



Chengdu, China

CHENGDU STYLE

J E T R O ビジュアルで見る世界の都市と消費市場

成都スタイル



JETRO

1 プロローグ

これから皆様にご紹介する「成都」には大きな市場としての魅力、そして生活の場としての魅力があります。

成都の消費力、消費市場の大きさは、この地でのビジネスを考える上で大変重要な要素です。例えば、成都では北京・上海などの大都市と同じレベルの高級車をよく見かけますし、自動車保有台数も上位です。スーパー、コンビニ、百貨店、ショッピングモールなど多数の小売店がひしめき合い、しのぎを削っています。ブランドショップや5つ星ホテルの数も中国西部地域で有数の規模があります。日本からは複数の直行便が出ており、空のアクセスも西部地域の中では抜群です。このように、成都には他の西部地域の都市と比べて優れたビジネス環境があります。

一方、生活者の視点から見ても、成都是快適に暮らせる街です。それを示すかのようにこの街には「アジアの都市としては初のユネスコ世界の美食の都」「中国で最も幸福感のある都市」など、数多くの栄えある称号が与えられています。高層ビルが立ち並ぶ大都市でありながら、街には落ち着いた雰囲気残り、人々は昼には茶館でお茶を飲み、夜は仲間と火鍋や「冷談杯（ビールと夜食）」で過ごす、など「スローライフ」を楽しんでいます。三国志の歴史や自然など観光資源も豊富で、周囲には見所ばかりです。

この成都スタイルが、成都を中心とした西部地域への進出をお考えの皆様にとって、少しでもご参考になりましたら幸いです。

2017年3月

JETRO 成都事務所

目次 contents

01

第1章 プロローグ

4. 四川省および成都市概況
5. 四川省および成都市経済
6. 成都市エリア紹介
7. 成都市高新区

08

第2章 消費

8. 成都市の消費力
9. 成都市の主な商圈
11. 香港、シンガポール系による大型ショッピングモールが続々進出!
12. 外資系スーパーも世界の強豪が勢ぞろい!
13. 成都市民の信頼を勝ち取ったブランド! 成都イトーヨーカ堂!
14. 輸入食品
15. 企業インタビュー「成都プロミス」

16

第3章 「衣」

16. 旺盛な消費意欲と世界ブランドの集中が成都市民のファッションセンスを高めている。
17. 競争が激化するアパレル業界
18. 西部地域を代表する繁華街「春熙路」
19. 中国西部地域一! 高級ブランド店がずらり
20. 成都のコスメティック、美容事情
21. 成都市民のファッションチェック
22. 市民インタビュー
24. 成都市民が重視するのは価格? それとも品質?
25. 業界インタビュー「成都プロミス」



26

第4章 「食」

26. 四川料理
27. 成都のB級グルメ
28. 火鍋
29. 日本料理店
30. 日本料理以外の外国料理
31. カフェ、スイーツ、パン
32. 成都の外出による出費は、上海に勝るとも劣らない
33. 味・品質にこだわる人が、増えてきた
34. 成都市民の声「食」座談会
35. 企業インタビュー「すき家」

36

第5章 「暮らし」

36. 中国で最も幸福感のある都市第1位!!
37. 成都の不動産状況
38. 家庭訪問インタビュー
42. 成都の交通インフラ
43. 地下鉄
44. バス
45. 中国版「Uber」
46. 家電は、中国製が台頭してきた
47. 高級別荘地 (一戸建て)
48. 情緒漂う観光スポット寛窄巷子
49. まだまだ残る、成都の「スローライフ」
50. 過熱する幼児英語教育
51. ペットの需要も急増中
52. 成都市民の声「暮らし」座談会
54. 企業インタビュー「株式会社シフラ」

55

第6章 日系企業のビジネス

55. 成都の日本企業は、多種多様!
57. 不動産情報
58. 人材関連
59. 成功の陰には

60

第7章 エピローグ

60. エピローグ

成都市

急速な発展の先に、次世代都市としての未来がある！





四川省及び成都市 概況

あらまし

「成都」の成り立ちは紀元前4世紀にさかのぼる。古蜀の国王が首都を現在の成都に遷都した際、「1年目に人が集まり、2年で町を成し、3年にして都と成る」という言葉が生まれたことから、「都」が「成る」、すなわち「成都」という都市が生まれた。

唐の時代から蜀錦を産出していたため、錦城の別称を持ち、また、芙蓉の花を市花とするところから蓉城の別称も持つ。

2000年から始まった西部大開発では主要な拠点都市とされ、一帯一路戦略や長江経済ベルト戦略の重要な拠点としても期待されている。

成都に対する内外の注目度は2010年前後から急速に高まった。特に、消費市場が成長している。中国連鎖(チェーンストア)経営協会によると、2015年からの2

年間に成都で建設されたショッピングモールの総面積は320万㎡と上海に次いで世界第2位を誇っている。しかしながら、現状はオーバーストアの感があり、他店舗にはない魅力的な売り場や商品展開が求められている。



地理・人口

四川省は中国西南部、長江の上流域に位置する省である。周囲は秦嶺山脈・チベット高原・雲貴高原に囲まれ、中部および東部に四川盆地が広がっている。養分を豊富に含む赤紫色の土壌が分布していることから「赤色盆地」とも呼ばれる四川盆地は、水流も豊かであるため、米作などの農業に適している。また、地下資源も豊富で、鉄鉱石、石炭、石油、天然ガスが埋蔵されており、特に天然ガスについては中国における主要産地となっている。省都の成都市は地理的にも省のほぼ中央に位置する。

四川省の面積は全国第5位の48.6万km²で日本の国土の1.3倍に相当し、うち成都市の面積は1.2万km²と新潟県とほぼ同じ大きさである。

四川省の常住人口は全国第4位の8,204万人(2015年末)であり、農民工(農村からの出稼ぎ労働者)の主要な輩出地としても知られる。2015年末の成都市の常住人口は1,466万人。

<2015年 面積・人口>

項目	中国全体	四川省	成都市	(参考)上海市
面積	960万km ²	48.6万km ²	1.2万km ²	0.6万km ²
常住人口	13億7,462万人	8,204万人	1,466万人	2,415万人

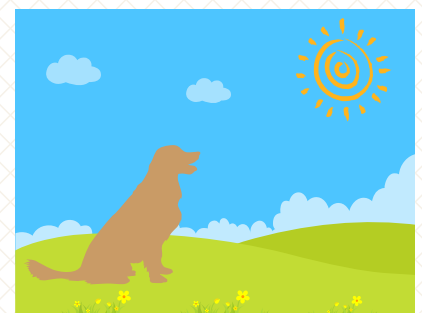
出典：中国や四川省、成都市の統計局が発表しているデータを基に作成

気候

四川省は温暖な気候と豊富な降雨量に恵まれ、歴史的に天災が少ないことから「天府の国」とも呼ばれている。

成都市の年平均気温は16.8℃、年平均降水量は724.2mm。盆地に位置していることから雲と霧が多く、年間日照時間は837.8時間と少ない(上海は

1,506.5時間)。「蜀犬日に吠ゆ」という諺があるが、これは太陽を見ることがほとんどないため、たまに太陽が顔を出すと、犬が怪しんで吠えるというものである。



【参考用レート】1元=16.2円(2017年3月23日時点) 出典：中国人民銀行

経済

「新常态化」する四川省経済

金融危機後も四川省は政府の景気刺激策等によって中国全体や沿海部よりも発展を続けていたが、その後中国経済の成長鈍化に伴って四川省、成都市ともに徐々に成長率が鈍化しており、2015年の実質 GRP（域内総生産）成長率は1ケタ台にとどまった。高度成長から中高速成長への移行などを指す経済の「新常态（ニューノーマル）化」は四川省でも進展している。

中国経済全体に占める西部地域（12省・自治区・直轄市）のシェアは21.7%と、徐々に上昇傾向にあり、四川省は12省の中でも3兆53億元と2割を占め、西部地域でトップの経済規模を誇っている。

業種別では、四川省は全国平均に比べ第1次産業のシェアが高く、第3次産業のシェアが低い。しかし、成都市の産業構造は第1次産業の割合が低い一方で、第3次産業の比率が高く、サービス産業の発展が顕著である。

四川省の工業についてみると、電子・IT関連製造業の生産額が最大であり、次いで農産加工食品、非金属鉱物などが上位を占めている。最近では自動車産業も勢いがあり、生産台数は100万台を突破した。また、成都市の南部と西部にある成都ハイテク産業開発区にはインテルやモトローラなど500社以上の外資企業が進出している。

■ GRP など基礎データ（2015年）

項目	中国全体	四川省	成都市	(参考) 上海市
実質 GRP 成長率	6.9%	7.9%	7.9%	6.9%
GRP 総額	68兆2,635億元	3兆53億元	1兆801億元	2兆5,123億元
第一次産業 (シェア)	8.90%	12.24%	3.45%	0.40%
第二次産業 (シェア)	40.90%	44.08%	43.73%	31.80%
第三次産業 (シェア)	50.20%	43.68%	52.81%	67.80%
1人当たり GRP	4万9,992元	3万6,775元	7万4,273元	10万3,795元
固定資産投資	56兆2,000億元	2兆5,974億元	7,007億元	6,353億元
社会消費品小売総額	30兆931億元	1兆3,878億元	4,946億元	1兆132億元

出所：中国統計年鑑および各地方の統計年鑑、国民経済および社会経済発展統計公報

■ 四川省の一定規模以上の工業関係企業の分野別総生産額と主な製品の生産量（2015年）

	総生産額（億元）	主な製品の生産量
工業生産総額	40,616	
電子・通信設備製造業	4,143	電子計算機：6,343万台
酒・飲料・精製茶製造業	2,850	白酒：371万トン
非金属鉱物製造業	2,838	セメント：1億4,041万トン
農産加工食品製造業	2,769	食用植物油：205万トン
化学原料・化学製品製造業	2,619	化学肥料：497万トン
自動車製造業	2,449	自動車：105万1,000台
電力・熱生産供給業	2,195	発電量：2,970億キロワット時
鉄鋼精錬・圧延加工業	2,174	粗鋼：2,110万トン
一般機械製造業	1,987	発電用設備：3,610万キロワット(2014年)

注：一定規模以上の工業関係企業とは営業収入（売上高）2,000万元以上の企業を指す。

出所：四川統計年鑑2016、2015年四川省国民経済・社会発展統計公報

■ 2015年の主要製品の100世帯当たりの普及状況（単位：台）

	中国全体	四川省	成都市	(参考) 上海市
オートバイ	22.7	21.0	12.0	データなし
乗用車	30.0	23.8	42.1	26.0
洗濯機	92.3	96.7	98.6	92.0
冷蔵庫	94.0	96.8	98.2	97.0
カラーテレビ	122.3	124.2	135.3	177.0
家庭用パソコン	78.5	63.2	81.2	126.0
カメラ	33.0	23.5	37.6	データなし
エアコン	114.6	108.2	125.1	191.0
携帯電話	223.8	228.1	244.3	221.0

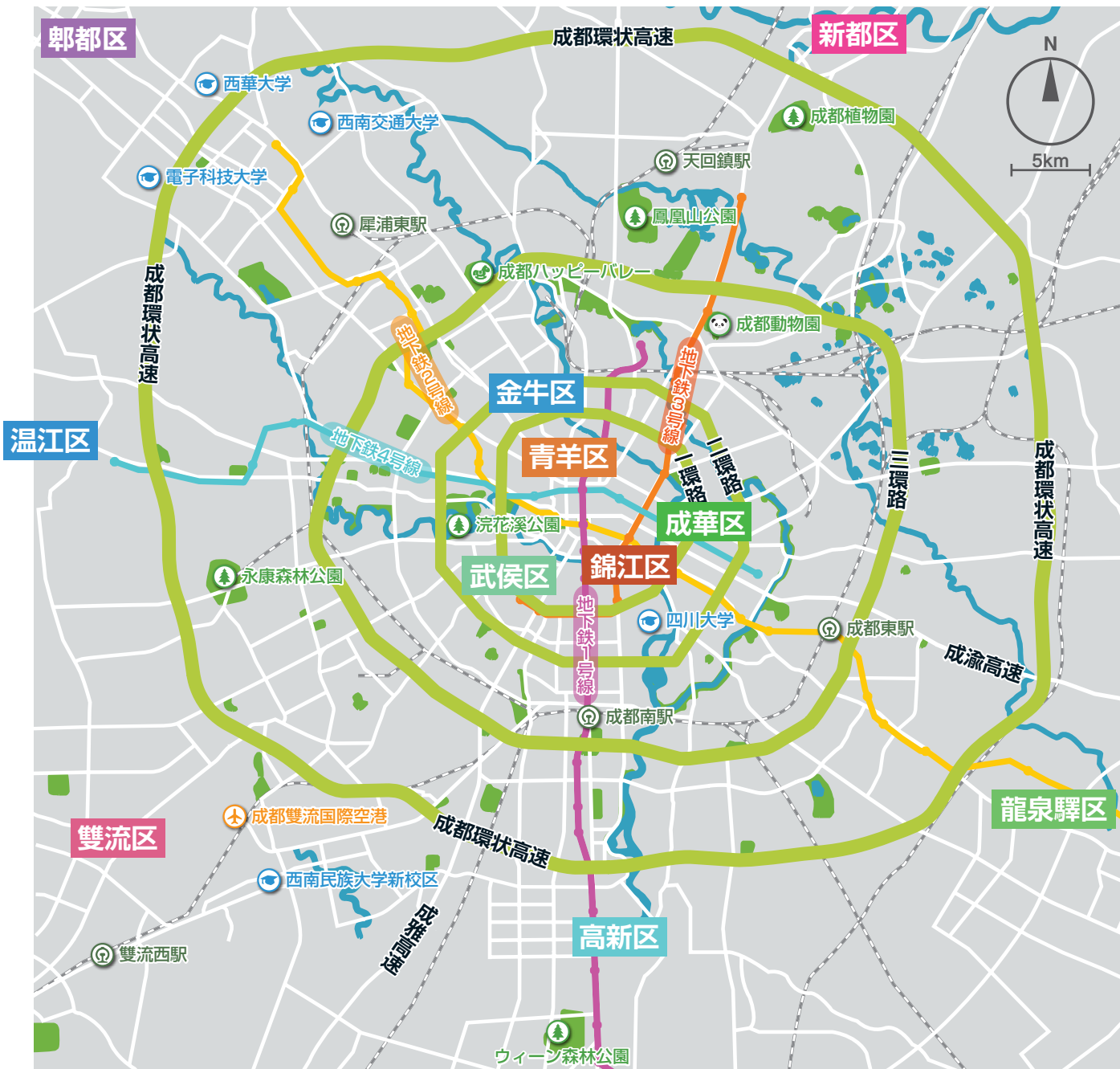
出所：中国統計年鑑および各地方の統計年鑑

宵越しの金は持たない四川人気質

いつのころからかは定かではないが、「成都人は宵越しの金は持たない」と言うのが自慢らしい。江戸っ子と似た感覚で、そこが「粋」なんだそうだ。他都市と比べ、可処分所得に対し消費支出が高いこともそのことを物語っているが、近年は全国的にその差も平均化してきている。

成都市民の旺盛な消費意欲は関連業界では有名で、各種コンサルタントがはじき出す経営指数も世界レベルらしく、多くの国から様々な企業が成都市に押し寄せている。

成都市エリア紹介



成都市の主な区

成都市は11区4市4県から構成されている。そのうち青羊区、成华区、金牛区、锦江区、武侯区は5

城区として成都市の政治、経済、文化面での中心的役割を担っている。さらに、近年では高新区（特に南部）

が大きく発展を遂げ、市政府などの主要機関の移転や大手商業施設などの建設に沸いている。

青羊区

四川省の政府機関がある市の中心部。同区内の商圈エリアである驛馬市には金融機関が集中している。杜甫草堂や金沙遺跡をはじめ観光名所も多い。

成华区

40余りの大学および研究施設がある地域。成都東駅があり、長距離交通の起点となっている。工場の郊外への移転に伴い、新たな住宅街として発展が進んでいる。

金牛区

荷花池卸市場があり、成都市外部から来た人々が商売を行うエリアとして栄えていた。近年は住宅地として開発が進んでいる。

锦江区

エリア内には成都市随一の商業区・春熙路や塩市口がある。閑静な住宅地もあり、所轄の郊外には三聖郷などの農家楽（農家レストラン）が発達している。

武侯区

科学技術、教育面で発展しているエリア。区内にはハイテク産業開発区があり外資系企業が多く進出。また四川大学など大学も多い。

高新区

成都の高新技術（ハイテク）産業開発区として、市の西部および南部に作られた区。特に南区においては、成都市政府など政府機関や商業施設も数多く建設されている。

成都市高新区

(成都ハイテク産業開発区)

成都高新技術（ハイテク）産業開発区、略称成都高新区は、南部園区と西部園区から成る。総面積は130平方キロメートルで、そのうち高新南区が87平方キロメートル、高新西区が43平方キロメートルである。高新区は特別な区域で、区内全体は7つの街（区域）に分かれ、高新南区には武侯区が管轄する4つの街と双流区が管轄する1つの街があり、高新西区には郫都区が管轄する2つの街がある。高新区が（他の行政区から受託した形で）管理する上記7つの街の人民代表大会、政治協商会議、軍事等の非行政事務は、引き続き元の行政区が管轄している。

成都高新区の2015年の域内総生産は1,277億6,000万元と、成都市の約30%を占めた。

また、同区の計画人口180万人、2015年12月までの戸籍人口は19万人、常住人口は43万人である。南部園区は、金融ビジネス、科学研究、ソフトウェアアウトソーシング、貿易関連

等が集中する「現代ビジネスセンター・ハイエンド産業新区」になりつつある。一方、西部園区は次世代IT、バイオ、ハイエンド装備製造などの先進製造業と電子科技大学、ファーウェイ成都研究所などの教育研究施設が集まる「先進製造業集中区・複合型新区」になりつつある。

↳ 高新区の有名スポット



① 奥克斯広場（錦城大道店）



② 環球中心（Global Center）



③ 成都 CBD（Central Business District）



④ 成都新世紀國際エキスポセンター

2

消費

ZWILLING J.A. HENCKELS



成都市の消費力

成都市の消費動向を語る上で、理解しておかなければならないのが「成都人 気質！」だ。宵越しのお金は持たないとか、お金が無くても慌てることはない、などの言葉を、成都人が自慢げに語るのをよく耳にした。そうしたおおらかな考え方になったのは、昔から豊かな大地の恵みに支えられ、ゆったりとした生活を送ることができているためとされる。

2300年前までの成都市周辺は、チベット周辺からくる雪解けの洪水に悩まされていた。しかし、紀元前256年に成都市の北西部に水利施設「都江堰」が完成し、洪水を防ぎつつ、成都平原に水を供給する役割を果たしたため、成都の人々は豊富な農作物を得られるようになった。

明日の心配をせずに、ゆったりと過ごす価値観を得た成都の人々は、そのうち蓄える事よりも楽しむことを優先する消費を好むようになり、結果として豊かな街が広がった。

また、そうした性格に加え、明時代末期には、農民反乱によってもともと四川にいた住民の多くが虐殺され、その後復興のために湖北省、湖南省、広東省などから大量の人を移住させた歴史もあり、新しいものを受け入れやすい土地柄となった。所得水準で見れば、成都は沿海地域に比べ、決して突出した状況ではないにも関わらず、成都の人たちは、2010年前後に進出してきた世界の高級ブランドにいきなり飛びついた。

このように成都の人は他に類を見ない「新しもの好き」であり、これが何よりも成都の消費力の源となっている。この旺盛な消費市場を狙って外資のサービス産業も相次いで進出している。

成都市の主な商圈



成都市全体に、商業エリアが出揃ってきた

10年前には「東貧西貴南富北乱」と言われていた成都。これは、まさしく読んで字のごとく東部は貧しく、西は官僚や文化人が多く「西貴」と称され、南部は開発や外資などの影響で富み、北部は外地から移住した人が多く治安が乱れているという意味であった。

