

やまぎん アジアニュース

●釜山支店Tel010-82-51-462-3281 ●青島支店Tel010-86-532-85766222 ●大連支店Tel010-86-411-83705288
●香港駐在員事務所Tel010-852-2521-7194



【大連支店】

和室ブーム

1. はじめに

中国では2018年2月16日に春節（旧正月）を迎え、大みそかにあたる15日から21日の1週間長期休暇でした。春節期間中の大連市内は閑散としており、帰省、国内旅行、海外旅行で過ごす方がほとんどで、企業によっては2週間の大型連休としています。この大型連休中に海外旅行へ行かれた中国の方は650万人と発表されており、人気の目的地はタイが首位で、2位が日本でした。訪日経験のある方は、既に何度も日本を訪れた方もいますが、団体旅行よりも個人旅行、有名観光地よりも口コミでの評判を頼りに目的地を決定しています。

これまでも「コト消費」についてご紹介しましたが、日本旅行を通じ文化、生活習慣に触れる中、北京、上海では和室がブームとなっています。



2. 和室ブームの背景

中国の男性はお嫁さんを迎えるため結婚までにマンションと車を準備し、結婚式後にマンションへ入居するのが一般的です。日本のマンションと大きく異なる点は、コンクリート打ちっ放しのスケルトン渡しのため、購入者は内装工事、家具、家電、システムキッチンが揃ったショールーム（日本のホームセンターに類似）を見学し、マンションの内装工事などを1つずつ決めなければなりません。内装工事は2ヵ月から3ヶ月程度の工期となるため、施工確認時に夫婦のいずれかが休暇を取得し同席する必要があります。ショールームへの見学は夫婦と両家の両親が付き添いますが、一般的に男性が内装工事費を負担し、女性が家具、家電を負担します。日本の結納に相当する文化は中国にもあり、男性から支



度金として「彩礼」（日本での結納金に当たる）が渡され、女性は結納返しとして「嫁装」（結納返し）を渡します。女性は「彩礼」の一部で家具、家電製品を購入します。

大連は東北三省（遼寧省、黒竜江省、吉林省）の地方出身者が多く、地方では日本の畳に似た「榻榻米」が普及していること、もともと日本との関係が深い土地柄であることから、和室に対して高い関心があります。

このため、大連では3LDKタイプのマンションが一般的な中、一室を和室として希望するケースが以前から多く見られていました。また、日本政府観光局が2017年12月20日に発表した2017年1月～11月の訪日外国人のうち、1位は中国で14.2%増の679万人あまりとなっており、近年のコト消費拡大も背景に、日本文化に親しむ機会が増えた結果、北京、上海の大都市でも和室がブームとなっているようです。

和室にかかせない畳は、機能性と利便性から中国でのニーズは高く、日本の床敷きに対し、中国では収納スペースとして利用するため小上がりタイプが主流となっています。小上がりタイプは収納の他に、掘りごたつのように足を下せることで、正座やあぐらに不慣れな中国人の生活習慣にも対応できるなど機能性を持たせています。和室1室の工事費は1万元（約17万円）程度で、障子やふすま、床の間は省き、床の間に相当する場所に



クロークを、押し入れに書斎を設けるなど利便性も考慮しています。また、収納スペースにはテーブルも収納できるため、空間を無駄なく利用できる点も中国人のライフスタイル

に合っているようです。

北京、上海在住の富裕者層は床の間、ふすま、掛軸、ひのきの床柱など、日本同様の和室を希望する方が増えていますが、色使い、デザインは中国人の特徴でもある派手で豪華さを好む傾向にあります。掲載写真はショールームで撮影しましたが、ふすまには鶴の絵が描かれており、龍や彩色に凝ったデザインが人気です。畳の種類はイグサを用いた物より、手入れがしやすい和紙畳が主流で、畳サイズも部屋に合せた加工が可能です。和室工事の段取りは概ね日本と同様で、CADで設計図を作成し、3Dでイメージ図を立体化させ施主と打合せを行います。工事業者によっては、日本の建材メーカーと提携し、日本の建具販売も合せたビジネスを展開しており、大連のある企業は、上海と東北3省で10店舗を構える中、今後フランチャイズで中国全土に300店舗を展開する計画があるなど、和室ブームは広がりを見せつつあります。

3. 日本の伝統文化

日本では畳の需要が減少傾向にありますが、中国では高い経済成長率を背景に、個人の可処分所得は増加し、衣食住にける高額消費も堅調に推移しています。和室ブームの中、富裕者層は床柱をはじめひのきの手入れについても関心を示しており、和室に関連した伝統的な囲炉裏や陶器、掛軸にまで幅広い分野に注目が集まっています。

先般、日本から金襴のメーカーが来連されました。金襴は着物の帯や書画・絵画の表装として用いられていますが、日本国内の需要はやはり減少傾向であることから、金襴を用いた小物や装飾品を創作するなど、新たな需要創造に取り組んでいます。もともと金襴は中国の唐の時代から栄えてきましたが、中国では文化大革命を境に伝承が途切れてしまいました。その金襴は日本に伝承されていたため、日本で進化・発展を遂げてきました。現在は中国でも金襴が再製造されていますが、日本の品質に比べると差があり、価格は日本国内の1/5で流通しています。中国では書画・絵画への関心が高く、額装業者も多数あります。日本国内の金襴メーカーがこれまで中国へ輸出した実績がないなか、中国市場での需要に商機を見出そうとしています。

4. おわりに

3月中旬に中国側主催にて女性の美に関するイベントが開催され、山口フィナンシャルグループのお取引先3社が出展します。出展企業は先ほどの金襴メーカーの他、呉服屋、エステ事業者ですが、それぞれ自社ブランドの商品を持ち込み、大連におけるニーズを確認することを目的としています。3社とも過去来連され、中国現地企業から高い評価を得ていますが、いいものが売れるというわけではありません。価格、機能性、デザイン(派手さ)、大きさ、色合いなど、



ちょっとした点で売れるものが売れないということがあります。また、日本製で優れていても、ブランド力がなければ通用しません。訪日観光を通じ日本文化に触れるなか、ロコミで日本商品が注目されています。中国の和室ブームで日本の伝統文化に関心が寄せられるなか、日本国内での需要減少を海外で可能性を見出すチャンスと捉え、金襴メーカーや呉服、その他分野の当地での展開を今後もお伝えしてまいります。

【参考文献】

日本政府観光局「訪日外国人数」