

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

スマホユーザー7億人の 生活支えるアプリ徹底調査

2016年人気スマホアプリ～ランキング&トレンド分析

トレンドウォッチ

「新小売」モデル推進の“秘密兵器” ～口コミアプリ「口碑(Koubei)」

アリババグループのビッグデータ活用、加盟店の経営効率を改善

中国コンビニ最前線レポート

北京市が規範を策定し コンビニのサービスを立地に応じて明文化

開店ラッシュを迎える北京のコンビニ事情

都市別マーケティングレポート 水、TV、10元ショップ～その②

3者3様のこだわり 実現のための努力

しきりにスマホの画面を見る乗客の姿が日常茶飯事に(上海地下鉄)

<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 **スマホユーザー7億人の生活を支えるアプリ徹底調査**
2016年人気スマホアプリ～ランキング&トレンド分析
- 20** トレンドウォッチ **「新小売」モデル推進の“秘密兵器”～口コミアプリ「口碑(Koubei)」**
アリババグループのビッグデータ活用、加盟店の経営効率を改善
- 28** 小売・流通現場 **中国コンビニ最前線レポート 北京市が規範を策定しコンビニのサービスを立地に応じて明文化**
開店ラッシュを迎える北京のコンビニ事情
- 30** 都市別調査 **都市別マーケティングレポート 水、TV、10元ショップ～その②**
3者3様のこだわり 実現のための努力
- 32** 編集後記

巻頭特集

スマホユーザー7億人の 生活支えるアプリ徹底調査

2016年人気スマホアプリ ランキング&トレンド分析



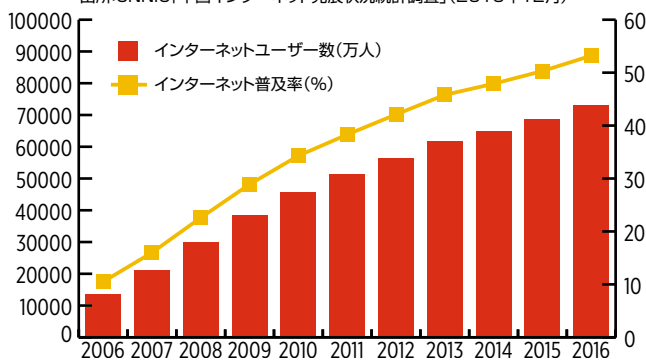
CNNIC(中国インターネット情報センター)が公表した「2016中国インターネット年度報告」によると、2016年12月時点の中国のインターネットユーザー規模は7.31億人、普及率は53.2%に達し、その規模はヨーロッパの総人口に相当するという。(図1「中国のインターネットユーザー規模及びインターネット普及率」)

モバイルの発展がその主な成長要因であり、スマホユーザーの数は16年12月時点で6.95億人、普及率は51%に達している。スマホユーザーのネットユーザー全体に占める割合も15年の90.1%から95.1%とさらに上昇した。(図2「中国スマホユーザー規模及びそのネットユーザー全体に占める割合」)

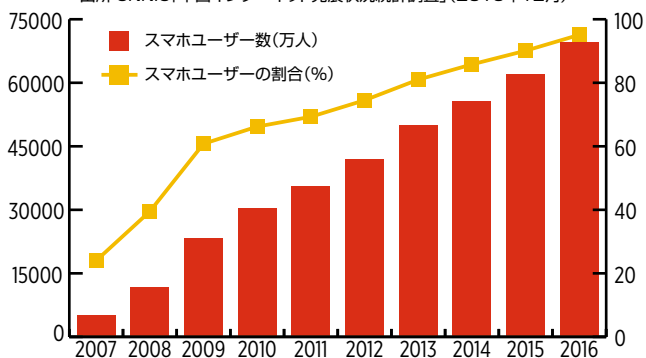
スマホでのネット利用が一般化するのに伴い、スマホアプリも中国人の生活に浸透しつつある。多くの消費トレンドがアプリから生み出され、社会現象になったものすらある。

