

中国ビジネスをマーケティング視点から再構築しよう!

CHINA MARKET INSIGHT

中国消費洞察

2020年1&2月合併号 第71号



巻頭特集 ■ 中国高齢者介護・養老市場 

高齢化待ったなし!! 官民挙げて環境整備

中国高齢者向け 「養老」産業を徹底分析

業界研究 ■ 2020年中国消費トレンド分析

「消費分級」で消費の“メリハリ”が鮮明に
中長期計画に知っておくべき
中国消費トレンド15選

マーケティングレポート

- ナマケモノたちの家③
語弊を恐れず言えば「母ちゃん」代用品
- 西部開拓は鉄道から①
ビッグデータの貴陽、物流・貿易のウルムチ



キャストコンサルティング

中国マーケティング(調査) 業務案内

弊社は2000年の中国現地法人設立以来、培ってきた経験、ノウハウ、人脈を最大限活用し、日系企業様が中国で事業を展開する上で、必要かつ有意義な情報収集、ならびに事業拡大のお手伝いをしてきました。

グループ内の日中両国の弁護士・会計士・税理士と協働し、コンプライアンス遵守を念頭に、クライアントの要望に応じた各種情報収集を行っております。

中国企業信用調査

中国内のすべての企業について、工商局及び税務局に届出している登記(変更含む)及び直近2~3期までの財務データを、定型フォーマットにてレポート。(簡易電話ヒアリング含む)

直近2期(納期7営業日) : 3500元 (中日翻訳含む) ※税別

直近3期(納期7営業日) : 5000元 (中日翻訳含む) ※税別

※日本円でのお支払いも可能です。

企業調査

特定の企業(競合、取引、下請先など)の人員・営業体制、生産ライン・計画、人事制度などの経営状況・実態について、内部関係者へアプローチし、情報収集した上でレポート。競合先とのベンチマーク、合併・出資先のビジネスDD、取引先との債権回収及び新規取引開始のリスク算定、訴訟前の事前調査などに活用。

業界調査

特定の業界(産業)について、ネット及び行業協会などのデスクリサーチとともに、実際に同業界に従事している主要企業数社の内部関係者へアプローチし、情報収集した上でレポート。中長期事業計画作成、新規事業参入、業界の商習慣・実態の把握などに活用。

経営幹部調査

特定の企業経営幹部の情報について、周辺の従業員や取引先の関係者にアプローチし、対象者のバックグラウンド、評判、能力、勤務態度などについて情報収集した上でレポート。
(※個人の資産や家庭状況などについては調査不可)

不正調査

社員による親族関係会社や取引先からのピンはねなど“怪しい”不正行為及び嫌疑について、秘密裏に関係者へアプローチ、情報収集した上でレポート。

消費者調査

中国全土で、複数の消費者を集めたグループ及びデブスインタビューにも対応。新規事業参入、新商品リリース、消費トレンド及び動向、各地の消費者の実態などの把握に利用。

その他、企業ロング&ショートリスト作成、主要ECサイト売上(ブランド・商品別)状況、メディアクリッピングなど各種対応。お気軽にお問い合わせ下さい。

中国マーケティング調査の
お問い合わせ

キャストコンサルティング株式会社 担当:大亀、西村

TEL 03-5405-7860  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



■ 巻頭特集



4 中国高齢者介護・養老市場

高齢化待ったなし！！官民挙げて環境整備

中国高齢者向け 「養老」産業を徹底分析

高齢化が急ピッチで進む中国で、高齢者向けの「養老」市場が急成長。
巨大な市場を前に外資系含む各企業の取り組みは？？？



20 ■ 業界研究 / 2020年中国消費トレンド分析

「消費分級」で消費の“メリハリ”が鮮明に

中長期計画に知っておくべき 中国消費トレンド 15選

力強い成長を持續する中国消費だが、その中身は多様化するニーズにより
複雑さを増している。中国事業の中長期戦略を練る上で、
知っておくべき消費トレンドを15個厳選!!!



42 ■ マーケティングレポート

ナマケモノたちの家④

語弊を恐れず言えば 「母ちゃん」代用品

「ナマケモノ経済」が隆盛する背景には、ペットブームと、スマートスピーカーの
語り掛け機能があった…



44 西部開拓は鉄道から①

ビッグデータの貴陽、 物流・貿易のウルムチ

中国で最貧の地とされてきた貴州と、ミステリアスな辺境の街とされたウルムチ。
両地の発展に共通するパワーとは…

46 編集後記



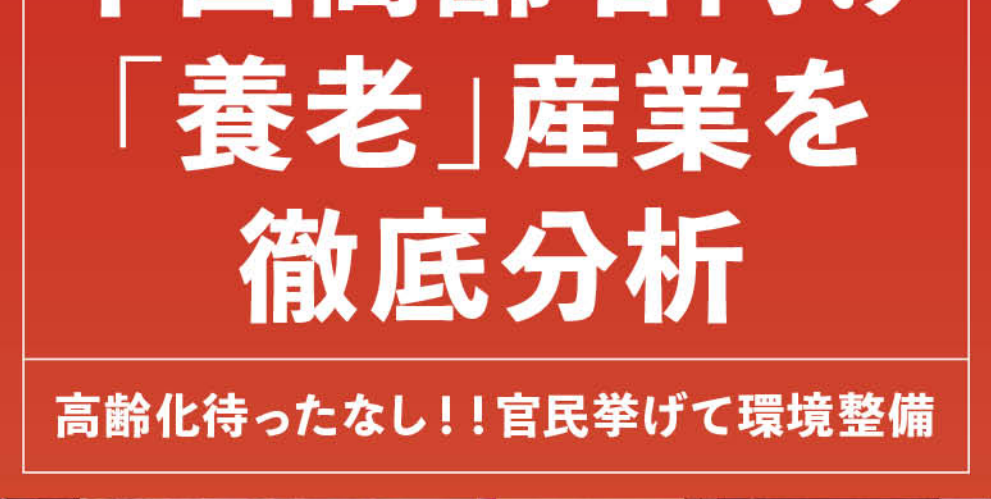
卷頭特集



中国高齢者介護・養老市場

中国高齢者向け 「養老」産業を 徹底分析

高齢化待ったなし!! 官民挙げて環境整備





中国国家统计局の統計によると、2018年に中国国内の60歳以上の人口は2.5億人に達し、全体の17.9%を、また65歳以上の人口は1.6億人で、全体の11.9%を占めたという。

