

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4月号 第73号



巻頭特集 ■ ライブコマース市場分析

農地や工場からの直売で  
流通革命なるか!?

スマホ版TV通販  
「ライブコマース」が  
ECの主役に

緊急特集 ■ 中国テレワーク業界レポート

新型コロナ感染拡大で一気に普及  
“雲”の上で働く、中国「テレワーク」最新事情

マーケティングレポート ■ 西部開拓は鉄道から Fin.

勃興する辺境都市 「次」を見逃すな



# 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](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

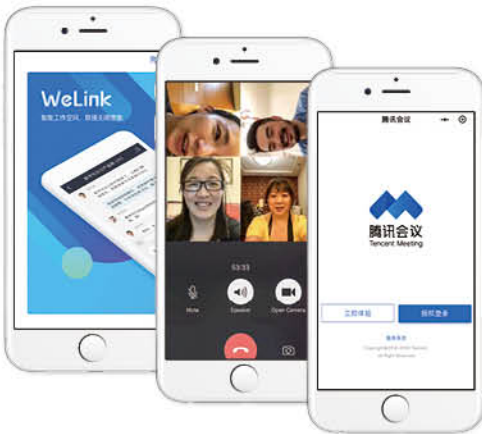


■ 巻頭特集



## 4 ライブコマース市場分析 農地や工場からの直売で流通革命なるか!? スマホ版 TV 通販 「ライブコマース」が EC の主役に

コロナ禍で人気爆発のライブコマース。農地や工場からの動画配信で、既存の流通構造が瓦解する可能性も秘めた新しい販売スタイルの実態に迫る!!!



## 22 ■ 緊急特集 / 中国テレワーク業界レポート 新型コロナ感染拡大で一気に普及 “雲”の上で働く、 中国「テレワーク」最新事情

コロナ禍の外出制限でニーズ急増のテレワーク。便利さに慣れたホワイトカラー続出で、収束後も常態化するか???



## 44 ■ マーケティングレポート / 西部開拓は鉄道から Fin. 勃興する辺境都市 「次」を見逃すな

極貧都市・貴陽、砂漠の辺境都市・ウルムチの飛躍的な経済発展を支えた高速鉄道網。貴陽やウルムチの「次」を見逃さず、商機に変えたい・・・

## 46 編集後記

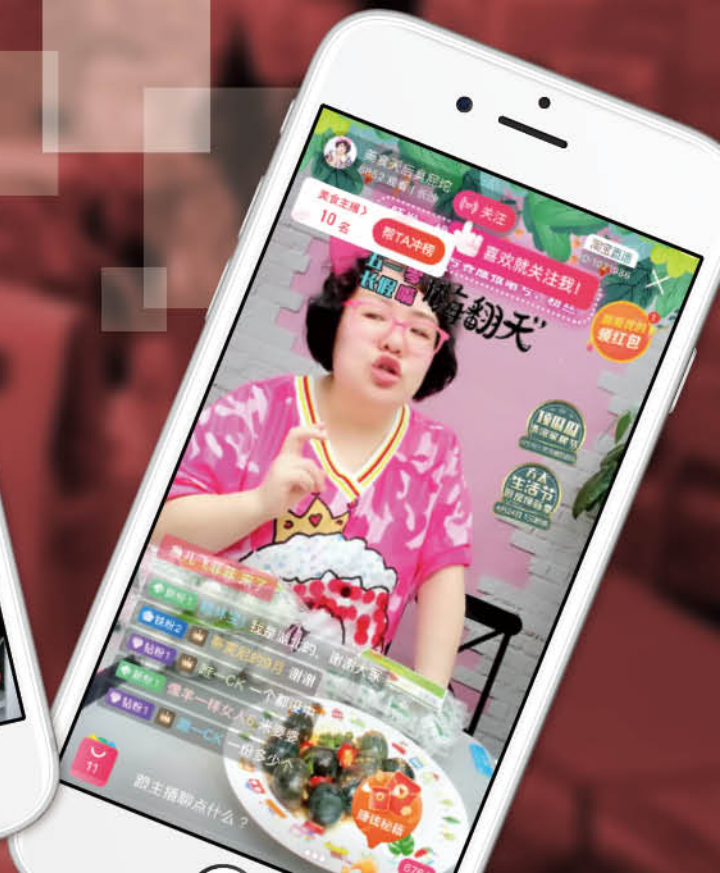


農地や工場からの直売で流通革命なるか!?