すでに人々の生活に深く入り込み、ほぼ全ての人々が利用していると言っても過言ではないSNSアプリ「微信(ウィーチャット)」や決済アプリ「支付宝(アリペイ)」を筆頭に、15年に一世を風靡した配車アプリやショート動画アプリ、16年に旋

【図1】中国のインターネットユーザー規模及びインターネット普及率
出所:CNNIC「中国インターネット発展状況統計調査」(2016年12月)



【図2】中国スマホユーザー規模及びそのネットユーザー全体に占める割合
出所:CNNIC「中国インターネット発展状況統計調査」(2016年12月)



風を巻き起こした実況動画アプリや出前アプリ、自転車のシェアアプリなど。
これらのアプリはいずれも大きな話題を呼び、人々の注目を集めたばかりでなく、新たに多くのビジネスモデルを生み出し、中国人のライフスタイル自体にも大きな変



お互いを目の前にしながら全員で微信のグループチャットに興じる老年層
(海南省・海口)

以下ではそれぞれの領域にスポットを当て、詳細な紹介と分析を行ってみたい。(※本稿のアプリランキングのデータは、獵豹移動(Cheetah Mobile)のビッグデータプラットフォーム「Ihira」の 안드로이드用アプリの統計データを利用した。)

各領域においてどのようなアプリが人気を集めたのか。それらアプリは、中国人の生活にどのような影響をもたらしたのか。
2016年に中国のネットユーザーに最も多く利用されたアプリはチャットと決済機能を持つ「微信」で、その割合は79.6%に達したという。次いでチャットの「QQ」が60.0%、ネット通販の「淘宝」、検索の「モバイル版百度(バイドゥ)」、決済の「支付宝」がそれぞれ24.1%、15.3%、14.4%で3、5位を占めた。

化をもたらした。



オンライン決済アプリは中国人の日常生活に浸透

(1) ソーシャルネットワーク 関連アプリ

【SNSアプリ】

微信がトップを独走、
微博も起死回生

2016年、ソーシャルネット
ワーク系アプリで人気を独占した
のは、いずれも騰訊(テンセント)の
「微信」と「QQ」だ。微信のアク
ティブユーザー数は16年12月時点
で、世界8.89億人に達している。

中国でのアクティブ浸透率トップ
のアプリでありながら、新たな機
能の開発にも余念がない。17年1
月には小程序(ミニプログラム)機
能を追加、企業が微信を利用して
より高度なマーケティングを行う
ことを可能にした。3月23日には
「微信指数」をスタート、微信内
においてキーワードに基づく世論調
査を実施できるようになった。4
月には個人のオフィシャルアカウ
ントを企業アカウントに移行するこ
とが可能となり、個人アカウント
運営者も企業アカウント向け機能



を利用できるようになり、情報発
信力がより強化された。

2016年は「実況動画元年」
でもあった。SNSアプリの上位
6つのうち、1位の微信を除く全
てのアプリに実況動画機能が付加
された。

なかでも「微博」は、早期に
ショート動画と実況動画領域に参
入したことが功を奏し、週間アク
ティブユーザーランキングの3位に
返り咲いた。傘下の関連アプリ「秒
拍」、「小咖秀」、「直播」等に多額
の投資を行い、微博アカウントとの

連動を可能にした。結果的に大量
のコンテンツを獲得、コンテンツ王と
しての地位を復活させることに成
功した。

垂直領域のSNSアプリも目
覚ましい成長を遂げている。

「探探」はユーザーの現在地、距
離、性別や趣味から周辺にいる気
の合いそうな人を割り出して紹介
するアプリ。もしお互いに気に入
ればカップリングが成功し、チャッ
トをスタートできる仕組みだ。16
年末にはアクティブユーザー数が
500万人を突破、60億回のカッ

