

ความน่าสนใจของธุรกิจอาหารญี่ปุ่น ในประเทศไทย

อ.อัครวิทย์ ชำนาญ
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ประเทศไทยถือว่ามีธุรกิจร้านอาหารหลากหลายประเภทมากตั้งแต่ไทย จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส ตอปไลฟ์สไตล์ตั้งแต่ร้านริมทาง (Street food) ไปจนถึงร้านหรู (Fine dining) แม้ร้านอาหารจะมีจากหลากหลายชาติให้บริการแต่ “ร้านอาหารญี่ปุ่น” นับเป็นตลาดที่ยังแรงไยอย่างต่อเนื่อง โดยแต่ปีตลาดรวมมีมูลค่ามหาศาล ขณะที่ปี 2568 ตลาดรวมอยู่ที่ 390,000-397,000 ล้านบาท เติบโต 10-15% เมื่อแบ่งย่อยพบว่า เป็นร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก 271,000-275,000 ล้านบาท และร้านอาหารเครือข่ายหรือเชนร้านอาหาร 119,000-122,000 ล้านบาท

ทิศทางร้านอาหารญี่ปุ่นในเมืองไทยยังเติบโตสดใสอีกมาก

ปัจจุบันมีร้านอาหารญี่ปุ่นให้บริการในเมืองไทยมากกว่า 2,000 แห่ง (เฉพาะร้านที่ลงทะเบียนบริษัท) นับว่ามากเป็นอันดับ 5 ของโลกรองจากสหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้ และไต้หวัน และยังมีแนวโน้มที่จะโตอย่างต่อเนื่องได้ถึงปีละ 10-15% ปัจจัยที่สนับสนุนให้ตลาดดูมีอนาคตเพราะพื้นฐานของผู้บริโภคที่มั่นใจในความ

เป็น Health Food ยิ่งกระแสเรื่องนี้แรงเท่าไร อาหารญี่ปุ่นก็ยิ่งขายดีมากเท่านั้นและยิ่งมีการแข่งขันกันมากก็ทำให้ราคาถูกลงจนสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ดีกว่าในอดีตยิ่งกว่านั้นรัฐบาลญี่ปุ่นเองยังสนับสนุนเรื่องนี้เต็มที่ด้วยการช่วยเหลือในด้านการลดภาษีวัตถุดิบต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นและแฟรนไชส์ต่าง ๆ มีกำไรได้มากขึ้น

ซึ่งนับว่าธุรกิจอาหารญี่ปุ่นได้รับความนิยมมากที่สุด ในจำนวนอาหารต่างประเทศ สามารถส่งออกได้จาก ศูนย์การค้า และร้านอาหารต่าง ๆ ก็จะมีอาหารญี่ปุ่น แทรกอยู่ในเมนูด้วย แทบทุกที่จากข้อมูลร้านอาหารญี่ปุ่นในปัจจุบันร้านอาหารญี่ปุ่นที่อยู่ในห้างมีไม่ต่ำกว่า 5 ร้านต่อที่ โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และชลบุรี ซึ่งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าคนไทยที่ชื่นชอบรสชาติของอาหารญี่ปุ่นรวมไปถึงชาวญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทยกว่า 60,000 คน (ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกร ธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นปี 2567: มูลค่า 6,000 ล้านบาท ขยายตัว 10-15% (มองเศรษฐกิจ ฉบับปีที่ 1978)

และจากคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งร้านอาหารญี่ปุ่นในไทยมีแนวโน้มที่จะมีร้านอาหารเฉพาะทางเพิ่มมากขึ้น อาทิ ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านเทมปุระ ร้านเนื้อย่าง ฯลฯ โดยร้านอาหารญี่ปุ่นแม้ขนาดตลาดไม่ใหญ่มากนักเมื่อเทียบตลาดอื่น ๆ แต่เป็นประเภทอาหารที่มีการยอมรับสูงมากจากคนไทยโดยเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลางขึ้นไป นอกจากนี้ โอกาสในการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารญี่ปุ่นยังมีอยู่ ทั้งในลักษณะร้านพรีเมียม ซึ่งจะเน้นอาหารญี่ปุ่นสูตรต้นตำรับ ราคาจะค่อนข้างแพงเนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่ต้องนำเข้ามาจากญี่ปุ่น เป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอาหารญี่ปุ่นหลัก ๆ อยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีรายได้สูง (ชนชั้นกลาง) เงินเดือนมากกว่า 15,000 บาทขึ้นไปโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เชียงใหม่ และชลบุรี ปัจจัยสำคัญในการขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารพรีเมียมคือ การเปิดศูนย์การค้าไฮเอนด์ ทำให้มีร้านอาหารญี่ปุ่น พรีเมียมเปิดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มเติบโตในเกณฑ์สูง คือ ร้านอาหารญี่ปุ่นทั่ว ๆ ไปที่ราคาไม่แพงมากนัก โดยเน้นเจาะลูกค้ากลุ่มบีและกลุ่มซี ซึ่งร้านอาหารญี่ปุ่นกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ผลักดันการเติบโตของมูลค่าตลาดร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย

