

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

内陸部の巨大消費都市、 武漢と長沙

発展を遂げる中国内陸マーケット

小売・流通現場 注目商業施設を徹底研究

北欧色溢れる 「武漢IKEAモール(薈聚・LIVAT)」

15年の武漢の目玉、郊外型モールの新トレンド

中国・街角ウォッチ

街角で出くわした面白発見&驚き

都市別マーケティングレポート 厦門編 ~その1

台湾地区の影響も色濃い福建省の経済都市

CHINA MARKET INSIGHT



2 巻頭特集 内陸部の巨大消費都市、 武漢と長沙

発展を遂げる中国内陸マーケット

小売・流通現場 注目商業施設を徹底研究

22 第2特集 北欧色溢れる 「武漢IKEAモール(薈聚・LIVAT)」

15年の武漢の目玉、郊外型モールの新トレンド

中国・街角ウォッチ

28 連載企画 街角で出くわした面白発見&驚き

- 「ウコンの力」に激似の韓国系エナジードリンクが!!
- 微信公式アカウントがブランディングの主流に??
- 上海のコンビニに「白い恋人」が!!
- 今年の注目広告スポットは中古車販売の「優信」に!!

都市別マーケティングレポート 厦門編~その1

30 都市別調査 台湾地区の影響も色濃い 福建省の経済都市

内陸部の巨大消費都市、 武漢と長沙

発展を遂げる中国内陸マーケット

請按行驶方向选定车道

て欲しい。

少なく、進出は及び腰になりがちだ。

漢、平和堂が大きな存在感を誇る長沙など潜在力

し、そのビジネスチャンスを探る。

内陸部を目指す日本企業

世界第2位の経済大国になった中国。その始まりは鄧小平氏による深圳経済特区が成立した1978年といえる。海外から安価な労働力を求めて多くの企業が進出し、各地で工場建設のラッシュとなった。その後、沿岸部を中心に、上海や蘇州、厦門、青島、大連など各地で経済開発区が設けられ、海外からの直接投資の増加が現地の経済水準を押し上げた。

二桁台の急成長とともに中国人の消費水準も向上し、勃興する沿岸部の消費市場を目指し、90年代後半からリーマンショック前の2007年頃まで商業・流通企業の進出も相次いだ。一方で、内陸都市はこうした沿岸部での経済発展がひと段落してからの離陸となり、2000年代後半になつてから徐々に成長のペースを早めていった。

08年のリーマンショックによりその勢いはさらに強まり、沿岸部での成長が頭打ちになる中、内陸都市は政府による積極的なインフラ投資にも後押しされ、二桁台の急成長時代を迎えた。日本でも「これからは内陸都市の時代だ」と成都や武漢への投資を促すような論調もメディアで見られるようになり、潜在性を高く秘めた内陸都市に早めに進出すること



長沙平和堂

で先行者利益を得ようといった話もあるほどだった。

そうしたなか、日本では内陸都市の代表格として、成都と長沙が注目を集めた。四川省の省都・成都は、イートヨーカ堂が96年に進出し、地元市民の圧倒的な支持を集め、日本を含む全店舗のうちトップ5に入るほどの売上高を達成するようになった。

一方、湖南省の省都・長沙では、滋賀県を拠点とするスーパーの平和堂が98年に百貨店を開き、同じく地元市場で大きな勢力を形成するに至った。このイートヨーカ堂と平和堂の成功が、成都と長沙の日本での知名度を高めただけでなく、日本企業でも内陸都市で地元市民に愛される店舗として、やがていける、先行列として取り上げられるようになった。

これを背景に、またイートヨーカ堂と平和堂というプラットフォームを得た日本の商業、小売流通、サード・ビジネス企業は、商業都市である成都と長沙の両都市への進出を加速するのだが、中国国内では、実はそれぞれ隣の大都市である重慶や武漢のほうに、政治的にも都市的にも重要で大きいとの認識だ。直轄市である重慶と湖北省の省都・武漢、それぞれ工業都市として発展した経緯を持つのも共通点だ。特に武漢は東西南北に向かう鉄道や高速道路の交差点に位置し、古くから交通の要衝として栄えただけでなく、中国第3位の自動車メーカー、東風汽車のお膝元として、日産とホンダを誘致している。また、重慶でも、スズキが1993年に進出し、地元のタク



