

チャイナ・マーケット・インサイト

CHINA MARKET INSIGHT

中国の市場・業界・商習慣を徹底調査&研究

巻頭特集

オンラインからオフラインへの回帰か!? 「書籍+喫茶+雑貨」の複合型書店がトレンド

中国書籍市場の「いま」に迫る

小売・流通現場 注目商業施設を徹底研究

中国“コト(体験)”消費を引率

「文創」の旗手、台湾系「誠品生活蘇州」が大盛況

中国コンビニ最前線レポート

重慶&成都に打って出る日系コンビニの勝算は?

地場系コンビニチェーンの壁を打破できるか

中国・街角ウォッチ

UFOキャッチャーで客の心もひと掴み!! ほか

都市別マーケティングレポート 重慶vs成都 編 ~その2

商業施設比較 重百とイトーヨーカ堂

CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

オンラインから オフラインへの回帰か!? 「書籍+喫茶+雑貨」の 複合型書店がトレンド

中国書籍市場の「いま」に迫る

注目商業施設を徹底研究

18 小売・流通現場

中国“コト(体験)”消費を引率

「文創」の旗手、台湾系「誠品生活蘇州」が大盛況

中国コンビニ最前線レポート

28 小売・流通現場

重慶&成都に打って出る日系コンビニの勝算は?

地場系コンビニチェーンの壁を打破できるか

中国・街角ウォッチ

30

連載企画

街角で出くわした面白発見&驚き

- UFOキャッチャーで客の心もひと掴み!!
- アイススケートが「コト」消費のシンボルに!!
- アップルパイ中国参入で三国時代へ!!
- 天津でも日本のカレーライスが人気に!!

都市別マーケティングレポート 重慶vs成都 編 ~その2

32

都市別調査

商業施設比較 重百とイトーヨーカ堂

34

編集後記

巻頭特集

中国最新マーケティング

オンラインから オフラインへの回帰か!? 『書籍+喫茶+雑貨』の 複合型書店がトレンド

中国書籍市場の「いま」に迫る



中国書籍市場では、「当当」、「京東」等のオンライン書店が人気を集め、リアル書店（実店舗型書店）は苦境に立たされていると言われて久しい。全国工商聯書業商会の2014年調査結果によると、実際に過去10年間で5割近くの書店が閉店に追い込まれている。30年以上の歴史をもつ上海書城淮海路店、36拠点を展開した光合作書吧、さらには北京のインテリ層に愛された風入松書店なども数に含まれるというから驚きだ。携帯電話やタブレットの普及に伴い、電子書籍を選択する人が増えたことも、リアル書店の生き残りをますます困難にしている。

このような大局にもかかわらず、昨年からリアル書店復活のトレンドが顕著になってきている。大型書店チェーンはどこも内装のリニューアルに着手、二線及び二線級都市では独立型書店の開店も雨後の筍のごとく相次いでいる。様々な地域密着型書店、テーマ型書店、大学書店などが至る所にオープンし、街に文化とアートの香りを漂わせている。

このリアル書店の復活傾向には、中国政府が2013年から開始した優遇政策が大きく影響している。財政部は13年12月31日から17年12月31日までの4年間、書籍卸



個性的な独立型書店は一三線都市で大人気

売小売業界の増値税を免除することを決定。この政策により書店業界の財務負担は大きく軽減した。これが現在の復活トレンドのベースにあることは間違いないだろう。

政府は更に、クオリティが高く個性を前面に押し出した将来有望な書店に対して補助金を与えることも決定。上海市では12年にリアル書店を援助することを目的とする「上海市出版物発行網点（ネットワーク）建設扶持資金管理弁法」と「上海市出版物発行網点建設引導目録」が公布された。この法令により12年から15年までの間、

毎年リアル書店へのサポートと読書文化普及のために、1300万1500万円の資金が投入されることになった。

このような政府によるサポートの背景には、オンライン書店からの脅威のほかに、テナントの賃貸料や人件費の絶え間ない上昇に苦しみ続ける書店がほとんどで、書籍のコストが多少下がったとしても、経営継続に対するプレッシャーや困難は根本的には解決しないことがあげられる。

「文創」（文化（カルチャー））＋「創造（クリエイティブ）」をテーマ



多くの客で賑わう上海福州路の老舗書店「上海書城」



にした雑貨や小物等の販売と書店を結び付ける「複合型経営」への相次ぐ転換は、その状況からの脱却を目指す試みと捉えていいだろう。

新しい書店の多くは、カフェや各種イベントを開催できるコミュニティスペースを併設。来店客は本のほかに「文創」雑貨や小物も購入でき、さらには講演会や展覧会、オリジナル雑貨マーケットなど各種イベントに参加することもできる。商業とカルチャーを結び付けた新しい小売形態が続々と各地に誕生している。

複合型書店の経営モデルは、台湾の「誠品書店」がロールモデルだ。「方所」、「言几又」、「西西佛」、「猫的天空之城」といった中国を代表する複合型書店はいずれも誠品の影響を色濃く受け、中国の若者を中心に絶大な支持を集めている。複合型経営の元祖とも言える誠品書店自らも15年に江蘇省・蘇州で

