

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

技術力とマーケティング力で 「製造大国」を目指す

小米の取り組みから見る中国の「新・製造業」

トレンドウォッチ

SNS上で「晒す」達成感が ヒットのポイント

塗り絵ブック「秘密の花園」が大ブームに

都市別マーケティングレポート 金華編

金華ハムの産地 浙江省第6位の消費規模

インタビュ
中国ビジネス最前線
独自性打ち出すカフェチェーン、成功の秘訣とは
中国市場を徹底的に研究したマインコーヒー

中国では秋の行楽シーズンに入る

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



会員制サイト「キャスト中国ビジネス」
中国EC・マーケティング会員コース

CHINA MARKET INSIGHT



2 巻頭特集 **技術力とマーケティング力で「製造大国」目指す**

小米の取り組みから見る中国の「新・製造業」

現地の最新商品&サービス

16 **トレンド・ウォッチ** **SNS上で「晒す」達成感がヒットのポイント**
塗り絵ブック「秘密の花園」が一大ブームに

中国ビジネス最前線 ~現地企業のキーパーソンに聞く~

20 **インタビュー** **独自性打ち出すカフェチェーン、成功の秘訣とは**
中国市場を徹底的に研究したマーンコーヒー

都市別マーケティングレポート 金華 編

26 **都市別調査** **金華ハムの産地 浙江省第6位の消費規模**

28 **編集後記**

技術力とマーケティング力で 「製造大国」を目指す

小米の取り組みから見る中国の「新・製造業」

の下、製造業が新たな段階に入ろうとしている。
を上げていくのがその内実だ。
れるが、その中でも異彩を放つのが小米。
の取り組みから、中国の次世代製造業の姿が見えてくる。

製造大国から製造強国へ

中国が「世界の工場」から「世界の市場」へと変貌すると言われて久しい。安価な労働力を活用して低コストで製品を生産し、世界に輸出する経済モデルからの脱却が課題であるのは間違いない。その狙いは、経済の高度成長や可処分所得の増加、都市化の進展などに伴い消費が活性化している中で、一定程度は成功していると思われる。

一方、製造業はそのまま衰退していくのだろうか。確かに第三次産業やサービス業中心の経済構造に変化していくのが国の発展の流れとはいえ、製造業がゼロになるわけではない。日本やドイツのように高付加価値化に活路を見出す国もあれば、米国のように海外企業の誘致をまだまだ積極的に進めている国もある。中国の製造業の次の一手に世界も注目しているところである。

中国の李克強首相は2015年3月の全国人民代表大会（全人代）において、「製造大国から製造強国に転換する」と強調した。労働集約型のモノ作りから脱却し、生産効率が高く、高付加価値製品を生み出せる製造業への転

「中国製造2025」の10大重点産業

分野	内 容
次世代情報技術	半導体チップの国産強化
高度なデジタル制御の工作機械・ロボット	高精度の製品開発を促進
航空・宇宙設備	大型航空機の研究開発、月面探査事業の推進
海洋エンジニアリング・高技術船舶	深海調査・資源開発の強化、LNG船など競争力向上
先進鉄道設備	高速鉄道など世界をリードする鉄道システムの確立
省エネ・新エネ車	自主ブランドの製品を世界レベルへ
電力設備	水力、原子力発電設備の技術向上、新エネルギー推進
農業機械	穀物、綿花など戦略的作物の生産に使う農機を強化
新材料	特殊金属や高分子材料などの基礎研究、産業化を加速
バイオ・高性能医療機器	バイオ3次元(3D)プリンターなど新技術の応用実現



