

今回は、成田～ソウル～上海～ソウル～成田の日程

ニュースでは北の核実験が話題になっているが、核実験前に韓国を出国して、今は上海にいます

今回の目的は、韓国の小売業の変化、上海の「O2O(オンライン、オフライン)」「宅配」の進化

アジアナ航空の機内食

よく機内食で使われている下に敷くプラスチックのトレーない



紙トレーを使った弁当

再利用する容器はない

殆どに客が食事後は、このように元に戻して箱詰めしている

上の箱のサイズはカートの溝に収まるように設計されている

そのまま全部焼却できるため、選別、洗浄の作業が省ける



ソウル到着後、東大門の「ホームプラス」へ

定店観測している店だ

その前に、1階のフードコートで腹ごしらえ

鉄板ビビンバ



石焼きビビンバ 大 石焼きビビンバ 小

ビビンバのSKUを拡大



ホームプラスの売場

青果売場は前と変わっていない 刻み野菜のアイテムが増えた



サラダはドレッシングと具材を別添 冷やし中華のような包装

100円のチルドドレッシング



魚売場の RTC 商品 (鍋セット)



個々に真空パック化されロングライフ化されている

肉売場の MAP 包装



MAP 包装は大型パックが殆ど
冷凍肉のパックはさらに大きい



レディ・ミールは相変わらずパウチが多い
トレー入りは「MICVAC」



惣菜のフライドチキンコーナー

インスタアは揚物と包装寿司のみ



左が甘辛のチキン

丸鶏のフライドチキン



ピザ売場は健在だ

肉、魚はインスタアと冷凍を強化

韓国のスーパーマーケットの最大の敵は「生鮮市場」と「コンビニ」「ネット通販」

日本との大きな違いは不景気で「人が余っていること」

日本は「人手不足」

「ハイパーマーケット」に元気がない

生鮮食品は市場に取られ、惣菜はコンビニ、外食に取られている

特に英テスコが撤退したホームプラスは元気がなく、これからの進む方向を模索している

生きる道は「ネット販売か？」

ソウル駅の「ロッテマート」

かつては日本人観光客が多い店であったが、観光客から地元客へと変わっている
夕方であるせいかよく客が入っている



丸魚の品揃えはあるが切り身は殆どない
刺身の大型パック



ツマを多くシラップをかけた「てんこ盛り」パックだ

韓国では、日本が忘れていた「てんこ盛りマーチャндаイニング」「大型パックマーチャндаイジ
ング」が出来ている

「スキnpack」「真空パック」などロングライフ商品と併売



肉の MAP 包装

韓国では肉の MAP 包装は当たり前



牛肉のミンチは日付の違いによって、色が明らかに違う

フライドチキンのてんこ盛り

ロッテマートは随分前からこのスタイルをとっている



フライドチキンの大型パック

フライドチキンの上に、「煮だこ」



「ジャンボいなり」のバイキング販売

これは日本のマネかな



1個 100円 皮は日本ほど甘くない

相変わらず弁当類の品揃えは貧弱
丼で勝負したらどうだろう



パウチ包装の惣菜



「ロッテマートのグローサラント」
店のど真ん中に「カウンターレストラン」
店で買ったものを食べる「イートイン」ではない



うどん屋
韓国でも「カツカレー」は人気だ
「カツカレー人気」は世界的な動き
ひらがな
日本人客が多かったころのなごり



オーダー弁当

ここもカウンターレストラン

「店食」は当たり前



韓国での気づき

1. 「人が足りている国」と「人が足りない国」のオペレーションの違い

人がいれば「インスタアの強化」

人がいなければ「アウトパックの強化」

韓国は今不景気で人が足りている

2. 「大型パック」「てんこ盛り」マーチャндаイジング

特に週末(日曜日は大型店は休み)

日本が忘れてしまったこと

3. 「グローサラント」「店食」

韓国では、古くから店内の「カウンターレストラン」は発達していた

逆の「イートインコーナー」は少ない

次回は「E マート」「ハナロクラブ」「SSG」を特集します

ソウル市内の「E マート」

定店観測している店だ

業態はハイパーマーケット



施設内にはユニクロ



ハイパーマーケットは非食品からスタートする



オーガニック、健康食品売場
若い主婦がちらほら

バナナ売場が目を引く

上の部分はダミー



鍋用 RTC 商品

E マートは「ミール・ソリューション」が進んでいる

冷凍刻みにんにく、刻み唐辛子

製氷皿に入れられたもの

あれば便利



鮮魚のインスタ

人の余っている国は手間がかけられる



鍋セットのアウトパックとインスタア



肉の量り売り

MAP 包装では？



デリカのファミリー向けビビンバセット



海苔巻きバイキング なりよりは売れている

レディミール ここでも MICVAC



ロングライフチルドのサラダ



サラダチキンのフック陳列



ハナロクラブ(韓国農協)

