

海外進出最前線

大連編

トリゼンフーズ株式会社 大連鳥善餐饮有限公司

はじめに

2010年7月、大連市に「博多華味鳥大連店」がオープンしました。本場博多の水炊きやもつ鍋を味わえることもあって、大連でも非常に人気のある日本料理店となっています。

今回は、この「博多華味鳥」を経営されているトリゼンフーズ株式会社を紹介します。

当社は、1949年に福岡市にて創業し、「博多華味鳥」ブランドをはじめとする飲食事業や養鶏事業、食肉販売事業、加工食品販売事業等を行っている企業です。当社代表取締役の河津社長に、大連進出のきっかけ等についてお話を伺いました。

進出のきっかけ

中国進出のきっかけは、博多の郷土料理を人口14億人と巨大なマーケットである中国にて普及させたいとの思いからでした。また、その中でも大連を選ばれた理由としては、日本企業が多く親日的で、且つ鍋料理の文化もあることから、当社の看板料理である水炊きが受け入れられ易いとの判断によるものでした。

入念な事前の準備等もあって、店舗も無事オープン出来たうえ、1年経過したことで順調に認知度も向上してきており、来店客も増加しています。現在では来店客の

約半数が中国人であり、口コミでの評判も広がっています。また、中国人顧客に人気のある高級日本酒や金箔入り日本酒の取り扱いを増やす等、顧客目線に合わせたサービスの提供に注力されていることも、来店客の増加に繋がっています。

一方で、ご苦労されている点についても伺ったところ、大連でも日本同様の接客サービスの提供に努められていることから、中国人従業員の接客レベルを日本と同じ水準まで高める必要がありますが、そもそも接客に対する考え方が日本と中国では異なる為、従業員教育で苦労されています。

しかしながら、従業員との日々のコミュニケーションを密にすることを通じて、接客レベルが向上するよう努力されています。

今後の展開

今後については、大連市に4〜5店舗、更に東北地区各地への出店も検討されています。より良いサービスを提供するには、顧客の生の声を聞き、反映させることが大事との考えから、店舗を情報収集の場としても重視されています。

更に、中国での店舗展開だけでなく、食品製造等といった新たな分野に進出されることも模索されています。河津社長は、「大連市で約620万人、瀋陽市で約780



左より、劉女将と馬料理長

最後に

万人という巨大マーケットでのビジネスチャンスに対し非常に期待しています。ただ、中国でのビジネスは未知数でもある為、事業展開の成功には、より一層の人材育成も必要になってくると思っています。」と語って頂きました。

大連は、日本と歴史的な繋がりが深いことから日本食文化も根付いています。

その中でも、華味鳥の水炊きは評判も良く、中国人顧客にも受け入れられています。今後の更なる店舗展開により、中国に水炊きの文化が根付くことで、当社の事業が更に拡大することが期待されます。

(大連駐在員事務所)

宮城 正志

プロフィール

現地法人名：大連鳥善餐饮有限公司
住 所：大連市中山区明澤街39号
T E L：+86-411-8281-2007
F A X：+86-411-8281-2007
親会社名：トリゼンフーズ株式会社
住 所：福岡市博多区千代1丁目8-13
T E L：092-641-6301
F A X：092-641-1278

大連のエコ商品事情

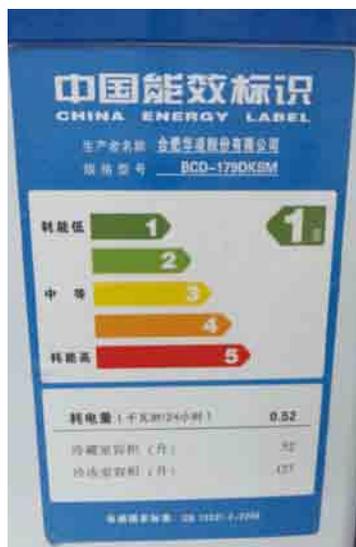


図1 エネルギー効率ラベル

はじめに

経済発展が著しい中国では、市民の生活も豊かになってきている一方、環境破壊等への対応策の重要度も増してきています。それに伴い、節電に対する意識も高まっており、省エネ家電等のエコ商品のニーズも増加しています。

今回は、大連の家電量販店でのエコ商品の販売状況、また中国におけるエコ商品の将来性についてご紹介致します。

大連のエコ商品販売状況

中国では、省エネ家電を選ぶ際の判断材料として「5色の棒グラフ」シールがあります。これは、家電の消費電力量を1級から5級までの5段階で評価した「エネルギー効率ラベル」と言われるものです。(図1)

実際に店舗での販売状況も、最も節

電能力が高いとされる「1級」の商品が良く売れており、最近では製造国やブランドよりも節電能力を重視する傾向が特に強くなってきているようです。

例えばエアコンの一番の売れ筋商品は、価格が5,0000～6,0000元(約6万5,000～7万8,000円)で、評価が1級の商品となっています。

大連市の平均賃金が3,231元(約4万2,000円)であることを考えると、高い商品ではあるものの、売れ行きは好調とのことです。(表1)

逆に3級以下の商品は、あまり売れていないことから、省エネ性能を重視していることが窺えます。

また、エコ家電の代名詞的なLED照明については、日本では一般的になってきたものの、中国ではまだ取り扱いも少ない状況です。家電量販店でも、LED照明の価格は一般の照明の5～6倍程度することもあって、ほとんど売れておらず、中小の電器店では取り扱いすら無いことから、まだまだ普及には時間を要すると思われるからです。

表1 労働者平均月間給与(2009年度) (単位:元)

上海	5,296	大連	3,231
北京	4,845	全国	2,728

(出所)日本貿易振興機構(ジェトロ)大連事務所

中国におけるエコ商品の将来性

北京市では、2009年6月から11年5月にかけて省エネ家電の販売強化施策を実施しました。家電量販店4店舗を順次モデル店として認定し、販促イベントの開催や省エネ家電専用フロアを設置する等して販売に注力しました。

モデル店が4店舗体制となった10年12月からの6カ月間の売上高を見ると、前年同期を約7割上回る3,673万元(約4億7,750万円)に達しています。今後更に北京市では、公共機関での省エネ家電の導入を検討しているほか、省エネ製品の推進を引き続き強化していく等の方針を明らかにしました。この動きが波及すれば、今以上に大連でもエコ商品の販売・普及が加速していくと思われる。

終わりに

中国のエコ商品市場は発展の最中であり、今後も新たな商品の登場が期待されます。エコ意識の高まりにより、環境に配慮した商品を使用して豊かな生活を送れるような仕組みが整えば、環境問題への対応の一助になるのではないのでしょうか。

(大連駐在員事務所トレーニー 須崎洋三)