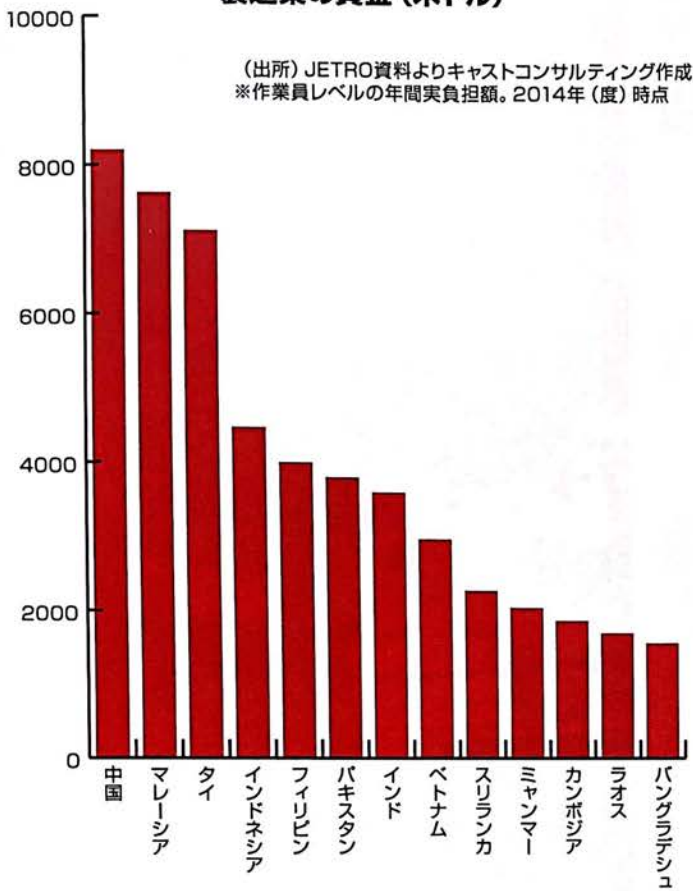
中国は今、「中国製造2025」という政策技術力の向上と業務の効率化で付加価値中心産業の一つとして家電産業が挙げられた。ただの格安スマホメーカーではない同社

換を目指すものだ。

これを受けて同年5月には「中国製造2025」という政策が発表された。これによると、まずは25年までにITなどを活用して製造業の全体の効率や水準を向上させる。そして35年までに米国やドイツ、日本など世界の「製造強国」の仲間入りを果たす。中国建国100年に当たる49年には、総合力で世界トップ級の製造強国になることを目指す。今後30年以上にわたる壮大な計画だが、国を挙げて製造業の底上げを図る意思が強く現れていると言えるだろう。

同政策の中では10分野の重点産業が指定された。次世代情報技術、高度なデジタル制御の工作機械・ロボット、航空・宇宙設備、海洋エンジニアリング・高技術船舶、先進鉄道設備、省エネ・新エネ車、電力設備、農業機械、新材料、バイオ・高性能医療機器と、いずれも成長著しい新興産業だ。特に、半導体チップの国産技術の強化や自主開発は中国の念願であり、また資源確保などには海洋エンジニアリングも欠かせない。「二帯一路（シルクロード政策）」という事実上の輸出促進策を進める上では、鉄道設備や電力設備の高度化も

製造業の賃金 (米ドル)



高まる労働コスト

必要になってくるだろう。製造業の底上げとともに、経済全体のレベルアップを図る意図が感じられる。

中国がここに来て製造業の変革やグレートアップを図っている背景には、もはや低コストの労働集約型産業では世界と戦えないという現状がある。JETROによると、中国の製造業の賃金(作業員レベルの年間実負担額。2014年(度)時点)は8204米ドルに上る。シンガポール

(2万6285米ドル)や台湾(1万8404米ドル)などを下回るものの、インドネシアの4481米ドル、インドの3618米ドル、ベトナムの2989米ドル、ミャンマーの2062米ドルなどを大きく上回る。単純計算すれば、中国の賃金水準はバングラデシュの5倍以上になる。これではコスト面で太刀打ちできない。中国の製造業がターニングポイントを迎えていると言われる所以である。



中国では労働者の賃金が上昇中

所有商品类目

所有分类 > 该条件下查找

点击隐藏筛选区

筛选区

综合

销量

信用

价格

¥

¥

旺旺在线

天猫

折扣

发货地

< 1/100 >

玩具/模型/动漫/早教/益智

描红本/涂色本
白模填色/模具彩绘
笔类
早教教具
拼图/拼板
积木类玩具

书籍/杂志/报纸

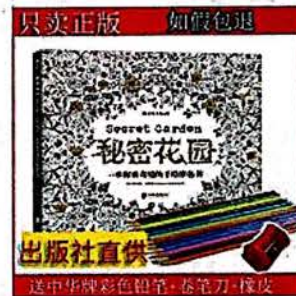
工艺美术
绘画
公务员考试
中国儿童文学
绘画/漫画/连环画/卡通



秘密花园正版
一本漫游奇境的手绘涂色书
¥23.00 销量7716
正版简体中文韩文秘密的庭院花园秘密花园韩国原版成人填色涂
leihen0209 浙江 金华



Secret Garden
秘密花园
¥35.80 销量43770
正版现货包邮 秘密花园+【送中华18色彩色铅笔】秘密的庭院
博库图书专营店 浙江 杭州



只卖正版 如假包退
Secret Garden
秘密花园
¥26.80 销量12260
线装正版 秘密花园 中文版 手绘
画涂鸭填色书西彩彩铅赠品 神秘
谢谢你的爱2888 北京



