要求されるスピード感　試食を重視 ここにしかないものを積極的に提供

微風超市（Breeze Super）

台湾・台北市復興南路

高級ブランド品が入るSC「ブリーズセンター」の外観

日本から３時間ほどのフライトで気軽に行け、治安も良くて食べ物もおいしいと、日本から観光客が急増している台湾。

その台湾で、独自の輸入ルートを開拓し、西洋や日本の本場の食材を輸入。地元でも評判の「微風超市（Breeze Super）」を取材した。開設当初から携わる営業部・副総経理の西川正史氏に店舗コンセプトや今後の課題などを語ってもらった。

表通りを少し入れば、露店のような小売市場が健在だ

台北市の中心部から東に 3km。MRT 松山新店線の南京復興駅と板南線・忠孝復興駅に挟まれた復興南路沿いにある大型 SC「微風広場（ブリーズセンター）」。地下３階が目指すスーパーだ。店舗の入口に「Breeze Super」という大きなサ

地下３階の店舗だが、圧迫感を感じさせない造りになっている

昨年の改装で青果の売場が広がり、買いやすくなった

日本でも珍しい広島産の柑橘類の新顔という「はるか」

要冷のカットフルーツ。照度を落として売場に重厚感を演出している

フランス産の生ガキ。隣りは強化している西洋惣菜

アメリカ産の牛肉、また店内で熟成した肉も売り込む

本物の味を知ってもらうために、試食を重視

オフィス街でもあるので、500 円ほどの「今日の弁当」が好評

冷蔵ケースの側面に装飾を施し、高級感を演出する鮮魚売場

インが架かっている。「そよ風」とは、何と爽やかなネーミングなんだろう。円形の台に花が飾られ、そこに入るだけで、日常生活から解放してくれる。

2001 年 10 月、ちょうどニューヨークの 9.11 事件の直後に、台湾初の輸入品を中心としたスーパーとして開店した。2002 年 1 月には台湾で WTO がスタート、数年後には香港からシティスーパーが上陸した。

そんな時代から、コツコツと輸入食材を扱ってきた老舗のスーパーが「Breeze Super」というわけだ。

台湾は昨年、海外旅行に行く人が、1,400 万人を超えた。日本が 1,700 万人になったばかりだから、人口比からすると、半端な数字でないことが良くわかる。

1 人当たりの購買力平

世界のチーズ。「ケースごとすべて」というのが壮観だ

リーチインケースの中の冷凍食品は、珍しい食材が多い

グロサリーを扱う問屋が限られているので、自前のルートを開発

落ち着いたホワイト系のケースに並べられた各種の飲料

リカー売場。「ちょっと１杯」もできるコーナーがある

「体にいい」と、梅酒は台湾でもポピュラーに

価でも台湾は日本をしのいでいる。「教育は投資」と考えている人が多く、１人目がアメリカ、２人目はオーストラリアかヨーロッパへと分散して留学させ、現地に移住する人も多い。こうした感性に培われた客層を対象とする店舗だ。

日本円で 100g5,000 円以上するイベリコ生ハムや、生臭みが全くしないフランス製のカラスミなどがずらりと並ぶ。甘味料にジャムを使う人も多いので、品揃えも充実している。試食にはバケット（フランスパン）を使う。こだわりが実り、パン食文化定着にこぎつけた。

台湾は「新しものがり屋」の人が多いので、何でもすぐ飛びついてくれる。ただ、そういうのは２～３年ですたれるし、葉物野菜だと半年後には種子を輸入して栽培、市場に出てくる。だから、あらゆる面で“スピード感”が要求される。

福島の放射能問題で、日本の食品の中枢を占める５県の産品が入って来ないのは、ものすごく足かせになっている。店内には、16,000 アイテムもの商品が並ぶ。生鮮３品と惣菜、日配まで入れた比率は全体の55%、残り 45%がグロサリーだ。

これからは、惣菜にもっと力を入れたいが、それでも「売れれば、何でも」というわけにはいかない。100g1,500 元のもの、片や 100g20～30 元のものを同時に売るようなことで、お客さんのセグメントが出来るかどうか。ローカルと、いかに

これだけ多種のキッチン用品が揃ったところは少ない

これからお客さんが欲しくなるものを積極的に提供

一緒になってしまう。価格競争になり、儲からないというジレンマに陥ってしまう」。

日本の商品はより高いレベルのものを、西洋のものは、まだまだ入ってきていない商品は多いので、もっと幅広く揃えたい。パッケージを見てわかるから、菓子やキャンディを手掛ける業者は多い。だが、一般食品関係の問屋は少ないから、自ら手掛ける必要がある。