ここも定期的に見ている



そろそろキムチを漬けるシーズン

白菜の下漬け

手間が省ける提案



ネギの MAP 包装

長ネギは運ぶのに不便だが、これはカット済みなので楽だ

冷蔵庫の保管もしやすい

花の包装もおもしろい



こもてんこ盛り



手握り寿司で差別化



なにだこれは？

配送待ち？



これはフードコートの入口

フードコートで本場の冷麺をいただく

SSG フードマーケット

サムスンが経営する高級食料品店



変化は、レストランが増えたこと

昨年、デリカ売場を縮小して、専門店を導入したらしい

熟成肉コーナー



刺身と寿司は日本と変わらない

スモークサーモンはオニオンとケッパーがついている



このハイゴンドラは見事



高級食料品店には、高級食器
定期的に見ないと、変化に気づかない

韓国のスーパーの商品調査

チルドのレディ・ミールは、スウェーデンの企業が開発した「VICVAC」がどこの企業にも品揃え
日本では「ふじっこ」がライセンス生産

韓国のもつ煮



日本にはない大型トレー
野菜と海産物のクリーム煮

ホームプラスのポテトサラダ

真空パックをトレーに詰め、紙帯という過剰包装



これも真空パックを電子レンジ対応トレーに入れている
包装形態を揃えるための対策
韓国ではチルド商品も写真付きのパッケージが殆ど
薄味でおいしい

前からあるカットピザの MAP 包装

電子レンジ対応トレー入り
これはアリだな



参鶏湯真空パック

これは日本でも売れそう

鶏は骨まで食べられる



冷凍スライス豚肉900gパック ロール状

トップシール



冷凍なのに保冷剤が入っている

上げ底効果か？

「豚しゃぶ」用野菜を購入 日本の野菜と変わらない



サービスアパートで宴会

鍋以外はレディ・ミール



「豚しゃぶ」と「参鶏湯」

×はうどんを計画していたが満腹で放棄

中央はバラ売りされていた「チャンジャ」

本場だけあって身がふっくらしていておいしい



デザートはパン売場の「もちもちパン」

ソウルの名物焼肉をはしご

有名なソウル新村の名物ドラム缶焼肉



以前は道路側に行列を作っていたが、道が狭いため、今は店の裏側に並ぶようになった
早めに行ったのであまり待たされなかった

前は牛の「サガリ(横隔膜)」であったが、今は骨付きカルビに変わっている

1人前 1500円とけっこういい値段だ



最初はスタッフが肉をハサミで切ってくれる
手前はニンニクの醤油煮



メニューはこれと飲料だけ
いいビジネスモデルだ
軽く食べて次へ行く

次に近くの「8味サムギョブサル」
ここも有名な店



八種類の味付けの違う豚の三枚肉

日本語でも解説



鉄板でこんな風に焼く



鉄板が斜めになっているため、野菜の方に脂が流れるようになっている

関西のお好み焼き屋のように店がすべてやってくれる

海鮮鍋も注文

×で焼きうどんやチャーハンもできるが、お腹いっぱい



こちらの店は安い

ビールを飲んで、2件合わせて1人平均2500円也

コスパは非常にいい

少し気になること

壁に描かれている絵

万国旗が描かれているが、日本の国旗がどこを探しても見当たらない

もしあったらごめんなさい



ミヨンドンの屋台街を歩く

瓶で焼く「焼き芋」



うまいしみ

韓国では「天ぷら」が人気だ



焼きイカはこのスタイル

これは大きく見えていい

焼きロブスターの店



尾の部分だけを焼いている

うまそうだ

違う店ではサイズの大きいものから売られている

大サイズは売り切れ、中サイズは1500円



貝焼き



屋台は安い物しか売れないは間違い

安いものしか売らないから、安いものしか売れないのだ

スーパーマーケットも考える必要がある

次回は「上海の小売業特集」

アリババのリアル店舗「FUMA」徹底研究

2時間の取材に成功