

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&amp;研究

巻頭特集

## 出前アプリ大手3社「百度外卖」「美团外卖」「饿了么」徹底研究

中国の食卓やランチタイムをガラッと変える“外卖(出前)”

注目商業施設

## 成都人のライフスタイルに融け込んだショッピングモール「成都遠洋太古里」

レトロとモダンの競演

中国コンビニ最前線レポート

## 都市別発展指数が示す無限大に広がるコンビニフロンティア

中国のコンビニ発展状況を主要都市別でランキング

中国・街角ウォッチ

## 中国でも「iPhone 7」販売開始も売れ行きは……ほか

都市別マーケティングレポート 武漢vs.長沙編~その4

## 消費動向の違い—文化志向と物色志向

# CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

## 出前アプリ大手3社 「百度外卖」「美团外卖」 「饿了么」徹底研究

中国の食卓やランチタイムをガラッと変える“外卖(出前)”

注目商業施設

14 小売・流通現場

### 成都人のライフスタイルに駆け込んだ ショッピングモール「成都遠洋太古里」 レトロとモダンの競演

中国コンビニ最前線レポート

22 小売・流通現場

### 都市別発展指数が示す無限大に広がる コンビニフロンティア

中国のコンビニ発展状況を主要都市別でランキング

中国・街角ウォッチ

24 連載企画

### 街角で出くわした面白発見&驚き

- 中国でも「iPhone 7」販売開始も売れ行きは……
- 内陸の地方都市でもハロウィーンを祝う??
- 「ポケモンGO」未配信の中国で“ポケモン”発見!!
- 月餅をめぐる「伝統」vs「現代」の対決!!

都市別マーケティングレポート 武漢vs.長沙 編～その4

26 都市別調査

### 消費動向の違い—文化志向と物色志向

28

編集後記

# 巻頭特集

# 出前アプリ大手3社 「百度外卖」「美团外卖」 「饿了么」徹底研究

中国の食卓やランチタイムをガラッと変える  
「饿了么」の  
「外卖(出前)」



食事時になると、レストランの前に「外卖(デリバリー)」配達員のバイクがすわると並ぶ

最近、食事時になると、各地の人気レストランやオフィスビルの入り口に、ものすごい数の「外卖(デリバリー)」配達員が集まっているのを目にする。彼らはバイクに乗り、後部座席には保温ボックスを積んでいる。皆、制服を身に纏い、客に対しても礼儀正しい態度で、職業意識の高さを感じさせる。レストランには様々な出前アプリのポスターやス



デリバリーの配達員は皆きちんと制服を身にまとふ

テッカーが貼られ、テーブルの上には出前アプリのQRコードが印刷された広告が置かれている。上海や北京など大都市だけでなく、ほぼ全国どの都市でも同じ光景だ。ほとんどの大衆レストランや軽食店が最低1つ以上のアプリと提携し、デリバリーサービスを提供している。



2014年にO2O領域を盛り上げたのがタクシーやハイヤー等の配車アプリだとすると、2015年はこの出前アプリが活躍している。わずか数年前までは、デリバリーといえば、各店に電話をかけて注文するのが当たり前だった。専門のデリバリー業務を行っているのはマクドナルド、ケンタッキーフライドチキン、ピザハット等の洋食系ファーストフードチェーンのみ。その他のレストランでのデリバリーといえば、従業員自らが運んでくるのがせいぜいだった。それが今ではアプリを利用して多くのお店に注文でき

るようになり、高級レストランから軽食まで、自宅やオフィスで座って待つだけで手元まで運ばれてくるのだ。



出前アプリから注文した食事が手元まで運ばれてくるので便利

ランチ時に「外卖(出前)」配達バイクがずらりと並ぶ光景はいまや“当たり前”の時代に

食事の時間が近づくと、オフィス内では「今日はどこのレストランにする?」とデリバリー店を選ぶ会話が交わされる。必ずしもオフィス近くのレストランにこだわらなくても良くなり、昼食の選択肢も増えた。食事のために込み合ったエレベーターに乗る必要もない。さらには、強い日差しや風雨に頭を悩ませることもない。こうして出前アプリは瞬く間にホワイトカラー層の生活必需品となった。