Secret Garden
秘密花园
¥31.50 销量8962
秘密花园(疯狂热卖8万册)+【送
中华18色彩铅】秘密的庭院
传书图书专营店 湖南 长沙

トレンド・ウォッチ 現地の最新商品&サービス
SNS上で「晒す」達成感が
ツツトのポイント
塗り絵ブック「秘密の花園」が大ブームに
瞬く間に人気が出た
塗り絵ブック

2015年6月頃から、塗り絵ブックの「Secret Garden (秘密の花園)」がSNSを中心に人気を集めている。微信(WeChat)の朋友圈では、その出来上がり作品をアップするのがブームになっており、その色鮮やかで、複雑かつ美しいデザイン絵を目にしない日はないほどだ。仕事で忙しい弁護士、会社の受付に座る新人女性職員、理財商品を扱う銀行員、専業主婦……あらゆる層がこの塗り絵に夢中だ。

「秘密の花園」は英国のイラストレーター、ジョアンナ・パスフォードさんが作成した。1冊の中には264の文字と96枚の白黒の複雑なイラストがあるだけ。花や植物、昆虫などのデザインがあり、読者は好きな色を使ってカラフルなイラストに仕上げている。

この塗り絵ブックは13年から英国、フランス、米国、カナダ、ブラジルなどで人気となり、その勢いは日本や韓国、タイなどアジアにも広がってきた。15年6月には北京聯合出版社と後浪出版が共同で中国版を刊行。瞬く間に人気に火が付き、京東、当当、アマゾンなどの新書ランキングでトップに立った。天猫(Tモール)における7月の販売数は12万冊以上に上り、京東では販売日の6月18日だけで2万5000冊を売り上げた。中国での累計販売数は300万冊以上とも言われる。これに加え、多数の海賊版が出回っているとされる。朋友圈における話題のトピック



中国で一躍有名になった「秘密花园」

は、「秘密の花園」をやったか
「秘密の花園」が届くのを待つ
ている」のどちらかに絞られると
いう風刺もあるほどだ。

癒しを求める都市市民に人気

「秘密の花園」がなぜこれほど
の人気を集めているのだろうか。
それは、このブックの独特なポジ
ショニングとSNS上での広がり
にポイントがある。

塗り絵ブックは通常、幼児や
児童向けの商品が多いが、「秘密
の花園」は「プレッシャー低減」や
「心の癒し」を訴求し、仕事や
生活で忙しい都市のホワイトカ
ラー層をターゲットにした。塗
り絵に集中すると、頭の中から
あせりや苛立ちが抜けていき、
自然とリラクセスできる。京東の

データによると、OLからの支持
が高いという。購入者の80%は
女性で、残りの20%の男性の多
くも女性向けプレゼントとして
買い求める者が多い。

心理学者に言わせると、この
塗り絵ブックは都市住民の心理
的ニーズに合致しているという。
何かとプレッシャーを抱える彼
らは解放感を求めているのであ
る。子供の頃に塗り絵をした二種
の懐かしさも、心のよりどころの
一つになっているのかもしれない。

筆者の知り合いにも塗り絵
ブックにハマっている者がいる。
「塗り絵はコツコツ行う手作業
のようなもの。細かくて精密な
作業を繰り返すことで、心も穏
やかになる」という感想が聞か
れた。またある者は、「秘密の
花園」のデザインはきれいで複
雑。でも、うまく塗れたら達成
感がある。この達成感がリラク
スにつながる」としている。

だが、実際は周りに刺激を受
けて始めた者が多い。微信の朋
友圏を開けば数多くの作品があ
ふれており、好奇心とともに「私
だったらもつとどうまくできる」
というチャレンジ精神が芽生え
てくるのだろう。SNS上でま
るで雪だるま方式でブームが広

