

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

中国医療環境の現状から考える 「健康関連産業」の発展潜在力とチャンス

高まる健康意識が中国人のライフスタイルと消費習慣を変える

トレンドウォッチ

2016年中国消費トレンド番付

中国消費は「スマホアプリ」と「コト」がキーワードに

中国コンビニ最前線レポート

実店舗の配達員がラストワンマイルを解決する 「36524」

河北省の省都・石家庄のコンビニ事情

都市別マーケティングレポート スマホの次は「紙」～その①

手帳にリアル書店 アナログ回帰の胎動

CHINA MARKET INSIGHT



- 2 巻頭特集** **中国医療環境の現状から考える
「健康関連産業」の発展潜在力と
チャンス**
高まる健康意識が中国人のライフスタイルと消費習慣を変える
- 20** **トレンドウォッチ** **2016年中国消費トレンド番付**
中国消費は「スマホアプリ」と「コト」がキーワードに
次の人気商品やサービスを先読み
- 28** **小売・流通現場** **中国コンビニ最前線レポート
実店舗の配達員がラストワンマイルを解決する
「36524」**
河北省の省都・石家庄のコンビニ事情
- 30** **都市別調査** **都市別マーケティングレポート スマホの次は「紙」～その①
手帳にリアル書店 アナログ回帰の胎動**
- 32** **編集後記**

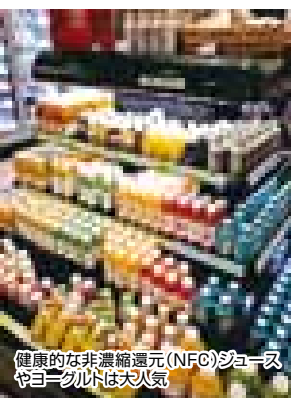
巻頭特集

中国医療環境の現状から考える「健康関連産業」の発展潜在力とチャンス

高まる健康意識が中国人のライフスタイルと消費習慣を変える

ここ数年、中国では国民の健康意識が高まり続けているが、ライフスタイルや消費の変化からもそれをうかがい知ることができる。日常生活においては、消費者が食品の選択により慎重になり、健康的な食品を提供するレストランが増加している。非濃縮還元(NFC)果汁、デトックスジュース、ヨーグルトなどの健康飲料の人気も高まっている。

データを見てもこの傾向は明らかだ。2015年には包装済食品の売上が引き続き減少傾向を示し、菓子、キャンデー類、アイスクリームの売上も共に11%以上減少。一方、ヨーグルトや機能性飲料の売上はそれぞれ20.6%と6%増加した。健康志向の高まりを受け、インスタントラーメンと飲料のリーディングカンパニーである台湾系の康師傅(カンシーフ)の16年上半期の純利益は、前年比で64.75%も減少した。コカ・コーラの中国での売上も大きく減少しており、なかでも低濃度果汁飲料の売上は二桁の減少を記



健康的な非濃縮還元(NFC)ジュースやヨーグルトは大人気



健康意識の高まりを受け、炭酸飲料と低濃度果汁飲料の売上は三桁の減少を記録

録している。
飲食面だけではない。生活用品についても、消費者の天然、健康志向が高まっている。中国市場において久しく絶対的優位を保ってきたP



生活用品についても消費者は自然由来の原料を使った製品を選択する傾向に

&Gとユニリーバの売上も減少を続け、化学原料を使用した製品よりも、自然由来の原料を使ったハンドメイドの石鹸類やノンシリコンシャンプーなど、より健康的な製品に人氣が集まっている。
健康管理への意識も高まり、ス

マートテクノロジーを利用した健康や体重の管理が注目を浴びている。市場調査大手の英系ミンテル(Mintel)社の「2016年中国消費者動向」によると、現在、スマホやタブレットを使って運動量の管理をしている消費者の割合は30%、今後ウェアラブル機器を使用した健康管理に興味を持つている人は74%にも達している。一方、亜健康(※)状態にある人の割合は2012年に75%だったのが15年には86%にまで増加、定期的なエクササイズが健康的な生活に重要と考える人の割合も64%に達している。



中国人の健康意識向上により、
日本企業にとっても大きなビジネスチャンスが
(写真:上海のミズノ専門店)

※「亜健康」(Sub-health)
yHeC.