しかし、現在は東部、北部も含む市内全域で開発が進み、特に日本人が訪れそうな場所の多くは、新しく生まれ変わった街並みが続いている。中でも、最大の繁華街「春熙路」や新しく開発の進んだ「高新区」を初めて訪れた日本人は、この大都会に驚きを隠せない人も多い。



春熙路 (伊勢丹、イトーヨーカ堂春熙店、IFS、太古里、王府井百貨など)

成都随一の繁華街。アパレルショップや百貨店、宝石店などが集まるエリア。IFS（国際金融中心）と太古里の開業により多くの高級ブランドが集まり、成都における最先端の流行やファッション、若者文化の発信地となっている。地下鉄2号線、3号線の春熙路駅が最寄りとなっており、市の中心部に近いためアクセスが容易。

建設路商圈 (SM 広場、イトーヨーカ堂建設路店)

SM 広場やイトーヨーカ堂建設路店が所在。SM 広場は、フィリピンの SM グループにより、成都東部地区で最初に開発されたショッピングモールである。後発の開発地区であるため、開業して 10 年がたった今でも、業績は伸び続けている。同商圈は市の北東部、2 環路付近に位置しており、近くには「東郊記憶」という旧工場跡地を改造した観光スポットもある。



錦華商圈 (錦華万達広場、イトーヨーカ堂錦華店)

大連万達グループが運営する複合商業施設。イトーヨーカ堂錦華店が所在する。百貨店、映画館、ホテル、オフィスビルなどが連なり、近くには、市民の憩いの場である東湖公園、望江楼公園、沙河公園がある。市の中心からは南東の方向、2 環路の外側に位置する。地下鉄は通っていないためアクセスはバスか車になる。

大悦城 (龍湖金楠天街購物中心・イトーヨーカ堂双楠店)

大悦城は 2015 年に開業した新しい複合商業施設。市の南西部に位置する。建物が低層で横に長い回遊型ショッピングモール。モール外の広場と景観は、四川の著名な観光地「九寨溝・黄龙」をモチーフに設計されている。

龍湖金楠天街購物中心は 2015 年 1 月に開業した横に広い形式の大型ショッピングモール。市の西側、三環路の内側に位置する。

イトーヨーカ堂双楠店は市の北西部に位置し、2 環路に面している。同店はイトーヨーカ堂全体でも有数の売上を誇る。



来福士広場 (ラッフルズシティ)

シンガポールのキャピタランドが開発した複合商業施設。ショッピングモール、オフィスビル、ホテルが凝縮した形でそびえ立つ。地下鉄の駅も連結し、今後の発展が望まれる。

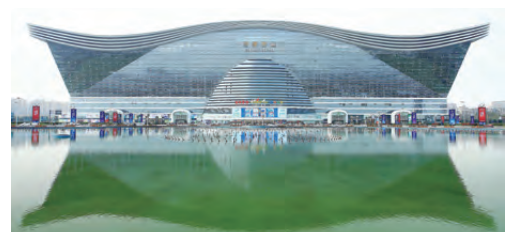


万象城

2012 年に開業。地下鉄 4 号線の双橋路駅から近く、二環路の外側に位置する。世界トップレベルの建築事務所「Callison」によって設計された大型複合商業施設。成都で初めてセットバック構造（建物の上層階を下層階よりも後退させることによって階段状にした構造）を採用したショッピングモールである。

高新区・環球中心

2013 年に開業。延べ床面積が 176 万平米とアジア最大で、東京ドームの 37 個分に相当する。その実態は、超大型の複合商業施設だ。中には、ロッテ百貨店や映画館などのほかに、巨大プールと人工ビーチがあるパラダイスアイランドウォーターパークやコンチネンタルホテル等 5 つ星ホテルがある。市南部の高新区に位置し、地下鉄 1 号線の錦城広場が最寄り。



香港、シンガポール系による 大型ショッピングモールが続々進出！

四川省の対内直接投資額（実行ベース）は、2015年までは5年連続で100億ドルを突破しており、うち、サービス産業では、香港、シンガポール系企業による大型ショッピングモールの建設プロジェクトが相次いでいる。

■近年の四川省・成都市における外資投資状況（日系以外）

オーストラリア・ニュージーランド 銀行（ANZ）	銀行業	オーストラリア	-	重慶に次いで、中西部地域2番目となる支店を成都国際金融中心（IFS）内にオープン。
第一商業銀行	銀行業	台湾	-	台湾の銀行で、中西部地域で初めてとなる支店を成都国際金融中心（IFS）内にオープン。
プライスウォーター ハウスクーパーズ（PWC）	会計・税務・コンサルティング	英国	-	成都市武侯区政府とMOUを締結するとともに、西南地域本部を武侯区に開設。
九龍倉集団	不動産開発	香港	160億 元	傘下の龍錦総合開発（成都）有限公司が開発した複合施設「成都国際金融中心（IFS）」（総面積：76万平方メートル）が、市内中心部の春熙路地区に開業。
遠洋地産、 太古地産	不動産開発	香港	100億 香港 ドル	市内中心部の春熙路地区に大型ショッピングモール「成都遠洋太古里」（総面積：10万平方メートル）を開業。
キャピタランド	不動産開発	シンガポール	約7,000万 ドル	市南部に複合施設「凱徳天府中心」（総面積：19万5,000平方メートル）を開業。



①成都遠洋太古里

外資系スーパーも世界の強豪が勢ぞろい！

中国の地場系企業や外資系企業が、これほど出そろっている地域があるだろうか。地方都市で、これだけの世界の強豪が肩を並べて進出している激戦区は、恐らく世界を探しても他には見つからないだろう。加えて驚かせるのは、この状態になるまでの期間である。厳密に言えば、日本のイトーヨーカ堂が20年前に進出したのでそれからということになるのだが、実際にはここ5年間で出店が集中しており、中国連鎖経営協会（中国チェーンストア協会）の調べでは、過去2年

間で建設された商業施設の総床面積は上海に続き世界第2位だった。

スーパーマーケット業界も世界的な企業がひしめき合い、地元の強みを見せる現地企業との力を削っており、中には1年で撤退した香港系スーパーもある。

今後も競争は益々過熱することが予想される。その中では、独自性を追求し他との差別化を図ることが、生き残るための条件となると思われる。

カルフル

フランスのGMS（総合スーパー）。豊富な品揃えと庶民的な価格が成都人に人気の理由。1999年に1号店をオープンして以来、店舗数を拡大。2017年1月、市南東の龍泉驛駅近くの福泉センターに19店舗目をオープンした。



オーシャン

フランス系GMS。品揃えや価格などはカルフル、ウォルマートと類似している。店舗数は6店舗で、全て二環路より外側にあり、住宅地を中心に展開している。



メトロ

ドイツの会員制スーパー。日本でいう業務スーパーであり、まとめ買いする顧客に向いている。輸入食品なども多く販売しており、青羊区の1号店は周辺住民に人気で、2016年9月にはイトーヨーカ堂高新店の近くに2店舗目をオープンした。



ウォルマート

2010年2月に台湾の好又多（TRUST-MART）から株式を100%取得し、好又多の全11店舗を傘下に収めた。カルフルやオーシャンと品ぞろえや店内が同じような印象との評価もある。



永輝スーパー

ローカル系では最も人気があり、生鮮食品を最大の売りとしている。しかし、同じ生鮮が強みの日系イトーヨーカ堂のほうが集客が多い。成都には25店舗ある。



IKEA

スウェーデンの家具専門店。2006年11月に1号店を開業し、2016年3月24日に2号店をオープンさせた。これにより、成都是、北京（2店舗）、上海（3店舗）に次ぐIKEAの複数店舗を有する都市となった。特に市中心部に近い1号店の人気は高く、休日には行列が後を絶たない。



成都市民の信頼を勝ち取ったブランド！ 成都イトーヨーカ堂！

1号店をオープンさせたのは1997年で、2017年で20周年を迎えた。現在までに成都市及び周辺地域で7店舗をオープンした。高い品質とサービスで地元住人から信頼され、誰もが安心できるブランドを作り上げた。朝9時の開店時には、毎日近所のお年寄りが食材を求めに訪れ、夜の20時には仕事帰りの客でにぎわっている。市内および周辺の小売業者は、みなイトーヨーカ堂の販売方法を真似るほど、その経営努力や販売内容は注目されている。

今後も新しい展開を検討中との事で、成都における都市型生活の立役者としての役割を、担っていくものと思われる。



①イトーヨーカ堂建設路店

コンビニエンスストア

成都には、昔から「紅旗チェーン」や「互恵スーパー」(2016年、紅旗チェーンに吸収合併)という中国版コンビニエンスストアが存在していた。2016年2月時点で、紅旗チェーンは四川省内におよそ2,300店を展開する、中国西南部のチェーンストア最大手である。店内では、おやつから米・食用油・調味料などの食料品、そして洗剤・タオルなどの生活用品まで豊富な商品が取り揃えられている。また、公共料金の支払い、交通カードのチャージ、電話代の支払いなども行えるが、日本のコンビニと決定的に違う点は、弁当やサンドイッチのような加工食品を置いていないことである。

一方、2011年以降、日系コンビニではセブンイレブンとファミリーマートが進出を果たしており、店内は内装から品揃えまで日本と遜色がなく、明るい雰囲気と温かい弁当も提供している。2017年3月現在、セブンイレブンが66店舗、ファミリーマートが74店舗を展開している。

■四川省内の主なコンビニエンスストアの店舗数

	創業(年)	店舗数(店)
紅旗チェーン	1969	約2,300
wowo	2005	約300
セブンイレブン	2011	66
ファミリーマート	2011	74

出所：各社ウェブサイトより



①紅旗チェーン



①高級輸入食品スーパーの「Ole」

輸入食品

成都市内で最も輸入食品を多く販売している大型スーパーは「メトロ」が有名で、その他は太古里の地下や万象城にある「Ole スーパー」（中国の華潤集団系列）、九方ショッピングセンターにある「BLT スーパー」（同じく華潤集団系列）、世豪広場の「D.I.G」（中国系）などがある。高新区環球中心内のロッテ百貨店には、主に韓国の輸入品が並んでおり、日本からの輸入商品は、春熙路にある「伊勢丹」や「イトーヨーカ堂」が数を揃えている。

旅行

2017年の春節、成都からの国内外への観光客数は、北京・上海・広州に次いで全国第4位となっている。平均の旅費は1人当たり7,470円で、全国平均を10%上回る。

成都の人は、長い外国旅行をした後に少し休養が欲しいようで、春節のような長期の休みでも、その前後に数日休みを取ることが多く、都市型の生活になったとはいえ、まだまだのんびりな一面もあるようだ。

行き先は、過去に人気だった香港や台湾、シンガポールなどの比較的近い国から、アメリカやオーストラリアのような遠い国への旅行が少しずつ増えている。しかしながら、タイだけは、相変わらず人気不衰そうである。旅行費用が安く、成都では見られない海が美しく、ブーケットでダイビングをしたり、海鮮料理を食べることに憧れている。



ネット通販

四川省 EC ビッグデータセンターによると、2016年の成都のインターネット取引規模は1兆5千億元（約24兆7,500億円、1元=16.5円（2017年3月7日時点））に達し、そのうちネット通販による小売額は1,719億元となっている。

中国国内最大のネットショッピングイベント「双11」（毎年11月11日に行われるネット上のセール）では、2016年の全国取引額はこの日1日だけで1,207億元に達しており、四川省の取引額は全国第7位の48億9千万元となっている。

今の中国 EC は非常に発達しており、品数や通販サイトの種類も数多い。

種類	主な有名サイト（一部）
総合通販サイト	タオバオ（アリババ）、 天猫（アリババ）、JD.com（京東）
家電、デジタル製品	蘇寧易購（蘇寧）、国美在線（国美）、
書類	アマゾン、新華書店、当当網
化粧品	聚美優品、PBA.cn、唯品会
食品	一号店、聚圖算
洋服	凡客、夢芭芭
靴	樂淘網
医薬品	壹葉網



① 董事長 古田博之氏

成都普羅米斯小額貸款有限公司

成都プロミス（博民快易貸）

企業インタビュー

消費者金融業の成都普羅米斯小額貸款有限公司は2013年12月に成都で開業した。現在では市内に8店舗を展開し、成都で最大規模の小額貸付会社となっている。同社に成都の消費傾向・市場の特徴や成功の秘訣について聞いた。

利便性、審査スピードを強みに、日系ならではの コンプライアンス経営と安心提供

Q1. 経営状況、発展状況を教えてください。

日本では「プロミス」のブランドで皆様にご愛顧いただいておりますが、中国大陸においては社名を普羅米斯（プロミス）とし「博民快易貸」というブランドで展開しています。「博」という字は、博愛・博識など、もともと「多い」「広い」「豊か」といった意味を表すことから、中国・成都市民に広くサービスを提供していくという想いを表しています。「快易貸」は当社最大の特徴である、無担保、無保証、スピード審査を表したものです。2013年12月の開業以来、現在では市内に8店舗を設け、社員約170名、2万人以上のお客様にご利用いただくまでになり、成都においては会員数で最大の小額貸付会社になりました。

Q2. 成都の消費傾向、市場特性についてどのように捉えていますか？

私どもが認可を取得し営んでいる小額貸付事業は、その根拠となる法律において、三農（農村、農業、農民）、中小企業へ金融サービスを提供することが役割とされています。そのため、当社に融資を申

込まれるお客様の70%以上が自営業の方で、会社員の皆様からの申し込みが中心となっている日本とは大きく申込顧客の構成が異なります。

このように日本と異なる環境ではあるものの、成都市民の消費意欲の高さにはビジネスチャンスを感じています。例えば、成都市の百貨店や飲食店は平日でも多くの人で賑わっており、また、スマートフォンを所有している人も多く、その普及とともに、様々な取引にも活用されています。更なる消費拡大に向け政府は次々に政策を打ち出しており、引き続き、消費が進んでいくものと捉えています。中国大陸沿岸部の都市と比較して成都における当業界の認知度はまだまだ低いですが、旺盛な消費意欲を支える存在として、益々、当社の役割が増していくものと考えています。

Q3. これまで苦労した点、成功の秘訣がございましたら教えてください。

開業時点で私たちより先に営業していた会社は、100社以上ありました。自営業中心の成都においては、事業資金としての融資希望



① 洗練されたデザインが特徴の店舗内装

が多いため、当社では取扱っていない大口融資が一般的となっています。また、与信額はお客自身自身の信用力を表すという考えもあることから、個人向けの小口融資は受け入れられないのではないか、という懸念もありました。それでも今日の成果を生み出したのは、「快易貸」に象徴される利便性、審査スピードなどの当社の強みを磨き、日系会社ならではのコンプライアンス経営につとめ、一人ひとりのお客様に安心を提供してきたからだと思っています。

小さなことの積み重ねが、大きな記録を達成するためのただ一つの道だといえます。まだまだ成功とはいえませんが、成都で更に高いシェアを占め、そして成都市民の皆さまの信頼を得る為に、現地の社員と日々試行錯誤を重ねながら事業を営んでいきたいと思っております。

3

「衣」

旺盛な消費意欲と世界ブランドの集中が 成都市民のファッションセンスを高めている。

皆さんは「天府」という言葉をご存知だろうか。成都市一帯は、太古の昔から肥沃な大地が生み出す多くの恵みから、「天府之国」と呼ばれ繁栄を続けてきた。そのため、先の暮らしまで考えず、気楽に手持ちのお金を全て使ってしまう人達が多く、成都の人の消費意欲は中国内でも相当に高いとされている。これらを顕著に表しているのが、中国第2位である自動車の個人保有台数であり、高級ブランド品に対する高い関心だ。世界のファッションブランドはこの市場に目をつけ、2009年頃から続々と出店を始めた。今ではありとあらゆる種類のブランドがひしめき合って競争している。

中でも、2014年に中国最大の旗艦店を成都にオープン(1号店は2010年)した「ルイ・ヴィトン」は、2016年における1店舗当たりの年間売り上げが同ブランドの店舗の中で中国第6位だった。上位5位までが全て上海と北京にあ

る店だったので、両市以外での売り上げは中国No.1である。その後、「無印良品」がグローバル旗艦店、「C&A」が中国での旗艦店を開店させるなど、世界ブランドが成都の市場にかかる期待は相当なものである。盈石 (Insight) グループリサーチセンターが、2015年に実施した10大ファストファッションブランド(ユニクロ、H&M、ZARA、GAP、C&A、Hollister、無印良品、MANGO、Forever21、NEWLOOK)を対象にした調査によると、成都にあるこれらのブランドの店舗数は63で、上海と北京に次ぐ全国第3位となっている。



競争が激化するアパレル業界

中・低価格帯で多くのブランドが競合

グッチ・ブラダなどの高級ブランドと違い、ZARA・H&M・GAPなどのブランドは、中低価格帯をメインに展開しており、一般市民により近い存在となっている。ZARAは2010年9月に、H&Mは同年11月にそれぞれ成都に1号店を開店した。どのブランドも欧米風のファストファッションが売りで、低価格戦略により成都市場に浸透している。



欧米以外に、ユニクロ、無印良品をはじめ日韓のブランドも成都には数多く店を構えている。このようなブランドは、ターゲットを一般消費者、特に16～25歳の若者に設定している。取り扱っている商品も30元台のTシャツ、70元台のパンツ、190元台のシャツなど、高級ブランドに比べると比較的安いカジュアルファッションが多く、商品の平均価格は300元程度だ。低価格、快適性重視の素材、比較的高いコストパフォーマンスが特徴の日韓ブランドだが、中国のMeters/bonwe、森馬 (semir) などのブランドも同じような消費者をターゲットにしているため、競争は激化している。



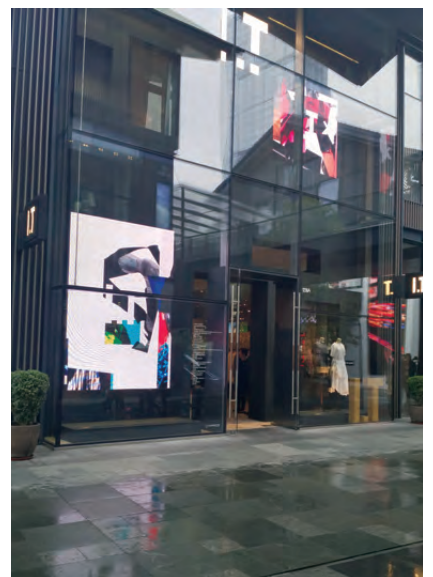
西部地域を代表する繁華街 「春熙路」

成都市中心部に位置する春熙路は成都最大の繁華街だ。およそ500メートル四方の範囲に、「イトーヨーカ堂」や「伊勢丹」、「太平洋百貨」や「王府井百貨」などに加え、「IFS（国際金融中心）」「遠洋太古里」といういずれも香港系資本による超大型商業施設がわずか2年の間に出現し、「林立」ではなく「乱立」という言葉を使う情報誌も多い。「春熙路エリアに行かなければ、成都に来たことにはならない」と言えるほど、春熙路は成都、いや中国西部地区を代表する商業エリアだ。

春熙路にはファッションや飲食、家電や娯楽など、あらゆるジャンルの店があるため、人通りは極めて多く、平日の昼間でさえ活気に溢れている。まさに物と人が集中する場所であり、その分、同業同士の競争は激しい。事情に詳しい成都市民によれば、「立地が少し異なるだけで人の出入りが大きく異なる」のだという。取り扱う商品、立地条件など、諸々の要素で商業施設間の競争の勝敗が分かるようだ。



①高級ブランドが数多く入っているIFS、パンダのオブジェが特徴的



②春熙路にある伊勢丹の店



③成都にはアップルストアも多い



④春熙路周辺の商圏



高級
ブランド店

中国西部地域一！ 高級ブランド店がずらり

経済成長の鈍化やファストファッションブランドの台頭などを理由に、近年先行きが懸念されているのが中国の高級ブランド市場だ。しかしながら成都は、地方都市の中では最も高級ブランドの店舗数や売上げが大きく、上海・北京に次ぐ中国第3の地位を保っており、未だ消費者の消費意欲は衰えていない。四川省のお金持ちだけでなく、近隣のチベット自治区や雲南省のお金持ちも、気候も良く避暑地として最適な成都で消費する傾向が強く、四川省以外の富裕層にとっても昔から成都は「お金を使う街」となっている。