WHO（世界保健機関）の予測では、2050年には中国の人口の35%が60歳超となり、世界で最も高齢化が深刻な国の1つになると見込まれている。（図1：中国の60歳以上の人口の推移）

2017年末時点で、60歳以上の戸籍人口のランキングは北京市がトップ。同市の高齢化率は24.5%に達している。天津市と遼寧省がこれに続き、それぞれ22.43%と22.65%だった。すでに8つの省及び直轄市で高齢化率が20%以上となっており、中国社会の高齢化が顕著となっている。（図2：2017年高齢者の割合が20%を超える省・直轄市）

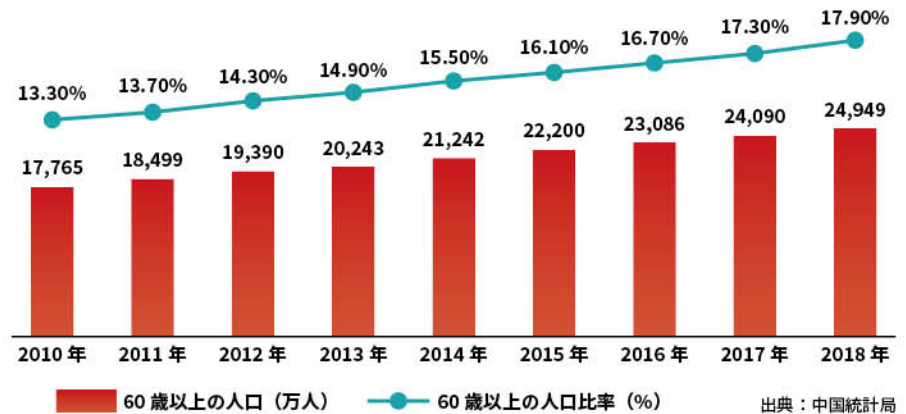
高齢化が年々深刻化するのに伴い、中国で高齢者向けの医療・介護から関連施設、製品、サービス、人材育成など業界全般を広義に称する「養老」産業が急成長している。中国調査会社の前瞻産業研究院の統計によると、2018年の中国の養老産業の市場規模は6.6兆円で、24年には10兆元に達すると見込まれている。（図3：中国の養老産業の市場規模）

中国民政部の統計によると、2019年6月末時点で、中国国内の各種養老専門の施設の数約3万ヶ所。「社区」（※中国独自の行政単位をベースとした地域コミュニティ）に付設している養老サービス施設は14.34万ヶ所に達しているという。

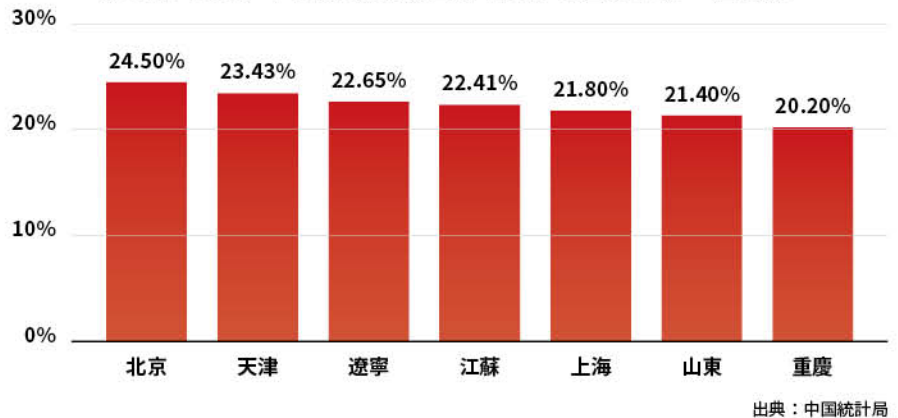
ベッド数は合計735.3万床で、高齢者100人あたりで換算すると3床のみ。国際基準の100人あたり5床を大きく下回っている。

