

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

地元市民の心をつかむ、 キラリと光る地場系小売企業

中国最新マーケティング

チャイナ・リサーチ 業界&企業分析

EC業界の風雲児、 京東商城が目指す総合モール

自社配送にこだわる「中国版アマゾン」成長の軌跡

都市別マーケティングレポート 蘇州編~その1

江蘇省最大の経済発展都市 新施設開業で高まる消費意欲

インタビュー
中国ビジネス最前線 「現地企業のキーパーソンに聞く」
サブリー大国に挑む！
豪州発ブランドのブラックモアズ
自己管理意識の向上で拡大中、中国の健康補助食品市場

CHINA MARKET INSIGHT



中国最新マーケティング

2 巻頭特集

地元市民の心をつかむ、 キラリと光る地場系小売企業

4 中国小売企業ランキング

6 大商集団

8 重慶百貨大楼

10 山東銀座商城

12 万達

14 丹尼斯百貨

チャイナ・リサーチ 業界&企業分析

16 第2特集

EC業界の風雲児、 京東商城が目指す総合モール

自社配送にこだわる「中国版アマゾン」成長の軌跡

中国ビジネス最前線 ～現地企業のキーパーソンに聞く～

22 インタビュー

サプリ大国に挑む! 豪州発ブランドのブラックモアズ 自己管理意識の向上で拡大中、中国の健康補助食品市場

都市別マーケティングレポート 蘇州 編～その1

26 都市別調査

江蘇省最大の経済発展都市 新施設開業で高まる消費意欲

28 編集後記

巻頭特集

地元市民の心をつかむ、キラリと光る

地場系小売企業

内陸地方都市の消費をけん引する主役たち



中国市場はとにかく広大だ。13億人の消費市場とひとくくりにする場合もあるが、各省や地域によって人口や文化、生活習慣はもちろん、経済発展の度合いや消費レベルが大きく異なる。それゆえ、中国全土で事業展開をすることは困難を極めている。

一方、沿岸部に比べて内陸部の成長が著しいのもまた事実である。チェーン展開する大手百貨店及びショッピングセンターの各社で最高売上高を誇る店舗は、北京や上海だけではなく、地方の中規模都市にあることも多い。北京を拠点とする王府井百貨の各店のうち、2013年において最高売上高を記録したのは成都店(四川省)の32億6000万元である。その成都を拠点とする龍湖・北城天街は、重慶店の売り上げが最も良かった。伊勢丹の中国店舗のうち、最も営業収入が高いのは天津店だ。各地で巨大な消費市場が誕生しつつあることが分かる。

この地方経済の発展の恩恵を受け、同時にその成長をけん引するものが、各地に存在する地場系大手企業だ。百貨店やスーパーマーケットなど、地元市民の生活に密着した業態は、地場系企業の得意とするところである。

例えば、13年百貨店チェーンランキング(中国連鎖経営協会まとめ)で

2013年各百貨店・ショッピングセンターの
最高売上高店舗

企業名	店舗名	売上高(億円)
王府井百貨	成都王府井百貨	32.6
金鷹商貿	南京金鷹購物中心	40.0
銀泰商業	杭州武林銀泰	30.0
北国商城	石家莊北国商城	39.4
銀座商城	濟南銀座購物中心	25.9
燕莎商城	北京燕莎奧特萊斯	37.0
茂業百貨	深圳華強北茂業百貨	22.0
歐亜集團	長春歐亜	53.0
維多利集團	呼和浩特維多利商廈	13.3
國芳百貨	蘭州國芳百貨	28.4
世紀金花	西安金花鐘樓店	18.0
新世界百貨	北京新世界百貨	30.0
久光百貨	上海久光百貨	22.8
大洋百貨	南京大洋百貨	14.0
丹尼斯百貨	鄭州丹尼斯人民路店	28.6
遠東百貨	重慶遠東百貨	11.7
伊勢丹百貨	天津伊勢丹百貨	9.0
卓展購物中心	長春卓展購物中心	34.0
興隆大家庭	瀋陽興隆大家庭	30.2
万象城	深圳万象城	61.0
大悅城	西單大悅城	35.1
中央商場	南京中央商場	43.6
來福士	上海來福士廣場	12.0
龍湖・北城天街	重慶北城天街	17.0

