

## 城取博幸の

### 中国 青島のスーパーマーケット見聞録

NO28

2012年 5月

城取フードサービス研究

城取 博幸

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

中国 青島の概要

国家：中華人民共和国

省：山東

行政級別：副省級市

政府所在地：市南区

設立：1891年

面積：- 総面積 10,654 km<sup>2</sup> - 市区 1,102 km<sup>2</sup>

海拔：0 - 1132.7 m

人口：- 総人口(2010) 871.51 万人 : - 人口密度 818.01 人/km<sup>2</sup> : - 市区人口(2010) 371.88 万人 : - 市区人口密度 3,375 人/km<sup>2</sup>

経済：- GDP(2010) 5666.19 億元 : - 一人あたり GDP 74,199.8 元

気候：温帯夏雨気候

地理：青島は山東半島の南海岸の膠州湾の東側に小さく突き出た半島の先端に位置する。  
日本との歴史：日清戦争後、三国干渉で中国に恩を売ったドイツは、大洋艦隊の寄港地となる軍港を中国沿岸に確保しようとした。膠州湾一帯に目をつけ、1898年には膠州湾を99年間の租借地とした。

膠澳にはドイツ東洋艦隊の母港となる軍港が建設された。ドイツはこの地を極東における本拠地とし、鉄道敷設権と鉱山採掘権などを通じ山東半島一帯を勢力下に置いた。

青島はドイツのモデル植民地として街並みや街路樹、上下水道などが整えられ、今なお残る西洋風の町並みや青島ビールなどドイツがこの町に与えた影響は大きい。

第一次世界大戦でドイツに宣戦布告した日本は、1914年膠州湾のドイツ要塞を陥落させて占領下に置き、1922年に中国に返還した。1930年、青島市と改称している。

1938年、日中戦争が始まると、青島は再び日本軍の占領下に置かれた。第二次世界大戦後には青島は米国西太平洋艦隊の司令部所在地となったこともある。しかし1949年6月2日中国人民解放軍が青島に入城し、中国共産党政権の支配下に置かれた。1984年の鄧小平時代に対外開放され、近代的な港湾都市として発展している。

参考 <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%9D%92%E5%B3%B6%E5%B8%82>

**商業サービス業** : 2011年、山東省は社会消費品小売総額 16675.9 億元、前年比 17.3% を実現しました。年間成約額 1 億元以上の商品卸売市場は 483 あります。批准?設立された外資の卸売や小売企業は 251 社あります。山東省には 495 の会計事務所があり 821 の法律事務所があります。

## 中国 青島 スーパーマーケット

青島は北緯 35 度に位置しているため、東京の緯度と殆ど同じです。5 月下旬は、日中は少し暑いですが、夕方からはしのぎやすい。

日本との違いは、「黄砂」が飛んでいて、曇ってどんよりとしている。とにかく空気が悪い。総人口 731.12 万人。そのうち市区人口は 272 万人です。

### 空港から市内へ

タクシー代金は約 100 元である。青島国際空港から、市内まではタクシーで 40 分。タクシードライバーは、窓を空けて何度もつばを外にはく。そのたびに、そのしずくが私の顔にかかる。勘弁してほしい。

中国人がつばを吐く理由は理解できる。これだけ黄砂が飛んでいれば、喉にタンがからむからだ。日本人の何日か中国にいれば同じことをするだろう。

途中、香港資本の「バンガード」が新店のオープニングイベントが行われていた。

### 青島の新市街地のホリデーインに泊る

20 階のホテルの部屋から外を見ると、目の前にはカルフルの屋上駐車場が見える。左上に小さく「ジャスコ」の看板も見える。歩いて行ける距離である。

今回の私のテーマは、「加工食品のユニットプライスについて」です。

同一ブランドの米 10kg の価格と 5kg との価格差、牛乳 1000cc と 500cc の価格の比較など、青島のスーパーマーケットのユニットプライスを調査する予定。

それに、少し観光をして、「青島ビール」の無ろ過のビールを味わってみようかと思っている。

## 新市街のカルフル

### カルフルの弁当

カルフルの店内のファストフード屋で「豚の角煮定食」19元を注文。

出てきた商品は、写真とは程遠いものであったが、薄味でおいしい。中国では定番メニューで、日本でも売れそうな商品である。

### 中国でも、「弁当」「冷し麺」を販売し始めた。

「中国人は、冷たいご飯は食べない」と言われているが、カルフルでは、対面販売で弁当を販売していた。

おかずを2品～3品詰めて、7元～8元（120円以下）で販売。すでにトレーに詰められた弁当も販売している。

### 対面販売の問題点

興味を持って弁当売場を見ていると、カルフルの従業員が来て、弁当を注文。

係員は、トレーにてんこ盛りでおかずとご飯を詰める。これはよくあること。

私もスーパーの店長経験もあるので、注目しながら、さらにその光景を見ていると。

価格は言えないが、トレーのラベルで値段を貼る。「シェイ シェイ」と言ってレジに向かう。

小さなマニュアル違反である。マニュアル違反と言うよりも、「従業員の小さな不正」である。

店長の経験から、小さな不正は、「不正連鎖」を引き起こす。

気を付けないと、例えば、肉や魚の担当者が、デリカでおまけをしてもらえば、おまけをしたデリカの従業員が、肉や魚を買う時には、逆におまけしてもらうことになる。

こんな「不正の連鎖」が始まってしまう心配がる。そうした意味で、対面販売はチェックが難しい面がある。

少なからず、日本のスーパーマーケットでも発生しそうなことだ。

### タマリンドとジャックフルーツを購入

「タマリンド」は、木の実で、親指大の堅い殻の中に、柔らかい干柿と干芋をミックスしたような味の物が入っている。食べ始めれば止まらなくなる。

「ジャックフルーツ」は私の大好物。甘く発酵したような味がたまらない。

### 「冷し坦々麺」と「中華キュウリ」

「冷し坦々麺」は、茹でた中華麺に自家製のタレをビニール袋に詰めたもの。

6.9元（約100円）冷蔵庫に入れて翌朝食べようとしたが、思ったとおり痛んでいた。海外の危機管理は自己責任において行うしかない。

「中華キュウリ」は、今日本でも旬の惣菜だ。ちょうど今週惣菜で作ったばかりだ。中国の「中華キュウリ」は、以外にも、日本の物に比べて塩味が強く、調味料は少なめであった。