また、これらのお金持ちが上海よりも成都を選ぶ理由として、そのポテンシャルと比較して成都の不動産価格がさほど高くないことも挙げられている。

ちなみに、海易居不動産研究院が発表した2016年のデータによると、成都の不動産価格の順位は中国全都市の中で28位となっている。



成都のコスメティック、美容事情

コスメ業界でも中国製に人気が出てきた。

5年前、成都でも上海でも使っていた化粧品トップに挙がっていたのは日本製の日本ブランドの化粧品だった。しかし、品質も向上し容器や広告内容もおしゃれになってきた「百雀羚」などの中国製の中国ブランドの化粧品が、値段も安いので若者の需要にマッチして人気が出てきた。特に成都では、大学生など今まで化粧をしていなかった年齢層が化粧品を購入するようになったために、こうした中国ブランドの化粧品が普及しているようだ。

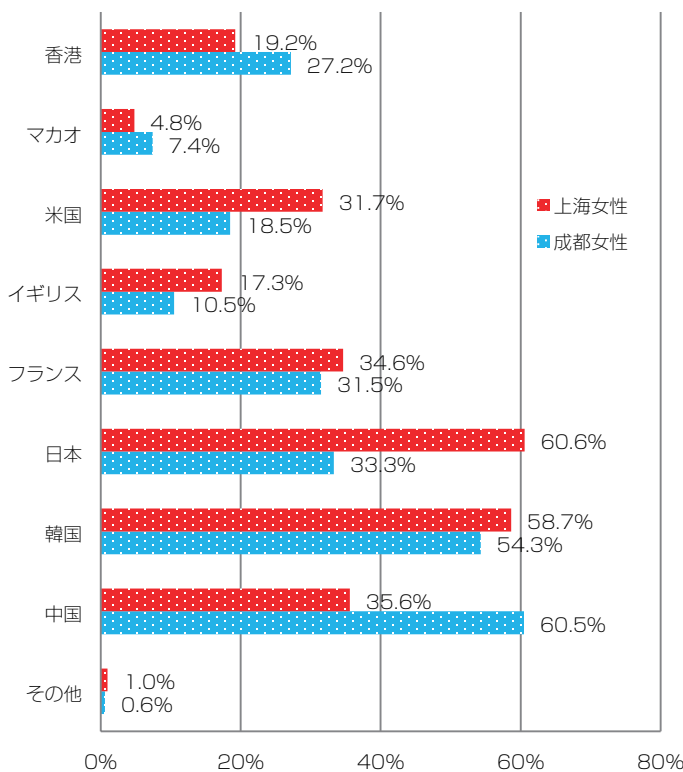
2016年10月、中国国家税務総局は一般の化粧品類に課していた30%の消費税（日本の消費税とは異なり奢侈品に対する税）を撤廃した。高級化粧品の消費税率も30%から15%に、輸入化粧品の関税も同じく15%に引き下げた。この政策により、2017年に入って一部の海外コスメブランドは小売価格の値下げを始めており、化粧品業界の動向も変化するものと思われる。

美容関連の店舗は1,000軒以上！

消費力が向上すれば、当然女性の美意識も向上してくる。インターネット口コミサイトの大家点评網で検索すると、成都市内の美容・マッサージ・スパ関連のお店は1,000軒を超え、ネイルサロンに至っては、路上に箱とパイプ椅子を置いて営業（恐らく無登録の店も多数）している店も多く、市の中心部あたりでは5メートル間隔に1店舗ある場所もある。

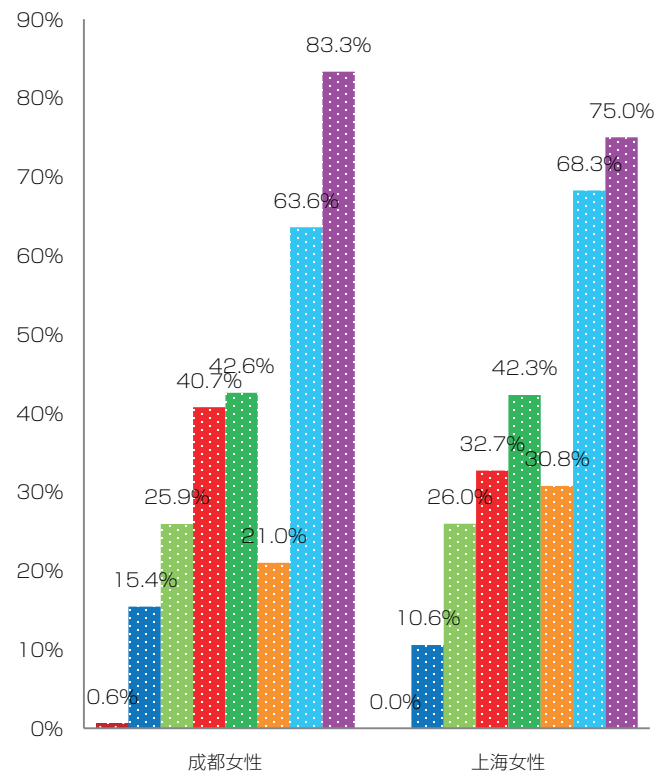
また、現在ブームになっているのは、「微整形」とよばれるプチ整形で、「銅雀台」「西蝉」など、専門の美容整形クリニックが有名だ。最も簡単な手術で3~4千元という価格は手ごろなようで人気となっているが、一目で整形とわかることもしばしばで、秘密にしたい人ならクリニックはよく選んだ方がよさそうだ。

Q1 購入したい化粧品・スキンケア・ヘアメイク製品の生産国・そのメーカーの所在国・地域は？（複数回答）



成都の女性は、最近急成長を遂げている国産化粧品を選んでいる結果となった。やはり、一般の成都人はブランドよりも価格を重視することが読み取れる。

Q2 化粧品・スキンケア・ヘアメイク製品を買うときのポイントは何？（複数回答）

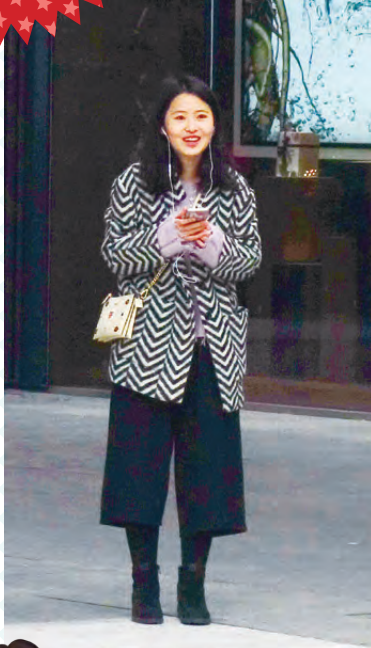


地域を問わず、化粧品を選ぶときは、やはり自分に合っているかが一番重要なポイント。成都の女性は上海の女性よりも、価格とブランドの両方を重視している。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

成都市民の ファッションチェック

Fashion Check



● ZARA のレザージャケットにユニクロのコートを合わせている。

市民インタビュー

消費観やトレンドに対する理解は、人それぞれです。今の成都市民は、ファッションについてどう考えているのでしょうか？そして、服装関連の消費状況はどうなっているのでしょうか？今回、4人の若者にインタビューしてみました。

1、服装の購入頻度は、どのくらいですか？

一定ではありません。最近では、先週の日曜日に買っています。ネットで買い物をするようになって、購入頻度が増えました。

2、毎月ファッション関係に、どのくらいお金を使いますか？

決めていません。1,500元を超えることは、ほとんどないです。

3、どのように購入しますか？ネット通販、それともリアル店舗？

どっちでも買います。

4、リアル店舗なら、どこで購入しますか？

環球中心、大悦城、金楠天街

5、購入するときに、どの要素を重視していますか？

品質とデザイン

6、好きなブランドは？

ZARA、Adidas、ユニクロ、江南布衣

7、今どきのファッショントレンドについて、どう思いますか？

変化するスピードが速い。私は流行は追いつけないことにしている。

8、流行の情報は、どのように入手していますか？

インスタグラム（写真共有アプリ）、Wechat（中国版LINE）



未婚 教師 徐瑞 女 24歳



未婚 王菲 女 33歳

1、服装の購入頻度はどのくらいですか？

月に2回くらい。3回の時もあります。絶対、月に1回は買います。

2、毎月ファッション関係にどのくらいお金を使いますか？

月1,500～2,000元くらい。

3、ファッションはどのように購入しますか？ネット通販、それともリアル店舗？

両方あります。ネットの方が多く、70%くらいだと思います。まず、リアル店舗で目を付けて、ネットで安く買う事も時々あります。

4、リアル店舗なら、どこで購入しますか？

決まっていません。お店は決まっていけど、ブランドは自然と決まってしまうね。

5、服装を購入するときに、どの要素を重視していますか？品質、ブランド、値段、デザイン？

値段とデザインがほとんどです。

6、好きなブランドは？

楽町、only、海倫公主、ZARA、H&M

7、今どきのファッションについて、どう思いますか？

友達との会話の中で、一番多いのがファッションの話。自然と流行を感じ取っていると思う。意識しないでも、自然と流行についていってるんじゃないかな。

8、流行の情報は、どのように入手していますか？

私は友達との会話の中で出たお店やワードを検索したりしています。もちろんインターネットからの情報も得てはいます。でも、友達の話の方が、信頼して購入できるような気がします。

1、服装の購入頻度はどのくらいですか？

必要な時に買います。買うときは月に2度の時もあるし、2～3ヵ月買わないこともよくある。最近では先月1度買いましたね。

2、毎月ファッション関係にどのくらいお金を使いますか？

服は毎月買っているわけではないので、金額も一定ではありません。多いときは月に1,500元くらい使いますが、少ないときは100元ちょっとくらいかな。全く買わない月もありますよ。

3、どのように購入しますか？ネット通販、それともリアル店舗？

リアル店舗とネット通販、どちらでも買います。回数もほぼ同じくらいです。

4、リアル店舗ならどこで購入しますか？

春熙路または住んでいるところの近く。

5、洋服を購入するときに、どの要素を重視していますか？品質、ブランド、値段、スタイル？

これらの要素全部を考慮します。重要なのは、安くていいものを買うことです。

6、好きなブランドは？

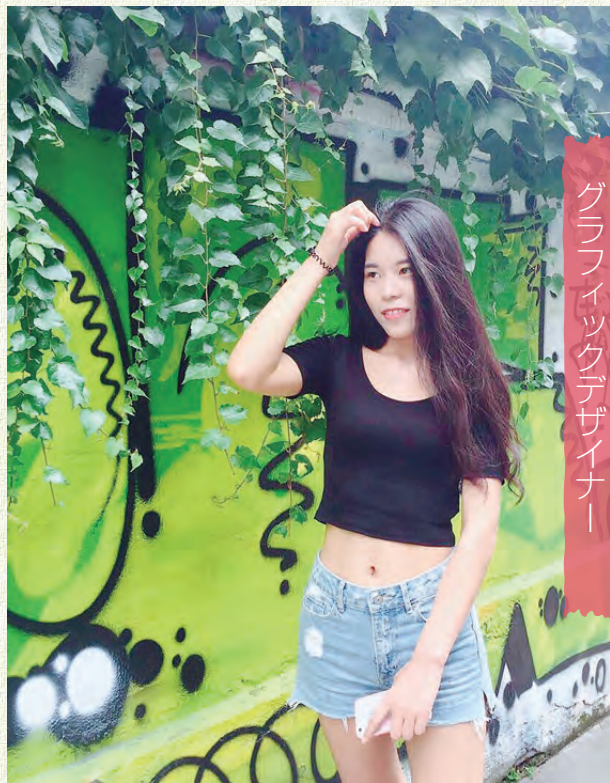
特にないです。上の4要素と総合して考えて、よければ買います。

7、今どきのファッションについてどう思いますか？

トレンドなどとは無縁です。普段ほぼ関心を持ちません。でも、メディアや広告などは消費者に大きく影響しているように感じます。私も、人を見てまねる時もありますから。

8、流行の情報は、どのように入手していますか？

テレビ、インターネット、店舗で見るなどです。



楊秀春 女 20歳 未婚
グラフィックデザイナー

1、服装の購入頻度はどのくらいですか？

1ヵ月に2回くらいかな。主に洋服と化粧品を買います。

2、毎月ファッション関係にどのくらいお金を使いますか？

冬は月1,200元くらい。夏はだいたい800元です。ただ、臨時収入が入ると、まず買うのは洋服とかのファッション関係。

3、ファッションはどのように購入しますか？ネット通販、それともリアル店舗？

どちらでも買います。リアル店舗の方が多かな。店舗で試着・試用できるから、商品の品質なども分かるので。

4、リアル店舗ならどこで購入しますか？

春熙路

5、服装を購入するときに、どの要素を重視していますか？品質、ブランド、値段、デザイン？

まずはデザインを見ます。自分が着たらきれいに見えるかどうかを考えてから、その後に値段や品質も良ければ購入します。

6、好きなブランドは？

楽町、only、海倫公主、ZARA、H&M

7、今どきのファッションについて、どう思いますか？

流行については普段から関心を持っていますが、むやみにトレンドを追いかけてたりはしません。ファッションはやはり実用的で、コーディネートしやすい、自分に合ったものを買います。

8、流行の情報は、どのように入手していますか？

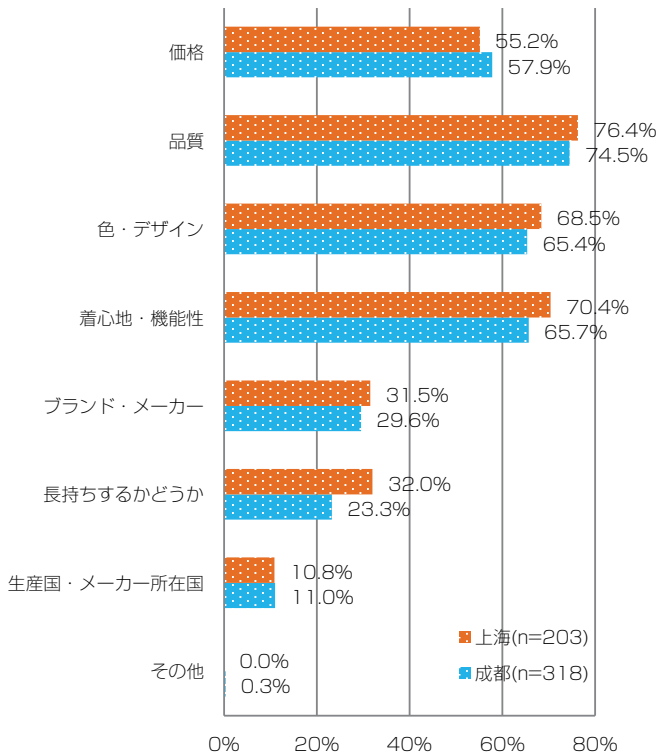
主にインターネットですね。有名人などのファッションを見てコーディネートを学んだり、街を歩いているときに、ほかの人のファッションから学んだりします。



既婚 王沢斌 男 30歳
学習塾講師

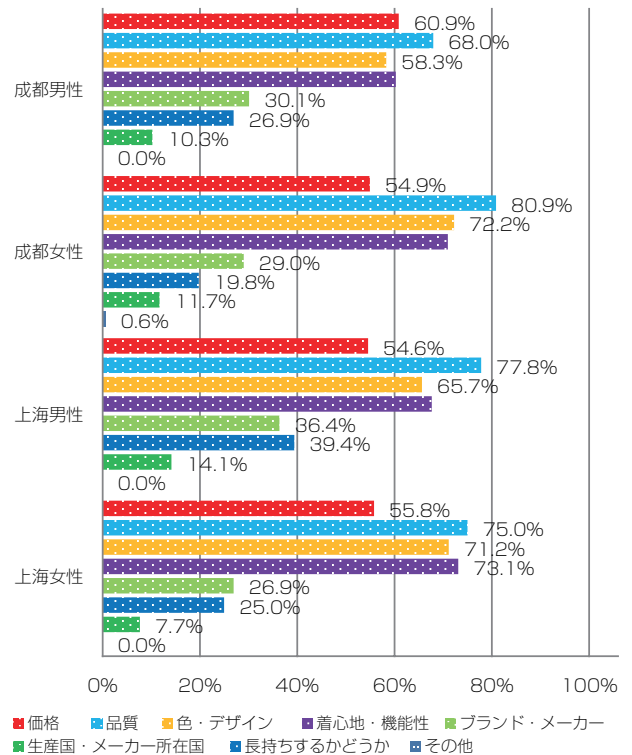
成都市民が重視するのは価格？それとも品質？

Q1-1 衣服を買うときのポイントは？（複数回答）



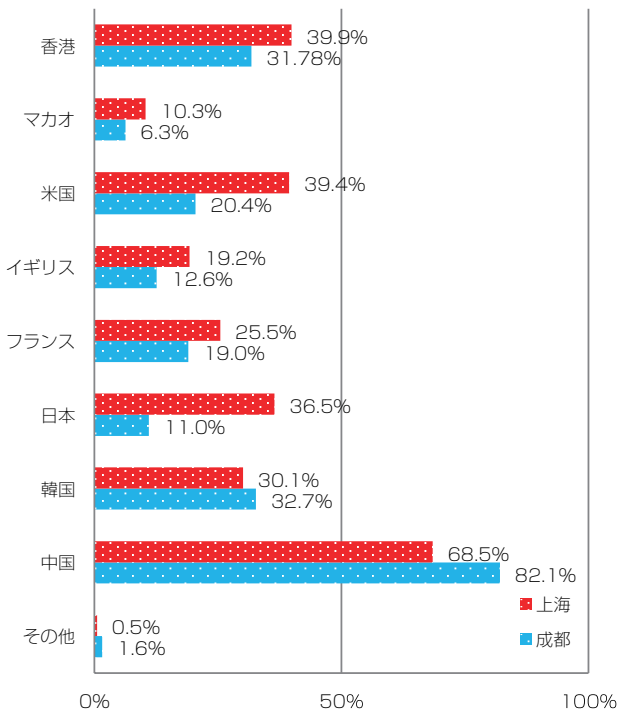
両地域のどの要素の割合もそれほど変わりはない。ただ、価格の点だけ成都の消費者がより重視している点は興味深い。

Q1-2 衣服を買うときのポイントは？（複数回答）



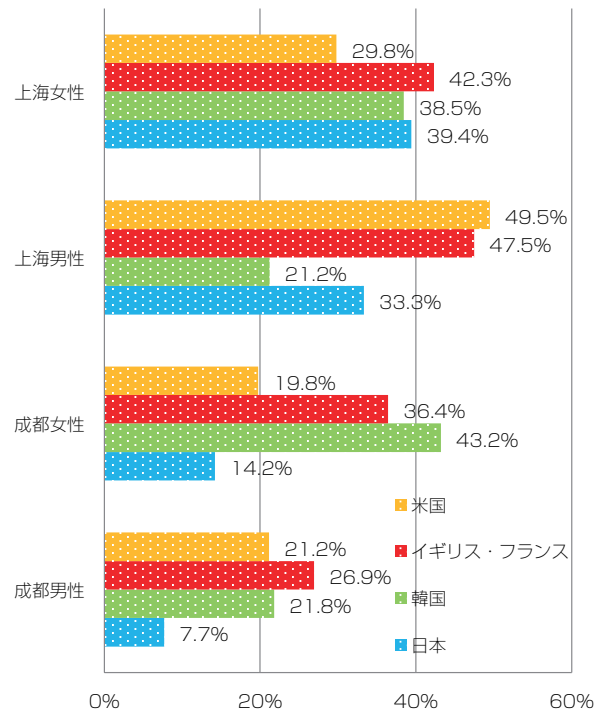
品質を重視するのは皆おなじ。ただ、どの地域も、女性は男性より色やデザイン、着心地や機能性を重視している。