(出所) 聯商網資料よりキャストコンサルティング作成

中国の地方都市に行くと大都市では見たことも聞いたこともない名前の商業施設を見かけることがある。しかしながら、それらの多くは地元市民の生活に深くかかわり、大きな支持を受けている。地方都市に拠点を置き、現地のニーズにきめ細かく応える地場系小売企業。その特徴と強さに迫る。



第2位となった大商は、遼寧省大連を拠点とする小売グループ。日本でも知名度があったマイカルを展開し、スーパーや家電量販店も経営する。同3位の重慶百貨大樓は総売上高37.6億元を誇るが、これは重慶市の社会消費品小売総額の7.3%に相当する額だ。この企業なしでは重慶消費市場は語れないという存在になっている。同4位の銀座集団は山東省済南を拠点としており、社名通り「銀座」ブランドを前面に掲げてスーパーからコンビニエンスストアまで手掛けている。

日本では、地場系小売企業と言うと、地元では高い人気を誇るもの大手の全国展開に押され気味で、先細り的なイメージがあるだろう。規模のメリットで負けてしまい、資金面のやり練りが困難な企業も多い。

ところが、中国では地場系企業は基盤となる地元をがっちり押さえており、独特な商品構成やきめ細かいサービスや消費者の心もつかんでいる。全国チェーンを展開するライバル企業としては、華潤万家や大潤発、ウォルマートやカルフルーなどが挙げられるものの、いずれもハイパーマーケット業態が多く、百貨店やコンビニとなると地場系企業の強さが目立つ。

今回は、中国各地でキラリと光る地場系小売企業を取り上げる。

2013年百貨店チェーン企業ランキング

	社名	売上高(億元)	前年比成長率 (%)	店舗数
1	上海友誼集團	608	6.7	45
2	大商 ⇒ P6~7	394	6.1	200
3	重慶百貨大樓 ⇒ P8~9	376	12.6	292
4	銀座集團 ⇒ P10~11	344	12.8	179
5	長春欧亚集團	282	17.1	75
6	北京王府井百貨(集團)	236	9.6	29
7	利群集團	228	6.8	580
8	天虹商城	220	8.1	62
9	煙台市振華百貨集團	219	15.2	113
10	文峰大世界連鎖發展	207	6.3	921
11	百盛商業	204	4.3	58
12	合肥百貨大樓集團	188	11.2	190
13	金鷹國際商貿集團(中国)	187	0.7	27
14	銀泰商業(集團)	191	11.4	36
15	万達百貨 ⇒ P12~13	155	38.6	75
16	山東濰坊百貨集團	151	14.7	570
17	新世界百貨中国	148	14.7	41
18	鄭州丹尼斯集團 ⇒ P14~15	142	16.4	181
19	遼寧興隆大家庭商業集團	140	12.6	29
20	北京首商集團	140	2.0	17

(出所)中国連鎖經營協會データよりキャストコンサルティング作成 ※数字は2013年末時点のもの

【参考】2013年中国チェーン企業ランキング

	社名	売上高 (億元)	前年比 成長率 (%)	店舗数
1	蘇寧雲商集団	1380	11.3	1626
2	国美電器	1333	13.5	1585
3	華潤万家	1004	6.7	4637
	※傘下の蘇果超市	338	2.1	2109
4	康成投資(中国)(大潤発)	801	10.6	264
5	沃尔玛(中国)投資	722	24.5	407
6	聯華超市	688	0.2	4600
7	山東省商業集団	611	24.2	575
8	上海友誼集団	608	6.7	45
9	重慶商社(集団)	602	10.6	326
10	百勝餐飲集団中国事業部	502	-3.8	6000
11	家樂福(中国)管理諮詢服務	467	3.2	236
12	大商	394	6.1	200
13	永輝超市	350	25.5	292
14	物美控股集团	325	10.3	696
15	武漢武商集団	306	14.5	100
16	石家庄北国人百集団	301	18.7	239
17	農工商超市(集団)	300	-1.0	2644
18	中百控股集团	293	11.8	1016
19	長春欧亜集団	282	17.1	75
20	宏図三胞高科技術	275	4.2	510