現在最もメジャーな出前アプリといえば、「百度外卖」、「美团外卖」、「饿了么(麼)」、「美団外卖」の「吗(ですか?)」の口語表現。本文では臨場感を持たせるため簡体字の「么」を使うだろう。それぞれ資本面で百度(バイドゥ)、騰訊( Tencent)、阿里巴巴(アリババ)を背景に持つ。また、それぞれイメージカラーが特徴的で、百度は「赤」、美団外卖は「黄」、饿了么は「青」で、デリバリー要員の制服や保温ボックスも同じ色で統一されている。食事



「百度外卖」「美团外卖」「饿了么」は各社独自のイメージ戦略をとり、制服や保温ボックスもそれぞれ「赤」「黄」「青」で統一されている(写真は青の「饿了么」)

時のレストランやオフィスビルにはこの3つの色が入り乱れ、カラフルな熱気に包まれる。微信上では「以前は東京で怪獣を退治していたゴレンジャー」だが、いまや中国で食事をデリバリーしている」と揶揄したモーメンツが出回ったほど。すでに社会現象ともいえる光景だ。中国インターネット業界の3大巨頭の



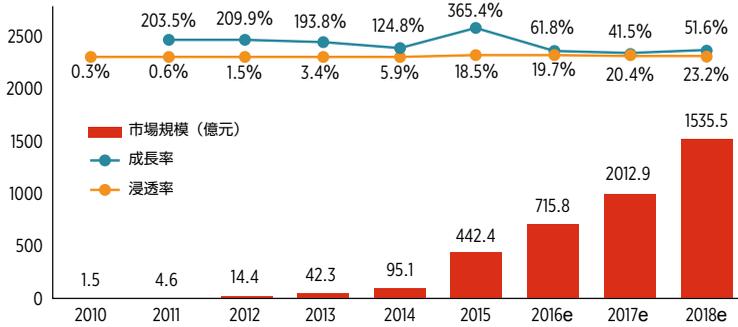
BAT(※百度(Baidu)、阿里巴巴(Alibaba)、騰訊(Tencent))の頭文字を取った略称)がすでに参入していることも、この市場の重要性と将来性の高さを表している。

### フードデリバリーの市場規模と動向

中国ネットリサーチ最大手の「艾瑞(Research)」のデータによると、2015年の中国フードデリバリー市場の規模は2300億元を超え、外食消費全体に占める割合も7.4%に達した。18年には消費が6600億元に達し、外食消費の14.8%を占めると見込まれている。所得の伸びや、生活の多忙化、政府の内需拡大政策等により、外食やデリバリーは中国の飲食消費習慣の主流となりつつある。市場の取引規模も高い伸びを保っている。スマートフォン(スマホ)の普及により生活は様々な面で便利になった。出前アプリもフードデリバリー市場



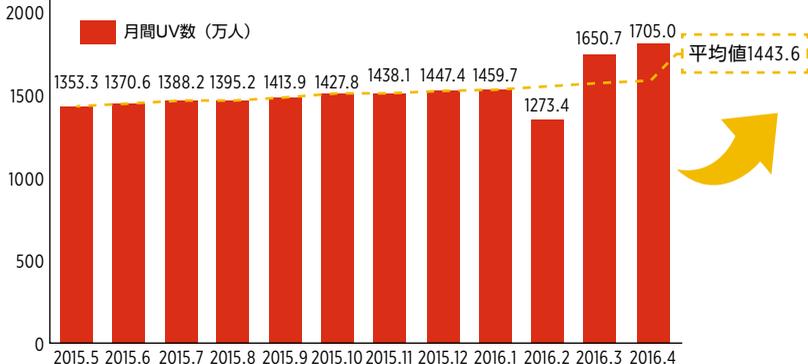
図1：2010-18年中国デリバリーO2O市場規模及び浸透率



をリードする存在に成長。アプリで付近のレストランを検索し、キャンペーンやメニューの値段を調べ、支払いもオンラインで済ませることができ、注文完了後配送が手配され、



図2：主要出前アプリの月間UV数



食事のために外に出る必要はなくなった。レストラン側にとっても、アプリ利用者がSNS上でレストランやメニューをシェアすることにより、知名度アップと顧客増加が期待できる。また店舗をモバイルで管理できるようになったことで、全体の運営コスト減にもつながった。