“文創”をテーマにした雑貨や小物等の販売と書店を結び付ける「複合型経営」がトレンド



台湾系「誠品書店」が15年に江蘇省・蘇州で中国本土1号店をオープン

中国本土1号店をオープン、中国市場に正式に参入した。(※詳細については18～27ページの特集をご参照。)

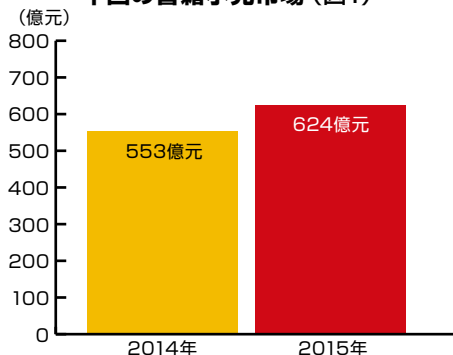
これら新形態の書店は、どこも文化アートの雰囲気の色濃く漂わせている。単なる書店ではなく、流行に敏感な若者の集まる人気スポットとして生まれ変わり、街のランドマーク的存在となっている。いまや中国の書店及び出版業界は新しい発展段階に入ったと言える、今後は競争の激化も予想される。今号の特集では、中国の書店及び出版業界の現状にスポットライトを当て、なかでも人気の高い各地の個性派書店についてその魅力を紹介したい。

オンライン書籍市場のシェアが4割を超える「当年」

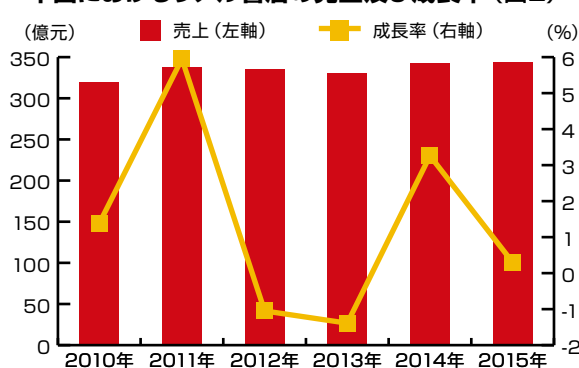
「2015年図書小売市場報告」のデータによると、15年の中国の書籍小売市場は前年比で12・8%の成長を示した(図1)。リアル書店の売上は14年に3・26%増加し、15年はほぼ同水準を保ち前年比0・3%増だった(図2)。実店舗チャネルの売上は北京、上海、広州等の一線級都市で高い成長を保っている。

オンライン書店の小売市場規模も高い成長を保ち、前年比33・21%拡大した(図3)。当当、京東、天猫がオンライン書店トップ3で、なかでも当当は中国語書籍の販売プラットフォームとして最大規模を誇る。インターネットの総合情報サービス企業「易観(e-guan)」の統計データ

中国の書籍小売市場(図1)



中国におけるリアル書店の売上及び成長率(図2)



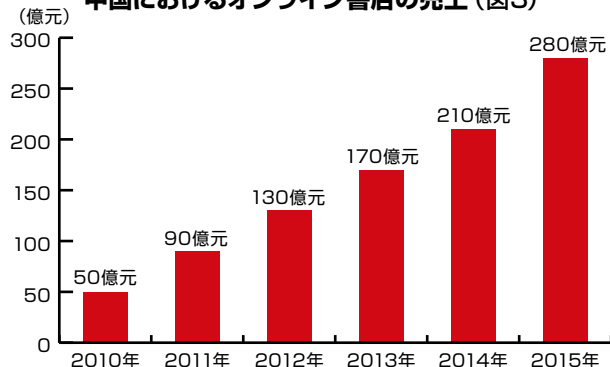
によると、当当自营のオンライン書籍市場のシェアは全体の4割超。14年の売上は110億元、販売冊数では5億冊を超える。また、当当自营での売上が1億元を超えた出版社は22社に及んでいる。

書店数を見てみよう。リアル書店は特に一線級都市で健闘している。一線級都市における書店数は14年に7・87%、15年には5・8%の増加を示した。規模の面では、大型店から中型店へのシフトが顕著で、大型店の成長率は14年に8・11%増だったのが、15年には0・53%増と一気に減速。これに対し中型店の成長率は3・41%増と堅調だった(表1)。

◆リアル書店の成長率(表1)

	2014	2015
超大型書店	2.82%	0.63%
大型書店	8.11%	0.53%
都市書店	1.35%	-2.84%
中型書店	1.34%	3.41%
一級都市	7.87%	5.80%
二級都市	2.68%	-2.76
三級都市	1.94%	0.98%

中国におけるオンライン書店の売上(図3)



◆中国書籍ジャンル別販売額シェア(表2)

ジャンル	販売額シェア	成長率
社会科学	23.92%	0.94%
児童書	20.46%	0.50%
教育補助教材	15.78%	-0.80%
文学	12.88%	0.27%
科学技術	8.71%	-0.21%
語文	6.74%	-0.25%
アート	5.05%	0.58%
生活	4.19%	-0.60%
伝記	1.49%	-0.29%

