



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 2026年08月17日 第1280「週刊五十嵐レポート」

上海旅行報告

8月3日～7日、上海を旅行した。簡単にまとめてみる。上海では「国籍」よりも「顧客に何を提供できるか」が勝負になっている。

中国企業は通信・EV・ロボット・デジタルサービスで存在感は大きい。一方、日本企業はユニクロ、無印良品、スシロー、はま寿司、サイゼリヤ、すき家、資生堂、JUNP SHOPなど生活・外食・コンテンツ領域で深く定着していた。

小売りでは2019年6月に訪問したアリババ系の食品スーパー「盒馬鮮生」は当時はスマホ決済に衝撃を受けたが、今回はそれからあまり進化していなかった。印象に残ったのは「品上生活」というスーパー。豆腐・総菜・生鮮が豊富で「買うこと自体が楽しい」と感じた。デジタル化が当たり前になった後は、商品力と売り場力が再び重要になってくると感じた。

上海で見たもの

1. 中国企業は「安さ」から「技術・体験」へ。ファーウェイ、NIO、Unitreeは、製品を売るだけでなく、体験を設計していた。
2. デジタル化はもう特殊ではなく、広く大衆化されていた。今回も北京と同様現金を使うことはなかった。逆にスマホ決済が「エラー」になると商品を買えない怖さがあった。「エラー」が出る店と出ない店がある。
3. リアル店舗の価値が再評価。触る、試す、食べる、過ごすという体験が来店理由になっている。
4. 日本企業は生活分野で依然強い。低価格ではなく、中価格帯以上で「生活スタイル」を提案している。
5. 回転ずしが大人気。平日の昼時で行列ができていたのには驚いた。
6. 出前配達員の多さ。ショッピングモールに昼時にどっと押し寄せる配達員。両手に多くのバッグを抱え、バイクに乗り込み走り出す。われ先に争う。

15年前ベトナムに行った時の日本家電の衰退を見た。今回はEV・AIの量産とそのスピード。自動車産業を危惧する。逆に日本のIP(知的財産:アニメキャラクター等)は世界を席巻するだろう。

ちょっと
気になる出来事

8月3日～7日まで上海旅行をした。上海は中国国内の観光客と外国人観光客であふれていた。しかし、日本人に出会うことはなかった。日本人は少ないのかなと思っていた。

2025年、中国国外からの観光客は936万人。そのうち第1位は韓国約91万人。第2位は日本約64万人。第3位米国約54万人。第4位タイ約51万人。第5位マレーシア約47万人。第6位シンガポール約38万人。中国国内は4億1600万人。圧倒的に中国国内の観光客が多い。だから上海の街中を歩いても中国語は聞こえるが、日本語が聞こえてこないのはうなずける。日本が韓国に次いで2番とは意外。

一方、台湾は2025年、外国人観光客は857万人、うち日本は148万人で第1位。2位は香港マカオ131万人、3位韓国101万人、4位米国71万人、5位中国大陸63万人。どうりで台北では日本語が良く聞こえた。

東京は、外国人観光客は2865万人。米国、韓国、台湾、中国、香港の順番。東京は上海の3倍外国人観光客が来ていることになる。消費額は4兆5千億円。旅行は経済を潤す。



一口メモ
知識

努力では習得できない資質とは

習得することができず、もともともっていなければならない資質である。どうしても身につけなければならない資質がある。才能ではなく真摯さである。
(「現在の経営」より)

ドラッカー名言集 仕事の哲学 (ダイヤモンド社)より

- 「戦略社長塾東京」小岩校 毎週日曜日・水曜日 午前10時～12時
- 「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5
TEL03-3659-7703 Fax03-3659-7077 info@igarashireport.com

