

1. 外資系レストラン受難？

昨年来、中国の一般市民の間では、食品の安全に対する意識が強くなってきている。上海でも饅頭に違法着色料が使われていた事件などが発覚し、上海市民も食品の安全に関して、政府の強い監視を望むようになった。これに対して上海市政府は、「食品安全法実施弁法」を9/01から実施することに決定した。この実施弁法では、賞味期限が切れた商品を再利用することなどを禁止したり、回収した食品の処分記録を最低2年間保存することなどを、義務付けている。また市政府では相談や内部告発を受け付けるホットラインを設ける予定だという。

この弁法の施行を前にして、市内のレストランや食品業者は、一斉に自社内の作業を見直し始めているという。またそれぞれの会社内から早くも内部告発が行われるようになり、ことに外資系の飲食店では、狙い撃ちのような形でそれが行われ、マスコミ沙汰となるケースが出てきた。たとえば台湾系の「U」コーヒーチェーンでは、有名ブランドの胡椒の小瓶に、安物の胡椒が詰められているという内部告発があり、会社側が非を求めて陳謝した。また米国系のケンタッキー・フライド・チキン(KFC)では、油の使い回しや調理方法がマニュアル通りではなく杜撰だなどと、複数の元従業員が告発し、疑惑が浮上している。なお、KFC側はこれを全面的に否定している。

中国本土などで大々的にラーメンチェーンを展開している「味千ラーメン」では、中国メディアで「同社のスープのカルシウム含有量に誇大な表現がある。またスープベースは豚骨を煮込んだものと宣伝しているが、実際には濃縮液を使用している」と報道された。その後、このスープのカルシウム含有量を測定したという中国農業大学食品科学・栄養工程学院からの味千ラーメンへの異議申し立てなどもあり、最終的に味千ラーメン側は8/12、自社のHP上で、「カルシウム含有量の件は誇大広告であったこと。濃縮還元スープを使用していたこと」を認め、公式に謝罪した。7月下旬に、この疑惑が発生してから、香港の味千ラーメン株は4割以上下落、客足もかなり落ちたという。上海でも1割強の客足ダウンだという。



《「竜の夢広場」内の味千》

中国で食品の安全基準が強化されるのは、歓迎すべきことである。ただし外資系企業、ことに日系企業に対しては、一般市民の目がかなり厳しく、それが中国内資のライバル企業に利用される可能性が高い。目覚ましく発展している中国市場とはいうものの、日系企業には特別に高いハードルがあると意識してかかる必要がある。

2. 和平飯店南棟屋上に“ビアガーデン？”開業

上海の観光名所・外灘にある和平飯店南棟の屋上に、このほど“ビアガーデン？”がお目見えした。先週私は、その雰囲気味わってみたいと思い行って見たが、あいにくの雨の後で、お客さんは一組だけだった。もちろん屋根はないため、座席などはびしょぬれだった。中央に30人ほどが座れるカウンター席があり、周りにボックス席が20ほどあった。対岸の夜景を堪能できる場所に屋根付きの小部屋があり、そこでは食事ができるということだったが、要予約、一組(4人)限定、最低料金一人前1000元ということであり、一般向きとは思えなかった。またその反対側の、これまた夜景がよく見える場所には、屋根付きのシガー・バーがしつらえてあった。案内してくれたスタッフが、「ここには特上の葉巻と最高級の洋酒が用意してあります」と説明してくれた。

3. 浦東新区に高級スーパー“オーレ2号店”開業

上海浦東新区花木路に、香港上場の華潤創業傘下の華潤万家の高級スーパー「オーレ」の2号店がオープンした。昨今、上海ではこのような外資系高級スーパーの開業が相次いでいる。私はこれらの店の多くに足を運んで、その客足などを見てきたが、大繁盛しているという感じの店は少なかった。しかし「オーレ」はすでに徐匯区の港匯広場内に1号店を持っており、そこでの売り上げは1日40万元と好調で、その業績を踏まえての2号店オープンだという。



この2号店は、地下鉄の花木路駅に隣接している浦東嘉里城ショッピングモールの地下1階にある。私がここに行ったときは、開店4日後ということもあり、日曜日であったがお客さんは少なく、店内には警備員や店員の方が多かった。またレジ数は6台しかなく、多くの客をさばくという感じではなかった。ちなみにカルフルはどの店でもレジが平均50台以上はある。しかもそのカルフルと比較して、オーレの商品単価は高くはなかった。

ここに、今、話題？の「味千ラーメン」が店舗を出し営業していた。午後1時ごろのかき入れ時にもかかわらず、お客さんはゼロだった

4. 韓国スーパーE マート、上海の既存10店舗売却

韓国のスーパー大手:E マート(易売得)は、中国で展開している店舗27店のうち、経営不振に陥っている華東地区の10店を売却することに決定。すでにウォルマートなどとの間で、売却金額などの話が煮詰められているという。

