

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】

## 「新小売」概念を 実践・具現化する“実験場”に

アリババ初の自社運営モール「親橙里」

【業界研究】要注目業界を徹底調査・分析

## 商業化が進む中国eスポーツ産業が急成長

官民挙げて業界の発展を強力後押し

【小売・流通現場】中国コンビニ最前線レポート

## タクシー内でスナック、飲料をスマホ決済する 車載コンビニが人気

「新小売」業態の新たな注目株に投資家も熱い視線

都市別マーケティングレポート 広東省都市めぐりファイナル

## 取り残された特区・汕頭 近づく浮上の足音

杭州にオープンしたアリババ初の自営ショッピングモール「親橙里」

<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

## 「新小売」概念を 実践・具現化する“実験場”に アリババ初の自社運営モール「親橙里」

要注目業界を徹底調査・分析

18

業界研究

### 商業化が進む中国eスポーツ産業が急成長 官民挙げて業界の発展を強力後押し

中国コンビニ最前線レポート

36

小売・流通現場

### タクシー内でスナック、飲料をスマホ決済する 車載コンビニが人気 「新小売」業態の新たな注目株に投資家も熱い視線

都市別マーケティングレポート 広東省都市めぐり フィナーレ

38

都市別調査

### 取り残された特区・汕頭 近づく浮上の足音

40

編集後記

## 巻頭特集

# 「新小売」概念を実践・具現化する「実験場」に

## アリババ初の自社運営モール「親橙里」



最近の中国小売業界で一番の話題となっているのが、「親橙里」という名のショッピングモールだ。これは、中国電子商取引（EC）最大手のアリババ自らがオープン・運営する初のオフライン・商業施設。アリババ本部がある浙江省・杭州の「阿里巴巴西溪园区」三期に2018年4月28日、正式オープンした。

親橙里モールは延床面積4万平方メートル、地上5階・地下2階の構造。テナント数は70店前後。規模や立地だけから見ると、一般的な普通の地域型ショッピングモールという印象だ。

しかし、アリババが提唱・推進する「新小売（ニューリテール）」（※ビッグデータや人工知能（AI）をフル活用し、リアルとネットと物流を融合させたオムニチャネル概念）に対する考え方や技術が、モール内の到る所で具現化されている点が、この施設を特別な存在たらしめ、業界内外から大きな注目を集めている。



「親橙里」モール前には「盒馬鮮生」のキャラクターが





アリババは小売流通大手の「銀泰」に出資、オフラインの百貨店に「新小売」の導入を議論む

16年10月に、アリババ集團の馬雲（ジャック・マー）会長が、「新小売」のコンセプトを提唱して以降、アリババはオフラインの小売流通チャネルに手を伸ばし、オンラインとオフラインを融合させることに力を尽くしてきた。



2018年4月28日、杭州にオープンしたアリババモール「親橙里」

これまでも、百貨店の銀泰商業や百聯集團、スーパーの大潤発に盒馬鮮生、家具量販の居然之家、ネット出前の餓了麼など、幅広い領域で投資を繰り返しながら業容を拡大多角化してきた。

しかし、今回の親橙里モールは、アリババが自ら運営を試みていることだけでなく、「新小売」コンセプトを「実践」する場として、大きな意味合いを有している。

以下では、この親橙里モールのどこが特別なのかについて、現地視察調査の結果を踏まえながら分析していく。

### 「新小売」概念の実践場としてビッグデータから顔認識、ARなどをフル活用

親橙里モールの開発に着手した当初は、アリババ園區の従業員のための「生活インフラ」としてのポジショニングに過ぎなかった。2013年に工事を開始。アリババが「新小売」概念に注力するようになり、17年には最終的にポジショニングを「新小売の実践場」に改めた。

新小売のコンセプトや技術をここで実践・テストし、最終的に成功したモデルをメーカーや提携パートナーと手を組んで、他の商業施設で

も運営していくことを目標にしている。

親橙里モールの最大の特徴は、施設全体がECサイトの淘宝（タオバオ）のスマートフォン（スマホ）アプリ「手機淘宝」と連動している点だ。施設内のナビゲーションや販促など、AR（拡張現実）技術も活用しながら、すべて淘宝アプリを通して操作が可能になっている。