健康と病気との中間状態を亜健康(半健康状態)という。亜健康の「亜」とは、亜熱帯の「亜」と同じ意味で使われており、深刻な生活習慣病の「予備軍」として中国でも注目されている。

器官、組織、機能上の疾患及び欠陥はないが、不快感、疲労感、脱力感、低反応、活力低下、適応力低下等を自覚し、常に焦りやイライラ、憂鬱、無力感を感じて、生活するのが辛い状態をいう。半健康の発生原因には、アンバランスな飲食、運動不足、睡眠不足、不規則な生活習慣、緊張、ストレス、長期的な体調不良などがあり、またアンバランスな飲食とはエネルギー摂取量過多、人工添加物摂取量過多、必要な栄養素の不足などを指す。

社会の発展に伴い、仕事によるストレスが増加、生活や飲食習慣も変化し、多くの若者や中年層が半健康状態に陥っている。WHOのデータによると、中国の半健康状態の人口は70%に達しているという。



中国政府も健康・医療を推進する政策を打ち出した

健康は単なるブームだけではなく、政府の方針でもある。「十三五（第13次5カ年計画…2016～2020年）」計画の綱要において、政府は「推進健康中国建設（健康な中国の建設推進）」という章を設け、医薬・衛生システム改革のさらな



スマートテクノロジーを使って運動量や健康を管理する消費者が増加中

【表1:健康中国2030主要建設指標】

分類	指標	2015年	2020年	2030年
健康レベル	平均予測寿命(歳)	76.34	77.3	79
	乳児死亡率(‰)	8.1	7.5	5
	5歳以下児童死亡率(‰)	10.7	9.5	6
	妊婦死亡率(1/10万)	20.1	18	12
	「国民体質測定基準」合格人数比率(%)	89.6	90.6	92.2
健康生活	住民健康素養レベル	10	20	30
	日常的に運動している人の数(億人)	3.6	4.35	5.3
健康サービスと保障	重大な慢性疾患による早期死亡率(%)	19.1	-10%	-30%
	常住人口千人毎の医師数(人)	2.2	2.5	3
	個人衛生関連支出が衛生関連の総支出に占める割合(%)	29.3	28	25
健康環境	地級及びそれ以上の都市の空気の質の良い日の割合(%)	76.7	>80	継続的改善
	地表の水質がⅢ類かそれ以上に達する比率(%)	66	>70	継続的改善
健康産業	健康サービス産業の総規模(兆元)	2	8	16

る全面的推進、国民医療保障システムの健全化、重大疾病の予防・治療及び基本的公共衛生サービスの強化、母子衛生保健及び出産関連サービスの強化、医療サービスシステムの改善、中薬の伝承及び発展促進、国民健康運動の普及推進、食品・薬品の安全性確保の8方面における具体的な目標を提示している。



社区(コミュニティ)医療服務中心など、一般医療衛生機関が中国医療システムの中核

さらに2016年10月には國務院が「健康中国2030計画綱要」を公布、健康的な生活の普及、健康関連サービスの改善、健康保障面の向上、健康的な環境づくり、健康関連産業の発展などについて具体的な発展目標とその戦略を示した(詳細は表1「健康中国2030主要建設指標」を参照)。以下では中国の医療環境の現状と、人々の健康意識に着目し、現在の健康関連の消費トレンドを紹介するとともに、中国健康関連産業の今後の発展の潜在力と方向性について考察してみることにする。

【表2:全国医療衛生機関数】

	2015年4月末	2016年4月末	増減
医療衛生機関合計	985181	987862	2681
I. 病院	26314	28072	1758
類型別			
公立病院	13314	12982	-332
私立病院	13000	15090	2090
等級別			
三級病院	1991	2142	151
二級病院	6933	7665	732
一級病院	7228	8936	1708
無級病院	10162	9329	-833
II. 一般医療衛生機関	920546	925250	4704
III. 専門公共衛生機関	35027	31375	-3652
IV. その他機関	3294	3165	-129

