

アジアを讀む

28

香港から日本の百貨店が消える —三越撤退

香港から百貨店の三越が撤退する。これで日本の百貨店資本はすべて香港から退場することになる（そごう、西武は香港資本が経営）。往時の日本の百貨店の繁栄ぶりを知る人のなかには寂しい気持ちを抱く人も多いのではないか。小生もその一人である。日本の記者時代、主に流通産業を担当していた。80年代から90年代にかけて香港

シンガポール、マレーシアに駐在した時も流通業に目が向き、現地の百貨店やスーパーをよく取材したものだ。かつて日本の百貨店はアジアでの

日本の存在を示す象徴だった。繁華街に日本での店名そのままの大型店舗を構え、日本流の接客サービス、現地百貨店とはひと味違う品質の商品を提供。ミドルクラス以上の客足を集め、日本の消費文化と同時に日本そのものをPRする役目を果たしてきた。

香港ではピーク時に大丸、松坂屋、そごう、三越、伊勢丹、東急百貨店、西武百貨店が出店し、香港の小売総売上高の20%、百貨店業界シェアの50%以上を日本の百貨店で占めると言われた時期もあった。某百貨店の香港代表は自社が目立つようにゴールド一色のベントスを愛用していたものだった。

存在感が大きかっただけに反日運動の標的にもなりやすかった。90年代初めに反日ムードが盛り上がった時に、ある日本の百貨店の責任者が正面入り口でほぼ毎日、警戒に当たっていた姿を今も記憶している。

また、タイ大丸で夕刻に取材中、突然に店舗が閉鎖されたことがあった。タイ王室ファミリーの買い物物の便宜を

はかるために、一般客を入店させない臨時措置だった。日本の百貨店での買い物かステータスシンボルとなる時代だった。

中国の女性歌手・艾敬は「我的1997」（92年発表）のなかで「私を華々しい世界（花花世界）へ行かせて。1997年（香港返還）がもうすぐやってくる。ヤオハンってどんなところ？」と香港へのあこがれを日本の小売業に重ねて歌った。そのヤオハンも返還直後に経営破綻した。

小売業の海外進出がブームとなった89年には、日本の百貨店が海外で運営する店舗数は59店に達した。その多くはアジアである。今はおそらく一ケタ近くまで店舗数が減少したのではないか。シンガポールでも大丸、そごう、東急百貨店が撤退している。

親会社の事業再編の一環として海外からの撤収を決めたケースが圧倒的に多い。家賃の高騰などで経営見通しが策定しにくいこともあるが、何よりも流通開放が進む中国など一部を除いて「日本の百貨店」の機能が曲がり角に來たという経営判断が働いたのだろう。香港、シンガポールなどアジア諸国の所得水準が高まると同時に、消費社

会を支える社会的インフラも格段に充実してきた。家電、家具、ファッション衣料など専門店業態がサービス水準も含めて目を見張るほど発展したほか、経済のグローバル化、サプライチェーンの進展で商品調達も効率化した。日本との消費の同質化が大きく進み、地元百貨店・専門店との商品の差別化が打ち出しにくくなったことも大きい。

商品、サービスが地元企業と同質化し、艾敬が歌ったような「あこがれ、華々しさ」が多くの百貨店自体から喪失したのが撤退の背景だ。もちろん、アジアで消費者の支持を得ている日本の百貨店も少数ながらまだある。共通するのはそうした百貨店には「華」の香りが残っていることだ。

80年ごろに今はないシンガポールのヤオハン深夜近くに取材したことがある。当時はまだ薄暗かったオーチャード通りに面した店舗の蒸し暑い倉庫のような場所で、責任者が裸電灯の下で汗みどろになって若いシンガポール社員に大声で何事か教え込んでいた。その異様な熱心さに迫力を感じた。日本の百貨店の撤退を聞くたびに、あの熱気を懐かしく思い出す。

日経中国（香港）社 奥村幸広