

# 「特定地域集中方式」で店舗展開

イトーヨーカ堂は、北京にショッピングセンター(S.C)8店舗、食品スーパー2店舗、成都にS.C3店舗が出店し、今年中に北京市にS.Cを2店舗計画している。2010年までには北京12店舗、成都5店舗の出店を予定している。

## 北京 環状道路沿いに8店舗

北京市内のショッピングセンターの売り場面積は約2万㎡前後。北京オリエンタルの売り場面積は約2万㎡前後。はうなぎのほり、日ネス街と中高所得者の住居地内に、北京1号店(中国)集団有限公司の協力のもとに決定



北京市に初出店した華糖ヨーカ堂 右安門店外観

## 2010年までに北京12店舗、成都5店舗

し、駐車業も完備。来場手段として、バスが90%、タクシーが5%、車が5%の割合で利用している。北京市内に8店舗あるショッピングセンターは、すべて環状道路「四環路」上に出店。特定地域集中方式で店舗展開を進めている。

「売上の半分は衣料。香港、広州で流行している地域の専門店が多数出店している。日本のテナントはほとんどいない」という。特に北京2号店は、売り場面積2万1000㎡の約半分はファッションフロアに当てている。「東京と並んで歩く」をコンセプトにしてオリジナルブランド「IYBASICS」の提供や、香港や広州で流行っている地域の専門店がテナントとして入っている。

## 日本スーパーの中国出店戦略

### ユニー



香港島クォーリーベイ地区にあるユニーアピタ1号店

ユニーは、2010年までに香港アピタ2号店を出店する。場所は九龍半島中央部の口坂屋、そごうなどの日

本企業がこぞって出店したいわゆる「小銀座」とよばれた香港島クォーリーベイ地区に進出した。巨大なショ

## 「中高所得層」向け品揃え 2010年までに香港2号店

区から東へMTR(地下鉄)で5駅離れたオフィスと住宅が並び、クォーリーベイ地区に進出した。巨大なショッピングモール内のキ

1階から5階までの衣料、日用品、インテリア、家具を販売。1998年には北京市において日中合弁で「華糖洋華堂十里堡店」がオープン。中国糖業酒類集团公司51%、イトーヨーカ堂36.75%、伊藤忠商事10.5%、伊藤忠(中国)集団有限公司1.67%の資本比率。(2005年にはイトーヨーカ堂の資本比率51.75%に引き上げ

日本人の食品買い上げ単価2000円(中国の人の客買い上げ単価は日本の30%程度)北京1号店の来場は平日で2~3万人、週末で4万人以上、1週間では20万人ほど。

繊維工場跡地に建てた北京1号店は、半径1km以内に1万人の無収入の人たちが住んでいるなど生活水準の高くないエリアもあり、生鮮食品に的を絞った。商圏3~5km以内の顧客を引きつけるために、祝祭日に必ずイベントを行っている。特に春節(旧正月)の日には、平日よりも早くに営業をはじめ、大

四川省成都、北京出店初出店時の詳細は次の通り。

1997年、伊藤忠ストア経営権を得ることで中国全土に店舗展開が可能になった。日中合弁で、「成都伊藤洋華堂春熙店」を資本比率は74%、

### 初出店の経緯

綿陽市、樂山市など100km前後離れた都市からも来店者が多い。地下と5階建てのビルで売り場面積は1万2500㎡。地下2・3階は駐車場、地下1階は生鮮食品スーパーと軽食コーナー

切な祝日前に買い置きする必要もなくなつて、地域の人々に喜ばれているという。年間売上は約80億~90億円。

北京の人は新聞を自宅で取っている人は全体の20%くらいで、新聞チラシは原則やらない。1軒ずつ個々のマンションに回ってチラシを入れて