プリングを実現し、微信、QQ、微
博に次ぐ「90後」御用達SNSア
プリに成長した。その勢いは現在
も継続中だ。



SNSアプリ「探探」は90後の若者に大人気

【表1】SNSアプリ：週間アクティブユーザー浸透率ランキング

No.	名称	2016年 週間アクティブユーザー浸透率	2016年 週の1人当り利用回数
1	微信	80.224%	166.9
2	QQ	48.294%	109.3
3	微博	7.510%	48.1
4	QQ空間	3.283%	20.7
5	陌陌	2.522%	80.1
6	百度貼吧	1.085%	51.2
7	探探	0.501%	48.4
8	米聊	0.451%	27.9
9	釘釘	0.282%	31.9
10	知乎	0.221%	11.9
11	她社区	0.202%	29.2
12	易信	0.135%	37.3
13	Blued	0.120%	138.3
14	派派	0.119%	199.8
15	小恩爱	0.116%	32.2

データ出所: 獵豹ビッグデータ・プラットフォーム「libra」

※ ランキングの依拠: 週間アクティブユーザー浸透率

週間アクティブユーザー浸透率=週間アクティブユーザー数/中国の総アクティブユーザー数
データは2016年12月25日時点(※以下同)

「派派」は知人間の社交アプリ。簡単に楽しいゲームを通して知人間のコミュニケーションが取れる。

「Blued」は目下国内最大の同性交友アプリ。現在そのアクティブユーザー規模はそれほど大きくないが、利用回数で見るとリピート率が非常に高いことがわかる。実況動画の人気にいち早く反応し、実況機能を取り込んだことも功を奏した。16年6月にはベンチャーキャピタルCラウンド及びC+ラウンド両方で数億円の融資を取得したことを公表、同性間アプリを一躍メジャーなものにした。(表1「SNSアプリ…週間アクティブユーザー浸透率ランキング」)



【表2】実況動画アプリ：週間アクティブユーザー浸透率ランキング

No.	名称	2016年 週間アクティブ ユーザー浸透率	2016年 週の1人当り 利用回数
1	虎牙直播	0.569%	30
2	YY直播	0.557%	36.3
3	映客直播	0.547%	24.9
4	斗魚	0.457%	28.2
5	咪咕直播	0.370%	11.5
6	熊猫直播	0.256%	30.0
7	触手	0.210%	27.4
8	一直播	0.451%	27.9
9	花椒直播	0.171%	13.5
10	人人直播	0.221%	11.9
11	小米直播	0.121%	10.7
12	電珠直播	0.109%	28.7
13	視吧	0.108%	44.2
14	酷狗直播	0.085%	28.2
15	Now	0.080%	18.6

データ出所: 獵豹ビッグデータ・プラットフォーム「libra」

(2) 動画・ミュージック関連アプリ

【実況動画アプリ】

16年に最も人気を集めたジャンル、各プラットフォームの参入で競争激化

CNNICの統計によると、2016年12月時点における中国の実況動画アプリユーザー規模は3.44億人、インターネットユーザーの47.1%に達しているという。

特に若年層は、自ら実況をしていないときは、他人の実況を見てい

ると言っても過言ではないほど実況動画に夢中だ。なかでもゲームの実況ユーザー率の伸びが最も大きく、コンサートやスポーツ、さらには女性とのチャット交流などのライブ実況の使用率も安定的に高い。

しかしデータで見ると、中国の実況ユーザーの伸びは既に頭打ちの状態であることがわかる。16年の高い成長期を経て、17年は安定期に入ったと言えるだろう。

「虎牙直播」は中国最大のゲーム実況プラットフォーム。2016



実況動画ブームを背景に、商品の宣伝に実況動画を活用する企業も



「支付宝・口碑」の加盟店が中国全土で急増中

トレンドウォッチ

「新小売」モデル推進の 秘密兵器

「ロコミ」アプリ「口碑」(Koubei)

アリババグループのビッグデータ活用、
加盟店の経営効率を改善

支付宝(アリペイ)での決済が可能なレストランや小売店のレジで、「支付宝・口碑」と書かれた表示を目にする機会が増えている。支付宝やスマホで淘宝のアプリを開くと、そのトップページでも「口碑」の文字が目に入る。

「双十二」をご存知の方も多いだろう。これは中国最大のネットセール「双十一(11月11日)」に次ぐ大型セールであり、支付宝が口碑と組んで主催するセールイベントだ。「双十二」におけるネットショップの大激戦がオフラインにも飛び火し、2016年の「双十二(12月12日)」には4900万人が参加、口碑が提供したオフラインのセールを利用した。



