

診断対象ブランド

[例] 日本式おにぎり専門店
FC

対象国 / 地域

インドネシア（ジ
ヤカルタ首都圏）

評価担当パネル

現地事業者・店舗オ
ーナー3名＋消費者2
名

発行日 / ID

2026-11-02
#OT-F-0001総合
適性判定

B

要ローカライズ／組みたい
事業者あり

やりたい度（現地事業者）

3.6 / 5.0

成り立つ度（現地市場）

3.4 / 5.0

5領域の評価スコア

評価項目	スコア	評価の要約ポイント
1. ブランド・業態の魅力	★★★★☆ 4.0	「日本の米・日本の味」は強い。若年層と日系オフィス街で支持が見込める。
2. 初期投資・ロイヤリティの現実感	★★★★☆ 2.5	日本基準の初期費用は現地事業者の想定 of 2～3倍。分割・小型店の案が必要。
3. 現地オペレーション	★★★★☆ 3.5	米と海苔の調達が可能。人材はALEAD SCHOOL等で育成前提なら解決。
4. 競合・類似業態	★★★★☆ 3.5	日系コンビニのおにぎりが競合。「専門店の出来たて」で差別化できる。
5. 許認可・ハラル等の参入ハードル	★★★★☆ 3.0	ハラル認証の取得が必須。具材の見直しが必要。

診断エグゼクティブサマリー

業態そのものの魅力は高く、「やってみたい」という事業者が3名中2名いました。一方で日本基準の加盟条件のままでは資金面で成立しません。

小型店（キオスク型）から始められる加盟プランと、ハラル対応の具材構成が整えば、1号店のパートナー候補は現実的に見つかるかと判断します。

詳細フィードバック（良い点・ダメな点・改善案）

○ 良い点（評価された強み）

- 「日本の味」への信頼と話題性が高い
- オフィス街・モール内の小型店で需要が見込める
- 調理が簡単で人材育成の期間が短い

× ダメな点・ハードル

- 初期費用・ロイヤリティが現地の相場感と合わない
- ハラル認証なしでは出店できない
- 具材（明太子・ツナマヨ等）の一部が現地に合わない

改善すべきポイント

- キオスク型の小型店プラン（初期費用1/3）を新設
- ハラル認証を本部側で主導し、具材を現地共同開発
- 1号店はパートナーと共同出資にして負担を分ける

JPORTAL Verified 現地メンバーの生の声

ジャカルタ在住／カフェ2店舗経営（事業歴10年）

「コンセプトは好き。モールのフードコートなら成り立つ。でもこの初期費用では無理。小さい店から始められて、本部がハラルを取ってくれるなら本気で考えたい。」

ジャカルタ在住／消費者（30代男性・会社員）

「コンビニのおにぎりはよく買う。出来たてで温かいなら少し高くても買う。ハラルマークは必ず確認する。」

次のステップ（Next Action）

評価した現地メンバーと直接話す WEB会議「アジアの本音。」へ

「現地向けの加盟条件（初期費用・ロイヤリティ）をどう組み替えるか」「1号店の立地とパートナー候補」を、評価した事業者本人と話し合えます。

本レポート受領企業様限定：初回「アジアの本音。」参加費 無料

招待コード：OT-F-0001-FREE | お申込み：www.jlive.info/hoa-apply