中国の内陸市場が「熱い」といわれ沿岸部に比べると消費現場の情報がしかしながら、イオンが進出する武を秘めた都市が数多く存在する。改めて中国内陸市場の魅力进行分析

シーにも採用され現地に密着するなど、自動車業界での存在感は抜群だ。

人口的にも経済規模（GDP）的にも重慶や武漢に進出するのが妥当と思われる有望市場ながら、日本からの小売流通系の進出は盛り上がりには欠けていた。成都や長沙から発する華やかなイメージとは違い、どことなく陰気でゴミゴミした雑多感を醸し出す両都市だが、その扉をこじ開けたのが14年に武漢に初店舗をオープンしたイオンだろう。

広東省や山東省の青島、北京、蘇州などで着実に実績を伸ばし、知名度も高めているイオン。いよいよ内陸の大都市、武漢の消費市場をターゲットにしたことは、武漢の消費水準や現場がようやく国際化や多様性を求め始めたというメッセージとも読み取れる。イオンを介して家具チェーンのニトリが中国初進出したように、今後、日本企業の武漢や内陸都市への進出が促される可能性も秘めている。

今回は武漢の消費現場について現地視察を踏まえた分析を行い、14年9月号で比較特集を組んだ「成都 VS 重慶」のように長沙との比較のうえで、日本企業にとつてのチャンスを探りたいと思う。

二つの「湖」革命の中心地

武漢は湖北省の省都で、世界三大河川の二つである長江及びその最大の支流である漢水が市の中央を流れている。武昌、漢口、漢陽の三つの地域からなる。縦横無尽に河川が流れ、その間にある湖は166を数える。水域面積は市全体の4分の1を占めるなど、特徴的な環境を持つ。

武漢は3500年の歴史を持つ古都で、近代では中国民主革命の発祥地として知られている。また、政治の中心地でもあった。中華民国時代には漢口地域が繁栄し、前述3地域の総称「武漢三鎮」の実力は上海に次ぐものであった。科学教育の重点地域でもあり、14年時点で高等教育施設が98カ所ある。これは北京に次いで中国第2位の規模だ。教育部直属の全国重点大学の数も中国第3位で、大学生及び研究生の総数は107.26万人と全国トップである。華中地区で経済が最も発展し、1000万超の人口を抱える大都市でもある。三鎮がそれぞれ大型商圏を有し、規模も巨大で、内陸市場に進出する際には無視することはできない都市である。

一方、長沙は湖南省の省都で、約2400年前の春秋戦国時代に楚が建設した都市である。宋の時代に

◆都市比較

都市名	武漢	長沙
面積	8,494平方*。	11,819.51平方*。
常住人口	1033.8万人	731.15万人
GDP (2013年)	1兆69億元	7824億元
1人当たり平均可処分所得	3万3270元	3万3662元
社会消費材小売総額	4369.32億元	3162.07億元
行政区	武昌、漢口、漢陽の三つの「鎮」から構成される。長江とその最大の支流である漢水に挟まれていて、「武漢三鎮」と呼ばれる。江岸区、江漢区、礄口区、漢陽区、武昌区、洪山区、青山区、東西湖区、蔡甸区、江夏区、黄陂区、新洲区、漢南区の13区からなる。	6区、2県、1県からなる。 市区:芙蓉区、天心区、岳麓区、開福区、雨花区、望城区 県:長沙県、寧郷県 県級市:瀏陽市
交通	<ul style="list-style-type: none"> ◆空港:武漢天河国際機場(76都市と定期便で結ぶ) ◆鉄道:京広高鉄と滬漢蓉高鉄の交差点で、全国でも重要な鉄道ハブ。13年の旅客輸送者数は1.2億人で、北京や広州を上回る。 ◆「百湖之市」と呼ばれ、橋梁やトンネルが多い。橋は1300あまり。長江大橋は長江を跨ぐ初の橋梁 ◆地下鉄:1号線は04年開業。地下鉄開業都市としては中国で5番目。2号線は12年に開業。長江を横断する初の地下鉄。現在4路線が運行中で、17年には軌道交通網が全市をカバーする見通し。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆空港:長沙黄花国際機場 ◆鉄道:南北を貫く京広鉄路と東西を貫く滬昆鉄路の交差点。長沙駅と長沙南駅(京広高鉄と滬昆高鉄のターミナル)が代表的駅。 ◆地下鉄:12路線のほか、空港までのリアモーターカーも計画。2号線が14年に開業。15年末にリア、16年に1号線が開業予定。
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ◆長江沿岸の対外開放第一陣の都市の一つ。フランスが最大の投資国で、フランスの対中投資の約3分の1を占める。世界500強企業のうち216社が進出しており、中西部地区でトップ。 ◆武商集団、中商集団、中百集団(同3社で「武商聯(連合)」を設立)、漢商集団の代表的商業企業があり、いずれも上場企業。武商集団は中国初の商業上場企業。 ◆1911年10月10日に武昌で起きた辛亥革命がその後の中華民国成立につながった。武漢は革命の中心地。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆娯楽業が盛んで、地元民の娯楽向け支出も多い。足マッサージが有名で、「脚都」とも呼ばれる。 ◆湖南衛視は中国で売上高及び視聴率で最高を誇る地方テレビ局。人気番組は「超級女声」「快樂男声」「爸爸去哪儿」「我是歌手」など。 ◆05年10月に長株潭(長沙、株洲、湘潭)都市群計画が発表された。それぞれ、湖南省で第1、2、5位の規模を誇る都市で、距離は40*。圏内。長株潭城際鉄路は16年に開業予定で、都市間を30分以内で結ぶ。