がっていったのもうなずける。

SNSにアップ、 楽しみな友人からの評価

このSNSで広がった「秘密の
花園」ブームの仕掛け人は誰な
のだろうか。

まずは出版社の名が挙げ
られよう。彼らは京東や豆瓣
(SNSや掲示板機能などを
備えた総合ポータルサイト)など
のプラットフォームを活用し、事
前プロモーションに力を入れた。
発売前から、「スマホでの
撮影方法を手取り足取
り教えます! 塗り絵作
品を朋友圈にアップしよ
う!」などと盛り上げてい
た。元々、韓国ドラマの中で
「秘密の花園」が登場し、
一定の認知度があったこ
ともプラスに働いたのだら
う。

また、SNSユーザー
本人たちの盛り上がりも
忘れてはならない。ある20
代の女性は、「同僚が朋友
圏でアップしているから、
思わず買っちゃった。プレッ
シャーから解放されたい
気持ちの人もいるみたい
だけど、私はただ楽しいか

らやっただけ」とあっけらかん
と話してくれた。この場合、作品
を完成させる達成感と言うよ
りは、SNSにアップして友人か
ら評価を受けることこそが達成
感になっているようだ。芸能人が
この流れに乗っていることもブー
ムをさらに盛り上げた。韓国の
男性ボーカルユニット、SHINee
のキーが自作塗り絵をSNSに
アップして14万件の「いいね!」
を得たり、歌手の孫燕姿(ステ
ファニー・スン)が微博上でアップ



大龍在微博晒出500色铅笔



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 〜

独自性打ち出す カフェチェーン、 成功の秘訣とは

中国市場を徹底的に研究したマインコーヒー

中国のコーヒー消費量は2014年において50万トン以上に達し、市場規模は600億元近くとなった。北京市の成長率は18%に達した。中国全土には1万3600店のカフェがあり、関連企業は2200社を数える。産業全体での従業員数は50万人に上る。一方、中国人の年間コーヒー消費量はわずか5杯に過ぎない。北京、上海、広州などの大都市でも20杯程度で、世界平均の240杯には遠く及ばない。逆に言えば、まだまだ成長の余地がある市場と言えるだろう。

中国のコーヒー消費量は毎年10〜15%のペースで増加しており、世界で最も潜在性のある市場の一つだ。この中で、カフェチェーンの中

心は、中国系、欧米系、韓国系の三つとなる。欧米系の代表格はスターバックス。現在、中国の90都市に1700店舗を展開し、上海スターバックスの14年の売上高は31億5270万元に上った。韓国系はここ2年間の成長も著しい。大型カフェチェーンが雨後のタケノコのように現れているのである。代表格は、ズーコーヒー、カフェベネ、マンゴッシュクスなどだ。

ところが、店舗網を急速に拡大してきたカフェベネについては、経営不振と店舗の大規模閉鎖が伝えられている。同社は12年に中国に進出し、わずか2年間で600店舗以上をオープンした。だが、給与未払いや資金不足などの影響で店舗閉鎖が相次いでいる。15年に入って



独特な雰囲気の内

から各地で加盟店との契約破棄及び賠償や売掛金の回収騒動が起きた。

このトラブル続きのカフェネと線を画すのはマインコーヒー(漫珈琲)だ。11年に中国進出後、店舗数は138店とカフェネよりは少ないが、加盟店を慎重に選定し、厳格な管理体制を打ち出すことで、規模を着実に拡大し、経営も徐々に良くなってきた。

この対照的な韓国系カフェ。一つは経営危機にあり、もう一つは成長中。経営モデルや戦略の違いはどこ

にあるのだろうか。

今回はマインコーヒーの上海正大楽城店の王店長に、同社の中国市場での成功体験を聞いた。

マインコーヒーの紹介と、中国での事業展開を教えてください。

マインコーヒーは韓国発のカフェチェーンで、創業者は中国で長年飲食業の経験がある韓国人。中国のコーヒー市場に大きな潜在性を感じ、11年に北京麗都飯店に第1号店をオープンした。店内は広いスペースとゆったりとした雰囲気、ムードあふれる内装が売りだ。北京を中心に全国展開しており、現在は138店舗展開。一三線級の34都市で営業中だ。15年の目標は230店舗体制の構築。10年以内に3000店舗を展開するのが最終的な目標だ。

上海には現在、9店舗ある。今年の目標は20店舗のオープン。そのうち9店はすでに立地選定が済み、内装などの準備を行っている。

他の韓国系カフェと異なり、当社は韓国に店舗はない。当ブランドは中国の消費者の習慣や嗜好に沿って立ち上げた全く新しいものだ。他社チェーンが(イメージキャラクターなどとして)韓流スターを前面