Q2-1 購入したい衣服の生産国 そのメーカーの所在国・地域は？（複数回答）



成都では、韓国の映画やドラマが人気で、韓国のアパレルが人気ようだ。

Q2-2 購入したい衣服の生産国 そのメーカーの所在国・地域は？（複数回答）



成都の女性は韓国のアパレルに比較的強い興味を持っている。男性は米国と韓国のアパレルに興味があるようだ。日本のアパレルは、まだ消費者への認知度が低いようだ。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

業界インタビュー

2013年、衣料メーカー勤務時代に成都に赴任し、成都のファッションを見続けてきた山田氏は、現在はファッション関連のコーディネーターとして成都イトーヨーカ堂とコンサルティング契約を結んでいる。変わりゆく成都のトレンドを聞いてみた。



成都偉山普商務信息諮詢有限公司 山田総経理

成都のイメージは：

2013年に初めて成都を訪れた時は、激しいビビッドカラー（原色のような鮮やかな色合い）の洋服が特徴の濃いファッションが主流でした。ところが、16年くらいから黒、紺、ベージュといった一般的な、おとなしい色になっていき、この冬には黒ばかりが目立つようになってきました。これは、中国の他都市も同じで、ファッションの特徴がなくなっていると言っていると思います。

靴、バックについて：

洋服に関しては女性を中心に、ブランド品から安いものまで比較的うまく着こなしていますが、靴とバックに関してはコーディネイトという意味で、出来ない気がします。ただこれは、成都ではまだおしゃれなトートバックなどが売られている場所がなく、みんな値段が高いものが良いと勘違いをしているからです。彼女たちは、おしゃれには非常に敏感なので、今後我々

提供する側がいろんなものを提案し、教えてあげなければいけないと考えています。日本にも昔そういう時代がありました。

日本のブランドについて：

一言で言えば、元気がないですね。「ユニクロ」は別格として、誰でも知っています。他は「ローリーズファーム」も頑張っていると思います。いまは、日本ブランドより韓国ブランドが受け入れられていますね。韓国の映画やドラマの影響が大きいという噂です。日本のドラマも、人気があるらしいのですが、韓流には負けているのかな。スポーツウエアとカジュアルをミックスさせた、「スポーツミックス」も流行っています。

今後ファッションに関しては、成都のトレンドというよりも、中国全体が似た傾向の流行を追い求めるようにはなると思います。しかし、気候の差、民族の差、様々な要因で、日本よりは地域性が残ることも間違いないと思います。

一言コラム

成都是美人の都としても有名。

中国の雑誌や、インターネットの美人ランキングでは、常に上位にランクインされる成都。沿海部では、四川への出張の際に、同僚から羨ましがられることもあるのだそう。

成都の女性は小顔、色白で、スタイルもスリムな人が多く、ファッションに関しても昔から敏感だそう。

最近の成都のファッションは、他地域と比べてもそれほど違いは見られないが、夏には短めのサマーセーターや肩を露出した少し大胆な装いの女性も多い。成都の男性にとっては少し目に毒かもしれない。



4

「食」

成都市の「食」は中国の他都市と同様、様々な文化が流入してきており、大きく様変わりを遂げている。沿岸部から出遅れた感のあった洋食屋や日本料理、更にはパンやスイーツなどの普及率も高まっている。これらは内外の小売店の目玉として持ち込まれ、路面店なども数多く現れている。かつてはおしゃれ感の有ったマクドナルドやケンタッキーで食事をするのも今や当たり前の時代で、外国料理や輸入食材も特別なものではなくなってきた。



①ピザハット



①スターバックス



四川料理

成都と言って、真っ先に思い浮かべるのは「四川料理」と「パンダ」。特に中国人にとっては、成都といえば「四川料理」であり、さすがは中国4大料理の1つである。この4大料理も地方に行くと様々で、大抵は3大料理又は4大料理なのだが、自分たちの地方を含めるためか8大料理くらいにまで増えることも多い。しかしながら、いかなる分類の中でも絶対に入っているのは「広東料理」と、この「四川料理」である。

四川料理の形式は、秦の始皇帝が中国を統一した時から三国時代までの間に形成された。三国時代には、食材の選択から調味料の使用、食材の切り方、調理時間の把握、調理方法まで、すべて料理としての形が出来上がっており、唐の時代になると四川料理は宮廷の中でも有名になり、中華料理の歴史において、徐々に重要なものになっていった。

料理の特徴といえば何とんでも「麻辣（マラー）」と言われる四川料理の代表的な味付けだ。「麻」とは痺れるような感覚、「辣」とは辛さのこと。四川料理



①四川料理に多く使われる「辣椒（唐辛子）」



①マーボー豆腐



では「三椒」と呼ばれる三種類の調味料（辣椒、花椒、胡椒）が重用される。このうち「花椒」は日本の山椒よりもより香りが強く、痺れるような感覚を生み出す。「辣椒」は日本で言えば唐辛子、「胡椒」はコショウだ。この「三椒」が配合されることで、四川料理特有の「麻辣」（痺れるような辛さ）が生み出される。しかしながら4千とも6千とも言われる四川料理のうち、3～4割は辛くないものもあると言う。日本人との食事に慣れた四川人なら、8割方辛くないものを選んでしまい、初めて訪れた際、覚悟して挑んだ日本人が拍子抜けしてしまう場面も少なくない。

一言雑学

「えっ！！四川料理はもともと辛くない？」

それほど遠くない昔、四川に唐辛子はなかった。唐辛子が伝わってきたのは、明代末期から清代の初めにかけてというから、300年余りの歴史しかない。つまり、それまでの四川料理は辛くなかったのです。さらに2度びっくりなのが、唐、宋の時代、四川人は甘いものが大好きだったとか。当時、四川はサトウキビの栽培と砂糖製造業が盛んだったためだそうです。その後、元、明の時代になると、四川省南部の自贡という地域で塩の生産が盛んになり、四川料理も塩をふんだんに使った味の濃いものが主流になったらしいのですが、この時代のあと、ようやく唐辛子が四川に伝わり、辛い四川料理の歴史が始まったそうです。中国4千年の歴史は、やはり単純ではなく、奥が深い。

成都のB級グルメ

四川料理と肩を並べる多様さを誇るのが、成都のB級グルメだ。麺類、ワンタン、水餃子、饅頭、餅、団子、点心、更には冷たい和え物から熱々のスープやお粥まで、揚げたり焼いたり、蒸したり煮たりのグルメは、種類も味も豊富で、成都人の胃袋を満たしている。その中で、特に有名なのは日本人にはお馴染みの「担々麺」（汁なし）だが、様々な具材を串に刺しラー油で煮る「串串香」等、見たこともない料理に驚かされることもしばしば。また、面白いのがこれらB級グルメの売り方。屋台や三輪車などに簡単な調理器具を載せての行商も多く見られる。これらB級グルメは、例えば麺類一杯（100グラム）9元などのように、非常に安価となっている。



① B級グルメを売る屋台



② 串串香（上）、担々麺（下）

火鍋

多種多様を誇る四川の料理文化でも、最も特徴があるのはご存知「火鍋」。2カ所に仕切られた鍋に辛いスープと辛くないスープで2種類の味を楽しめる一般的なものから、主に地元の人たちが食べる辛いスープだけのものまで、好みに合わせて選択できる。最近ではトマト味や日本人に大人気のキノコ鍋などもあって、種類の豊富さも魅力の1つ。また、四川では昔から辛いものを食べることでデトックス効果があると言われている。湿気の多い四川盆地では体内に水分が溜まりやすく、辛いもので発汗作用を促すことは健康法の1つとされている。



成都「食」のトレンド

成都もご多分に漏れず、トレンドはF1層（20歳から34歳までの女性）が引っ張っている。また、ブームになれば広がりも早いですが、早々に人気なくなるものもある。それらを試行錯誤し、日本が経験した発展の5倍とも10倍ともいわれるスピードで時代の波が駆け抜けている。そんな中、今のトレンドは、と尋ねると「健康志向」「おしゃれ思考」「コスパ思考」だそうで、言葉にしてしまうと日本と全く同じなのだ。ただ、このいくつかの「思考」の中身が現地ならではの習慣や流行で面白い展開を見せている。

最も解り易いのは、医食同源の国中国とすることで「健康志向」である。ある意味健康に関しては漢方などの昔ながらの食物への考え方が多いが、成都にはそれとは逆行しているように思える油だけの料理が多い。しかし、最近では真っ赤で辛い火鍋よりも真っ白なスープの「白湯」がトレンドだ、とF1層に諭され、泣く泣く同意している男性が結構いるとのことである。

次に「おしゃれ思考」は内装や食器に表れており、昔ながらの高級感よりも清潔さを基調とした洋風になっている。特に5年前までは重厚なヨーロッパ調が好まれていたのに対して、今ではすっきりしておしゃれなアメリカンスタイルが人気なんだそうである。

「コスパ思考」も当然のように思えるが、実はつい最近までF1層のデートは高級料理店が殆どだった。それが今や、おしゃれなレストランでのバイキング料理が人気だ。単価は安いもので一人80元から高いものでは400元程度。



①若者の間では有名なレストラン「blue frog 藍蛙」



②最近、内装がおしゃれな店舗も増えてきている

日本料理店



すき家

日本料理に関しては、2014年から2016年にかけて出店ブームが訪れ、2年間で店舗数が250%近く増え、人気グルメサイト「大衆点评」の登録店舗数は1,000店を超えた。沿岸部に比べれば規模が小さな店が多く、居酒屋、ラーメン店、寿司屋が大半で、寿司屋にもラーメンや丼物が有るのは中国の他都市と同じである。当然、日本料理と言ってもお店によって値段の差は大きく、高級からリーズナブルなものまで様々だが、成都だけで流行った寿司屋の形態がある。とにかく小さくて安い店だ。海から離れているという事もありネタの種類は少ないが、若いカップルなどが利用して客単価60元～120元程度だとか。これらの店は短期間でチェーン展開を果たし、多い店では成都市内だけで10店舗以上もある。

また、この5年間で日系の飲食会社も出店が増え、牛丼の「すき家」やとんかつの「和幸」などが人気を博している。

「鰻」のお店が、若者たちに人気！



「鰻のかば焼き」は、昔から中国の日本料理店のほとんどがメニューに載せている。人気が高いことは間違いないのだが、お値段との関係でなかなか手が出せないのは日本と同じ。価格は、1枚50元くらいからだが、お店によってかなり違ってくる。

2016年5月に、市の中心部「春熙路」から歩いて5分の場所に鰻専門店「鰻の匠」が開店した。同店は日曜のお昼には、約80㎡の店内が若者でいっぱいになる。こちらのオーナーは、日本人の水頭さん（44歳、男性）。元々はラーメン作りの専門家で、成都に来て5年目になる。お寿司屋と鰻屋をうまくミックスさせ、お手頃メニューから本格的なうな重まで楽しめる、成都でただ1軒の鰻専門店だ。



日本料理以外の外国料理

日本料理以外の外国料理はかなり以前から存在し、ブームとまではいかないまでもファンの数も少なくなかった。10年前は韓国料理かインド料理ぐらいしかなかった成都も、今では洋食からアジア各地の料理店までほぼ沿岸部と変わらないほど多岐に渡っている。上海などで人気を博した洋食の「新元素 (element fresh)」が2015年にオープンしたり、高級イタリアレストラン「Tivano」も女性の行ってみたいお店の上位となっている。

また、近年特に成都で目立つのがタイ料理だ。店舗数は70店舗程度で、そのほとんどがタイ式鍋料理（一人用鍋）。中でも、「暹羅湾」「阿諾泰」「榴芒泰」などが有名店で、順番を待つ人たちがお店の前に並ぶ光景は、見慣れたものになっている。客単価は100～150元くらいが主流との事だが、当然高級なお店もある。タイは、中国人が旅行をする際にピザが不要なため、90年代後半から訪れる人が年々増

加しており、タイ料理に対する認知度も非常に高い。タイ料理の辛さは四川のものとは違うが、酸味の利かせ方に人気の秘密があるようだ。また、タイ料理に海鮮がよく登場することも、海を知らない成都人にとっては魅力的なのではないだろうか。



中国で有名な洋食レストランチェーンの「新元素」

定着した「コンビニ弁当」と「中食」

2011年のセブンイレブンの登場は、成都の小売業界に大きな旋風を巻き起こした。それまでであった、地元のコンビニチェーンやスーパーが、内装や品揃えを大きく変えていったのである。それまでにあった弁当は、品数も少なく見た目にも新鮮さが感じられなかったため、手を出す人も少なかった。ところが、セブンイレブンが次から次へと新商品を発売するにつれて、地元コンビニも負けずと新商品を作り始めたのである。その後、ファミリーマートの進出もあって、更にコンビニ弁当の需要は増え、今ではコンビニからお弁当の袋を持って出てくる人の姿は珍しくない。現在では、セブンイレブンとファミリーマートがコストパフォーマンスの良さで大きく地元コンビニを引き離している感はあるが、今後もコンビニが小売業を牽引していく事は間違いないだろう。

また、成都イトーヨーカ堂や伊勢丹で売られている「中食」（調理済みのおかず）もすっかり馴染みとなり、地元四川料理から日本食まで、多くの中食が食品コーナーに並ぶようになった。最近では、サンドイッチの売上も伸びてきているようで、年々売れ筋は変化してきているらしい。



食品の高い品質が評判のイトーヨーカドー



急成長を遂げているセブンイレブン



コンビニでは、いろいろな弁当が販売されている

カフェ、スイーツ、パン

外国料理に負けじと増え続けているのが、女性に人気のカフェ、スイーツ店、パン屋だ。スイーツ店を例に挙げて見よう。北京、上海、成都、西安など8大都市のショッピングセンターをサンプルに、複数の都市に店舗を構える6つのジャンル、45のスイーツブランドに対して実施した調査（RET 睿意徳中国商業地産研究センター）によると、成都のショッピングモールには、なんと165ものスイーツ店があり、上海と北京に次いで中国第三位となっている。

日系では「シャトレゼ」が成都イトーヨーカ堂（錦華店、眉山店）に出店し人気となっており、パン屋では「山崎パン」「フランソワ」も着実にお客をつかんでいる。

高級レストランやブランド品が下降気味となってきた今、スイーツ店は、高級レストランやブランド店がショッピングモールから撤退した後の空白を埋められるとともに、トレン

ディなものを好む若者の需要を満たせるため、一気にシェアを拡大してきている。



イトーヨーカ堂に店があるフランソワ

競争激化により、一部の高級中華店は淘汰

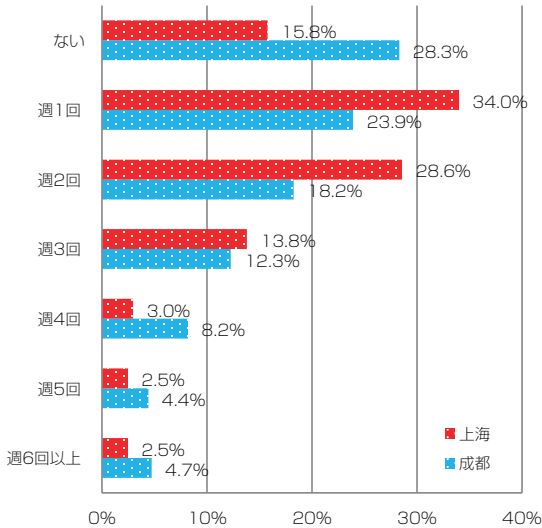
高級寿司屋やおしゃれなレストランの開店が続く成都ではあるが、その一方、高級中華料理店には厳しい時代となっている。繁華街の蘭桂坊にある某高級広東料理店は、2010年に盛大な開業イベントで多くのメディアに注目された存在だった。レストランを運営するこのグループは、中国大陸のほか、香港、マカオ、シンガポールにも展開しており、香港で

はミシュラン1つ星も獲得するなど、成都でも開店当初の勢いは多くのメディアにも最高の評価を得ていた。しかし、「贅沢禁止令」などにより政府関係者たちの接待が無くなるなど急速に客が減ってしまい、6年後の2017年2月赤字経営のため閉店になった様子は、まるで時代の波に飲み込まれるようであった。



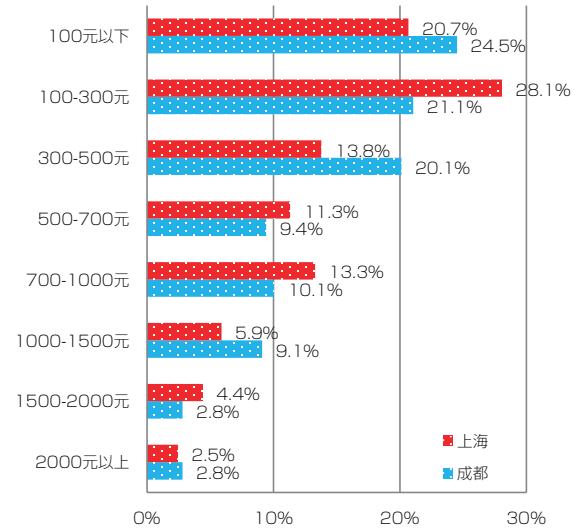
成都の外出食にかかる出費は、上海に勝るとも劣らない

Q1 最近1カ月の夕食における外出頻度は？ (単一回答)



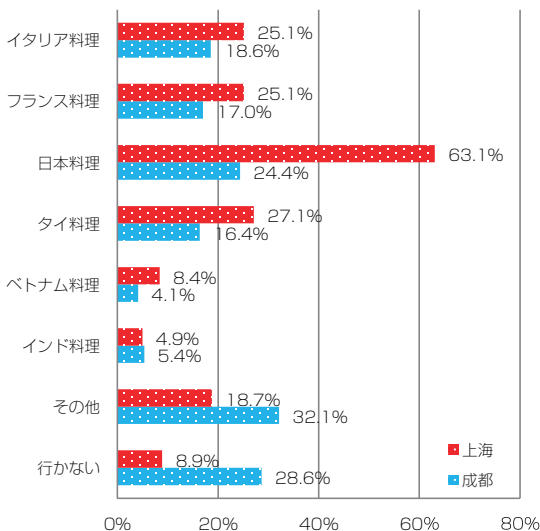
成都の消費者は、外出しない人も多いが、週4回以上も外出する人が上海より圧倒的に多い。

Q2 ここ1カ月間、夕食における外出の1人当たり費用は？ (単一回答)



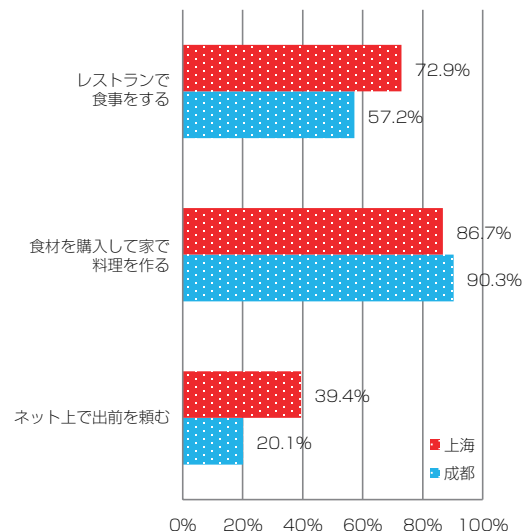
成都も上海に劣らず外食費を使っていることがわかる。

Q3 中華料理以外、外国料理でよく行く外食のお店は？ (複数回答)



日本料理をよく食べる人数は上海のほうが遥かに多いが、成都でも主な外国料理の中では、日本料理が一番人気である。

Q4 通常の食事方式は？ (複数回答)