15年の中国デリバリーO2O市場の規模は442.4億元、デリバリー市場の浸透率は18.5%。18年には1500億元を突破すると

見込まれている。(図1…2010〜18年中国デリバリーO2O市場規模及び浸透率)。ユーザー数で見ても、主要な出前アプリの月間ユーザー数は増加を続けている。16年4月、主要アプリの月間UV(ユニークビクター)数は1705万人(図2…主要出前アプリの月間UV数)に達し、16年の中国出前アプリユーザー規模は2.53億人に達すると見込まれている。

### 出前アプリ市場の主要プレイヤーとシェア

現在の出前アプリは4つに分類できる。1つは第三者運営の大型出前プラットフォーム。レストランがアプリに加盟してメニューを提供する仕組みだ。代表的なのは上述の百



×シェア出前アプリ3社—「百度外卖」「美团外卖」「饿了么」

度外卖、美团外卖、饿了么の3強。大手ネット企業グループの資金力を活用して瞬く間に市場シェアを拡大。その便利さとタイムリーな配達サービスにより、多くのユーザーがモバイル出前アプリを利用するきっかけとなった。

2つめは黄太吉、笨熊造飯、呷跨界等に代表される飲食店自営の出前アプリ。メインはデリバリー業務であるが、オフライン体験型店舗も並行して運営しているのが特徴だ。製品はセントラルキッチン(工場で一括生産され、完成品又は半製品の状態で消費者の手に届けられる。

3つめはレストランが展開する従来型のデリバリー。代表的なものとしては、海底撈、金百万が挙げられる。食品は従来通り店舗で調理され、店のスタッフにより配送される。

最後は「私厨外卖」と呼ばれるもので、回家吃飯、Y米厨房等が代表的。シェアリングエコノミーの概念をベースとしており、料理の達人がア

プリに登録し、ユーザーのニーズに合わせて調理を行い、配達してくれるシステムだ。現在中国市場においては第三者運営の大型出前アプリが圧倒的シェアを占めている。

第三者運営の大手出前アプリ、百度外卖、饿了么、美团外卖は、それぞれ豊富な資金を背景に、14年から「焼銭戦争(ディスカウント競争)」を繰り広げている。新規ユーザーには必ず初回優待券がプレゼントされ、利用額が一定額に達すると再びディスカウントが実施される。更に友人に紅包(お年玉)を贈ることもできる等、絶えず様々な優待が行われている。まさに当時の配車アプリ間のディスカウント競争を彷彿とさせる状況だ。結果的に、一度使ったアプリに慣れや親しみを持つユーザーを増やし、かつ、そうしたユーザーの依頼度を高めることに成功した。

ネットリサーチ大手「易觀智库」によると、市場シェアは饿了么が



「饿了么」は新規ユーザーに初回優待券をプレゼント



出前アプリで友人に紅包(お年玉)を贈ることもできる等、絶えず様々なキャンペーンを実施

トップで33.7%、次いで美团外卖が33.1%、百度外卖が19%を占めた。また、艾瑞諮詢(Research)の「2016年中国オンラインデリバリー市場専門研究報告」によると、16年5月における最新の市場シェアは饿了么37.8%、美团外卖30.5%、百度外卖15.0%だった。

16年に入り、ディスカウントによって優位性を高めるにはやや行き詰まり感が出始め、今度は食品の安全性やタイムリーな配送で競い合う傾向が高まっている。騰訊傘下のネットリサーチ会社である「企鵝智酷」の調査データによると、消費者の出前アプリに関する最大の関心事



食品の衛生と安全が、消費者の出前アプリに関する最大の関心事



市場シェアナンバーワンの「饿了么」



2015年4月に開業した遠洋太古里は成都で一番の注目を集める商業プロジェクト

**注目商業施設**

**成都人のライフスタイル  
に駆け込んだショッピング  
モール「成都遠洋太古里」  
レトロとモダンの競演**

四川省の省都成都は、中国の内陸部において購買力の最も高い都市だ。商業施設の開発の最も盛んな都市でもある。仲量聯行が今年5月に公表した「2016年世界多国籍奢侈品小売企業吸引力指数」によると、中国国内における成都の人気度は、上海と北京に次いで3番目に高かった。世界的に見ても16位と、ミラノやアブダビ、サンフランシスコといった国際的大都市よりも上位にいる。



