

2019年3月15日

Asia
Talk

“実は！”

アジア社会を支えるフライド・チキン

※当資料は「UOB-SM アセットマネジメント」のレポートを基に作成しています。

アジアの多様な宗教

- アジアは人種の坩堝（るつぼ）であると同時に、様々な宗教も混在しています。タイ、ミャンマー、スリランカでは主に仏教が支持されていますが、マレーシア、インドネシア、パキスタン、バングラデシュでは圧倒的にイスラム教が支持されています。インドではヒンズー教の信仰が群を抜いていますが、イスラム教徒の比率も高く、一方フィリピンでは国民の大半がキリスト教徒です。
- 宗教によっては食事制限が課せられます。宗派等によっても食事制限が異なりますが、一般的にヒンズー教では牛肉、イスラム教では豚肉が禁じられています。また仏教の中でも特定の宗派では聖牛と崇められて牛肉を食すことをタブー視しています。アジア域内では、ビジネスでも観光においても様々な人種が集まりますが、どの食習慣にも受け入れられる食材は限られます。たとえば国際都市シンガポールも様々な宗教の坩堝ですが、ランチ・ミーティングの席でよく提供される食事が「鶏肉」料理です。

フィリピン発のフライド・チキン「ジョリビー」

- 価格も手ごろな鶏肉はファーストフード市場においても人気です。アジアでは、日本でも御馴染みの「ケンタッキーフライドチキン（KFC）」に加え、フィリピン発のブランド「ジョリビー」が高い存在感を見せています。ファースト・フードの両雄、マクドナルドおよびKFCと比較しますと、規模は大きく及びませんが、本国フィリピンで「ジョリビー」は他の追随を許しません。

「ジョリビー」の進出国・地域の出店舗数一覧

| 出店数 | ジョリビー | KFC | マクドナルド |
|---------|-------|--------|--------|
| 東南・東アジア | | | |
| フィリピン | 1,110 | 324 | 566 |
| バトナム | 107 | 131 | 17 |
| ブルネイ | 16 | 16 | 2 |
| シンガポール | 6 | 87 | 135 |
| 香港・マカオ | 9 | 76 | 272 |
| 中東 | | | |
| UAE | 14 | 145 | 164 |
| サウジアラビア | 13 | 230 | 269 |
| 中東・その他 | 15 | 165 | 160 |
| 北米・欧州 | | | |
| 米国・カナダ | 41 | 4,718 | 15,485 |
| イギリス | 1 | 879 | 1,285 |
| イタリア | 1 | 23 | 566 |
| 総店舗数 | 1,332 | 22,104 | 37,241 |

(注1) 上記は「ジョリビー」の進出国の店舗数のみを掲載。

(注2) 出店数は、KFCが2018年9月現在、「ジョリビー」が2018年9月現在（イギリスは2018年10月に開店（総店舗数に含みます）。マクドナルドは2017年12月現在。

(出所) 各社ホームページ

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。

上記は当資料作成基準日現在のものであり、将来の成果および市場環境の変動等を示唆あるいは保証するものではありません。将来予告なく変更される場合があります。



海外で働くフィリピン人の大きな経済貢献

- 前頁の表を見ますと、フィリピン以外の市場で、KFCやマクドナルドのようなグローバル企業と比較すると、「ジョリビー」の店舗展開は大きく見劣りしますが、アジア発祥の会社の中東にまで店舗展開しているのが目を引きます。これからもフィリピン経済の一端を担う海外労働者の進出先が多岐に亘っていることが伺えます。フィリピン国内では十分な雇用の受け皿が整備されておらず、政府の奨励も受けて国民の約1割が海外で働き、残された家族に仕送りしています。送金額もGDPの1割に上り、フィリピン経済を支えています。特に中東地域で就労が増加し、2017年時点で全体の58%に達しました。また、2000年代以降の送金額増加の3割は中東からの送金増が占めると言われています。
- 海外のフィリピン人労働者を追って、進出を進めているのが「ジョリビー」です。故郷の味を求めて週末には長い行列ができ、広告宣伝もほとんど必要ないそうです。シンガポールの目抜き通りのジョリビー店が入居している商業施設の1階では、家族への送金を取り扱う送金サービス窓口がずらりと並び、フィリピン人たちは週末に送金を済ませると「ジョリビー」で同郷の仲間たちと昼食を取る光景が見られます。

フィリピン人の故郷の味「ジョリビー」



フィリピン国内・第1000号店

※写真はジョリビー社提供。

- 「ジョリビー」の特徴として、フライドチキンと一緒にご飯が付いてきます（パンまたはパスタを選ぶことも可）。やや甘口のタレも添えられ、甘めの味付けを好むフィリピン人に支持されています。フライドチキンの衣はKFCと比べ、サクサクしている印象です。
- 足元では欧州や北米市場の強化に取り組んでおり、日本への進出は未定です。外国人労働力の受け入れが進みますと、「ジョリビー」の出店も見られるかもしれません。
- ちなみに、「ジョリビー」の「ビー（bee）」は蜂を指し、楽しげ（「ジョリ」）な赤い蜂がマスコット・キャラクターとなっています。海外で働くフィリピン人の多くは、家事労働やドライバーなど、比較的低賃金の職務に従事していますが、故郷の家族から遠く離れた海外で懸命に、かつ、元気に働くフィリピン人たちを働き蜂になぞらえられる創業者の温かい思いも込められているようです。

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。

上記は当資料作成基準日現在のものであり、将来の成果および市場環境の変動等を示唆あるいは保証するものではありません。将来予告なく変更される場合があります。



【重要な注意事項】

- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績および将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。