

台湾のスーパーマーケット見聞録

2011年 1月

城取フードサービス研究所

城取 博幸

<http://www.shirotori-f.com>

台湾の概要

台湾の面積は、日本の九州とほぼ同じです。主な都市は台北、台中、台南、高雄、花蓮などです。人口は、23,063,027人（2009年現在）。

台湾の首都は台北市で、人口は、261万人で台湾最大の都市です。

台北の1月の平均最高気温は18.9℃、平均最低気温は13.3℃、降水量は86.5℃とあるが、訪問した2011年1月16日の気温は8℃で雨であった。冬でも暖かい国であるイメージがあるが今年の冬は結構寒い。その中でも、かき氷のデザートが売られているのには驚かされる。

そんな中、台北のスーパーマーケット、ハイパーマーケット、コンビニエンスストア、高級食料品店、夜市、フードコート、素食屋などを訪問して、台湾の庶民の食事とその素材を提供する小売店を視察した。

台北の主な食品小売業

家樂福（カルフル）

家樂福（カルフル）は、台湾最大手の食品メーカーである「統一企業グループ」の傘下の企業である。また、「セブンイレブン統一超商」の親会社でもある。売上は台湾最大の小売企業です。

世界第2位の小売業である、フランスのカルフルと提携し、台湾、中国でハイパーマーケットを展開している。

大潤発（オーシャン）

大潤発（オーシャン）は、台湾の「潤泰グループ」の傘下で、2001年フランス第2位のハイパーマーケットのAuchan（オーシャン）と資本、業務提携をした。台湾に24店舗、中国に「大潤発」の名前で114店舗を展開している

Auchanは、日本ではあまり聞かれない名前であるが、世界の食品小売業の中ではベスト15位以内に入る企業である。

フランスAuchanは、銀行、不動産、サービスなどを手掛ける複合企業です。フランスだけでなく中国などの海外出店を積極的に行い、中国での売上はカルフルを抜くのは時間の問題であると言われてしています。

中国で「大潤発」の文字を見つけたら、それはローカル企業ではありません。台湾の「潤泰グループ」とフランス「オーシャン」の合弁企業の大型ハイパーマーケットです。

Auchanグループの海外出店

国	最初のストア	ハイパーマーケット	スーパーマーケット
 フランス	1961	121	294
 スペイン	1981	49	128
 イタリア	1989	47	275
 ポルトガル	1996	22	4
 ルクセンブルグ	1996	2	-
 ポーランド	1996	37	33
 ハンガリー	1998	12	-
 中国	1999	114	-
 中華民国 (台湾)	2001	24	-
 ロシア	2002	34	28
 ルーマニア	2006	6	1
 ウクライナ	2008	8	-
 アラブ首長国連邦	2009 ^[3]	1	-

中国の3大小売業

名称	進出時期	2008年末店舗数	現在の店舗数	本年新設店舗	以前の年間平均店舗開設数	2008年売上高	店舗平均売上高
カルフルー (仏)	1995年	134	139	5	20-25	338億元	2.52億元
ウォルマート (米)	1996年	123	158	35	10-20	278億元	2.3億元
大潤発 (台湾)	1997年	101	約110	約9	10	336億元	3.33億元

(出典：第一財經新聞)

表で見て分かる通り、「大潤発」の中国事業は、2008年の店舗数は101店舗で、カルフル、ウォルマートの店舗数に比べて少ないにもかかわらず、売上高が高いことに気づきます。その理由は、1店舗当たりの平均売上高の違いです。台北のカルフルとの比較ではさほどその差は感じませんでした。中国では大きくその差が表れています。

その理由は、経営方針の違いであると言われています。

原因1：

「カルフル」は、いくつものサプライヤーに価格競争をさせ、最も低い価格を提示した数社に売り場を提供するのに対して、「大潤発」は数社の固定のサプライヤーを決め、そのサプライヤーとのしっかりとした関係を築いていること。さらに、大潤発はサプライヤーに対して毎日の売上げ状況のデータを提供しているため、サプライヤー側は消費者のニーズが毎日把握できること。