(出所)中国連鎖経営協会データよりキャストコンサルティング作成

※数字は2013年末時点のもの

沃尔玛=ウォルマート、家樂福=カルフル

【参考】2013年スーパーチェーン企業ランキング

	社名	売上高 (億元)	前年比 成長率 (%)	店舗数
1	華潤万家	1004	6.7	4637
2	康成投資(中国)(大潤発)	801	10.6	264
3	沃尔玛(中国)投資	722	24.5	407
4	聯華超市	688	0.2	4600
5	家樂福(中国)管理諮詢服務	467	3.2	236
6	永輝超市	350	25.5	292
7	農工商超市(集団)	300	-1.0	2644
8	海航商業	264	10.0	482
9	北京物美商業集団	217	7.3	547
10	步步高集団	211	18.3	445
11	特易購樂購(中国)投資	205	2.5	144
12	山東家家悦投資控股	190	4.5	601
13	新一佳超市	180	0.0	116
14	錦江麦德龍現購自運	175	14.4	75
15	樂天瑪特	155	-5.0	110
16	欧尚(中国)投資	150	7.0	59
17	北京華聯綜合超市	147	1.4	140
18	ト蜂蓮花	137	0.5	77
19	北京京客隆商業集団	136	7.3	234
20	新華都購物広場	135	6.1	118

(出所)中国連鎖経営協会データよりキャストコンサルティング作成

※数字は2013年末時点のもの

【参考】2013年外資系チェーン企業ランキング

	社名	売上高 (億元)	前年比 成長率 (%)	店舗数
1	大潤発(RTマート)	801	10.6	264
2	沃尔玛(ウォルマート)	722	24.5	407
3	百勝(ヤム・プランズ)	502	-3.8	6000
4	家樂福(カルフル)	467	3.2	236
5	五星電器	266	10.0	189
6	特易購樂購(テスコ)	205	2.5	144
7	百盛(パークソン)	204	4.3	58
8	金鷹購物中心	187	0.7	27
9	麦特龍(メトロ)	175	14.4	75
10	樂天瑪特(ロッテ)	155	-5.0	110
11	欧尚(オーシャン)	150	7.0	59
12	新世界	148	14.7	41
13	鄭州丹尼斯	142	16.4	181
14	ト蜂蓮花(ロータス)	137	0.5	77
15	屈臣氏(ワトソンズ)	135	12.5	1600
16	華地国際	134	16.2	46
17	麦当劳(マクドナルド)	103	14.4	1750
18	永旺(イオン)	87	8.5	44
19	宜家家居(イケア)	82	17.3	14
20	伊藤洋華堂(イトーヨーカ堂)	72	-2.9	65

(出所)中国連鎖経営協会データよりキャストコンサルティング作成

※数字は2013年末時点のもの



618 PARTY ON
6.1-6.20

特惠趴

图书音像5折疯抢

要玩

JD.COM



地址

搜索

热门搜索: 美食1元秒 数码商城 海信品牌日 300减100 五粮液500 手机919 一键退货券



Shopping from Overseas? Please Visit EN.JD.COM

来自海外的顾客? 请访问京东商城国际站

SHO

全部商品分类

首页

服装城

食品

团购

寻宝岛

闪购

金融

图书、音像、数字商品

家用电器

手机、数码、京东通信

电脑、办公

家居、家具、家装、厨具

服饰内衣、珠宝首饰

个护美妆

鞋靴、箱包、钟表、奢侈品

运动户外

汽车用品

母婴、玩具乐器

Hisense
联合钜惠
夏不为利
购买海信空调、电视、冰箱、洗衣机 即赠400元净化器 京东优惠券

金龙球狂欢月 感谢大回馈

京东音乐畅享礼品卡 你晒单 我买单

京东年货促销专场 史上最低价



京东快报

京东新款鞋
真人主场 美
酷古氏太阳
超等丰点券

话费

机票 酒店

第2特集

チャイナ・リサーチ 業界&企業分析

EC業界の風雲児、 京东商城が目指す

総合モール

自社配送にこだわる「中国版アマゾン」 成長の軌跡

EC業界で存在感を増している京东商城。

創業者の劉強東CEOの下、低価格競争でライバルを蹴落とし、発展を遂げてきた。

IT・家電製品を中心に、アパレルや書籍まで取り扱うなど、ネット界の総合百貨店として君臨している。

「中国版アマゾン」の異名を持つ同社の経営に迫る。

SARSきっかけにEC進出

京东商城(JD.com)の原点は、劉強東CEOが1998年に立ち上げたIT製品販売店である。2003年に電子商取引(EC)に参入後、07年に現社名に改名すると、右肩上がりの成長を遂げ