### **進むHMR（ホーム・ミール。リプレイスメント）商品の展開**

中国でも単身者は多くいるはずである。

そうした人がスーパーマーケットで昼食や夕食を買うことはあるはずである。

夜 8 時頃に、再び近くのカルフルのデリカ売場を見に行く。値引きもしてないのに売れている。カルフルの弁当売場は、下から蒸気が出るようになっていて、ご飯もおかずもほのかに温かい。

この中途半端な温度が一番危ない。温蔵で商品を販売するのであれば、65°C以上で管理しなくてはならない。

幸いにも、内容が「中華の炒め物」だけであるため、多少は救われるが危険な弁当である。それにしても、センスのない盛り付けの弁当である。

日本の弁当の繊細さに感心する。

### **総額 300 円以下の弁当、冷惣菜、パパイヤを試食**

中国まで来て、ここでも 1 人で「スーパーメシ」か、日本と同じではないかと思いつつ、ひたすらホテルの部屋で食べる。

仕事柄仕方がないことである。

このセンスのない「中華炒め物弁当」が 8 元（約 120 円）、「野菜の和え物 3 品」5.5 元（80 円）、「パパイヤ半分カット」5.5 元（80 円）

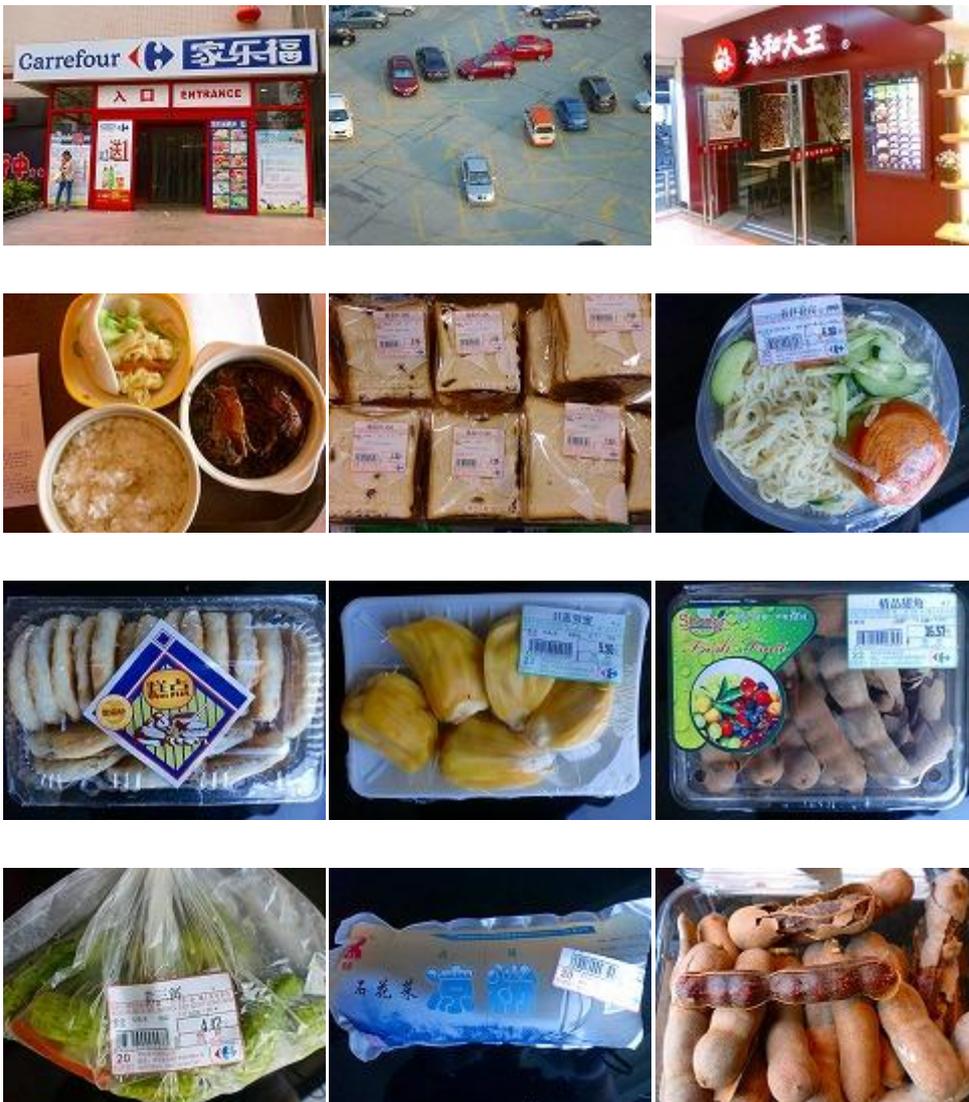
合計 19 元（300 円弱）

食べた感想は、味付けが薄く野菜がたっぷりの実にヘルシーな食事であった。

満足感はあるが、量が多すぎて残してしまう。しかも、これで 300 円以下である。

前にもふれたが、青島は北緯 35 度で、東京都同じ緯度であるため、味付の濃さが似ているのではないかと思う。赤道に近づくに従い味がだんだんと濃くなってゆく。

## 新市街のカルフル



## 中国 青島 ジャスコ

新市街のインターコンチネンタルグループの、クラウンプラザホテル（ちなみにホリデーインホテルも同じグループ）の隣に、ジャスコのGMSがある。

カルフルから歩いて15分程の距離。2層の建物で、鶏が翼を広げたようなレイアウトになっている。日曜日であるせいか客が良く入っている。

カルフルとの違いは、カルフルが1階と3階の屋上に駐車場があるのに対し、ジャスコは店の前に十分な駐車スペースを確保している。これは強みである。

### **中国の中間層をしっかりと掴んだイオン**

現地の女性に、カルフルとジャスコ、その近くにあるデパートの「MYKAL」の印象を聞いてみた。カルフルは「安い店」、ジャスコは「少し高い店」、マイカルは「高い店」とのことであった。