カルフルにはこの仕組みはない。いわゆるチームMDが出来ていること。

原因2：

大潤発は米や豚肉、果物の農場を買い取ることで、生鮮食品の鮮度および低価格を実現していること。

原因3：

大潤発はコストカットのためにサプライヤー、物流などのオペレーションを常に進化させていること。

以上が第一財經日報の記事のまとめです。

また、他紙の記事によれば、「2009年度サプライヤー満足度調査」において、「大潤発」はサプライヤーにとって最も満足度が高い大型総合スーパーに選ばれています。サプライヤーからの満足度が、売上げアップにつながっているのは非常に興味深いです。

記事には書かれていませんでしたが、大潤発にはカルフルよりも消費者を喜ばせる何かがあるのだと思います。

「上海ももの中国市場研究レポート」より

それに加えて、「大潤発」は、中国人の食文化、食習慣を熟知していることなどが考えられます。

それについては、私も大潤発に足を運んで、調べてみたいと思います。

頂好超市(Wellcome)

香港のデイリー・ファーム傘下の都市型小型スーパーマーケット。台北市内だけでも70店舗以上の店舗を持つスーパーマーケットチェーン。

アジアでは、「Wellcome」の名前で非常になじみが深い。

全聯福利中心

かつては半官半民の地域生活協同組合であったが、現在は民営化されている地域密着型の地元スーパーマーケットチェーン。台北に多くの店舗を持っています。

松青 (MATSUSEI)

1975年の味全グループと日本の松清(現在フレッセイ)が合併で始めたスーパーマーケット。

日本では「松清」というロゴであったと記憶しているが、台湾では「松青」になっています。

好又多

世界第1位の小売業であるウォルマートは、台湾に104店舗を有する、「誠達・宏仁グループ」のスーパーマーケット「好又多」の買収を進めている。

台湾の小売業も御多分にもれず世界の大手小売業からの買収、資本提携にさらされて寡占化が進んでいる。

ジェイソングループ・マーケットプレイス

ウェルカムと同じく香港のコングロマリット、ジャーディーン・マセソングループ傘下のデイリー・ファームが所有する高級食料品店です。

香港はもとより、シンガポールではオーチャードストリートのパラゴンショッピングセンター内、マレーシアではツインタワーの中のショッピングセンター(現在は同グループのコールドストレージに変更)に出店を行っています。

シティースーパー

香港発の日系高級食料品店。太平洋そごうの中に出店している。日本はもとより世界の食品を集めた「セレクト型高級食料品店」である。

「香港編」でも説明したが、シティースーパーの創始者は、元香港西武出身者の、石川正志氏(54歳で逝去)が創設した富裕層をターゲットにした高級食料品店。

現在の社長は、香港人のトーマス・ウー氏である。日本にも仕入を主体にした子会社がある。日本には店舗はない。

家楽福 (カルフルール)



店舗入口



青果売場



青果売場



燕巢芭樂



釈迦頭



蓮霧



鮮魚対面



バックヤードを隠す魚珍味



鮮魚対面



丸鶏パック



真空パック肉



フック陳列のサラミ



陳列ケース上の販促物



パレット大陳



ケース上のカット段ボール



冷凍練製品バラ



野菜鍋セット



チルド飲料



冷凍鍋企画



冷凍鍋



壁面惣菜売場



ロースト肉バラ



ローストチキンバラ



フライドチキンバラ



煮物類バラ



スモーク肉スライスバラ



塩味ボイルチキン



150円弁当



カット済ローストチキン



ローストチキン



購入商品



即席麵



チップス

カルフルは、冷凍食品売場で「開運年菜」と称して、12月17日～2月5日まで、新正月から旧正月にかけて、大型の冷凍鍋のフェアを実施していた。ファミリー用の冷凍鍋の品揃え、商品づくりは日本よりも進んでいる。

惣菜、デリカはフランスらしい上品なデリカはなく、コテコテの中華ミートデリカを、壁面のケース、島ケース、常温平台3台にわたって展開する。

牛、豚、鶏の骨付き、正肉、内臓、足などの煮物、揚物、焼物、スモークの商品が全て品揃えされている。

汁物は大きな洗面器のような器でバラ売りをしている。中華のミートデリカを見たければこの店に行けば何でもある。

この迫力は驚きであった。

大潤發 (オーシャン)