中国国家衛生計画委員会の統計によると、2016年4月末時点、全国の医療衛生機関の数は98万8千ヶ所。その内訳は、病院2万8千ヶ所(公立病院12万9千82、私立病院1万5千90)、一般医療衛生機関92万5千ヶ所、専門公共衛生機関3万1千ヶ所、その他0万3千ヶ所となっている。15年4月末比では、全国の医療衛生機関数は2万6千81増加、内訳は病院が1万7千58(公立病院が3千32減、私立病院が2万9千90増)、一般医療衛生機関が

中国の衛生・医療機関の現状

【表3:2016年4月末の各地区の医療衛生機関数】

	合計	病院	一般医療 衛生機関	専門公共 衛生機関	その他 機関
合計	987862	28072	925250	31375	3165
北京	9829	630	8970	113	116
天津	5259	407	4652	148	52
河北	78901	1589	75821	1268	223
山西	42254	1369	40353	457	75
内蒙古	24066	707	22601	660	98
遼寧	35469	1040	33323	950	156
吉林	20615	638	19381	442	154
黑竜江	20692	1018	18323	1298	53
上海	5012	343	4472	116	81
江蘇	32007	1602	28898	1248	259
浙江	31282	1061	29578	466	177
安徽	24890	1026	22058	1718	88
福建	27973	568	22929	1403	73
江西	38655	579	37154	810	112
山東	77870	1947	73573	2158	192
河南	71544	1554	67208	2472	310
湖北	36302	881	34679	572	170
湖南	62710	1192	58661	2748	109
広東	48502	1342	45174	1832	154
広西	34492	525	32272	1656	39
海南	5076	202	4744	119	11
重慶	19927	665	19076	156	30
四川	79854	2020	76491	1262	81
貴州	28752	1205	26277	1239	31
雲南	24206	1104	21863	1174	65
西藏	6824	140	6538	144	2
陝西	37143	1012	34211	1804	116
甘肅	28242	439	25860	1826	117
青海	6255	182	5889	180	4
寧夏	4345	174	4031	130	10
新疆	18914	911	17190	806	7



4704増、専門公共衛生機関が3652減少となった。数の面では、地域の衛生サービスセンター、郷鎮衛生院、診療所及び村の衛生室等を含む一般医療衛生機関が全体の94%を占め、全国の郷鎮、農村に分布するこれら一般医療衛生機関は中央政府の基礎衛生システム確立の重点対象となっている。（表2…全国医療衛生機関数／表3…2016年4月末の各地区の医療衛生機関数）

2016年1～4月、全国の医療衛生機関で診療を受けた人の数は25.4億人、前年同期比で3.0%増加した。内訳は、病院が10.

3億人(7.7%増)、一般医療衛生機関が14.3億人(0.6%減)、その他機関が0.9億人。さらに詳しく見ると、公立病院が9.0億人(6.1%増)、私立病院が1.2億人(20.7%増)だった。一般医療衛生機関では、地域の衛生サービスセンター(ステーション)が2.2億人(1.1%増)、郷鎮衛生院が3.4億人(5.2%増)、村の衛生室が6.3億人。2016年1～4月期に全国の医療衛生機関に入院した人の数は7239.8万人で、前年同期比9.3%増加した。内訳は、病院が5570.7万人(10.0%増)、一般医療衛生機関が1353



1万人(6.6%増)、その他機関が316.0万人だった。(表4)

2016年1～4月 各地区の病院及び郷鎮衛生院の医療サービス提供回数)

外来診療及び入院の費用で見てみよう。2016年1～4月期、全国の三級公立病院の外来診療1回当りの平均費用は289.4円で、前年同期比4.1%上昇した。二級公立病院の費用は187.6円で、2.1%増だった。全国の三級公立病院の平均入院費用は12892.9円で2.7%増、二級公立病院では5516.3円で2



