

日本を揺るがす 新常态

失速中国でも稼ぐ鉄則



「東京五輪 水着2015」
公共性重視で
スポーツ市場顕体化

宇宙エレベーター
ロケット要らずの
宇宙エレベーター

日経ビジネス誌面に Blancが掲載されました

2015年4月6日号 No.1786

中国市場にも、Blancの質の高いサービス技術が認められています。

★ 日本を揺るがす新常态

「安いだけ」では満足しない中間層

昨年4月、上海のローソン店舗で「手シヨフ抓餅ジュフピン」が発売された。手抓餅とは小麦粉で作った薄いクレープ状の皮で、肉や野菜などを巻いたもの。中国では朝食として食べる人も多く、上海では屋台での値段は5～6元(約100～120円)ほどだ。

ローソンは2012年にも手抓餅の販売を検討した。だが、同様の商品を置いていたスーパーでの販売が振るわないことが分かり、結局発売をあきらめた。

それから2年、ローソンは自社開発の「手抓餅」を改めて売り出した。価格は6.9元と屋台と比べると1～2割も割高。だが、発売から3カ月ほどで売れ筋商品に躍り出た。「消費者の安全・安心意識が高まっただけでなく、所得が増えて商品を選択できるようになったということだろう」。ローソンの三宅示修・執行役員はこう話す。

中国では賃金が伸び続けている。上海市の最低賃金は2010年の1120元から1820元へと、4年で1.6倍に増えた。ゼいたく禁止令の影響で高級ブランド品などの需要は急減しているが、「生きるため」から「より豊かに」へと消費の質を変えつつある中間層は厚みを増している。

2013年に上海周辺で牛乳とヨーグルトの販売を始めた明治。同社が販売する牛乳の店頭価格は950ミリリットルで20元(約400円)程度。競合と位置付ける中国メーカーの製品より2割ほど高い。それ

技術が中国でも認められたため、今年5月に商品をリニューアル。新しい商品は品質保持期限が従来よりも長いいため、より幅広い地域で販売する考えだ。

内陸部でまつげエクステ店

中間層の変化は沿岸部の大都市に限らない。自分のまつげに人工のまつげを装着する、まつげエクステーション専門店を運営するBlanc(ブラン)は昨年12月、内陸部の湖北省武漢市に中国初の店舗を開業した。

中国では化粧をしない女性がまだまだ多い。ブランの施術料は割引がないと100本750元(約1万5000円)で、日本の価格(100本で1万800円)より4割ほど高い。それでも、順調に客足を伸ばしており、中には1回当たりの単価が割安になることから、5000元(約10万円)を前払いする顧客もいるという。

日中関係は今後も紆余曲折する可能性が高い。だが、商品やサービスの良しあしを自分で判断し、選択する目の肥えた消費者が増えていることは、日本企業にとってチャンスと言える。



ブランの店舗では、日本流のまつげエクステーション施術を受けられる

でも、ターゲットとしている世帯月収1万円(約20万円)以上の中間層には日本メーカーの安心・安全を担保する技術が売りになると見て事業を拡大する。

日本で培ってきた牛乳を高温殺菌する