

「中国食品ビジネス先進事例視察 in 上海」 レポート

＜視察者概要＞

区 分	内 容
業 種	農家 ・ 製造業 ・ 商社 ・ 支援機関
品 目	日本茶
輸 出 経 験	中国以外への経験あり・中国への経験あり(コロナ前のみ・現在も継続中)

＜視察全体を通じた感想等＞

とても素晴らしく意味のある視察だったと思います。

全く無駄の無い安全なバス移動、十分に整った安全な宿泊ホテル、それらへのアテンドもとても信頼出来ました。現地を知る上海事務所様、現地での輸出経験豊富な通商エキスパート様のダブルでのご案内は、言葉の壁も心配する事はありませんでした。

意味のある的確な場所へご案内して頂く事も出来、且つ バス移動におけるバス内での視察場所の事前説明や、視察箇所での詳細な説明などもありとても理解し易く勉強になりました。

また参加者も輸出経験ある方もいて、参加者間でもコミュニケーションを計る事が出来た事も良かったです。

バス、ホテル、ロケーション、それに伴う上海事務所様のホスピタリティが非常に高く、現地視察に集中する事が出来ました。

またこうした機会を頂ける様であれば、是非参加させて頂きたいです。

今回はとても良い勉強をさせて頂きました。有難う御座いました。

＜個別視察先報告＞

区 分	内 容
視 察 先 名 称	食品市場（華環真北隣里中心）
感想・認識変化	上海のローカル市場を視察させて頂きました。 野菜、果物、魚介類、肉類、既に調理された日本と言ういわばお惣菜的なエリアの大きく分けて5つのセクションがありました。 この5つのセクションを取り囲む様に、料理の際に使用する調味料やお茶などは市場の側面に配置されており、何処に何があるかととても分かりやすいエリア分け、且つ動線となっていました。 日本の一般的なスーパーや市場と比べ、圧倒的な量を取り揃え、価格もスーパーマーケットに比べて安価で販売されていました。 しかしながら、野菜や果物と言った生野菜の真横で、生肉や生魚を裁いたりしている環境は決して良いとは言える環境ではありませんでした。 肉や魚を裁く、パッキングする、これらが全く同じ場所で行われており、使用した刃物や洗浄した液体はそのまま地面を巡って生鮮類のエリアへと伝ってしまふ。日本では許されない不衛生な環境であり、食品自体の賞味期限や安全性

	の確保は難しいと思いました。これらで食中毒になった場合の補償はどうなっているのか。 中国では今まで以上に貧富の差が大きくなっている現状があり、それは上海市内でも同じであるとの事。こうした衛生面は難しいながらも産地直送で価格重視の市民の見方の様な市場は、とても重宝されていると言う現状を把握する事が出来ました。 一方で不衛生な環境での食材は決して良い物とは言えないので、今後この様な市場がどう変化して行くのかも今後きになるところであります。	
写真・コメント	市場は通常のスーパーと同じく野菜コーナーから始まっており、整理された野菜達が並んでいた。緑、白系の葉野菜、赤、紫などの色物野菜はまた別でまとまっており、色別でも分かりやすく分けられていた印象でした。	
	市場側面には中国全土から集められたであろう料理の際に使用する様々な香辛料を取り扱う店舗が並んでいた。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	中国系商業施設・スーパー（環球港 Ole）
感想・認識変化	大型商業施設 Global Harbor 内にある Ole' food hall というスーパーマーケットを視察させて頂きました。 先程の華環真北隣里中心の市場とは全く異なり、立地は地下鉄の真向かいと言う好立地にあり、圧倒的な存在感と豪華絢爛な内装の大型商業施設内に入ったスーパーマーケットでした。 施設を訪れているお客様方は中間層以上の方々の様に感じました。 Ole' food hall は日本人でも馴染みがある様な高級なスーパーマーケットの印象で、清潔感がありとても綺麗に整理されていました。 通路も日本の高級スーパーに比べてとても広く設けられており、人との接触も無くゆったりと見る事が出来る広さとなっていました。 始めは高級スーパーと言っても雑なイメージを持っていましたが、実際に足を運び様々な食材を目にする事で、それは間違いだった事に気づかされました。 中国系スーパーと言う事もありメインは中国メイドの物が大半を占めている印