### **いけるぞ「日本型GMS」**

価格面で分かる事は、カルフル（ハイパーマーケット）は、低所得者層、ジャスコ（GMS）は、中間層～富裕層、マイカルのようなデパートは 中間層～富裕層をターゲットにしていることがはっきりと分かる。

中国には、低所得者をターゲットとしたハイパーマーケットは数多くあるが、中間層をターゲットにした店が少ない。

そこに、日本式のGMSやモールがうまくはまった感じである。

市内のマレーシア資本のデパート「パークソン」の食品売場ものぞいてみたが、中国のデパートの食品売場は、乾物やギフトが多く、鮮度感をあまり感じない。

### **日本式を貫くジャスコ**

生鮮の品揃えは、殆ど日本と変わらない。むしろ、日本より良いかもしれない。

日曜日であることもあるかも知れないが、商品の鮮度、売場の管理レベルが非常に高い。品切れはない。

商品づくりもきれいで日本人の几帳面さが商品に表れている。売場には活気があり、接客のレベルも高い。高度成長期の、ジャスコのGMSの繁盛店を見ているような錯覚を起こす。

### **パック販売を押し通す販売方法**

青果売場の葉物野菜は、カルフルでは裸で販売されているが、ジャスコでは、袋に詰めか簡易包装で販売されている。

夕方にカルフルをのぞいて見たが、葉物野菜は、安いもののすっきりしおれ切っていた。

### **生食商品の比率を高めるには衛生管理が必要。それが、日本のお家芸。**

青果に限らず、鮮魚も精肉もなるべくトレパックで販売したいという意図が見える。

パック販売の方が衛生的にもよい。

カルフルの店内は、生臭い匂いがするが、ジャスコにはそれがない。

どうも客が、肉や魚を素手でつかむ光景を見るのはあまりいいものではない。

触った手は、くだものや他の商品にも触るということは、店内が細菌で汚染されていることである。

汚染された店内では、刺身や寿司、生食のデリカなどは販売できない。

日本の生食商品を販売するためには、衛生管理が徹底していなければ、事故が起きる。  
いや起きているはずだ。

### 「トップバリュー商品」も続々登場

ドライ食品売場を見ると、PBの「トップバリュー」の商品も見かける。  
食用油のコーナーでは、3尺縦割で展開されていた。中国では、安い油はいくらでもあるが、安全な油は、やはり日本ブランドが人気があるようだ。  
デリカコーナーの出来もよい。コロッケも何種類か売られている。  
余計なことかもしれないが、日本の店にこのまま持ち込んで「中華街」をつくったら繁盛すると思うのだが。

**日本でも将来絶対に売れる商品。**

### 中国のスーパーマーケットではどこでも販売されている「おかゆ」

自家製のお粥を、温かいままカップに詰めた商品。ストローをつき刺してジュースのように吸って食べるもの。

「かぼちゃ」と「雑穀米」の2種類で、価格は各2.5元（40円以下）。

午前中によく売れているようだ。

### 2品とも購入して試食してみる。

まだ温かい。味は何もつけてなくシンプルな味。かぼちゃは少し甘味があり、おいしかった。穀物米は、豆がストローより大きいものがあり、すぐにストローが詰まってしまうのが難点。

### これぞ、中国のミールソリューション。

こんなのが日本のコンビニにあったら、朝食をとらない若者にも食べてもらえるのではないのでしょうか。

### 新市街 ジャスコ



フルーツギフト



野菜サラダ



R T C 商品



コロッケ

P B の油



かぼちゃのお粥

小豆のお粥



日本のフランソアのパン箱

## 新市街地のMYKAL

### 中国 青島の弁当、どんぶり

青島の香港中路を、カルフルからジャスコに向かう左側にMIKALというデパートがある。日本のマイカルとは全く関係ない。

ジャスコの視察の帰りに寄ってみた。

### 弁当、丼売場の前に電子レンジ！

店内は1階に専門店、特に金銀の宝飾品の店が目立つデパート。

エスカレーターを降りて、地下に向かう。食品売場は、日曜日でありながら、客の数は意外と少ない。

しかし、デリカの弁当売場に中国では新しい挑戦を行っている。

手前にインスタ弁と丼を陳列して、その奥に電子レンジを設置している。

箸もテープで止めてある。

### 私は中国でも、弁当や丼は、今後必ず売れると思っている。

「中国人は、冷たいご飯やおかずは食べない」と言われているが、その問題をクリアさえすれば、スーパーマーケットの弁当は絶対に売れるはずだ。

まだ、売れることに気付いていないだけである。

マイカルの弁当は、カルフルの120円に比べて200円と少し高いが、内容は寿司なども入っていてバランスは良い。

青島のハイパーマーケットでは、中国では珍しくどこでも弁当、丼を販売している。

中国や台湾の店を見るたびに感じたことは、おかずは十分あるのだが、ご飯や麺などの主食がないことだ。

すなわち、昼や夜の弁当需要を取り込んでいないのだ。

MS（ミールソリューション）、「家庭での料理の問題を解決する」商品の提案は実によくされているが、昼の弁当や単身者の夜食などのHMR（ホームミール・リプレースメント）の品揃えが不足している。





## 大潤発(RT-MART)

### 好調を続ける大潤発

私が一番注目している、台湾系のハイパーマーケット。

ホリデーインホテルから、タクシーで10分程で、9元の基本料金で行ける距離だ。

10元渡してもお釣りは返ってこない。

1階がテナントコーナー、食品と非食品は2階のワンフロアで、大潤発としては、小型店である。

入口を入ると、景品交換所

大潤発の凄いところは、常に何かイベントをやっていることだ。今回は、「ポイントを貯めて階品と交換しよう」という企画だ。大したものはないが、景品としてタダでもらえればうれしいかもしれない。