豊富なメニューが人気の秘訣

に出しているが、当社はあくまでリラックスした雰囲気重視している。

他のコーヒーチェーンと比べて、マインコーヒーの最大の特徴は何ですか。

最大の特徴は、広くてリラックスした環境、少々イリュージョン的な内装と雰囲気だ。一般的なカフェの店舗面積は1000〜3000平方メートル前後だが、当社店舗は800〜1000平方メートル以上と広い。上海楽城店の1200平方メートル、杭州店

の2500平方メートルなどの超大型店もある。客はゆったりとした雰囲気の中で長い時間楽しめる。内装はナチュラル感とイリュージョン感をミックスしたもの。アンティーク調のテーブルやカルチャー色あふれる本棚、様々な大きさのソファを配し、ゆったりかつリラックスした気持ちに味わえるようにしている。水晶のランプや可愛い装飾も日常生活とは一線を画した雰囲気にさせてくれる。

特別なのは、様々なカラーの小熊のぬいぐるみを注文札代わりに用いていること。熊の色で注文の品を判断し、スタッフがテーブルまで届けて



浙江省第6位の消費規模 金華ハムの産地

と70～90元となる。ただ、ネット上で共同購入すると35～50元程度。また、両商業施設レストランは最新トレンドを行くものが多く、銀泰城には若者に人気のシューズブランドのVANSがあるなど、金華市の消費水準が一定程度まで達していることが分かる。

万達広場で盛り上がる東部地区

このほか、にわかに注目を集めているのは市東部に位置する、14年7月にオープンしたばかりの万達広場だ。主要施設及びテナントは、5つ星クラスの万達嘉華酒店、万達

百貨、万達IMAXシアター、大歌星KTV、大玩家電玩城、物美超市、大白鯨世界児童楽園、孩子王、ユニクロなど。万達が力を入れているのは子供向け施設だ。遊戯施設の大白鯨世界児童楽園は常に混雑しており、乳幼児製品を扱う孩子王の人気も高い。また、男性向けブランドが多いのも特徴だ。Fairwhale Jeans、Hobbema Paris、J.D.V、Cabbeen Urbanなどのトレンドファッションブランドが並んでおり、男性消費者の実力をうかがい知ることができる。日系ではチュチュアンナの集客力が高い。三線級都市におけるアパレルブランドの発展の可能性も感じられよう。ただ、この万達広場では、Tシャツ、短パン、サンダルという格好の近隣住民が目立ち、夜になると周囲の広場で散歩する者が目立つなど、郊外の雰囲気色が濃く漂うこともまた事実である。

浸透度高い日系ブランド

金華のような三線級の都市では新旧の「衝突」が良く見られる。夜になると少々清潔感に欠ける屋台食堂で地元市民が金華煲(ごった煮鍋)を頬張っている姿があり、一方では若者がプチブルジョア的なドリンクバーでフレッシュジュースを味わっている。スーパーでは乾燥塩漬にされた金華ハムがあれば、輸入品の高級チョコレートも売られている。若者は恒大百貨のような多少乱雑な場所で買い物を楽しみ、同時にVANSなどのブランド品も買い求める。

金華人の生活水準はすでに高いといえるだろう。スーパーでの日系ブランド品の陳列度と浸透度は二線級都市に劣らない。物美や福泰



年商8億元以上の百貨店・第一百貨

隆といった大規模スーパーではネピアのティッシュペーパーや資生堂のTSUBAKIやAQUAIRが揃い、花王のメリーズやロリエといった製品も主要陳列棚に並ぶほか、他の都市ではあまり見られないオペラの製品も置いてある。食品では、日清食品のカップヌードルや王、炒面大王などのシリーズが揃っており、麒麟の午後の紅茶や缶コーヒーのFireなども置かれている。また、どのスーパーにも大規模な輸入商品コーナーがあり、デンマーク製のバタークッキー、即席麺の出前一丁のほか、台湾地区製の調味料や東南アジア製のスナック菓子などが人気だ。物美の生鮮品コーナーでは、サーモンの刺身が刺身醤油と共に売られていた。消費水準の向上と共に、消費者の食に対する認知度が成熟していることが感じられた。