	象でした。 大型商業施設 Global Harbor では様々な中国系飲食店が並んでいる中、いくつかのティースタンド店も目にする事が出来ました。中国茶をベースに様々なフルーツを使用したフルーツティーやフレーバーティーが多く展開されていました。こうしたティースタンドは日本では見かける事が無いのでとても参考になりました。 日本人はコーヒーショップへの依存率が非常に高いので、中国の昨今の健康に対する意識の高さをリスペクトし、日本では日本茶メインのティースタンド等があれば茶業界を盛り上げれるきっかけになるのでは無いかと思いました。	
写真・コメント	綺麗に陳列された中国茶。 日本との包装形態の違いとして... ・日本茶＝袋包装 / 中国＝箱 or 缶 実用性よりも見た目を重視している仕様がが多い	
	商業施設内の飲食エリアにはティースタンドが点在しており、ライフスタイルとして中国茶との距離感がとても近い印象でした。 若い世代にもマッチする様に見せ方がとても上手かったです。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	外資系商業施設・スーパー (ALDI)
感想・認識変化	ドイツのスーパーマーケットブランドとなる ALDI。 コンパクトな店内には高品質な食材が手ごろな価格で並んでいました。 日本食材は特に置いていませんでしたが、イオンのトップバリュの様な ALDI オリジナルブランドも展開されていました。 同じ様な商品でもこのオリジナルブランドになるとよりお手頃で購入しやすい価格になっていました。肉類は中国産を綺麗にカットされており、使い易いサイズ、使い切りサイズ等でパッキングされていました。 調理仕立ての出来立てのお惣菜なども多く並んでいるのも印象的でした。 主婦のみならず、サラリーマンの男性も非常に使い勝手が良いスーパーマーケットなんだと感じました。 また入り口から外部の風や埃などを入れない様な対策として分厚いクリアのカーテンもされており、衛生面も考えられているんだと感心しました。 また決済端末は各スーパーマーケット同様に AliPay、WeChatPay となってお

	り、そのレジも大型モニターで見やすく全てセルフレジ化されていました。 日本ではようやくセルフレジのインフラが整ってきている所ですが、中国はもう数年前から導入されており、誰もがキャッシュレスで、セルフレジが当たり前、現金決済が可能な場所、現金決済を望む人は一度も見er機会は無く、完全に徹底されていました。その為、スマートフォンが生活のインフラに欠かせない物となっている現状を肌で感じる事が出来ました。 また、このスマホに対するバッテリー上がりを防止する策として、各飲食店や店舗には貸出式の充電機もセルフ式で導入されており、この機械は中国市場においてマストと言う事も勉強になりました。	
写真・コメント	ALDI オリジナルブランド。 お菓子、おつまみ、メイン食材、等 様々な展開をされていてファンも多くいるのではないのでしょうか。	
	大型モニターのセルフレジ。 全てがスマート化されており先進的。 防犯カメラも様々な場所に設置されている事で防犯対策も出来ている。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	日系商業施設・スーパー（高島屋）
感想・認識変化	中国の商業施設に比べると無駄の無いコンパクトな実用的な作りと言える内装となっていました。日本人が行きなれた王道の百貨店そのものと言えます。 しかしながら、来場数は他の中国系商業施設に比べて少なく売上も良くないとの事。それは立地と施設の作りに関係していると言う事を聞きました。 駅直結や徒歩1分以内等の立地では無い為、集客が難しい様です。 また陳列されている商品も確認させて頂きましたが、日本の2倍以上はする物価となっており、上海に住んでおられる日本人は勿論、中国人も高価格帯すぎて購入はしない印象を受けました。 急須1つ10,000円以上、日本茶業界では見慣れたHARIO製のフィルターインボトルも1本4,300円。この様な価格帯ですべの日本製の物品が販売されている訳で、人が入らない理由にも納得が이었습니다。 またコロナ前と比べて駐在する日本人の数も減少しており、高級な日系商業施設へ出向く方の全体的な数字も落ち込んでいる事が背景と言えるかもしれ