では、中国人に人気の書籍ジャンルは何だろうか?「2015年図書小売市場報告」のデータによると、社会科学、児童書、教育補助教材、文学が全体の売上の7割以上を占めている。それぞれの割合は23.92%、20.46%、15.78%、12.88%(表2)の順。本の種類の多さでは社会科学ジャンルが最も多く24.59%、次いで科学技術関連の18.53%と教育補助教材の16.8%が続く。また、児童書と文学はプラス成長を示した数少ないジャンルで、それぞれ0.98%と0.1%の成長を記録した(表3)。

東野圭吾など日本の小説も売上トップ10内に

◆中国書籍ジャンル別シェア(表3)

ジャンル	シェア	成長率
社会科学	24.59%	-0.24%
科学技術	18.53%	-0.48%
教育補助教材	16.80%	-0.06%
文学	13.04%	0.98%
児童書	8.34%	0.10%
アート	6.31%	-0.04%
語文	5.54%	-0.15%
生活	4.76%	-0.07%
伝記	1.73%	-0.01%

オンラインとオフラインの比較では、社会科学、文学、児童書の売上は共に大きな割合を占めている。しかしリアル書店では教育補助教材類の売上が最も大きく、全体の25.38%を占めるのに対し、オンライン書店で最も売上が大きいのは社会科学関連書籍で全体の26.61%だった(表4)。

ベストセラーを見てみよう。15年にリアルとオンライン両方の書店で最も売れたのはどちらも塗り絵本「ひみつの花園」だった。この本は当年だけで150万冊の売上を記録。

日本関連では黒柳徹子の「窓際のトットちゃん」がリアル書店売上ランキングで5位、東野圭吾の「ナミヤ雑貨店の奇跡」がオンライン書店

◆オフラインとオンラインの人気書籍ジャンル比較(表4)

ジャンル	オフラインシェア	オフライン成長率	オンラインシェア	オンライン成長率
社会科学	19.62%	1.66%	26.61%	-1.29%
教育補助教材	25.38%	-0.25%	9.78%	2.06%
語文	6.91%	-0.40%	6.63%	-0.04%
文学	12.10%	0.37%	13.36%	-0.11%
アート	4.42%	-0.02%	5.45%	0.96%
伝記	1.71%	-0.27%	1.35%	-0.25%
科学技術	6.67%	-0.73%	9.98%	-0.43%
児童書	18.17%	0.46%	21.90%	-0.25%
生活	4.01%	-0.67%	4.30%	-0.60%

売上6位に入った(表5)。「ナミヤ雑貨店の奇跡」は当年の「15年おすすめ書籍ランキング」でもフィクション部門とデジタル書籍部門の第3位だ。

当年のおすすめ書籍ランキングは当年の売上と、編集者、評論家及び読者の評価等をベースに選出され、

◆2015年人気書籍販売ランキング(表5)

	オフラインシェア		オンラインシェア	
1	秘密の花園	英国・塗り絵	秘密の花園	英国・塗り絵
2	Charlie IX & Dodoシリーズ(24)	中国・児童書	君のためなら千回でも	アフガニスタン・文学
3	Charlie IX & Dodoシリーズ(25)	中国・児童書	從你的全世界路過	中国・文学
4	笑猫日記	中国・児童書	平凡な世界	中国・文学
5	窓際のトットちゃん	日本・児童書	活著	中国・文学
6	君のためなら千回でも	アフガニスタン・文学	ナミヤ雑貨店の奇跡	日本・文学
7	平凡な世界	中国・文学	将来的你,一定会感謝現在拼命的自己	中国・文学
8	草房子	中国・児童書	奇幻夢境	中国・塗り絵
9	狼王夢	中国・児童書	秘密の花園 II	英国・塗り絵
10	狼図騰	中国・文学	Ferryman	英国・文学



中国「コト(体験)」消費を牽引する台湾系「誠品書店」の中国第一号店「誠品生活蘇州」

小売・流通現場 注目商業施設を徹底研究 中国「コト(体験)」消費を引率 「文創」の旗手、台湾系「誠品生活蘇州」が大盛況

2015年11月29日、台湾の著名書店「誠品書店」が蘇州(江蘇省)に、中国本土初進出となる「書店+百貨」複合店「誠品生活」(以下、誠品蘇州)をオープンした。開店以来、蘇州の消費者のみならず中国全土からの客を魅了している。文学と芸術を見事にブレンドした店づくりが定評の台湾系「誠品」。中国初進出前から高い認知度を誇り、中国じゅうの文芸愛好家があつたかも「聖地巡礼」かのごとく、連日多くの客で賑わっている。

誠品蘇州のオープンは、中国の書籍流通や小売業界においても15年最も大きな話題を呼んだニュースのひとつだ。中国の消費現場が従前の「モノ(商品)」から「コト(体験)」へと急シフトするなか、その潮流を見事に掴むどころか率先するほどの勢いを持つ「誠品」。彼らの魅力とは一

体何なのか。今回はその真相に迫ってみたい。

「誠品書店」は1989年、建築とアート関連の書籍をメインに取扱う書店として台北で誕生した。アーティスティックな空間デザインと、テーマ毎の独特の陳列方法は、瞬く間に注目を浴び、その名は広く知ら



外資系企業も多い蘇州工業園区金鸡湖畔にオープン

れるようになった。現在では単なる書籍売り場だけでなく、画廊やアート空間のほかに、毎年4500回以上も開催される各種出版、講演、各種講習会などのイベントスペースも用意されている。