2016年に最も話題となったシェアエコノミーの代表格「mobike」、新規参入が相次ぎ上海の道端は自転車だらけに

トレンドウォッチ

2016年

中国消費トレンド番付

中国消費は「スマホアプリ」と「コト」がキーワードに

景気減速も何のその。拡大が

続く中国消費だが、市場全体が一様に膨らんでいるわけではない。

1990〜2000年代の改革

開放による経済成長が一段落し、高級ブランドや白物・黒物家電など生

活必需品の大衆消費も満たされ

た。2010年代に入り、より各

人の趣向やニーズに合ったもののみ

を購入する傾向にあり、自分の好

きな(ほしい)モノやサービスに対す

る値段は厭わない。

情報収集の手段も、伝統的なテ

レビやラジオからパソコンや携帯電話

話にシフト。さらには昨今のスマート

フォン(スマホ)普及に伴い、中国全

土、老若男女問わず、スマホでの情

報収集及び伝達がもはや当たり前の

時代に。さらには16年には全国民

がいつても過言ではないほど隅々

にまで普及したスマホをベースとし

た、各種ビジネスやサービスが相次

2016年 中国消費トレンド 番付

東		西
双11	横綱	京東618
スマホ決済	大関	国産スマホ
出前アプリ	関脇	ライブ動画アプリ
mobike	小結	配車アプリ
網紅	前頭	VR
上海ディズニー	同	万達樂園
複合書店	同	DIY(手工)
コンビニ	同	家電体験店
	同	アウトレット
NFC果汁	同	第三波珈琲
殊勲賞	リオ五輪(水泳・女子バレー)	
敢闘賞	マラソン	
技能賞	二人っ子政策	

行司:キャストコンサルティング株式会社



単日で1207億元(約2兆円)の取引額を記録した「双11」を東の横綱として選出



「京東618」は「双11」に次ぐ中国最大のネット通販キャンペーン



いで生まれ、決済や交通など社会的インフラにまで浸透。スマホなしでは生きていけない」とは言い過ぎでも、スマホひとつで生きていけるほどのスマホ経済・生活圏が形成された。

このように中国消費が質量ともに変化していく中、16年に特に注目すべきトピックやトレンド、モノ、サービス、イベントなどについて「番付」にまとめた。中国現地からの現場目線、特に中国消費に影響を及ぼした事象や流行について、

弊社の独断と偏見でランク付けしている。

横綱はネット通販の大型キャンペーン「双11」と「京東618」

まず栄えある横綱として選んだのが、東「双11」、西「京東618」だ。特に「双11」は、昨年、一昨年ともに日本をはじめ世界中でも注目され、別に16年の目新しいトピックというわけではない。が、16年の取引実績も単日で1207億元(約2兆円)と驚異的な数字。話題性としての新鮮さはないとしても、やはり中国消費や世界に与えた影響力やインパクトを考えると、横綱として選出せざるをえなかった。特に16年は越境ECの天猫国際での取引増を当初から目標とし、実際に日本から

らの商品が国別でナンバーワン、商品別でもユニチャームや花王のオムツ、ミキハウスの福袋などがトップ10にランクインするなど、日本企業にとつても注目せざるをえないトピックとなった。

一方、西には双11ほどのインパクトはなかったが、それに対抗する新たな一大キャンペーンとして徐々に浸透する「京東618」を敢えて横並びにした。04年に家電やIT系のネット通販からスタートした京東(JD.com)。その創業日である6月18日を記念に始めたキャンペーンだが、16年には6月1日〜18日の期間中に受けたオーダー数が累計1億件を超えた。アリババ系淘宝及び天猫の最大のライバルと目されるB2Cのプラットフォームとして成長。テンセント(騰訊)からの出資も受け、微信やQQとの連携で今後どのような展開を見せるのかについての期待も込めて横綱とした。

大関にはスマホ経済圏形成の立役者に

16年は全体的に「スマホ」が主役だったといえるだろう。都市部を中心にアップルの 아이폰 人気は根強く存在するが、華為(ファウエイ)や小米(シャオミ)のほかoppoやvivoなどの国産スマホの躍進は、中