**経済の武漢
VS消費の長沙**

設立された岳麓書院は中国四大書院（現在の大学に相当）の二つ。長沙が文化と教育に力を入れていた時代に来たものである。明及び清の時代は中国四大米市の一つで、豊かな都市だった。また、毛沢東が勉学に励み革命活動を行った地域でもあり、革命の聖地とも言われる。

華中地区における長沙の経済的

14年における武漢のGDPは1兆69億元で、華中地区でトップだが



長沙・黄興路步行街の歩道橋

た。15の副省級都市の中では第3位。全国では上海、北京、広州、深圳、天津、重慶、蘇州に次ぐ規模を誇るなど、その経済的実力は看過できない。第一次産業は350.06億元、第二次産業は4785.66億元、第三次産業は4933.76億元で、第三次産業が占める比率は49%に上っている。

武漢は重要な工業基地の一つで、五つの産業の生産値が1000億元を超となっている。自動車及び部品が2346.15億元、電子・ITが1713.03億元、設備製造が1676.49億元、食品・たばこが1351.32億元、エネルギー及び環境保護が1004.99億など。中西部の金融センターでもあり、武漢に拠点を設けている金融機関は19社、サービス拠点を設けているのは33社

**大亀浩介の中国ビジネス
コンサルタントの眼**

**巨大都市・武漢はまだ発展中
インフラ投資と消費の現代化が進む内陸都市**

湖北省の省都・武漢を訪れました。中国内陸部のこの巨大都市は、東西南北に延びる交通網の要所で、古くから流通業が発達。また、工業都市としてのイメージも強く、日産やホンダなどの合弁先の中国第2位の自動車メーカー、東風集団が本拠を構えています。

市内に足を踏み入れた第一印象は「巨大、雑多、乱（無秩序）」。

元々長江を境に発展した武昌、漢口、漢陽の3鎮（地区）が合併して一つになったことから巨大な面積を有し、車で運転していてもひたすら都市が続く感じです。常住約1000万強の人口を擁しており、商業施設だけでなく路上も多くの人でごった返しているという雑多な風景が見られます。

街中は「経済減速ど吹く風」といった趣で、依然「経済発展真只中」とでもいうようにインフラ投資が活況。地下鉄や道路、マンションなどの工事が至るところで行われ、道路が急に封鎖されたり、建設資材が無造作に路上に置かれていたりなど、街全体が未整備の「乱」状態です。また、車線を無視する（気にしていない？）運転や車道を横切る歩行者は日常茶飯事で、至近距離の歩行者を避けながらの運転に神経をすり減らしました。

こうした経済発展は商業や消費面でも垣間見ることができます。4年前に訪れた際には、地場系の武商集団が根強く市民の支持を集めていました。百貨店からスーパー、量販店を満遍なく展開し、外からのよそ者は受け付けないといったイメージすらありました。しかし、そうした内陸部特有の閉鎖感

も海外や沿岸都市の影響、さらにはスマホを中心とするネット発の情報により、徐々に多様化が進み、現代化の波が一気に押し寄せているようです。その象徴が日系のイオンや家具メーカーのスウェーデン系イケアが運営するショッピングモールでしょう。特に新興住宅区にオープンしたイオンは地下鉄の金銀潭駅にも隣接し、清潔感溢れるフードコートや子供の遊戯施設など、周辺の地元住民の心をしっかりと掴み、レストラン街なども家族連れで賑わっていました。

