

城取博幸の

中国 北京のスーパーマーケット見聞録

NO109

2018年 9月

城取フードサービス研究所

城取 博幸

北京にいます

今回のテーマは「北京、上海のO2Oの進化とその販売商品」

北京の「アリババ HEMA 鮮生」と今年オープンしたばかりの「テンセント 小象生鮮」「テンセント、7フレッシュ」を視察予定

電子マネー「アリペイ」と「ウィチャット」の2強の戦いだ

羽田からエアチャイナで北京へ



「あご枕」

隣の中国人客を見ていると、あごに枕を挟んで寝ている

離陸まではシートを倒せないため、寝ると頭が前に落ちる

いいアイデア

自分も同じようにやってみる(上から撮った状態)

若干役に立つが、薄くてあまり効果はない



エコノミークラスの機内食

「オムレット」または「フィッシュ ウィズ ライス」の2種類

「フィッシュ ウィズ ライス」を選択
魚らしきものが見当たらない
「ライス ウィズ フィッシュ」だ



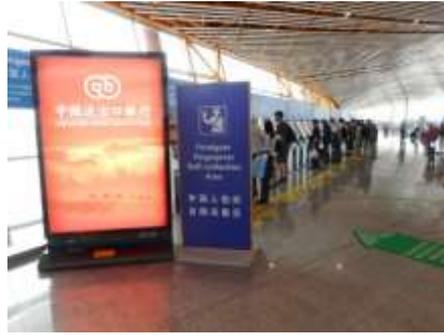
よく見ると鱈らしき魚のスライス
使い捨てトレーとリユーストレー
弁当らしき料理はプラトレー、その他はリユースのトレーを使用
リユーストレーは機械包装ができないため、手動のラップ包装
人手不足の折手間がかかる



「効率」と「資源保護」の問題
リユーストレーが4枚、使い捨てトレー1枚



北京空港に到着
大きな空港だ



顔認証と指紋認証の機械

パスポートを入れて日本語の指示に従う

この時点で中国の「顔認証」データに登録されている

入国手続きを簡略するためだ、成田空港の入国でも最近導入されている



指紋認証が終わると、レシートが出てくる

隣の年配の女性が、「何回やっても、皆さんのように日本語が出てこないの」と、手に同じレシートを5枚くらい持っている

「それは、前に入国した時にすでに登録されているのではないですか」と答える

黙っていると、10枚くらいになっていたかも

そのレシートをパスポートと一緒に、入管カウンターに提出

確かに手続きが早い

時間は大幅に短縮されたが、預けた荷物の出るのが遅いため、早く空港を出られるわけではない

町はゴミ一つ落ちていずキレイだ クラクシヨンの音も少ない

中国はオリンピック以降大きく変わった

空港からタクシーでサービスアパートを探す

探してもなかなか見当たらない

サービスアパートはホテルと違い知名度がないため、タクシードライバーもあまり分からない

迷うため夜の到着は避けた方がいい

私の場合は、深夜便の場合はホテルに前泊して、翌日アパートに移るようにしている



各社のマークの付いたバイクが待機
上海では見なかった三輪車も多い
逆走するバイク、三輪車には十分注意



ついに発見 番地が合っている
ビルの中に入れたのはいいが、フロント階が分からない
中にサービスカウンターはあるが、スタッフはフロント階が分からない
近くにいた若者が、心配して電話して聞いてくれた
北京の人々は親切 これは驚き

26 階の一室がフロントになっていた
よくある中国のサービスアパートメント
南京のサービスアパートもこのスタイル
ビルフロアーを借りて、アパートとして経営
フロントのある部屋に到着すると、オーナーが変わったのか、私たちの持っているアパートの名前と違う
日本語、英語はまったく通じない
北京は上海と違い、英語は通じないと思ったほうがいい
翻訳機を使って会話
クレジットカードは使えない 現金か電子マネー
これから中国ではクレジットカードが使えなくなる傾向があるから注意
中国ではクレジットカードが使えないところが多い
現金が頼りになる

