

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

# 今後10年の消費を左右する90後と00後 大きな潜在消費力を持つシルバー世代

中国世代論「50・60・70・80・90・00後」徹底分析

## 業界研究

# 「消費のアップグレード」が牽引、 新・中国風茶飲料業界が爆発的成長

「お洒落」「ヘルシー」「見た目」がキーワード

## 中国コンビニ最前線レポート

# ネットとリアルを融合 100万ヶ所の店舗を5年間でオープン予定

中国EC大手の京東(JD.com)が仕掛ける「京東コンビニ」店

## 都市別マーケティングレポート 山西省・太原

# 新エネルギー車推進で大気改善 消費動向にも新風

# CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

## 今後10年の消費を左右する 90後と00後 大きな潜在消費力を持つ シルバー世代

中国世代論「50・60・70・80・90・00後」徹底分析

30

業界研究

## 「消費のアップグレード」が牽引、 新・中国風茶飲料業界が爆発的成長

「お洒落」「ヘルシー」「見た目」がキーワード

中国コンビニ最前線レポート

40

小売・流通現場

## ネットとリアルを融合 100万ヶ所の店舗を5年間でオープン予定

中国EC大手の京東(JD.com)が仕掛ける「京東コンビニ」店

42

都市別調査

都市別マーケティングレポート 山西省・太原

## 新エネ車推進で大気改善 消費動向にも新風

44

編集後記

## 巻頭特集

# 今後10年の消費を左右する 90後と00後

# 大きな潜在消費力を持つ シルバー世代

## 中国世代論「50・60・70・80・90・00後」徹底分析

78年から始まる改革開放政策により、急成長を遂げた中国経済。成長とともに人々の所得や生活水準も向上する中、消費や価値観、ライフスタイル、ニーズも目まぐるしく変化してきた。もちろん経済成長の度合いにより、沿岸部と内陸部、二線と二三線級都市などの間で、こうした変化のスピードや幅には差があるものの、マーケティングの観点から中国消費の「今後」を占ううえで、注目され分析・議論されているテーマの二つが「世代論」だろう。

日本でも戦後の政治・経済の変遷やイベントを節目に、「団塊」や「新人類」、「団塊ジュニア」、「ゆとり」世代などと区分して論じることが多々あるが、中国では生まれた年代をベースに「80後（ホウ）」や「90後」、つまり「1980年後の80年代に生まれた」世代など10年単位で区分される。

これまで中国での世代論研究は、まず「一人っ子」世代の「80後」にスポットライトが当たり、後付け的に「60後」や「70後」にも言及。さらにここ数年は「90後」が注目され、今後は「00後」が研究分析対象として注目されつつある。もちろん、どの世代も学生から社会人になり、結婚、出産、子育てと同じ人生の歩みを

※本特集では、中国「世代論」研究の対象として区分される以下の呼称をそのまま使用する。(年齢は17年時点)

- 50後(1950～59年生まれ、現在58～67歳)
- 60後(1960～69年生まれ、現在48～57歳)
- 70後(1970～79年生まれ、現在38～47歳)
- 80後(1980～89年生まれ、現在28～37歳)
- 90後(1990～99年生まれ、現在18～27歳)
- 00後(2000～09年生まれ、現在8～17歳)

たどるわけで、それぞれ子供を中心とした家庭のための消費が中核となるのだが、各世代が生まれ育った中国経済及び社会の状況や変化、ネットやデジタル機器の普及などにより、価値観やライフスタイルに差異があるのも実状だ。

また更には、若い世代だけでなく、経済的にも時間的にも余裕がありながら健康的で精神的な「若い高年齢者、つまり「アクティブシニア」とも呼べる60後世代が、今後の消費マーケットで無視できない存在感を示し始めている。拡大が続く中国消費市場攻略が命題とされ

### 高齢化が深刻化する 中国の人口構成

16年末時点における中国(香港、

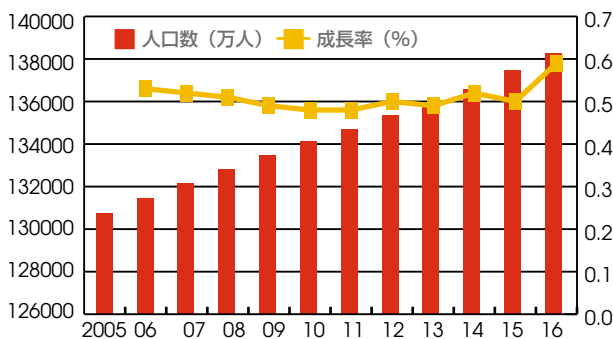
マカオ特別行政区、台湾、海外居住の華僑は含まない)の総人口は、13億8271万人に達した。前年の13億7462万人から809万人増で、その伸び率は0.5%だった。