また、旺盛なインフラ投資による経済成長は高額消費にも現れています。欧州系高級宝飾ブランドに勤める友人によると、鄭州や西安と並び、武漢の販売は好調とのこと。贈答品目的の色が濃い腕時計は苦戦しているものの、宝飾品は個人用途向けに販売を伸ばしているそうです。

まだまだ伸びしろを感じる武漢の消費現場。巨大な面積と雑多な人口には、海外や沿岸部からの新しいモノを受け入れてもまだ足りないほどの余裕すら感じ取れる視察となりました。



映画関係のアトラクションを集めた屋内遊園地「万達電影樂園」



モノレール1号線「竹叶海駅」から歩道橋で連結

小売・流通現場 注目商業施設を徹底研究

北欧色溢れる

「武漢-IKEAモール

（薈聚・LIVAT）」

15年の武漢の目玉、郊外型モールの新トレンド

2015年の武漢における最大の関心事は、IKEAモール「薈聚」（以下、LIVAT）のオープンだろう。無錫、北京に続いて中国国内3店目、世界では59店目の出店となる。総面積30万平米（うち商業面積17.2万平米）で中国国内最大規模の面積を誇るショッピングモールが、武漢漢口区三環近くの郊外に開業した。家具量販店のIKEAを筆頭に、国内外400以上のブランドが出店する同モールに、15年4月30日のオープンからわずか4日間で50万以上の客が訪れた。

「IKEAがショッピングモールをオープンする？」―多くの人がこのニュースに驚愕した。LIVATの開発及び運営母体は、IKEAグループ傘下の

「宜家購物中心集團（Inter IKEA Centres Group、以下IICG）」。世界中でショッピングモール経営事業に乗り出しているが、中国でのIKEA人気の高さに乗じたIICGは、100億元以上を投資し、中国国内3箇所（うち2箇所）にLIVATを開業。今後2年以内に、少なくともあと5〜6店舗オープンする予定という。

一体、この北欧風ショッピングモールのどこがそれほど人気なのだろうか。今回、我々は、実際に武漢のLIVAT店舗に赴き、あらゆる角度からその秘密を分析することにした。

北欧色溢れる内装デザイン

車で近づくくと、まずその建物の巨大さに驚かされる。一目ではショッピングモールの全容を推し量ることが出来ないほどだ。そして、遠くからでもあのIKEA特有の青い箱型の物体を、そしてそれに続く巨大なひし形建築を望むことが出来る。北欧風の独特の風貌を構え、千湖の都市とも呼ばれる武漢に相応しく、水をモチーフにした設計が目を引く。外壁は水のカラーイメージと形状を模し、ショッピングモール入口の至る所に設置されている水滴型のオリジナルランプや、石材を組み合わせたさまざまな模様の床模様が、訪れた人にまるで雨の中にいるような感覚を呼び起こさせる。

LIVATの内装デザインにも、簡潔、自然といった華美ではないがデザイン性に富んだ北欧の特徴が表現されている。特に目を引くのは、公共スペースの広さである。店舗スペースと公共スペースの比率は62対38。たとえ駐車場が満車になるほど多くの客が訪れたとしても、一旦モール内に入れば、その混雑を少しも感じさせないほど気持ちよくゆつたりと買い物ができる広さだ。日照時間が少ない北欧の習慣からか、LIVAT内はガラス張りの

天井が採用されている。昼間は自然光を利用することが出来るため環境にも優しい。北欧風の弧を描いた滑らかな動線と、階が上がるに従って2メートルずつ狭まるフロア設計が、自然光を各フロアに満遍なく行き渡らせ、広々とした空間を演出している(一方、この特徴的なフロア設計のために、3〜4%にあたる賃貸スペース分の収入を犠牲にしていることにもなるのだが…)。悪化の一途を辿る大気汚染対策に、新しい空気循環システムを採用。天井に