高齢化が急速に進むなか、養老施設の新規設立やベッド数が大きく増加する潜在性を秘めているといえる。

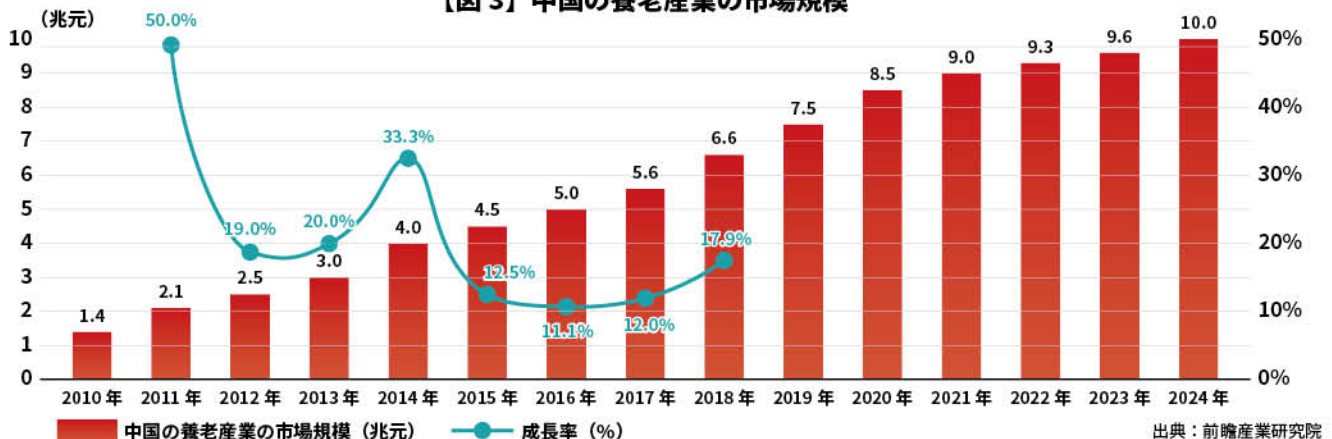
【図1】中国の60歳以上の人口の推移



【図2】2017年高齢者の割合が20%を超える省・直轄市



【図3】中国の養老産業の市場規模



中国政府も政策で奨励 養老産業の発展を後押し

高齢化の加速に伴い、中国の中央及び地方政府も2014年以降に関連する政策を矢継ぎ早に発表。高齢者関連市場の発展とケア体系の構築を積極化している。そうした中、施設内でのケアサービスが大きな注目を集めている。

中国商務部は、2014年に海外の投資家（企業）に対して中国国内での営利型高齢者施設の設立を奨励する公告を公布。16年にも「医療・ケア結合型サービス施設の許可業務実施に関する通知」を公布。医療機関による高齢者ケア施設の設立とともに、高齢者ケア施設による医療機関設立も支持すると明言した。

17年には「サービス業イノベーション発展大綱（2017—2025）」で、高齢者ケアサービス市場を全面的に開放。社会全体で力を合わせて高齢者ケアサービス施設を設立し、高齢者ケア体系のスマート化推進を奨励している。

こうした矢継ぎ早の政策で、高齢者ケア業界への投資を後押しした結果、各業界から様々な企業が同業界に参入。特に高級ケア施設が投資市場で高い注目を集めるようになった。

恒大や万科などの不動産デベロッパー大手のほか、泰康人寿や合衆人寿など大手保険会社も高齢者ケア産業に進出し、北京、上海、成都、青島など中国主要都市での投資を積極化。こうした民営資本による参入も、高齢者ケアサービス市場の成長を下支えしている。（表1：中国の主な高齢者向け関連政策）

在宅ケアをメインに 核家族化で意識も変化

中国では今でも日本以上に親孝行が重んじられている。多くの中国人が「養兒防老（子供を育て、老後は子供に頼

る）」の考えを持ち、自宅で老後の生活を続けることがいわば“当然”のライフスタイルとされている。

中国政府の政策も在宅ケアを基本とし、居住地域コミュニティと高齢者施設が「補助的」な役割を果たすシステムが基礎となっている。

中国国務院は2017年に『「十三五（第13次5カ年計画：2016～20年）」国家老齡事業發展及び高齢者ケアシステム建設計画』を公布。居住地域コミュニティの高齢者ケアサービスに関する総体案を提起し、2017～20年の高齢者事業發展の重要な指針としている。

上海や北京などの地方政府も「9073」や「9064」と呼ばれる高齢者政策を相次いで公布した。この数字の意味は、現在高齢者人口のうち、9割が自宅で生活し、7%（上海）及び6%（北京）が居住地域コミュニティでケアを受け、残る3%（上海）及び4%（北京）が施設で生活を送るというものだ。（表2：高齢者ケアモデル3種の比較）

しかしながら、中国も核家族化が進み、都市と地方の経済格差が広がるのに伴い、地方から都市への人口流出も著しい。その結果、高齢者人口の半数を超えるとされる「空巢老人（家族が出稼ぎに出て、1人で留守を守る老人）」に注目が集まっている。

また一人っ子政策により、中国に多数存在する「四二一」家庭（祖父母4人、父母2人、子1人）にとっても、高齢者問題は大きな負担となっている。家庭における高齢者ケアの機能は日に日に弱体化し、これまでの生活パターンを維持することが困難になりはじめている。