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
上海証券大厦北塔14楼
☎ 021-6321-3000
🌐 www.cast-marketing.com/
✉ service@cast-marketing.com

キャストコンサルティング

金華編

都市別マーケティングレポート



14年7月にオープンした万達広場。5つ星ホテルや百貨店、劇場なども入居する

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>

浙江省にある金華市は、世界3大ハムのひとつである「金華ハム」で有名だ。同省では杭州、寧波、温州に続く第4の都市圏。日用品の世界的な取引市場があり、中国の県級市で最も裕福とされる義烏市を傘下に置く。2014年のGDPは前年比8.38%増の3206億6400万元と、省内第7位、全国第53位に位置する。社会消費品小売総額は同13.2%増の1592億7000万元で省内第6位だ。

メイン商圈は江北

最も賑やかなのは江北商圈だ。人民広場商圈とも呼ばれる同エリアは、三線級都市の中でも比較的規模が大きい。西市商業步行街と、永盛購物広場、恒大百貨、第一百貨、銀泰城の4大商業施設がメインとなる。步行街の両側には飲食

施設やアパレル店が集中し、週末には多くの買物客が集まってくる。

第一百貨はオープンから30年以上経つ金華市の老舗商業施設。江北店に加え、江南店、義烏店、東陽店を展開する。江北店は12年から店舗のグレードアップを進めており、エステローダー、ランコム、ピオテルム、クリニック、ディオール、

ロクシタン、シャネル、シスレーなどといった化粧品の世界的ブランドのほか、ロンジン、ヒューゴボス、コーチ、スワロフスキーなどのブランドも入居する、同市で最高クラスの商業施設。年商は8億元超だ。

永盛購物広場は13年10月に開業。ユニクロ、H&M、ザラの3大ファストファッションブランドが揃う。顧客は若年層が中心だが、同市初のIMAXシアターがあり、多くのレストランもテナント入居していることからファミリー層も多い。ちなみに、銀泰城や永盛購物広場の映画館の入場料は比較的高く、欧米作品だ

※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

今回の巻頭特集では、スマホメーカーの「小米（シャオミ）」を取り上げました。労働コストが上昇し、人民元も切り上げ傾向にあるなか、製造業にとっての“魅力”がますますなくなる中国。90年から2000年代にかけて、安い労働力と巨大な潜在市場を求めてこぞって中国市場に進出した日系製造業は、どこも撤退か存続かの瀬戸際に迫られているのが現実ではないでしょうか。かといって、13億を超える人口を背景に拡大する中間層の旺盛な消費意欲を無視するわけにもいかず、中国政府が推奨する「中国製造2025」の政策がいかに自社に影響を与えるかについて研究する企業の声も聞こえてきます。

そうしたなか、高級ブランドの伊系ブルガリに勤める台湾人の友人が食事中におもむろに取り出したスマホ。普段はアップルの最新機種「iPhone6」を使い、仕事柄ブランド品をたくさん身につけている彼女ですが、そのスマホは小米製の「紅米2」。「これ699元だったけど全然悪くないわ。画面もそこそこ大きいし、画質や音もすごくいい。出張の移動時の娯楽用に使っているの」と嬉しそうに話していました。

「安かろう悪かろう」の代名詞だった中国製格安スマホ。これまでも周りで、見た目は悪くないけど、使い出すとだんだん反応が鈍くなっていく。やっぱりアップルのほうがいいという声を多く聞きました。一方で、以前深センで日系液晶パネルメーカーを訪問した際に、担当の方が「値段が安いからといって、品質の悪いものは出荷できませんよ。結局はアップルとほぼ同レベルの品質で卸しているの、実際のところ、中国格安スマホのほうがお得なんですよ」と聞いたこともあります。

圧倒的な販売力をバックに、部品メーカーの足元を見るかのごとく値下げ圧力を加えてくる小米。しかし、それは消費者に対して「安かろう良かろう」な商品を提供するためでもあります。ただ、その「安かろう」が日系メーカーにとっては“ありえない”値段設定になっているのも事実です。「ほぼ利益はないだろう」という日系同業の方からの声を背景に、小米はどのように利益を確保しているのか、もしくはスマホはあくまでも“撒き餌”に過ぎず、より壮大な野望と戦略を持っているのか……。その実態に迫りました。（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。



蒋佳玲

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 2015 SEPTEMBER (vol.27) 2015年9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

© 2015 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

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。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