同時に、顔認識技術のほかに、淘宝やスマホ決済の支付宝（アリペイ）から集めたビッグデータを分析し、消費者一人一人の好みに合わせたリコメンドやプロモーションも実施。オンラインとオフラインの境界を打ち破る多くの試みが随所に見られた。



親橙里モールの施設全体が、スマホの淘宝アプリと連動



親橙里モールのフロア面積はそれほど大きくはない





親橙里モールが活用している「黑科技(ブラックテクノロジー)」も注目に値するが、これについては、後ほどより詳細な解説を加えることにする。

(※「黑科技」とは、元は日本のライトノベルから生まれた言葉。「存在しない技術」という意味だったが、中国に入ってから「驚くべきハイテク」と派生し、「画期的で先進的な技術」という意味合いで使われている。)

「親橙里」というネーミングにも実はこだわりがある。

「親」は膨大な数の淘宝ユーザーを指す。これは、淘宝のECプラットフォーム上で、ショップが顧客を「親」と親しみを込めて呼ぶことに由来している。「橙」は淘宝のイメージカラーであるオレンジを、また「里」は近所や街角、つまり身近な存在であることを示すものだ。

## 自社ブランドメインのテナント構成 「淘品牌」が初の実店舗をオープン

テナントのブランド構成を見てみよう。

本来、従業員の生活インフラとして計画されていた親橙里モールは、延床面積が4万平方メートルと比較的小規模で、テナント数も70店あまりに過ぎない。一般の百貨店やショッピングモールと異なり、高級品や国際的な一流ブランドは皆無、アパレルブランドもほとんど出店していない。



主力は、アリババ集団の自社ブランド群。越境EC「天猫国際」のオンラインショップ、ノンブランドのセレクトショップ「淘宝心选」、スマートスピーカーの「天猫精灵生活馆」、そしてネットスーパーとグローサリントを融合した会員制スーパーの「盒馬鮮生」だ。

(※「グローサリント」とは、食料品店の店内で食事を提供する業態のことで、食料品店を意味する「グロサリーストア」と「レストラン」を掛け合わせた造語。スーパーとレストランのいいとこ取りともいえ、店舗で扱う食材をその場で調理し、店内で楽しめる新業態。)

また、淘宝で生まれ人気となったブランド「淘品牌」各店も、初のリアル店舗をオープン。雑貨メインの淘

宝二次元ショップ「次V殿」、女性向けアパレルブランド「Mishow 迷雾女装」はその一例だ。

アリババの自社ブランドや淘品牌ショップには、どこも「新小売」の要素と新技術が加味され、消費者に新しい体験(コト)の機会を提供。各店については後ほど詳細な紹介を加えることにする。

## テナント全体の約4割が飲食店 アリババ社員による投票で候補を選出

一方、テナント全体の40%近くを占めるのが飲食店だ。

特筆に値するのは、出店するレストランをアリババの従業員による投票で選んだことだ。テナント募集の前に、アンケートを実施。出店してほしいお店を調査し、テナント募集チームがその結果をもとに出店を働きかけた。

結果的に、外婆家、鲈魚、スターバックス、和府捞面など若者に人気の高いレストランが揃った。またこれらレストランは、アリババ集団傘下の生活情報クチコミアプリ「口碑(Koubei)」の出店ブランドでもあり、口碑で決済すれば各種の優待やクーポンを受けることもできる。

小売とレストランのほかに、家庭用品、アスレチックジム、エステ、医療、



飲食店の比率がテナント全体の40%近くを占める

教育、映画館といった生活サービスも充実している。楽友孕婴童、英孚教育、浙大啓辰教育、艾維口腔などは、従業員とその家族のためのベビー・マタニティ、教育、医療関連サービスだ。