る。13年12月期の売上高は693億元に達し、今や中国を代表するEC企業となった。

劉CEOは74年生まれ。北京人民大学を卒業後、外資系企業勤務を経て、1998年に「中国のシリコンバレー」と称される北京の中関村で起業した。「京東多媒

京東商城の歩み

1998年	北京・中関村で起業。「京東多媒体」と名付けたカウンター形式の店舗でCD/DVDドライブを販売。
2003年	SARS騒動の時に経営が傾くが、これをきっかけに電子商取引市場に参入。
2004年	京東商場の前身となる「京東多媒体網」を立ち上げ。コンピューター製品の取り扱いを開始。05年には実店舗を全て閉鎖し、ECへの注力姿勢を鮮明に。
2007年	「京東商場」に改名。モバイル・デジタル関連製品を販売。
2008年	家電製品や日用品の取り扱い開始。年間売上が18億元に達する。当当、卓越アマゾン(現:アマゾン中国)を抜き、中国最大の自社プラットフォーム型B2Cサイトに。
2009年	アパレル、靴、化粧品、パーソナルケア用品の取り扱い開始。
2010年	食品、サプリメント、書籍の取り扱い開始。マーケットプレイス事業(楽天型オンラインモール)に進出。14年2月時点で2万9300社が進出。
2011年	音楽・映像コンテンツの取り扱い開始。
2012年	電子書籍の取り扱い開始。
2013年	音楽オンライン配信開始。

「体」と名付けたカウンター形式の店舗でCD/DVDドライブを販売し、わずか2年間で、中国でも有数のディスク関連製品の販売代理店にまで成長。着々と実績を積み上げる。家電量販店の国美電器や蘇寧電器(当時)の経営モデルを模倣し、03年までにIT製品専門のチェーン店を20店近く展開した。

転機となったのは03年のSARS蔓延騒動で経営が傾いたこと。これをきっかけに電子商取引市場に参入し、04年に京東商場の前身となる「京東多媒体網」を立ち上げた。05年には実店舗を全て閉鎖し、ECへの注力姿勢を鮮明にしている。07年に現社名の京東商場に改名。08年売上高は18億元に達し、当当、卓越アマゾン(現:アマゾン中国)を抜き、中国最大の自社プラットフォーム型B2Cサイトにまで成長した。

自社配送で付加価値向上

同社は「中国版アマゾン」と称される。アリババの天猫(Tモール)や淘宝网(タオバオ)、楽天市場のようなオンラインモール(仮想商店街)形式とは異なり、製品を自社で調達し、自社で注文を受け、自社で配送するという垂直統合型ワ

BLACKMORES®

澳佳宝



インタビュ

中国ビジネス最前線

〜現地企業のキーパーソンに聞く〜

サプリ大国に挑む！

豪州発ブランドのブラックモアズ

自己管理意識の向上で拡大中、中国の健康補助食品市場



中国の健康補助食品の市場規模は3000億元に迫り、米国に次いで世界第2位のマーケットだ。ポストコンサルティンググループ（BCG）によると、中国では自ら健康管理を行い、健康補助食品を購入する消費者層が拡大しているという。同市場は年11%のスピードで成長し、2020年には4000億元を超える規模になる見通しだ。この巨大市場を狙い、中国地場系ブランドに加えて、外資系ブランドも多数参入している。ただ、食の安全問題などの懸念から、中国政府による規制や取り締まり

が厳しくなっており、外資系のビジネスチャンスも細心の注意と工夫が求められる。

今回はオーストラリアの健康補助食品市場でトップに立つブラックモアズ（中国語で「澳佳宝」）の徐曼市場部高級経理に、中国における健康補助食品ブランドの発展について話を聞いた。

ブラックモアズの中国市場での現状について教えてください。

ブラックモアズは1930年に誕生した、オーストラリアの健康補助食品市場におけるNo.1ブランドだ。



売れ筋製品の魚油(フィッシュオイル)サプリメント

創業者は自然療法の概念を取り入れ、ビタミン、ミネラル、各種天然サプリメントなどのシリーズ製品を開発した。当ブランドはオーストラリアの国民的ブランドと言ってもよく、国民の3分の2が製品を使用している。ニュージーランド、マレーシア、シンガポール、タイ、韓国、中国、台湾、香港、マカオに進出中だ。

