

三重県中国ビジネスサポートデスク現地レポート

平成 27 年 9 月 24 日

上海デスク（上海納克名南企業管理諮詢有限公司）

「模倣」が「本家」を凌駕する日がくる？

以前より日本では、中国の多くの「パクリ」がマスコミを通して紹介されることが多かったですが、もう単純に笑ってはいられないかもしれません。

日本ブランド風中国資本企業「名創優品」

日本では、東京オリンピックのエンブレムをデザインしたアートディレクター氏のデザイン盗用疑惑が話題になりましたが、中国では以前より、日本の有名アニメのパクリキャラクターなど、盗用や模倣は枚挙に遑がありません。

そんな中国で、この数年「名創優品（ミニソー）」という中国資本のショップが中国人消費者の人気を集めています。日本のワイドショー番組でも取り上げられたそうですからご存じの方もいるかと思われませんが、日本の百元ショップ形態をビジネスモデルとして、ブランドロゴや店舗内装はユニクロ風、店名や商品は無印良品やダイソー風といった具合に限りなく日本企業ブランドに寄せています。更に販売する商品コンセプトは日本人デザイナーに依るものだと主張し、一見では日系企業かと誤解を生じさせかねません。

（興味のある方は会社HP（日本語）<http://www.miniso.jp/> をご覧下さい）

「名創優品」はもう単なるパクリ企業ではない？

名創優品は広東省からスタートしましたが、中国人の日本製品に対する安心感・信頼感を巧みに利用し、ブランドイメージの向上や商品の充実、お手頃な価格設定もあり人気を博し、現在では中国全土に出店攻勢をかけています。筆者の前任地である武漢や北京・大連でも店舗を見かけましたが、どの店舗も若年層を中心に大変な賑わいを見せています。

ところで、今年9月に北京にイオンモールがオープンし、弊社の顧客日系企業も数社出店したのですが、このイオンモールになんと名創優品がテナントとして出店しました。詳細は知りませんが、イオンモールに出店するためには諸条件があると思われませんが、商業施設側としては集客力の高いテナント入居を求めるのが常套で、イオンモールも名創優品の生い立ちの胡散臭さに関係なく、中国でのその人気を認めざるを得なくなったのでしょう。

「日本企業のサービスビジネス」は海外で通用しているのか？

北京では飲食企業を中心に多くの日系サービス業が中国市場に参入していますが、筆

者の個人的感想として、チェーン店として「日本」を前面に押し出しているにも関わらず、接客態度や味が日本の店舗よりも劣る企業が少なからず存在します。北京では逆に香港や台湾資本の日本食企業の店舗のほうがサービスや味において日本企業より日本らしさを感じることもあり、模倣を追及した結果が反映されているのだと思います。もしかしたら実は日本企業のサービスクオリティは岐路に立たされているのかもしれませんが。