ちなみに交換レートは、中値 1 元 16 円、売り 18 円、買い 14 円

再両替はしないほうがいい

そこでルームナンバーと部屋を開けるためのナンバーをもらい部屋に入る

アパートのエレベーター階の入口は暗証番号を入れないとドアが開かないようになっている



部屋は広めで、一応キッチンはある

これで一泊 13000 円くらい

「にせ警官？」

夜中にスタッフが私のドアをノックしたが、出なかった

後から、連れがラインで

「警察がドアをノックしてもドアを開けないように」と言われたらしい

はあ～？

意味がよく分からない

海外ではドアをノックされても絶対開けてはいけない

特にサービスアパートメントは注意したい

このアパートは無許可で公安が調査に来たのではということも考えられる

次回は、北京のコンビニ事情について

北京のコンビニ事情

アパート近くの「セブンイレブン」と「便利蜂」



近くのセブンイレブン

ビルの一階にある

店の脇に看板がないため、正面から見ないと分からない

「早くて便利」らしきことが書いてある



中国のコンビニは、揚げ物やおでんなどのホット商品は日本と同じ

違うのはこのコーナー

丼ご飯に好みの具を上にとッピングするスタイル

主に昼の営業だ



日本では九州の数店舗で実験販売を行っている

メニューは、カレーと弁当

揚げ物コ、蒸し物コーナー

中華まんは中国発祥だ



チルドコーナー

トップシールのつまみ類

このトップシール商品はスーパーマーケットでも販売されている

日本の2017年の「包装惣菜」の伸びは、前年比122%（惣菜白書）と大きく伸びた
コンビニを中心に伸びているカテゴリーだ



枝豆もトップシールで4フェース
色はあまりよくない
サラダボックス 紙トレーに入っている
カット野菜にもち麦、チキンが入っている欧米スタイル
夕方にも見たが、よく売れている



ツナサラダ
「中国では生野菜は食べない」という習慣はなくなった
セルフの電子レンジ3台も



購入商品

メロンパン 日本のものと殆ど変わらない



カラフルなサラダ巻き シャリは柔らかめだが日持ちがする
韓国キムチ 約80円ほどで売られている



地元のコンビニ「便利蜂」
カウンターのイートインもある
ここはよく客が入っている



ここもキッチン完備
丼コーナー セブンイレブンと同じスタイル



奥には「RATIONAL」のスチームコンベクションオーブン

ライス計量器らしき設備も

機械化は日本より進んでいるかもしれない



おでんメニュー 1個120円程度

夏にも係わらず、これだけの品揃え

冷し麺コーナー



中国でも冷し麺を食べるようになった

中国風にアレンジ



バラエティに富んだ寿司

セブンイレブンと便利猫を視察したが、コンビニの品揃えは日本とあまり変わらない

冷たい弁当を食べない中国では、ホットケースの丼が定着している

冷し麺や寿司の品揃えの豊富さに驚く

コンビニを後にして近くのショッピングセンターに向かう

「台湾料理」と「CITY SHOP」

メルキュールホテルを併設したまだ新しいショッピングセンターだ



台湾料理のレストラン

まず昼食

オープンスペースの椅子とテーブル



「起源」「作法(食べ方)」「伝承」

創業は1895年、食べ方が書かれているが、中国語で分からない

昔ながらの製法で伝承してきた

メニュー

メインは「100年伝承麺」



小麦麺と米麺、サイドデッシュを注文

白いものは「おろしにんにく」

中国麵のスープは黒色で、一般的に「牛肉骨スープ」を使用している



太めの中華麵 汁は少なめ 豚足はトロトロだ ここまで煮込んだ豚足は少ない



揚げ出し豆腐

日本の揚げ出し豆腐によく似ている お勧めの「海老のすり身揚げ」

タレは濃いめ



ズッキーニの小さいようなものの炒め物

黄色い花が咲いているが、何か分からない 後で調べてみる

ほぼ ほぼ EMPTY DISHES



地下のスーパーマーケット「SITY SHOP(城市超市)」



左がくだもの、青果売場、右がデリカ売場

中国人は果物をよく食べる

野菜売場の2倍のスペースを確保



青果売場で見つけた これは「ベビーキュウリ」だとスタッフが説明してくれた

これは初めて食べた 定番のキュウリ



夕方デリカは品薄状態 弁当「SET MEAL OR THE DAY」20元(約330円)

鶏肉の炒め物弁当



肉野菜弁当 これも 20 元と安い
さらに奥に進む



料理教室

ハードが先行して、ソフト、商品が追い付いていない
鍋はあるが、下を見ても熱源がない
単なるディスプレイであった



うどんショップは閉店 昼の営業のみのようだ
購入商品

プルトップが付いたココナッツ
これは便利 苦勞して穴をあける必要がない
下の台もセットになっている



プルトップを外し、ストローを刺せばどこでも飲むことができる
こうした商品は日本も欲しい
フルーツ、デリカは売れているようだが、生鮮食品は苦戦とみた
ショッピングセンター地下のスーパーマーケットの営業は難しい

北京北部の「盒馬鮮生」(フーマーシオンシェン)