さらには「文化（カルチャー）」と「創造（クリエイティブ）」のコンセプトを現す造語「文創」に象徴されるユニークなデザインや特徴を持つ雑貨や小物などの台湾発オリジナル商品も販売する。単なる書店ではなく、「文創」をテーマとした情報発信や普及を担う複合型書店として台湾や中国を含む大中華圏、その地位を確立している。2004年には「TIME」誌の「アジア地区ベスト書店」に選出され、台湾の文化スポットとして香港人や中国人を中心に



毎年4500回以上の各種イベントを開催

海外から多くの観光客が訪れるようになった。

また1999年から台北誠品敦南本店で24時間営業をスタートさせ、読書好きな台北市民にいつでも思い立った時にお店に足を運べる環境を提供した。この新しいライフスタイル提案は多様化する現代人の生活ニーズにも合致し、業界内外で大



台湾発で世界に“文創”コンセプトを発信、24時間営業も99年からスタート



◆基本情報

事業主	誠品生活百貨(蘇州)有限公司
開業日	2015年11月29日
面積	建築面積:13万平米 売場面積:56,000平米、うち誠品書店15,000平米
フロアガイド	B1階 潮流生活(トレンド):カルチャーマーケット、服飾小物、レストラン・軽食 1階 風格美学(スタイリッシュ):服飾小物、レストラン・軽食 2階 創意設計(クリエイティブ):誠品書店、子供用品、レストラン・軽食 3階 人文視野(カルチャー):誠品書店、誠品ホール、レストラン・軽食 4階 楽活健康(ヘルス):ヨガスタジオ ※ 200前後の各種ブランドが集結。中国ブランド28、蘇州ブランド82と台湾ブランド42等で構成され、うち文創雑貨ブランドは74にのぼる。 店舗面積は、小売40%、レストラン25%、文化30%、生活サービスが5%を占める。
主力店舗	- 誠品書店(3つのショップ・イン・ショップ含む:誠品風格文具館、誠品児童館、墨冊珈琲) - 誠品生活コレクション(蘇州当地の特色ある蘇州工芸美院、蕎麦版画、馬慧娟緙(kè)絲、王健扇藝、陳素英核彫、蘇州博物館、沈德竜刺繡、猫的天空之城等) - 雲門舞集舞蹈教室
所在地	江蘇省蘇州工業園區月廊街8号(金鶏湖畔) 台湾新光天地、久光百貨に隣接

きな注目を集め、誠品は中華圏において最も話題性と求心力に富む書店へと成長を遂げた。24時間営業の敦南本店は台北の「MUST GO(必ず行くべき)」人気観光スポットとなり、「台北に行つて誠品に行かないのは台北に行っていないのと同義だ」とまで言われるほどになった。

2012年8月11日、台湾以外で初出店となる香港銅鑼灣店をオープン。中国本土での第一号店として注目を集める今回の「誠品蘇

州」は誠品にとって46拠点目。蘇州工業園區の金鶏湖畔に位置する。56000平米の売り場面積は同グループ最大規模であるばかりでなく、初の自社所有物件の店舗として注目を集めている。

誠品蘇州と本家台湾誠品の違いはどこにあるのか？今回の進出が中国の小売業界にどのような刺激や影響を与えるのか？以下、筆者が実際に蘇州店を訪問して体験した感想と分析を記すことにする。



成都の地場系スーパーチェーンの「紅旗」もコンビニ業態を拡大中

小売・流通現場 中国コンビニ最前線レポート

重慶&成都に打って出る 日系コンビニの勝算は？

地場系コンビニチェーンの壁を打破できるか

中国の内陸都市を代表する2大都市——重慶と成都。日本のメディアでもよく取り上げられる成都は、イトーヨーカ堂が早くから進出。また、パンダや四川料理が連想され、三国志で有名な蜀の都だったことから日本人にも馴染み深い。

一方、重慶は日中戦争時の爆撃やサッカー日中戦後の騒動などで「反日」イメージが強い。しかし、実際に訪れるとそのような先入観は掃される。街中にはスズキ製の黄色いタクシーが走り、ローソンやファミリーマートなどの日系コンビニエンスストアが目立つ。

両市は元々、同じ四川省に属していたため多くの共通点があるが、一方で相反する興味深い特徴も並存する。例えば、成都は商業、重慶は工業の街というイメージ。成都市民は昼間からのんびりお茶を飲みながら麻雀やトランプを楽しむ

方、重慶市民は狭い市街地に高層ビルが連なる摩天楼の下、あくせく働く姿が目につく。性格的には、成都人はのんびり、重慶人はせっかち。消費面では、将来に備えて貯蓄する者が多い重慶人と異なり、成都人は「宵越しの銭は持たない」傾向で消費に前向きだ。

重慶のローソン店舗



中国・街角ウォッチ

街角で出くわした面白発見&驚き

**UFOキャッチャーで
客の心もひと掴み!!**

浙江省・杭州。西湖湖畔に広がる繁華街で大きな存在感を見せているのが地場系小売流通大手の銀泰集団が運営する「in 77」。複数館にまたがる広大なスペースに高級ブランドからアパレル、飲食、娯楽系など幅広いジャンルのお店