E マートの店舗は、上海には9店がある。私はそのうちの黄浦区西藏南路の店舗に行ってみた。お客さんはきわめて多く繁盛しており、レジ数も26台あった。いずれのレジにも行列ができており、買い物客のワゴンには大量の商品が入っていた。商品はカルフルよりも安い感じであった。私には、なぜこのスーパーが経営不振なのか理由よくわからなかった。

なお、同じ韓国のスーパー大手:ロッテマートはこのほど、2018年末までに中国での店舗数を現在の82店舗から300店舗へと、6年間で200店舗以上新たに開店する目標を明らかにした。



5. 中山公園に“日本式”モール開業予定

上海市長寧区の中山公園そばにある「兆豊広場(通称:多媒体生活広場)」の一部に、“日本式”ショッピングモールを開業し、若者向けファッション店や日本の飲食店などを誘致する計画が進行しており、8/25までに入店企業の募集、来年3月にオープン予定。

上海では虹橋地区などにも日本式ショッピングモールがオープンを控えている。私はこの種の店舗が過当競争に陥るのではないかと考えており、よほど立地条件がよくなければ採算が合わないのではないかと心配している。そこでこの中山公園のショッピングモールの予定場所を見に行ってみた。中山公園の地下鉄駅には、「竜の夢購物中心」という大きな商業ビルが直結しており、その地下1~2階にはカルフルが入店している。そこには60台ほどのレジがずらりと並んでおり、いずれのレジの前も大行列で、その様は壮観であり、これだけで大繁盛していることがよくわかる。また地下1階には「味千ラーメン」もあったので、入ってみたところ、店内はほぼ8割方、お客さんで埋まっており、「味千いじめ」など、どこ吹く風というような雰囲気だった。ラーメンを注文して食べてみたところ、他の店よりも特別に美味しいということはなく、普通の味だった。

「兆豊広場」という名の商業ビルがなかなかみつけれなかったのも、再度、地下鉄の乗り場まで戻って、そこで地図を見てみると、「竜の夢中心」とは交差点を挟んだ反対側にあった。さっそくそこに行ってみた。地下1階の保衛の男性に、「ここが“日本式”ショッピングモールの予定場所ですか」と聞いてみたら、「そうです」と答えてくれた。ついでに彼からいろいろ聞いてみると、「この商業ビルには、もともと商店街があったが、経営不振のため閉鎖する店が多くなったため、“日本式”ショッピングモールに衣替えすることになった」と話してくれた。地下1階は薄暗く、人影がまばらだった。ここにも「味千ラーメン」の店があったので入ってみたが、夕方のかき入れ時にもかかわらず、お客さんは1組しかいなかった。私はこの商業ビルに、“日本式”ショッピングモールを作ってみても、よほど宣伝をしないと、人が集って来ないのではないかと考えた。



6. クロスカンパニーが上海出店、3年で120店へ

岡山に本拠を持つアパレルのクロスカンパニーは、上海人民広場近くの商業施設「来福土広場」内に第1号店を出す。今後3年間で中国全土に120店舗を出店し、売上高100億円を目指すという。クロスカンパニーは「アースミュージック&エコロジー」などのファッションブランドを展開しており、すでに香港、台湾、シンガポールなどでも販売しており、売れ行き好調だという。

7. 上海の森ビル、新たに3フロアーを総額100億円(推定)で売却

上海の森ビルは、「上海環球金融中心」の3フロアー(57~59階)を、総額100億円(推定)で新たに売却した。売却先は宝鋼集団の金融子会社と思われる。

森ビルは「上海環球金融中心」(101階建て)を2008年に、1250億円を投じて完成したが、賃貸契約が予想通りに進まず、投資資金の早期回収を図るために、今年に入って売却に方針転換した。すでに6フロアー(67~72階)が売却済み。

8. 洞爺湖のウィンザーホテル、上海に事務所開設

2008年にサミットの会場として使われ有名となった北海道の洞爺湖のウィンザーホテルが、中国本土からの宿泊客獲得のために、上海に事務所を開設した。

私は6月下旬に、中国からの客人を招待し、この洞爺湖のウィンザーホテルに宿泊した。そのときの経験から考えると、

わざわざ上海に事務所を開いても、このホテルに大量の中国人宿泊客を獲得するのは無理なのではないかと思う。それは1泊4万円以上という高価格だからではない。たしかにこのホテルは超豪華で、中国人の成金を満足させるものにはある。しかしホテル内はあまりにも上品で、中国人には物足りなく、彼らはすぐに飽きてしまうにちがいない。またタクシーで20分ほどかけて洞爺湖畔まで出かけてみても、すでに洞爺湖そのものが観光地としては寂れてしまっており、彼らがはしゃぐ場所もない。つまり洞爺湖の街自体に、大量の中国人を引きつけるような魅力がすでになくなってしまっていると考えるからである。