「双十二(12月12日)」は支付宝が口碑と組んで主催する一大セールイベント



「口碑(Koubei)」とは、どのようなプラットフォームなのだろうか？
どのようなサービスを特徴としているのか？

「口碑」は、中国語で「口コミ」を意味する。その名から中国最大の口コミサイト「大衆点評」のように、多数のレストランや商店の情報が掲載され、ユーザーの口コミを参考にでき、各種の優待も受けられるサイト、と考えている人も少なくない。実際、「口碑」にはそのような機能も備わっている。

しかし、「口碑」の価値はそれに止まらない。一言で言えば、「口碑」

はO2O型のプラットフォームだ。自らの機能やビッグデータを利用し、オフラインのレストランや小売店にマーケティングや会員管理サービスを提供、消費者の来店率や消費を向上させることを主な目的としている。

消費者の多くは口碑とは何かを認識する以前に、すでにそのサービスの恩恵を受けている。支付宝のオフラインユーザーであれば、自動的に口碑のサービスを受けるシステムになっているためだ。例えば、消費者が支付宝で支払を行った際に受取るデイスカウントチケットや、消費体験の評価を求める画面は、全て口碑の機能によるものだ。

中国のEコマースの発展は非常に目覚ましい。しかし実際のところ、消費の90%は今もオフラインで発生している。アリババとしても、オフラインはなんとしても開拓したい消費シーンだった。

オフライン戦略において重要な役割を果たすべく、「口碑」はアリババとその傘下のオンライン金融企業「蚂蚁金服」によって共同で出資、設立された。両社はそれぞれ30億円を投入、50%の株を所有している。

2015年6月に正式な運営をスタート。わずか2年で200万

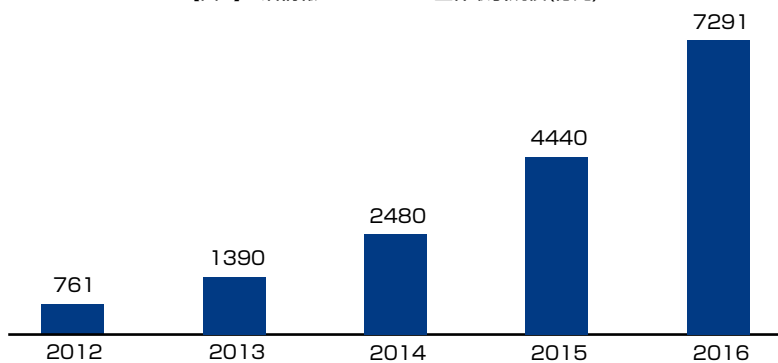
店のレストランやショップを取り込むことに成功。現在1日1500万件的取引が成立、業務範囲はすでに120の都市に及んでいる。アリババの16年第四半期の財務報告書によると、口碑の取引額は731億元に達し、前年比257%の伸びを記録。その成長は目を見張るものがある。

モバイルデータ観測大手のTrustdataが公表した「2016年都市生活情報サービスO2O白書」によると、16年の中国O2O取引総額は約7291億元に達し、前年比64%の伸びを記録している。O2Oの業務形態は主に来店、出前、テイクアウトの3つに分類される。なかでも来店は伸びが著しく、総取引規模は4231億元、市場全体の58%を占めている。

口碑はO2O来店サービスの主要プラットフォームの1つだ。全て



【図1】生活情報サービスO2O全体取引規模(億元)



のO2Oプラットフォームのうち、口碑の1日の取引件数1500万件は、運営歴の長い「美团点评」の1300万件を凌ぎ、首位となっている。取引額でも16年には1731億元を記録、トップの美团点评を猛追している。(図1…生活情報サービスO2O全体取引規模(億元)／図2…2016年都市生活情報サービスO2O各社の1日の取引件数(万件)／図3…来店サービス市場の取引規模(億元))



北京市民の生活に欠かせない品揃えが目立つ(冬になるとマスクや使い捨てカイロが棚に並ぶ)

