



日本の食材が並ぶ上海国金中心(IFC)の食料品フロア

回 激戦続く、上海流通戦争
 上海の百貨店の売上トップ3は第一八百伴、新世界城、久光とここ数年変化はなく、食料品フロアでは日本の食材や調味料、酒などが好調な売れ行きという。一方、近年、最も勢いのある業態はモール型商業施設。恒隆広場(プラザ66)、上海国金中心(IFC)、龍之夢購物中心、正大広場、上海K11購物芸術中心など、どこも最先端のブランドを揃え、圧倒的な集客力を誇る。また、大丸百貨店も2015年1月に南京東路にオープンを予定するなど、まだまだ、上海の流通業界は激戦状態が続く。

国際交流特別委員会

チャレンジ上海視察団 報告

上海での飲食・食品分野のビジネスチャンスを探る

2300万人超の人口を擁する上海は、中国の金融・商工業・トレンドなどの一大中心地であり、個人所得は年々増加し、中間所得者層も厚みを増してきている。こうした中、外食産業も増加基調にあり、中国人の健康や安全安心への意識の高まりを受けて、日本食レストランや日本の食材にも追い風が吹いている。

この度、本所国際交流特別委員会(委員長 福永 晃三 常議員)では8月23日から2泊3日の日程で、中国での店舗展開や取引を視野に入れている飲食・食品関連の会員企業を中心に16名からなる視察団を上海市に派遣した。視察団は、現地に出店している飲食店や特色ある商業施設などを訪問するとともに、京都府上海ビジネスサポートセンターや現地コンサルタントからも上海での事業戦略などの説明を受け、新たなビジネスチャンスを探った。



有機農法で野菜を生産する農園を訪問



最新のファッションビル上海K11内では野菜の栽培や子豚の飼育も

回 中国マーケットの本当の魅力
 視察団は日系企業の中国展開をサポートしている現地コンサルタントとも懇談。「中国の人口は今や14億人に手が届きつつあり、その中で購買欲が最も旺盛な25〜35歳の人口は5〜6億人。一人っ子政策が緩和されれば、この購買層はさらに発展していく。一方、アメリカの人口は3億人で、そのうち年収が2万USD以下の人口が1億人であることを考えれば、今後の中国市場はアメリカの比ではないことは明白である」と新人傑コンサルタントの唐澤総経理は語る。



パートナー選びの重要性を強調する唐澤総経理

〈チャレンジ上海 第3ステージへ〉

中国店舗出店支援事業「チャレンジ上海」では、上海進出企業の体験談を聞く第1ステージ、今回の現地視察の第2ステージに次いで、いよいよ第3ステージに移ります。専門家を講師とした勉強会を行いながら、個別に経営プランの策定を支援いたしますので、ご関心のある方はお問い合わせ下さい。

TEL: 075-212-6442 (産業振興部)

回 上海で活躍する京都企業を訪問

視察団は既に上海に出店している京都企業を訪問。昨年10月に上海南駅バスターミナル構内に開店したベーカリーショップ「プリアン」では、日本でのおなじみのあんぱんやクリームパンなど日本と変わらない豊富な品揃えで、現地の人気を呼んでいた。また、日本領事館などがある古北地区に昨年12月にオープンした上海高島屋のレストラン街に出店したトンカツ専門店「かつくら」は、日本と同様、キヤッツ、味噌汁、ごはんはわかり自由で、現地在住の日本人も多く来店。中国各地より厳選したクオリティの高い食材調達に力を入れている。



バスターミナルに出店するベーカリーショップ「プリアン」



はなまるうどんやドンクなど日本でおなじみの店も中国で人気