

無印良品の中国展開に本腰 上海・北京で新店舗準備中



2006年10月に衣料品の取り扱いを開始して以来、「無印良品」上海南京西路店の集客力が高まっている。同店は06年、単年黒字化を達成、今年上半期も利益を出した。今年年内の上海正大広場店の出店を皮切りに、中国展開を本格化させていく。

上海南京西路店は黒字化達成

「二〇〇六年は単年黒字化を達成、今年上半期も黒字化した」と、中国で唯一の「無印良品」上海南京西路店の業績について語る良品計画の高木美穂・海外事業部アジア・業務担当営業改革担当課長。〇六年一〇月に衣料品の取り扱いを開始して以来、同店の集客力が高まっている。良品計画は〇五年五月に無印良品(上海)商業有限公司を設立し、同年七月、南京西路店をオープン。「商標訴訟問題」というリスクを背負ったの門出となった。

(詳細は下開き記事)

でスタートしたが、先述の通り衣料品の扱いは開始。「衣料品を販売し」生活雑貨の顧客とは違う、新しいお客様が来店するようになった」と高木氏は説明する。

中国戦略作りの真っ只中

同店の顧客の約七割が女性。扱う商品は日本と同期させ、値段もほぼ日本と同価格帯だ。全体の売上げに占める生活雑貨と衣料品の割合は半々である。

顧客は当初、上海在住の日本人の割合が低くなかったが、徐々に中国人顧客のリピーターが根付いてきた。「香港地区や欧州、日本を旅行し、無印良品を認知する

富裕層や、世界のファッション情報に敏感なホワイトカラー族の方が多く来店される」と高木氏はいう。

これまで日本のオペレーションを持ち込んで運営してきたが、「中国市場に特化した戦略が必要になる」と高木氏。商品・サービスでどんな「チューニング」が可能か、現在戦略作りの真っ只中という。

アジア地区でトップの売上げを誇る香港地区では、学生ファンの開拓に成功、文房具が全体の売上げの二四%を占める(日本は六・四%)。同様に中国大陸でも日本とは違った動きが出てくることが予測される。

今年年内に上海正大広場に出店

高木氏は、「生活の基本となる本当に必要なものを、本当に必要なかたちでつくること」をブランドコンセプトとし、ラ

「無印良品」を巡る訴訟

1995年、香港地区系の盛能投資有限公司が中国大陸で被服など商標25類における「無印良品」及び「MUJI」の商標を先行登録。良品計画は、「J.B.I.社は無印良品、MUJIのブランド価値を充分知った上で、不正に商標登録した」と、2000年5月、盛能投資有限公司の商標登録の取り消しと良品計画の商標登録申請に対する拒絶査定を不服として、中国国家工商行政管理総局商標評審委員会(TRAB)に審判を申し立てた。

05年12月、TRABに良品計画の申し立てが認められたのを受け、盛能投資有限公司がそれを不服と控訴、06年8月に北京市第一中級人民法院で判決が下り、TRABの審判を支持する判決が出た。これまで商標25類の商品の販売は差し控えてきた良品計画は、これを機に衣類などの取り扱いを始めている。

無印良品の「チューニング術」

これまででは日本のオペレーションを持ち込んで運営してきた無印良品。今後、中国展開に本腰を入れるに当たり、商品・サービスでどんな「チューニング」が可能か、戦略作りの真っ只中だという。



「衣料品の取り扱いを開始し、集客力が高まった」と話す良品計画の高木美穂氏

イフスタイルを提案する無印良品は、中国にこれまでなかった新しいリテール」という。中国でも、店頭からのブランドコンセプトの発信を重視している。同社は南京西路店の衣料品の好調と黒字化を自信に、中国展開を本格化させる。上海では年内に正大広場に面積七〇〇平方メートルの店をオープン。その後、北京進出を視野に入れている。