成都は中国の内陸部において購買力が最も高い都市、建設中の商業施設面積も世界第2位に

14年時点で、成都で建てられた商業コンプレックスの総面積は1500万㎡に上り、うちショッピングモールの面積は

400万㎡超で、全国1位だった。建設中の商業施設も320万㎡で、世界第2位。パリの約20倍にあたる。

まさに雨後の筍のごとく商業ビルやモールの開設ラッシュが進み、競争の激しさが増す環境の中、15年4月に開業した遠洋太古里。中国西部地区の伝統的な建築様式に現代的な要素を融合、ゆつたりと開放的な空間設計に加え、数々の高級ブランドが一堂に介したテナントのラインナップを誇る。今、成都で一番の注目を集める商業プロジェクトだ。

遠洋太古里は成都の中心的商業エリアである春熙路に位置している。二つの地下鉄線が交わってアクセスが良く、「成都千年古刹大慈寺総合発展プロジェクト」の一端も担うエリアだ。

2010年末、太古地産と遠洋地産が20.03億元で土地を競り落としたことから始まったこのプロジェクトは、敷地総面積7.08万㎡、建築面積25.1万㎡。小売店の集まるストリート、ホテル、

◆プロジェクト情報

名称	成都遠洋太古里
開業時期	2015年4月24日
プロジェクト所在地	春熙路-大慈寺商業エリア
交通	地下鉄2号線及び3号線 春熙路駅直結
ディベロッパ	太古地産、遠洋地産。双方が各50%出資
面積	占有地約70,800㎡、総建物面積25.1万平米超。 小売ストリート面積:10.6万㎡ 博舍酒店:客室100室、1.52万㎡ サービスアパートメント:客室42室、7,600㎡ オフィスビル(睿東大樓):12.3万㎡
主要ブランド	小売業態70%、レストラン及びライフスタイル類30%。 主力店:アップル、方所書店、PALACE百麗、Ole精品超市、MUJI(無印良品)、tesla、ザラ 国際ラグジュアリブランド:グッチ、カルティエ、エルメス、ラルフローレン、ヴェルサーチ、クロエ、Maria Luisa、バルマン、I.T、マイケルコース等 飲食:ミシュラン星付きレストラン「鼎泰豊」、「正斗」、KABB、Blue Frog藍蛙、NewElement新元素、Grappa's、Wagas等



遠洋太古里は二つの地下鉄線と直接

サービスアパートメント、オフィスビルが一体化した商業コンプレックスで、ショッピングモールの規模は約11.4万㎡、総投資額は80億に達する。ショッピングモールの他、100の客室と42のサービスアパートメントを擁するプティックホテル「博舍」、47階建ての甲級オフィスビル「睿東中心」等で構成されている。

成都市政府はこのプロジェクトの投資者を慎重に検討、決定までに5~6年の時間を費やした。「寛窄巷子」、「錦里」に次ぐ、文化と商業、観光の要素をミックスした都市の新たな「顔」として、期待の大きさが窺われる。オープン後は消費者の高い評価を獲得、15年には

開業から1年足らずで19億元の営業収入を実現。成都の商業プロジェクト全体の第4位に躍り出た。16年1~6月までの半年間の営業収入が13.39億元に達し、再び人々を驚かせた。古い街道や歴史的建造物をそのまま残し、四川風の建築様式を踏襲したことで、外地からの旅行者も足を運ぶ観光スポットとしても成功を収めている。寛窄巷子や錦里等の著名なランドマークに比べると、観光スポットとしてのみならず、地元市民に対する吸引力もあり、商業的価値が高いのが大きな特徴といえるだろう。

個性溢れる開放的なストリート、レトロとモダンが融合した建築スタイル



寛窄巷子と錦里は成都の有名な観光スポット



成都遠洋太古里は、開放的で歩行者ベースがゆつたりと広いストリート型のショッピングモールだ。一般の室内型モールと異なり、完全に開放型の屋外空間に店舗が並び、街角を彷彿とさせるス