	ません。 中国全土において就職難な状況が続いているとの情報もあり、優良企業に就職し高収入を期待できる人はごく僅かとなっている為、特に外国製の贅沢品や嗜好品の需要率も低下していると考えられます。 今後この状況は更に悪化するとの予想もある為、高価格帯では無く、高品質且つ低価格の量産型商品に需要が高まる可能性があります。 こうした状況情勢を理解した上で、輸出の取組において何が最善かを把握し予想する事が今後課題となって来るだろうと思います。	
写真・コメント	日本製の茶器陶器類。 10,000 円以上の商品が殆どであり、日本茶の輸入規制がある状況でこの様な高級品は絶対に需要は無いと感じました。	
	HARIO 製品。 日本では需要がある商品達ですが価格は2倍以上。売れ残りで不人気カラーのフィルターインボトルは割引になっていました。それでも売れていない現実。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	静岡県上海事務所 / JETRO 上海事務所
感想・認識変化	静岡県上海事務所と JETRO 上海事務所、その両方が同じビル内にあると言う事で両方に訪問させて頂きました。 メインは JETRO 上海事務所での下記におけるヒアリングとなりました。 ・中国の経済状況、中国向け日本食品輸出の状況 ・国内企業向け JETRO の支援内容 全体的には各種輸出産業は一定水準をクリアしている状況の中、日本産の食品のみが落ちている状況との事でした。海産物に関しては原発事故の処理水排水問題によって、全面禁止は今もまだ解除になっていない状況との事。 香港であれば関東と東北 10 都道府県の海域以外の海産物の輸出規制は解除され、自由貿易が再開しているものの本土では解除の見込みは無い様です。 また輸入では無く自国生産品を扱う様になってきており、何でも輸入しているのでは無く必要な物のみを的確に輸入する様に変化して来ている様です。

	また茶業に関して質問させて頂き回答を得る事が出来ました。 単刀直入に言えば“日本茶葉は輸出が出来ない”が正しいです。 この状況は数年前から全く変わっておらず、直近でこれが変わる事は無いだろうとの見解でした。政府機関が NG を出している以上、何をどうやっても輸出する事は不可となります。但し、これは茶葉やパウダー等で用意した場合は難しいとの事。加工し液体抽出させた場合はペットボトル同様に清涼飲料水として輸出が可能となる点も把握しました。よってボトルティーであれば展開が可能となる為、興味ある企業へアプローチする様に進めてみたいと考えています。	
写真・コメント	静岡県上海事務所。 上海において静岡県を発信して頂いている貴重な事務所へ案内して頂き訪問させて頂きました。	
	JETRO 上海事務所。 上海の飲食業にフォーカスさせた現状をヒアリングさせて頂きました。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	日系商業施設・スーパー（Apio）
感想・認識変化	日系のアピタが元となった Apio に訪問させて頂きました。 高島屋の様な高級百貨店のイメージから、親しみがある一般的な商業施設と言える作りで、現地の方々も多く利用されていました。 普段からも利用者数は多いとの事で、土日や夕方には日本人も多く利用する人気の場所との事でした。 様々な日用品なども販売されている Apio ですが、食品フロアにはスーパーマーケットも広々と展開され、その隣にはレストラン街もかなりの店舗数が入っていました。テナントの空きも無く、全てが埋まっている事から、この場所での人流はとても良い事が理解出来ました。 レストラン街には静岡のトンカツ屋さんも出展されていましたが、厳しい中国の食品規制により、現地食材を上手く使用して静岡の店舗の味に近くしてお客様に提供してる様でした。 その他日本企業の飲食店も数多く入っており、日本食の人気の高さを改めて確認する事が出来ました。

	飲食店だけでは無く、自身注目しているティースタンド店もいくつも入っていました。全て中国茶を主としており、それをベースによりスタイリッシュに、よりファッショナブルに様々な仕様で販売されていました。 商品自体の茶葉などの拘りは店舗毎に様々ですが、注目すべきはそのパッケージにあると感じました。どのティースタンド店もとにかくお洒落な印象で、老若男女問わず買いたいと思わせる様なビジュアルでした。 日本茶＝地味、The 緑。と言う古めかしい考えでは無く、ファッショナブルに新しいドリンクとして日本茶も見せていく必要を感じました。	
写真・コメント	パッケージがお洒落なティースタンド。 中国茶をベースにラテやフラペチーノなどを展開していた店舗。	
	中国茶をベースとしたカラフルな色味のフルーツティーや、シックなパッケージデザインのティーが多く展開されていた店舗。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	その他（千霞社区長者食堂）
感想・認識変化	住宅地エリア内に点在すると言う千霞社区長者食堂に訪問させて頂きました。 日本国内でも少子高齢化が問題視されている昨今において、日本には無い中国独自のシステムとなる低所得者を支援する為の食堂となります。 この食堂は居住区 500m置きに配置されており、高齢者でも徒歩で移動出来る距離としてとても利便性に特化した食堂との事でした。 早朝、お昼と営業をされており、一食あたり日本円で 600 円前後で食べる事が可能で高齢者にはとてもリーズナブルで人気とのことでした。 価格だけでは無く、身体を第一に考えて調理されている様で、塩分過多や栄養の片寄りによる不健康を無くす為に計算されたレシピで食事を作っているとの事でした。まさに日本では学校給食に近い物がある様に感じました。 また高齢者だけでは無く、経済的に厳しい若い世代や、労働者や軍人も使用出来る食堂と言う事も有り、食事時にはとても繁盛している様です。 安価な場合、気になるのが衛生面です。