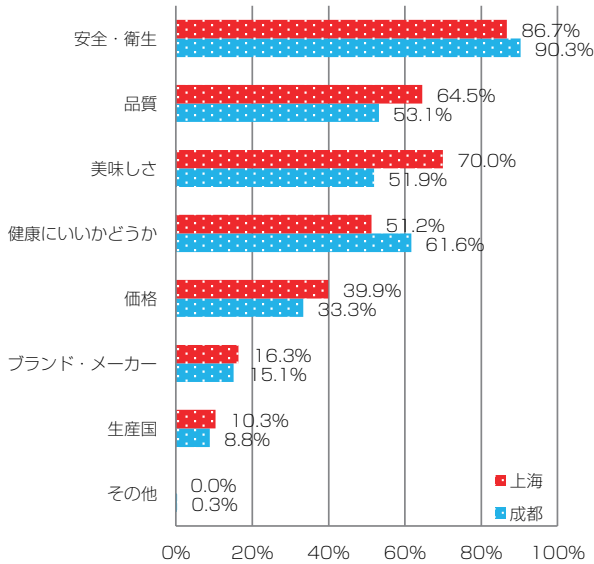


上海人ほど忙しくない成都人は、自炊の人も多い。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。(詳細についてはP61を参照)

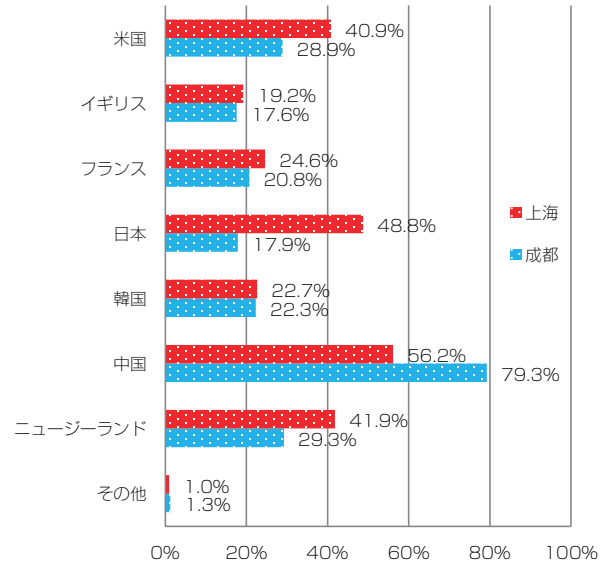
味・品質にこだわる人が、増えてきた

Q1 食品を買うときのポイントは？（複数回答）



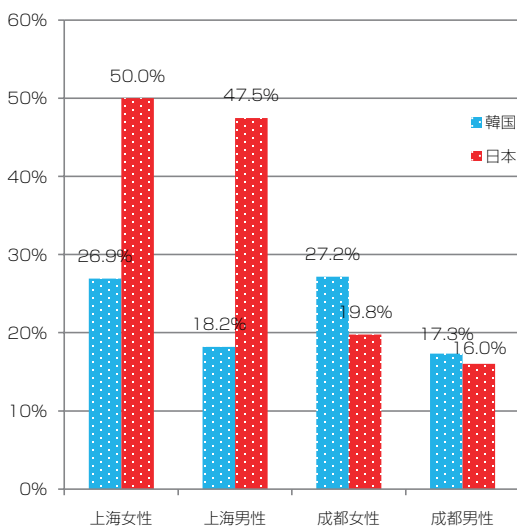
成都の人は、安全性や健康に気を配っている。

Q2 購入したい食品の生産地は？（複数回答）



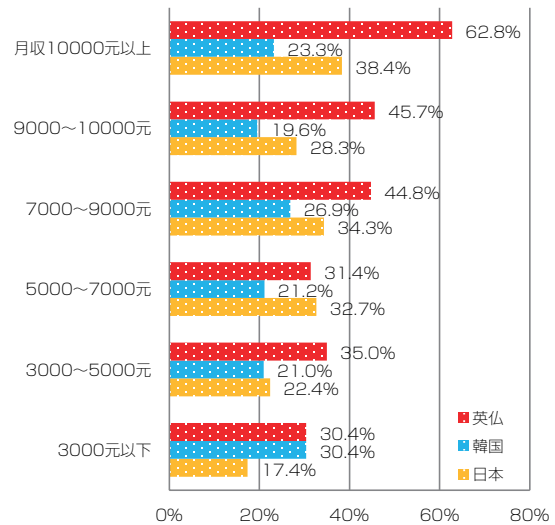
最近の成都の輸入食材は、宣伝の効果でアメリカやニュージーランドの牛肉が増えている。

Q3 購入したい食品の生産地は？ （日本料理と韓国料理で比較）



成都と上海で、韓国と日本に対する興味が真逆である。

Q4 購入したい食品の生産地は？（複数回答） （収入別）



収入が高いほど、欧米や日本の食品に対するニーズが高くなる傾向がある。高収入な人ほど、生活の質を重視することの現れだろう。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

成都市民の声

「食」座談会

胡：私は伝統的な四川人といえるかな。食といえば、やはり火鍋ですね。レストランで四川料理を食べると、どうしてもビジネスの時の接待の感じがあるから、どちらかというと火鍋が良いな。外食するときは、火鍋か洋食を選ぶ。

黄：洋食は、ちょっと…。

胡：成都の洋食屋は美味しいと思わなかったけど、最近、特に太古里ができてからは、だいぶ変わった気がするんですよ。「新元素」などの、北京・上海・広州地方にもあるチェーン店が多く開店していますよね。選択肢が多すぎて、悩んでしまう。

私は、パスタが大好きなんです。特にマカロニはいろんな形があって、その日の気分によって味や麺の種類を変える楽しみがある。時々自分で、スパゲッティの麺を使って成都の「涼麺」風の麺を作ったりもします。

廖：でも、外国のものと比べると、中国のトマトソースは濃度やコクが足りないね。



胡曉檬 34歳 国営企業マネージャー
王懿淑 27歳 会計事務所勤務
趙金錦 25歳 広告会社勤務
姜思沂 44歳 IC関連企業シニアマネージャー
黄順陸 32歳 旅行会社経営
廖林 33歳 大学副教授

姜：四川料理の代表といえば、やはり麻婆豆腐ですね。

廖：「陳麻婆豆腐」（麻婆豆腐の名店）で麻婆豆腐を食べるのが小さいころの夢だったんだけど、結局大人になっても行ってない。今は、他に美味しいものがたくさんあるからね。

ただ、麻婆豆腐は値段が安い料理なので、外地から来た人にお出しするのはちょっと抵抗があったんだけど、四川に来たら皆さんが食べたがるので少し驚いた。安くて済むのは、歓迎だけだね。

王：「龍抄手」（ワンタンの名店）もいいですね。朝や昼は、昔ながらのワンタンみたいなものが、やっぱり食べやすい。

黄：しかし、「鐘水餃」（水餃子の名店）の味は昔のままだけど、「龍抄手」はちょっと変わったな。僕なんて、平日の昼は大体麺を食べるね。

趙：私は、四川の魚料理が断然好きです。特徴があって、美味しい店もたくさんあります。特に「水煮魚」や「酸菜魚」が香りも四川料理らしくて良いですね。

黄：最近、成都には日本料理店もたくさんできたけど、有名な店は少し値段が高すぎるね。

黄：高い店では、客単価800元はいくんじゃないかな。

趙：それくらいしますね、家賃が高すぎるからじゃないかな。ただ、安い店も沢山あるので、若い人はそっちの方が良いよね。

趙：桐梓林にある日本料理店なら手ごろな値段ですよ。日本人もよく行っているのも味もまあまあで、最近では中国人のお客が増えて、入れないときもあります。

企業インタビュー

泉盛餐飲管理（成都）有限公司

すき家（食其家）

オープンから2年で15店舗！
安全・安心で日本と同じ味を！

牛丼チェーンのすき家は2015年2月、成都に1号店を開店して以来店舗を拡大し、2017年1月には成都に隣接する四川省眉山市に15店目をオープンした。同社は全店直営方式によって均一な味を保ちながら、安全・安心な日本の味を提供することで、幅広い客層に受け入れられている。同社に人気の秘密や今後の展開について伺った。



①牛丼のポスター

■発展状況と人気の理由について教えてください。

2015年2月に成都1号店をオープンしてからまだ2年も経過していませんが、すでに15店舗まで拡大しています。メニューは牛丼の並盛が一杯15元、他の丼ものもほとんど20元前後に設定しており、店舗はきれいで明るく、女性にも入りやすくなっています。オフィスビルの近くにあるお店はいつもサラリーマンやOLが通っており、商業施設に入っているお店は家族連れで連日賑わっています。

一般的に、外国料理店は現地の人の口に合うよう味をアレンジする場合がありますが、当社は「日本の味」にこだわっています。全店直営で運営しているので、均一な味を保ち、食の安全や品質を徹底して管理することができます。



②すき家（商業施設型店舗）の外観

また、メニューについても、中国内の店舗ではメインメニューを同じにしており、かつ日本の店舗と比べてもそれほど差がないので、中国のお客様はすき家で日本と同じ味を味わうことができます。

■店舗網拡大の秘訣は何でしょうか？

当社は、お客様との関係を非常に重視しています。店舗を開店する前には、必ずお客様に説明を行い、開店の目的や方針をしっかりと理解してもらいます。また、開店

後は経営状況にかかわらず契約期間を守ることで、信頼関係をしっかりと構築しています。お客様と信頼関係があれば中長期的に家賃を低く抑えることも可能になります。また、当社は約8年前から中国事業を始め、現在中国に160弱の店舗がありますが、自社の都合で撤退したのはこれまでわずか数店舗だけです。このようにお客様の理解を得ながら一緒に事業を進めるパートナーとしての発想が認められ、お客様と協力関係を築くことができます。

■今後の展開は？

成都では16年10月まで商業施設の中にしか出店していませんでしたが、同年11月4日の領事館路店の開店で、成都で商業施設型店舗と路面店舗の2種類の店を構えるようになりました。商業施設型は入居する商業施設の状況に、路面店舗は立地により客足が大きく左右されますが、当社は店舗の形態には拘らず、今後も一層店舗網を拡大していく計画です。

5

「暮らし」



中国で最も幸福感のある都市 第1位!

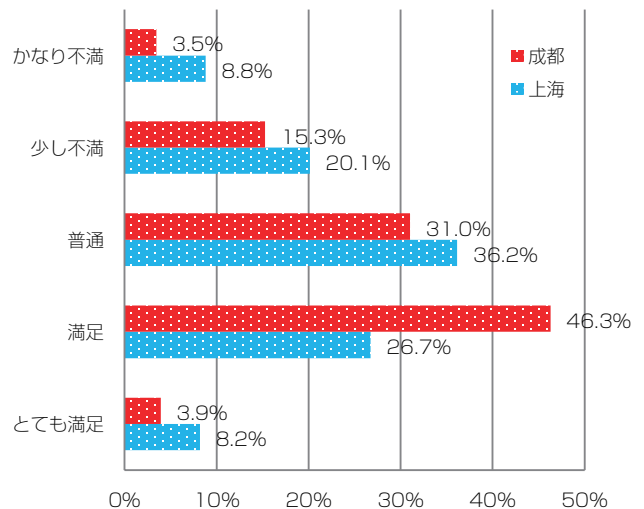
広い中国では、地域が違えば国が違うかのように、生活スタイル、考え方、食べ物、又は体つき顔つきまで違うというのが中国の常識だった。しかしここに来て、中国の主要都市の多くが都市型のライフスタイルに移行しており、価値観という意味では平均化されてきている。

一方成都人の場合、価値観の変化は当然あるが、それとは全く逆の、「スローライフ」もとても大切にしている。誰だって、おしゃれなカフェでお茶をしたいが、たまには田舎でのんびりしたい。そののんびりの割合(頻度)が、成都人は非常に高い。

この「都市型ライフスタイル」と「スローライフ」、両極をうまく溶け合わせているのが成都なのだ。中国で最も幸福感のある都市(新華社通信2015年)第1位(成都の当局が、日本人に自慢する事の1つ)となった成都は、確かに景観、美食、経済、気候、歴史、全てにおいて国内トップレベルのパフォーマンスを発揮しており、総合的に第1位と言われても納得できる。

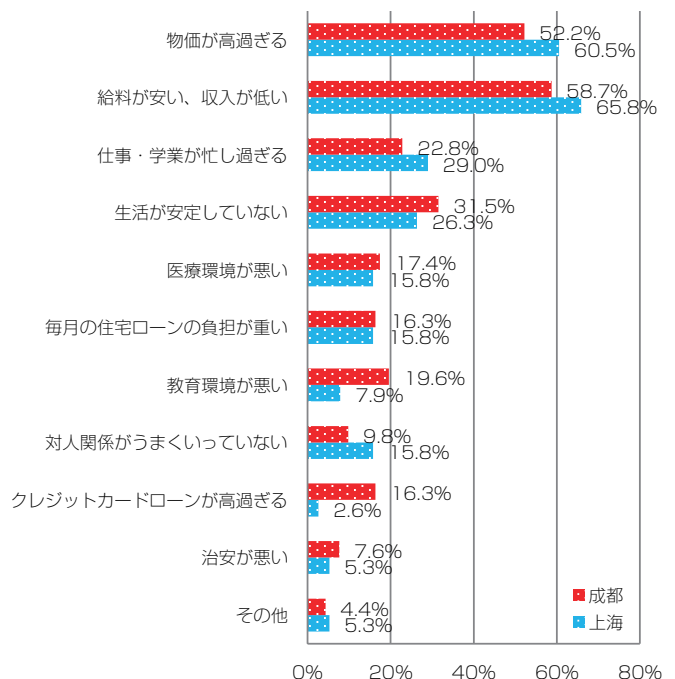
またこの度、国家統計局および中国邮政グループが主催する「中国経済生活大調査(2016-2017)」の最新結果が発表された。この調査は、2013年から毎年31の省・直轄市・自治区、104都市、10万世帯を対象に実施される。同調査において、「幸福と感じる」と答えた成都市民の割合は65.58%で、宗教的な意味合いが強いチベットのラサ市(76.12%)を除けば、全国第1位となった。そのうち、「非常に幸せ」と答えた割合は19.64%、「比較的幸せ」と答えた割合は45.94%であった。

Q1 あなた自身の今の生活に満足していますか？(単一回答)



全体的に満足度が高い成都だが、「とても満足」の回答は上海が多い。これは、上海の富裕層の多さを物語っているのではないかと。

Q2 不満な理由は？(複数回答)



意外にも、成都の多くの人が教育環境が悪いと感じている。

※上記アンケートは、ジェットロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。(詳細についてはP61を参照)

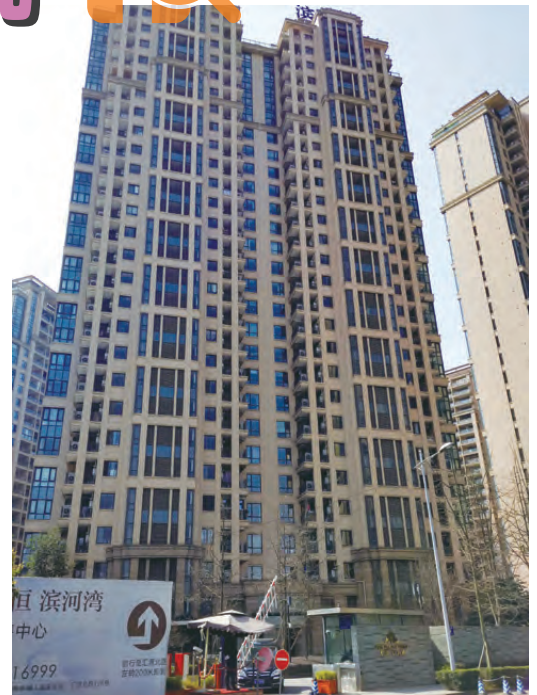
成都の不動産状況



2016年、成都で不動産が最も売れた地域は、市の中心部ではなく、成都市周辺部の「双流」「龍泉驛」「温江」地区。そのうち、双流だけで、全販売面積の26%を売り上げている。一方、成都の中心である5つの区（青羊区、成華区、金牛区、錦江区、武侯区）を全て合わせても、全体の販売面積の1/3にしかなっていない。道路網の整備や地下鉄の開通により、上記の3地域のアクセスが改善され、成都市中心部への通勤や買い物が便利になったため、今はまだ値段も手ごろな地域の不動産に人気が移行してきている。いわばベッドタウン化だ。

成都市全体の平均不動産価格は、2015年の7,613元/㎡から2016年の8,263元/㎡に値上がりしており、値上げ幅は8.5%と第二線都市の中では比較的低い。しかし、一環路内や高級住宅地では1万元/㎡以上も珍しくはなく、「遠雄風華園」では2万3,000元/㎡、「仁恒滨河湾」では2万5,000元/㎡と高額マンションの出現も相次ぎ、2017年には4万元/㎡の超高級マンション「阿瑪尼芸術公寓」の販売も開始された。成都にも億ション時代が到来しつつある。

広さ別で見ると、売れているのは、現在ではまだ従来どおりの70~90㎡だそうで、次に売れるのが90~110㎡とのこと。傾向としては、広めの2LDKや3LDKの販売比率が伸びてきている。余裕のある人たちが、より快適な空間を求めるといえる。



① 平均価格 25,000 元 /㎡ の成都トップクラスの高級物件



② 市の中心部には、築年数が長い古い低層マンションやアパートが多く残っている

業者任せにはしない、中国の内装工事。

中国でマンションを購入する場合、窓と玄関ドア以外ほぼ何も内装工事されていない「清水房」と呼ばれるスケルトン状態の物件を購入する。一方、「精装房」といわれる、内装が完了した状態で販売される物件もあるが、中国では一般的に、内装前の「清水房」を好んで購入する。「清水房」のほうが安価ということも理由だが、最も大きな理由は「自分の部屋は自分で設計すべき」という考え方が昔から一般的であるためで、それと同じくらい大きな理由が、建材の価格を自分で把握できることにある。建材は同じ種類でも価格に大きな幅があり、自分が決めることで予算の範囲を調整でき、また、自ら内装会社を手配することで自分の好みや理想を伝え、それを内装に反映することができる「清水房」を好むのだ。

したがって、物件を購入すると、最初にしなくてはならないことが内装工事である。一般的には、施工は内装会社に任せるが、建材は自らが選ぶ。ドア、タイル、フローリング、キッチンシンクなどの建材を自らが建材店に出かけ購入し、施工業者に渡すのである。成都では様々な建材業者が集まる「建材城」や「裝飾城」などがあり、人々が将来の我が家を想像しながら楽しそうに、真剣に、選ぶその姿は、専門業者と見分けがつかないほどだ。



③ タイルなどを自分で選べる

家庭訪問インタビュー

対象者：劉さん 33歳女性
職業：編集者
家族構成：両親、夫、娘2人（6人家族）
住所：錦江区牡丹街四海逸家
収入源：自分と夫の給料、年収約30万円



住居情報

タイプ：重層タイプ、5LDK+2バストイレ

間取り：（下の図を参照）

面積：272㎡

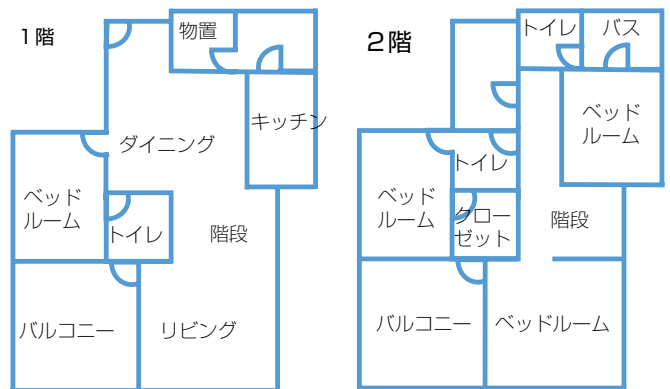
総価格：約200万円（2016年購入、支払方法：頭金+ローン）

インテリアスタイル：ヨーロッパ調

内装費用：約80万円

なぜこのような物件を購入したのですか？

主に子どものことを考えてですね。うちには子どもが2人いて、親とも一緒に住んでいるので、家族全員で6人になる。大きい家でないとはいけません。さらに、建築の質の高さ、周りの環境の良さ、そして不動産管理会社のサービスがいいか、なども考慮しました。あとは、家の周辺にスーパー等の生活に密着した施設があるかどうか、将来子どもが通学しやすいか、も重要な要素でした。それらを総合的に考えて最終的にここに決めました。