多くの客で賑わうUFOキャッチャー

が集まっている。食事時になると多くの客が順番待ちの列を作る地下階のレストラン街の片隅に現れたのが、何台もの「UFOキャッチャー」マシン。メイド衣装のスタッフが接客してくれるお店もあり、ちよつとしたブームになっている模様。。



色んな種類のUFOキャッチャーが揃う



メイド姿でお出迎え

**アイススケートが
「コト」消費のシンボルに!!**

天津・杭州・成都。中国各地で新たにオープンしたショッピングモールを視察して回るなか、最近特に目につくようになったのがアイススケートリンクだ。「コト（体験）」消費を意識した店づくりの一环なのだろうが、アイススケートを設置することが二種のブームになっているよう

だ。どの商業施設も横並び感が拭えず、まずはリンクありきで併設した感じのモールが多く、いまのところ、どこも客の入りはまばら。しかし夏になれば涼しさを求めて多くの客で賑わうかも



天津大悦城にも巨大なアイススケートリンクが併設



天津嘉里匯ではアイスホッケーを練習する姿も



未来のトップ選手が中国から生まれるか

しれないし、また女子プロテニスの李娜選手のような世界的スターが現れれば、一気にアイススケートブームが始まるかもしれない。いずれにせよ、子供の練習場が足りずに困っている日本のスケート界からしたら羨ましい限りだろう。近い将来、中国選手が世界のスケート界を席巻する日が来るかもしれない。



新元華モールではアップルペイの使用方法を設置

浙江省・杭州。世界遺産の西湖湖畔に広がる繁華街には多くの百貨店やショッピングモールが軒を並べ、国内外からの観光客や地元客で連日にぎわっている。そのうちのひとつ解百C座「新元華」モールの支払いカウンターで目にしたのが「アップルペイ」の使用方法的案内。中国銀聯との

**アップルペイ中国参入で
三国時代へ!!**



英系コスタコーヒーでもアップルペイ決済が可能に

提携により、2016年2月18日から業務を開始した。スマホ決済はアリババ系の「支付宝」と Tencent系の「微信支付」の2強が熾烈な競争を繰り広げているが、アップルペイの参入により、今後どんな混戦が繰り広げられるのか…。



丸亀製麺も天津に進出

天津。最近、若者の間で人気のスポット「大悦城（JOY CITY）」ショッピングモール。「コト（体験）」消費を特に意識したお店作りが客の心を掴んでいる。レストラン街には外に、丸亀製麺や板長寿司、ペッパーランチ、シズラーなど日系チェーン店も多く軒を並べている。そうしたなか、平日の午後2時を過ぎるころにもかわらず、カレーハウスCoCo壱番屋の前には10名前後の順番待ちの列が…。上海や蘇州などではよく目にする光景だが、まさか天津でもこれほどまでカレー人気が広がっているとは――日本のカレーやラーメン

**天津でも日本のカレーライス
が人気に!!**



CoCo壱番屋が人気店に

中国各地でよく見かけるようになったペッパーランチ



ンなどの庶民食が中国でも幅広く広まり、日本企業にもますますビジネス機会が広がっているようだ。

商業施設比較 重百とイトーヨーカ堂



経済的で保守的な消費性向も反映しているのかもしれない。

このほか、注目を集めるのはスーパーの永輝超市だ。13年末時点で重慶市内に85店を展開しており、年商は100億元を超える。創業の地である福建省の規模を超え、総売上高の37%を重慶で稼ぐほどだ。永輝超市が成功している理由は、生鮮食品スーパーという業態を前面に出し、他のスーパーや百貨店と差別化を図っている点にある。消費者ターゲットはロー〜ミドルエンドで、主婦やお年寄りがメイン。経済性を重視する重慶市民

のニーズにうまく合致した。

生活提案型が奏功

成都といえばイトーヨーカ堂を挙げないわけにはいかない。閉鎖的雰囲気がある内陸部の都市では地場ローカル企業の圧倒的な強さが目立つのだが、成都は例外である。イトーヨーカ堂は6店舗(春熙店、双楠店、錦華店、建設路店、高新店、温江店)を展開しており、単店舗当たりの売上高は王府井百貨や仏カルフルを上回る規模だ。

成功の秘訣は、成都人のニーズに合致した店舗作りであろう。市中心部の春熙店の顧客層は若い女性やサラリーマン・OLなどが主力のため、食品売場では米や食用油などの販売スペースを半ば放棄し、代わりに中食やカットフルーツなどの充実度を高め、すぐに食べられるように、フォークやスプーンなどもつけている。住宅街にある双楠店はファミリー需要が高く、調味料などの品揃えが充実しているほか、各食品は家族向けの量で売られているのが目立つ。料理を残すのを良しとしない成都人に合わせ、半分に切ったブロッコリー、3分の1程度の大きさの柚子が置いてあるのも特徴的だ。調理時間を節約してもらおうと、人数分の肉や野菜がカットされてパッケージされた鍋セットなどのニーズも高い。

経済面を重視する重慶人と異なり、成都人は生活の質を重視する傾向にある。多少お金を使っても、より良い製品やサービスを手



福建省発祥ながら、総売上高の37%を重慶で稼ぐ永輝超市

にしたい思いが強い。イトーヨーカ堂のスタイルは、この成都人の感性にも期せずして一致している。新製品や高級食材を頻繁に紹介し、試食コーナーを設け、そばにはそれぞれの料理に合う調味料を配置するなどの工夫を凝らす。この概念はアパレルや家具売り場でも生かされており、「生活提案型」の店舗構成及び運営が消費者から支持されている。



