

上海レポート

令和3年6月号

Vol. 10



公益財団法人 大阪産業局 上海代表処 (大阪府上海事務所)

中国上海市延安西路 2201 上海国際貿易中心 408 室 200336 Email osaka@ibo-sh.com.cn
TEL 86-21-6270-1901 FAX 86-21-6270-1351 http://osaka-sh.com.cn

20210607 号	中国国内の展示会の状況について	副所長 大山知宏
20210615 号	寧波阪急に行ってきました！	副所長 前田千晶
20210621 号	ピンチな時こそ明るく、おしゃれに	秘書 孫芸
20210618 号	危険な誘惑 買一送一(マイイー・ソンイー)	所長 南浦秀史

中国国内の展示会の状況について

広東省広州市では、先月の 21 日に約 1 年ぶりの国内感染者が確認されてから、6 月 3 日までの累計感染者数は約 60 人となり、広州市や隣接する佛山市など複数のエリアは、「中・高リスク地域」に指定されています(6 月 7 日時点)。この措置に伴い、各都市から広東省への出張・帰省などの移動は制限され、直近で開催が予定されていた展示会は中止や延期となるなど、少なからずビジネスに影響が出始めています。

当事務所も、7 月末と 10 月に佛山市で開催される展示会への出展を予定しており、状況を注視しておりますが、人の出入りを制限する「封鎖式管理」や全市民を対象とした PCR 検査など、市民と地元政府が一丸となって収束の早期実現に向けた取組みが進められていることから、予定通り開催されることを見込んでいます。

一方、上海を含めた中国各地の展示会は通常通り開催されています。ただし、ウィズコロナ社会の新ルールとして、(1) 事前の参加者情報登録 (2) 身分証携帯 (3) 健康コード提示(中・高リスク地域から来ていないか確認) (4) 会場内マスク着用 が徹底されています。渡航制限が継続する中、日本から海外展示会への出展はオンラインが主流となっていますが、会場の熱気、来場者のリアクションや出展者同士による情報交換など、現場に人が集まるリアルな展示会には、そのメリットが多々あると感じています。

今年 4 月、上海市で開催された展示会では、「水素エネルギー」をテーマに、府内企業 10 社が参加する「大阪ブース」を出展し、大阪が有する同分野の製品や技術を、効果的に PR することが出来ました。会場では、政府関係者や関連企業とのネットワーキングが行われる等、リアルな展示会の良さを再認識したところです。当事務所では、中国で開催される展示会に出展される府内企業の現地支援を行っております。展示会情報は、当事務所ホームページやメルマガ等でご案内しておりますので、中国へのビジネス展開を検討される企業様は、是非とも活用をご検討下さい。



寧波阪急に行ってきました！

少し前の話になりますが、先日プレオープンした寧波の阪急百貨店に行ってきました。

まず寧波市という場所について少し説明しますと、寧波市は浙江省に位置する副省級都市です。人口は 2020 年末の段階で 613.7 万人、面積は 9,816km² です。寧波港は年間取扱貨物が世界一の港と言われており、貿易が活発に行われています。百貨店の立地は、上海から高鉄で寧波駅まで 2 時間程度、寧波駅から車で 20-30 分程度のアクセスです。

この場所に大阪企業である「エイチ・ツー・オーリテイリング」が中国 1 号店をご出店されました。まず驚いたのは建物の形状でした。日本で百貨店というと高層ビルのイメージでしたが、寧波阪急の敷地面積はとても広くて、6 階建てで縦よりも横に長い建物です。お店に入っすぐの 1 階フロアはまだ施工中のお店もありましたが、世界各国の名だたるブランドが並んでいました。中でも LOUIS VUITTON は平日にも関わらず多くの人で賑わっていました。また、大阪の阪急百貨店と同じく、メンズ館もありました。地下にはスーパー「イズミヤ」、回転寿司の「がんこ寿司」やお好み焼きの「千房」があったりと日本の飲食店が沢山出店していました。また、浙江省初上陸のコーヒーショップには長蛇の列ができていました。4 階には吹き抜けのイベントスペースもあり、訪問時には「ONE PIECE」のイベントが開催されていました。5 階の飲食フロアにはミシュランの星を獲得したお店が出店していたり、阪急ならではの、高めの価格設定で出店する中国人気店もありました。