中国政府は高齢化対策の政策を矢継ぎ早に発表



中国では老後は子供に頼る価値観がまた主流



中国の「四二一」家庭にとって、高齢者問題が大きな負担に

【表1】中国の主な高齢者向け関連政策

時期	名称	内容	公布単位
2015年11月	「医療・衛生及び高齢者ケアサービスの連携推進に関する指導意見」	医療・衛生と高齢者ケアサービスの連携加速	衛生計生委、民政部、国家発改委など9部門
2017年2月	「『十三五』国家老齡事業發展及び高齢者ケアシステム建設計画」	『十三五』期間における高齢者事業の發展及び高齢者ケアシステム確立の指導思想、基本原則、發展目標及び主要任務を明確化	国務院
2017年3月	「高齢者向けスマート健康・ケア産業發展行動計画」	高齢者向け健康・ケアサービスのスマート化・アップグレードとサービスの質・効率のレベルアップ	工業情報化部、民政部、國際衛生計生委
2017年3月	「全国高齢者ケア施設業務管理システム応用による高齢者ケア施設の發展観測強化に関する通知」	全国高齢者ケア施設業務管理システムの正式な運用開始	民政部
2017年8月	「高齢者ケアサービス標準化システム建設指南」	高齢者ケアサービスの基本システムを確立し、システムの構図を確定	民政部、国家標準委
2017年12月	「2017年スマート健康・高齢者ケア実施テスト地区リスト」	高齢者向けスマート健康・ケアのモデル企業53社、モデル街道82ヶ所、モデル基地19ヶ所の指定	工業情報化部、民政部、国家衛生計画生育委員会
2018年4月	「国務院弁公庁『インターネット+医療健康』發展促進に関する意見」	「健康中国」戰略の實施を推進し、医療・衛生の現代化管理レベル向上を促進	国務院弁公庁
2018年12月	「第二期スマート健康・高齢者ケア実施テスト地区リスト公布に関する通告」	高齢者向けスマート健康・ケアのモデル企業26社、モデル街道48ヶ所、モデル基地10ヶ所を新たに追加	工業情報化部、民政部、国家衛生健康委員会
2019年4月	「国務院弁公庁 高齢者ケアサービス發展推進に関する意見」	「簡政放権（行政のスリム化と権限移譲）」改革を深化させ、高齢者ケアサービスへの投融資チャンネルを拡大させることを通じ、高齢者ケア業界の就業・起業と消費の拡大を促進	国務院弁公庁
2019年6月	「第三期スマート健康・高齢者ケアテストの實施に関する通知」	第三期の高齢者向けスマート健康・ケアモデルテスト地区選出作業の開始	工業情報化部、民政部、国家衛生健康委員会
2019年7月	「国務院 健康中国アクション實施に関する意見」	老年健康促進アクションの實施	国務院
2019年8月	「普惠養老都市・起業連動専門アクション實施方案（2019年改定版）」	「普惠養老」サービスの有効供給の継続推進	国家發改委、民政部、国家衛生健康委員会
2019年9月	「高齢者ケアサービスの更なる供給拡大による消費促進に関する實施意見」	高齢者ケアサービスの供給を拡大し、消費を促進	民政部

出典：公開資料を整理



トレンドウォッチ

2020 年中国消費トレンド分析 中長期計画に知っておくべき 中国消費トレンド 15 選

「消費分級」で消費の“メリハリ”が鮮明に

中国国家統計局のデータによると、2019年の1月から11月における社会消費品小売総額（小売全体）、前年比8%増の37兆2,872億元だった。また同年第1～第3四半期に、消費が経済成長に貢献した割合は60.5%に達した。中国消費は依然高いレベルで成長を継続している傾向が明らかとなった。

中国の消費者信心（自信）指数（CCI）も10年来の最高値を更新した。米コンサルティング大手のマッキンゼーの統計によると、中国の消費者自信指数

は19年の年初から上昇傾向が続いているという。

19年11月11日の「双11（独身の日）」ネットセールsの取引高も新記録を更新。電子商取引（EC）プラットフォーム全体の取引総額は18年比で31%増の4,100億元に達した。旺盛な消費

が、中国経済の牽引役となっていることがわかる。



消費は中国経済の牽引役（写真：上海南京東路歩行街）

中国国際貿易促進委員会 (CCPIT) 直属の研究機構である中国貿促会研究院の統計によると、2018年の中国とアメリカの消費規模の差は既に2,800億米ドルにまで縮小。これは中国の消費が、アメリカの95.36%相当にまで達していることを意味する。保守的に見積もっても、2020年にはアメリカを追い抜き、世界一の消費市場になると見込まれている。

この巨大な中国消費市場で、より良いモノを求める「消費昇級 (アップグレード)」が大きなトレンドとなっている。四線・五線級と称される地方都市の消費が、特に成長著しく、「95後 (1995年～



99年生まれ)」及び「00後 (2000年以降生まれ)」世代が消費の主力とな

りつつある。単身者とシルバー層 (高齢者) が消費のブルーオーシャンとして注目を集め、テレビショッピングのスマートフォン (スマホ) 版であるライブコマースなどの新たな消費モデルも成長している。

2020年の中国消費市場にはどんな新しいトレンドが生まれるだろうか？中国の消費者にはどんな変化が訪れるのか？以下では19年の消費データを元に、20年の消費トレンドについて分析と予測をしてみたい。

(※新型コロナウイルスが中国消費に与える影響の考察については、下記に含まれていません。)

消費トレンド予測 1

「地方」市場の成長が持続

EC サイト各社が最後の“フロンティア”開拓に躍起

2019年、地方都市の消費市場の発展が大きな注目を集めた。この勢いは2020年も継続することが見込まれる。

京東大數據 (ビッグデータ) の「中国消費市場研究報告」によると、四線・五線級都市の消費は、大都市を上回るスピードで成長を続けており、大きな潜在力を有しているという。1人あたりの消費水準が上昇し、消費の内容も進化し続けている。「消費昇級」トレンドはここでも顕著に表れているようだ。

地方市場発展の背景には、京東 (JD ドットコム)、天猫 (Tモール)、拼多多 (ピンドウドウ) などEコマース

大手各社の地方進出も一役買っている。一線・二線級都市の市場が飽和状態に近づき、各社が地方都市へと販売チャンネルを拡大。地方都市の若年層を中心に、消費の底上げを後押しした。

中国政府商務部のデータによると、2019年の双11 (独身の日) セールで、新規ユーザーの約7割が三線・四線級都市と、県や郷・鎮などの地方の消費者だったという。家電、コスメ、家具などの人気商品の売上の約6割もまた、こうした地方都市の消費者によるものだった。

アリババも類似の関連データを公表。過去1年間における約1億人の新規ユーザーのうち、7割以上が地方都



EC 大手各社は地方市場の開拓に注力 (天猫傘下の共同購入機能「聚划算」)