蔣 佳玲

キャストコンサルティング
コンサルタント

1996年台湾大学政治学部国際関係学科卒業、97年米シラキュース大学広報修士課程終了。その後、台湾地区大手PRエージェンシー、台北101ショッピングモール、米系リアル大手メーカー等を経て、05年からキャストコンサルティングのマーケティングコンサルタント。

キャストコンサルティング(上海) 加施徳諮詢(上海)

上海市浦東新区浦東南路528号
上海証券大廈北塔1404室

☎ 021-6321-3000

🌐 www.cast-marketing.com/

✉ service@cast-marketing.com

都市別マーケティングレポート



イトーヨーカ堂の食品売り場。きめ細かなニーズ対応が支持を集める

キャスト中国ビジネス「中国マーケティングEC会員コース」
会報誌『チャイナ・マーケット・インサイト』毎月発行

ご希望の方に会報誌サンプルを無料で送付。
お申し込みは下記サイトから。

<http://www.cast-marketing.com>

中国西部の大都市、重慶と成都。この二大都市は常に比較され、西部一の座を争ってきた。前回の中心街比較では、規模の重慶に対し若さの成都、という傾向が浮かび上がった。今回は大型商業施設にスポットを当て、両都市の特徴を見比べてみよう。

経済性重視の重慶

重慶を代表する商業施設が、重慶百貨と新世界百貨。住宅街であろうが繁華街であろうが、この2ブランドは市内のどこでも見かけることができる。この2社は2010年に業務統合し、同じ重百グループに属する。13年末時点で、重慶

百貨は百貨店30店余り、スーパーマーケットを60店超展開中。新世紀百貨は、百貨店とスーパーを合わせて100店近くを経営中だ。両者の総売上高376億元は、重慶の社会消費品小売総額の7.3%に相当する。

どちらも従来型百貨店の店舗構成で、狭いスペースや低い天井に

加え、進出テナントも大衆ブランドや地元企業が多く、新興商業施設と比べると見劣りする。しかし店舗はいずれも繁華街や各地域の要所にあるなど、立地面で大きなアドバンテージを有しており、ポイント制などを駆使した会員サービスの充実で、重慶市民の生活に深く溶け込んでいる。地元紙「重慶晨报」がまとめた最新の商業施設人気ランキングによると、新世紀百貨世紀新都店と沙坪壩重百貨が1位と2位だった。スーパー部門でも新世紀超市と重百超市が同じく1位と2位を占めている。市民の

※当コンテンツは「Whenever BizCHINA」掲載分を転載したものです。

編集後記

今年1月に蘇州でオープンした台湾系「誠品書店」の中国本土第1号店を訪れた際に、とにかく早めに「書店」をテーマにした特集を組んで、このトレンドを日本に伝えなくてはという思いに駆られました。中国経済の減速やネット通販の勢いに押され、昨今全く元気のない百貨店やモールなど実店舗の商業施設において、誠品の蘇州店は明らかにこれまでとは違う真新しさが目につきました。

誠品の最大の特徴は書店の枠組みを越えて、「文化（カルチャー）」と「創造（クリエイティブ）」の造語である“文創”をテーマにした雑貨や小物、文房具なども販売していることです。蘇州店でもその特徴がフルに発揮されていました。これまで中国のどの都市でも見たことのないブランドやデザイナーによるグッズが売られていたり、自分好みでDIYできるアクセサリやアロマなどのコーナーもあり、コト消費を肩ひじ張らずに自然体で体験できる雰囲気店内を漂っています。レストランや喫茶コーナーも充実しており、いま中国で求められている消費現場はまさにこれなのではないかと脱帽するほど完璧な演出でした。

しかし、いざメインの書店コーナーに足を踏み入れた瞬間に、「いや、やはり主役はここだ」と鮮烈に思われるほどの衝撃を覚えました。巨大なスペースに膨大な書籍が並べられ、その間の通路は客で埋め尽くされるほどの混雑ぶり。書店ならではの静けさながら、真剣に本を物色する客の姿や動きからは、どこか“熱気ムンムン”な雰囲気すら感じました。児童書コーナーでは親子3代の家族連れが床に座り込んで子供に本を読み聞かせている光景もあり、「コト」消費をエンジョイしている気持ちがひしひしと伝わってきました。

中国では紙媒体が定着する前にネットや携帯電話が普及し、ニュース含む活字はデジタル機器で読むもので、紙書籍にはそれほどのニーズはないと思っていました。しかし、昨今の経済減速の影響もあるのか、社会が“低調”な世相になるなか、デジタルからアナログへの回帰現象も起きているのかもしれない。

すでに誠品のほかに、多くの特色豊かで個性的な書店が数多く出現しています。そうした書店を紹介しながら、「内面的な豊かさ」を求め始めた中国消費者の側面に迫ります。（亀）