水のカラーイメージと形状を模した外壁が目を引く

◆基本情報

ディベロッパー	英特IKEAショッピングモールグループ (Inter IKEA Centres Group)
開業日	2015年4月30日
面積	総面積30万平米、商業面積17.2万平米
フロアガイド	1階:IKEA/室内駐車場/スケートリンク/子供向け遊戯施設 2階:IKEA/アパレル/生活雑貨 3階:IKEA/アパレル/生活雑貨/子供向け遊戯施設 4階:レストラン/家電/映画館 ※ 物販テナント以外の比率は約40%。そのうち飲食施設が25%、子供向けを含むレジャー施設は5〜7%。将来的には、物販テナント以外の比率を50%以上に増やす予定。歯科医院や英会話学校などのサービス系テナントも適宜設置予定。
主力店舗	IKEA、欧尚超市(Auchan/オーシャン)、迪卡儂(Decathlon /デカトロン)、蘇寧電器、金逸影城(映画館)
アクセス	硤口区長宜路 路線バス:546、560、621、736、737、741、722番の「硤口区工農路老年公寓駅」から徒歩10分。 モノレール:1号線「竹叶海駅」から歩道橋でIKEAに連結。徒歩10分。 車:屋外3箇所、屋内1箇所の駐車場設置。収容数4700台

中国・街角ウォッチ

街角で出くわした面白発見&驚き

「ウコンの力」に激似の韓国系エナジードリンクが!!

ハウス食品が15年の春先から中国で販売をスタートした「ウコンの力」。上海の日本食レストランやコンビニなどでPOP広告が貼られ、スーパーでも販促棚に山積みになって販売されるなど、露出も一気に高まっている。

値段は1本(100ml)約25元(約500円)と高め。日本のコンビニで200円前後で売られていることを考えると、ちょっと手が出せない状況だが、健康志向を急速に高める中国人消費者の心をいかに掴むかが注目どころだ。そうしたなか、上海市郊



上海南翔のローソンで見かけた韓国製「ウコンの力」(?)

外で「小籠包」が有名な南翔を訪れた際に立ち寄った日系コンビニのローソン。そこでもウコンの力が販売されており、「さすが」と思った矢先、その傍にパッケージが激似の健康飲料を発見した。一瞬、「容量が多めのものも販売しているのか」と思ったが、よく見ると「優勁(U-ENERGY)」の文字が。アミノ酸系のエナジードリンクで、値段も1本(300ml)約13.6元とかなりのお得感だ。

「また擬似品か…」と思い、製造元を確認すると、「原産国・韓国」となっており、無錫の商社が輸入している模様。とはいえ、このデザインはいかにも「確信犯」的な模倣だろうと思うが、一方で、模倣されるほどすでに知名度を高めている「ウコンの力」の市場浸透力を称賛すべきなのかもと思った。

微信公式アカウントがブランディングの主流に?!

上海のITやデザイン系企業が集まるオフィスビル街。そこで赤色のTシャツを着た若い女性がしきりに道行く人に話かけている。手に持ったうちわのようなプラカードを見せながら立ち止まった人のスマホ画面を眺める。

興味深々に声をかけてみると、彼女は食品メーカー大手の台湾系「統一」の販促スタッフ。新発売のトマト100%ジュースの売り込みだが、求められたのは、微信(WeChat)の公式アカウントにフォロー登録してほしいとのこと。早速、微信を開き、プラカードに印刷されたQRコードを読み取り登録を完了。その後、

傍にあったコンビニから冷えたてのトマト缶ジュースを1本御礼として頂戴した。

公式アカウントではトマトがいか健康にいいかの説明に加え、微信のネットショップ「微店」への入り口にもなっていた。トマト含む野菜ジュースといえば、カゴメが中国でも市場を先行する状態になっているが、後発組の統一がそのパイを奪うべく、いよいよ本格参戦してきたのだろう。

中国でも即席麺や飲料で圧倒的な知名度を誇る統一だが、このようにベタな人海戦術による販促を地道に行っているところを目にし、台湾企業をしたたかさを感ずるとともに、今後の販促に「微信」の活用が必須になってきていることを同時に実感した。



地道に道端で微信のフォロワー登録者を集める台湾系飲料メーカー統一

上海の「白恋人」

「白い恋人」が!!