国でのスマホ経済圏の普及と拡大の立役者という意味合いにおいても、特筆すべきだろう。その「国産スマホ」を西の大関に番付した。

一方、東の大関にはアリババ系の支付宝やテンセント系の微信支付に代表されるスマホ決済を選出。これらサービス自体は15年に話題となったタクシー配車アプリの「滴滴打車」や「快的打車」によるキャッシュバックのキャンペーン合戦で一気に知名度及び普及が進んだが、コンビニやスーパー、レストランなどのリアル店舗で当たり前のように使えるようになったのは16年に入ってからだろう。筆者の周りの日本人の間でも、最近は「スマホひとつで財布を



国産スマホ[Vivo]は三三線都市で人気



虹色の帯が目立つ石家庄最大のコンビニチェーン「36524」



越境ECのスマホアプリも

中国コンビニ最前線レポート

実店舗の配達員がラストワンマイルを解決する「36524」

河北省の省都・石家庄のコンビニ事情

中国チェーン経営協会がまとめた「2016年中国都市別コンビニ発展指数」の中で、全国36主要都市の中で第7位にランクインした河北省の省都・石家庄。人口1076万人（15年末時点）を擁し、15年のGDPは5440.6億元で全国第30位。小売流通現場では、地元の「北国超市（スーパー）」が圧倒的な支持を得ており、カルフルーやウォルマートなど外資系も全く歯が立たない。

石家庄の主要コンビニチェーンは2つ。1つは河北国大連鎖商業有限公司傘下の「36524」、もう1つは天元集団傘下の「天元便利店」だ。地場最大手の「36524」は、石家庄に300店舗強、河北省全体で400店舗以上を展開している。

「36524」は1年365日、毎日24時間営業を特徴とし、河北省の消費者から高い支持を集めている。石家庄に加え、北京、天津、唐山、邢台、保定の6都市で展開しているコンビニのほか、都市部と農村部両方で展開する「365超市（スーパー）」も30店ほどある。また、鹿泉、平山、靈寿、藁城、元氏、井陘などの地区では「万村千郷」という農村コンビニも800店舗余り展開している。

「36524」では、電気、ガス、ケーブルテレビなどの料金支払いや

手帳にリアル書店 アナログ回帰の胎動



気に入りの関連商品を紹介し、多くのフォロワーを獲得している。また、オフラインでの手帳マーケットや交流イベントを企画し、多くの手帳愛好者やメーカーを集めるなど、その影響力も拡大しつつある。

手帳文化の流行に伴い、関連商品の売り上げも伸びている。台湾地区最大のネット書店・博客来（ボク来）の統計によると、2014年の手帳販売量は前年比4割増加。購入者は19～29歳の小資女（適度に経済力を有し、物心双方の満足を追求する世代）が主体で、1人平均2冊以上を購入するという。文具需要

も伸長し、博客来における文具アイテムの数は5万件を突破、紙製品やマスキングテープ、筆記用具の人気の高まっている。手帳にイラストを描くだけでなく、着色して彩を加えることも流行しており、美術用品や筆記用具の売り上げはそれぞれ前年比6割増、4割増の伸びを示した。

“文創”で息を吹き返す 実店舗型書店

アナログ回帰は手帳だけではない。書籍市場でも目立つ動きが起きている。全国工商聯書業商会の14年調査結果によると、過去10年間で5割近くの実店舗型書店が閉店に追い込まれたが、15年からリアル書店復活のトレンドが顕著になってきたのだ。

大型書店チェーンはどこも内装のリニューアルに着手、一線および二線級都市では独立型書店も雨後の筍のごとく開店している。さまざまな地域密着型書店、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。

リアル書店の“復活”の背景には、政府による優遇政策と、書店自身の自己改革がある。政策面では財政部が、13年12月31日から17年12月31日までの4年間、書籍卸売小売業界の増値税を免除することを決定。書店業界の財務負担は大きく軽減された。政府はさらに、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補助金を与えることも決定した。

一方、書店自身も、時代の変化に対し根本からの解決に取り組ん



雑貨や小物などの販売と書店をリンクさせた“文創”が、リアル書店復興の鍵に

できた。その一例が、“文創（文化性＋創造性）”をテーマに雑貨や小物などの販売と書店を結びつける複合型経営への相次ぐ転換だ。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。来店客は書籍のほかに“文創雑貨”や小物も購入でき、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も参加できる。商業とカルチャーを結びつけた新業態が続々と各地に誕生しているのだ。