2017 年から始まった「フーマーショック！」

一年で中国の食品小売業が大きく変わった

その影響から、京東集団(テンセント)、美团集団(テンセント)がO2Oに参戦、中国の2大 EC サイトの戦いが始まった

アリババvs京東(テンセント)の構図ができてきた

さらに、既存のハイパーマーケットの「大潤発」、「欧商(オーシャン)」は、アリババと提携
カルフルー、ウォルマートは、テンセントと提携

2017 年、アリババはO2O(オンライン to オフライン)店舗の「盒馬鮮生」を自前でオープンさせ、

世界中を驚かせた

2017 年、9 月の「上海特集」でも、紹介したが、リアル店舗の他に、EC はアプリで注文した商品
を、店内のスタッフはピッキングして、30 分以内、5km圏内に配達する 電子マネー「アリペイ」よ
る決済

店内の商品は、現金で買い物もできるが、フードコート、レストランでは現金、クレジットカードは使
えない

中国ではこれが当たり前になりつつある

特に北京はそれが色濃い

盒馬鮮生の仕組み

アリババの「EC サイト」は、「天猫商城(タイパオ)」「デリバリーサイト」は、「ウーラマ」

自前のスーパーマーケット」は、「盒馬鮮生」

「決済方法」は、「アリペイ」

「提携ハイパーマーケット」は、「大潤発」「欧尚(仏オーシャン)」

さらに、輸入品を扱った「天猫国際(T モールグローバル)」も杭州市にオープンさせた

IT 関係は専門家に任せることにして、売場、売り方、商品、外食についてレポートします

北京北部の店舗

車で 30 分ほどの郊外立地



1 階部分に店舗

入口にガードマンはいないが、案内スタッフはいる

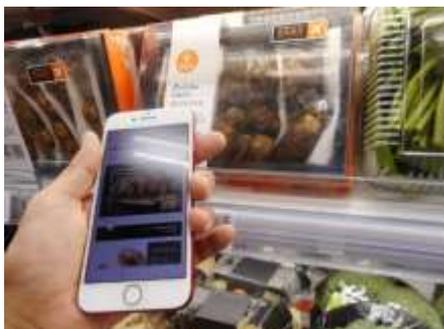
600 坪ほどの大きさの普通のスーパーマーケットように見える



こんなユニークな演出も

すべてデジタルプライスカード

スマホで QR を読み取れば、商品履歴を確認できる



精肉はすべてアウトパック、トップシール D+4

調味料がセットになったステーキ



活魚コーナー

これがこの店の売り物だ！

50 位の水槽が並ぶ

多い店では100位ある

活魚の持ち帰りも配送も、オーダーすれば料理もしてくれ、イートインで食べられたり、配送もしてくれる

さらに、家庭にもスマホで注文もできる



チルド「ミールキット」

トップシールの2段重ね

中は真空パックの食材(肉、野菜、ソース)

MAP包装ではなさそうだ

「5分で料理ができる」と書かれている



チルド、冷凍商品売場は普通のスーパーマーケットと変わらない

しかし、EC分の在庫もあるため、陳列量が多いように感じる

ドライ食品は、アイランドスタイルの陳列什器

高級食料品店を思わせる



スタッフがEC用の商品のピッキング中

右手にはスマホとバッグ

この袋を使用

色分けの理由は分からない



フックに掛けて天井のコンベアに送る
ネットのついたコンベアでバックヤードに移動
スピードは人間が歩くより少し早め



裏で待機しているバイク便の配送員

セルフレジ

商品のバーコードをスキャンして、スマホをかざして、アリペイで支払えば、そのまま外に出ることができる

そのため、有人レジのように並ぶことは少ない

店内に何カ所もある



友人レジは3台

ここも並ぶ客は少ない

実際に魚を買って料理をしてもらう

水槽から魚を選び、量って値段をつけてもらう



受付カウンターに持ち込み、料理方法を伝え、アリペイで支払う
料理ができれば機械が点滅
フードコートと同じだが、現金、クレジットカードは使えない
現金やクレジットカードを扱わない分、会計は早い 椅子に座って待つ