卷頭特集

スマホ版TV通販

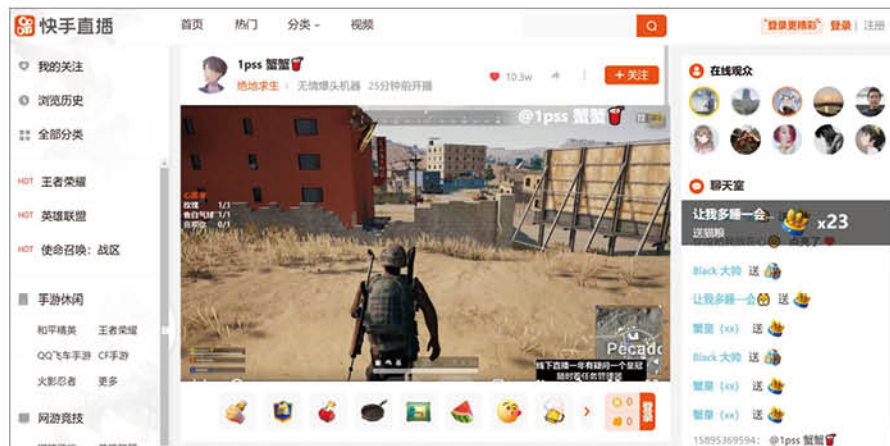
「ライブコマース」が  
ECの主役に



ここ数年、スマートフォン（スマホ）で手軽に撮影と配信が可能となったライブ中継動画（ライブストリーミング）。中国で「直播」と呼ばれるライブ動画は、2016 年ごろに若者を中心に流行した。

当初は、“キレイ”な女性や“イケメン”男性がスマホの前でおしゃべりや歌を歌い、フォロワーが「投げ銭（紅包）」やバーチャルギフトを贈るといったやり取りが話題となった。誰もがネット上で“アイドル”になりうるチャンスありとのことで、多くの若者が直播市場を盛り上げた。

その後、こうした単なるメディア的用途から、他の業種と結びつきながら、様々な発展を遂げてきた。「ライブ動画＋Eコマース」、「ライブ動画＋旅行」、「ライブ動画＋スポーツ」、「ライブ動画＋バラエティ」、「ライブ動画＋ゲーム」などだ。このように「ライブ動画＋」の機能が付加されたコンテンツが、各プラットフォームで試験的に



動画投稿アプリ・快手の「ライブ動画＋ゲーム」

掲載されるようになった。

なかでもネット通販と結びつけた「ライブ動画＋Eコマース（以下、ライブコマース）」は、瞬間に消費者に受け入れられ、今や多くの企業やショップが最も重視する販売チャンネルの1つとなっている。

ライブコマースの成長性に関心が高まった2019年以降、多くの企業がライブコマースの事業化に乗り出した。淘宝（タオバオ）、京東（JDドットコ

ム）、拼多多（ピンドウドウ）などEC（電子商取引）プラットフォーム大手各社のほか、動画投稿アプリの抖音（ドゥイン・TikTok）や快手（クアイショウ）なども続々と参入した。

ライブコマースの先駆者的存在なのが淘宝（タオバオ）の「淘宝直播（ライブコマース）」だ。2016年に運営を開始。アリババによると、3年連続で前年比150%以上の成長を続けているという。

2019年11月11日（独身の日）の天猫「双11」ネットセールでは、参加店全体の半数以上がライブコマースを実施。淘宝直播の取引額は1日（24時間）で200億元近くに達した。

