

## 会議・視察報告 ■ Conference Reports・Inspection Visits

2005年末までの中国企業（香港をも含む）の対日投資総額は26.87億ドルで、10年前の1995年までの11倍となった。投資分野は製造業、機械、ソフト、電子、サービスなどに及んでいる。2001年にハイアールが三洋電機との共同出資会社を設立して製品を一挙に秋葉原に進出させたこと、上海電気集団がアキヤマ印刷機器製造を買収して日本との技術的な距離を18年間縮小させたこと、広東三九集団が東亜製薬の買収によって医薬製造と流通分野に参入できたことなどの一連の合併・買収案件以来、2006年前半は、無錫尚徳太陽電力によるMSK買収、中国飲食業チェーン大手の内蒙古小肥羊餐飲連鎖有限公司（以下小肥羊）が日本のIT企業と提携して株式会社小肥羊（シャオフエイヤン）ジャパン（以下「小肥羊ジャパン」）を設立して東京の飲食業に進出したことが話題となった。前者は中国企業の対日投資額最高の3億ドルを記録し、後者は小肥羊というブランドを利用して中国伝統の火鍋（しゃぶしゃぶ）ブームを巻き起こした。

2006年10月21日、筆者は小肥羊ジャパンの日本側パートナーである㈱ウェブグルーを訪ねた。なぜIT企業が小肥羊と提携して飲食業に進出したのか、その経緯、出資形態、中日双方の市場の魅力、可能性、今後の展望、経営戦略などを聞くためである。小肥羊ジャパン投資事業部ディレクター小野田美香氏、投資事業部マネージャ布目由子氏が対応してくれた（写真）。

株式会社ウェブグルーは平成11年10月、愛知県春日井市に資本金1,000万円で設立したIT系企業である。平成16年9月東京証券取引所マザーズに株式上場、平成17年12月第三者割当て増資の実施により41億3,581億円に増資し、ウェブグルー及び連結子会社7社、関連会社5社から構成されている。

小野田氏によれば、ウェブグルーはこれまでに飲食業の経験はなく、青山浩社長が上海訪問で小肥羊火鍋を食べ、これなら日本人に受けると考え、中国側に打診した。小肥羊側も米国、カナダ、シンガポール、香港、台湾で支店を開設し、数年前から日本での支店開設を視野に入れていた。1年間の訪問と接触を経て、中国側62.5%、日本側37.5%の共同出資で2,500万円を投下し、東京で第1号店を出店することに合意し、2006年7月20日、株式会社小肥羊ジャパンの登記を行い、2006年9月28日、第1号店が東京渋谷センター街にオープンした（写真）。

小肥羊は中国人にも在日華人にも馴染みの深いブランド

### 小肥羊ジャパン 中国飲食業の対日投資の新しいシンボル

ERINA調査研究部客員研究員 笹志剛

1999年に「走出去」戦略を打ち出した中国は、経済の高度成長、総合国力の増強、外貨準備高の大幅増加、資源不足の圧力などによって企業の外国投資が次第に増加し、FDI先進国へ邁進しつつある。中国商務部ウェブサイトのデータによると、2005年の中国ノンバンク対外投資総額は122.6億ドル、2006年前半が64.4億ドル、2006年前半までの累計対外投資総額は634.4億ドルである。

対外投資全体の中で対日投資は出遅れたが、緩やかな成長を見せ、この2、3年はさらに拡大する兆しがある。



で、4年連続中国飲食業界ランキング100強企業で第2位になっている。7年前に内モンゴルの包頭（パオトウ）から誕生した小さなしゃぶしゃぶ店は、薬味を使わない特色だけでなく、ラム肉を始め数十種類の極上強壮剤香辛料を用い、「医食同源」の健康・美味・自然の享受を根本にし、「品質を本、信頼を至上、偉業を固め、必勝を千年」という企業精神を受け継ぎ、高品質の飲食・サービス提供を通して、わずかな間で中国における最大の民族飲食集団として内外に名声を馳せた。これまでに「中国知名商標」、「中国餐飲百強ランキング2位」、「中国500強企業」、「中国成長企業百強チャンピオン」、「中国有名しゃぶしゃぶ店」、「中国もっとも影響力のある財富企業」など30余りの表彰称号を獲得。現在は完全子会社3社、支社5社、物流配送センター1社、香港、マカオ、台湾を含む直営・特許経営店700以上、傘下店舗を中国32省、直轄市、自治区に展開する飲食界の最大手グループとなっている。近年は「走出去」に応じ、米国カリフォルニア、カナダ・トロント、香港、シンガポールなど海外の支店を続々設立し、国際化展開している。

小肥羊ジャパンの看板となるラム肉には、良質なたんぱく質、多くの必須アミノ酸、鉱物、ビタミンが含まれている。元気を補い、血の気を良くする温を補う品という「本草目録」の記載があり、肉質が繊細で消化に良く、体の免疫力を高め、「医食」を重視する高齢化社会の日本に歓迎されると判断しての進出である。

筆者は二人の熱心な案内により、渋谷センター街の1号店へ向かった。周りに中国、タイ、ベトナム、インドの料理看板が目映る中、小肥羊の看板が日本で根をおろす気概を示しているかのようである。

入り口脇にあるモンゴル衣装のマネキンが「草の低さに吹かれて見える牛羊」の詩句を思い出させ、内装も民族情



緒が際立っている。140人収容の規模は提携への信頼と未来への自信であろうか。今年末までに日本5号店、数年後には日本全体で200店舗の目標を掲げている。

小肥羊ジャパン渋谷店のオープンは飲食業界の競争が激しい日本への進出開始を示している同時に、中国飲食企業の対日投資の開始と成熟を示しているとも言える。「小肥羊を中国のパンダとして扱ってください。中日両国が子々孫々まで友好関係を続け、両国人民ともに美味美食の生活を過ごしてもらいたい」という小肥羊ジャパンの孫先紅取締役の開業式典スピーチが耳に反響した。

ハルビン出身の筆者にとって嬉しかったことに、小肥羊ジャパンでの食事で接待に回ってきた留学生らしい女性がハルビンからの留学生であった。忙しい中でのわずかな会話だったが、郷里の人の在日奮闘振りが伺えた。

今年は中国インターネット検索サイト最大手の百度が日本市場に進出しようという動きが伝えられている。2007年は小肥羊が日本で活躍する一年である同時に、中国企業対日投資がますます活発化する一年になるのではないかと推察している。