シャコの素揚げ ピリ辛スパイス
アワビのステーキ



作り置き「魚のスープ」 ホットケース
作り置き「ザニガニ饅頭」



この2品は別決済 会計はスマホがなければできない

客目線からの感想とまとめ

1. 「EC」に対抗するためには、「体験型」「劇場型」「オリジナル商品」などと言われているが、盒馬鮮生は両方でできている

2. 「活魚」+「海鮮料理」=売り物

チルドの魚の品揃えはない 活魚 or 冷凍食品

週末ともなれば、家族連れで賑わい、テーブルは海老、蟹などの赤い料理で埋まる

3. ビックデータの活用 高鮮度、高回転で鮮度はよい

生鮮食品の在庫は4日間ほどだと言われている

4. 「当日売り切り」 青果売場の葉物の一部は当日売り切りコーナーもある

5. 「ミールキット」 D+4の肉を中心にしたチルドミールキット

2人前で価格は400円~500円程度

売れ方は店によってバラつきがありそうだ

6. 惣菜の作り置き商品は非常に少ない

一部あっても、「チルド(5℃)」か「ホット(65℃)」、常温惣菜はごく一部

バイオーダーによるため、作り置きのロスは殆どない

7. 高効率 スタッフの数は多いように見えるが、普通のスーパーマーケットに比べて効率は2倍だという

8. 現場作業の軽減 ビックデータをを活用した自動発注

現場は陳列作業はあるが、発注作業はなく自動発注

値引き商品は殆ど見かけない

9. ロスの低さ ビックデータ活用で、「チャンスロス」「値引きロス」「不正ロス」は少ない

10. サービスレベル 挨拶がよくできていて好印象

ピッキングスタッフはそれほど邪魔にならない

11. バックヤード作業がないため作業員、レジ要員が少ないためローコストオペレーションができている

12. バックヤードスペースをイートインスペースに活用できる

13. 物販、ECは粗利益が低そうだが、外食でマージンミックスができている

以上、1回目の盒馬鮮生の視察は終わり

北京、上海で盒馬鮮生を4店舗ほど視察する予定だ

見る時は徹底的に見る 次回は、京東(テンセント、ウィチャット)が新たに取り組むリアル店舗「フレッシュ」の新店をレポートします

京東集団「7Fresh」

2018年1月、アリババに次ぐEC(電子取引)2位の京東(テンセント、JDドットコム)が、北京郊外にスーパーマーケット「7Fresh」をオープンした

現在北京に2店舗



特徴は、O2O、QR決済、顔認証決済、自動運転の買い物カート、トレーサビリティ、生鮮食品の売り切りなど、アリババの「盒馬鮮生」(ファーマーシオンシェン)を意識したものだ
この店は、自動運転買い物カート、トレーサビリティミラーは設置されていない

「ECサイト」は、「JD.com」、「デリバリー」は「美团外食」

京東集団は、テンセントの「ウィチャット・アプリ」の電子決済「ウィチャット・ペイ」のみ利用可能で、アリババの「アリペイ」は使えない

店舗でどの商品が持ち出されたかをチェックするのは、RFID(無線自動識別)ショッピングセンターの地下立地



北京北部の中型店舗 北京南部には大型店がある

店のイメージは高級食料品店 活魚の水槽は見当たらない



店舗はそれほど大きくはないが平ケースを多用し、ゆったり買い物ができる
冷凍ザニガニ

9月はザニガニのシーズン



精肉売場

EC用の在庫も含まれているため、スーパーマーケットよりも在庫が多い
多段のチルド売場

韓国プルモンのレディミールも品揃え



チルドのアイランドケース

ロングライフの包装惣菜

冷凍食品売場

右側が「韓国 CJ」、左側が「タイ CP」

縦割りでコーナー化されている

アジアのスーパーマーケットもこの陳列が目立つようになった



ハイゴンドラのドライ食品

ゴンドラは短めに切られている

スーパーマーケットやハイパーマーケットのような品揃えの豊富さはない

「7EXPRESS」惣菜のバックヤードと売場

ここが目玉のようだ

裏側には寿司売場で、カウンターとイスを設置

チルド商品



セットもの

ロングライフチルド



ロングライフ調理麺

サラダコーナー

紙トレーに入れられている

欧米の商品と変わらない



お弁当チョイスコーナー(ホットケース)