取引額が1億元を超えたライブルーム（直播间 ※ライブ動画配信主）が10個以上、1,000万元を超えたところは100個を超えた。2019年1年間の淘宝直播の流通取引総額（GMV）は、2,000億元に達したもようだ。

2020年に入り、中国で爆発的に感染拡大した新型コロナウイルスにより、ライブコマースの成長はさらに突出したものとなった。消費者は外出を制限される一方、リアル店舗は業態転換を余儀なくされた。

こうして、ライブ動画を視聴しながら



ライブコマースの先駆者・淘宝直播



天猫「双11」セールのライブコマースイベント

ら買物をするという新たな消費スタイルが、中国全土に広く定着することとなった。

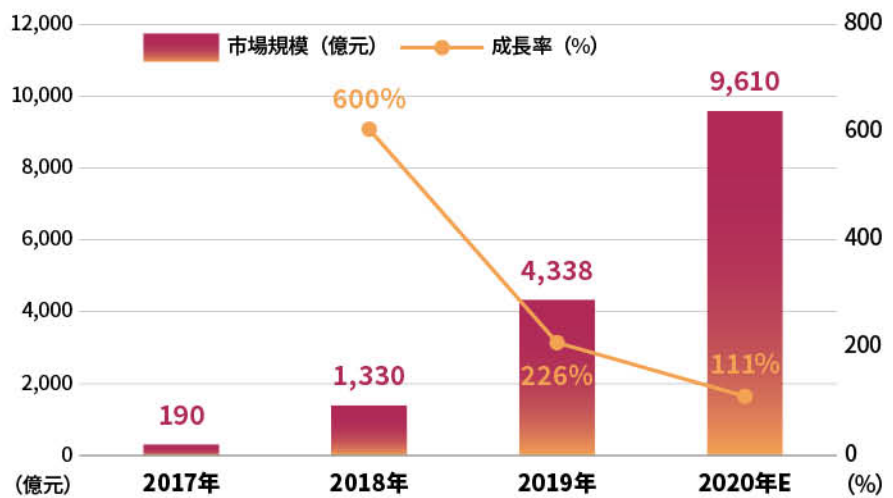
### 消費促進パワー抜群 EC 再成長の新たな起爆剤に

中国調査会社の iiMedia Research(艾媒諮詢)は、2019年の中国ライブコマースの市場規模は、前年(1,330億元)比225%増で4,338億元に達したという。2020年にはさらに倍増を予測しており、中国Eコマース業界発展の新たな原動力になると見ている。(図1:中国ライブコマース市場規模)

ライブ動画市場の急成長に伴い、ライブコマース業界のサプライチェーンも整備されつつある。

産業の川上に位置するのは動画配信依頼者(企業、卸売、工場など)。川中はライブ動画に特化したマルチチャ

【図1】中国ライブコマース市場規模



出典: iiMedia Research

ネルネットワーク(MCN ※ユーザーなど動画配信者のマネジメント事務所)、そして川下は動画投稿やECプラットフォームと消費者という構成だ。

消費者の視点から見てみよう。

従来のECサイトでは、掲載されていたテキストや画像だけの見せ方だっ

たが、ライブコマースでは、動画配信者が目の前(スマホ画面上)で商品を試用、その感想を視聴者にリアルタイムで届けてくれる点が特徴だ。

まさにスマホ版テレビショッピングなのだが、従来のテレビショッピングと比べて、視聴者とのインタラクティブ(双方向)性が高いのも大きな魅力となっている。

インフルエンサーやMCN各社は、自らの得意分野に適した商品を選択。大量のフォロワーやトラフィックを武器に、依頼主である企業やメーカーと値段交渉し、魅力的な販売価格を設定。視聴者との交流や数量限定販売などの手法で購買意欲を刺激しながら、短時間での販売増を狙うのが一般的だ。

企業やメーカーにとっても、従来の単なるテキストと画像のECサイトよりも、より直接的かつ営業的に商品をアピールできる。同時に、消費者の好みやニーズを把握した上で「逆カスタマイズ」商品を企画することも可能だ。

