

# とっとい・グローバルウォッチ

第95号 2014年10月15日発行

## アンニョンハセヨ KOREALレポート 29 「プチ贅沢」からみる消費動向

景気低迷が続く韓国でも、小さな贅沢「プチ贅沢」を楽しむ人が増えている。その現況について調べてみた。

### ■プチ贅沢でストレス解消？

景気低迷が続く韓国では、人々の消費心理は委縮し、節約傾向にある。ただ、節約生活により抑えつけられた消費欲求が、疲労感やストレスを生み出しているのも事実である。そこで、それらを解消し、かつ経済的な面でも負担のない方法として「プチ贅沢」を日常に取り入れているようだ。

### ■身近なシアワセ

高級デザート市場での「プチ贅沢」現象は、昨年からは始まっている。たとえば、ドイツの伝統菓子『シュネーバレン』。野球ボールほどの大きさの揚げ菓子里に、チョコやチーズなどがコーティングされたお菓子で、見た目もカラフルでキレイなのに、それをわざわざハンマーで割って食べるという目新しさもあり、韓国では売切続出の人気商品である。シュネーバレンが「毎月1億ウォンを稼ぐお菓子」として取り上げられるように、売上が低調な百貨店とは対照的に、百貨店内の高級デザート部門は急成長をみせている。

また、典型的な贅沢品カテゴリーに分類されるブランド品も、売上好調のようだ。一着数千万ウォンする有名ブランドの洋服は簡

単に買えないけれど、そのブランドの香水なら手が届く。香水の香りだけでも身にまとい、最高級の洋服を着た気分、「プチ贅沢」を人々は楽しんでいる。

最近の「プチ贅沢」は、お菓子や香水に限らず、あらゆる分野で見られる。以前のように、マイホームを手に入れるといった大きな買い物から幸福感を得ることが難しい現代では、身近で手が届く贅沢から幸せを享受する形がマッチしているのだろう。

「プチ贅沢」を発掘して消費者に提供することは、小さいけれどとても価値のあることだと思う。



ドイツ伝統菓子  
『シュネーバレン』

### 目次：

アンニョンハセヨ KOREALレポート 29	1
現地発！ 台湾月刊レポート 88	2~3
東南アジアビューロー レポート 10	4
最新の上海 ～現地レポート～ 79	5~6

## 現地発！台湾月刊レポート 88 鳥取県物産展 in 台北

9月後半に、台北一の品質を誇る「微風広場」という百貨店で、鳥取県物産展が開かれた。私が伺った時は、まずまずの出足。ターゲット商品に対しては、なかなかの手応えであった。ただし、終了後の物産展反応をネットで調査してみたが、流行に結びつくまでは至らなかった模様。円安でとても大きなチャンスなので、もっと挑戦していただきたい。

### ■ 鳥取県物産展in台北ー微風広場

9月17日～30日まで台湾の百貨店「微風広場」で、鳥取県物産展が開かれた。私が伺ったのが、台風が台北を通過する前日の9月21日。風雨が相当強くなっていたが買物客はかなり入っていた。地下にある微風広場スーパーを正面から入ると、一等地に鳥取産の梨「新甘泉」がずらり。新甘泉のウリ文句は「革命の泉」。なかなか面白いフレーズだ。鳥取県のハッピーを着た鳥取県産業振興機構職員の方とアルバイトが、元気な声を上げて売り込んでいた。私も試食させていただいたが、とても甘い。直前に、6個入の箱が売れたとのこと。一箱1,800台湾元であるから、日本円では6,400円にもなる。味にうるさく好奇心に満ちた進取の顧客層がいると思われる。



新甘泉と販促を行うスタッフ

当物産展は新聞でも報道され、セールスコピーは「微風超市特別推出『日本鳥取縣物産展』，推薦鳥取新甘泉梨、鳥取紅楚蟹便當、鳥取乾燥菇」。訳すと「微風スーパーイチオシ『日本鳥取県物産展』、鳥取県産新甘泉梨を推薦、更にベニズワイガニ弁当、乾燥しいたけ」。

台湾在住者として正直に言えば、この期間は、贈答で財布の紐が最もゆるむ中秋節の直後。家庭や会社では儉約期間に入り、物産展商戦としては苦戦を強いられる期間だったため、台湾人購買動向が気になった。実際に現場を見ていると、対面販売がやはり強い。特に油物が大好きな台湾人にとって、目の前でジュージュと揚げたものは、魅力的でたまらない。実に美味そうであった。時期的にも、十数年にわたり下水油が台湾のほとんどの商品に使われていたことが判明していた直後。新鮮でキレイな油で揚げられた鳥取県産の商品は、心をくすぐったに違いない。



揚げ物の販促の様子

次頁へ続く…

食の安全を全面に打ち出し、試食を伴うものは、確実に購買に向かっていたようである。その他、人気商品は「カニの爪の肉」。これは即効で売り切れたとのこと。また、私も鳥取県に伺った時に感動した「ネギ醤油」は、既に売り切れていた。この味は、台湾での経験からいうと、大変なヒット商品になる可能性を感じた。期待の星の梨は、私が見ていた時は、韓国産等の安い果物がある中で、少々苦戦を強いられている感もあった。