スタイルを打出している。商業コンプレックスを開放的な体験型ストリートに生まれ変わらせた背景には、成都人の生活や消費スタイルが大きく関係している。

成都人は「要(ふざけること)」を好み、のんびりした性質、また食べることを特に重視する傾向にある。日常のちょっとした楽しみを追求することにこだわり、手持ち無沙汰になると道端で「打望(人の行き来をながめる)」することすら好む。通りに雀卓を出して麻雀を始めたりすることもある。部屋に閉じこもるのが苦手、天気さえ良ければ外に出てお茶を飲んだり人と話したりする。街角や庭はこの街の人々の過(こ)し方に大きく関係している。ストリート形式を売りとするショッピングセンターが人々の支持を集めた背景にはこのような成都人のライフスタイルがあったというわけだ。



成都遠洋太古里は完全に開放型の屋外空間で、一般の室内型モールと異なる



2016年中国都市別コンビニ発展指数で見事ナンバーワンに輝いた深センで圧倒的な存在感を示すセブンイレブン

## 中国コンビニ最前線レポート

# 都市別発展指数が示す 無限大に広がる

# コンビニニフロンティア

## 中国のコンビニ発展状況を主要都市別で ランキング

経済成長ペースの鈍化が顕著になっている中国。習近平政権によるせいたく禁止令に加え、ネット通販の広がりにより、百貨店やスーパーなどのリアル店舗は苦戦を強いられている。ショッピングモールを中心に「モノ」から「コト」へと消費やテナントをシフトするなど試行錯誤が続くが、そんな苦境をものともせず急成長しているのがコンビニ業界だ。

今年7月、ローソンは上海で開催した中国進出20周年の記念式典で、将来的に1万店舗を目指すとして発表した。今後も中国のコンビニ市場は持続的に成長すると見込まれている。前回、山西省・太原のコンビニ事情をお伝えしたとおり、上海や北京などの沿岸大都市だけでなく、内陸都市でも地場系を中心にコ

ンビニが急拡大中だ。

先日、中国連鎖（チェーン）経営協会が発表した「2016年中国都市別コンビニ発展指数」が興味深いレポートをしているので紹介しよう。対象は、北京、上海など4直轄市や省都（ラサを除く）に加え、深センや厦門、大連、東莞、温州などの主要都市計36都市だ。

チェーン化されたコンビニの増加率、人口当たりの店舗数（飽和度）、



深センの「七・十一便利店」、中国語になると若干違和感が…

# 中国・街角ウォッチ

## 街角で出くわした面白発見&驚き

中国でもiPhone 7  
販売開始も売れ行きは...

中国でも販売がスタートしたアップルの最新スマートフォン(スマホ)機種「iPhone 7」。各地のモールや電気街のショールームに大きなポスターが貼られていて、物珍しそうに眺めたり触ったりする通行客はいるが、皆それを買おうとする様子は伺えない。

一時は大画面が売りのサムスンにシェアを食われていたが、大画面の「iPhone 6」登場により、中国でも人気とシェアが回復したアップル。上海の地下鉄に乗っていても、ほとんどの乗客がiPhoneを使っていると言っても過言がないほど、特に大都市での保有率は高いように見える。



アップルの最新機種「iPhone 7」の売れ行きはいかほど? (写真:南昌万達茂)



韓国人気俳優のソンジュンギを広告塔に採用したVIVO (写真:深セン空港)



人気オーディション番組「中国新歌声」のスポンサーにもなったOPPO (写真:大連徳合城モール)

国産系の「小米(シャオミ)」の勢いに陰りが見えるものの、華為(ファーウェイ)やOPPO、VIVOなど他の国産メーカーも販売攻勢に余念がない。実際にiPhone 7の販売状況も、6Sよりは順調のようだが、昨年中国でも爆発的な売上を記録した6に比べると低調な滑り出したとか。ほんの10年ほど前までは80後(80年代生まれの世代)の間で携帯電話を持つことがちょっとした「富の象徴」だったのだが…。今やスマホが当たり前前で、各メーカーとも新規ではなく買い替え需要を探るしかない状況になっている。その象徴ともいえる「iPhone 7」を見ながら、ふっと感慨にふけた。

内陸の地方都市でも  
ハロウィーンを祝う??