บุฟเฟต์กับอาหารญี่ปุ่น

จากกระแสดังกล่าวทำให้ความนิยมในการบริโภคอาหารญี่ปุ่นแบบบุฟเฟต์นั้น ได้เริ่มจาก “พฤติกรรมผู้บริโภค” ที่เริ่มมองหาความ “คุ้มค่า” (Value for money) มากขึ้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นคัมจากเมนูอาหารที่หลากหลาย “คุ้ม” ที่ได้กินไม่อัน ! ทั้งอาหารคาวหวาน บางร้านยังมีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รวมอยู่ในเมนู ยิ่งเพิ่มความน่าสนใจในการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งทำให้ธุรกิจบุฟเฟต์นั้นขยายตัวออกเป็นวงกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ

แม้ไม่ใช่ร้านบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่นแต่ก็ยังมีอาหารญี่ปุ่นแซมเข้ามาด้วยเป็นบางเมนู โดยธุรกิจนี้มีการแข่งขันกันเป็นอย่างสูงทั่วประเทศ ทั้งโรงแรมและร้านอาหาร ก็เข้ามาทำการตลาดอาหารญี่ปุ่นแบบบุฟเฟต์กันเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีการแข่งขันทั้งด้านราคาและคุณภาพ ทำให้ปัจจุบัน เราแทบจะเห็นร้านอาหารญี่ปุ่นที่เป็นรูปแบบบุฟเฟต์ในทุก ๆ ที่คุณไป ทั้งแบรนด์ร้านอาหารที่มากจากญี่ปุ่น หรือแม้แต่คนไทยก็ยังเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นแบบบุฟเฟต์กันทั้งนั้น เพราะการกินซูชิหรืออาหารญี่ปุ่นที่มีช้อนั้นทำให้คนอิ่มท้องเร็ว ยิ่งกินกับชาบูหรือน้ำดื่มยิ่งทำให้ช้อนั้นในท้องและทำให้คนอิ่มเร็วขึ้นนั้นเป็นกลยุทธ์ที่ทุกร้านใช้เหมือนกัน ทำให้ทำกำไรกับร้านได้อย่างมหาศาลในแต่ละวัน เพราะต้นทุนที่ถูกแต่ได้กำไรได้เกินกว่า 60-80% ของราคาต้นทุนทั้งหมดที่เฉลี่ยต่อหัว

ทำธุรกิจอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทยต้องเริ่มอย่างไร?

เมื่อคุณเริ่มสนใจในธุรกิจอาหารญี่ปุ่น โอกาสที่คุณจะประสบความสำเร็จนั้นพอ ๆ กับความล้มเหลวเลยทีเดียว มีร้านอาหารญี่ปุ่นหลายร้านได้เผชิญกับความยากลำบากในการค้าจูลร้านของเขาให้อยู่รอดอย่างไม่ขาดทุน มีหลายปัจจัยและหลายสาเหตุ

เงินทุน

- ค่าตกแต่งร้าน ที่ขึ้นอยู่กับขนาดและสไตล์ของร้าน หากร้านหรู ๆ หน่อยก็ต้องใช้เงินลงทุนมาก แต่ถ้าเป็นร้านข้างทางธรรมดา ก็อาจไม่ต้องประดับประดามากมาย เงินลงทุนก็ลดลงมา
- ค่าวัสดุอุปกรณ์ที่ซื้อครั้งเดียวแล้วอยู่ยาวอย่าง โต๊ะ เก้าอี้ จาน ช้อน, วัสดุอุปกรณ์ที่ต้องซื้อบ่อย ๆ เช่น อาหารแห้ง ซอส ซีอิ๊ว น้ำปลาน้ำตาล ซาวสาร หรืออุปกรณ์ที่ต้องซื้อทุกวันอย่าง อาหารสด น้ำแข็ง เป็นต้น
- ค่าเช่าที่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับแต่ละที่ด้วยว่า เจ้าของที่จะคิดค่าเช่าเท่าไร
- ค่าจ้างพนักงาน จะเห็นได้ว่าเงินในการลงทุนจะอยู่หมุนเวียนในร้านอาหารนี้ ดังนั้น เมื่อได้เงินจากการขายมาต้องจัดการให้เป็นระบบ ไม่เช่นนั้นอาจทำให้ขาดสภาพคล่องได้