ライブコマース動画の配信者には元々KOL(キーオピニオンリーダー)が起用されることが多かったが、最近では自社の従業員が商品を紹介するパ

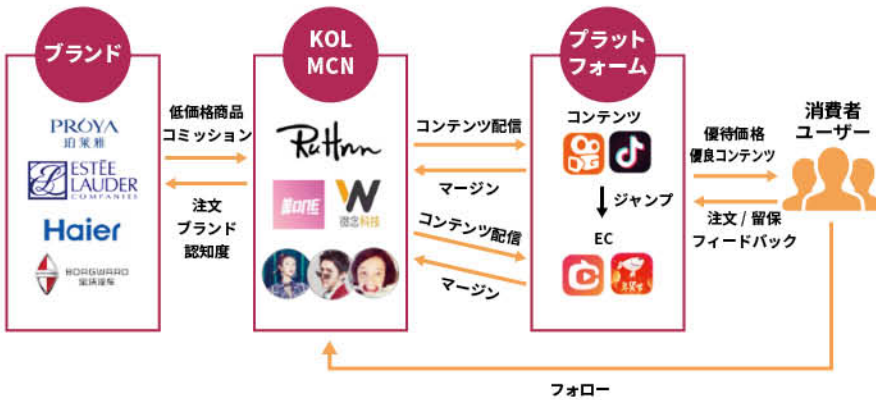


目の前(スマホ画面上)で試用した感想を視聴者に伝えるのが最大の特徴



農家自らが現地からライブ動画を配信

【図2】中国のライブコマースの仕組み



出典：iiMedia Research

ターンも増えている。社長自ら直接ライブに出演したり、農家が現地からライブ配信することもある。消費者にとっては、より親近感を抱きやすく、リアリティも感じられる。(図2：中国のライブコマースの仕組み)

## 中国ライブコマースの主要アプリ 淘宝、京東を追う動画投稿の抖音、快手

現在、中国のライブコマースのプラットフォームは大きく2つに分類できる。

1つはEC（電子商取引）プラット



拼多多的ライブコマース画面から直接共同購入機能へリンク

【図3】2019 - 2020年中国ライブコマースプラットフォームトップ10



出典：iiMedia Research

フォームだ。ライブ配信専用の「直播间」と呼ばれるライブルームを開設し、コンテンツ制作者と提携するパターンだ。淘宝(タオバオ)、蘑菇街、京東(JDドットコム)、拼多多(ピンドウドウ)などがこれにあたる。

もう1つはコンテンツ配信プラットフォームだ。外部のECプラットフォームとリンクして、「ライブ+ECコマース」を提供。人気のショート

動画投稿アプリの抖音(ドゥイン・TikTok)や快手(クアイショウ)などがその代表例だ。

中国調査会社のiiMedia Research(艾媒諮詢)の統計によると、消費者がよく利用するライブコマースプラットフォームのトップ5は淘宝、京東、抖音、小紅書、快手の順で、それぞれ48.18%、47.45%、32.85%、22.63%、18.98%だった。



## 中国テレワーク業界レポート

新型コロナ感染拡大で一気に普及

# “雲”の上で働く、 中国「テレワーク」 最新事情

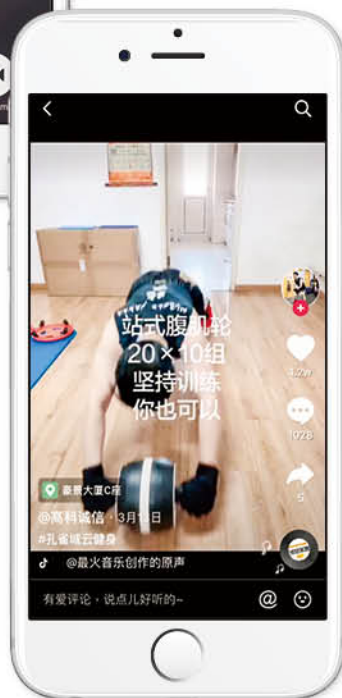
新型コロナウイルスの流行は、中国社会に「雲経済(クラウドエコノミー)」の急速かつ巨大な発展をもたらした。