そこで、今号では、少子化と高齢化が同時進行する中国全体の人口問題を踏まえながら、世代ごとの背景や特徴を考察し、今後の消費トレンドや発展の可能性について分析していく。



第二子出産が解禁となった中国で、4人家族の光景も頻繁に目にするようになった

【図1】2005～16年 中国の総人口と伸び率



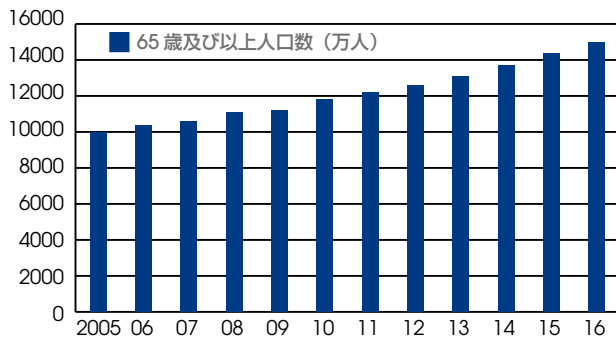
マカオ特別行政区、台湾、海外居住の華僑は含まない)の総人口は、13億8271万人に達した。前年の13億7462万人から809万人増で、その伸び率は0.5%だった。

(図1) 2005～16年 中国の総人口と伸び率

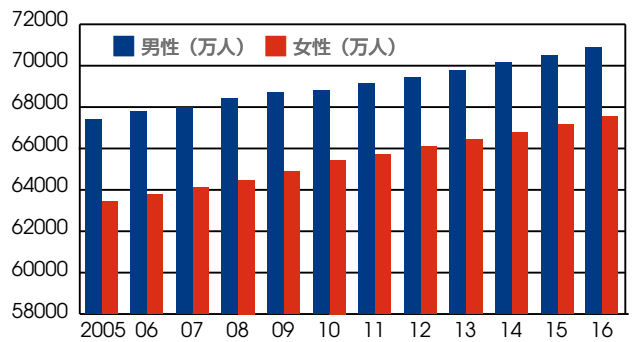
性別の割合では、男性が7億815万人、女性が6億7456万人でその性別比は104.98、前年の105.02とほぼ変わらなかった。

(図2) 2005～16年 中国の男女人口比

【図3】2005～16年 満65歳以上の人口推移



【図2】2005～16年 中国の男女人口比



高齢化社会に突入した中国、13年には60歳以上の老人人口が2億超に



人回リミッドを改善するため、16年1月1日から第二子出産を全面的に解禁

年齢別で見ると、満16歳以上満60歳未満の労働人口は9億747万人で総人口の65.6%を占めた。満60歳以上の人口は2億3086万人で、総人口の16.7%。満65歳以上の人口は1億5003万人で、総人口の10.8%となった。

（図3・2005～16年 満65歳以上の人口推移）

一人っ子政策が実施されていたため、中国の出生率は長く減少傾向にあった。この結果、高齢化が加速、また若年労働力の不足にも繋がった。

国家統計局のデータによると、12年に中国の労働人口は初めて減少を記録。以降、連続5年間減少を続け、16年は前年比で349万人の減少となった。

労働力の減少は、高齢化が進んでいることを意味する。中国の65歳以上の人口は、90年には全体の5.6%に過ぎず、世界平均の6.2%を下回っていたが、10年には8.87%にまで上昇、世界平均を超えた。16年には10.8%にまで増加している。

13年、60歳以上の高齢者の人口が2億人を突破、中国は世界で初めて2億人もの高齢者を抱える国となった。

国家社会科学院人口及び労働経済研究所の推計によると、2040年には、中国の65歳以上の人口の割合が25.62%に達し、中国人の4人に1人が65歳以上となる見込みという。2050年には更に3.75億人に達すると予想され、この数値はアメリカの現在の総人口と同じ数となる。