インバウンド消費に沸く日本。特に中国からの観光客による「爆買い」が注目を集めている。銀座のメインストリートで大きなスイーツケースを引きずりながら歩く中国人観光客の姿はもうありきたりな光景にもなっている。

そうした観光客にとって最後の爆買いのチャンスとなるのが空港の免税店だろう。その免税店で搭乗前に最後購入するものが、「白い恋人」や「ロイス」、「じゃがポックル」などの北海道銘菓ではないだろうか。

いまや中国人の間でもかなりの知名度を誇り、日本土産の定番となっている白い恋人。先日、上海の自宅



上海のコンビニでは日本土産の定番「白い恋人」も販売

近くの台湾系コンビニ「喜士多」で買い物をしてきた時のこと。日本や台湾など海外の商品も数多く揃え、夏にはアサヒスーパードライの生ビールも販売するほど先進的なコンビニだが、そこで目にしたのは「白い恋人」。12個入りで99元(約2000円)と日本での定価760円と比べ倍以上の値段ながら、品切れになりかけている店舗もあった。

ただ包装の裏には輸入元などの中国語のラベルも貼られている。「日本からのお土産」と配るにはちょうど良さなのではないかと思いつつ、日本から帰ってまた美味しいから食べたいと買う人がいるのかもと思いつつ、インバウンドからアウトバウンドへの流れの兆候を垣間見た気がした。

今年の注目広告とスポットは 中古車販売の「優信」に!!

いまや中国での夏の風物詩ともなった「中国好声音(Voice of China)」。4人のスター歌手が選考員兼指導役となり、歌唱自慢の素人が競い合う人気オーディション番組だ。今年で4年目を迎え、巷の話題になるほどの社会現象と化している。

最終的に5名の候補者に絞られた決勝の舞台は北京のオリンピックスタジアム「鳥巢」。だれが優勝するか注目を集めると同時に関心を呼ぶのが、優勝者が決まる直前60秒の広告枠をどの会社が獲得するかどうかだ。

今年の決勝戦は国慶節休暇最後

の日の10月7日。毎年、中国テレビ史上、最も高い広告宣伝費ともいわれる人気スポットだが、今年、その枠を見事獲得したのは中古車販売・仲介プラットフォームの「優信二手车(中古車)」。実に3000万元で最高記録を更新した。

コマースでは孫紅雷や田亮など数多くの人気芸能人が口を揃えて「上優信二手车」(「上」はアクセスするの意)と唱えるだけのシンプルかつコミカルな内容。詳しいサービス内容を紹介するものではなく、「新車ではなく中古車を好んで選ぼう」というメッセージは十分に伝わっている。中古車が時代の趨勢になることを匂わせているようでもあり、こうしたところから中国社会の変化の芽が垣間見える気がした。



これからは新車ではなく「中古車」の時代に突入か?

台湾地区の影響も色濃い 福建省の経済都市



東西12.5km、面積132.5km²で、経済特区の「発祥地」であり、アモイの商業と政治の中心地だ。中山路商圈、火車站商圈などの主要商圈も同島内に位置する。

オールドテイストの中山路商圈

中山路商圈に入ると、同地で特有の騎楼建築(2階から上が歩道の上に突き出てアーケード状になっている建物)が目立ち、南国風情がいやがおうにも感じられる。建物の色調はピンクや乳白色がメイン。幾年もの歳月を経てまだら模様になり、古びた木製の窓も加わり、他の都

市では味わえない独特の雰囲気醸し出している。このエリアは06年から「旧城中山路歴史風貌街区」としてアモイ市の保護下にあり、大規模な取り壊しや開発などが禁止されている。中山路界限はアモイの商業の発祥地であり、現在でも同市で最も賑やかな商店街の一つだ。

中山路商圈は全て歴史的建造物で構成されており、商業施設の高さや構造には制限が設けられている。その理由から商店は小型の雑貨店や屋台風レストランが多く、台湾地区の夜市を彷彿とさせる。

代表的な商業施設としては巴黎春天百貨、夏商百貨、来雅百貨が挙げられ、中華城や老虎城などもある。巴黎春天百貨はアモイに4店舗を構え、現地で最も有名なチェーンブランドの一つだ。中山路の店舗は同エリアでは数少ないハイエンド百貨店の位置付けで、コーチやPorts、ロレックスなどのほか、資生堂、ファンケルなどのブランドがテナント入居している。夏商百貨は夏商集団の傘下企業で、アモイ十大国有企業の一つ。オープンから30年近くが経過し、忠実な顧客層を抱える。13年10月にはハイエンドブランドを誘致してリニューアルオープンし、顧客層を中高年主体から全世代向けへと転換しつつある。