シアターコンプレックスの「峨影1958影城」と2つのアスレチックジムは、従業員のレジャー需要を満たすのが狙いだ。

立地を見てみよう。

親橙里モールが位置する阿里巴巴西溪園区の周辺は、アリババの影響もあり、杭州の城西地区で最も主要なハイテク産業園区に成長し



従業員とその家族のため、ベビー・マタニティ関連ブランドも出店

た。アリババ集団の約3万人の従業員のほか、周辺には20万人前後が居住し、一定の消費力を有した商圈となっている。

周辺10キロ以内には同じようなショッピングモールがなく、付近には世紀聯華超市(スーパー)と小規模な商業施設「富力天茂広場」があるのみ。

親橙里モールが提供・実践する「新小売」概念とビッグデータの応用により、周辺住民の生活と娯楽需要が大きく満たされるだけでなく、一般的な商業施設とは全く異なる新しい体験(コト)も享受できるようにした。



淘宝版「無印良品」の「淘宝心選」

**要注目は「淘宝心選」と「天猫精霊」「盒馬生鮮」も大きな存在感を示す**

親橙里には、オフライン初出店のアリババ自社ブランドが2つある。「淘宝心選」と「天猫精霊未来館」だ。

天猫国際も、西湖銀泰城に続く2つめの体験型実店舗を出店。

また最近、中国各地で話題の新小売の代表格でもある「盒馬生鮮」も、地下1階を占拠して大きな存在感を示している。

**淘宝版「無印良品」「淘宝心選」**

淘宝心選は、淘宝自営のオンライン生活用品ブランドで、簡単にいえば淘宝版「無印良品」といった感じのブランドだ。

最近中国で人気が高まっているネット企業大手の網易(ネットイース)が運営する「網易嚴選」にも類似。ノンブランドのシンプルなデザインが特徴で、良質な素材やクオリティの高さが、ハイセンスな生活を好む若者層に受けている。

商品ラインは家庭用品や生活雑貨、文具、旅行関連グッズなど幅広い。いずれも今風のシンプルで清潔感溢れるデザインで、コストパフォーマンスが高いのが特徴だ。

2017年5月に淘宝(タオバオ)上で運営をスタート、17年末には登録ユーザー数が120万に達した。

親橙里モール内にオープンした初の実店舗の面積は、360平方メートル。店内の雰囲気も無印良品によく似ている。

ダイニングやベッドなど生活のシーンごとに商品が陳列され、一見洗練された家庭用品店に過ぎない。が、実際は「新小売」概念の「黑科技(ブラックテクノロジー)」が到るところに生かされている。

**「新小売」の要素が詰まった商品構成と売り場**

まず、店舗の入り口には自動販売機のようなボックスが置かれていて、消費者がスマホの淘宝アプリで





中国で近年急速に存在感を増す「eスポーツ」

## 業界研究

# 商業化が進む中国

# eスポーツ産業が急成長

## 官民挙げて業界の発展を強力後押し

インターネットやゲーム産業の発展に伴い、「エレクトロニックスポーツ（eスポーツ）」が中国で急速に存在感を示している。「インターネット＋競技性スポーツ」の新たな産業として、その市場と競技の規模が拡大を続けている。ユーザー数も爆発的に増加する中、政府や業界、投資家からも熱い視線が注がれている。

「eスポーツ」とは、コンピュータゲームを用いてプレイヤー同士が対戦する競技のこと。対戦型のゲームを「競技」レベルに格上げしたもので、パソコンやゲーム機、スマートフォン（スマホ）などをツールとして、人と人が知力や技を競い合う「スポーツ」と定義できる。

中国ネット調査大手iResearch（アイリサーチ）の統計によると、2017年の中国eスポーツ人口

はすでに2.5億人に達し、市場規模は50億元を超えているという。試合の観戦者数が延べ100億を超えるイベントも出現している。

今年8月18日からインドネシアのジャカルタで開催される「第18回アジア競技大会（アジア大会）」で、eスポーツがデモンストラーション競技として実施される予定だ。

また22年に中国の杭州で開催される次回のアジア大会では、正式のメダル種目になることも決定。世界的なeスポーツイベントで優勝する中国選手が登場するなど、これまでになく注目が集まっている。

今後、中国経済の成長持続とともに、「文創」産業の発展と普及に伴い、eスポーツの社会的地位も向上していくことが予想される。またその運営やビジネスモデルも成熟し、より専門化しつつある。