日本ではここ数年、社会現象とまで言われるほど盛り上がるハロウィーン。子供から大人まで幅広い層から支持され、例年10月末になると各地で仮装パーティーやパレードが繰り広げられる。

中国でも上海など大都市では、多くの商業施設やレストランなどで定番のオレンジ色したかぼちゃのお化けが飾られている。前後の週末には、小さな子どもたちがお菓子をを入れる容器を持つレストラン街を渡り歩くといった光景も目にするが、日本のような町を挙げての「お祭り」騒ぎはほとんど皆無だ。

日系のスーパーや百貨店でも仮装パーティー用の衣装を販売する特設のコーナーが設けられるなど、「お祭り」気分を盛り上げようとしているが、一般の中国人にとっては、若干まだ馴染みが薄い。

そうしたなか、国慶節に訪れた江



上海新天地のレストラン「ORENO(俺の)」の前はもかぼちゃお化けが

西省の九江。省内では省都の南昌とともに主要な経済都市の一つだが、未だ発展途上の内陸地方都市だ。地場系スーパーの「聯盛超市」に足を踏み入れると、なんとそこに「万聖(ハロウィーン)」関連商品の特設コーナーが。カルフルなど欧米系のスーパーならまだしも…。若干違和感を覚えながらも、ハロウィーン文化の浸透ぶりに驚きを隠せなかった。



江西省・九江で地元市民に愛される「聯盛超市」



日系スーパーではハロウィーンの仮装衣装や関連グッズが並ぶ



江西省・九江の地場系スーパー「聯盛超市」で発見したハロウィーン特設売り場

## 「ポケモンGO」未配信の 中国で「ポケモン」発見!!

世界中で大人気の「ポケモンGO」。スマホ片手に大人から子供まで公園や観光スポットを歩き回る姿が社会現象になるほど人気だ。台湾でも台北市北部の温泉街「北投公園」に珍しいポケモンが出現すると噂が広がり、公園を埋め尽くすほどの群衆が右に左にと一斉に動くシーンの動画がSNSで飛び交っている。

夏休みに広島の実家に帰省していた際に、小学5年生の娘にも急かさずアプリをインストール。こうしたゲーム類は個人的にはそれほど興味はないのだが、実際にやってみると確かに多くの人がハマるのも理解できる。ポケモン探しに、37℃を超える灼熱の暑さにもかかわらず、外に散歩に出かけ、新しいポケモンをゲットするたびに2人で小躍りしていた。

世界中が熱狂するなか、中国はま



江西省九江の「聯盛アウトレット」でもピカチュウを発見(右)  
ポケモンGOのデザインまで…(左)



上海地下鉄駅で発見した「ポケモン」のUFOキャッチャー

だ配信されておらず、蚊帳の外。政治的な理由も絡み、恐らく今後でも配信は許可されないだろう。中国でも配信されれば驚異的な人気になるのは間違いないのだが…。残念に思っていたところ、上海の地下鉄駅でポケモンの「ピカチュウ」を発見。といっても、UFOキャッチャーのぬいぐるみなのだ…。

上海だけでなく、国慶節に訪れた江西省の南昌や九江でも発見。各地でポケモンのぬいぐるみを見てもスマホで写真撮影しているのだが、こうした「ポケモンGO」の擬似プレイはどこか物足りない…。



江西省南昌の勝利路步行街にある記念日百貨でもピカチュウの置物が

## 月餅をめぐる 「伝統」vs「現代」の対決!!

暑い夏が終わり、秋の気配を感じ始める頃にはやってくるのが中秋節。中国では祝日で前後の土日を調整して3連休になる。中秋節に欠かせないのが「月餅」。中秋節が近づくと、スーパーや百貨店に特設の売り場が設けられ、色とりどりの月餅が山積みされる。

最近では伝統的なものだけでなく、現代人の好みにより適した新タイプのものも好かれていくようだ。その代表例がハーゲンダッツとスターバックス(スターバ)だろう。特にハーゲンダッツの月餅アイス