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



中国のお洒落な書店では、大掛かりな手帳コーナーも登場。紙文化が静かに息を吹き返している

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>

TVやパソコンの普及期を飛び越えるようにオンライン&モバイル全盛期に突入した様子から、「二段飛ばし・三段飛ばしで進歩する国」とも呼ばれてきた中国。しかしここに来て、アナログ回帰とも思われるトレンドが見られ始めた。手帳やリアル書店など「紙」人気の盛り上がりだ。そもそもITは「紙の先にあるもの」なのか？ という文明論的な視点も意識しつつ、紙の母国・中国の今を見てみよう。

日本の「手帳」 (Shou Zhang) が人気

日本ではメモ帳としてだけでなく、日記、スケジュール管理、アドレス帳、レシート管理、家計簿、誕生日の告知、旅の記録など、多彩な用途で使われている「手帳」。

ここ数年は雑誌などでも特集が組まれ、著名人が自らの「手帳哲学」を発表、「手帳の使い方で人生が決まる」とさえ言われるほど、その地位を確かなものにしつつある。

その手帳が今、中国でひそかなブームとなりつつある。まだ愛好家による水面下での動きではある

が、同じ「手帳」の文字に“Shou Zhang”と中国語の読み方で、着実に支持層を広げている。

手帳人気は、まず日本から台湾地区に飛び火した。日本の手帳関連書籍が数多く翻訳され、台湾地区での“手帳の達人”も登場した。それにつづいて中国語訳の書籍や“達人”が登場、さらにはソーシャルメディアによるスピーディな情報拡散により、ここ数年、手帳人気は中国大陆へも広まってきた。SNS上でも手帳を題材としたコミュニティやフォーラムが生まれた。達人たちは自分のアイディアやお

編集後記

今回の巻頭特集では、日増しに高まる中国人の健康意識を背景としたヘルシー産業を取り上げました。中国政府によるぜいたく禁止令の影響もあるかと思いますが、経済成長が一段落し、夜な夜な会食や宴会が相次ぐといったバブル的で刹那的なライフスタイルも影を潜めるようになりました。

春節(旧正月)を控える時期においても、以前はどこのレストランも「白酒(高アルコール度数の中国蒸留酒)」の「甘ったるい」香りが充満していましたが、最近はそんな場面もまれ。宴席でお酒を口にしない人も多く、飲んだとしても体にいいとされるワインが関の山ではないでしょうか。「まずは白酒を酌み交わしてから仲良くなるのが中国ビジネスの“流儀”だ」と言われていたのも遠い過去のような気がします。

白酒だけに限らず、あらゆる場面で中国人の健康意識の高まりを感じます。コンビニの冷蔵棚に並ぶNFC(非濃縮還元)ジュースから無糖や減糖ヨーグルト、有機野菜レストランやサプリメントなど、食生活もガラリと変わりました。24時間営業のスポーツジムだけでなく、ヨガや体幹トレーニング、さらにはサイクリング器具を使った専門の施設などがモール等のテナントに目白押しです。

アディダスやナイキなど大手スポーツブランドも、ランニング専門のショップなどをオープン。空気がきれいな日などには外でランニングしている市民の姿もよく目にするようになりました。マラソン大会も中国各地で開催され、16年には200回超とも言われています。50歳を超える中国人の知り合いによると、最近はスマホSNSの微信でマラソンやサイクリングをする同級生の投稿が相次いでいるとのこと、「この歳になってやりすぎ」と思うほどの熱狂ぶりだそうです。

まだ中国ではメタバや糖質制限など日本で流行りの概念が広く遍くは浸透していませんが、これも時間の問題でしょう。日本での健康や食事、トレーニング方法、関連グッズなど、最新のトレンドや情報がスマホ経由で一気に関の間に広まるでしょう。日本企業もこの商機を逃さないようにしてほしいと願いをこめながら、会員企業様からもご要望を頂いた中国の医療事情を含めて特集にまとめました。(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 DECEMBER (vol.40) 2016年12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、社内外の人脈・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

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、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 〒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