市居住者だったもようだ。

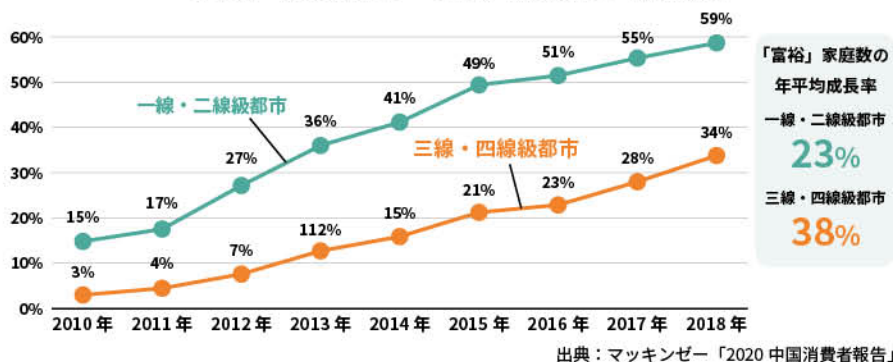
北京や上海など大都市の富裕層への期待は変わらないが、地方都市の若年消費者が消費の伸びに果たす役割も無視できないものとなりつつある。

2010～18年の間に、三線・四線級都市で年間可処分所得が14～30万円の家庭の年平均増加率は38%に達し、一線・二線級都市の23%を大きく上回った。こうした経済的に比較的余裕のある「富裕」家庭は三線・四線級都市の人口の34%超を占め、大都市の5年前の水準に近づいている。(図1：地方都市の「富裕」消費者の増加状況)

米コンサルティング大手マッキンゼーは「2020中国消費者報告」で、こうした地方の「富裕」家庭の消費力について、以下のように仮説を立てている。

つまり、地方都市の若年消費者の生活コストは、大都市を大幅に下回る。彼らの多くは午後5～6時に仕事を終え、帰宅にもあまり時間を要しないため、自由時間は比較的多い。空き時間は主にレジャーや外食、買物などに費やす。生活コストが低いため、貯蓄に励む必要もない。このような背景により、十分な購買力を持つに至った彼らは、高級品やブランド品も購入できる

【図1】地方都市の「富裕」消費者の増加状況



…というものだ。

世界大手調査会社のニールセンの統計によると、中国の地方都市には1.2億人の潜在的消費者が存在するという。毎月の可処分所得が3,000元を超える人が56%を占め、将来的な購買力にも自信を持っている。大卒以上も26%に達している。新しいモノを試したり、消費をアップグレードしたいと回答した人の割合もそれぞれ31%と55%に達し、大都市の24%と53%を大きく上回ったもようだ。

これらの地方都市の若年消費者も、インターネットの時代に生まれ育ち、SNS（ソーシャルサイト）から大きな影響を受けている。

ソーシャルコマースの小紅書（RED）や、動画投稿アプリの抖音（TikTok）や快手などのソーシャルメディアを愛用し、「網紅（ワンホン ※

ネット上のインフルエンサー）」からトレンド情報を入手する。

ネットのクチコミで好きな商品などをオススメする「种草（※ネット用語で「草を植える」という意味の造語）」の影響を受けやすく、また網紅がオススメする「網紅同款（※網紅と同じモノの意）と称される商品やメニューが、地方都市でより人気が高い傾向にある。

最新のスマホを入手し、コスメプロガーが薦めるコスメを購入。外出や旅行の際には人気プロガーの動画で見た観光スポットで、セルフイー（自撮り）写真を撮ることが、彼らの日常となっている。

家電から自動車、ベビー・マタニティ、スキンケア、エレクトロニクス製品まで、地方都市はブランド各社の重点市場となりつつある。



地方都市をターゲットに展開する共同購入サイト「拼多多」は、設立後わずか数年で中国第3位のECプラットフォームに成長を遂げた。

県・鎮市場を中心に出店を続ける家電量販チェーン最大手の蘇寧(スニン)の小売フランチャイズ加盟店「零售雲店」は、全国ですでに4,400店を展開。

京東も地方都市向け共同購入サイト「京喜」の運営を開始し、同時に全国で「都市半日着」、「千県万鎮24時間着」などスピーディさをウリにした物流プロジェクトを推進している。

広大な中国には300近い「地級都市」、2,800あまりの「県」、4万近い「鎮」が存在するが、それぞれが高い消費力を持ち始めている。



地方都市の若年消費者も抖音 (TikTok) などのソーシャルメディアを愛用



京東傘下の地方都市向け共同購入サイト「京喜」

消費トレンド予測 2

Z世代、若年パパママ、シルバー層に注目 躍進する新興消費者層の把握がますます重要に

中国の消費が全体的に飽和状態に向かっていく中、より潜在性の高い消費層に注目が集まっている。地方都市の富裕層のほか、群れることを好まない「Z世代(1995年～2009年生まれ)」、若年パパママ層、シルバー層などが新たな消費者として期待されている。

「95後(1995～99年生まれ)」が就職する年齢に達し、ミレニアル世代も成人を迎えた。生まれた時からインターネットの影響下で育った彼らは、驚くほどのスピードで新たな消費の主力となりつつある。彼らの消費性向や

消費観は、今後の消費トレンドを読み解く上での重要な指針となりえるだろう。



「盲盒(ブラインドボックス入りの玩具)」などのニッチ文化が若者に人気

彼らは消費の際、生活のクオリティや健康、体験などを重視する。理性的であると同時に、個性的なブランドを好む傾向も強い。「盲盒」と呼ばれる福袋のようなブラインドボックス入りの玩具など、マイナーな文化が人気を集め、個性的な商品が流行するのも特徴といえる。

イケメンや美女など顔の良さや美点を判断する「顔値(顔面偏差値)」を特に気にするのも、彼ら世代の外せない特徴の1つだ。

交友面では、仲間を大事にする側面も持つ。彼らは趣味や興味などで自身を「タグ付け」し、気の

キャストコンサルティング

都市別マーケティングレポート

103

ナマケモノたちの家

Fin



「訪ねてきてくれる人がいる」安心感をくすぐるデリバリー・サービス



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>

アプリひとつで多種多様な生活物資が希望時間に自宅に供給されるデリバリー・サービスは、自宅の内にてサービスするスマート家電類に対し、「自宅の外にあるスマートホーム・ソリューション」と位置づけられる。では、これら便利尽くして人間を怠惰にさせる「ナマケモノ経済」が、なぜ隆盛するのか。その手掛かりはペットブームと、スマートスピーカー（スマピ）の語り掛け機能にあった。