中国人民大学老年学研究所の研究によると、2055年頃、中国の高齢者数はピークとなり、4.5億人近くに達することが予想されている。また80歳以上の数も1億人に達し、2100年頃まで高齢者の人口は3.5億人を下らないという。

この人口構成を改善すべく、中国は計画出産政策の緩和に着手した。

14年1月以降、全国各地で「単独二孩」政策（夫婦のいずれかが一人っ子の場合、第二子の出産が許される）が実施され、16年1月1日には第二子の出産が全面的に開放された。しかし、この新政策も出生率の大幅な改善には至っていない。

03年から13年にかけて、中国の出生数は1600万前後の水準

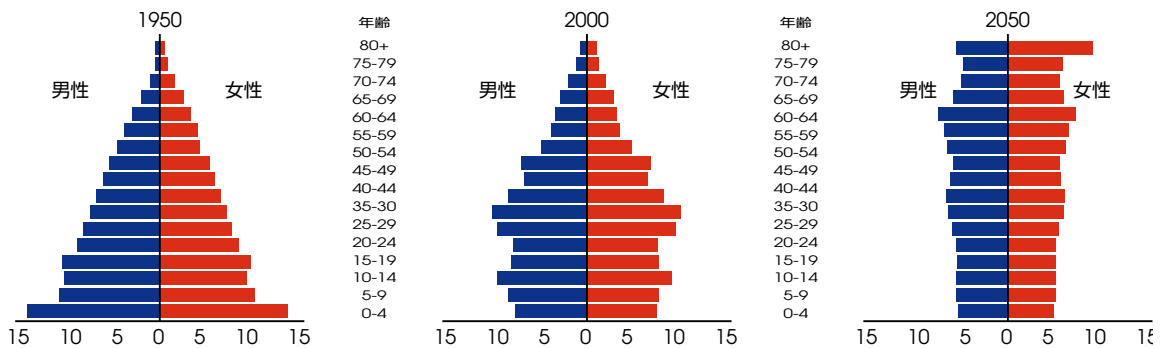
を保つていが、14年には政策の影響からか、出生数も前年比47万人増の1687万人に達した。しかし15年は前年比で32万人減少し、1655万人にとどまった。出産適齢期女性の出生率は1.047と世界最低レベルで、これは「単独二孩」政策が大きな効果をもたらさなかったことを意味している。

第二子の出産が全面的に開放された後も、16年の出生数は1800万前後にとどまり、出生率は1.7にまで上昇したものの、世代間バランスを保つことのできる数値である2.1には遠く及ばない。

一方で、第二子の全面開放は、二人目の子供を欲しがっていた多くの家庭にとって待ち遠しかった政策であり、数年間は出生数の増加が期待されている。現在の出産適齢世代である中国の80後の数は90後に比べて30〜40%多いことも、この増加を後押しするだろう。

しかし、人口が大きく減少した90後が産適齢期になった頃には、出生率や出生数は低くなる予想が予想される。さらに、出産に関する意識調査によると、若年層の出産に対する欲求は非常に低く、第二子を欲しいと考える人の割合は半数にも至らない結果もある。中国の

【図4】100年間の人口ピラミッドの推移



出所：World Population Prospects: The 2004 Revision (2005)

人口問題は想像よりも深刻のようだ。  
 (図4) 100年間の人口ピラミッドの推移



中国では、労働力人口の高齢者に対する割合が減少傾向に

米ウイスコンシン大学の易富賢教授の研究によると、中国経済は1978〜2011年の間、高い成長を保ち、労働力の若年化にも大きく貢献した。

しかし11年以降、労働力人口の高齢者人口に対する割合は7.5倍となり、21年には更に4.2倍まで減少することが見込まれている。これは日本のバブル経済が92年に崩壊したときとほぼ同じ状況だ。高齢化が進むことにより、社会のイノベーション能力や人々の起業マインドはマイナスの影響を受ける。中国の高齢化問題は世界中の注目を集めている。

