



床はフローリングでロフト感覚の店内

「買い物して、食べて楽しめる」。 フードコート一体型の食品スーパー 一田(YATA) 元朗店

中国・香港

何度見ても飽きない夜景——日本人に人気のある香港の観光スポットは「九龍と香港島」周辺に集中しているが、中国本土に面した新界地区に目を移すと、郊外の新住民の姿が見えてくる。

西北部の地下鉄・元朗駅に隣接した「YOHOMALL I」。店舗の周辺は30階建てにもなる高層マンションが林立し、ニュータウンや別荘が広がっている。

2017年10月5日にオープンした一田(YATA)元朗店。日本の商品を数多く取り揃えたその新店を取材した。



頭上の巨大なビジョンが鮮明な画像で、CMを流している

香港の中心部から地下鉄(MTR)西鐵線に乗ると、30分足らずで郊外の元朗駅に到着する。改札口を出て、ショッピングセンターへの通路を歩くと「一田(YATA)」の表示が掛かっているので、すぐに分かる。

2,000㎡ある元朗店のレイ



中に作業台を備えた青果物のコーナーは、店の核になっている

アウトは横長だ。当初は通路幅が狭くなるという心配があったが、うまく仕上がった。一番先に目に入るのは、海外からの輸入品。アメリカのウィスキーやワインが陳列してあった。週替わりで、次週は日本からの商品が並ぶ。左側にはケーキのシャトレーゼ、さらに奥には「糧友パン工房」がテナントで入っている。売場正面の顔は青果売場だ。有機野菜や果物が所狭しと並んでいる。

ハム・ソーセージ、シーフードと続くラインをのぞいているうちに、



色とりどりのフレッシュ・スムージーは、セットでも販売

「どんな野菜が売れているか」青果の責任者と話す黄 CEO (左)



売上好調の「鹿児島和牛」。100 g 1,500 円の値が付いていた

一番奥のホットフードのコーナーまで行き着いた。その前には、20席ほどのイートインコーナーがあり、午前11時前というのに、複数のテーブルが埋まっていた。週末には、満席状態が続く人気スポット



「日本のものを広げたい」と京野菜のコーナーを設置している



世界中から集められた「生ガキ市場」は、変わらぬ人気だ



フランスやスペイン産の輸入ハムとチーズのコーナー



人気の寿司コーナー。日本と変わらない品揃えが受けている



ホットフードの前にあるイトイン。何でも手軽に飲食できる



店内にある自販機。イトインでの飲み物が、ここで買える



日本からの輸入缶詰類。品揃えは日本のスーパー顔負けだ



健康を考える人に、ビネガーとオリーブオイルの量り売り

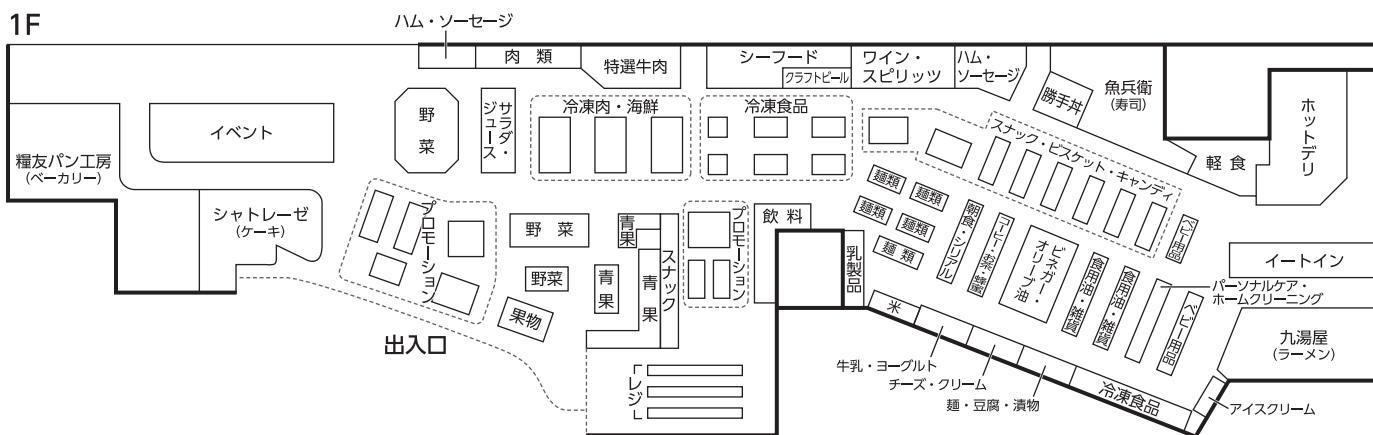


リーチインケースの中の冷凍食品も、日本産品が多かった

トだ。「買い物して、食べて楽しめる」食品スーパーと一体化させた売場づくりを目指している。

YATA の各店で
おなじみのベビー用品は Gondra 2 本で、コンパクトにまとめている。Groサリーの売場表示は「中国語、英語、日本語」の3カ国語で、日本語がアクセントになっている。目立つ日本製品の比率は6割に及ぶ。

元朗は新界・西北地区の中心部に位置する。ライトレール



「焼きたてパン」は、九州で名の知れた製パン業者だ



シャトレーゼは香港でも大人気

やバスの便も良く、緑に囲まれた郊外地は、小さな子どもを育てる若いファミリー層が多く、土日はこぞって買い物に訪れる。元朗店は映画館が隣接しており、映画を見る前と後の両方で来店する人が多く、売上に貢献している。

CEOに就任以来、積極的に出店を続ける黄思麗氏は「社長が何をしたいというより、毎年変わるお客さんが何を求めているか」との声に応える。店のスタイルや雰囲気を変え、出店や改装に生かしている。

日本と同様、香港も「人手不足」だ。60人ばかりいる正社員を確保するのも一苦労している。失業率が3%と低く、若い人がサービス業を好まないのが原因だ。HPで求人する一方で、セルフレジ導入などを本格的に検討する時期が来ている。

現在、同じ新界地区にある旗艦店で、百貨店業態で出店している「沙田店」の大型移転改装プロジェクトが進行中だ。出店から10年が経過したショッピングセンター2、3階にある店舗をそっくり1、2階に移転する。年内にも開店の運びだ。



「お客さんの求めに応えられるよう頑張りたい」と話す黄思麗 CEO