このように日本のコンテンツが盛りだくさんの寧波阪急は、これからも日本の文化、企業を寧波で発信してくれるものだと思います。



ピンチな時こそ明るく、おしゃれに

新型コロナウイルス感染拡大防止のためにマスクの着用が推奨されています。出かけるたび、マスクで顔が半分隠れてしまい、人々の気分も沈みがちになることから、「ファッションマスク」、「半顔メイク」が中国でブームになっています。

「新しい生活様式」としてマスクをする機会が増える中、「自分らしさ」や「心地良さ」も追及している若者の間ではマスクはファッションアイテムになり、その消費欲求に応じて、コンビニエンスストアや、雑貨屋さんにも数多くの品種が置いてあります。

報道によると中国の雑貨大手「メイソウ」は 100 種類以上のデザインのマスクをそろえる専門店まで開きました。淘宝(タオバオ)など EC サイトでもマスクをプロモーションとして打ち出しています。また、マスク着用が暑苦しくなる季節になり、メイクアップがおろそかになることから、マスクをしているからこそ顔の上半分のメイクにこだわるという「半顔メイク」が誕生しました。

タオバオの公式データによると、「半顔メイク教えます」というテーマでのライブ配信者が増加し、閲覧者は 820 万人に上ったと発表がありました。複数の化粧品メーカーでは関連コスメの売れ行きが上がっているという報告もあり、アルマーニメイクストアの中国マネージャーによりますと目元のメイクアップコスメの売り上げが上がっているとコメントがありました。それによってアイクリームも人気上昇し、売り上げは 2 倍以上に増加したようです。メイクアップ以外では、長時間のマスク着用により肌が敏感になったり、毛穴が詰まったりすることも増え、「クレンジング」というワードの検索数は 3 倍になったという報告もあります。

どんなに特殊な状況であっても、それをピンチと捉えず、消費者の置かれている状況や欲求を想像することで、トレンドや需要をキャッチし、新たなチャンスに変えることができるのではないのでしょうか。



① 淘宝(タオバオ)で「マスク 芸能人着モデル」と検索した画面

② 小紅書(RED)の投稿

③ bilibili に投稿された「半顔メイク動画」@彭特务

危険な誘惑 買一送一(マイー・ソニー)

駐在生活も4ヶ月が過ぎました。私は基本的に自炊しています。そのため、頻繁に家の近所のスーパーに買い物に行きます。家のすぐ近くに、家楽福(カルフル)があります。カルフルは言わずと知れたフランス系のスーパーですが、日本では中国インバウンド向けの免税店兼家電量販店で有名なラオックス(LaOX)を運営している蘇寧電気集団が2019年6月に買収しました。

このスーパー、設備はとところどころヨーロッパ式だったり、輸入物のチーズやハム、パスタなどが充実していたりで名残があるのですが、売り場は中国そのものです。中国でも売り場の主役は主婦であろう女性達です。その女性達が売り場を回っていると、マイー・ソニーと声をかけてきます。これ、賞味期限が近づいているものを二個イチにして、一つの値段で売っているのです。ありとあらゆるものが二個イチになります。私がこれまで買ったものでは、野菜、チーズ、パスタソース、精肉、豆腐、冷凍食品、ビール、ワインなどがあります。日本だと特売品コーナーで50%引きのシールが貼ってあるような感じです。

実は、このマイー・ソニーは単身赴任者にはかなり危険な誘惑です。基本的に賞味期限が近づいていますから日持ちしません。野菜のようなものは、冷蔵庫に入れていても傷んで廃棄せざるを得なくなることがたびたびあります。豆腐は、一度、煮たらすっぱい匂いが立ちこめてきたので、さすがにこれは食べませんでした。ダメだとわかっていても買い回りをしていると、おばさん達が声をかけてきます。買わないと損だよ！マイー・ソニー！今日も誘惑に負けて買ってしまいました。