家で待っていてほしい

「ナマケモノ経済」とは言い得て妙だ。アプリひとつで外出先からも遠隔操作して、自宅を快適な状態に保つことができるスマート家電類に加えて、人までも“遠隔操作”して、生活必需品から娯楽用

品まで、ソファから一步も動くことなく届けてもらえる。

では、これらはモノ消費なのか、“怠けられる”という体験を売るコト消費なのか。

ここで振り返っておきたいのが、スマピの語り掛け機能だ。スマピは言語認識AIとコネクテッド機能

により、ニュースなどの読み上げから家電の遠隔操作まで音声会話でおこなう、スマートホームのゲートウェイ機器。当初はユーザー側から話しかけることでスイッチが入っていたが、しばらく放置していると急にスイッチが自動でオンになり、ユーザーに積極的に話しかけ始めた。

中国では2019年第1四半期の販売台数が前年同期比6倍の1060万台に急増する（※1）など需要の伸びは強力なスマピだが、音声ビッグデータを集めたい開発側にとって、いかに“話し相手と

※当コンテンツは「Whenever BizCHINA」掲載分を転載したものです。

「母ちゃん」代用品 語弊を恐れず言えば



して扱ってもらえるか”は重要課題。語り掛け機能はその解のひとつだろうが、“語り掛ける”ことがユーザーの行動喚起につながるという開発側の判断は示唆に富む。

スマートホーム居住者たちが「話しかけてほしい」と感じている、と開発側が判断していることを匂わせるからだ。

この心理は、ペットブームの根幹にある「寂しい」と相通じる。近年のペットブームの担い手は、比較的所得の大きい若年層が中心。飼育者の8割がペットを友人や子供、家族に相当する存在と

位置づけており、飼い始めた理由で最多となったのは「心の拠り所」だった(※2)。

背景には、職場で厳しい競争やプレッシャーにさらされ、誰も待たない自宅に帰る若者の増加がある。「家で待っていてくれる存在が欲しい」のだ。

家を訪ねてきてほしい

この心理からスマートホームを逆算してみよう。まずデリバリー。多くの人々が、「もうすぐ荷物をお届けします」や、場合によっては「ゴミがあれば代わりに捨ててあげますよ」といった携帯メッセージを受け取ったことがあるだろう。

「家で待っていてくれる存在が欲しい」人々にとって、これらのメッセージ付きでの宅配は、「訪ねてきてくれる人がある」安心感をくすぐる効果が考えられる。“自宅の外なるスマートホーム”宅配サービスの需要は、「訪ねてきてくれる人が欲しい」深層心理を根底に持つ、ともいえる。

甘えさせてほしい

人と人との交流や距離感が希薄化する現代社会で、それが最もひしひしと感じられるのが「自宅＝家庭」だとするなら、ナマケモノ経済とは「甘えたい」深層心理が生み出したトレンドでもあるのだろう。ナマケモノ経済の機能は、一昔前なら所謂“母ちゃん”が家族に提供していたサービスの数々でもある。

●家電製品の管理から、家族の利用法を分析・学習して機能調整までする(“母ちゃん”か?)スマートホーム

●声をかけるだけで、日常のこ



「家で待っている人(存在)がいる」安心感をくすぐるペットやスマート家電類

まごました需要に対応してくれる(“母ちゃん”か?)スマートスピーカー

●生活用品からコーヒーまで、ソファに寝そべっていれば届けてくれて、ゴミ出しまでやってくれる(“母ちゃん”か?)宅配サービス——これらはペットと同じく、自宅の孤独感を埋めてくれる存在として消費者に求められている可能性がある。

中国消費市場は今、「甘えたいお年頃」なのだ。

(分析連携：BizCHINA編集長 石原達也)

※1：Canalysの2019年5月20日付レポート

※2：速途研究院「2018年第1四半期 中国ペット業界研究報告」



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)

■上海市浦東新区陸家嘴環路1000号
恒生銀行大廈5樓
☎021-6321-3000
🌐http://www.cast-marketing.com/
✉service@cast-marketing.com

キャストコンサルティンク

都市別マーケティングレポート

104

西部開拓は鉄道から①



西部のエキゾチック都市ウルムチは、今や高層ビルの林立する現代都市に

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>

「天無三日晴、地無三里平、人無三分銀(天気は三日と晴れることがなく、土地は三里も平地がなく、人は三分の銀も持たない)」——中国人一般から最貧の地と思われてきた貴州がここ数年、ビッグデータ産業の集積で飛躍的な経済発展を遂げつつある。また、かつてはミステリアスな辺境の街という印象だった新疆ウイグル自治区ウルムチも、ユーラシア経済圏のハブとして発展の只中にある。双方に共通するのが鉄道パワーだ。

ビッグデータ都市

貴州省のGDPは2018年、前年比9.1%増の高成長を記録し、省都・貴陽のGDPも同9.9%増と伸長した。フォーブス中国の「2018年中国大陸の最良商業都市ランキング」では貴陽は全国第

27位と、17年比で38位も上昇。西南地区では重慶、成都、西安に次ぐ第4位だ。米国のシンクタンク・ミルケン研究所の「2018年中国優秀都市ランキング」でも、貴陽は深圳、重慶、天津、鄭州に次ぐ第5位にランクインしている。