■家庭消費

毎月の消費は大体どれくらいですか？

2万円くらいですね。

どんなところに使いますか？具体的には、何にいくらくらいですか？

生活費が5,000円くらい、育児費用が5,000円くらい、住宅ローンが6,000円くらい、交通費・旅行・外食などで3,000円くらいかな。

生活費は例えばどのようなものですか？

食材購入：両親が毎日近くの市場に行って、新鮮な野菜や果物を買います。1日で大体50～150円です。

生活用品：週に何回か買います。ほとんど近くの永輝スーパーで買います。毎週50～100円くらい。

ほぼ毎日イトーヨーカ堂で輸入食品やベビー用食品を買います。輸入食品の方が安全なので。毎回100円以内です。毎週1回は子どもを連れて遊びに行きます。ついでに買い物もしてきますね。費用はその時でまちまち。100円の時もあるし、多い時は1,500円くらいになるときもあります。洋服を買うと、それ以上かかるかも。ネットでも買い物



①マッサージチェアもある

します。主に、海外からベビー用品や育児本などを買います。1カ月で大体300～400円です。

育児の費用は具体的には？

うちは子どもが2人いて、大きい子が2歳、小さいのはまだ1歳にもなっていないので、今は粉ミルクが一番お金を使います。1カ月で大体2,500円くらい。そしておむつ、洋服、おもちゃなどに2,500円くらいは使います。

他に何にお金を使いますか？

私たち夫婦は毎日（ナンバー規制の日を除いて）車で通勤しています。片道16キロくらいで、週末も外出しますので、毎月のガソリン代などが800円くらいです。それから近郊への旅行や友達のパーティー（親戚付き合い、客の招待なども）、運動とダイエットと合わせて1,000～5,000円くらいです。

■ 食事

家族の食事の好みは？

家族の食事は、比較的辛いものが多いですね。夫は江西人なので、辛い物が食べられます。両親も辛いものが好きです。両親は、定年までウイグルで働いていたので、うちとはときどき大皿鶏・ピラフなどのウイグル地区の民族料理も食べます。

外食はしますか？

両親が毎日市場で新鮮な野菜・果物を買います。そして、子どもの食品はイトーヨーカ堂で買います。

外食はしますか？

1週間に1回くらいしますね。祝日の時や、記念日、ご飯を作りたくないとき、後片付けをしたくないとき、気分がよくないとき、逆に気分がいいときなんか外で食べます。

外食の費用は？

1人あたり100円くらいですね。店のレベルによりますが。

■ レジャー

普段どこに行って遊びますか？ どれくらいお金を使いますか？

现阶段の私たちの生活は、ほとんど子どもを中心にしています。週末は、子どもを連れて、近くに遊びに行ったりします。大体はイトーヨーカ堂（錦華店）かな。そこに子どもが遊べるスペースがあって、休憩エリアもあるので便利です。消費額はその日の買い物などによって決まります。

平日の夜などの活動範囲は、半径1キロ以内が多くて、散歩などをするだけです。基本的には買い物はしません。



棚には白酒や洋酒が並ぶ



大家族にはこれくらいの大きい冷蔵庫が必要だ

家庭訪問インタビュー



対象者：姚さん 51歳女性
職業：大学職員
家族構成：夫、息子（3人家族）
住所：武侯区人民南路三段24号
収入源：家族3人の給料、年収約18万円

住居情報

タイプ：2LDK
間取り：（下の図を参照）
面積：90㎡
総価格：約37万円（2009年購入、2012年から居住開始。一括払い）
内装：一般的な内装をしたつもり。
内装費用：約8万円



①棚には、旅行先で買った記念品などが飾られている



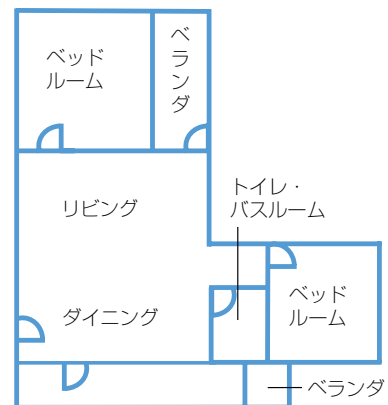
②バルコニーには観葉植物が置かれている

なぜこの物件を購入したのですか？

私は大学に勤めているため、この住宅は、大学の所有地に建てたものです。そのため、価格は市販の物件より安いです。これは、いわば大学が教職員に提供する、一種の福利厚生といえます。中国では、大学や政府機関が職員のために、マンションを建てて提供するの、珍しいことではありません（日本でいう社宅）。この物件は、価格が4,000元/㎡で、当時の同エリアの市販物件の約半分です。また、同じ敷地に多くの同僚が家を購入したので、近所に知り合いが多い方が居心地がいいと思って購入しました。

物件のいいところ、よくないところ：

一環路内に位置する立地のいいところなので、交通の便はよいです。春熙路のような繁華街、錦里のような観光スポットには歩いて行けます。人民南路（成都の幹線道路）沿いにあるため、多くの路線バスが走っているし、地下鉄の駅もそばにあります。また、中国西南地区で評判の高い華西病院が近くにあって、病気になったときはすぐに病院に行けます。いいところは、立地くらいかな。でも、立地はいいんですが不便なところもあります。まず、近くに野菜市場がないことです。行きつけの市場があって、いつも歩いていくのですが、往復で1時間半以上かかります。ちょっと遠いですね。それ



から、近くに火鍋店やいいレストランがないので、親戚などを招待したくてもできないです。あと、駐車スペースの不足とマンション周辺の環境の悪さが問題です。うちは大通りに面してないのでまだいいですが、人民南路に面している側は、車の騒音がひどいらしいです。引っ越してきたばかりの頃は、眠れないほどだったということです。

居住環境について：

先ほど言ったことのほかに、もう1つ良くないのは、住宅を営業目的で借りる人が多い事です。最近、数人規模の小さな会社が増え、オフィスビルなどは家賃が高いため、私が住んでいるようなマンションの一室を借りて経営するケースが多いのです。実際、私が住んでいるフロアにも2社あります。

出入りが頻繁だったり、深夜まで営業していたりする会社でなければ、普段の生活にはあまり影響しませんが、エレベータが混むのは問題です。会社への出退勤時はエレベータが込み合うのです。また、物品を販売する会社だと、エレベータを荷物の運搬に利用します。その結果、私たちがエレベータを利用しづらくなりますし、エレベータの故障や耐久性も心配になります。

交通環境：

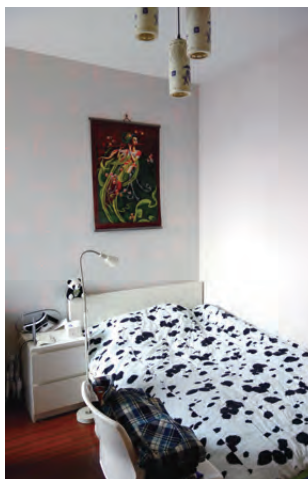
成都はいま、地下鉄の建設を急ピッチで進めています。まだ、地下鉄でどこへでも行けるような状況ではないです。そのため、うちも一昨年に車を購入しました。わたしと夫は免許を持ってないので、息子が運転しています。ただ、ラッシュアワーは、道路がとても渋滞するので、通勤には利用していません。ほとんどの場合は、週末外出するときに車を使います。車があることで、昔行けなかったところや、バスでは時間がかかりすぎるため、行くのをあきらめていたところに行けました。やはり、今の成都以て生活するには、車があった方が便利です。うちの車は、ほとんど週末の遠出に使うので、今後地下鉄が便利になっても、車の使用頻度はそれほど変わらないと思います。

あったらいいこと：

お家の近くに、イトーヨーカ堂の店がほしいです。今、野菜や肉を除く食品や生活用品は、歩いて20分ほどかかるウォルマートで買っています。月に1回くらい車で高新区のイトーヨーカ堂に買い物に行きます。イトーヨーカ堂の生鮮食品や惣菜は品質が高く、ウォルマートにはないサンドイッチや、納豆のような日本食品、そして味噌などの調味料もあるので、毎回100元以上購入しています。もし、歩いて行ける範囲内にヨーカ堂の店舗ができればより便利になります。

今後の買い替え予定

今は、まだ定年退職してないので仕方ないですが、今後、定年になったら、もっといい場所に家を買いたいですね。理想的なエリアは、高新区かさらに南です。定年後は、通勤もなくて済むので、市の中心部から少し離れた、環境のいいところに住みたいです。既にそれらのエリアにはショッピングモールも多いので、ひょっとしたら、今の生活より便利になるかもしれません。ただ、その地域は価格も高いので、もし買うとしても、今住んでいるところを売った上で、新築ではなく中古になると思います。ですがこれは、何となく想像しているだけで、現段階では何ともいえません。



①一般の家庭ではバスタブがないのが普通だ

成都の交通インフラ

東京（成田）からの直通便は3社が運航し、地下鉄も4号線まで開通。道路は環状高架道路ができて、渋滞は避けられない。

航空

現在、東京（成田）からの直行便は、航空会社3社（全日本空輸、四川航空、中国国際航空）が運航しており、毎日いずれかの便が東京（成田）・成都間を直通で往復している。

成都南西部の郊外に位置する双流国際空港は、中国で4番目（北京、上海、広州に次ぐ）に利用者数が多く、発着便数も世界の空港50位以内に入る中国西部地区最大の空港である。市の中心部から16キロ余りと近く、2017年秋には市内への地下鉄も開通する（10号線）など、交通の便も良好だ。2012年から第2ターミナルが運用を開始し、年間延べ約5,000万人が利用している。

双流国際空港に就航している路線は270路線（国際線95路線、国内線175路線、2016年12月時点）で、それらの到着地は国内外合わせて209都市（海外78都市、国内131都市）となっている。現在、双流国際空港は中国「国家級国際航空ターミナル」としての地位確立と世界における発着便数トップ10入りを目指している。

中国国務院の認可を受け、双流国際空港は2013年9月1日から、45カ国の外国人に対し、72時間無査証通過（TWOV）政策の実施を始めた。第3国（地域）のビザおよび72時間以内の日付と第3国（地域）への乗り継ぎ指定航空券があれば、中国のビザを取得しなくても、双流国際空港から中国へ入国が可能である。

また、双流空港の規模をはるかに超える成都の新しい空港として、2016年5月から成都市の県級市である簡陽で「天府国際空港」の建設が始まり、2020年の運用開始を目指している。

●成都から日本へのアクセス

- ・ 成田：全日空が毎日就航（冬季は週4便）
中国国際航空が週4便就航
四川航空が週4便就航
- ・ 関空：中国国際航空が週3便就航
四川航空が週3便就航
春秋航空が週4便就航



①双流空港の旅客ターミナル



①天府国際空港のイメージ

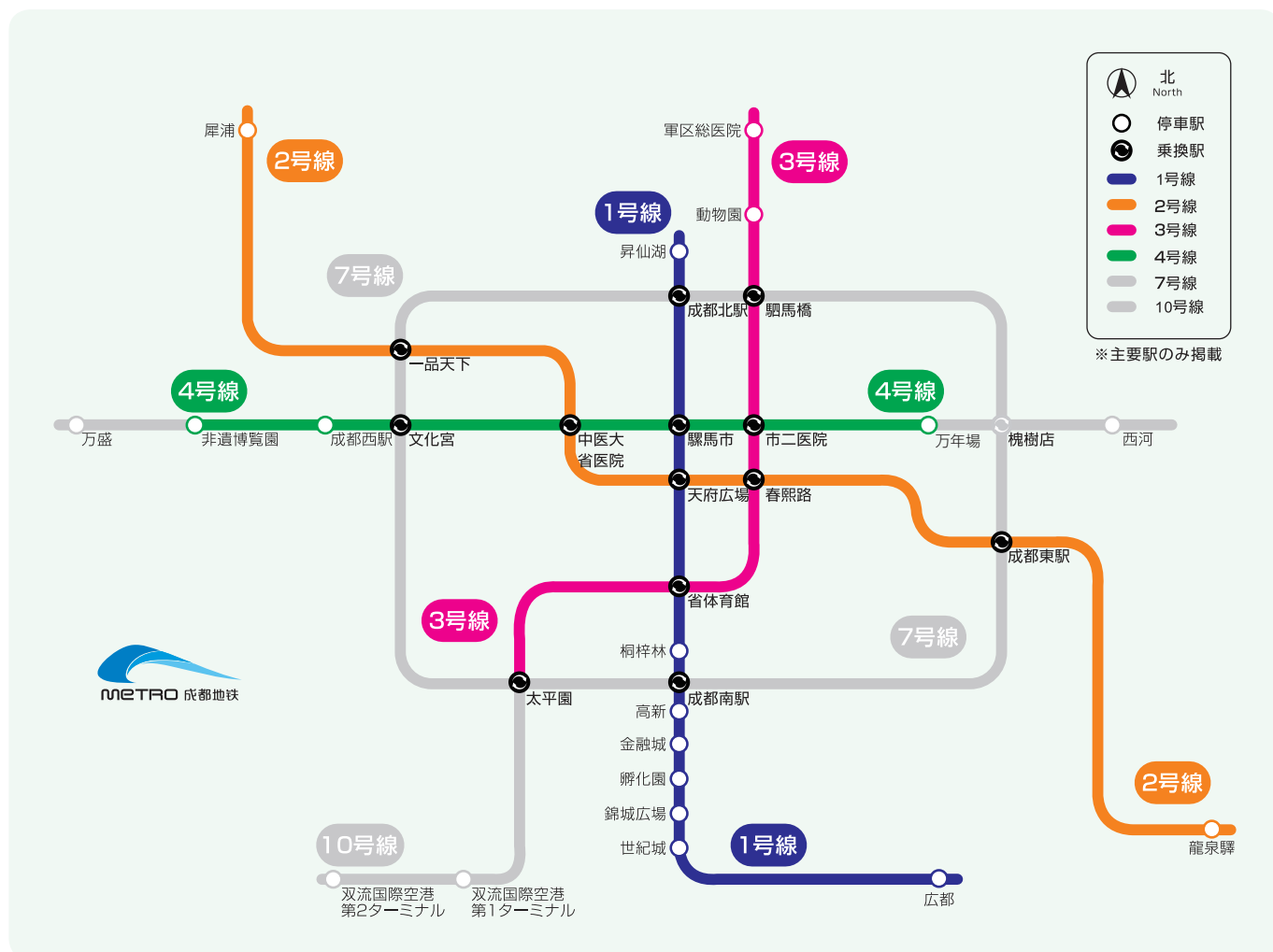


地下鉄

2010年に開通した1号線を皮切りに現在では4つの路線が走っており、朝晩のラッシュ時には東京に負けないうらいの満員電車だ。成都市の建設計画によると、2050年までに24路線1,350キロの線路が建設される予定となっている。

運賃は非常にリーズナブルで最低2円で6駅、3元/11駅、4元/16駅、5元/24駅となる。ICカード「天府通」

を使えば割引になる。今後の開通分は距離も伸びるため料金改定はあるものの、日本とは比べものにならないくらい安いので、どこへ行くにも安心して乗っていただける。ただし、地下鉄の車両は6両編成であり、輸送能力に難があるため、通勤ラッシュ時に混雑を引き起こしている。



① 成都地下鉄路線図（灰色の路線は2017年中に開通予定）



① 通勤ラッシュの時には常に満員になる



① それぞれにテーマがある地下鉄の駅

バス



バスはますます便利になっている

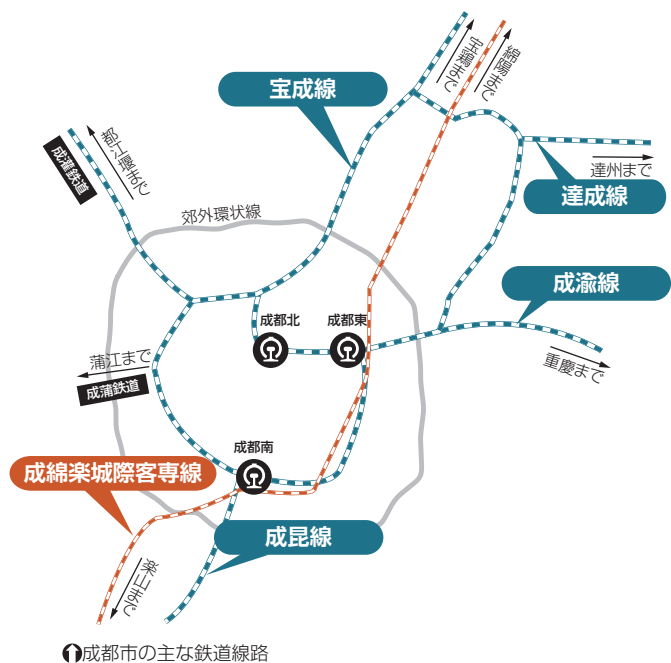
最も市民の足となっているバスは、2014年末の時点ですでに400以上の路線があり、その後も路線の増加と調整が続けられ大変便利になっている。運賃は、市内バスが2元と安く生活路線として重要な基盤となっている。ICカード「天府通」を使えば1割引きになったり、乗り継ぎをするとお得な回数カードなどもある。また、学生カードなら半額で乗れたり、70歳以上のお年寄り対象のカードでは月に75回まで無料で乗車できる。

通常の路線バスに加えて、2013年6月には二環路（環状線）高架橋を走る快速バス（BRT）が開通、続いて同年7月から多くの地域でコミュニティバス（循環バス）が運行を開始した。コミュニティバスは、主に高齢者に利用され好評を得ているという。

高速鉄道

成都から成渝線、宝成線、成昆線、達成線など8つの高速鉄道を利用することができる。例えば、成都から重慶までは、15年前には片道13時間かかっていたのに、今では成渝高铁に乗れば最短で1時間半で着けるようになり、日帰り出張が出来る範囲になった。10年前に日本人が飛行機で出張していたころに比べると嘘のようである。また、2017年12月には、成都と西安を結ぶ「西成高铁」が開通する予定だ。同鉄道の開通により、成都から西安まで、現在10時間以上かかっているのが3時間に短縮されるため、ビジネス、観光にますます便利になっていく。

成都の駅といえば北部にある北駅だったが、今では東西南北それぞれに駅があり、北駅の改修工事が2017年から始まることもあり、主役は東駅となっている。



成都市の主な鉄道線路

ヨーロッパ向け貨物鉄道

成都は西南地区最大の鉄道交通の要所であり、2013年には成都からポーランドのウッチまでの路線距離9,826kmを結ぶ、鉄道貨物列車（直行）「蓉新欧快速鉄道」が開通した。これにより、所要日数は10日前後まで短縮された。



中国版「Uber」

アメリカで始まった、スマホのアプリを利用したハイヤーのようなサービス「Uber」（日本ではウーバー、中国ではユーバーと言っている）が、2014年ごろから成都でも流行し始めている。利便性の面でタクシーに勝り料金も安いと、利用者は年々増加しており、配車サービス大手「滴滴出行」のデータによると、2016年9月までの成都の利用者数は850万人に上った。主な利用者は20代と30代で、利用者の75%、利用回数の90%を占めている。今では、多くの人にとってタクシーに代わる手軽な交通手段となっており、Uberが普及した影響で、台数が足りないという苦情が出ていたタクシーも、空車を見かける時間帯が増えてきている。



①このようにアプリで車を予約できる

シェアリング自転車

最近、成都の街を歩いていると、路上に並べられたカラフルな自転車をあちこちで見かけるし、それに乗っている人も非常に多い。「シェアリング自転車サービス」である。この自転車、2016年11月頃から急に現れ、あっという間に広がっていった。出現から数ヶ月で、サービスを提供する会社は6社まで増えた。どの会社のシェア自転車もスマホのアプリを使って利用する。料金は1時間1元～2元で、どこからでも乗り降りできるのが最大の特徴。一方、駐輪スペースの不足や自分の家に置いてしまうなど自分勝手な行為が問題となっている。



