベキスタン、ジョージア、イタリア、ロシア、日本、韓国、イギリス等の料理
- 幅広いバーメニュー(イタリア、中国、フランス、ジョージア、ウズベキスタンのワイン等)
- 平日の日替わりセットメニュー
- スペシャルオファーおよびプロモーション
- 伝統的なレシピを用いた郷土食の提供
- プロフェッショナルなシェフ

### デリバリーサービス

- 全てのレストランにおいて、デリバリーサービスを行っている。特別割引あり。

### 食品・材料等の調達

- 信頼のおけるサプライヤーのみから調達
- 農家から供給される作物
- 「MD」(Moscovskiy delicatessy)などの大規模製造業者から供給される食肉製品。
- 「Affresco」(イタリアン)および「IZUMI」(日本料理)レストランの最高級料理には、欧州およびロシアから製品を輸入し、国内で検査している。

### 人材戦略

#### 人材育成を目的とした取り組みの実施

- 最良従業員への報酬を含む奨励プログラム
- チーム育成プログラム
- 従業員のスポーツ活動(サッカー、バスケットボール、ボーリング)支援
- 従業員および事務員に対する研修
- 若手(新人ウェ이터)の研修
- 研修システムの継続的な更新
- 専門家を招いての研修

## 顧客誘引要素

- タシケント初のファッショナブルな大型レストランとしてのステータスおよびネットワーク
  - 高レベルのサービス
  - シェフの高い技術
  - 種類豊富なメニュー
  - 団らんやコミュニケーションに最適な環境
  - 食品と食材の質の高さ
  - ケータリング業界における実績と地位
- 他



Caravanレストランのウズベキスタン料理

## 常連客へのアプローチ

- 割引の提供
- サービスおよび料理の質の維持
- 様々なイベントの開催
- ソーシャルネットワークによる顧客とのコミュニケーション
- 顧客ニーズへの対応
- 顧客からの意見に対する一層の注意

## コーディネーターの分析

### 課題

- 1) 外食企業は、原価を抑えるため、肉やオイル、マーガリン等の食材に関し、安価なものを求め、低品質の製品を提供したり、衛生規範や規則に違反するケースもあり、貯蔵方法や衛生管理が問題となっている。
- 2) 人材育成は業界全体の課題である。国内の専門学校における教育レベルの大幅な改善から、店舗でのマネージャー、チーフ、販売従業員、専門家の雇用、その他が含まれる。各レストランのオーナーは、質の高い従業員を他のレストランに奪われるヘッドハンティングの問題にも頭を悩ませている。
- 3) 物流問題により食材不足も問題となっている。  
希少食材は、空輸による長距離輸送や関税を理由に当然高額となる。例えば、日本料理の食材は、氷漬け等、特別な方法を用いてロシア、欧州、韓国、日本から空輸されている。

今日の外食産業は、課題も多く、発展の過程にある。複数の企業が、サービスや商品の改善に取り組み、顧客を奪い合っているため、顧客は、適正な価格で質の高いサービスを求めるようになってきている。市場のトレンドを形成するメインプレイヤーはまだ少なく、皆状況を静観しているが、投資家たちはチェーン企業(ネットワーク企業)に注目している。

## チェーン企業例

### ■ 「EVOS」ファストフードチェーン店

サンドウィッチ、ケバブ、ケーキなどを提供している。

7店舗を有しており、その内1店舗はアンディジャン市に所在している。

リーズナブルな価格のため、全ての所得層に人気があり、ドライブスルーや、24時間のデリバリーサービスがある。

<http://evos.uz/>



### ■ 「BEK」は、3件のレストランを有している。

リーズナブルな価格で質の高い料理を提供しており、中級層の顧客に人気がある。

<http://www.bek.uz/>

様々な外食サービスおよびデリバリーサービスを提供しているチェーンレストランは人気を得ており、平均以上の収入がある多くの顧客から支持されている。今日の外食産業は、中級層の顧客数を増やそうとしており、中級レストランの創出に焦点を当てている。小規模のカフェやレストランが成長傾向にある。ピザや寿司等の海外の料理も人気がある。特に日本料理は、市場に参入できる可能性が高い。

人気の中級・高級レストランは、タシケントの中央地区に集中している。ミルザ・ウルグベク(Mirzo-Ulugbek)、ユヌサバード(Yunusabad)、ミーラーバード(Mirabad)、ヤッカサライ(Yakkasaray)、Shakhantakhur地区の一部地域に出店が多い。



Approximate location of the value added premium class restaurants, cafes and other food services



# JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるかぎり正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

Copyright © 2017 JETRO. All rights reserved.