中国コンビニ最前線レポート

北京市が規範を策定し コンビニのサービスを 立地に応じて明文化

開店ラッシュを迎える北京のコンビニ事情

「北京のコンビニの数はなぜ上海のように多くないのだろうか？」と疑問に思う人が多い。中国チェーン経営協会の「2016年中国都市別コンビニ発展指数」によると、15年の北京のコンビニ密集度は7185人に1店で、上海の3466人と大きな差があった。冬に厳しい寒さ、道幅が広く中央分離帯も多いことから道路片側分の商圏しか商売として成り立たないこと、北京市民はあまり夜更かしをしない傾向にあることなどがコンビニ普及を妨げる要因として挙げられている。

そうした中、16年に入り北京では従来型雑貨店のコンビニへの刷新が多く見られ、2店が隣合う光景すら目にするようになった。市民の消費習慣の変化や政府の手厚いサポートにより、北京はコンビニ開店

ラッシュを迎えている。前述の指数でも、北京のコンビニ店舗数は13年に26都市で下から数えて2番目だったのが、16年には36都市のうち5位にまで上昇している。

北京市では16年に205店のコンビニが新規オープン。17年にも



中国政府のお膝元、北京でコンビニ業界を規範化

3者3様のための努力 実現のための努力

高級ミネラルウォーター

ける Letv は、自社のこだわりを「楽視生態」という言葉に凝縮している。ハードウェアを入口に、自社の強みであるオリジナルコンテンツや、外部から購入した映像資源の提供を合わせて「端末+コンテンツ」をセットで提供し、顧客に深いリピート性を植え付ける手法だ。絶えず使用価値を生みつつけることで、消費者にお金を払いたいと思わせることが重要なポイントとなっている。

TV 業界では、これまで機体を購入すれば番組が無料で楽しめることが基本スタイルであり、産業チェーンの中心は TV メーカーだった。し

かしインターネットの発展と消費習慣の変化で、コンテンツやサービスの質に対する消費者の要求が多様化し、TV 業界も変化を避けられなくなった。市場の重点もハードからソフト、すなわちコンテンツやサービスへと移りつつある。

したがって Letv が重視するのは他メーカーのようなハード面の価値ではない。低価格によるコストパフォーマンスではなく、「体験」から得られるコストパフォーマンスの実現に重点を置いている。

農夫山泉「ボトルデザイン」

高級ミネラルウォーター市場に新規参入した大手飲料メーカー農夫山泉がこだわったのは、パッケージだった。飲用水はほかの飲料と異なり、成分で差別化することが困難な製品だ。このため農夫山泉は、高級感あふれるパッケージを通して消費者に良いイメージを与える作戦を展開した。

高級ミネラルウォーターの正式な定義は存在せず、一般にメーカーは水源の水質の良さを強調、消費者も水源が純粋な自然に囲まれていれば、より安全だと考える。結果的にメーカー間での水源地の争奪戦が激化してきた。農夫山泉は 08 年、水源探索師が吉林省長白山で数カ月を費やし、ナトリウム濃度の低いミネラルウォーター「莫涯泉」を発見、高級路線に参入する重要な基礎を得ることに成功した。

パッケージデザインに際しては、5 社の国際著名デザイン会社に設計を依頼、3 年を費やして 58 案、300 件あまりのデザインプランを検討した。最終的に英国企業 Horse



Letv は低価格によるコストパフォーマンスではなく、「体験」から得られるコストパフォーマンスをより重視している

Studio の案を採用。長白山の豊かな自然を体現した製品デザインを生み出すべく、デザイナーを実際に長白山の水源に招待し、その独特の自然を感じてもらうことを通し、ガラスボトルに刻まれる図案も決定した。

製造面の技術的課題も強い情熱で乗り越え完成したガラスボトル入り高級ミネラルウォーターの外観は、15 年 The Dieline 国際パッケージデザイン大賞の飲料部門第 1 位(※)など 5 つの世界的な賞を受賞、国内の発表会でも代理業者から絶賛され、購入希望が相次いだ。売り場でも発売直後から注目を集め、微信のモーメントで転送が転送を呼び、大きな宣伝効果を上げることに成功した。