78年の改革開放以来40年近くの間、中国は先進国が100年かけて発展した過程を圧縮して体験してきた。飛躍的な経済の発展と社会の変化は、世代間に大きな差を生んだ。

中国の世代論研究は日本と若干異なる。日本では、図5の「戦後経済の歩みと「世代」の変遷」が示すように、各時代の経済情勢と照らし合わせて団塊世代、新人類、バブル世代、団塊ジュニア(氷河期)、ゆとり世代と言った世代論が論じられている。一方、中国社会の世代研究は、単に生まれた年代ごとに分類されるのが一般的だ。政治や経済、社会の急激な変化に伴い、各年代に生まれた人々は、価値観や行動様式が大きく異なる傾向にある。

以下では、「50後(1950〜59年生まれ、現在58〜67歳)」、「60後(1960〜69年生まれ、現在48〜57歳)」、「70後(1970〜79年生まれ、現在38〜47歳)」、「80後(1980〜89年生まれ、現在28〜37歳)」、「90後(1990〜99年生まれ、現在18〜27歳)」、「00後(2000〜09年生まれ、現在8〜17歳)」についてそれぞれ分析を行い、各世代の価値観や消費観の差を浮き彫りにしてみたい。

(図6) 中国世代別重大事件イベント年表



中国各地のモールでは抹茶専門喫茶も人気に(写真:西安「Cityon熙地港購物中心」モール)

業界研究

「消費のアップグレード」が  
牽引、新・中国風茶飲料業界  
が爆発的成長

「お洒落」「ヘルシー」「見た目」がキーワード

広東省・広州の天河区にある高級ショッピングモール「太古滙」に、「恋愛の初茶」という名の茶飲料スタンドがある。店舗のデザインは「かわいい和風」路線と言ったところだろうか。柔らかなライティングが心地よく、都会の若いプチブル層にぴったりの雰囲気だ。



「かわいい和風」のデザインスタイルを採用する「恋愛の初茶」



一般的なミルクティーの他、マシュマロチョコレートなど可愛い商品も

メニューも一般的なミルクティーの他、マシュマロチョコレート、パイナップルカルピスなど可愛いものばかりが並ぶ。客層は若い女性やカップルが多く、平均消費額は一人当たり17〜18元前後といったところ。一般のテイクアウト型の茶飲料店に比べると、やや高めの値段設定ではあるが、スターバックス等の欧米系カフェチェーンに比べればずっと安い。



ホワイエカテゴリーをターゲットに、お洒落な茶飲料専門店が續々誕生

### 各種テーマやジャンルで 續々誕生する、網紅茶飲料店

これまで「茶飲料店」と言えば、街角で多く見かけるテイクアウト店が主流だった。数平米の小さな店舗でカウンター越しに商品を販売、ミルクティー一杯の価格は10元以下。イメージもごく大衆的で、顧客の多くは若者や学生だった。



伝統的なテイクアウトの茶飲料店

ところがここ数年、「恋暖の初茶」のような「見〇洒落〇な茶飲料専門店」が續々誕生している。これら新しいタイプの茶飲料店は、ショッピングモールの中にも進出、イメージもおしゃれでリッチなものに生まれ変わった。

座席を設ける店も現れ、タピオカミルクティーからクリームティー、フルーツティーや高級ハンドドリップティーなど、商品の多様化も進んでいる。消費者層も学生のみならず、ホワイエカテゴリーへと広がりがつつある。

もちろんこうした一連の変化は、一朝一夕に成し遂げられたものではない。しかし、超人気の網紅(※ネット口コミ人気)店である「喜



1杯の飲み物を購入するために、6時間並ぶこともある「喜茶(HEYTEA)」

茶(HEYTEA)」の登場(会報誌2017年4月号参照)により、その傾向が頂点に達したことは確実だろう。1杯の飲み物を購入するために、6時間以上行列に並ぶこともある喜茶の成功は、この業界への興味を新たに呼び起こした。

他にも、ここ1〜2年で新たに生まれた茶飲料店は、「二点茶」、「因味茶」、「聚茶」、「TPLUS」、「奈雪の茶」など、枚挙にいとまがない。彼らに共通するのは「見た目の良さ」と「ハイクオリティ」だ。これら「網紅級」のミルクティーショップが新たな消費トレンドとなる背景には、中国の若年消費者層の消費ニーズの高まりがある。また、「消費のアップグレード」というトレンドとも切り離すことはできない。