最寄駅



店舗看板



店舗入口



コンコース



パレット大陳



大陳商品



くだもの売場



くだもの売場



魚パック商品



鮮魚対面



チルド売場



精肉売場



黒丸鶏



骨付き肉



壁面惣菜バラ販売



惣菜バラ販売仕器



焼きさんま



揚げ物バラ販売



鶏足の煮物



煮物バラ販売



カラフルな巻寿司



冷凍練製品バラ販売

冷凍点心類

冷凍鍋類



冷凍鍋類

カート用エスカレーター

購入商品とレシート

大潤発も旧正月に向けての縁起物やギフト、正月用品の陳列や販促物が目立つ。冷凍食品は、販促企画はないものの箱入りの鍋商品が多く陳列されている。惣菜、デリカはカルフル程の迫力はないものの、やはりミートデリカを壁面の陳列ケースでバラ販売している。驚くのは、コンコースにキャスター付きの大型のタライのような容器で内臓の煮物や鶏の足をバラ売りしていることだ。

台湾のミールソリューション

夜市でも紹介したが、台湾に限らず華人は、牛豚鶏の骨付き肉や内臓肉を良く食べる。

しかし、内臓肉は精肉のコーナーでは、生がそれほど多く販売されている訳ではない。内臓肉は傷みやすいため、早めに臭いを押さえる漢方薬などで茹でて加熱処理されているのではないかと思う。食べても臭いは少ない。家庭で処理したら2時間~3時間はかかるはずである。

それを買って帰り料理に使ったり、鍋にしたり、あるいは麺やご飯の上に載せて食べているのである。

安い屋台のある国では、小売店の惣菜が育たないというのはウソである。

臭豆腐や内臓の煮物など、家庭ではなかなか出来ない、処理が難しい商品であり、料理の手助けをする商材が店舗に存在することが分かった。

スーパーマーケットの惣菜はそうしたミールソリューションの役割を担っている。

台湾を訪れる機会があれば、ぜひこの2店舗を訪れることをお勧めします。

頂好超市(Wellcome)



入口看板



青果売場



入口ゲート



フランクフルト



チルド生麺



おろしわさび、にんにく



鯉節の食提案



チルド飲料



牛乳、ドリンクヨーグルト



冷凍鍋袋入り



冷凍鍋カップ入り



「K型」はみ出し陳列



うずら卵醤油煮フック



殻付き醤油卵フック



刻みのりフック



肉、魚売場



パイナップルケーキ



「ハッピーターン」類似品



「雪の宿」類似品



寿司味チップス



こんにゃく味菓子



購入商品



紅西洋梨



パイナップルケーキ

台北駅から歩いて 10 分程の所にある24時間営業の店舗を視察。
 得意の地下 1 階の 200 坪程の店で、小型店でしかも近くに夜市があるせいか惣菜、
 デリカの売場、品揃えはない。鮮魚や精肉の生を販売するスペースは狭く、売場は品
 切れが目立つ。品揃えは、香港やシンガポールの店舗とあまり変わらないように思え
 る。生鮮やデリカのバックヤードは持ってないようだ。
 特徴は、「ドライ型」のスーパーマーケットで生鮮品にはあまり力を入れていない。ドラ
 イ食品の gondola には得意の「K型」の付き出し陳列、gondola の切れ目には、フックの
 関連販売商品が販売されている。インスタントラーメン売場には、「うずらの卵の醤油
 煮」「殻付き卵の醤油煮」などが陳列されている。
 夜のレジは小型店であるせいかコンビニスタイルで、レジ係は 1 名、夜間管理者 1 名
 の体制であった。