①自転車はこのように歩道に置かれている

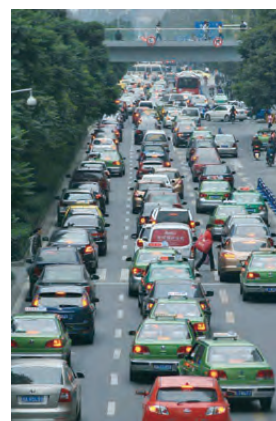
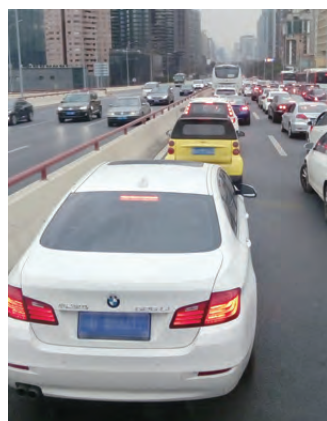


②シェアリング自転車の利用者は日々増加している

とにかく渋滞。夕方は、ドライバーも諦め顔。

中国では、どこに行っても渋滞の洗礼を受ける。もちろん成都も例外ではなく、渋滞には泣かされる。2013年に最も交通量の多い「二環路」という環状線に、東京の「環八」さながらの高架道路が出来たにもかかわらず、全くもって渋滞はひどくなるばかりだ。

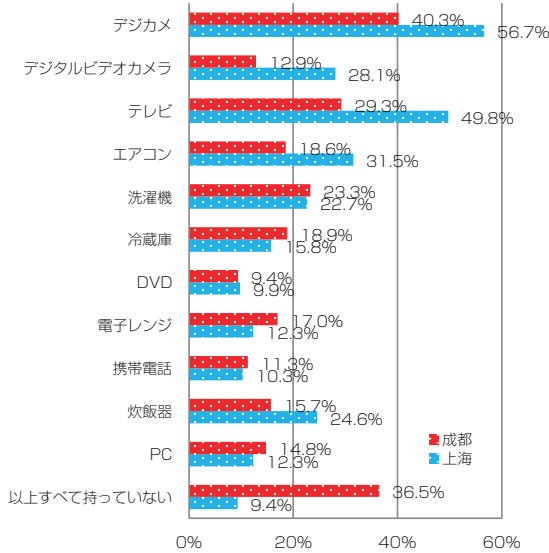
それもそのはずで、2015年末の成都市の個人の自動車保有台数は330万9,000台で、全国第2位となっており、渋滞を緩和するため2013年から曜日別にナンバープレートの数字による走行規制も実施している。また、自動車の増加に伴い、駐車場問題も深刻になっており、今では道路わきに駐車しているのはかわいいうで、歩道を占領している車もよく見受けられる。



①渋滞は当たり前になっている

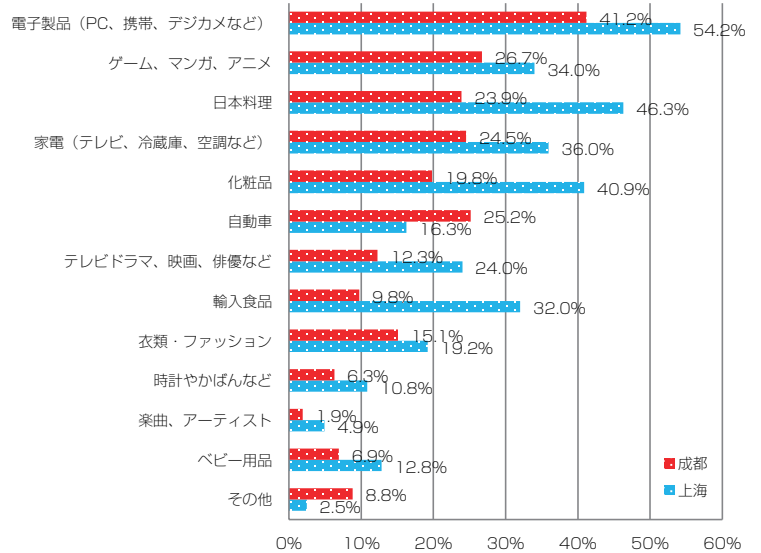
家電は、中国製が台頭してきた

Q1 現在自宅で使用している家電製品・AV 機器のうち、日本製のものは？（複数回答）



世界的にほぼ独占状態にある日本のカメラを除くと、日本製の家電は中国産より高いため、成都の消費者は日本製を選ぶ人が少ない。

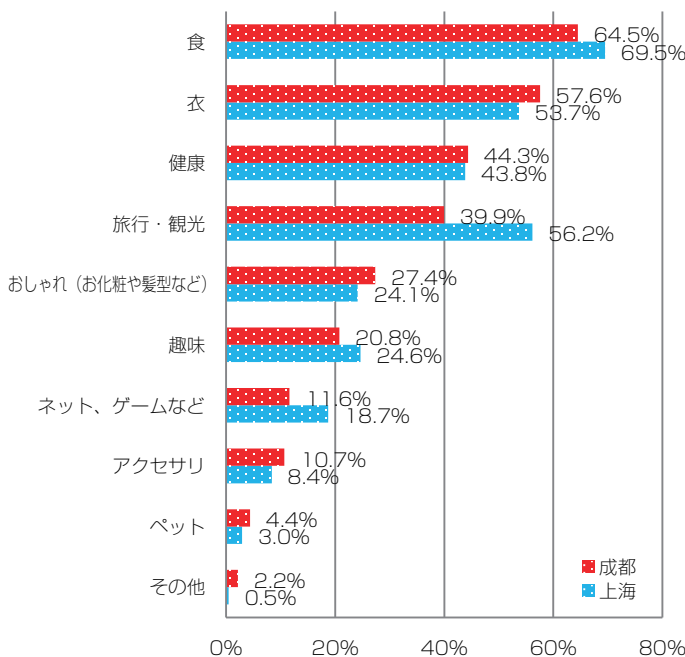
Q2 日本のどのようなこと・モノに興味がありますか？（複数回答）



成都の消費者は日本の自動車に興味があるようだ。

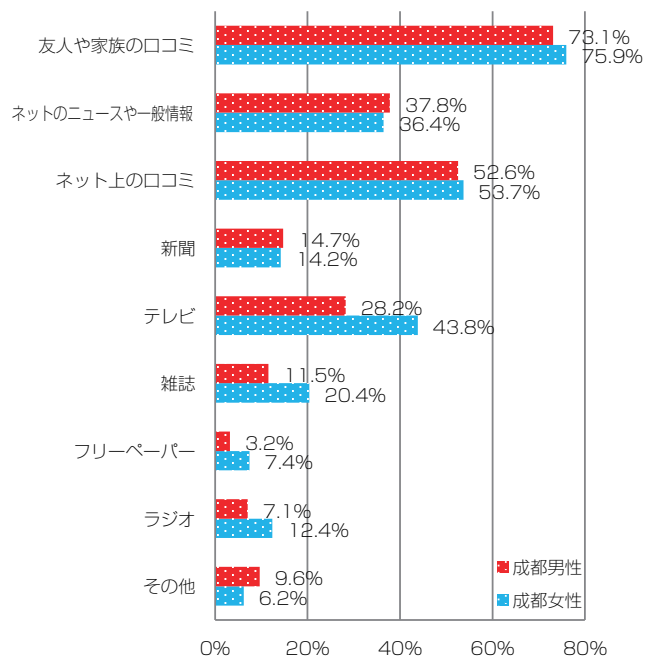
成都市民はどのように商品を購入しているの？

Q1 特にお金をかけることを意識しているもの（複数回答）



成都の人は、食を大事にしている。成都の方が、おしゃれに対する意識が高いのは興味深い。

Q2 商品を購入する際にあなたが信頼できる情報源は？（複数回答）



「友人や家族の口コミ」が一番多く、女性の方がテレビの情報をより信じるようだ。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

高級別荘地（一戸建て）

成都のお金持ちの象徴といえ、一戸建ての別荘だろう。成都の有名な高級別荘地には、高新区にある「城南逸家」「麓山国際」、双流区の「牧馬山エリア」がある。別荘といっても、これを住居とする人もいるのだが、いずれも成都市からは20km以内なので、車を利用すればアクセスは便利だ。また、通常マンションに住む成都の人々にとって、一戸建ては特別な高級感をもたらすものであるのは間違いない。

これらの高級住宅エリアは、川や湖があって自然環境がよく、敷地内に専用のゴルフ場やレストランなどがあるのが特徴で、今ではほとんど中古物件としてしか出回っていない。床面積は200㎡以上が主流で、価格帯は1.5～2.5万元/㎡と市内の高級マンションと変わらず、最も高級な住宅エリアといえる牧馬山の「蔚藍卡地亜」には、何と10万元/㎡で売っている中古物件もある。



①「蔚藍卡地亜」の別荘

自動車市場

2010年まで地下鉄が開通していなかった成都市には、早くからモータリゼーションの波が訪れ、個人の自動車保有台数は北京に次いで全国第2位（330万9,000台、2015年末）となっている。

最近では、BMWやメルセデスベンツ、ポルシェのような高級車ブランドも少し低めの価格帯で新型車を発売し、多くの一般市民もこれらのエンブレムが付いた車に乗っている。これらの高級車が街に増えるにつれ、BMWなどのブランドは成都の人にとって高級感のあるものから、より身近なものに感じられるようになってきている。

また、エコカーの増加も最近の自動車市場の大きな特徴で、消費者の環境意識の向上、政府の補助金が支給されること、エコカーはナンバープレートによる交通規制の例外扱いになること、などが要因となり、エコカーを購入する消費者が増えている。成都では、トヨタやホンダのハイブリッド車、特斯拉やBYD（比亞迪）のエコカーがよく売れており、今後エコカーを購入する消費者はますます多くなると予想される。



余暇



情緒漂う観光スポット

寛窄巷子

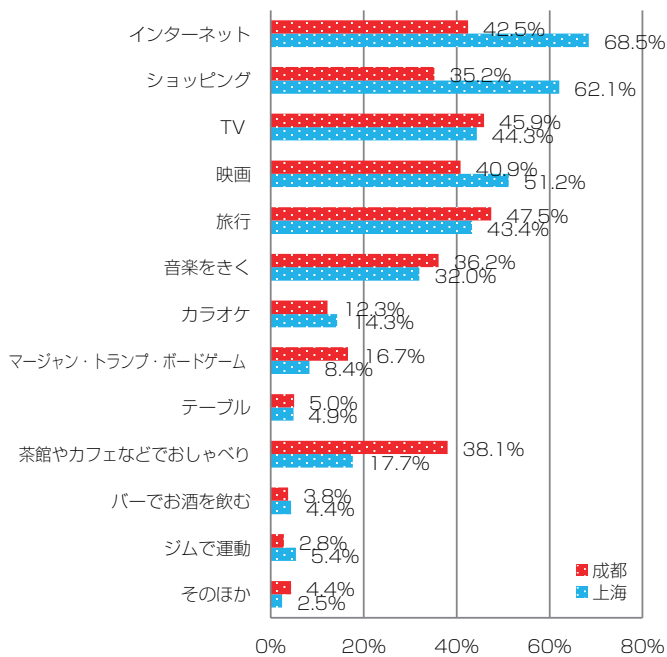
成都市中心の天府広場から西に約1キロの距離に、寛巷子と窄巷子、井巷子という小さな街路がある。この辺り一帯は清朝時代に満州人の居住したところで、現在でも清朝の面影が残っているエリアだ。

新観光スポットとして再開発が計画された際、当時の成都市政府は独断で進めず、賛成派と反対派の意見を極力取り入

れるよう努力した。こうして2008年にリニューアルされた寛窄巷子は国内外から多くの人々が訪れる観光の名所になったと同時に、成都市民の憩いの場としても生まれ変わった。気軽にお茶を飲んだり、ご飯を食べたり、画廊で絵画などを鑑賞でき、バーやディスコで遊べる場所。その一方で、旧来の面影を失わない場所。それが寛窄巷子である。



Q1 主な休日の過ごし方（複数回答）



成都の「のんびりとした生活」の代表とも言える「茶館やカフェでのおしゃべり」は、今の時代でも依然として多くの人の生活スタイルのよう。

※上記アンケートは、ジェットロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

まだまだ残る、成都の「スローライフ」

さまざまな発展を、急速に成し遂げてきた成都。ただ、忘れてはならないのが、成都の暮らしやすさだ。物価指数等の統計からもその要素は十分に見て取れるが、本当の良さは、昔ながらの「スローライフ」に感じることができる。

「農家楽」と呼ばれる中国版グリーン・ツーリズムも、成都市民にとっては馴染みのレジャーだ。週末になると近郊の農村に滞在し、お花見や食事、おしゃべりや麻雀などでゆったり過ごす。四川省は農家楽の発祥地であり、成都市周辺には観光農園や農家民宿・レストランが1万カ所以上あるという。特に有名なのは、錦江区内にある三聖郷。市内から車で30分ほどと、とても手軽な距離であるため、週末には市内外からの車で大渋滞になることもある。ほかに、桃の花で有名な龍泉も人気だ。



龍泉の農家楽。お花見をしながら麻雀する姿も、昔のまま。

成都のウェディング事情

2011年には、1世帯当たりの結婚式にかかる平均費用が北京、上海に次ぎ、全国トップ3に入ったここ成都。沿海都市の人にも劣らないほど、消費好きで、先進的な消費観念を持つ成都人には、一生に一度の結婚式

を後悔しないよう豪華に開催するという傾向が強い。

しかし、ここ数年、成都の若者たちの結婚式にかかる費用は年々減少し、結婚式は「節約主義」へ方向転換するようになった。

「結婚写真撮影」は旅行中に、「礼金」は不要

中国では一般的な「礼金」の習慣も、「かかあ天下」の成都では、男女が比較的平等な地位にあるため最近では姿を消し、恒例行事となっていた「結婚写真撮影」の撮影旅行も、旅行のついでに現地の写真愛好者に安くお願いするパターンが増えてきている。

結婚式の思い出も大事だが、何かと経済的なプレッシャーが重い現代の若者たちの費用節約の考え方が背景にあると思われる。



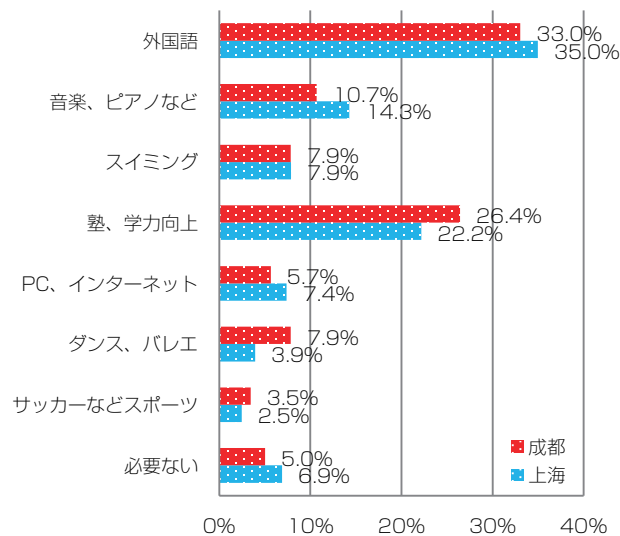
過熱する幼児向け英語教育

ここ数年、成都の就学前教育において、英語教育が盛んになっている。特に私立幼稚園では、英語、英会話を取り入れることは経営戦略上不可欠となっており、英会話教室の低年齢化が進んでいる。

ある大手教育会社は、成都市で2歳児向け英会話教室を開設し、講師はすべて外国人を揃えている。教室に通う費用は年間2万元以上だが、沢山の親子連れが来ている。まだ中国語もしっかり話せない幼児中中にはいる。「英会話」というよりも歌やゲームなどを通じて英語に親しむプログラムが多く、3歳児の母親は「小学校から英語の授業が始まるので、その前に英語に親しむことで、英語を好きになっていくと考えている」とのこと。その一方、「英語は大事ですが、あまり英語だけにならないよう、気をつけることも大切」という専門家の声もある。

現在、中国の親は子どもの就学前教育を過度に重視する傾向がある。そんな中、幼稚園と小学校の円滑な連携、子育て支援や預かり保育の充実などをどう実現していくかが課題となっており、成都市でも様々な実践が行われている。

Q1 ある程度お金をかけてでも、子どもにすべきと思う教育は？（複数回答）



中国は昔から学力を重視するので、子どもに小さいころから勉強してもらいたいと考える親が多いのも当然のことだろう。

※上記アンケートは、ジェトロにて521人を対象に、インターネット調査を実施。（詳細についてはP61を参照）

老人福祉

近年、昼間に介護や医療サービスを提供するデイサービスの施設が急増中だ。成都市政府も、介護が必要な老人や一人住まいの老人、80歳以上の老人、など4万3,000人に介護サービスを提供しており、2016年にデイサービス施設を666軒設立した。

このようなデイサービス施設には、医療施設、カウンセリング室、食堂、娯楽室などがあり、お年寄りの憩いの場となっている。中でも、充実したサービスを提供している施設として、四川航空愛老之家養老サービス有限公司が運営する「愛老之家」がある。2015年10月の施設開設以来、今では成都に9つの施設がある。費用はデイサービスが580元/

月から。入居の場合は、3,500元/月。

日本企業もこの分野に参入している。株式会社リエイは、同社の100%子会社の現地法人と中国企業の合併により「成都礼愛年華健康服務咨询有限公司」を設立し、成都で運営受託（MC）方式での介護施設開設準備を進めている。

また、最近の成都市は、病院と老人ホームを融合した「医养結合」施設の建設を促進している。老人ホームの中に専門的な病院を、または病院の中に老人介護施設を設立することで、利便性向上や効率化を図り、施設のサービスを先進国のレベルに引き上げようとしている。

医療

成都では「家庭医制度」が着実に普及している。この制度は、患者が軽い病気でも大病院に行ってしまう中国の現状を改善するため、社区（地域）の診療所の医師が住民と契約を結び、まずその医師が治療内容を判断するもので、2016年までに、423万人の成都市民が家庭医と契約を結んでいる。これにより、軽い症状の病気は、自宅や地域の診療所で解決し、大病院に行つて並ぶ必要がなくなる。同じく、大病院の混雑緩和措置として進めているのが、「分級診療制度」だ。これ

は、軽い病気をまず地域の診療所で診てもらい、解決できない場合のみ、患者をレベルの高い病院に行かせる。そして、逆に、レベルの高い病院で治療が進み、症状が軽減した患者は、状況に応じて、地域の小さい病院に移転させる制度で、成都市では2020年までにこの制度を市全体で実施することを目標としている。



中国トップレベルの華西病院

ペットの需要も急増中！

成都市民の生活レベルの向上に伴い、ペット関連の需要も急増している。日本とは違いペットお断りのマンションがほとんどないので、気軽に飼えることも理由の1つだ。人気があるペットは、やはり犬と猫で、犬の方が比較的多いとの事だ。

犬猫カフェも次第に増えつつあり、人気となっているが、そのほとんどは店が飼っている動物が数匹いるというものだ。その中でも珍しいのが「路上記憶珈琲館」、記憶に残りそうな名前のカフェだ。同店内でのんびり歩きまわっている犬や猫は、お客が自宅から連れてきたペットである。つまり、同店はペット同伴可能なカフェなのだ。店内は古いジャズが微かに流れる、とてもおしゃれな空間で、時折猫や犬の鳴き声も聞こえる。飼い主は、本を読んだりパソコンに向かってる。

世界をいろいろと旅してきたオーナーが2013年に店を始めたそうで、成都のおしゃれな女性には知られているカフェだ。



今、若年層はコスプレブーム！！ イベントに3万人が集まる！

中国若年層のコスプレブームは、とにかく熱い！成都でも2カ月に一度はイベントが開催されるほどだ。中でも最大のコスプレイベントが「CD 漫展」。3万人の来場者を集めたという。イベントに参加した、21歳の女子大生に聞いてみた。

彼女たちのチームは9名。日本の人気アニメ、「ラブライブ！」の歌を、キャラクターごとに演じており、週に1度は集まって練習しているそうだ。また、「ラブライブ！」以外にもコスプレして踊れるアニメが10以上はあるというから熱の入れようは半端ではない。