	食堂内見せて頂きましたが、安価な食堂とは思えない程に整理され とても綺麗な食堂でした。朝の営業が終わったタイミングでの訪問で、丁度掃除や整頓、昼営業に向けての準備をされている所でした。毎食後この清掃をしているならば衛生面も全く問題無く安心して使用出来る、本当に良い食堂なんだと再認識させられました。 これらは一般企業などもサポートして、こうした優しい食堂を運営している様でした。我々日本人も少子高齢化になる時代を考えて、こうした中国の取組を取り入れて助け逢える社会づくりを行う必要が有ると感じました。	
写真・コメント	約 500m 置きに点在すると言う食堂。 このエリア内の市民や労働者、軍人をサポートするととても素晴らしい環境整備がされていました。	
	メイン料理と様々なお惣菜から自分好みにチョイスが可能な食堂。 カロリーや塩分など健康にも配慮された食事が提供される事もポイントでした。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	外資系商業施設・スーパー (Sam`s クラブ)
感想・認識変化	日本には進出していないアメリカ企業の大型スーパーマーケット Sam`s を訪問させて頂きました。その仕様はコストコとほぼ同じでした。 倉庫スタイルでパレットでの陳列方法となっていました。 ただ大きく違うのはアメリカ製品だけではなく、中国製品も多く扱われている点でした。中国人からすれば身近な自国商品も購入出来ると言う事もあってか、平日にも関わらず多くの家族や友人達の来客が印象的でした。 そして驚くのは会員証は1名だけ持っていれば、何名でも一緒に入場する事が出来ると言う点でした。これは中国人の気質に合わせた対応の様で、会員制と言えば特別感を出せる反面、制限を設ける事で集客の障壁ともなり兼ねない。中国市場を理解しての配慮は見習うべき参考点と言えました。 ルールはその国ごとに設ける事で、的確に集客収益に結び付けるロジックを理解する事も出来ました。

	また規格サイズのパレットに合わせた各メーカーの化粧箱にも注目しました。隙間なく綺麗に配置された化粧箱は正確な廻しと段数で、どんな商品であっても同一の幅、高さとなっており、パレット積み自体が規格サイズと言う事です。正確なパレット積みが出来ている事で、海運する際のコンテナサイズに的確に合致させる事が出来、作業効率向上や無駄なスペースを抑える事が出来ます。弊社でも国内では運送会社の規定サイズに合わせた段ボールをオリジナルで製作し使用していますが、海外対応させ大量生産する場合はこのパレットサイズの規格を頭に入れて製作する必要性を改めて知る事が出来ました。	
写真・コメント	コストコ同様のパレット配置。 置いてある物はアメリカ製、中国製が混在していてとても新鮮な光景でした。	
	マーケット自体も広く綺麗に整備されており、通路も非常に広く、まとめ買いする家族や友人達が多くいました印象でした	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	中国系商業施設・スーパー（龍之夢フーマー）
感想・認識変化	大型商業施設内のスーパーマーケット Premier に訪問させて頂きました。ハイブランド系では無く、スタンダードラインのファッションや雑貨が集める言わばラポート的な商業施設となっていました。この地下エリアに Premier はありました。これまで回って来たスーパーマーケットとは異なり、入って直ぐの場所に生花が多く販売されていたのが印象的でした。 この Premier も中国系となっている為、置いてある商品はほぼ中国製造の商品が殆どとなっていました。 菓子パン、惣菜パン、お惣菜的な物まで、その場で調理された物がガラスケースで販売されている光景は、まさに日本と全く変わらなかったです。 日本での中国人の悪質なイメージなど全く無く、お客は静かに品定めし必要な物を購入されていました。また価格帯も一般的な日本のスーパーマーケットと変わらずでした。 飲料コーナーを見てみるとコーラ、ペプシ、カルピス等 普段日本でも目にする