全聯福利中心



店舗建物



店舗入口



青果売場



正月用品



鍋用R T C商品



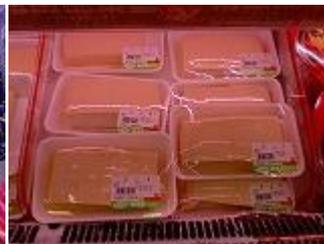
臭豆腐R T C商品



鍋R T C商品



練製品真空パック



トレーパック豆腐



精肉売場



真空パック肉



メガプリン、ゼリー



ドライ食品売場



油売場



冷凍鍋



冷凍鍋 チルドフィッシュボール 「北海道風」菓子

この店も台北駅からそごうデパート方面に歩いて10分程。店舗面積は200坪程。店の特徴は、他の2企業に比べて「ウェット型」であること。特に家庭でそのまま料理ができるようなRTC商品(レディ・トゥ・クック)が充実していることだ。「鍋セット」「鍋ダネセット」「臭豆腐セット」「炒め物セット」などが陳列されていた。豆腐もトレーに盛りつけてパックした商品もある。どうやら、表示ラベルからバックヤードを持ち、インスタで加工しているようである。デリカ、惣菜の売場、品揃えはない。

松青



店舗入口

店舗看板

青果売場



くだもの売場

野菜売場

肉売場



冷凍食品売場

チルド飲料売場



冷凍食品リーチイン



鮮魚売場



日本のドライ食品

ドライ食品売場

コンコース

夜市の中で最大と言われる士林夜市から歩いて7~8分ほどの所に店舗があります。

特徴は、店のレイアウト、品揃えとも「日本のスーパーマーケット」そのままのイメージが強い。夜市に近いためどちらかと言えば「ウェット型」ではなく「ドライ型」のスーパーマーケットである。

台湾では、菓子や食品のラベルに日本製でなくとも「日式」「日本風」「北海道風」などの日本語が散乱している。日本製の商品のブランドイメージは高い。そうした中で、本物の日本の商品を販売する「松清」は、強力な差別化を行っている。

この店舗も惣菜、デリカの売場、品揃えはない。

シティースーパー



太平洋そごう



店舗入口



青果売場



チーズ売場



野菜鍋セット



精肉売場



鍋セット



R T C 商品



ドライ食品売場



鮮魚売場



世界の食品売場



エスカルゴ缶と皿



デリカ売場



デリカ売場



寿司売場

シティスーパーの太平洋そごう店の感想は、香港の店舗と同じようなレイアウトで、日本の商品は殆ど揃えられている。

客は入っているが、どうも台北では鮮魚が充実した売場をあまり見たことがない。なかなか商売が難しいようである。カルフルの氷の上に魚を並べる売り方も魚種、陳列量が少なく、氷の中から頭だけ出ている状態であったが、やはりこも日本程ではない。シティスーパーは行くたびに日本各地の物産展を行っている。今回は「秋田物産展」であった。秋田の名産品や秋田の米を使ったおにぎりの実演販売を行っていた。ドライのゴンドラのエンドには多くのマネキンが試食販売を常に行っている。

ジェイソンズ マーケットプレイス



台北101ビル



ビル入口



店舗入口



店舗看板



店舗入口



青果売場



くだもの売場



正月用品



コンコース



チルド商品売場



チルド鍋商品



即席麺



ドリンクヨーグルト



大型ゼリー



デリカ売場



デリカ売場



丸鶏パック



肉真空パック





中島水産



生魚パック



刺身、寿司売場



購入商品



缶詰



菓子

ジェイソンズ・マーケットプレイスは、2005年にオープンした世界第2位の高さを誇る「台北101」の地下のショッピングセンターに出店している。

「観光施設に食料品店？」という疑問をいつも持つ。デリカ売場はあるものの品揃えは貧弱である。鮮魚はシンガポールと同じように「中島水産」が入っているがかなり苦戦をしている。商品があまり並んでいない。いたるところにドライ食品や土産物が陳列されている。