(※中国で「文創」とは「文化+創造」の造語で、カルチャーとクリエイティブに代表される雑貨や文具など、独自のデザインとアイデアで創作したモノやコトを指す。)

現在、人気の高い「英雄聯盟 (League of Legends)」や「王者荣耀 (Arena of Valor)」の競技版ライセンス料は1億元を超えている。この額は中国内の大型スポーツイベントとほぼ同レベルに達している。

「英雄聯盟」のプロチームも北京、上海、重慶、杭州、成都、西安などの主要都市に誕生。またeスポーツ専門のスタジアムも北京、深圳、天津などに設立されている。

中国政府も、国務院の「文化和旅遊部(文化・観光部)」が、新しいタイプの文化(カルチャー)業態の発展に注力しており、eスポーツ業界の現状と発展に注目している。

以下では、中国eスポーツの市場

中国で大人気のeスポーツゲーム「英雄聯盟」(上)と「王者荣耀」(下)

規模、発展過程、サプライチェーンを構成する主な企業、消費者の特徴と利用状況、そして今後の発展トレンドに着目し、ゲームとスポーツを結び付けたこの新しい産業を解説していくことにする。

**中国eスポーツ人口と市場規模は？**  
**モバイル型ゲームの登場が爆発的成長を支える**

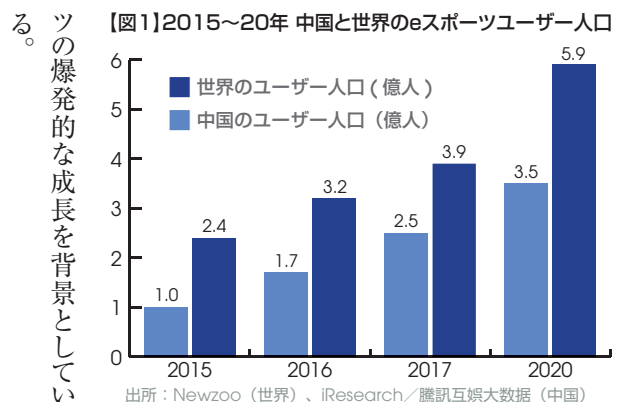
スマートフォン(スマホ)などモバイル機器による競技型ゲームの普及に伴い、世界のeスポーツ市場は急速に発展してきた。

2017年のeスポーツ競技人口は全世界で3.9億人。中国だけでも2.5億人に達している。18年には中国のeスポーツ人口は3億人を超え、20年には3.5億人を突破すると予測されている。

(図1..2015~20年 中国と世界のeスポーツユーザー人口)

17年の中国eスポーツの市場規模は655.4億元。そのうち、パソコンなど固定端末型の市場規模は301億元で、全体の46%を占める。

一方、モバイル型のほうは303億元で、シェアは46.3%。前年比で市場全体の規模は59.4%増だったが、これは主にモバイル型eスポー



スマホでeスポーツに参加する若者が急増

モバイルeスポーツ市場は、人気のゲームに引張られる形で、市場シェアを大きく伸ばしつつある。現在、モバイル型のシェアは固定端末型とほぼ肩を並べている。今後、さらに多くのモバイルゲームの登場が予想される中、シェアをさらに高めると見込まれている。





無人コンビニ、オフィスコンビニに続き、中国のコンビニ市場に新たな業態として注目の「車載コンビニ」

## 中国コンビニ最前線レポート

# タクシー内でスナック、飲料をスマホ決済する 車載コンビニが人気

## 「新小売」業態の新たな注目株に投資家も熱い視線

無人コンビニ、オフィスコンビニに続き、中国のコンビニ市場にまた新たな業態が登場した。「車載コンビニ」だ。

北京小桔便利科技发展有限公司が運営をスタートした車載型のコンビニ「魔急便(Mobile Go)」。初の出店地を選んだのは浙江省杭州。杭州市出租車集団(タクシィグループ)と提携し、2018年1月10日から市内を走るタクシィへの搭載が始まり、春節(旧正月)前までに約2000台まで拡大する予定だ。