大亀浩介

キャストコンサルティング取締役

1996年早稲田大学政治経済学部卒業。台湾のIT企業などを経て、2004年弁護士法人キャスト入所。2005年キャストコンサルティング入社、2007年取締役。会員制「キャスト中国ビジネス」事業を立ち上げたほか、在中国日系企業の事業戦略・運営の支援や中国マーケティングのコンサルティングを行う。著書に『中国ネットビジネス成功へのポイント』（日本経済新聞出版社）のほか、現在、日経MJ（流通新聞）でコラム「中国&アジア商売見聞録」（隔週掲載）、「月刊コンビニ」で中国のコンビニ事情を執筆。講演多数。



蔣佳玲

キャストコンサルティング(上海)有限公司
コンサルタント

1996年台湾大学政治学部国際関係学科卒業。

中国（台湾含む）でのマーケティング経験を15年以上有し、実務経験に基づいた日系企業の中国進出及びマーケティング・販売・プロモーション戦略と実行のコンサルティング業務を行う。

現在、中国全土をカバーする日本語ビジネス情報誌「WheneverBizCHINA」に都市別マーケティングレポートを連載中。

◆ 著作権

本資料の著作権は出典が明記されているものを除き、原則、キャストコンサルティング株式会社に帰属します。いかなる目的であれ、本資料の一部または全部について、無断で、いかなる方法においても複写、複製、引用、転載、翻訳、貸与等を行うことを禁止します。

◆ 免責

本資料記載の情報は、キャストコンサルティング株式会社が信頼できると考える各方面から取得しておりますが、その内容の正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。キャストコンサルティング株式会社は当該情報に起因して発生した損害については、その内容如何にかかわらずいっさい責任を負いません。この情報は執筆時の情報に基づいておりますので、今後登場する法令、司法解釈等により、記述内容と異なる結果が導かれる可能性があることに十分ご注意ください。また、本資料に記載された内容は予告無しに変更されることもあります。

「キャスト中国ビジネス」中国マーケティング・EC会員コース

中国の市場・業界・商習慣を徹底調査&研究

チャイナ・マーケット・インサイト News Letter 2016 MARCH (vol.32) 2016年3月発行

発行:キャストコンサルティング株式会社

〒105-6234 東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー34階

TEL:03-5405-7860 FAX:03-5405-3308 メール:service@cast-marketing.com

© 2016 CAST Consulting Co., Ltd. All Rights Reserved

中国市場攻略は“情報力”がすべてです!

消費市場としてますます世界中から注目を集める中国。日本企業もモノづくりの拠点から販売先としての市場として取り組まなければならないようになっていきます。しかし、いざ中国で販売するとなると、どこで?だれに?どうやって?販売していくかわからないまま悪戦苦闘しているのではないのでしょうか?そんな日本企業を尻目に、欧米、台湾・韓国、ローカル系企業は売上を着実に伸ばしています。この差は一体何なのでしょう?

それは「**情報力**」です。単なる情報の量だけでなく、真に必要な情報を収集、把握、分析してこそ、はじめて具体的な戦略と行動プランが確立できるといえます。

キャスト中国マーケティング事業部では、現地調査会社と協働しながら、これまで数多くの調査案件に携わってまいりました。クライアントからの「これはさすがに無理かも?」といった情報や資料なども収集してきた実績がございます。ぜひお気軽にご相談・お問い合わせください。

調査業務内容

業界調査

自動車、流通、保険など各業界のリーディング企業で働く経営層やマネージャーなどの関係者にインタビューを実施し、各社の生産・販売状況及び目標、取引先、仕入れ・販売価格、コスト構造、流通販売網、人事・労務体系など内部情報をヒアリングし、業界全体の実態を把握できます。

実績紹介

- 家電** 総合家電メーカー 競合社のウェブ・CRM戦略調査
- 小売** 高級腕時計販売会社 中国高級輸入腕時計マーケット調査
- 化学** 農業用フィルムメーカー 中国農業用フィルム及びパイプハウス調査
- 化学** マスタバッチメーカー 中国マスタバッチ競合社・原料サプライヤー実態調査
- 化学** 大気浄化装置メーカー 中国大気浄化装置事業展開の可能性調査
- 金融** 損保会社 火災保険に関する競合社ヒアリング調査
- 金融** 損保会社 団体保険制度に関する競合社ヒアリング調査
- 金融** 損保会社 商業医療保険に関する競合社ヒアリング調査
- 金融** 損保会社 家電延長保険に関する競合社ヒアリング調査
- 金融** 損保会社 海外旅行保険に関する競合社ヒアリング調査
- 素材** 電池負極材メーカー 電池負極材競合社調査

企業調査

競合他社、取引先、出資候補先、不審業者など特定の企業にスポットを当て、工商資料等に基づく登記・財務状況の把握に加え、内部関係者からのヒアリングを通して、社内外の人脉・人間関係、資産状況、取引先、人事制度、営業計画などご要望に応じて調査可能です。

実績紹介

- I T** 自動車部品システム開発会社 買収・提携相手企業(中国最大自動車部品データベース会社)調査
- 食品** 健康食品メーカー 競合社の広告費の会計上の処理方式調査
- 食品** 食品加工会社 提携会社及び責任者の資金フロー調査
- 電機** 重電メーカー 投資対象会社の実態調査
- 物流** 物流会社 中国法人の個人株主に関する素行調査
- 出版** 雑誌出版社 提携会社財務実態調査
- 金融** 消費者金融ローン会社 買収対象会社の投資状況調査