どうやら、マレーシアのツインタワーSCと同じことを繰り返しているように思われる。

夜市

寧夏路夜市



入口看板



夜市通路



肉類の煮物



揚物屋



鶏の唐揚げ



鍋もの屋



麺屋



麺スープ



鶏と大根のラーメン



臭豆腐屋



臭豆腐



餅を煮ている状態



きな粉とごまの餅
饒河観光街夜市



豆花 ピーナツ入り



餅屋看板



入口看板



排骨屋



スペアリブの煮込み



胡椒餅屋



胡椒餅を焼く



ニラ入り胡椒餅



台湾フライドチキン



立てて油を切る



スパイスをかける



好みのスパイスをリクエスト 中華ポテト屋



中華ポテト



餅屋



きな粉餅



里芋甘煮ときな粉



内臓肉

士林觀光夜市



鶏足、内臓肉



串焼き



夜市入口



フランクフルト

屋根つきの施設



衣料市場

夜市通路



フルーツデザート



カットフルーツ



ワンタン、水餃子、肉そぼろ飯



ワンタン麺



台湾フライドチキン行列



店舗



店舗

台湾のHMR(ホームミールリプレイスメント) 夜市

台湾の庶民の食事を知るには、夜市の屋台メニューを食べてみるとよい。価格は1食当り90円から180円位とかなり安い。この夜市の存在が台湾のHMRを支えている。台北の8大夜市は、

士林夜市、饒河街夜市、寧夏路夜市、臨江街夜市、師大夜市、華西街観光夜市、公館夜市、雙城街夜市。

中でも、士林夜市、饒河街夜市は観光客にも人気がある2大夜市だ。士林夜市、饒河街夜市、寧夏路夜市の3か所を訪れてみた。

夜市の人気メニューは、

①臭豆腐 まず夜市を訪れると臭豆腐の強烈な臭いの洗礼を受ける。この臭いが我慢できなければ夜市は楽しめない。

臭豆腐とは、「植物の汁と石灰を混ぜたものに、納豆菌と酪酸菌を混ぜて発酵させた漬け液に豆腐を漬けたもの」で野菜や肉類をいれて煮物にして食べる。

強烈な臭いのするウォッシュタイプのチーズに似ている。

「猪血」(豚の血を固めたもの)入りを注文してみたが、臭豆腐はどうか食べられるがプルプルの食感の血のゼリーがどうにも口に合わない。具の野菜もすっぱくキムチのような発酵臭がする。いきなり上級編から入ってしまった。

この強烈な臭いのする料理は、都会の家ではなかなか作れない、屋台で食べるか、持ち帰るしかない典型的なHMR商品だ。

HMRは家庭では作れない高級料理だけではない。

②台湾麺 台湾麺の種類は、ラーメン(かんすいを使った中華麺)、外省麺(かんすいを使わないうどんのような麺)、刀削麺(小麦粉の塊を削いでつくる麺)、細粉、冬粉(はるさめ)の4つが代表的です。

海外の食文化を知るには、まず庶民が食べている料理を屋台や安い食堂で食べてみることだ。それから、スーパーマーケットを見て、家庭の料理づくりの手助け(ミール・ソリューション)をどれだけやっているかを見るとよい。

スーパーマーケットでも乾麺だけでなくチルド麺も販売されている。はるさめは日本のものと違い少し臭いがあるため好みが分かれる。

牛の骨付き肉や内臓をトッピングした、「牛肉麺」などが有名である。麺類は家庭では料理できるが、上に載せる、牛、豚、鶏の骨付き肉や内臓肉を生から処理することは難しい。そこで、スーパーマーケットのミールソリューション(MS)は、骨付き肉や内臓肉の全てを漢方薬で煮込んだものをデリカで販売している。

③大鶏排(特大フライドチキン) 士林夜市名物の台湾フライドチキン。士林夜市の屋台には確かに50~60人が行列している。

「鶏のムネ肉に小麦粉をつけて揚げたもので最後に好みのスパイスをオーダーしてかけてもらう。」他の夜市で食べてみたが、そこは鶏肉には八角などの下味が付いていて、衣は、小麦粉ではなく片栗粉で揚げてあった。

信州の塩尻、松本名物の「山賊焼き」に近いものであった。

これは日本でもヒットする商品だ。

④薬燉排骨 豚のスペアリブを数種類の漢方薬のスープでじっくりと煮込んだものの。

これも1杯150円~180円位の価格。骨には肉が殆ど付いていないと思った方がよい。骨付き肉をうまく食べる習慣のない日本人には、なかなか食べるのに苦労する。スープ系は殆ど漢方薬の味がする。スーパーマーケットでスープの素を買うことができる。

スープの素とスペアリブがあれば簡単にできるメニューだ。

⑤台湾のデザート 台湾の夜市では、餅や日本で言うお汁粉、フルーツかき氷なども売られている。大鍋で丸餅を茹でて、きな粉やすりごまを付けて食べるスタイルは日本の食べ方と同じだ。日本では餅がある冬が中心だが、台湾では一年中食べられている。