ちなみに、苦労することはないかと聞くと、家族は応援してくれているらしく、また、「今ではコスチュームも通販で安く購入できるし、種類も豊富で全く問題ない。ただ、早く日本に行ってみたい」だそうで、日本のどこに行きたい？という質問には、もちろん「秋葉原！」という答えだった。



酒どころ、四川

中国は世界で最も早くお酒の醸造が始まった国で、穀物醸造酒である黄酒（ホアンチュウ、日本で言う紹興酒）、穀物蒸留酒である白酒（バイチュウ）、果実醸造酒である果酒（グオチュウ）、果実蒸留酒である白蘭地（＝ブランデー）、薬用エキスを含む薬酒（ヤオチュウ）、ビールなど、様々な種類のお酒がある。その中で、「白酒」をメインに製造する四川省は「名酒の里」と呼ばれ、「五糧液」「劍南春」「瀘州老窖」など中国でも有数の名酒が造られている。

成都是、古来より農作物が豊富で、山岳地帯から流れる澄んだ水に恵まれているため酒造業も発展した。成都の北東30kmの広漢市で発掘された古代遺跡である三星堆遺跡からは大量の酒器が発見され、成都の酒造りの歴史が3000年を超えることがわかった。

成都のお酒は詩とも深い関わりがあり、李白や杜甫をはじめとする詩人は成都のお酒をこよなく愛し、詩の中にもたびたび引用するほどだった。

成都市民の声

「暮らし」座談会



住宅事情

姜：近いうちに、市南部の天府新区に「興隆湖公園」というマンションができるらしいね。

胡：興隆湖、知ってますよ。そこは、ちょっと遠いけど、政府関係者などが周りの物件を多く買っていると聞いてます。四川省政府が、そこに移転するともいわれていますね。

黄：そこらへんの不動産価格は、2万7,000元/㎡からと聞いたことがあるね。

廖：10ヵ月で、価格が3倍になるともいわれているほどだからね。

黄：以前一度、「万達天府1号」という不動産物件を見に行ったことがある。価格を聞いたら、2万4,000元/㎡と答えられた。しかも、もう売り切れたようです。

廖：その物件、俺も前に友達と2人で見に行ったことがある。セールスの人は、俺たち男2人を全く相手にしなかったね。家族連れなどを客層としているんだと思う。でも、成都人の購買意欲は、本当にすごいよ。その日、私たちと同じ時間くらいに、物件を見始めて、いろいろと質問をしていた中年の女性が、私たちが帰ろうとしたころにはもう購入契約にサインしてたね。

王：今、天府新区あたりの物件は、本当に買いあさり状態で

胡晓檬 34歳 国营企業マネージャー
王懿淑 27歳 会計事務所勤務
趙金錦 25歳 広告会社勤務
姜思沂 44歳 IC関連企業シニアマネージャー
黄順陸 32歳 旅行会社経営
廖林 33歳 大学副教授

すね。多くの人は、買えるだけで、もう十分だと思って満足している感じがあるよ。

胡：高新区の物件も同じよ。

黄：今物件を買おうとすると、ほんとに難しいよ。高新区なんか、購入制限政策を打ち出しているそうじゃないか。以前はすごく安かった郫都区（市の北西部）の物件も、最近ではずいぶん高くなっていますしね。

廖：温江区は、環境問題がちょっと心配だね。夜になると、工場が密かに汚染物質を排出しているという噂があるからね。

姜：化学工場によるものですか？

廖：化学企業もあれば、ゴミ処理場とかもあるからね。だから物件の平均価格は、ずっと3,000～4,000元/㎡くらいで、良い物件で5,000元/㎡を超えるくらい。

万家湾あたりの成都市区に近いあたりなら、最近では1万元/㎡を超えてきた。三環路の外側あたりでは、1万2,000元/㎡くらいに達している。最近地下鉄も開通したし、アクセスがよくなってきたからね。



交通事情

黄：アクセスといえば、成都の道路状況は本当に酷いですね。今日の朝、最悪の渋滞を体験したばかりです。一環路の立体交差の下の道路で動けなくなって、結局予定していた会議の時間を2時間遅らせることになった。

廖：交通のことはもう「酷い」の一言だね。

王：その通り。

胡：今はいい方だと思うよ。5年前の成都はもっとひどかった。地下鉄も1号線しか開通していなくて、行けるところは限られていた。今は4路線が走っているからね。BRT（環状線、快速バス）もあるし。

王：地下鉄を建設しているときは、確かにいろいろと不便だった。

廖：建設中、いつも「今日の不便は、明日の便利のため」というスローガンらしきものをいつも掲げているけど、実際、便利になったことなんて1日もないよう

な感じだね。いつも、必ずどこかで工事しているから。

姜：我々世代は、一生成都が便利になった日を目にできないかもね。

廖：個人の自動車保有台数が多すぎるのはわかっているけど、車は買っちゃうしね。当然、私も。

胡：購入制限を実施するべきだね。



余暇

黄：週末は、時間があれば成都市の周辺に遊びに行ったりしますね。

胡：先週の週末に「白鷺湾湿地公園」に行ってきました。公園自体はよかったですね。成都にやっとこのような大きい公園ができましたから。でも、その日はとても寒かったので、やはり天気の良い日に行った方がいいです。

趙：春は花見で、冬は空気のきれいなところに行きますね。「太子嶺」に行く人も多いですよ。

黄：天気の良い日は、川沿いなどに多くの人が座っていたりしますね。四川人にとっての、昔ながらの休日の過ごし方ですから。

趙：成都人は、散歩も好きだね。雨の日でも散歩してる人がある。ついでに店を回って、買い物したりする。ショッピングモールなども、夕食後の時間が一番人

が多いですね。

黄：ちょっとした旅行といえば、「閬中」（四川省南充市）がいいですね。

姜：そこは、古い町並みも残っていて、川も流れているから、景色は本当に素晴らしいです。風水もすごくいいらしいですよ。

黄：魚料理もおいしいです。

姜：成都人は、峨眉山に行くことも多いです。休日に、峨眉山のレストランで食事をすると、周りはほぼ成都人ですね。何ととっても、空気が成都よりきれいだからね。

王：高速鉄道に乗れば、1時間ちょっとで着ける。成都南駅、成都東駅どちらからも行けるようになって、この点ではずいぶんと便利になったね。



成都希福来科技有限公司

(株式会社シフラ)

企業インタビュー

成都希福来科技有限公司は2012年11月に設立。日系スーパーに対して、食品ブランドの企画立案、運営サポートを行っている。



◎ 董事長 竹熊俊哉氏

Q1. 事業内容を教えてください。

日本本社（株式会社シフラ）では大手小売業に対して、MD戦略の立案から、各種リサーチ、商品開発、プロモーション、販売現場のサポートまで、生産から流通販売すべての工程に対してサービスをご提供しています。コンサルティング業務ではありますが、企画の立案だけではなく、産地への指導や店舗での販促活動など現場に入り込んで企画運営のサポートまで行っております。

日本で蓄積したノウハウを生かし、成都で事業を開始しました。日系スーパーに対して食品ブランドの企画立案、運営サポートなど日本本社と同様のサービスを提供しております。

Q2. 「ブランドを作ること」はどのようなことであると考えていますか？

現代では、あらゆるモノやサービスに『ブランド』が掲げられています。弊社ではブランドを、「その商品に関わる人や組織の“思い”や“ありかた”を反映し、手に取る人にきちんと伝わるもの」と考えております。

ブランドはコンセプトに合わせた品質管理、プロモーションにより、他には真似できない価値を生み出すことができると考えております。



品質管理やプロモーションには生産側の取引先、販売側の取引先の協力が必須ですが、ブランド管理に対して理解、賛同頂ける中国国内の取引先は多くありません。そのため商品開発が思うように進まないことが多いです。例えば、日本では当たり前のように行っている品質チェック体制も、中国では手間がかかる無駄なコストと認識されることがあります。弊社では、ブランド価値を保つため、信念を曲げずに地道に1つずつ商品開発を進めています。

Q3. これまで苦労した点が御座いましたら教えてください。

食文化の違い、特に四川省特有の味覚には苦労しています。「日系企業として日本式の美味しい食品を開発しよう」「日本で美味しいものは成都の人が食べても美味しい」という考えの下、商品開発を進めていましたが、試食段階で現地メンバーと意見が対立することがあります。お客様が食べたことも見たこともない商品の良さを、どのようにうまく伝えていくかがポイントであり、非常に難しい部分だと感じました。

Q4. これからの展望を教えてください。

運営サポート業務として、農家や工場への生産管理、衛生管理の指導も行っております。ブランド価値をつくる当社の取り組みを通じて、農家、工場の管理レベルは確実に向上しています。将来、取組先を増やしていくことで、中国全土の農業、製造業の管理をレベルアップさせていくことが目標です。現状では、まだまだ目標までの道のりは遠いですが、今後も新規の取引先と真摯に向き合い、着実に商品と取引先を増やしていきたいと思っております。

6

日系企業のビジネス

成都の日本企業は、多種多様！！

現在、成都にある日系企業は、成都日本商工クラブの会員企業数で約 140 社。製造業やサービス業を含む幅広い業種の日本企業が進出している。

その歴史は、1980 年代中旬の伊藤忠商事に始まり、少しずつ増加していき、90 年代後半に約 30 社（日本人ビジネスマン約 100 人）、中国景気が最も沸いた 2000 年以降の 10 年間で 100 社まで広がり、現在の企業数にまで増えて行った。また、プロジェクト単位での出張者も、内陸ではほぼ、成都、重慶または西安の 3 都市に集中しており、成都の潜在力は前々から注目されていた。

成都の特徴としては、中国といえば製造業だった時代でも、サービス業の進出が比較的多かったことにあり、様々な業種の日本企業が存在している。

中でも、特に有名なのが「イトーヨーカ堂」の成功で、現在成都市及び近郊に 7 店舗を構えている。今後も次々と新展開が予定されている。



すき家



山九物流株式会社成都支社の倉庫

その他、近年では日系飲食店の進出が目立ち、牛丼チェーンの「すき家」が進出後 2 年間で 15 店舗を展開しているのをはじめ、とんかつの「和幸」、回転寿司の「元気寿司」など成都市民に受け入れられているお店も多い。



伊勢丹



ファミリマートの店舗

(日系製造業の展開例)

◇コベルコ建機(株)：成都市にて油圧ショベル、ミニショベルを製造。

◇東レ(株)：成都市にて樹脂コンパウンドを製造。

◇(株)日立製作所：成都市にて昇降機を製造。

(日系自動車、オートバイ関連製造業の展開例)

◇トヨタ自動車(株)：中型バスの「コースター」とオフロード車の「ランドクルーザープラド」を製造。

◇(株)山田製作所：成都市で四輪車用機能部品を製造するほか、研究開発会社も設立。

◇(株)エフ・シー・シー：成都市で自動車用クラッチ、オートバイ用クラッチ等を製造。



①四川一汽豊田汽車有限公司の工場

(日系サービス業の展開例)

◇SMBC コンシューマーファイナンス(株) (プロミス)：成都市で消費者金融事業を展開。

◇(株)三菱東京UFJ銀行：成都支店を開設し金融事業を展開。

◇ABC Cooking Studio：2014年12月、「成都遠洋太古里」内に成都市内で初となるクッキングスタジオを設置。2016年9月、イトーヨーカ堂双楠店内に2店舗目を開設。

◇株式会社リエイ：2015年8月、現地企業と合併会社を設立。



①ABC Cooking Studio

(日系小売業の展開例)

◇イトーヨーカ堂：1997年に1号店を成都市に開設。2014年1月に開設された6号店は、初めて成都市郊外(温江区)に開設。2017年1月に7号店を眉山市に開設。

◇伊勢丹：2007年、市内中心部の春熙路に店舗を開設。

◇セブンイレブン：2011年3月より成都市内に展開。現在66店舗を出店。(同社ウェブサイトより、2017年2月現在)

◇無印良品：成都市に12店舗を展開(同社ウェブサイトより、2017年3月現在)。2014年12月には、成都の太古里に世界旗艦店を開店。

◇ユニクロ：成都市に19店舗を展開(同社ウェブサイトより、2017年3月現在)。その他綿陽市、徳陽市、資陽市に各1店舗を展開。



①ユニクロ



①世界旗艦店も成都にある無印良品



①イトーヨーカ堂双楠店

不動産情報

不動産グループの高力国際社の調べでは、2016年の成都の商業施設における1階の店舗賃貸料金は、1㎡当たり月額平均499元と人口規模の割には低いとされている。そのうち、主要な商圈地区にあるショッピングモールの1階の店舗賃貸料金は、2016年第3四半期で722元/月/㎡となっており、前に述べた春熙路のIFSや太古里は、全店舗平均家賃で1㎡当たり月額1,174元と突出している。ちなみに、2015年は太古里が開業して間もないこともあり、この一帯の家賃水準は、1階が1㎡当たり約3,000～4,000元、2階でも1㎡当たり約2,000～2,500元と、成都では想像の域を超える金額だった。また、春熙路商圈全体で見れば、1階の店舗家賃が平均で1,000元/月/㎡を若干超える程度で、人通りの多さや客層の若さから見れば納得の価格である。その他の商圈では、1階で300～600元/月/㎡となっており、探し方次第ではかなりの優良物件も多々ある。

ちなみに、成都のオフィスビルにおける平均賃料は、2015年には101.9元/月/㎡となっていたが、2016年には前年比で12%下がった。



人材関連

豊富な人材

成都およびその周辺は、中国西部地域の科学技術の重要拠点であり、学校や研究機関が非常に多い地域である。また、人材供給に関しても、中国西部で最も地の利がある地域となっている。

成都市内だけで 53 の大学があり毎年 15 万人の卒業生を送り出しており、専門学校（技術学校を含む）は 125 カ所で 28 万人の在学生在がいる。

給与水準

成都の給与水準は、上海や北京と比べると、一般的な職員で 2 ～ 3 割低いといわれているが、日本語検定の取得者や特殊な技能を有するエンジニアなどは、その限りではない。

また、社会平均賃金（給与＋賞与＋手当＋社会保険個人負担分＋所得税）の上昇率の伸びが、成都のサービス産業等の成熟に伴い、沿海部より多少大きくなっている点にご注意願いたい。

日本語人材

成都の日本語人材に関しては、日系企業が増えている状態ではないので多少ダブついた状況ではあるが、日本語人材全体の規模が大きくないため、ニーズにマッチした人材を求めると時間が必要となる場合がある。出来れば、少し自社で教育するくらいの準備がある方が、素早く募集が出来ることが多い。



① 四川大学正門



① 四川大学

最低賃金

	上海		北京		重慶		成都	
	金額 (元)	上昇率	金額 (元)	上昇率	金額 (元)	上昇率	金額 (元)	上昇率
2012年	1,450	13.30%	1,260	8.60%	1,050	20.70%	1,050	23.53%
2013年	1,620	11.70%	1,400	11.10%	改定なし		1,200	14.29%
2014年	1,820	12.30%	1,560	11.40%	1,250	19.00%	1,400	16.67%
2015年	2,020	11.00%	1,720	10.30%	改定なし		1,500	7.14%
2016年	2,190	8.40%	1,890	9.88%	1,500	20.00%	改定なし	

出典：各都市の人力資源社会保障局ウェブサイト等を参照。

成功の陰には

成都に限らず、中国、いや海外での成功は、それほど簡単ではない。

現在、正確な数字は未確認だが、成都日本商工クラブの会員名簿も当然増えるだけでなく、毎年数社は撤退を余儀なくされている。今はその成功を輝かしく報じられている数社の日本人も、進出時から数年の苦労話を始めたらきりがなく、と言う。その方たちが試行錯誤を繰り返し、日本との違いをどの様に埋めていくのか、毎日そのことだけを考え続けて今日の成功に繋がった。言葉にしてしまえば、日本と全く同じ。ただ、違うのがむしゃらに努力するだけでは足りない、ということだ。日本企業と現地とのいい意味での「折り合い」が肝心だといわれる。

業界によって様々ではあるが、成都では「我慢」が肝心との声もよく聞いた。



和幸

日本人の生活環境

現在、成都在住の日本人の生活環境は、20年前に比べ、「雲泥の差!月とスッポン!」だそう。20年以上前に日本から成都に着任された方の話だが、「仕事は手探り!日本人はいないし、天気は毎日曇り空で、それらを受け入れるまでに長い時間がかかった」とのこと。比べてもしょうがないが、今の状況を当時想像するのは、難しかっただろう。

住居エリア

日本人が多く住んでいるのは、市の中心から南にかけて「桐梓林」と呼ばれる地区に比較的集中している。ここは、成都に数カ所ある高級住宅街の1つで、比較的高額(5,000元~1万5,000元)なマンションが多く交通の便もいい。日本食の店も大小含めれば約30店舗と、地域別に見ても中心地の繁華街「春熙路」を除いたら突出して多く、日本語で注文できる店もかなりある。

また、手に入りやすかった日本の調味料も、「伊勢丹」や「イトーヨーカ堂」に行けば一般的なものは全て揃っており、一時帰国の際にポストンバッグに詰め込んで、重さのあまりに筋肉痛になることもなくなった。

また、近年の成都在留邦人子女数の増加を受け、2012年に「成都日本語補習校」が開校した。成都日本商工クラブ並びに会員企業等の支援のもと、週1回の日本語学習を行っている。



中国では、高層マンションに住むのが一般的

7 エピローグ

最後までお読みいただき、ありがとうございます。この成都スタイルをご覧いただいて、「パンダ」や「四川料理」で有名な四川省の街、というイメージとは全く異なる「成都」の一面を、少しでも感じていただけたら幸いです。

成都は街中をパンダが闊歩しているような田舎町ではなく、西部地域では有数の大都市であり、消費市場です。また、この街の人々は豊かで落ち着いた暮らしを謳歌しています。

しかし、実は成都は昔からこの地に住んでいる人々で成り立っているわけではありません。三国志の時代、この地に「蜀」の国を建てたのは、ほとんどが外から来た人でした。また、明末には農民反乱によってもともと四川にいた住民の多くが虐殺され、その後復興のために湖南省や広東省などから人を移住させた歴史もあります。成都をはじめとする四川の地は周囲から高い山で隔てられており、かつ気候的に農作物がよく育つ豊かな土地柄であったことから、外からの人を受け入れる土壌が昔からあります。こうした歴史的経緯があるために、成都は西部地域に位置しながらも閉鎖的ではなく、外に開かれた雰囲気を持っています。例えば、今では四川料理の代名詞ともなっている唐辛子も元からあったわけではなく、300年ほど前に外から伝わってきたのです。つまり、成都は外来の人や物を積極的に取り入れて発展させてきたといえます。それは、現在の成都が多くの外資系企業をひきつけていることから、うかがえるでしょう。

「百聞は一見に如かず」といいます。この成都スタイルで成都のイメージを思い描いていただいた後は、是非成都に直接足をお運びください。お待ちしております。

2017年3月

JETRO 成都事務所



本レポート内のインターネット調査は、下記の属性を有する中国消費者モニター計 521 人から回答を収集した。調査時期は、2017 年 2 月 9 日～2 月 16 日実施。

都市	合計	性別		年齢		
		男性	女性	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳
成都	318	156	162	111	106	101
上海	203	99	104	83	65	55
合計	521	255	266	194	171	156

都市	合計	月收入 (元)					
		0-3000	3000-5000	5000-7000	7000-9000	9000-10000	10000 以上
成都	318	16	102	105	32	22	41
上海	203	7	41	51	35	24	45
合計	521	23	143	156	67	46	86



JETRO

成都スタイル

2017年3月発行

発行日：2017年3月

発行者：日本貿易振興機構（ジェトロ）

〒107-6006 東京都港区赤坂1丁目12-32

アーク森ビル（総合案内 6階）

TEL.03-3582-5511

<https://www.jetro.go.jp/>

制作：ジェトロ成都事務所

編集・デザイン・撮影：成都維納軟件股份有限公司

【著作権について】本レポートの著作権はジェトロに帰属します。本文の内容の無断での転載、掲示板等への掲載はお断りいたします。

【免責について】ジェトロは本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

Copyright©2017 JETRO.All rights reserved.