### 大衆チェーンから個性派へ、 消費のアップグレードが牽引 する業界の変化

中国で大流行のこのミルクティー、そのルーツは実は台湾にある。

1987年、台湾台中の「春水堂」がタピオカミルクティーを初めて販売。その後、「快可立」がスタンダードのモデルを普及させ、その人気は一気に高まった。今や台湾の国民的ドリンクと言っても過言ではない。

その後、96年前後に中国市場に参入。01〜06年に大成長期を迎え、町中至る所にミルクティーの店を見かけるようになった。ブランド数も激増し、「街客」や「茶風暴」等のチェーン店が街を席捲。上海だけでその店舗数はそれぞれ220店と150店に達した。

しかし、参入が容易だったことから類似ブランドが溢れ、その多くは差別化された商品やサービスもな



台湾・台中の「春水堂」がタピオカミルクティーの元祖





中国ネット通販プラットフォーム大手の京東(JD.com)が、オフラインとオンラインを結合した新しい小売モデルに着手

中国コンビニ最前線レポート

ネットとリアルを融合  
100万ヶ所の店舗を  
5年間でオープン予定

中国EC大手の京東(JD.com)が仕掛ける  
「京東コンビニ」店

ここ数年で急成長し、リアル店舗の業績に大きな打撃を与えてきた中国ネット通販だが、その成長にも陰りが見え始めている。取引規模の年間成長率が2010年の75%から13年、14年、15年にそれぞれ41.9%、50.8%、33.3%まで減速。16年は26.2%まで落ち込んだもようだ。16年の中国の物販全体に占めるインターネットの割合は12.6%で、オフラインでの消費が依然として大きな比重を占めている。内陸部ではネット通販がまだカバーしきれっていない地域が数多く存在しているのも事実だ。

こうした中、中国ネット通販プラットフォーム大手の京東(JD.com)は、オフラインとオンラインを結合した新しい小売モデルに着手

した。創業者の劉強東氏は17年4月10日に、今後5年間で中国全土に「京東コンビニ」店を100万ヶ所以上オープンさせると発表。その多くをネット通販が普及していない



今後5年間で中国全土に100万ヶ所以上オープン予定の「京東コンビニ」店

# 新工ネ車推進で大気改善 消費動向にも新風



台が提供されている。石炭採掘の減少とともに、こうした努力が大気汚染の改善に結びついているのかもしれない。

## コト消費への移行期か

2002年から12年までの10年間は、中国の経済成長とともに増大する石炭需要を背景に多くの富裕層が誕生し、その消費力を当てにして国際的著名ブランドが相次いで太原に進出したが、その後の反腐敗キャンペーンや深刻な大気汚染による石炭業界の低迷が尾を引き、山西省の富裕層による消費

も大幅に減少した。ルイ・ヴィトン は16年、同市からの撤退を正式に決定している。

こうした資源景気を背景にした“モノ消費”が不振な半面、15年に太原の南約80kmの史跡観光地近隣にオープンした「千朝浪嶼水世界」という巨大プール遊園地は入場待ちの客であふれ、消費者の関心は“コト消費”に向きつつあるようだ。

太原の商圈は新旧に大別され、旧商圈は解放路を中心とした柳巷商業街周辺に広がる。老舗百貨店と小規模商店街がメインの商圈で、300年あまりの歴史を持つ商業地区でもある。明・清朝時代の建物を再現した太原食品街にはファッションやコスメ、雑貨、土産物を扱う商店が並び、軽食や飲み物を売る店も多く、旅行客や若者でにぎわっていた。また、小さな店舗が集中している鐘楼と鼓楼という2つのストリートは、「三福」や「以純」といった低価格のファッションブランドが多く、上海や北京など一線級都市では見かけないデンマーク発の低価格男性アパレルブランドKM (Kilo&Meters) も同一ストリート上に複数出店し、存在感を出していた。

ここでも、1990年代にオープンした老舗ショッピングモールが設備の老朽化もあって集客が芳しくない一方、05年にオープンした銅鑼湾国際購物中心は、天井まで吹き抜ける中央広場で各種イベントを頻繁に開催、シアターをはじめエンターテインメントにも注力しており、筆者が訪れた際にもボールプール入場待ちの客の列でフロアがいっぱいになるなど、“コト消費”への