アモイと台湾地区の密接な関係は百貨店の分野に最も現れている。来雅百貨や中華城、老虎城の経営陣は台湾地区出身者だ。

来雅百貨は提携先のフィリピン企業が開発したショッピングモールで運営を任されており、この方式でアモイに3店舗を展開している。

11年に中山路商圈にオープンした中華城は建築面積16万m²を誇



2階から上が張り出した、独特な建築様式も見所

る。建物の外観は周辺の建築物に合わせた伝統的なもので、1848年に建てられた「第一聖堂」や「黃氏老宅」といった旧跡が敷地内に保存されている。テナントとしてはハイエンドタイプ的美歳百貨や毎時美季超市などのほか、カルフルや賽博数碼広場も入居し、スケートリンクや映画館も備える。著名ブランドとしては、無印良品、Gap、カルバン・クラインなどのほか、レストランでは福建省初進出となる外婆家と炉魚がある。14年にはリニューアルを行い、17年の地下鉄開業への準備も万端だ。14年は年商7億元を記録し、アモイの百貨部門でトップの座に立った。地場系ブランドも揃ったショッピングゾーンに加え、飲食やレクリエーションも充実している総合商業施設は特に若者に人気だ。



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14樓

☎ 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



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>

厦門(アモイ)は福建省南東部に位置し、海を隔てたところには台湾地区の金門島がある。中国の経済特区のひとつとして1980年代から対外開放の拠点として発展してきた。現在は中国(福建)自由貿易試験区の一角であると共に、台湾地区との地理的關係を活用したいわゆる「兩岸経済」の中心でもある。また、国際的な観光都市としても有名で、鼓浪嶼は国家5Aランクの観光エリアに指定されている。

台湾地区との密接な経済交流

アモイの2014年GDPは3273億円で、前年比9.2%増だった。社会消費品小売総額は前年比10%増の1072億元、都市部1人当たり可処分所得は同8.2%増の3万9625元。これだけなら江蘇省や浙

江省の三～四線級都市レベルだが、アモイの特徴は対岸の台湾地区経済との密接な関係だ。地理的な近さに加え、言語や文化がほぼ同じことが背景にある。12年にはアモイと台湾地区の複数の銀行が人民元決済における協議を締結しており、同地の決済額は中国トップだ。

台湾地区企業の存在感も大きく、特に光電子、各種モジュール、機械設備、ソフトウェアなどの分野への進出が目立つ。台湾地区との取引額は70.45億米ドルで、そのうち購入が54.86億米ドルを占める大幅な「入超」。中でも台湾地区産フルーツが多く購入されている。

アモイは地理的に少々特殊。メインはアモイ島で、離島としての鼓浪嶼があり、西は海滄半島、北は集美半島、東は翔安半島で囲まれている。面積は、陸地部分が1699.3km²、海洋部が約390km²となっている。アモイ島は南北13.7km、

編集後記

湖南料理と言えば、中国では「湘菜」と呼ばれ、唐辛子の辛さが特徴の料理が全国的に人気を集めています。「剁椒魚頭」「毛氏紅焼肉」「干鍋牛蛙」「油爆蝦」「臭豆腐」など代表的な料理がいくらか出てきます。上海でもよく食べているので、現地視察が楽しみでしかたなかったのですが、実際に食すると本場のあまりの辛さに脱帽でした。

一方、湖北料理といえば、何を思い浮かべるでしょうか？上海はじめどの都市でも「湖北料理」を謳うレストランはほとんど見かけません。実際に武漢に行った際も、現地の料理を提供するレストランはほとんどありませんでした。唯一、武漢のソウルフードといえば、「熱干面」と「鴨脖子」。いずれも屋台などで手軽に買える軽食で、レストランでテーブルに腰掛けてゆっくりと味わうものではありません。

重慶、南京とともに「中国三大火爐（かまど）」と呼ばれる武漢。夏は高温高湿で、クーラーのなかった時代には、ゆっくりレストランで食事を楽しむ習慣がなかったのかもしれませんが。また武漢は昔から東西南北に延びる交通網の中心点。外地からの往来が盛んで、ある意味、中国内の「人種のるつぼ」と化し、現地由来の食文化を育てる必要がなかったのかもしれませんが。実際に武漢市内を歩いていると、中国各地の料理が揃い、どこも活況でした。

こうした食文化の違いからも、両都市の市民の価値観、ライフスタイル、消費性向や現場などの特徴や相違点を見てみるのも面白いかもしれません。（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。



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 2015 NOVEMBER (vol.29) 2015年11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

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すると、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

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

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

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



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

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後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「ワトソズ (屈臣氏)」徹底研究
- ・外資系大手スーパー「カルフル」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。