「微風超市」は、2018 年 10 月にも待望の 2 店舗目がオープンする。場所は台北市信義区で建設が進んでいる「台北 101」に隣接する「南山人寿」のビルで、1 号店の約 3 倍の売場面積がある。

その時、どんな店づくりで、どんな珍しい商品が並ぶのか、今から楽しみになってきた。

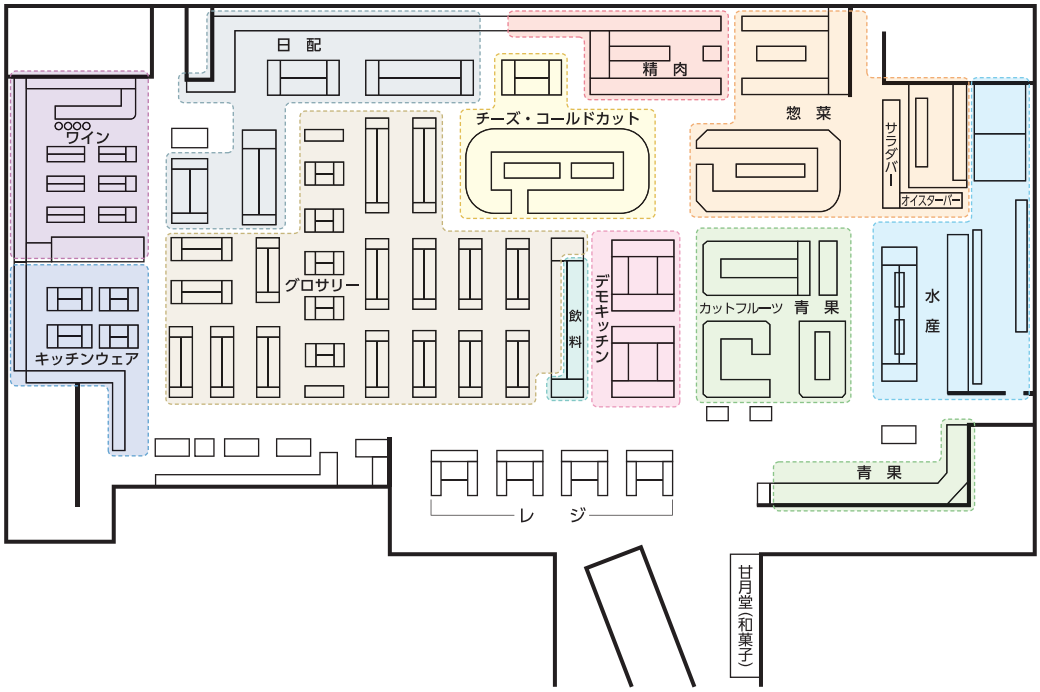
「生鮮のウェートを上げ、粗利をどう高めるかが課題」と西川氏

そこを選別するかというのが重要だ。

惣菜の西洋化は今からがスタートだ。外に出ると、いくらでも同じようなものを売っている。鶏の足、舌など、全部中華に変えてローカルの店舗と同じものを置けば、めちゃくちゃ売れるのはわかっているが、それでは整合性が取れない。

この店舗では定番の定義が難しい。常に新しいものを要求されるし、変わり目が非常に速いからだ。2 年前の数字だが、売上は 5 億台湾ドル、日本円で 18 億円ほどの数字になる。

「常に新しいものを探し出し、もっとお客さんに新しい食べ方を提供していきたい。これを自社でやらないで、問屋任せにしてしまうと、どこも



■ DATA　微風超市(Breeze Super)

店舗名	「BreezeSuper(微風超市)」
所在地	台湾台北市復興南路一段 39 号
電話番号	＋ 886-2-6600-8888
開店日	2001 年 10 月　(2016 年 8 月改装)
建物構造	鉄骨造 スーパーは地下 3 階部分
売場面積	360 坪 (約 1,200㎡)
駐車場	800 台
責任者	西川 正史 氏
従業員数	60 人(本部要員を含む)
営業時間	10:00 ～ 21:00　(土日祝日は 9:00 ～ 21:30) ＊木金土と祝日の前日は 22:00 閉店
店舗特性	ＳＣ内の食品核スーパー
商圏特性	都心中心街立地
交通	台北中心部から東に約 3km、復興南路沿い