スターバはスマホアプリを活用



中秋節が近づくと色とりどりの月餅が山積みされる

は、今や中国でも定番の中秋節の贈り物になっており、市内各所で商品引換窓口が出没する。今年もバラの形をしたタイプやデザインーとのコラボ版が販売されていた。

一方、スターバのほうはコーヒー味をメインとした月餅が人気だ。コーヒーの他にチョコやクリーム、抹茶、ベリーなどの味も販売。今年は豪華な厚紙のボックスに包装されたタイプを販売しており、値段も6個入り328元から10個入り598元と安くない。引換券にはQRコードも印刷されており、スマホアプリ上で最寄りの店舗に受取の予約ができる仕組みになっていた。

近年、伝統的な月餅はそれほど人気ないのではと思っていたが、中秋節前日、上海で人気の点心店「膳着爹」に長蛇の列ができていた。「新」「旧」の月餅対決は当面続きそう。



ハーゲンダッツは今や定番の月餅



カソリストランドにも月餅が…



上海で人気の点心店「膳着爹」には長蛇の列が

# 消費動向の違い 文化志向と物色志向



台湾地区の誠品書店が設計した物外書店も個性的で、図書スペースに加えてカルチャーイベントスペース、生活雑貨スペースもあり、週末には本を読んだり講座を聞きに来る親子連れの客で賑わう。

プチブルジョア的なカフェも好まれている。市内にはスターバックスが60店超えるものの、地元市民はカフェの方を選ぶようだ。2014年に進出した韓国系の漫咖啡(マーンコーヒー)は一気に5店舗を展開し、繁盛している。文芸路線に行く個人経営のカフェも人気があり、漢口勝利街車站路、漢口台北路、萬元松西北一

帯や、最も文芸色が濃い曇華林エリアに小規模店が集中する。いずれも、ドリップコーヒー、オリジナルスイーツ、凝った内装、文芸色あふれる雰囲気などが特徴で、文学的環境に身を置きたい若者やホワイトカラー層をひきつけている。

## 見栄っ張り長沙

一方、長沙人はメンツを意識する地域文化から、消費好きだ。高級タバコを吸い、バーに行き、奢侈品を購入する。娯楽向け支出も多い。努力して貯金して家を買ひ、「ローン奴隷」になることは好まない。流行を追いかける性格も強く、価格や品質は二の次で、とにかく人気店に並ぶ。スーパーに「特別価格」「新商品登場」「売れ筋商品」といったポップが多く並ぶ光景は、他地域ではなかなか見られない。

## 掘り出し物志向

数ある商品から物色しながら買い物することが好きな長沙人は、小規模店で一種特別な掘り出し物を探すことを好む。大型商業施設でも、小規模店の集合体をテーマにした店が14年から15年にかけて流行し始めている。

15年初頭にオープンした黄興南路步行街中心広場南段の摩高百貨がその例で、スポーツブランドが中心に入居している。福達万代商業広場、7UP購物美学中心はいずれも、若者が買いあさるアパレル製品や、内装などに一工夫加えたレストランがテナントの中心だ。7UP購物美学中心のテナントはいずれも小規模だが、日本や韓国風のロマンチックな



小規模店が集まるモール、長沙の7UP購物美学中心

雰囲気を醸し出しており、盆栽アイスクリームなどの奇抜な商品展開をしている。買物客はほとんどが若者で、従来型の個人商店に比べてショッピング環境も悪くない。

15年には、10元均一商品を販売する名創優品(メイソウ)が話題を呼んだ。半年間で20店舗をオープン。黄興路步行街には数店舗を構え、互いに向かい合う店もあるほど。店内は明るくシンプル、商品陳列もきれいで、日本語のラベルやパッケージ、ポスターなどの日本イメージに加え、安さと品質が消費者の支持を集めている。MUMUSO木槿生活も同じテイストの小物チェーン店で、韓流路線を打ち出して人気だ。



### 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



武漢・楚河漢街の文華書城。喫茶コーナー（左）や陶芸コーナーなど文化志向の構成が、武漢の新トレンドをうかがわせる



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>

豪快な武漢人は派手なプロモーションを好み、見栄っ張りな長沙人は飲食娯楽に財布の紐を緩める。一方で最近では、カルチャー志向や掘り出し物志向といったトレンドも現れ、ブックカフェや小規模店集合モールなどの新業態も人気を集めている。

