

流通とSC・私の視点

2012年5月10日

視点(1581)

I Saw All China (その19) !!

(百貨店・GMS編)

— 中国における日本企業の業態のポジショニング —

私は、2012年4月に「上海市」「蘇州市」、5月に「長沙市」「重慶市」「成都市」を視察しました。その中で、伊藤洋華堂、平和堂、イオンモール、泉屋百貨、伊勢丹の日系企業の位置づけは次の通りです。上記の都市の中の総合業態をマトリックス化（グレード&バリエーション）すると次の通りです。

		バリエーション（商品の選択肢）									
		上	中上	中中	中下	下					
グレード	上	王府井百貨		伊勢丹 (成都市 上海市)							
	中上	重慶市の中心街 永輝超市	伊藤洋華堂 (成都市)	イオンモール 北京市・天津市	長沙市・株洲市 平和堂	泉屋百貨 (蘇州市)					
	中中										
	中下						ハイパーマーケット（スーパーセンター）				
	下						オーシャン (蘇州市)	蘇州市の店 大潤発		カルフル Eマート ウォルマート テスト スコ ール マート	

また、流通の業態をマトリックス化すると次の通りです。

第1グレード	高級百貨店	高級スペシャリティセンター
第2グレード	スタンダード百貨店 (伊勢丹)	スタンダード・スペシャリティセンター (パルコ・オーパ)
第3グレード	館型SC (伊藤洋華堂・平和堂・泉屋百貨)	モール型SC (イオンモール・平和堂(株洲市))
第4グレード	ハイパーマーケット (ハイパーマーケットを核店とするCSC)	〔カルフル、ウォルマート、オーシャン、 Eマート、大潤発、テスト、ロータス〕

日本の「伊藤洋華堂」や「平和堂」や「イオンモール（永旺）」や「泉屋百貨」は、ハイパーマーケット（ハイパーマーケットを核店とするCSC）のワンランク上、伊勢丹や新光百貨店や王府井百貨等のスタンダード百貨店のワンランク下の、まさに日本のSCのモール専門店を「館」や「モール」で展開するSCです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之