こうした飛躍の原動力がビッグ

データ産業。貴陽には国家級のビッグデータ産業発展集積エリアが10区建設され、大規模なエコシステムを構築しつつある。

ビッグデータ取引所「貴陽大数データ交易所」は12の省に支部を設置。225の優良なデータソースに接続し、取引可能なデータ商品は4000を超える。

中国ビッグデータ分野の有力企業である中電科(CETC)、アリババ、華為、京東、奇虎360、iFLYTEKなどが拠点を置くほか、満幫集団、朗瑪信息、東方世紀、易鯨捷などの優良企業が貴陽

物流・貿易のウルムチ ビッグデータの貴陽



に本拠地を設けている。

貴陽市ビッグデータ管理委員会の統計によると、18年の同市のビッグデータ企業数は5000社を超え、それらの主要営業収入は1000億元超と17年比22.4%増の成長を記録。経済成長への貢献率も33%を占めた。

eスポーツも支援

貴陽は既に二線級都市へと成長しており、商業面での発展も目覚ましい。中商情報網のレポートによると、18年の社会消費品小売総額は1299億元で全国主要都

市39位にランクしている。

ビッグデータ都市として特筆すべきは、地下鉄1号線中山西路駅隣接の大西門商圈にあるeスポーツ館「魔方GAME MALL」だろう。盒馬鮮生も入居するモール匯金星力城内にあり、用地面積は4200㎡。場内は中国の著名なeスポーツイベントESCC (Electronic Sport China Cup) の競技場、VRテーマパーク、密室脱出ゲーム、二次元美食城、アニメ・漫画コーナー、トレーニングルームなどがあり、若者やゲーム愛好者でにぎわっている。

貴州では電子情報産業の急成長に伴いeスポーツも重要産業のひとつとして省関連部門から支持されており、ESCCも貴州省体育部門、貴州省情報産業界からサポートを受けている。

商業魅力度、二線級に昇格

劇的な発展ぶりでは、ウルムチも負けていない。

かつての同地は、壮麗な天山山脈と美しい天池、トルファンへの火焔山、人々の憧憬を誘う草原や湖、薫り高いメロンやブドウ、人気女優のディリラバやグーリーナーザーに代表されるエキゾチックな美女たちと、異国情緒たっぷりのイメージだったが、今や中心部は高層ビルが林立し交通量の多い現代的大都市となっており、ウイグル文字とイスラム寺院がわずかにエキゾチシズムを残すくらいだ。

新一線都市研究所が発表する「都市商業魅力ランキング」は、中国の都市のランク付けで定評ある指標で、都市の商業資源集積度、ハブ性、住民のアクティブ度、ラ



“最貧都市”貴陽は、eスポーツも盛んなIT都市に(eスポーツ館アニメコーナー)

イフスタイルの多様性、未来可塑性という5つの指標でランク付けしている。ウルムチは17年、このランキングで二線級都市に昇格した。新疆ウイグル内の他都市は全て五線級にとどまっている。

消費のアップグレードも進行中。例えば、ご当地書店「班的書店」は文学ムード漂う店内にカフェを併設、多くの文創雑貨やアニメのフィギュアなども販売しており、上海や南京で流行している個性派書店に引けを取らない。

貴陽とウルムチ、辺境2都市の発展は、高速鉄道の開通を契機に本格化した。

(分析連携: BizCHINA編集長石原達也)



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)

■上海市浦東新区陸家嘴環路1000号
恒生銀行大廈5樓
☎021-6321-3000
🌐http://www.cast-marketing.com/
✉service@cast-marketing.com

編集後記

今号の巻頭特集で、中国の「養老」産業を取り上げました。世界保健機関(WHO)が定める高齢者(65歳以上)が全人口に占める割合で、世界一が日本で28.4%(2019年)。人口は3,588万人にも上ります。

同じく、中国の高齢者の割合は11.5%で、国別の世界トップ10からはランク外となっていますが、人口はすでに1.6億人超。1979年から始まる一人っ子政策の影響もあり、2050年にはこの割合が30%に達するとも予測されています。

高齢化社会が待たない中国ですが、医療や介護など具体的な問題は、日本ほど騒がれていないような気がします。これもおそらく中国人の伝統的な考え方である「養兒防老(子供を育て、老後は子供に頼る)」が関係しているのかもしれない。

しかし、こうした親の老後は子供が面倒を見るのが当たり前という価値観が、少しずつ変化しつつあるのも事実です。それは中国でよく議論される「世代論」から説明できます。

中国では「80後(1980~89年生まれ)」など10年ごとに世代を区切り、それぞれの経済や社会環境などから特徴づけることがよくあります。すでに高齢者となった「50後」以前の世代は、その子供である「70後」世代とともに、上記の伝統的な考え方がまだ根強く残っているため、日本のような切迫感ある問題意識となっていないのでしょう。

一方、「60後」世代、そしてその子供である「80後」や「90後」世代となると、様子が変わってきます。中国で「421(祖父母4人、夫婦2人、子1人)」と称される特異な家族構成により、働き盛りの夫婦にとって、両親と子供の世話がダブルパンチで負担となります。

親の面倒を見る余裕のない子世代が増える一方で、改革開放による中国経済の急成長を謳歌したのが「60後」世代。経済的にも恵まれ、子供に負担を押し付けずに、老後の生活は自らが準備すると考える人が増えています。医療や介護など、「サービス」として対価を払うという意識改革が、今まさに始まろうとしています。

今年は2020年なので、ちょうど「60後」世代が60歳を迎える年。在宅ケアや介護付きマンションなど、日本でいう高齢者向けの産業振興がいよいよ本格化するタイミングかもしれないと思いながら、中国の「養老」産業について調査・分析しました。(亀)



大亀 浩介

OKAME Kosuke

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、日経MJ(流通新聞)でコラム「中国&アジア商売見聞録」(2013~18年掲載)、「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

JIANG Jialing

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20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製、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。