魔急便は、車内に置かれたスナックや飲料を手に取り、商品上のバーコードをスキャンして、スマホ決済で支払いをするシンプルなモデルだ。販売商品は、牛乳やパン、ピープジャッキー、ビスケット、飲料などの軽食類が主体。陳列ボックスの位置

は、運転席と助手席の間や、運転席の後ろに掛けられたラックの中など。

魔急便によると、車内に並ぶ商品の価格の多くはコンビニ実店舗よりも安く設定。今後は、ソーシヤルゲーム内で使うアイテムなどの仮想商品や、シェア充電器等のサービスも提供する予定という。商品の補充ポイントは、提携先の洗車店や



販売商品は、牛乳やパン、ピープジャッキー、ビスケット、飲料などの軽食類が主体





# 取り残された特区・汕頭 近づく浮上の足音

ランの探魚や海底撈が店出し、さらに地元の丹櫻生態園が小動物エリアをオープン、ウサギなどの小動物との触れ合い広場が多くの女性や子供客から人気を集めている。

新一城商業中心は、本部を中山に置く合勝百貨をメインテナントに、スーパーのト蜂蓮花、メイソウ、国美電器、通信機器売場、KTV、キッズパーク、アスレチックジム、レストラン街など各種業態を取りそろえ、周辺居住者の生活機能向上に大きく貢献している。

故郷に錦を飾るかのごとく汕頭に強い愛着を注ぎ込んでいるのが、同地に起源を持つタイの華僑系巨大財閥チャロン・ポカパン(CP)グループで、スーパーのト蜂蓮花を15店舗展開、タイ産食材の輸入と広東食材の取り扱い拡充を両輪に支持を集めている。15年にオープンしたト蜂中心は、レジャー、娯楽、飲食、ショッピングのワンストップ消費のポジショニングで、IMAX映画館や豊富なレストランを売り物に大きな人気を呼んでいる。マーケティング・データの取得も兼ねたO2Oサービスの積極展開も特色だ。

このほか17年6月現在、百脳匯生活広場、華銀商業総合体、華潤中心といった商業コンプレックスの建設が進んでいる。中でも華潤中心は敷地面積8万㎡超、総建築面積約65万㎡、総投資額60億元の大型プロジェクトで各界の大きな期待を集めている。主力テナントは万象城購物中心で、奢侈品ブランドの旗艦店や国際的に有名なファッション・コスメブランドの出店が予定されており、競技場レベルのアイススケート場、キッズ向



マーケティングの工夫で人気の地元コンビニ・爽客

け高級娯楽・教育施設、スポーツの体験業態、文化芸術系書店なども集まる計画となっている。

汕頭でもうひとつ目を引く小売店がコンビニチェーンの爽客。同市に70を超える店舗を展開し、店内には幅広い商品が所狭しと並べられている。店内には「特価人気商品」、「店長推薦」といった棚でプロモーションがおこなわれ、「1日5食」のコンセプトでデリカや軽食の販促もおこなっている。ビールフェアなど季節イベントや、シェア自転車との異業種合同プロモーションなども開催し、マーケティング面でも工夫を凝らしている。

- ※1: 至誠財経2017年2月15日付記事
- ※2: 独立行政法人経済産業研究所コラム「経済特区: 中国の経験と教訓」
- ※3: 国家統計局主要都市年度データ



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

## 商業プロジェクトが転機に

だがここに来て転機の兆しが現れている。蘇寧広場、新一城商業中心、ト蜂中心といった大型商業施設が15年に相次いで開業し、消費環境は劇的にアップグレードした。

蘇寧広場は総投資額15億元。建設面積15万㎡で、そのうちショッピングモール部分が約8万㎡を占めている。23階建てツインタワーは高さ105mにも達する。スターバックス、ユニクロ、H&M、Sephora等の国際ブランドや、キッズパークの悠遊堂、人気レスト



キャストコンサルティング

広東省都市めぐり  
ファイナル

## 都市別マーケティングレポート



汕頭発祥、タイの華僑系財閥CPグループが商業施設を集中展開。ト峰蓮花は地元自然レジャー施設・丹櫻生態園と提携し、特産高原野菜を販売(左)。ト峰中心は、ニューヨークSOHOのアートギャラリーを模したレストラン街などで人気(右)