平日ではあるが客はよく入っている。

### 肉や魚のバラ販売の衛生管理に疑問

中国のスーパーマーケットの特徴は、氷を張った平台や冷蔵ケースに、肉や魚をバラで販売していることだ。殆ど毎回ではあるが、鶏肉のパーツを平台でバラ販売している。

トンゴやL字型の手カギで商品を取って自分で袋に入れている。

よく見ていると、手にとって使ったトンゴは、そのまま鶏肉の上に置いていく。

すなわち、次に使う人は、汚染されたトンゴを使い手が細菌で汚染される。

その手で、野菜やくだもの、寿司や刺身、惣菜を触るのだ。店内汚染が必ず起きているはずだ。

大潤発の生鮮売場は、カルフルに比べて臭いは少ない。

日本人が海外で、くだものやチルド商品などを買う場合は、必ず良く洗うこと。

アルコールスプレーなども持参した方がいい。

日本のスーパーマーケットでも気を付けなければならないことは、生のサンマやアジ、漬け肉をセルフサービスで客が袋に詰める販売をしているが、たまには、素手で入れている客もよく見かける。

アルコールによる殺菌が必要。

気付いていないかも知れないが、その手で他の商品や什器を触っていて店内が汚染されている事を理解する必要がある。最近では中国でもトレーパックの売り方が増えている。

本来、「汚染区域」と「清潔区域」は分離しなければならない。そのため、バックヤードと売場が分かれているのだ。

その点、ウォルマートは、惣菜の対面はPケースを多用して、「汚染区域」と「清潔区域」を分離している事には感心する。

何度も言うが、「汚染区域」と「清潔区域」は、人、商品、備品、什器を分離させなくてはならない。そうしなければ、「サラダバー」などの生食商品は扱えないからだ。これから、日本も食中毒のシーズンを迎える。特に店内汚染には気を付けてほしい。

#### **大潤発でも弁当が売れている。**

大潤発の弁当は、カルフルに比べて0.1元安く、7.9円で販売されている。

売場には、弁当に限らず、白ご飯や黒米も売られている。

陳列ケースの前の常温売場で販売されている。これは中途半端に加熱していないため正解である。客は商品に触り、できたてであるかチェックし、従業員も温かい商品を提供しようとしている。昼時でもあったため、先程積まれていた弁当が、すぐに売り切れている。

パン売場でも健康に気を使った商品が目立つ。アメリカの「ローマンミール」のライセンスものではないと思うが、全粒粉のパンも多く販売されている。

小麦粉のコーナーも、「餃子の粉」など用途に合わせた商品や全粒粉の品揃えも多い。

#### **通路の確保が効率アップの基本**

大潤発の特徴として、通路は常に広く確保している。他の店のように、マネキンが通路をふさいどり、商品がつかだされることは決してない。

通路が広いため、スイカなどの大型商品の補充もパレットサイズで運べる。

運ぶ際には、前後に従業員がいて、安全を確保している。

パレットで売場まで運べることは、積み替え作業が発生していないため効率がいい。

#### **日本でも見習いたいサービス、「子供用簡易トイレ」**

長時間店に居ると、いろいろな光景に出会う。写真は、店が用意した「子供用簡易トイレ」

ベーカリー売場の前で、子供がバケツに向かっておしっこをしている。

バケツの蓋には「子供用トイレ」らしきことが書いてある。

これが定着しているからここで使用しているのだ。何か所に用意されているかは分からないが、この仕組みは凄い。小さな子供を持つ親なら有難いサービスだ。

これは、日本でも見習いたいサービスである。

フィリピンのレジの「客用のイス」、タイの店内の「豪華ソファー」など、海外を歩いていけば、日本も見習いたいサービスが多くある。



景品交換所

2階通路



玄米



赤米

茹でトウモロコシ



R T C 商品

青果カウンター



## スイカの補充



冷凍練製品



日本 たまご豆腐



全粒粉パン



子供用簡易トイレ

## ウォルマート

### 駐車場なし商店街立地のウォルマート

中国のウォルマートの立地は、カルフルに比べて相対的に良くない。

このウォルマートも歩行者天国の台東商店街の中にある。駐車場はない。

北京の「デパ地下ウォルマート」といい、確かに、あまり立地の良い場所に店舗を出店させてもらえていない感じだ。

中国では、「成功のカルフル、苦戦のウォルマート」として、よく中国ビジネスのケーススタディとして比較されているようである。

ウォルマートは深セン上陸組であるため、上海、北京などの出店はカルフルに比べて、10年も遅れをとってしまった。

いい立地はカルフルに抑えられた面もある。

また、原因の一つに、「地方政府とくっついたカルフル、中央政府とくっついたウォルマート」であると言われています。

### 生鮮食品売場を縮小し、ディスカウントストア化

店にはあまり客が入っていない。青果売場の葉物野菜はしおれている。

「ロープライス ローコスト」をモットーとしているが、ジャスコの葉物野菜は、フィルムで簡易包装されているが、ここは裸売りである。

鮮度の違いは明らかである。

### **精肉売場の多段ケースに水煮野菜**

対面売場の左の精肉売場の多段ケースは本来パック済みの肉が陳列されていたはずだが、そこは真空パックの水煮野菜が、やつつけで陳列されている。どう見ても生鮮食品は苦戦している。

### **衛生管理はアメリカ基準を貫く**

中国各地のウォルマートを視察してきたが、ウォルマートの優れた点は、「アメリカ基準の衛生管理」を貫いていることだ。

アメリカの温度管理は、「HOT IS HOT」、「COLD IS COLD」を徹底させ、冷蔵で販売する商品は6℃以下、温蔵で販売する商品は65℃で販売されている。米飯類など曖昧な温度管理は行っていない。