การสำรวจตลาด

การสำรวจตลาดและความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะแต่ละทำเลย่อมต้องการร้านอาหารที่ไม่เหมือนกัน หากมีการสำรวจจะสามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้และลดประจวบความผิดพลาดลงไป เช่น ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นพนักงานโรงงานมักออกมาหาอาหารกินตอนเลิกงานประมาณ 6 โมง - 1 ทุ่ม และอาหารที่พวกเขาต้องการไม่ต้องหรูมาก

ต้องมีทำเลที่ดี

ในการเปิดร้านอาหาร “ทำเล” เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีกำลังซื้อและคนค่อนข้างพลุกพล่าน เพราะถ้าเราไปเปิดขายในที่ที่ไม่มีคน นาน ๆ จึงจะมีมานั่งกินสักราย แบบนี้คงไม่ไหวและนอกจากนี้เรื่องที่จอตลอดก็สำคัญเพราะถึงจะเป็นร้านที่น่านั่งกินอย่างไรแต่หาที่จอตลอดไม่ได้เลยต้องลงเดินมาไกล ๆ ก็คงเหนื่อยเหมือนกัน



ต้องมีจุดเด่นหรือมีเอกลักษณ์

จะสังเกตได้ว่าร้านที่สามารถสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของตัวเองได้จะค่อนข้างมีผู้คนไปอุดหนุนเยอะ ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งร้าน ราคาอาหาร รสชาติ หรือการแต่งตัวของพนักงาน เป็นต้น ดังนั้นถ้าคุณสามารถหาจุดเด่นให้ร้านได้ก็ช่วยเรื่องการดึงดูดคนเข้าร้านได้มากเลยทีเดียว

ต้องมีกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาดสามารถผลักดันให้ร้านอาหารไปถึงจุดมุ่งหมายได้เร็วขึ้น ไม่ว่าจะเป็น

- การส่งเสริมการขาย เช่น การจัดชุดเซ็ท การลดราคาทุกวันพุธ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น หน้าร้าน ส่งตามบ้านหรือออกบูธ
- การโฆษณา เช่น ออกสถานีวิทยุ โบปลิวิหรือทางสื่อออนไลน์

การวางแผนหาทีมงาน

การทำร้านอาหารเรื่องบุคลากรสำคัญมากเลยทีเดียว โดยเฉพาะตัวหลักอย่างพ่อครัว แม่ครัวเพราะถ้าอาหารไม่อร่อยอย่างเดียว ใครก็คงไม่มากิน นอกจากนี้พวกพนักงานบริการพนักงานการเงิน พนักงานต้อนรับ (ตามขนาดของร้าน) ก็มีความสำคัญทั้งสิ้นเราควรสร้างกรอบให้พวกเขาทำงานกันอย่างมีวินัย

หาแหล่งวัตถุดิบที่ดี

วัตถุดิบที่นำมาทำอาหารเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นทุกอย่างควรสดใหม่ มาจากแหล่งผลิตที่ดีสำหรับร้านดัง ๆ บางร้านให้ความสำคัญมากขนาดปกติแหล่งที่มาของวัตถุดิบเลยก็มี ดังนั้นอย่ามองข้ามข้อนี้เป็นอันขาด โดยเฉพาะเรื่องความสดใหม่ สำคัญ หากนำของค้าง มีกลิ่นมาทำให้ลูกค้า เพียงครั้งเดียวก็จะทำให้ลูกค้าหายไป

การตั้งชื่อร้าน

การตั้งชื่อร้านเป็นเรื่องที่ต้องคิดไม่น้อยไปกว่าเรื่องอื่น เพราะชื่อร้านจะสร้างความสะดุดตาและเป็นจุดจำของลูกค้า รวมทั้งการบอกต่อด้วย ชื่อร้านที่ดีควรอ่านง่าย ให้ความหมายชัดเจน เขียนได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใครจะไปรู้ว่าอีกหน่อยร้านอาจโด่งดังไปถึงชาวต่างชาติก็ได้

การขอใบอนุญาต

ธุรกิจร้านอาหารที่ดีต้องถูกต้องตามกฎหมาย มีการขอใบอนุญาตถูกต้อง ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องดื่ม หรือพนักงาน หากเป็นแรงงานต่างด้าวก็ควรว่าจ้างอย่างถูกกฎหมาย

หากจะสร้างความแตกต่างจากเมนูอาหารก็เป็นความคิดที่ดีในการเริ่มทำธุรกิจอาหารญี่ปุ่นในแบบตัวเอง การพิถีพิถันอาหารให้ทานง่ายขึ้น รวมถึงการนำวัฒนธรรมอื่น ๆ มาปรับพฤติกรรม การบริโภคแบบแปลก ๆ ก็อาจทำให้เกิดกระแสจากโซเชียลและปังในช่วงข้ามคืนกับธุรกิจอาหารญี่ปุ่นที่สามารถบริหารจัดการแบบ Owner ได้เช่นกัน