※公式サイトにて確認



蒋佳玲

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
上海証券大厦北楼 1404 室
☎ 021-6321-3000
🌐 <http://www.cast-marketing.com/>
✉ service@cast-marketing.com

都市別マーケティングレポート



「製品を自然に返し、自然の生態に敬意を払う」パッケージに込められた商品メッセージも広く支持を集めた农夫山泉の高

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>

中国版100均ショップを展開し、オンライン購入大国・中国で支持を広げるメイソウ、TVの無料提供キャンペーンで番組コンテンツの視聴会員を囲い込むLetv、大衆向け飲料水から高級ミネラルウォーター市場に参入し消費者の反響を呼んでいる农夫山泉。一見ばらばらな3者の成功の共通項は何だろうか。まずは各社のこだわり所を見てみよう。

メイソウ「高品質・低価格」

成功するためメイソウがこだわったのは「高品質・低価格」だ。そのため商品ごとに世界中から良質なサプライヤーを探し出し、大量購入した。どの商品も最低1万個単位で発注、完全買取制を採用してリスクを自社負担とし、サプラ

イヤーの負担を軽減することで低価格を実現した。薄利多売をモットーとし、粗利も8%前後と低めに設定。こうした努力の結果、店内商品の約7割は10元の低価格販売を実現、利益も確保した。

メイソウはこの「10元」を非常に重視している。消費者の多くにとって、負担を感じることなく気

軽に消費できる額だからだ。

現在、各店舗には約3000種の商品が置かれており、その多くは珠江デルタや長江デルタに立地する輸出メーカーに直接発注し購入している。輸出製品の生産基準は国内向けより厳しく設定されており、品質面でより信頼できることが理由だ。デザインの集客力も意識しており、食品以外には全て「MINISO(名創優品)」ブランドを採用している。

Letv「楽視生態」

TV製造から番組制作まで手掛

編集後記

今回の巻頭特集では、スマートフォン（スマホ）アプリのランキングから見る中国生活者の利用状況やトレンドを掘り下げました。中国の隅々にまで行き届いたスマホ。いまや駅や空港で、白髪の老人がスマホ画面を器用に操作しながら、株価や小説を見ている姿は別に珍しい光景ではなくなっています。

コミュニケーション手段としての携帯通話機能から応用範囲が幅広く拡大。タクシーや自転車などの交通手段、出前代行やシェフ派遣などの飲食、映画やスポーツ観戦から「網紅（ネットアイドル）」によるライブ中継動画などのメディア、さらには支払いやフィンテックに代表される金融系など。あらゆる生活シーンにスマホアプリが登場し、中国ではスマホなしの生活がそもそも成り立たないほどの普及ぶりです。

昨年末に訪れた海南島の海口。捕れたての新鮮な海鮮を調理して食べさせてくれるレストランで、見た目50歳以上の地元民10名強が大きな丸テーブルを囲んでいました。次々と運ばれてくる料理には目もくれず、全員がスマホの画面に釘付け。お互いを目の前にしながら、微信（ウィーチャット）でグループチャットをし、一斉に笑い声が飛んでいます。まだ使い初めの友人に教えながらのチャットなのですが、「折角会っているのに……」といった反感ムードはなし。新しいおもちゃを与えられた子供のように楽しくて仕方ない様子でした。

このように老若男女を問わずに広がるスマホ生活圏。その構築に最も貢献したのがSNSの「微信」でしょう。音声（伝言）チャット機能で人気爆発。近況を写真や動画で投稿する「朋友圈（モーメンツ）」でSNSの基盤を確固にし、さらにスマホ決済のインフラとして全土に普及。今や飛ぶ鳥を落とす勢いで、向かうところ敵なしの微信ですが、果たして死角はあるのか……。その牙城を切り崩すべく、刺客としてライバル企業のアリババが送り出した「口碑（Koubei）」についても調査・分析。アプリ戦争の内幕に迫りました。（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 2017 MAY (vol.44) 2017年5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

© 2017 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

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

