

オンラインセミナー開催レポート ～「ららぽーと上海金橋」オンライン視察会～

2022年1月14日（金）に、中国・上海市で三井不動産グループが運営する複合商業施設「ららぽーと上海金橋」オンライン視察会を開催しました。

本視察会では、オンラインで館内の様子をご覧いただきながら、「世界の市場」へと変貌を遂げた中国消費市場の現状をご紹介します。また、小売業や飲食業の方々が中国進出を行う際に活用できる、当施設内のテストマーケティングスペースをご案内しました。

◆館内オンライン視察

「ららぽーと上海金橋」は、ファミリー層を中心に、平日は約1万～1.5万人、週末の多い時には3万人以上の来場があります。本視察会の当日も、館内は賑わいを見せていました。

ゼロコロナを目指す中国では、商業施設に入館する際、体温検査に加えて、スマートフォンのアプリで、新型コロナウイルス感染リスクの状況を示す「健康コード」を提示する必要があります。また、中国の電気自動車メーカーのショールームが複数出店している等、中国の商業施設ならではの特徴が見受けられました。

一方で、ユニクロをはじめ、日本企業も多く出店しているほか、日本語の館内放送が流れる等、中国に居ながら、日本の商業施設に来たような感覚にもなります。また、ショッピングの際にゆっくりと休憩できるベンチが通路中央に設置されている等、日本の商業施設の良い部分を取り入れ、他の商業施設との差別化が図られていました。



< 施設概要 >

三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋

所在地：上海市浦東新区新金橋路738号
(上海浦東国際空港より車で約30分)

開業日：2021年4月28日

延床面積：129,000㎡

店舗数：約180店（うち日本企業約35店）

駐車場：約1,000台

周辺人口：3km圏内36万人
5km圏内85万人



7 F	<フロアガイド>		映画館
6 F	エンターテインメント	飲食	
5 F	飲食	フードコート	飲食
4 F	物販（インテリア・雑貨・書籍）		サービス （ヘルス&ビューティー）
3 F	エンターテインメント	物販 （スニーカー・アウトドア・グッズ）	サービス （ベビー&キッズ）
2 F	物販（ファッション・雑貨）		スーパーマーケット
1 F	物販（ファッション・雑貨）		
B 1 F B 2 F	駐車場		



◆テストマーケティングスペース

当施設の2階には、数週間から数ヶ月の短期利用が可能なテストマーケティングスペースが設けられています。シンク、冷蔵庫が設置してあるほか、IH調理器を利用して加熱調理を行うこともできます。また、イートインスペースもあるため、物販はもちろん、飲食店が中国進出を行う際のマーケティングにも活用できます。

これまでに、ラーメン店やたこ焼き・たい焼き店等が出店した実績があり、いずれも多くの来客で賑わったとのことです。

ローコストで出店でき、消費者の反応を確認できるテストマーケティングスペースは、中国市場を目指す企業の第一歩として有効です。

◆イベントスペース

テストマーケティングスペース以外にも、1階中央入口を入るとすぐに広々としたイベントスペースが用意されており、物販イベント等を行うことができます。これまで、熊本フェアや、ガンダムプラモデル大会の表彰式等、様々な用途に活用されています。視察会当日には、上海の大学生が制作した芸術作品の展示が行われていました。

また、各階の通路中央部分等も利用可能となっており、イベントの規模や用途に合わせて、開催場所の選択ができます。



◆日本食レストランエリア

当施設5階には、日本食レストランエリアがあります。定食屋、回転寿司、焼肉店、ラーメン店等、有名チェーン店から中国初進出の企業まで、様々な店舗が軒を連ねています。入口で店員が「いらっしゃいませ」との声をかける店舗もあり、日本らしさが演出されています。季節限定商品や日本米の提供等、各店舗がこだわりの料理を提供しており、中国人が求める日本食のレベルが上がっていることが伺えます。新型コロナウイルスの感染拡大により、日本への旅行が出来ない分、「本格的な日本料理を食べたい」とのニーズも増えているようです。

全店舗のうち約半数は日本人が常駐し、管理を行っているとのことでした。



◆入居飲食店経営者インタビュー



当施設に九州長崎沖縄料理「勝 Katsu」を出店する勝山亮様にインタビューを行い、ららぽーと店の状況や、上海で日本料理店を始めてから28年目を迎えられ、東南アジアや欧米等でも店舗経営をされてきた勝山様から見た、中国における日本食の可能性等について伺いました。

ららぽーと店の来店客は80～90%が中国人で、次いで西洋人が多く、日本人が最も少ない割合とのことでした。商業施設内でありながらも、徐々にお酒を飲む顧客が増えてきたとのこと。リピーターが定着したこともあり、売上は好調に推移しているそうです。

また、新型コロナウイルスの影響で東南アジア等、他国の店舗が大きな影響を受ける中、中国の店舗については売上が伸びており、改めて「中国の消費力の高さを目の当たりにした」とのお話がありました。

中国におけるこれからの日本食市場については、「ここ数年で都市部に限らず、中国全土で日本食に対する認知度が高まり、全国各地で日本料理店を目にするようになった」「中国における日本食の更なる可能性を感じている」と話されていたことが、大変印象的でした。

今回、「ららぽーと上海金橋」オンライン視察会を開催し、中国消費市場の魅力と、小売業や飲食業が中国進出する際の、アプローチ手段についてお伝えしました。

テストマーケティングスペースやイベントスペースなど、本施設の活用についてご興味・ご関心をお持ちの企業様には、当施設のご担当者様をご紹介しますので、まずはお取引のある弊社営業店へ、お気軽にお声掛けください。

(上海駐在員事務所 小林 史明)



【お問合せ先】

七十七銀行 市場国際部 アジアビジネス支援室
TEL.022-211-9880

【Global Letter NEXT ホームページ】

その他の記事はこちらからご覧ください。

https://www.77bank.co.jp/kokusai/globalletter_next/



本紙記載の内容につきましては、当行が信頼できると考える情報に基づき作成しておりますが、その正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。法律上、会計上、税務上の助言を必要とされる場合は、それぞれの専門家にご相談いただくようお願い申し上げます。