中国市場には2012年7月に正式進出した。現在、上海、北京、広州、アモイ、太原、石家荘、天津、武漢、大連、銀川、寧波、深圳、長沙、ハルビンなどに拠点を置く。天猫商城（Tモール）や京东商城、二号店などのインターネット通販サイトにも店舗を設けている。オーストラリアを訪れたことがある人は誰もが聞くブランド名なので、中国にもファンが少なからずいる。

中国市場での製品展開においてどのような戦略をとっていますか。人気製品は何ですか。

他の健康補助食品ブランドと異なるのは、我々の製品はGMP（適正製造規範）認証に加えてTGA（オーストラリア保健省薬品・医薬品行政局）認証も取得している点。技術や製品の質、効能面で保証が

あるということだ。容器もプラスチックではなく（遮光性に優れて）保存に適した茶褐色の瓶を用いている。オーストラリア市場では製品ラインアップが豊富だが、中国では法律的規制から輸入できない製品も多い。そのため、現在は魚油、月見草オイル、ブドウ種子サプリメントなどの売れ筋製品を中心に展開している。まずはブラックモアズと



中国語のホームページも開設し、商品紹介を行っている

江蘇省最大の経済発展都市 新施設開業で高まる消費意欲

店の久光百貨の売上高を比べると、11年は上海が19億8800万元、蘇州が5億6000万元と約4倍の開きがあったが、12年の前年比増収率は上海の5%に対して蘇州は28%に上った。

総合的にみると、蘇州はすでに繁栄している都市であり、上海と遜色ない。蘇州人のブランドや商品の質に対する要求も比較的高い。彼らの特徴は「目的のある消費」にお金を使うということ。たとえば、部屋の内装工事向けの出費は上海人よ

り多く、ぜいたく品消費も目覚しいものがある。しかし、理性的かつ保守的で、目立つことを嫌う蘇州人は、新製品への反応は鈍く、ブランド品もスタンダードでロゴ入りの物を好む。個性を追求し、衝動的で積極的な消費傾向が見られる杭州人とは大きく異なる。

グレードアップする南門商圈

蘇州の商圈は、主に新旧の2つに分けられる。「旧」は旧城区で、メインの観前街商圈、石路商圈、南門商圈からなる。商業施設が集中し、商業的雰囲気が濃く、多くの人出で賑わう成熟したこの地域は、大衆消費に的を絞った位置付けだ。一方、「新」は工業園区を取り巻く金鷄湖商圈と高新区商圈を指す。いずれも新興地域にあり、主にミドル〜ハイエンド層に的を絞り、仕事のために園区に居住している高所得のホワイトカラーや富裕層をターゲットとする。当初は閑散としていた地域だが、12年4月の地下鉄1号線開業によりアクセスが格段に向上し、人の移動も徐々に活性化している。

庶民的な大衆消費をメインとしてきた旧城区の観前街、石路および南門商圈だが、近年、それぞれが積極的に消費のグレードアップを進めている。観前街の美羅商城は高級路線を打ち出しており、蘇州で売り上げNo.1の百貨店である。グッチ、エルメス、ブルガリ、ラルフローレン、フェラガモ、オメガなどが入居し、高級化粧品も揃っている。13年にはプラダが2フロアで455㎡の規模となる大型店を出店。また、金鷹国際購物中心があった場所には、13年10月1日に観前街1

号購物中心が新装オープン。マークス&スペンサー、H&M、ギャップなどファッション性のあるブランドが入居し、若者層にアピールしている。

石路商圈に11年にオープンしたばかりの新蘇天地は、ショッピングモールらしい広々とした空間と各ブランドの旗艦店が消費者を惹きつけている。南門の泰華ショッピングモールは2億元を投じてリニューアルし、ルイ・ヴィトンやバーバリーなどが新たに新店。無印良品も大規模な旗艦店を置いている。ただ、この2つのモールの売上高は美羅商城とはまったく比較にならない。

いずれにせよ、大衆消費者はやはり小店舗における買い物という消費習慣を根強く持っているため、今後の消費者層のグレードアップが待たれるところである。将来的には、地下鉄1号線と2号線が石路商圈の広済南路駅で接続する予定で、同地域の集客増の起爆剤として期待される。

