

商学部・関根ゼミが上海で実地調査

巨大な中国市場 しのご削る内外流通資本

2008年の北京オリンピック、10年の上海万国博覧会をめざして、欧米のカルパーやウォルマートなどグローバル・リテラー、台湾・香港・華僑資本、そして日系企業が世界最大の中国市場でしのごを削っている。迎え撃つ国内流通企業の近代化、再編成、拡大も急である。上海は中国で最も経済が発達した都市であり、所得水準の上昇も著しく、消費欲求が高級化・個性化し、「流通革命」が進行中である。商学部の関根ゼミ(指導・関根孝教授＝流通マーケティング研究)は、この春、学部生22人と大学院生2人が参加し、上海商業施設実態調査を実施した。



▲豫園商城での関根ゼミ。前列左から3人目が関根教授

所得水準高い虹橋・古北地区 仏・カルフルが攻勢

世界第2位のカルフル(仏)は、現在、上海で9店舗展開している。われわれが最初に訪れた「虹橋古北(ホンチャオグウペイ)店」は、上海の「西新宿」と言われる虹橋経済技術開発区(1984年中国政府が最初に認可した沿海14都市の特別開発区のひとつ)にある＝写真1。



▲写真1 カルフル「虹橋古北店」の売り場

虹橋・古北地区一帯は、日系はじめ多くの海外企業のオフィスが集まり、また上海で一番外国人が多く住む、所得水準の非常に高い高級居住地区である。五つ星ホテルや外国人向け百貨店「虹橋友誼商城」などもある。上海駐在日本人の約6割がここに住んでいるといわれる。カルフルは現在中国に70店舗あるが、そのなかでも「虹橋古北店」は最大の売り上げを誇る。ショッピングセンター形式であり、1Fが専門店モール、2Fが衣料品や日用雑貨品などの非食品、3Fが食料品の売り場、4・5Fは駐車場になっている。倉庫型店舗でありながら、フードコートはしやれた雰囲気装われ、品揃えもブランド品を多く取りそろえている。家電製品を見てみると、次の「曲陽(チウヤン)店」(虹口店)では、ほとんどがハイアールやTCLなど国内メーカーのものであったのに対し、ソニー・ブランドを中心にシャープ、そしてサムスンやLGなど韓国メーカーの「名牌」が多く並べられていた。



▲写真2 カルフル「曲陽店」の売り場

しかし衣料品売り場をみるとファッション性が乏しい感じで、1人当たりGNPが8000ドルを超え、消費欲求が高級化・個性化した上海消費者のハートを捉えることは難しそうである。



▲写真3 ウォルマート「南浦大橋店」

庶民向け中心の品揃え 曲陽は仏企業の橋頭堡

次の「曲陽店」は、カルフルが上海で最初にオープンした店舗で、カルフルにとっていわば中国におけ

る橋頭堡である=写真2。虹口区には、かつていわゆる「日本人居留地」と呼ばれ、日本人が多く居住していた地域である。

98年に虹口区の人民政府が多倫路の再開発を決め、1920年、30年代の上海が再現されている。しかしながら、上海の古い地域であり、周辺住民の収入と購買力は相対的に低い。庶民向けの商品中心の品揃えで、国内系総合量販店とあまり変わらない。現在建物は改装中であり、新装オープンが待たれる。

南浦大橋 世界No.1の米ウォルマート 新店舗で品揃え充実

3店目は、世界No.1小売業ウォルマートの「南浦大橋(ナンプーダーチャオ)店」であり、黄浦江(ホワンブージャン)の橋の袂、浦東(黄浦江の東)に立地する。ウォルマートは96年深圳に1号店を出店し、現在は56店舗(今年18~20店舗開店予定)ある。「南浦大橋店」(1万8000平方メートル)は、05年7月にオープンした上海1号店である。同じ倉庫型店舗であるが、新しいだけに綺麗な雰囲気、品揃えも充実していた。

1Fは食料品、2Fは非食品(ただし家電品は、ほとんど国内メーカーの商品)の売り場で、スローピング・エスカレーターを備えた1Fのワンレジ方式で、ワンウェイ・コントロールを行っている。また、およそ10方面との間で無料送迎バスを提供しているが、地元紙によると初期コスト負担などで赤字が続いているとのことである=写真3。