コンビニもこのスタイル

単品でも買えるが、「ご飯+おかず 3品弁当」が基本

EC 用ピッキングバッグ

中型店であるため、天井にコンベアは見当たらない

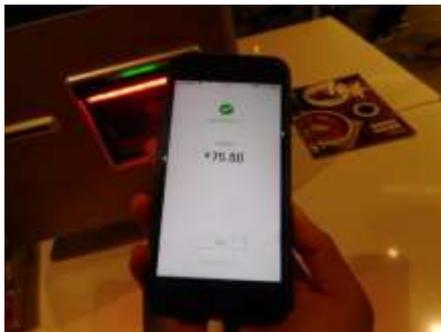


セルフレジ

これがローコストに繋がっている

アプリを開き、ウィチャットで支払い

これが当たり前になりつつある



支払い完成

会計時間が短いため、行列はない

EC が普及しているためか、大量買いする客は少ない

店売りと EC 比率が気になる

現金レジもある



出口付近の写真パネル

これは監視効果を狙っている

出口の探知機 会計を済ませていないと、アラームが鳴るちうものだが、RFID チップが付いていないと反応しないはずだ

スマホがレジを通過した証拠になる
不正持ち出しはできない仕組み
入口側からは出られない



チョイス弁当 19.8元 330円

温かいごはん+おかず3品

問題はトレーの蓋が曇り中が見にくいこと

弁当トレーはこれだけで、トレーの数は非常に少ない



トマトとたまご、煮豚、野菜の炒め物

味はそこそこ

サラダ 19.8元



韓国冷麺(ロングライフ) 13.8元



麺は半乾麺であるためボイルしないと食べられない
持ち帰って調理する

クロワッサン 7元

バターたっぷりおいしい

他にもクロワッサンを何品か食べたがレベルが高い



飲料



以上、京東が展開する「7fresh」

ショッピングセンター内の地下立地のスーパーマーケットの経営は難しい

ローコスト経営を目指していることはわかるが、成功するか今後様子を見守る必要がある

7Freshは、現在2店舗だが、アリババの「盒馬鮮生」は、すでに69店舗(2018年9月4日現在)
展開している

これから、同じようなスタイルでどれだけ追いつけるかも課題

しかし、中国企業のスピードは速いため分からない

美团集团「小象生鲜」

美团は中国の購入サイト大手

美团と大衆点评と合併し O2O を設立

美团集团は、2018 年 1 月に、アリババの盒馬鮮生と似たようなO2O店舗を、北京にオープンした

「盒馬鮮生」は河馬(カバ)、「小象生鲜」が象

中国は動物のキャラクターをよく使う

日本では殆ど報道されていないが、北京に 2 店舗ある(2018 年 9 月現在)

「EC サイト」は、ホームページ「baobaoaichi.cn」から入りアプリを開く

「デリバリーサイト」は、「美团外販」

「決済手段」は、「ウィーチャット」(使った電子マネー)

北京北部の店舗

北京市内から車で 30 分ほど

ビルに囲まれた立地



3階建ての古いショッピングセンターの 1 階

2 階からの景色



支払い方法をわかりやすく図で表示

「図の地域は 30 分以内で配送する」と書かれている



レンコンの葉と実
野菜は値引きもある



「盒馬生鮮」と同じように、買った魚を調理してくれる
それほど魚種はないが、活魚と活魚料理を目玉にしている
「盒馬鮮生」と同じだ



氷張りの丸魚
イートインコーナー



飲料、酒はこのレジで精算できる

現金は使えない

アウトパックの豚肉

肉の殆どはアウトパックのトップシール



メーカー別にシールが貼られている

鮮度はいい

これが、この店の特徴

ミールキットを買い、6元を払えば調理してくれイトインコーナーで食べられる



ミールキットコーナー

かなりのボリュームで、値引きは出ていない

品揃え、ボリュームとも豊富だ



真空パックされた食材をトレーパックしたもの

「盒馬鮮生」のものは、D+4だが、ここは、D+1と短め

何品か購入し、アパートで調理してみる



ドライ食品売場

人が少ないように見えるが、EC 用の在庫もストック
センターの代わりに店で在庫をストックしている



ステーキも焼いてくれる

直営なのかテナントなのかは分からない
肉料理は魚ほどの人気はない



顔認証に挑戦

アリババ、テンセントとも顔認証会計のシステムはある

「顔パス」

登録すればスマホなしで、顔認証による決済が可能



一度登録すれば、次回からスマホなしで買い物ができる
地元の年配男性に「顔認証」について聞いてみた
「私はやらない ビッグデータから将来何に使われるか分からない」という
空港ではすでに顔認証が導入されている
「さらに、空港で入国拒否があるように、小売店でも入店拒否、購入拒否も起こりうる」と大手商社
の幹部が話してくれた
双方のメリット、デメリットをよく考えなくてはいけない
便利になった裏側も少し考える必要がある
すべて自己責任