中国の衛生管理は、各国の管理基準がまだ優先されていて曖昧な部分が多い。

**その点、ウォルマートの衛生基準は中国で一番であると思う。**

生鮮食品の対面売場は、客の立場から言えば、バックヤードの「汚染区域」と、売場の「衛生区域」が明確である。人、物、什器を分けている。

この点は、日本のスーパーマーケットも参考にすべきである。

中国では当たり前の、鶏肉のバラ販売行われているが、他の企業は鶏肉の上にトングが置かれていたが、ウォルマートは、高い位置にトングを吊るす什器が置かれている。

日本でもサンマのバラ販売のトングの管理は十分できているだろうか。殺菌アルコールくらは置いてほしい。

### **売れなくてもPケースで販売するデリカ**

デリカの標準レイアウトは、店舗中央部分に「口の字型」に配置されている。

全てガラスを張った陳列ケースを使用している。

臭いもしなければ、できたても表現できない。客が触れることもできない。

完全バックヤードと売場を隔離している。

この売り方は、できたてを演出して売る対面販売に比べて、かなり不利である。

インスタ製造の比率が低いこともあるが、

**それでも、「売上より安全な商品売る」という企業の信念が貫かれている。**

**これが、ウォルマートの凄さである。**

### **食品エンドは、縦割でカラーコントロール**

どこのエンドを見ても写真のような商品の陳列が徹底されている。

日本の場合は、商品を横に陳列するが、ここは、「一品縦陳」を徹底している。

赤い商品を中心に置くなど、「陳列の基本」が徹底されている。

## 商品移動はパレットを多用

通路が広いため、「積み替え作業」がなくパレットのまま売場に商品の移動ができている。こうしたことは、日本でも参考にしたい。

生鮮食品は苦戦だが、ウォルマートはディスカウント業態で強みのある企業であるため、しっかりと帳尻を合わせているようである。

## ウォルマート





酒の量り売り

### 異様な集団が路で踊りだす

ウォルマートの視察を終え商店街を歩いていると、30人くらいの集団が向かい合い何やらランバダに近い踊りを踊っている。

ガイドに聞くと、火鍋屋チェーンの「翠峰苑」の従業員らしい。

この店は入口は狭いが、2階のフロワー全部使った大型店。

アイドルタイムに従業員が通路に出てこうやって販促パフォーマンスを行うようである。

皆真剣に踊っている。通行客も足を止めて見入ってしまう。なかなかおもしろい宣伝である。こうして、ブログで紹介しているのだから効果はある。



## 青島 大連路の生鮮市場

青島にはまだ多くの近代化された生鮮市場が残っています。

その中に一つ大連路市場を覗いてみました。中は清潔感があり、生鮮食品の腐敗臭はしません。床もキレイ。

くだものはバラ販売で、包装などにコストをかけていない。値段が付いていないのが気になる。

鮮魚も鮮度が良く、地場で獲れる海産物を販売。

豚肉は中国では当たり前の「吊るし売り」。

骨がいない人は、削ぎ切りにしてもらう。生きたニワトリはいない。

ハエなどは一切いない、臭いもない。

いったいこれは何？

スーパーマーケットでもこの時期バラ販売されている。

「かいこのさなぎ？」と思ったが、サイズが大きい。

まだ生きていて、時々頭をもたげる。

いったいこれは、何のさなぎだ。

となりを見て分かる。これは「セミのさなぎ」であるようだ。

さなぎから成虫になったばかりのセミが並べられている。

生きているものもある。時間がたてば鳴き出して、飛んで行ってしまうのでは、たぶん「素揚げ」や「串焼き」にして食べるのであろう。

タイでもセミは食べる習慣がある。

「昆虫食」で有名な長野県出身の私でも、さすがにセミは食べたことがない。

## 手作り豆腐の実演販売

実にシンプル。水に浸した大豆と石臼。

隣には、木綿で水を切られた「木綿豆腐」が量り売りされている。

冷してないのですぐに食べないと痛んでしまう。

## 中国風ところ天

こんにゃくのように見えるが、ところ天である。

袋に入れたものも売られている。

切り方もゼリーのようにセンスがある。

海鮮料理屋で食べたものと同じ。

タレ（醤油と黒酢）と、刻み葱とコリアンダーをトッピングして食べる。

コリアンダーは清涼感があり、新しい味の発見。



ところ天



セミのサナギ

脱皮後のセミ

## 青島の食事情

青島の緯度は東京都と同じ北緯35度、

アジアを歩いてみて、緯度が日本に近い国、地域の料理は、料理方法は違っても味付けは近いものがあることに気付く。

## 海鮮料理店

「青島ビール博物館」の近くには海産物を扱ったレストラン街が数多くある。

その中の一つに入る。店内には、魚の水槽があり高級魚が泳いでいる。水槽の手前には料理のサンプルが置いてある。

1人ではなかなか手が出せないが、今回はガイドを含めた3人でトライしてみた。スズキらしき魚を注文する。

魚はどうしても「塩焼き」でオーダーしたかったが、塩焼きのメニューはないらしいので、調理方法は料理人に任せた。

## 塩ゆで落花生

料理サンプルの所に落花生が置いてあったので、つまんでみると、凄く美味しかったので注文する。日本でも冷凍食品で販売されているが、生ボイルの味は全然違う。

日本の落花生の産地は「生ボイル」を復活させたらどうだろうか。

試食を出したら絶対に売れる商品だ。

## 赤貝ときのこの炒め物

先程まで生きていた赤貝の身ときのこ、ネギの炒め物。

赤貝の鮮度が抜群いいため、貝の旨みが口いっぱい広がる。きのこ、ネギの食感もいい。

## 活エビのガーリック炒め

水槽で先程まで泳いでいたエビをニンニクソースで炒めたもの。冷凍のエビと違い、身がプリプリでおいしい。頭からバリバリといただく。

## スズキの蒸し炒め

本日のメイン料理。塩焼きで食べたかった魚だ。

2kg以上あるスズキを丸ごと蒸して、醤油と酢、白髪ネギで炒めたもの。

ソースの味が絶妙！色の割には薄味で魚の味を引き立てている。

「油を使う料理はどうも」と思っていたが、脂っこくなくさっぱりと食べられる。

これは正解であった。

## 中国風 ところ天

青島には「ところ天」がある。日本の統治時代が30年近くあったため、日本の影響もあるかもしれない。スーパーマーケットでもロケットタイプのところ天（ノンカット）を販売している。