9. ジェトロ、上海世貿商城:「グッド・グッズ・ジャパン」での支援事業強化

昨年来、日本貿易振興機構(ジェトロ)は、上海市内の上海世貿商城(通称:上海マート)に日本の中小企業の商品の常設展示場:「グッド・グッズ・ジャパン」を設け、中小企業の中国市場進出への支援を続けてきた。今回、その成果を踏まえて、その規模を拡大することになり、この常設展示場:「グッド・グッズ・ジャパン」を新たに96社が利用し、500点に及ぶ新商品を出展することになった。8/12の開設式典で、ジェトロの須藤徳之理事は、「厳選された素材と高い技術でつくられた安心・安全な日本の商品を、中国のみなさんにより広く利用してほしい」と呼びかけた。

わが社の事務所は、その上海世貿商城の5階にある。今から10年前の2001年末、中国はWTO加盟を表明した。これを受けて私は、中国が世界の市場になることを予測し、日本のアパレル企業の中国売り込みの足がかりをつくるために、上海市内で常設展示と卸売りができるような物件を探した。その結果、上海では上海世貿商城のみが、ビル内に店舗形式で3000ブースを持ち、なおかつ国際級の展示会場を併設しており、好条件をそなえていることがわかった。

そこで、当時はまだ空室の多かった上海マートに頼み込んで、5階(20㎡×約200ブース)の全ブースを借り切って、日本アパレル企業だけの卸売市場=上海日本服装商城を作ろうと考えた。日本の進出企業が頭をよせあい、中国市場への販売を実践練習しておけば、来るべき商業分野の全面開放のときに、その流れに乗って大飛躍ができるはずだからである。上海マート側はその案に難色を示したが、なんども交渉を繰り返し、多額の担保金を納めることで、貸し切りに成功した。

このときわが社は中国に工場進出して10年を経過しており、中国各地の百貨店への製品販売も展開していた。その経験から、日本の中小アパレル企業が単独で中国市場に乗り込むことはたいへんむずかしいと考えていた。だから上海マートに、日本のアパレル企業が100社ほど結集すれば情報交換ができ、共同で顧問弁護士や会計士を雇用したり、イベントの共催、小売店などへの共同出店、輸入業務の窓口共用、そしてなによりも団体の圧力で政府機関との交渉を有利に展開し、日本の得意な団体戦ができると読んだ。しかもこの上海日本服装商城は上海の名物となり、中国のみならず世界中のバイヤーが参集するにちがいがなかった。また私はこれが日本アパレル企業の中国市場進出の橋頭堡になると確信していた。

その後、マスコミをはじめとして多くの媒体で宣伝活動を行い、多くの日本のアパレル企業にも、私自身が直接勧誘に歩いた。もちろん業界団体や政府系機関にも頭を下げ、入居を依頼して回った。しかし残念ながら、ほとんどのところで時期尚早といわれ、とりあってももらえなかった。そしてなんの成果もないまま、ずるずると1年が経ち、このままでいくと担保金まで没収されかねない事態に陥った。しかたがないので、さらに自己資金を注ぎ込んで、ファッションショーをやってみたり、モデルのオーディション事業を行ってみたりしてみた。それでも多くの日本のアパレル企業の関心を、中国市場に向けさせることはできなかった。私はそれ以上大損するわけにはいかなかったため、断腸の思いで、上海日本服装商城事業をやめることにした。

あれから10年、私の予想通り「中国は世界の市場」に変貌した。あのとき私の上海日本服装商城構想を鼻であしらった企業の多くが、最近、こぞって中国市場へ参入してきている。私は、市場分割がすでに終わってしまっている現在の中国では、新規参入組が大儲けすることは難しいと思っている。

また「中国は世界の工場」も予想通り過去のものとなり、欧米系の労働集約型外資は足早に中国から撤退してしまった。それら外資の多くは東南アジア諸国に新たな拠点を作っている。わが社もバングラデシュで新工場を操業させている。今や、中国に進出し成功してきた日本のアパレル縫製工場も、中国に片足を残しながら「チャイナ+ワン」を実践しなければ生き残れない状況となってきた。多くの日本の縫製工場は東南アジア諸国へ、その拠点を移動させようと模索している。私は、これらの日本の縫製工場の情報交換の場が必要だと考え、「アジア アパレルものづくりネットワーク(略称: AAP)」を開設することにした。

この試みについては、ジェトロを始め、多くの企業や政府機関の積極的かつ多大な支援をいただいています。この場をお借りして、深くお礼を申し上げます。

以上