日本のイオンは、現在香港を含めて華南を中心に18店舗を展開しており、上海にも96年上海駅前に「不夜城店」をオープンしたが、駅前再開発プロジェクトの変更や立地条件の悪さから2000年に撤退している。

欧米のハイパーマーケットやスーパーセンターなどの総合量販店は、日本の総合スーパーと比べると、衣食住に関する幅広い商品を品揃えしている点では共通するが、今回訪問した店舗はすべて2フロアと低層で、うちワンフロアは食品売場が占め、食品のシェアが非常に高い。

倉庫型店舗で価格訴求に重点を置いている。売り場ごとにレジカウンターを設置するセントラル・カウンター方式ではなく、ワンレジないしツーレジ方式を採用している、などの点で相違する。

南京東路 大規模開発が進む 南京西路 伊勢丹に華やかさ

翌日は上海の中心市街地と伝統的商業集積を見て回った。「南京路(ナンジンロ)」は中国随一のショッピング・ストリートである。新世界百貨店と上海第一百貨店が向かい合う交差点を境に「南京路」は東西に分かれる。

まず、上海で最も有名な観光地「外灘(ワイタン)」までの南京東路は99年から歩行者天国として開放され、狭く歩きにくかった通りもゆったりと買い物を楽しめるようになっている。

交差点のすぐそばに、中国最大の流通グループ「上海百聯集団」が開発中の大規模プロジェクト「百聯世茂国際広場」がある。第1期分のファッション・モールは04年に既にオープンしていたが、平日の午前中ということもあり閑散としていた。

百貨店と有名レストランが入居する第2期分は06年12月オープン予定で、総面積約6万平方メートルの商業施設が完成することになっている。

次に訪れたのは、16世紀に建設された「龍壁」で有名な名庭園「豫園」の西と南一帯(かつてはここも豫園の敷地)に「広がっている豫園商城」である。

19世紀頃から集積が始まった100年以上続く伝統的商業集積であるが、明・清時代の建物を模した雄大な商業ビルが建ち並ぶレトロな街並みで、現在は土産物屋さんが多くの割合を占め、あとは中華風レストランが目立つ。予約をして、全員で有名な「緑波廊」の点心セットで昼食をとる。

今回は見学できなかったが、豫園商城の周りにも実に多種多様な店舗が集積しており、地区ごとに類似業種の店舗が集まり、店構えもそれぞれ特色を出している。ある地区は中国の伝統的建築風の店舗が集まり、わが国で言えばさながら浅草仲見世の雰囲気であり、また他の地区は小さな店がひしめき合い、猥雑な感じの中に独特の活気を醸し出している。

南京西路は南京東路とは全く異なる雰囲気、「梅龍鎮伊勢丹」(伊勢丹2号店がキーテナントのショッピングセンター)、「恒隆広場(プラザ66)」、「中信泰富広場」など計画的ショッピングセンター、近代的ビル、レストランなどが軒を連ねている。プラザ66はルイ・ヴィトン、エルメス、プラダ、クリスチャンディオールなど世界の一流ブランドが集まり、おしゃれな高層ショッピングモールとして有名である。

伊勢丹では、新世界百貨店や上海第一百貨店など国内系百貨店と比較すると、都市文化のシンボルとしての百貨店の「華やかさ」「輝かしさ」を感じ取ることができた。

商業まちづくりの課題

計画性と競争の折り合い

ゼミの研究課題の一つは「商業まちづくり」であり、中心市街地、まちはずれ、郊外の3地域の商業をいかに地域社会とバランスを保って発展させていくかということである。まちづくりは計画的に、商業は競争的に行うことが基本であるが、両者の折り合いをつけなければならない。これが上海だけでなく、日本や韓国も含め東アジアの多くの都市が共通して直面する大きな課題である。

上海にも、われわれが訪問した近代的な商業集積の周辺には自由市場や伝統的商店街が数多くある。計画的まちづくりのなかで、政策当局はこれらをどう位置づけるのかが問われている。