CHINA MARKET INSIGHT

中国消費洞察

2020年1&2月合併号 第71号

中国ビジネスをマーケティング視点から再構築しよう！

会員制サイト「キャスト中国ビジネス」

中国マーケティング & データ会員コース会報誌

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

© 2019 CAST Consulting Co., Ltd. All Rights Reserved

取引先の与信管理は万全ですか？

中国企業信用調査

中国の経済成長が減速する中、中国での事業展開、特に債権の回収が課題となっています。一方で、業界によっては力強く成長している分野もあり、中国企業と新規で取引するケースも増えてきています。そうした際に、まずは最低限のリスクヘッジ策として、企業信用調査で取引先の経営状況を一度確認することをおすすめします。

中国事業のリスクを回避するために信用調査

中国全土の企業の財務状況が把握できます



なぜ企業信用調査が必要か？

- 潜在的な経営リスクを把握・管理したい
- 業務提携の前に、取引先の与信を担保したい
- 投資、M&A先を評価したい
- 競合社の状況を把握したい
- 既存提携・取引先の資金・経営状況の変化をウォッチ・フォローしたい
- 取引先の経営状況の異常を事前に察知したい

企業信用調査で把握できる内容

- 企業登記の基本情報 (所在地、資本金、経営範囲など)
- 財務諸表 (工商局に届出した直近2期 or 3期分)
- 出資者(比率)、主要経営者及び役員(経歴)の状況
- 取引先(仕入・納入先)、支払いサイトの状況
- 将来の発展計画、売上目標など
- 訴訟関連……など

標準信用調査の内容

I. 基本情報	II. 経営状況	III. 財務状況	IV. 総合評価
<ul style="list-style-type: none"> ●登記情報 ●株主及び出資比率 ●登記内容の変更 ●対外投資及び支社 ●株主情報の紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ●主要経営者及びプロフィール ●組織図 ●資源 ●仕入状況 ●販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> ●貸借対照表 -資産 ●貸借対照表 -負債 ●損益計算書 ●財務指標の分析 	<ul style="list-style-type: none"> ●価値 ●信用ランク、信用枠 ●評価 -法律形態 -経営状況 -財務状況 -将来の発展、計画 -提携可否

標準信用調査レポートの費用・納期

	納期	フル版		財務データのみ	
		直近2期	直近3期	直近2期	直近3期
通常対応	7-8営業日	3,000	4,500	2,400	3,600
緊急対応	5営業日	4,500	6,000	3,600	4,800
至急対応	3-4営業日	5,400	7,500	4,320	6,000
翻訳(中一日)	1営業日	500	500	250	250

※調査可能地域：中国全土(台湾、香港・マカオ含まず) 通貨単位：人民元 ※税別
 ※日本国内で日本円での取引も可能
 ※調査手法：工商登記データ・工商年度検査データ・簡易電話ヒアリング

お問い合わせ先

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丁目5番1号 愛宕グリーンヒルズMORIタワー34階
 TEL: 03-5405-7860 (代表) FAX: 03-5405-3308

キャストコンサルティング(上海)有限公司(加施德咨询(上海)有限公司)

〒200120 上海市浦东新区陆家嘴环路1000号 恒生銀行大厦5楼
 TEL: +8621-6321-3000 (代表) FAX: +8621-6881-2550 / 2551

Email: info@cast-consulting.co.jp WEB: www.cast-group.biz

中国消費の現場・トレンド・統計データなどの情報満載

中国マーケティング&

www.cast-marketing.com

データ会員コース

に改名しました!

この度、「中国マーケティング&データ会員コース」に改名することになりました。

2012年9月から発行している月刊会報誌も66号*を超え、

これらすべてがPDFでダウンロードできるようになりました。

また中国の統計データを日本語でまとめたデータベースも運用をスタート。

日本企業の中国ビジネス展開を「情報+データ」面からサポートいたします。 ※2019年8月末時点

ご入会
いただくと中国ビジネスはマーケティング視点が“マスト”の時代に
「情報+データ」で貴社の中国事業を再構築します!

会員特典 ①

会報誌
バックナンバーの
PDFダウンロード

会員特典 ②

中国統計データ
(日本語)
データベース

会員特典 ③

ネット調査代行+
コンサルティング

会員特典 ④

ビジネス
マッチング

情報・データ・コンテンツ

- 会報誌「チャイナ・マーケット・インサイト」の郵送
月刊(1&2月号と7&8月号は合併号 ※年間10冊)
- 会報誌バックナンバーすべて
PDFでダウンロード
2012年9月に初号発行、19年6月時点で65号
- 会員限定コンテンツ&中国統計データ(日本語)の閲覧
ログイン用ID(1個)を発行(※同時ログイン不可)



コンサルティング

- 質問・相談・調査の受付及び対応
ネット調査で把握できる範囲内に限る
(調査結果はコンテンツとして会員企業間で共有)
- 電話・メール・会議等によるご相談受付
中国進出及び事業展開について会議
- ビジネス・マッチング
小売店等の販売先やEC代行業者などをご紹介します

会費

日本でのご契約: 50,000円/月 ▶ 600,000円/年+消費税

中国でのご契約: 4,000元/月 ▶ 48,000元/年+増値税

※ご契約は1年単位で承っております。

お試しID発行

ご入会をご検討の皆様は、
無料お試しIDを発行
有効期間中、最大20アクセスまで
有効期間は発行日より1週間

お問い合わせ先

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丁目5番1号

愛宕グリーンヒルズMORIタワー34階

TEL: 03-5405-7860 (代表) FAX: 03-5405-3308

担当窓口: 西村

キャストコンサルティング(上海)有限公司

(加施徳咨询(上海)有限公司)

〒200120 上海市浦东新区陸家嘴環路1000号 恒生銀行大厦5楼

TEL: +8621-6321-3000 (代表) FAX: +8621-6881-2550

担当窓口: 葉

✉ info@cast-consulting.co.jp