蘇州の新興地域にある金鷄湖商圈と高新区の商業施設は、ミドル〜ハイエンド路線に特化している。レストラン、バー、カフェなどがメインとなるレジャー路線のショッピングモールも多くある。(続く)



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
上海証券大廈北樓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

常にたくさんの人で賑わう蘇州の観前街エリア



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を無料で送付。
お申し込みは下記サイトから。

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

蘇州市は、江蘇省の中で最も経済が発達した都市だ。12年GDPは1兆2012億元で、全国6位である。蘇州市民は消費に保守的と言われてきたが、近年は久光百貨やイズミヤなど、新しい商業施設が次々に開業し、消費意欲が高まりつつある。今年4月イオンモールがオープンし、ますます注目される蘇州の消費市場を紹介する。

上海と遜色ない繁栄ぶり

経済指標を見ると、長江デルタの中では上海に次ぐ規模で、管轄下の常熟市、昆山市、呉江市、大倉市および張家港市の5つの県級市はそれぞれ全国の県(市)ベスト100のトップ5位を占めている。

蘇州の12年の1人当たり平均可

処分所得は3万7531円で、長江デルタ地域では上海、寧波に次いで第3位。12年の社会消費品小売総額は前年比51%増の3254億元で、上海に次いで第2位。1人当たり平均消費額は3万1100円で第5位、全国では第13位だった。

蘇州人の特長は「お金があっても使いたがらない」というもの。伝統

的概念の中では、常に「做人家」(勤勉と儉約の精神で家事を切り盛りするという意の蘇州方言)として有名だった。保守的観念にとらわれがちなため、消費は地味なイメージだ。杭州や寧波などの活気に溢れた商業的雰囲気と較べると、これまでは明らかに熱気に欠けてきた。

しかしながら、近年発展が著しい新興開発地域の園区には、高収入で消費性向も高い層が集中し、商業施設の相次ぐオープンと合わせて、12年以降は蘇州人の消費意欲が日に日に旺盛になっている感がある。上海と蘇州に店舗がある高級百貨

編集後記

2009年から始めた都市別レポート。取材に訪れた都市は50を超えました。当初は各地のカルフールやウォルマート、テスコ、ワトソズなど外資系小売チェーン店に目が向きがちでしたが、内陸の主要都市を中心に、必ずしもこうした外資系資本が強いとは限らないというのが分かってきました。むしろ、地場系の百貨店やスーパー、量販店などのほうが地元市民からの支持も厚く、どこも繁盛していました。

今回の特集で取り上げた済南（山東省）の「銀座」、重慶の「重慶百貨」、鄭州（河南省）の「丹尼斯」などはまさに地に根付いた流通集団。地元経済や消費力の発展とともに全国レベルでも上位にランクインするほどの実力を兼ね備えています。済南では「銀座」という見慣れた文言に親しみを覚えると共に、百貨店からスーパー、量販店、コンビニとあらゆる形態を揃えて市民のニーズに答えている姿には驚きを覚えました。

河南省の鄭州や洛陽、開封などでは、「千盛」や「新瑪特（NEW-MART）」といった大連（遼寧省）を拠点とする大商集団の店舗も多く見ることができました。同じ大連を拠点とする「万達」も、各都市で必ず視察に訪れるほど中国全土に進出しており、いまや中国小売業を引っ張るリーダー的存在になっています。

巨大化する中国経済を一つの市場としてではなく、各省ごとに細分化して見る必要があると思います。細分化された市場の中には、河南省のように1億人の人口を有する省もあります。この巨大なビジネスチャンスを見逃さずと狙う地場系有力小売企業を知っておくことは、特に内陸部で市場開拓を目指す日本企業にとってますます重要になってくるのではないのでしょうか。（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。1998年米シラキュース大学国際関係学修士課程修了。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Web戦略・Web制作・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）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。1998年米シラキュース大学公共関係(PR)学修士課程修了。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 2014 JUNE (vol.15) 2014年6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

© 2014 CAST Consulting Co., Ltd. All Rights Reserved

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！！

- ・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

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、百度（バイドゥ）、ペリトランス、ヴィンクス等（順不同）多くの企業様にご利用いただいております。今後、会員企業間の異業種交流なども開催予定です。



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