

過去最長の「黄金週間」を迎えた中国

2012.9.29

香港 花木

中国では、毎年10月1日の建国記念日（国慶節）を含む数日間が毎年休暇となるが、今年は中秋節が9月30日となったことから、多くの職場で9月30日から10月7日までの「7連休」となっている。

毎年、国慶節期間中は、旧正月（春節）と並んで最も物が売れる時期である。贈り物としての月餅はもちろん、携帯やカメラ・パソコン、テレビや洗濯機といった電気製品から自動車・住宅まで、この時期は毎年大規模なセールが繰り広げられる。

（1）頑張る小売店

最近の日中関係を受けて、日本製品の売れ行きが心配されている。調査の手法等に疑問は残るが、一つのデータとして、中国フェニックステレビ（鳳凰電視）系列の「鳳凰科技」は、9月21日に実施したインターネット調査の結果では、中国大陸のネット民のうち92%が「今後、日本製品不買運動に参加したい」と回答したという。特に、満州事変のきっかけとなった柳条湖事件が発生した9月18日前後は、中国各地で日本製品、ひいては日本人を忌避するかのよう光景が見られたのは事実だ。



←トヨタマークを中国国旗シールで隠して走行するクラウン。北京市内で9月26日。

ドア脇に「尖閣諸島（釣魚島）」の地図とあわせて「日本製品撤去済」シールを貼ったコンビニ店。（9月22日、南寧市）



日系の大手衣料品チェーン店「ユニクロ」(中国名：優衣庫)も、9月18日には全国で19店舗の臨時休業を余儀なくされたというが、こうしたあからさまな動きがひと段落した国慶節では早くも一気に反転攻勢に出る勢いだ。同社は9月28日から10月1日までの4日間に中国全土で13店舗を一気に開業するという。同社はもともと「10年間で中国に1000店舗を開設する」ことを目標に掲げてきており、柳井正会長兼社長は9月26日の会見で、こうした方針にいささかも変更がないと語っている。



←北京市朝陽区のイオンモールに9月28日開店したユニクロ。

9月28日には、北京市東郊にあるイオンモール「北京大悦城」にユニクロ、無印良品が開店、また同モール1階では、反日デモで延期になっていたドラえもん生誕前100周年記念展示も行われ、親子連れが多数参観していた。



2010年、クレディスイスは「2020年までに、中国はアメリカを抜いて世界最大の消費市場になる」とするレポート「Consumer Jumps」を発表、注目を集めた。

https://www.credit-suisse.com/news/en/media_release.jsp?ns=41389

同レポートの試算では、2020年の中国国内消費支出は16兆ドル(約1500兆円)と2009年の10倍となり、世界の消費市場に占める割合も23%に達するという。ユニクロや無印良品の取組みがしっかりした成果を挙げることを強く願いたい。

(2) 成都と「西部博覧会」

中国は大きく言って①北京、上海、広州等の「沿海部」、②武漢、長沙、合肥等の「中部」、③大連や瀋陽の「東北部」、及び④西安、重慶、成都等の「西部」に分けられる。西部地域は交通不便な内陸部が多く、長らく発展が遅れてきたが、1999年に当時の江沢民総書記の掛け声でインフラ整備と資源開発を中心とする『西部大開発』が始まってからは、沿海部をしのぐ勢いで開発が進み、大きく姿を変えている。

西部大開発と歩みを一にして、2000年からは西部12省が共同で毎年「西部博覧会」を開催してきた。今回、第13回目となる同博覧会は9月25日から開催され、初日には胡錦濤に次ぎナンバー2の地位にある呉邦国全人代委員長が開幕式に参加した。海外からはバングラデシュのHamid国会議長、マケドニアのPesevski副総理らが駆けつけ、主催者によれば総計56か国から4600を超える企業が参加、入場者数も8万人を超えるものとされている。(日本も広島県等を中心に60社が参加する予定だったが、開会直前の24日に参加が取り消されたと報じられている。



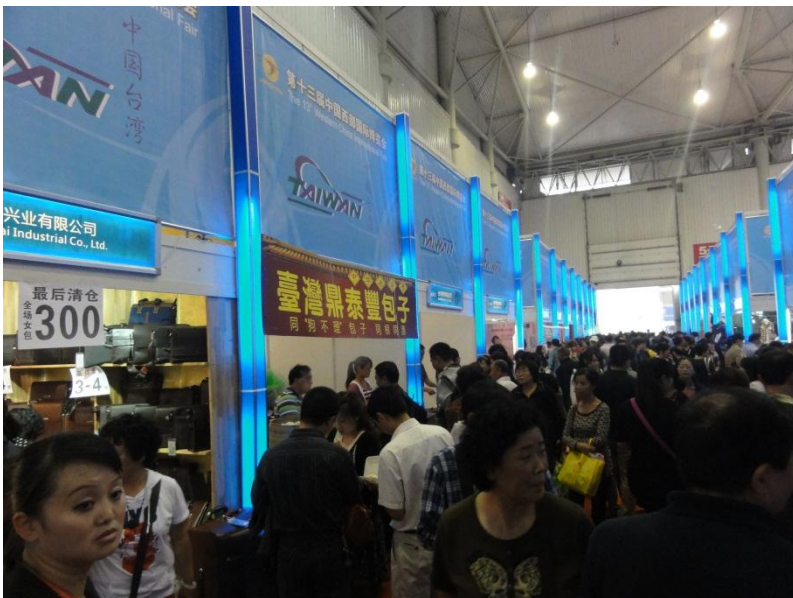
←成都市中心部の天府広場に立つ毛沢東像。西部博の開催を祝う言葉が掲げられている。



←多くの参加者でにぎわう会場。



食品や日用品を中心に消費者に韓国ブランドをアピールする韓国ブース。



西部地域に早くから浸透してきた台湾は最大数のブースを出展していた。



重慶からユーラシアランドブリッジ（欧亜大陸橋）でつながる EU も本格的なブースで力を入れている。

成都市は人口約 1100 万人、一人当たり GDP は約 8 千ドルと中部地域の核都市である武漢市（1 万ドル）に満たないが、古来から豊かな土地として知られ、都心部の生活水準はかなり高く、また消費に積極的なことで知られている。こうしたことからイトーヨーカドーや伊勢丹といった日本企業が早くから進出し、日本ブランドの浸透にも力を入れてきた。



町のあちこちで高層ビルの建設が進んでいる。



国慶節セール中のイトーヨーカドー。奥は伊勢丹成都店。



中心部のにぎわいぶりは上海かともまがうばかりだ。