太めに切られたところ天に、タレ、ネギやコリアンダーがトッピングされている。

すべて食べ切れず、ガイドに落花生とエビをテイクアウトさせた。



青島ビール建物



シュリンクされた食器



### 冷製 エイのヒレの酢醤油

これは、宿泊したホテルの中華レストランのメニュー。「さっぱりとした魚料理はありませんか？」と聞くとこれを紹介してくれた。

エイのヒレをポイルして冷し、醤油、酢、にんにく、生姜のソースをかけたもの。

価格の割にはボリュームもあり、コリコリとした食感でこれも正解であった。

### 焼き包子（パオツ）

中国語が読めないため、メニューの写真が「焼き小龍包（ショウロンポウ）」だと思い注文する。出てきた品は「焼き包子」。

「包子」は、皮の厚い中華まんじゅう。「小龍包」は薄皮の点心。

味は良かったが、大きくて2つしか食べられなかった。



## 牛肉のしゃぶしゃぶ

大潤発の1階にあるカウンター式の火鍋、しゃぶしゃぶ店。

価格はこれだけ注文して28元（約400円）。牛肉も柔らかかった。これはお買い得。しかし、日本語も英語も全然通じない。安くておいしいものを食べたければこれは覚悟しなければならない。

苦労して、肉を選び、次につけダレ、具材を選ぶ。



## つゆそば

街を歩いていると、繁盛している麺屋を見つける。

思わず中に入ってしまふ。メニューを見てもさっぱり分からない。

ラーメンとご飯類はどうか分かるが、周りが食べている皿に盛られた「つゆそば」らしき商品を食べたい。

「羊肉爆葱〇〇麺」を注文する。茹でた太麺に羊肉、ネギのソースがかかったもの。人気店だけあっておいしかった。

海外では、食べたいものがあれば、勇気をもって店に入ってみること。

どうにもならなければ、隣の料理を指させば何とかなる。



## 青島 棧橋

### 誰も書かない「青島 棧橋」の悪口

「1891年 簡易軍事埠頭として造られ、1033年の修復工事によって、幅10m、長さ440mの本格的埠頭となった。先端からは青島の美しい街並みが一望できる」とガイドブックにはあるが、黄砂が多くてかすんでいて良く見えない。

こんなふうにかすんでいます。

喉が痛い。海水浴場になっているが、海の水はあまりきれいではない。

中国人観光客で棧橋はいっぱい。とにかく写真をよく撮る。

八角堂の周りには、みやげ物屋、「一角一みやげ物屋の原則」。

昔、熱海で売っていた貝殻や貝細工。どこの家にも1個はあるはず。

### 「4元払って、みやげ物屋に入る。」

建物に周りには、みやげ物屋しかない。それでも、中に入れば何かあるはず、4元払って中に入る。その中もみやげ物屋。2階に上がれば何かあると思いきや、そこもみやげ物屋。

### 「入場料を取るみやげ物屋ってありますか？」

歴史的なものは、何も書いてない石板。これは、相当意味があるものとみたが、意味が分からない。きっと凄い物に違いない。きっと凄い。

### 「猫です！」

中国ではこれは、「猫」です。絶対に「ねずみ」ではありません。耳の形が違う。そう思うと「猫」に？ いや「ねずみ」だ。

中におばちゃんが入っている。おばちゃんの手作りオリジナルであるようだ。

さっそく引き上げて、「中山路」へと向かう地下道を通る。

ここは、フードコートとみやげ物屋。

「中山路」夕方になり、薄暗くなったので、「パークソン」のデパートでも見て早く帰ろうと思う。

途中で見つけたオシャレな銅像。

### 真ん中の「トグロ」はいったい何だ？

マレーシア資本のデパートの「パークソン」歴史があるせいか、建物も従業員も古くなってしまっている。

店の前でタクシーを拾って帰る。

行きが17元、帰りがちょうど2倍の34元。それでも40元くれと言う。

「ダブルダウン」をやられてしまった。

部屋に帰って早めに就寝。



延長された棧橋



棧橋からの風景

棧橋の下

八角堂の周りのみやげ物屋



何も書いていない石板

青島の歴史写真



## 青島 ドイツ砲台とユーハイムの歴史

### 青島は第一次世界大戦のアジア唯一の戦場

青島山砲台は、青島に侵攻したドイツ軍が1899年に建設しました。

施設は南北二つの砲台跡と地下司令部からできています。

地下司令の令部は、総面積 2,000 平方米、3階(一部5階)構造で、海軍、陸軍司令室、兵士休憩室、食堂、会議室など50あまりの部屋とこれらを結ぶ迷路のような地下通路が続いている。現在でも当時のまま保存されています。