中国名物「緑豆アイス」を購入



これが安くてうまい 小豆バーのような味

「小象生鮮」の特徴

「盒馬鮮生」と殆ど変わらない

「モノマネ」が「先発」を超えられるか

昨年9月のブログにも書いたが、「盒馬鮮生」はセグメントを行い、一からビジネスモデルを作り上げた

一方、「小象生鮮」はその「モノマネ」

楽ではあるが、それをつくり上げたプロセスが欠けている

「盒馬鮮生」「7Fresh」「小象生鮮」の三つ巴のO2O戦争が始まった

今回は、南部地区の3店舗をレポートします

北京南部の経済振興地区の「盒馬鮮生」「7Fresh」「小象生鮮」3 店舗を視察

2017 年から始まった中国の「ニューリテール」旋風

前に中国人の流通コンサルタントに聞くと「まだ海のものか、山のものか分からない」という

しかし、今の IT が無くなることはないと感じる

長くなるので、特徴だけを簡単にレポートします

「盒馬鮮生」



裏の配送口から視察

「有盒馬」と書かれたブルーに統一された配送バイク

配送業者も絞り込んできた



荷台に箱は設置されていない

保冷ボックスを荷台に積んで配送している これは進化

無人宅は電話してこのまま置いてくるのであろう

だんだんとコストがかさんでくる

店内の標識がユニーク テーマパークのようだ

左がスーパーマーケットエリア 右が飲食エリア



魚市場、フードコートとスーパーマーケットを合体させた店

壁に沿ってテナントが8社ほど入っている テーブルサービスを行う「鍋もの専門店」も入っている
グローサリント 盒馬鮮生のキャラクター これは魚売場のキャラクター



今回、盒馬鮮生を6店舗見た中で、最大規模の活魚水槽

円形の水槽の周りに専門店が並んでいる まるで水族館だ

客は網を使い好みの魚をすくっている 子供が喜んでいる

生きたロススターを調理してもらい食べている家族

私たちの手がでなかったロススターを子供がたらふく食べている

これが中国 しかし、店舗が増えるに従い、海産資源を確保できるのか疑問



葉物売場の床の色分け図

まだ一部だが、葉物野菜は当日売り切りを行っている



赤は「星期1」と書かれている

かつて、アメリカのスーパーマーケットのパン売場でも、パンのリボンの色を変え同じような色分けをしていた

懐かしい売り方だ 歴史は繰り返す

「7Fresh」

売場面積は約 1200 坪ほど

京東公表によれば、

「オープン3日間の平均来客数は一万人/日 平米あたり売上は伝統的なスーパーマーケットと比較して 5 倍を記録したという 」

* EC 売上が含まれていると思われるが、1200 坪の店には確かに驚異的な売上

「店舗近隣の住民属性をビッグデータにより分析し、倉庫を保有せず必要な商品だけを陳列棚に陳列するシステムを採用している

棚に陳列された商品在庫回転日数は平均4日間という驚異的な効率性を記録している」という

* バックヤードを覗かせていただいたが、確かにバック在庫は少ない(補充だけ)

ドライ食品、菓子、酒まで含まれているかは分からない

含まれているとしたら、確かに驚異的だ

「京東は、今後の 5 年間で「ニューリテール戦略」の中核店舗「7Fresh」を全国で 1000 店運営する予定だという」

* 公表はどこも多めに言うのが中国 これは自由だ

自前では難しいが、どこと提携するか興味が沸く

経済振興地区の新しいショッピングセンターの店



店舗入口

左側が、バー、カフェ、専門店エリア

右が海鮮料理エリア

店舗レイアウト(反対側のもの)

右奥、左奥がフードエリア

特徴は、各売り場がボックス型にゾーニングされていること

スーパーマーケットというより、デパートのゾーニングに近い



天井は吹き抜けだが、金色の格子型天井を付けるとで高級感を出している
間接照明もいい



マスコミで伝えられているトレーサビリティが分かる機械
ここに QR コードをかざせば、上のスクリーンの画面が出るとのこと
かし、週末であったせいか運用はされていなかった
追随型のロボットカートも見かけなかった



作り置きのデリカはあまり力を入れていない
場所もあまりよくない
デリカ売場の弁当は冷蔵ケースで販売

ここも活魚を選び、手数料を支払い調理してもらうことができる



カウンターは行列 席も満席状況

開店から8か月経過しているが、人気は衰えない

出来上がった料理 円盤型ベルで呼び出され、テーブルにもって行く



バー、カフェ、ステーキ専門店エリア カクテルバー



サービスで出してくれたカクテル 紙ストローを使っている 行動が速い

京東の配送車



京東の配送バイク

「小象生鮮」



暗めの照明で高級感を出している
30分で配送



小象生鮮が力を入れる、チルドミールキット
店の入り口付近の目立つ場所にレイアウト 手間代を払えば調理してくれる
よく売れているようだ また作って盒馬鮮生と比較してみます



作り置きのお惣菜 ここにも活魚



マテ貝を半分購入

量ってもらう



代金をウィチャットで払いカウンターに持って行く

麵専門店にワンタンを注文



マテ貝の炒めもの

プラスチックの皿で提供

野菜ワンタンと海老ワンタン



ボリュームがある

野菜ワンタン

優しい味なのでいくらでも食べられる



これだけ、イートインコーナーを拡大して、はたして採算が取れるのか？

店には生鮮食品のバックヤードがない(ストックスペースのみ)