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>

経済発展に伴い消費の洗練化も進んでいる広東省の大都市群だが、汕頭は状況が異なる。福建省との境界付近に位置し、早期に経済特区に認定され、優秀な経済人を送り出した華僑の排出地であるにもかかわらず、商業の発展は停滞気味となっている。2015年に相次いで開業した大型商業施設や、タイで財を成した同地出身の華僑資本の商業投資が、この先の発展の推進剤として期待される。

## 停滞目立つ市街地

2016年の汕頭のGDPは2080億5400万元で21都市中12位にとどまる(※1)。下位半分に属する順位には、多くの人が驚きを覚えるだろう。汕頭は深圳、珠海、福建省廈門とともに1980年代に

先陣を切って経済特区に認定された都市だからだ(※2)。このGDPは深圳はもちろん廈門の3784億元(※3)よりも相当低く、一帯一路の重要都市として発展する珠海と比べても、老朽化が進んだ空港、古びた街、タクシーはメーターも起こさず相乗りも放置されている有

様は、同じ特区都市とは思えない。かつては中国と西洋の様式を融合させた街並みで名高かった小公園地区も、今では建物は荒れ果て店舗の多くは閉店、一部の食堂のみが細々と営業している状態だ。

発展が遅れている理由のひとつに、01年に摘発された、多数の汕頭企業が手を染めた不正発票発行による巨額の脱税事件が挙げられる。これにより汕頭企業への信用が大きく失墜した。さらに、血縁やコネを極度に重視する閉鎖的な土地柄もあって、国内外の企業がビジネスや投資を敬遠したとされる。



## 編集後記

今回はアリババが杭州に4月末にオープンした初の“リアル”商業施設「親橙里」モールを特集しました。「あのアリババが自ら?」という衝撃もあるでしょう。ある意味、アマゾンが自らモールをオープンさせたことと同じわけですから……。

アリババといえば言わずもがな中国を代表する電子商取引(EC)のトップ企業。B2Bの「阿里巴巴(アリババ)」から始まり、C2Cの「淘宝网(タオバオ)」やB2Cの「天猫(Tモール)」、さらには越境ECの「天猫国際」など、中国EC業界をここまで成長させた一番の立役者です。

世界一の規模となった中国EC市場で、圧倒的なシェアと影響力を持つアリババ。小売全体に占めるネット通販の割合も順調に高まっている中、のんびりと“あぐらをかいて”もおかしくはないでしょうが、創業者の馬雲(ジャック・マー)会長にはそんな悠々と過ごす気はさらさらなさそうです。

2016年に提唱した「新零售」。「新しい小売(ニューリテール)」と訳されるこの概念は、ネットとリアルを融合して一体化し、いずれは「ネット通販」という言葉も使われなくなるような状態を目指すというものでした。当時初めて耳にしたときには「あ、いわゆるオムニチャネルのことね」と思っていたのですが、今となっては、そんなシンプルなものではなく、もっと高度でかつ“野心的”な戦略だったことに気づきます。

つまり、単なる流通チャンネルの統合だけでなく、ECや電子決済の「支付宝(アリペイ)」、さらには口コミアプリの「口碑(Koubei)」などアリババグループ傘下の各種プラットフォームやサービスでかき集めた“オールアリババ”のビッグデータをフル活用して、新しいビジネスモデルを確立するというもの。

その第一弾として世に送り出したのが「盒馬鮮生」でしょう。ネットスーパーと「グロースサント」を見事に組み合わせたスーパーの新業態ですが、実は裏ではビッグデータやAI(人工知能)の分析や活用方法が着々と実験・トライアルされているのです。

百貨店の「銀泰」や台湾系スーパー「大潤発」への出資により、どんな店づくりをしていくのか注目していたのですが、今のところ、これといった目立った動きはありませんでした。そこに満を持して送り出した「親橙里」モール。リアルでも中国小売を“牛耳るぞ”というアリババの熱い想いが込められた数々の一手は、ぜひとも一見に値します。(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 2018 JUNE (vol.55) 2018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

© 2018 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!!



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](mailto: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