また、夜市やデパートのフードコートに必ずあるのが「豆花(ドウハ)屋」。おぼろ豆腐のようなプルプルの甘い豆腐と豆乳に、ピーナツ、あずき、タピオカなどを入れて食べる台湾スイーツ。

日本でもスーパーマーケットで「豆腐花」などの名前で販売されたことがある。

台湾では老若男女だれでもが好むスイーツだ。

三来健康素食



店舗看板



くだもの市場



くだものの皿盛





60種類ほどの精進料理のバイキング販売 100g 60円程



紙トレーに盛りつける約500g 300円程 衣料品売場の奥

台湾の庶民のHMRは、

「夜市」「素食屋」「コンビニ」「豆乳屋」

・「夜市」の開店時間は、夕方5時頃からであるため、夕食需要が中心。勿論持ち帰り
はできる。

・「素食」とは、台湾の「精進料理」

歴史的には、台湾の神社の近くや、市場の近くで精進料理を提供する惣菜屋として
発展した。昼食需要が中心。台北駅近くの「城中市場」の「三來健康素食」を偶然発
見した。場所は台北駅を背にして市場方面に向かい、セブンイレブン、ファミリーマー
ト、ワトソンがあるゴールデンクロス(交差点)を右に曲がった、くだもの市場の入口に
ある。10時半頃であったが、丁度できたての料理が60種類ほど品揃えされていた。
精進料理だけに野菜の煮物や炒め物、麺類、豆腐料理、菓子などが並ぶ。大豆ハム
や大豆タンパクを使い肉や魚に似せた料理もあるのでメニューは豊富である。

「健康新概念低油低塩」と書いてあるだけに、薄味でいくらでも食べられる。

大分県の大山町の農産物直売所の「農家の惣菜」を思い出す。

台湾の精進料理は、野菜の中でも刺激物の多い、にんにく、玉葱、長ねぎ、らっきょう
は使わないらしい。

均一価格の量り売りで、紙トレーに500gくらい盛りつけて日本円で300円弱であっ
た。ドラム缶のような大鍋に入っている、豆腐とワカメのみそ汁をサービスしてくれる。
ほこりっぽい場所にあるためなるべく午前中に行くことを奨める。

ほこりっぽさが嫌いなら、台湾駅舎の2階に別の「素食屋」がある。ここも人気店だ。

「夜市」の高カロリーメニュー、「素食屋」の低カロリーメニュー。

それに、昼は素食屋、夜は夜市と時間帯を分けている合理的な仕組みには驚かされる。

朝食需要は、「コンビニ」「パン屋」「豆乳屋」

「夜市」も「素食屋」も朝は開店していない。朝は中華パンと豆乳、他のちょっとした食べのものを売る店が繁華街にオープンする。

それに、セブンイレブンやファミリーマートがいたるところにある。

コンビニには200円位の弁当、麺類、鍋類のRTH商品、おでん、醤油卵、ソーセージ、カットフルーツ、焼き立てパンなどが100円以下で品揃えされていて、大型店はイートインコーナーがある。雑貨の品揃えは日本に比べて少なく、惣菜、スナックの品揃えは日本より多い。

台北のセブンイレブン



セブンイレブン入口



麺類売場



フランクフルト、おでん



鍋売場



丼、弁当売場



購入商品

スーパーマーケットの惣菜の役割

屋台や専門店、コンビニがひしめく中、スーパーマーケットの惣菜の役割は、大潤発やカルフルのように家庭では時間がかかったり、家庭ではできない料理の手伝いと、生鮮食品や日配品の素材との組み合わせることで、家庭で簡単に料理ができる惣菜の提供を行っている。

肉類を煮る「漢方のスープの素」のパッケージの裏には2時間煮込むように書いてある。家庭ではなかなかできないことだ。

そこに、スーパーマーケットの惣菜の役割を見つけ出し「顧客の創造」を行ったといえる。しかし、小型店には惣菜売場がなく弁当類も販売していない。

今後小型店がどう変化していくか見守りたい。