入口には100年以上も経過した、ドイツの鉄の扉3枚が内部を守っています。

どう見ても、難攻不落の要塞で、内部には破壊された跡は残っていません。

中国によって、1997年11月に修復、一般公開されています。

内部は、ドーム状の部屋と小部屋で構成され、中国が作ったドイツ兵の人形が置かれているが、赤や緑の照明がドギツイ印象を受ける。

1914年、第一次世界大戦のアジア戦場の日独戦争が青島で発生しました。

1ヶ月の激しい戦争の後、ドイツ軍は降伏したが、ドイツ軍は降伏直前に砲台を破壊し、地下の司令部のみが残った。

あまり知られていないが、日本はドイツの連合国であったオーストリアとも戦っている。

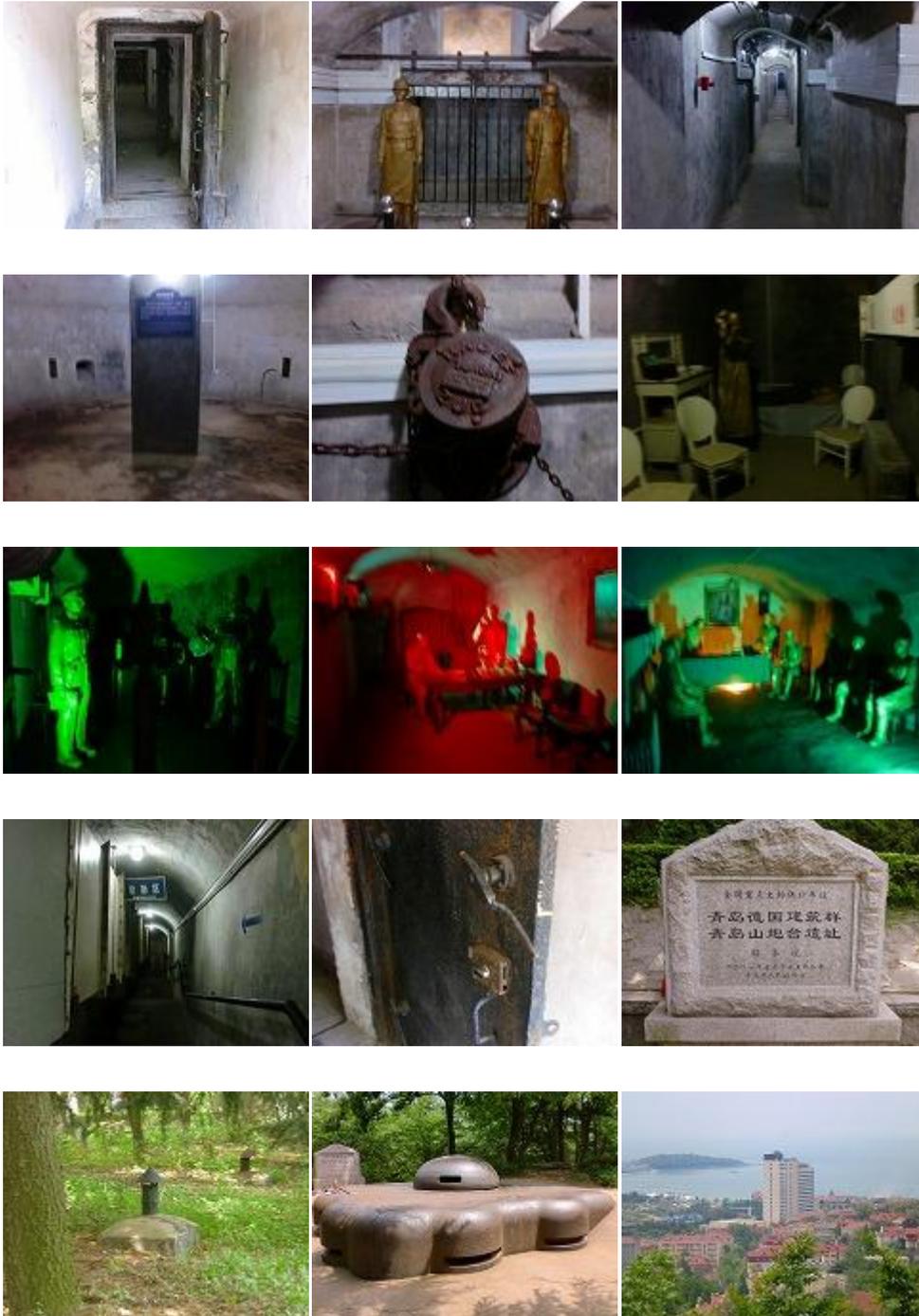
多くのドイツ軍捕虜は日本各地に設けられた14箇所の捕虜収容所に1919年ヴェルサイユ条約締結まで長期に渡り収容された。

トラブルも生じたが、比較的自由な取り扱いを受けた徳島県の「板東俘虜収容所」では地元住民との交流があり、ドイツパン、ドイツ菓子、ドイツハム、楽器演奏、鉄棒体操等が広められた。

バームクーヘンの「ユーハイム」、加工肉の「ローマイア」などが現在日本に残っている。映画『バルトの楽園』はこれを映画化したものである。

## 青島 ドイツ砲台跡





## 時代に翻弄された「ユーハイム」

ユーハイムの歴史（ユーハイムHPより）

1908年にカール・ユーハイムは、青島ホーエンツォレルン通りの菓子店に勤め、翌年店を譲り受け、独立。

1913年 青島、プリンツ・ハインリッヒ通り14番地に、菓子・喫茶の店「ユーハイム」を開店。今回、ガイドにお願いしてその場所を探してみたが、場所が分からなかった。宿題

としてお願いした。

**1915年「カール・ユーハイム」は、第一次世界大戦の捕虜として日本へ連行され、5年間の収容所生活を余儀なくされた。**

1921年ドイツ人ユーハイム夫妻は日本を永住の地と定め、横浜に会社設立。

翌年3月、日本における一号店を開設。

**1923年9月1日、「関東大震災」で店が倒壊し、避難船に乗って神戸へ移住。**

エキゾチックな元町居留地を目の前に見る元生田署前に夫婦で「ユーハイム」を開設する。第二次世界大戦が勃発。

**1945年「カール・ユーハイム」は終戦の前日、六甲山上で永眠する。**

第二次世界大戦後の1947年「エリーゼ・ユーハイム一家」は連合軍の命によりドイツへ強制送還となる。

**1950年ユーハイムと運命を共にした従業員がユーハイムを再興。**

組織を株式会社に改め、生田神社西に店舗を設立した。

**1953年エリーゼ・ユーハイムを再び日本に迎える。**

1959年東京に渋谷店を開設。さらに翌年、神戸・住吉に本社、並びに工場を建設。

資本金1,000万円となる。

**1971年 エリーゼユーハイム 80年の生涯を閉じる。**

ドイツ フランクフルトの「ゲーテハウス内」にユーハイムを出店（現在は閉店）

**テレビで波乱の「ユーハイム」の特集を見た。**

- ・ドイツから中国 青島に移住し店舗を構える。
- ・「第一次世界大戦」で日本の捕虜になる。
- ・解放後、日本に店舗をつくる。
- ・「関東大震災」で被災する。
- ・「第二次世界大戦」を迎える。
- ・「カールユーハイム」終戦の前日に永眠。
- ・「エリーゼユーハイム」ドイツへ強制送還。
- ・弟子がエリーゼユーハイムを日本に迎える。