BYD製EVタクシーで大気汚染改善を推進

需要をつかんで活気を見せていた。

“コト消費”への対応では、新商圈が先んじているかもしれない。長風街と親賢街を中心としたエリアで、例えば14年12月に開業した510のブランドが入居する百貨店の茂業天地は、天井まで吹き抜けるの広々とした中庭で各種イベントや路上パフォーマンスを頻繁に開催し、屋上にはテラス式レストラン街を設けてのんびりしたムードを演出している。また、ファストファッションをメインテーマに捉えたショッピングモールの北美新天地は、流行に敏感な若者の支持を集め、来客数は他店を大きく上回っており、欧米系からシンガポール系、日系まで、若者に人気のブランドが競って出店している。



## 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  
🌐http://www.cast-marketing.com/  
✉service@cast-marketing.com

キャストコンサルティング

山西省・太原編

## 都市別マーケティングレポート



ファストファッションをメインテーマに捉えたモール「北美新天地」。太原の消費シーンを変えつつある。左が外観、右が店内

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>

山西省の省都・太原は、ひと昔前は石炭産出地として栄えたが、大気汚染対策による石炭需要の急減などもあって、地元経済は転換点を迎えている。EVの普及促進や、ルイ・ヴィトンの撤退といった高額消費の減退に替わる新たな消費動向など、古都の今を追った。

## 脱大気汚染

太原は面積6999km<sup>2</sup>、人口432万人で、紀元前497年に街が築かれてから2500年の歴史を持つ。山西省の政治・経済・文化の中心で、中国のエネルギーや重工業の重要拠点のひとつでもある。2015年のGDPは前年比8.9%増の約

2735億元と、全国の主要都市中では第72位にとどまる。社会消費財小売総額は同6.2%増の約1541億元で、全国主要都市中第48位を占めている。

太原到着後、まず面食らったのが、空気がきれいだったこと。昼間は透き通る青空、夜は星がくっきり見えるほどだった。スマホア

プリでもPM2.5の値は50前後にとどまっている。市内のタクシーは、全てBYD製のEV。2016年に8000台強のタクシー車両が廃棄・交換時期を迎えたタイミングで、全車両を新エネルギー自動車に切り替えた。BYDも15年12月、山西省および太原市政府との間で、同市に大型の新エネルギー自動車生産基地を建設する契約を交わしている。地元政府はまた、EV用充電ステーションの建設も急いでおり、電気も優遇価格でガソリンよりも安く抑えている。公共レンタルサイクルも市内で2万

## 編集後記

巻頭特集では中国の「世代論」を取り上げました。日本では「団塊」、「新人類」、「団塊ジュニア」、「ゆとり」世代と区分され、それぞれの時代背景や特徴、価値観や消費性向などが研究、議論されています。

こうした世代論。中国では生まれた年を10年単位で区切り、例えば80年代（1980～89年）生まれを「80後（ホウ）」、90年代生まれを「90後」と分け、日本と同じように分析されています。

これまで中国での世代論はどちらかというと若い世代にスポットライトが当てられてきました。特に、一人っ子政策により甘やかされて育った80後が、青年や大人になった際の価値観や消費行動などについてです。また、最近では、これまでの世代とは一線を画し、社会や周りの意見にあまり左右されない「自我」を強く持つ90後が主要消費層になるにつれ注目を集めました。

いよいよ次は今年で17歳、まもなく大学や社会人デビューする「00後」が次なる研究のターゲットかと思っていた矢先、それよりももっと注目すべき世代があるのではないかと感じるようになりました。それは「60後」です。

60後といえば、今年48～57歳。まもなく定年を迎える“老年”層ですが、自分の身の周りの60後の方々を思い浮かべても、誰ひとり「老けて」いません。マラソンやゴルフ、サイクリングにスキューバダイビングなど、むしろ、我々（70後）よりもアクティブで何事にも積極的なくらいです。

60後といえば、78年から始まる改革開放政策による中国急成長の最もエンジンがかかりはじめた時期に社会人となり、そうした成長の恩恵を一番享受した世代といえるでしょう。経済的にも余裕があり、なおかつ健康的で自信にも満ち溢れた「アクティブシニア」とも言えるでしょうか。

これまで日本で注目を集めた老後や介護といったテーマに加え、今後は「お金」と「時間」を持って余したアクティブシニア層をターゲットにした取り組みが、日本企業にとっても大事になるのではと思い、今回の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 2017 SEPTEMBER (vol.47) 2017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

© 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!!



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