印象としては、全体としては多少地味な印象を受けた。アルバイトがおとなしかったので、微風広場の求人募集内容を確認してみたが、日本語能力は問わず、時給115元(400日本円)では、いたしかたないところか。

微風広場自体では、Facebookでも積極的に物産展を発信しているが、コメントは一件のみ。鬼太郎大ファンの台湾人の「鳥取だ!鬼太郎は来ているの?」。「いいね!」は5件。物静かな高級スーパーなので、トリピーや鬼太郎、コナンが出る感じではなかったが、ひとひねりほしい感じであった。現段階で台湾のブログ等を検索してみたのだが、残念ながら本活動に対してのコメントは見つからなかつ

た。百貨店による物産展広告と同時に、鳥取県としても鳥取関連台湾人や鳥取留学経験者等のネットワークを活用したり、日本からでも可能なネット広告宣伝支援等の必要性を感じた。

## ■ 海外進出・展開のチャンス

話は前後するが、9月12日に新潟の銀行主催によるインバウンド支援セミナーがあった。私も講師として参加したのだが、当初40人程度の募集に対して、100名の参加申し込みがあった。参加者は、旅館、交通関係、小売等様々。内需、観光産業に期待する日本企業の方の熱い気持ちが伝わってきた。

円安のため、外国人にとっては、日本は大変に魅力的な訪問地となっている。台湾人のFacebookを見ても、円安台湾ドル高になるたび歓声を上げた書き込みが出ている。日本では、10月1日から、従来免税販売の対象となっていなかった消耗品(食品類、飲料類、薬品類、化粧品類その他の消耗品)を含めたすべての品目が新たに免税対象となった。

円安は、外国への商品輸出や販売にとって、またとない追い風である。ぜひ、挑戦してほしい。

現地広告チラシ



## 東南アジアビューロー レポート 10 毎年恒例の菜食週間「齋(ジェー)」

毎年恒例の菜食週間「齋(ジェー)」がやってきた。今年は太陽暦の関係から、9月24日～10月2日と、10月24日から11月1日の年2回行われることになり、齋(ジェー)が前後期と分かれるのは132年ぶりとのこと。この期間中は、中華系タイ人をはじめ多くの人が、肉や魚を食べない菜食生活を送る。バンコク市内では、ヤワラート(中華街)を中心に、三角の黄色い齋(ジェー)の旗を目印とした菜食を提供する多くの路上屋台やレストランが目立つ。

もともとは中国から渡って来た華僑が、自国の文化を持ち込んで始めたもので、その歴史はとても古い。この菜食週間は、太陽暦の9月1日から9日に行うとされている。期間中はただベジタリアンになればいいというものではなく、実は様々な決まりがある。例として、動物に危害を加えない、味の濃い料理を食べない、刺激の強いもの(玉ねぎやんにくなど)を食べない、動物性の油を使わないなどがあるが、厳密には10項目ほどの細かな決まり事がある。期間中は体を清めて邪を払い、無病息災を祈るという信仰だ。殺生をしないという理念から野菜だけを食し、体を清めるため、悪いことを言わない・考えない、色のついた服を着ない(白い服を着る)、男女の交わりを禁止するなどがある。このように、細かい決まりはあるが、そこはタイ人らしく、菜食期間中であっても活気があり、華やかなお祭り行事といった印象を受ける。

食事時になると、菜食屋台の周りには、女性を中心に客がごった返す。一見、普段のタイ料理と見分けが付かないが、多くは大豆加工品を使った精進料理だ。日本の煮物に似た大根と青菜の煮物は定番で、どこの店でも人気だ。その他、大豆から作ったひき肉状のものとバジルの炒め物、黄色い太麺の焼きそば、カレー類もある。基本的にタイの白醤油味が多く、肉を使わない分、大豆油を多く使っているせいか油っこい気もするが、醤油ベースは日本人には馴染みやすく意外に好きな人も多く、タイ滞在の日本人の中にはこの時期を楽しみにしている人も多い。

コンビニエンスストアやスーパーマーケットでも、「齋(ジェー)」マークの付いた黄色のパッケージ商品がずらりと目立つ。インスタントヌードル、パン

類、菓子類と種類も豊富だ。野菜、果物コーナーも目立つ場所に陳列され、いつも以上に活気にあふれている。

レストランでも、タイ料理であれば、必ず菜食週間特別メニューが用意される。最近では、日本食レストランでもこの機会にちなんでベジタリアン特別メニューを用意しているところもある。

カシコン・リサーチ・センター(カシコン銀行傘下の調査会社)は「今年の齋(ジェー)での一日あたりの支出は、一人240バーツ」と予測。ちなみに、タイ商工会議所大学の経済ビジネス予測センターでは、2回の菜食期間中に、「齋(ジェー)」関連の出費が、昨年比約27%増の512億7000万バーツ予想されると発表した。これは、今年の菜食期間が前後期に分かれたことが理由と考えられ、実質的な伸び率は過去7年で最低とのこと。その原因として、政治混乱による景気停滞と物価高による飲食費の高騰が挙げられている。