**この家族の波乱万丈の人生**

「パームクーヘンを日本人に食べてもらおう」という執念がこの会社には生き残っている。

エリーゼユーハイムの口癖は、弟子が価格の値上げしようと提案すると、「その値段で売れますか？」と常に問いただしたそうです。

その理由は、エリーゼの家庭は貧しく、お菓子を買うことができなかったという幼少の時期の経験からだと言われている。

## 青島の海軍博物館

中国としては珍しく戦闘機やミサイル、軍艦、潜水艦を展示し一般公開している。古いアナログ機器であるため、今では見せても何も差し支えないようだ。

しかし、その殆どは、旧ソビエト軍の旧式の物ばかり。ソ連の軍事博物館を見ているようだ。

港の近くにある中国海軍の博物館。ガイドに聞くと「日本人の観光客は殆ど訪れない」らしい。確かに中国人は多くいるが、日本人には会ったことがない。

青島は観光地であるため、ハワイ真珠湾の「太平洋戦争博物館」を真似たもののようなものである。

入口にある「清時代」の大砲。武器は何でも展示している。

旧式の双発の航空機。古い飛行機の墓場になっている。

ソ連製の古いミグも展示されている。

旧ソ連のミサイル 昔テレビで、北朝鮮の軍事パレードでも似たような物を見たことがある。

潜水艦の内部も見ることができる。魚雷の発射管は前後2ヶ所にある。

潜水艦内部に入るハッチと階段。かなり急なハシゴで中に入る。確かに一度入ってしまえば、そうは頻繁に使うものではない。

たぶんこれもソ連製だが、後方の魚雷発射管は6個、ハワイで見たアメリカ軍の潜水艦の4個に比べて2個多い。

内部はアメリカ軍のものと構造はよく似ているが、寝室や食堂などのスペースは狭い。被害を受けても浸水しないようにいくつかのハッチで内部は区切られている。

米ソ冷戦中は、海の中でにらみ合うが続いていたであろう。

港に係留された軍艦も何隻もあり、マニアにはたまらない所だろう。

180度回転する、機雷や爆雷を海に落とす機械。相当な量を積載できる。

それだけ、潜水艦は軍艦にとって脅威であったのだろう。

**こうした兵器を使う時代なんてほしくない。展示品だけで十分だ。**

巨大なブイ。

「何に使うのか」と聞くと、沈みかけた軍艦や船を浮かせて港まで曳航するのに使うらしい。周りに木の板が貼りつけてあり、そこにロープを巻きつけるようになっている。





## 中国 青島ビールの歴史

**ドイツ人が青島にビール工場を作った。**

1903年ドイツ人によって創立された中国一番古いビール工場です。

青島は「青島ビール」によって知名度が高まったとも言われています。

1916年、日独戦争で青島を占領した日本人は青島ビール工場を買収し、1945年まで29年間経営しました。

ここでは、大日本麦酒（朝日、サッポロ、三ツ矢サイダー）などが生産された。

1949年の解放後、青島ビール工場は国有になり、初めて世界へ輸出しました。

その後、株式会社化して中国初の上場企業になり、世界8位の生産量を誇る世界ブランドのビール会社に成長した。

今でも売上が伸びている。

現在、日本のアサヒビールが、株式の約20%を保有しています。

**レンガ造りの当時の古い建物がそのまま保存され 博物館になっている。**

2003年青島ビール「100年記念」のため、2600元を投資して、青島ビール博物館を設立しました。

第二ビール工場は新しく作られた工場で、世界最新の設備を使っています。

写真は青島第一ビール工場100年前の建築です。現在は青島ビール博物館の一部分になっています。

**青島ビールのラベルには、例の棧橋の「有料みやげ物店」 回瀾閣がプリントされている。**

ドイツ人による設立、工場経営が13年、日本の経営が29年、中国の経営が67年。

もうすでに109年の歴史があります。

独日中合作の意味深いビール工場です。

### 日本製の糖化施設

博物館には当時のビール造りのラインがそのまま残されている。

麦芽の糖化から発酵、充填までが分かり分りやすく、蠟人形を使いながら説明されている。

ドイツ時代のシーメンスのモーターも展示されています。

日本の「サッポロビール」の宣伝看板が付けられたトラック。

「三ツ矢サイダー」の販促物なども展示されています。

良くもここまで保存してくれていたな、中国人の心の広さに感心する。

木樽に保存されたビールは、ビンに充填されて、箱に詰められるが、ビンが割れないように、ワラのクッションを入れている所などは、アジアらしい。

巨大な木製のたるなどを展示している。建物に染み付いた酵母のにおいがとてもいい、100年以上の歴史を伝えてくれる。

見学通路の最後の方は、コンピュータ管理された近代的なビール工場。

オートメーション化された工場で、働いている従業員の数は少ない。

### 最後のお楽しみは、1時間前に製造された「無濾過ビール」の試飲

見学コースの最後のバーで、下の工場で製造されたばかりの濾過していない、「にごりビール」を小グラス2杯まで試飲できる。

私は、ビールはあまり得意ではないが、他のビールに比べて、コクがあり味が濃いように感じた。

青島を訪れたら必ず見学したいところ

時間があれば、もっと時間をかけて見てみたい。

2回の世界大戦に翻弄されながらも、

**中国 青島で、独日中のビール職人が夢とロマンをはせた場所。**

その歴史が残されていることは有難いことです。

あらためて平和の有難さを知る。



新工場

旧工場



博物館入口



ドイツ時代の工場



シーメンスのモーター

日本の糖化機



ろう人形



宙に浮く蛇口

ホップ

ろう人形



製品の展示場



試飲会場



ろう人形



昔の梱包



新工場設備



コンベアに流れるビール