その分をイートインスペースに配分できる

レジ要員が少ないため、サービス部門の配置できる

ロス(値引き、不正)は少ない

シュミレーションをしてみる(構成比は昨年インタビューした数字)

物販、外食比率 7対3

物販粗利率(予測)20%~25%

外食粗利率(予測)手数料込み)60%~65%

相乗積粗利率は、32%~37%

営業経費を20%(多めに予測)を差し引いても、10%以上の店営業利益率を出していると思われる

儲けが出ないビジネスを、各社わざわざ「盒馬鮮生」のマネまでしないと思う

ただし、損益分岐店売上に達しない店はさっさと閉店

上海のアリババの弁当専門店「馬熱食」は、2か月で閉店したという

以上、中国最新のO2O店舗にレポートは終わり

カルフルー、ウォルマートはどうなっている？

次回は、ハイパーマーケットのレポート

北京の「カルフルー」と「ウォルマート」

テンセントと提携しているハイパーマーケットは「カルフルー」と「ウォルマート」

ニューリテールの出現に対し、ハイパーマーケットはどう動いているか

カルフルー



建物は改装中 昔ながらのコイン式大型カート



地下の食品売場

週末なのでよく客が入っている 市場風の青果売場



オーガニックらしき品揃え 米や乾物の量り売り これは乾燥した蓮の実



小分けされたナッツ、ドライフルーツ

昔ながらの乾物売場



何も変わっていない

肉売場は枝肉を吊るしている



作り置きの惣菜売場

チルド売場

陳列ケースは昔のまま



ハンバーグに煮大豆を張り付けたもの
値引きシールが貼られている



冷凍商品売場も同じ



レジは新型になっている

カルフル名物の椅子に座ってのレジ打ちはない



配達宣伝



まるで生鮮市場だ

ウォルマート

ここもレジは進化しているが、売場は変わっていない



赤を多く使った昔懐かしい売場

屋台風の惣菜



陳列量が少なく活気がない

撤退したテナントが埋まっていない

鶏肉のバラ販売



ブロック肉の量り売り

骨付き肉

O2Oグループでは、オールアウトパックなのでこういう売り方はできない



活魚売場

これは買って帰るだけ

生きた上海ガニ

中国人は死んだ上海ガニは買わないという



生きたザニガニ

スマホ決済のレジ

それほど広くない

スタッフは一名



自分でスマホで読み取り、決済

スマホで商品をスキャンして、決済して、商品をそのまま持ち出す

スキャンするレジがないため、各自がスマホのレジを持っているようなものだ



出口には感知機が
このレジも次第に少なくなるだろう



買った商品の配送 看板には「京東」と書かれている
テンセント、京東宅配、ウィチャットグループだ

「O2O」の対応は「市場スタイル」？

カルフルー、ウォルマートを見て感じたことは、高齢者が多いことと、現金決済が多いこと
それはレジの台数と支払い方法を見ていれば分かる

ハイパーマーケットは「素材型」、O2Oは「ミールソリューション型」に分類できるゆな気がする
街には近代化された庶民の市場は残っているが、ハイパーマーケットのような品揃えはない

ハイパーマーケットは「ワンストップ・ショッピング」ができることが強み

スーパーマーケットやO2O店に比べて、非商品の品揃えが充実している

「しかし、重いもの、大きいもの」はECに売上を奪われつつある

ECの「ロングテールの品揃え」には勝てない

ハイパーマーケットは中国にすっかり定着しているが、O2Oグループの顧客の囲い込みにどう対
抗できるか

今回の日本の台風と地震災害で思うこと

極端なIT依存は危険のような気がします

何か事故が起きた場合、例えば、スマホが使えない場合など、何もできなくなります

地図もアプリも開くことができません

電子マネー（デジタル）と現金（アナログ）は両方使えるようにしておいたほうがいい

「デジタル」と「アナログ」はうまく活用した方が安全のような気がする 商品小売業も同じだ

「盒馬鮮生」と「小象生鮮」のミールキット比較

「盒馬鮮生」のミールキット 3品

北京のサービスアパートで、同行した M 女史が中国語を読みながら調理してくれた
プロだけあって盛り付けが上手



「5分で料理が完成する」という触れ込み
消費期限 0℃～4℃ D+4

1. 「鶏肉とセロリ炒め」 18.8 元(320 円)