黄色の齋(ジェー)の旗が目立つ飲食店

## 最新上海 ～現地レポート～ 79 日系スーパー「アピタ」が中国進出1号店オープン

9月26日に、ユニーグループホールディングス（本社：愛知県）の大型総合スーパー「アピタ1号店」がオープンした。ここがユニーグループとして中国本土初出店となる。場所は、地下鉄2号線「婁山関路」に連結している「金虹橋国際中心」の地下にあり、周辺住民のほか、会社帰りのホワイトカラー層の利用も多いだろう。

### ■「アピタ」が入居する金虹橋国際中心の紹介

金虹橋国際中心は地下2階から地上4階を占めるショッピングモールエリア「アークウォーク（金光緑庭広場）」と上層階のオフィスエリアで構成される総合商業ビル。アークウォークの地下1階から2階が、ユニーグループ現地法人の優友（上海）商貿有限公司が運営するショッピングモール「アピタ」となっており、地下2階にオープンしたスーパー以外のところも、テナントの募集や誘致を行っている。

このほか、ビルの地上1階から4階までは、「アピタ」ではないが、商業テナントとして、化粧品・アパレル関連・飲食店の出店が計画されている。上階層には、約7000人が働くオフィスエリアとなっており、ユニチャーム、NEC、BMWなどが入居している。

### ■アピタ1号店について

26日にはスーパーだけのオープンであったが、順次飲食店もオープンしていくようで、「日本おしゃれグルメ体験」と名づけられた飲食店エリアが準備中であった。フードコートスペースも用意されている。

アピタは、アパレル・雑貨関連やベビー・キッズ関連の出店エリアとなる地下1階の「プレジャーライフ」ゾーンと、食品販売や飲食店の出店エリアとなる地下2階の「ライフマーケット」ゾーンに別れており、スーパーは地下2階にある。

スーパーの入り口にはイベントスペースが二箇所設けられており、うち一箇所では、オープンから国慶節（中国の建国記念日）連休にかけて、日系食品を取り扱う貿易会社が「日本フェア」を開催しており、もう一箇所ではマグロの解体ショーと試食が行われていた。

### ■ターゲットと差別化

アピタがある虹橋エリアは近年、小売業の進出が加速している小売激戦区で、隣接するパークソン（マレーシア資本の百貨店）、久光百貨のスーパーが入っている虹橋尚嘉中心（通称、ルイヴィトンビル）、高島屋など比較的高級層を対象とした商業施設が建ち並んでいる。また、ここには日系企業や外資系企業が入居する



イベントスペース①「日本フェア」の様子



イベントスペース②「マグロの解体ショー」

高級オフィスビルが集積しているだけでなく、中級・高級マンションも多く建ち並び、周辺住民が多いため、小さな商店や市場も多い。アピタは、サービスや品質は日本式であり、ローカルの商店や市場よりも高いが、周辺の久光スーパーや高島屋よりは価格帯を抑えているようだ。

ちなみに、上海には高級日系百貨店がいくつかあるが中級層も対象とした日系スーパーはこれまであまりなかった。上海の外資スーパーといえば、テスコ（イギリス）、カルフル（フランス）、ウォールマート（米国）などが大衆向けスーパーとして定着しているが、アピタは高級スーパーと上述の大衆スーパーの間に行く、一般市民が普段の買い物でも利用できるスーパーである。



お菓子や調味料などの輸入食品コーナー

【アピタ（雅品嘉）】

住所：上海市長寧区茅台路179号

金虹橋国際中心地下1・2階

（最寄駅：地下鉄2号線婁山関路駅から連結）

電話：86-21-5206-8888

HP：[http://archshanghai.com/shopping/shopping\\_supermarket.aspx](http://archshanghai.com/shopping/shopping_supermarket.aspx)

【チャイナワーク 孫 光】

● 編集後記 ●

台湾物産展が行われた9月、台湾は連日夏日を記録する厳しい暑さが続いたが、物産展もそれに劣らず活気に満ちていた。

販売促進活動を行っている中、中国語よりも日本語で呼びかける方がお客様の反応が良く、台湾の親日ぶりを感じた。特に県内企業が販促活動を行った20、21日の2日間の売上げは上々だったようで、微風広場側からも好評をいただいた。

今回の台湾レポートにあったように、一般客向けのPRについては、インターネットや人脈の活用などの取り入れを検討するなど、今後へつなげたい。

**本誌は、皆様から内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしております。**

公益財団法人 鳥取県産業振興機構  
とっとり国際ビジネスセンター

住所 境港市竹内団地255-3

Tel 0859-30-3161

Fax 0859-30-3162

Email kaigai@toriton.or.jp

URL <http://www.tottori-kaigai.com/>