## 豪快かつ繊細な武漢

武漢は古来、水路と陸路両方の「港」的役割を果たし、各界の人々が集まりやすかったため、豪快で細かいことは気にしない者が多い。消費面でも、話題性と盛り上がるプロモーションを好む。11月11日の「光棍節(独身の日)」にはある商業施設が「脱いだら無料」というプロモーションを展開した。下着姿でショッピングすれば無料という低レベルなものだが、それでも100人の参加者がいた。また、直接的なはっきりした実利を好む。オリーブオイルにはごま油、即席麺にはジュースを付けるというおまけ付き商品をどこでも見かける。日清のカップヌードルにステンレス製フォークを付けた製品も見つけた。

を展開した。下着姿でショッピングすれば無料という低レベルなものだが、それでも100人の参加者がいた。また、直接的なはっきりした実利を好む。オリーブオイルにはごま油、即席麺にはジュースを付けるというおまけ付き商品をどこでも見かける。日清のカップヌードルにステンレス製フォークを付けた製品も見つけた。

## おしゃれ書店が人気

一方、最近ではカルチャー志向も芽生え、書店めぐりが一種の流行にもなっている。楚河漢街にある文華書城は立ち読み・座り読みスペースの他にカフェも設け、コーヒーを飲みながら読書を楽しめる。ワインセラー、子供のための陶芸教室、お母さん向けのベーカリー教室など、読書以外の設備やイベントも提供している。週末は読書スペースが満席になり、各種講座や親子向けイベントが開催され、ただの書店からカルチャースペースに生まれ変わったかのようだ。

## 編集後記

今回の巻頭特集では出前アプリの現状について取り上げました。今や中国全土の街角で目にするのが当たり前になってきた出前配達員の姿。特にお昼時のオフィス街では数多くの配達用バイクを見ることができ、利用者の多さを実感できます。

先日、ランチを食べに行った上海古北地区のある重慶麺店。4人がけのテーブルが8個ほど並べただけのこじんまりとしたお店でしたが、今どきのお洒落な内装と小綺麗な雰囲気は惹かれました。重慶名物の重慶小麺や酸辣粉などが一杯15元と手軽な値段ながら、午後1時を過ぎていたせいか客はあまり多くなく、テーブルの半分が埋まる程度。お昼時でこれだけの客しかなくてやっていけるのだろうかと思っていたところ、ひっきりなしに聞こえてくるのが「您有新的订单（新しい注文が入りました）」の音声。出前アプリ大手の百度外売の専用予約管理システムのPOS機です。滞在時間およそ30分程度でしたが、少なくとも20個以上の出前オーダーが入り、配達員が忙しそうに出入りしていました。

店員に実際に何割くらいか出前なのかと聞いたところ、「2~3割」との答え。「雨や暑い日は特に多い」らしく、出前オーダーで営業が助かっているとのこと。改めて出前アプリが中国の食卓と飲食習慣、さらには飲食業をどれだけ変えたかを垣間見ることができました。

一方で、朝から猛暑が続いていた上海の夏。虹梅路の自宅近くのある公園で黄色い制服を着た男性100名以上が整然と並んでいます。その公園前の道端には無数の電動バイクが止められており、その後部座席の荷台には「美团外売」の文字が。配達アプリ「美团外売」の配達員が一同に会して朝礼をしていたのです。責任者らしき人が接客マナーや注意事項などを指導しており、配達スタッフも灼熱の太陽のもと、真剣な眼差しで静かに聞いています。フリーター的なスタッフが寄せ集められた“ゆるい”勤務体系と聞いていましたが、しっかりと組織的に管理されていることに驚きを覚えました。

スマホ普及に伴う一過性の流行りのサービスかと思っていましたが、いまや「インフラ」と化した感のある出前アプリ。その実態と今後の動向について調査し、業界だけでなく中国人の食文化・生活を大きく変えるほどの影響力や潜在性を分析しました。  
(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なう。

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 OCTOBER (vol.38) 2016年10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きました。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、社内外の人脈・人間関係、資産状況、取引先、人事制度、営業計画などで要望に応じて調査可能です。

#### 実績紹介

- IT** 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可能対象サイトロングリスト作成

### 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



まずはお気軽にお問い合わせください。

**キャストコンサルティング**

東京: 03-5405-7860 (代) MAIL: service@cast-marketing.com

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元（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、日清食品、ファンケル、三井製糖、プラス等（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](mailto: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