	商品が多く並んでいます。これら原産国を確認すると全て中国製。 日本と同じく大量消費される商品は全て自国製造の様でした。 お茶については全て中国茶を使用した烏龍茶やプーアル茶等でした。 またその中には日本茶では出来ない面白い仕様の物もありました。 茶葉をそのままペットボトルに入れ込んで抽出させたお茶です。 HARIO 製のフィルターインボトル同様の作りのフィルターがキャップの真下に付いていました。日本茶の特性上 日本茶では不可能な仕様ですが、こう言った発想やデザインは中国独自と言え とても勉強になりました。	
写真・コメント	茶葉がダイレクトにペットボトルに入った仕様はまさに中国独自の販売方法。 抽出され続けた茶葉や光等に触れる事で茶葉への影響は？劣化や味の変化はどうなっているのかが気になるところです。	
	ペットボトルは全て中国製。 飲料のみならず、食品類も中国製が殆どを占めていました。自国生産で自国消費。日本の食材の輸出先は何処がベストなのか？今後も調査を続ける必要性があります。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	中国系商業施設・スーパー （第一百貨）
感想・認識変化	100 年以上の歴史がある大繁華街である南京東路。 そこに 76 年前に建てられた歴史的建造物でもある、中国系商業施設である第一百貨店に訪問させて頂きました。 その前身は 1936 年開業の“東洋のパリ”とも称された大新と言う百貨店の様で、通算 89 年もの長い歴史がある百貨店となります。 外装の作りもレンガ作りとなっており、その歴史を感じる事が出来る外観となっていました。 本館以外に別館も 2 棟立っておりその長い歴史の中で成長し続けている大手と言うのを感じる事が出来ました。 館内には観客没入感型の劇場も備わっており、劇場開園時には多くの若者が訪れると言う事でした。その他 日本のアニメ文化やフィギア等の店舗も多く、週末にはインフルエンサーを起用してイベントを開催するなど若年層の取り込みにも意欲的な百貨店だと言う事でした。

	静岡にはありませんが、東京ではこの大きな規模感でお台場のイマーシブフォートが有名です。 この館内にはデパ地下となるスーパーマーケットは無いとの事でした。飲食料品が無いにも関わらず、半数が現地の方々、半数が旅行客などで構成されており、年間売上も数百億円規模との事でした。 古くからある街において、その街のランドマークとしても今尚輝き続ける百貨店を見る事が出来たのはとても考え深い物がありました。同時に南京東路を見て歩く経験が出来た事も上海を知る上でとても勉強になりました。	
写真・コメント	76 年前に建てられたレンガ作りの歴史ある第一百貨店。 高級ブランドから若年層まで楽しめるコンテンツを盛り込んだ今の時代のニーズをキャッチした大手百貨店でした。	
	代表者の方から第一百貨店の説明がありました。経営状況や売上、来場客などの詳細な内容を参加者一同で勉強させて頂きました。	

区 分	内 容
視 察 先 名 称	その他 (CHAGEE)
感想・認識変化	中国茶をベースにミルクティーを格安提供する霸王茶姬 (CHAGEE) を体験しました。そもそも日本では考えられないシステムにも驚かされました。 レジは存在しておらず、メニューの注文は全て QR コードから読み取り自身で飲みたいドリンクを選択し決済を完了させます。 決済が完了するとオーダー番号が表示され、カウンター上部のモニターに番号が表示されたら取りに行くと言う超シンプルスタイルでした。 オーダー完了後には前方に何名待機していて、完成まで何分掛かるかの詳細な表示までされます。 企業としてはレジ作業に人が取られる事無く、製造オペレーションに集中出来る仕組みが構築出来ていて、無駄の無いシステムに驚きました。 昨今日本茶業では抹茶需要が凄い流れではありますが、自身は煎茶で戦いたい考えがあります。“質より量”のスタイルではありますが、様々な中国茶をベースにミルクを配合させたり、フラペチーノにしたりと、言わば中国茶のスタ

	バとも言えます。 日本茶(煎茶)の可能性はまさに中国茶と似ている物があると考えています。 抹茶には出来ない表現が煎茶には出来、CHAGEE の様な様々な横這い展開が出来るポテンシャルがあると思っています。 日本茶は日本文化にも関わらず、日本にはティースタンドが無く、人々と日本茶との距離感が非常にあると思っています。この距離感を埋める為にこの様なティースタンドが大きなヒントになると勉強させて頂きました。	
写真・コメント	中国全土に数千件の店舗を構える CHAGEE その店舗毎にお洒落な内装で客を迎え入れてくれます。	
	メニュー表は理解すればとてもシンプル。 温度、糖度、を好みに調整出来るのが魅力で お茶の楽しみ方が増す効果的な方法。	