真空パックの鶏肉とセロリの細い部分、液体五香タレ
料理は簡単 豚肉とセロリを油で炒め、タレを絡めるだけ



完成 タレの濃さは好みで調節
あっさりとした味でおいしい

2. 「牛肉と野菜の黒コショウ炒め」 25.8 元(440 円)



カット野菜とサイコロカットの牛肉、黒コショウタレ

まず、牛肉を炒める



カット野菜を加える

牛肉は色もよく、とても柔らかい

赤、緑、黄色ピーマン、玉ねぎの彩がいい



3. 「豚肉の京醬ロースー」 22 元(370 円)



豚肉、小麦粉製品、白髪ねぎ、タレ2個

豚肉を炒める



加熱された餃子の皮のようなものを皿に広げる

その上に白髪ねぎを敷き、濃いめに味付けされた豚肉を盛り付ける



北京ダックのような食べ方

小麦粉製品が硬い

気が利いていたミールキット

小象生鮮の「ミールキット」

左 2品 右は韓国冷麺



消費期限 冷蔵保存 D+1

1.「海老の辛み炒め」 19.9 元(340 円)

香味野菜、有頭生海老、タレ2袋

この価格は驚き



有頭の殻付き生海老10尾を炒める

ソースを加えて完成 生海老を使っているのがプリプリでおいしい



海老が香味野菜とよく合う

2. 「骨付き牛肉の黒コショウ炒め」 26.9 元 (460 円)

カット野菜、骨付き牛肉、レトルトソース 牛肉が入ると少し価格が張る



骨付きの牛肉を焼く カット野菜を加え炒める



出来上がり、骨付き牛肉は少し固いが味がある

3. 「白身魚とレンコン生姜炒め」 19.9 元

レンコン、野菜、白身魚マリネ、タレ



野菜をいため、マリネされた白身魚の切り身を加える

マリネ(打ち粉)してあるためドリップが出ていない

レンコンはコリコリ、白身魚の鮮度もよい



以上、2社のミールキット 6 品を試食

ガスレンジが3口あれば、同時に調理できる

時間も10分以内で完成 量は2人だと多いくらいだ

3品合わせて食費は1000円前後

贅沢品でなくていい、普段のおかずでよい

もし私の家の近くのスーパーマーケットで品揃えされていたら、私は買う

たぶん、私は小象生鮮のものを買うだろう

上海の「盒馬鮮生」のミールキットは、昨年9月に比べて2倍に品揃えが拡大されていた

将来性を感じる

しかし、売場でロスが出ない仕組みを考えなくては長続きしない

その方法はいくつかある

レディミール

韓国プルモンのミートスパゲティ



出来は悪くない

冷麺



乾燥麺、具材、タレのセット

麺は茹でる必要がある

少し時間が経ってしまったが、本格的な味



なんでもすぐに取り入れ、物にしてしまう中国

恐ろしい！

スピードが速い！

次回は、北京大学の食料品店と学生食堂を紹介します

北京大学正門

私は逆立ちしても入れない大学

ガイドをしてくれた北京大学生が案内してくれた



正門前で写真を1枚 観光客も多いが、中に誰でも簡単に入れる訳ではない
歴史的建物を利用した校舎



階段には龍の彫り物 旧校舎と新校舎に分かれている



公園のような風景を進む

こんな花も



寮近くの学生用食料品店

周りは学生寮

くだもの売場

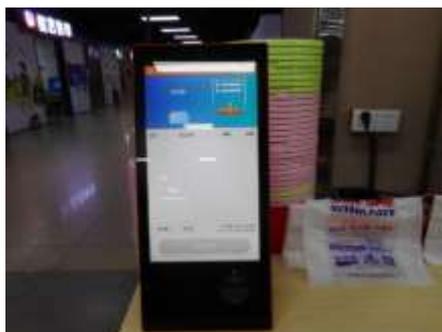
小型スーパーマーケットと変わらない

ブルーの照明を使っている



チルド商品はリーチンで販売

日用品売場



ここのレジも電子マネー決済

OBにIT関係が多いため、導入は早かったという

ちょっとした買い物には便利

学生食堂に向かう



フードコートのような食堂

麺コーナーは行列

トッピング用の野菜は売り切れたという

フルーツコーナー

ここも行列



満席状態

出来上りを待つ

牛肉麺と水餃子、ハネージュメロン



色の割にはあっさりしている

個人的にはもう少し内臓肉が入ったもつ煮麺が好きだ

学食だから安い

これで一人前

一人では食べきれない



カットメロン

学生曰く

「一般客が多くなり、品切れするメニューも多くなって、学生から苦情も出始めている」という

そのうち規制がかかるから、家族限定になるかも

北京 3泊 4日間の店舗視察は終わり 翌日は飛行機で上海に向かいます