消費者調査

貴社の商品やサービスが中国市場でどれだけ受け入れられるか?その可能性は?どうやって販売?などの疑問を探るため、実際に各地でターゲット消費者を集めてグループインタビューを行います。上海、北京、広州だけでなく、成都や西安など内陸や地方都市でも対応できます。

実績紹介

- 観光** 高級リゾート会社 日本観光ニーズ調査
- 航空** 航空会社 中国エアライン・ブランド認知調査
- 化粧品** スキンケア会社 化粧品・健康食品市場及び商品テスト調査
- メディア** 広告代理店 女性向け情報発信サイトに対するニーズ調査
- メディア** 広告代理店 女性向け情報発信サイトターゲット消費者調査及びコンセプトテスト
- メディア** 広告代理店 女性向け情報発信サイト使用感覚テスト
- 出版** ヤングファッション誌出版社 子供向けファッション雑誌ターゲット消費者調査
- 金融** 損保会社 中国火災・医療保険リテールマーケット消費者ニーズ調査

営業先・代理店候補リスト作成

営業先や代理店などの候補となる企業を、地域や売上規模などの選択基準に基づきリストアップします。日本企業との取引実績や希望などを電話ヒアリングにより絞り込むことも可能です。

実績紹介

- 電子** タッチパネルメーカー 透明タッチパネル代理店ロングリスト作成
- 物流** 商社 提携先・M&A可能対象ロングリスト作成

メディアクリッピング

中国内1,500の主要な新聞・雑誌、500のテレビ及びウェブサイト・BBS・ブログ等から設定したキーワードに関連する記事をクリッピングし、定期的(毎日or毎週)にお届けします。必要に応じて、タイトルや記事全文、サマリーなどの日本語翻訳も対応可能です。

実績紹介

- 食品** 健康食品メーカー 中国食品・通信販売に関するニュースクリッピング

定額制ビジネスサポートサービス『キャスト中国ビジネス』

<http://www.cast-marketing.com/>

中国マーケティング・EC会員コース

中国市場徹底攻略！専門性の高い情報とコンサルティングの融合による、スピーディで精緻なビジネスサポートを提供いたします。

当会員コースにご入会いただくと…

1 中国現地生情報をリアルタイムにレポート！
会報誌「チャイナ・マーケット・インサイト」が毎月届く！！

毎月20日発行、ウェブコンテンツを冊子形式に編集し、お手元に郵送いたします。（1・2月と7・8月は合併号となります）

2 個別調査案件レベルの量および質のコンテンツほか
精度の高い情報の数々が、24時間オンラインで閲覧可能！！

クライアント様から、個別に受注する調査案件と同等レベルのクオリティです。

3 コンサルタントがビジネス相談に対応！！（メール・TEL）

中国での調査・販売に関する各種相談に電話またはメールでコンサルタントが対応いたします。
また、業界・市場の実態や販売店リストなども、デスクリサーチ（ネット上での情報収集に限る）の範囲内であれば会費内で対応可。
（内容によっては、別途お見積もりを提示する場合がございます）

この内容で、わずか月々50,000円/4,000円（税別）！！

- ・ご契約は日本or中国いずれも可能。ご契約期間は1年単位で承っております。
- ・その他ご契約条件、利用規約等については、弊社ホームページご入会案内をご覧ください。

「それが知りたかった！」にお応えする、キャスト独自のコンテンツラインナップ

中国マーケティング専門のコンサルタントが現地視察・取材を敢行！

- ・中国沿岸部から内陸の三・四線級都市まで網羅した「都市別レポート」
- ・各都市の80后・90后の家庭を訪問調査し消費動向を見据える「消費者研究」
- ・自動車、流通、食品など各業界のリーディング企業から読み解く「業界動向」
- ・中国で活躍する市場部マネージャー級人材への取材から把握する「実務の視点」
- ・統計データから中国市場・業界のいまと今後を知る「数字で見る中国」など

中国の市場・消費者・
流通・小売・物流・都市・
業界などの情報が
盛りだくさん！！

マーケティングレポート 一例

- ・香港系大手ドラッグストア「ワトソンズ（屈臣氏）」徹底研究
- ・外資系大手スーパー「カルフルー」徹底研究
- ・大潤発に学ぶ中国市場攻略の方程式
- ・中国ネット通販最大手「淘宝」トップ店舗徹底研究
- ・ブルガリとセリーヌを徹底分析！中国奢侈品市場
- ・台湾系の85度C、中国で躍進のポイント など

都市別レポート 一例

上海・北京・広州・成都・重慶・瀋陽・青島・
ハルビン・杭州・寧波・蘇州・南京・天津・長沙・
無錫・湖州・西安・武漢・鄭州・合肥・温州 など
掲載都市は随時更新中！！

会員企業様

花王、三井倉庫、岡村製作所、ヴィンクス、日清食品等（順不同）多くの企業様にご利用いただいております。



キャストコンサルティング株式会社 会員サービス事務局 TEL: 03-5405-7860

MAIL: service@cast-marketing.com 〒105-6234 東京都港区愛宕2-5-1 愛宕グリーンヒルズMORIタワー34階