前号の会報誌で、「雲購物(クラウドショッピング)」、「雲健身(クラウドフィットネス)」、「雲蹦迪(クラウドディスコ)」といったクラウドベースの新しい業態を紹介したが、なかでも急成長を見せたのが「雲辦公(クラウドオフィス)」市場だ。職場復帰とウイルス回避の2つを同時に実現するこのシステムは、企業の運営再開の「救世主」となった。

春節(旧正月)休暇以降、中国で多くの企業が「テレワーク」を導入。テレワークとは、インターネットや通信技術を活用して、場所や時間にとられない柔軟な働き方のことで、「tele=離れた所」と「work=働く」の造語。

テレワーク関連アプリのダウンロード数や使用頻度は激増し、ユーザー数は億単位に達した。テレワーク業界は期せずして、高い注目を集めることとなった。

検索エンジン大手の百度(バイドゥ)の統計によると、2020年2月、テレ



「雲健身(クラウドフィットネス)」は日常のライフスタイルに





釘釘が連日 App Store でランキングトップに



釘釘のシステムダウンが話題に

騰訊會議も8日間で10万台を超えるクラウドサーバーを導入。100万コアというテンセント史上最大規模の拡充を行った。新型コロナ危機の下、企業のテレワーク需要はアリババやテンセントの予測を大きく上回った。

釘釘の統計データによると、2020年2月3日に、中国国内の企業1千万社以上で、2億人近くが在宅勤務を開始したもよう。

また法人向けの微信（ウィーチャット）である「企業微信（ワーク・ウィーチャット）」が2月10日に公表したデータによると、サーバーの利用は10倍以上に激増。騰訊會議の1日の利用者数も50～80%のペースで増加したという。

華為（ファーウェイ）のクラウドサー

ワーク関連ワードの検索回数が前年同期比で491%増と成長。前月比でも317%増だったもよう。

なかでも高い支持を集めたのは、アリババのモバイルオフィスアプリ「釘釘（DingTalk・ディンディン）」と、テンセント（騰訊）ウェブ会議アプリ「騰訊會議」だ。

### App Store でトップ独占 アクセス増でシステムダウン

春節休暇明けの App Store ランキングでは、釘釘が連日トップに立ち、騰訊會議がこれに続いた。App Store でオフィス業務関連のアプリがランキングの上位2位を占めるのは史上初のことだった。

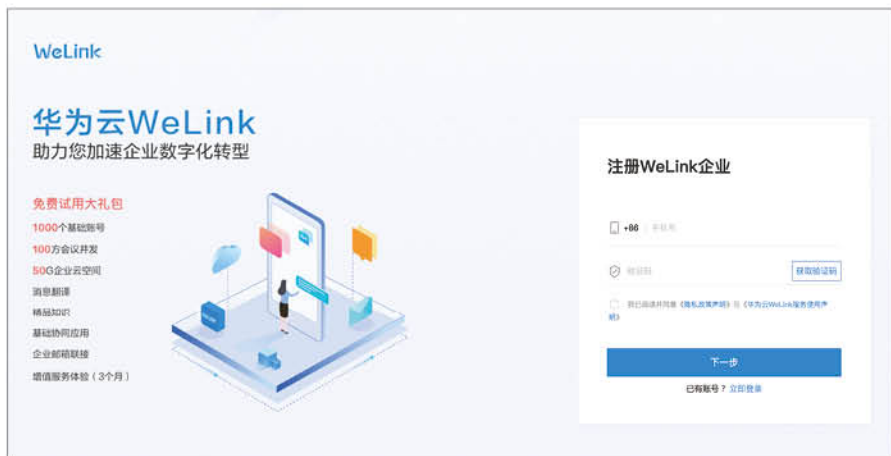
休暇明け初日の2月3日には、釘釘と騰訊會議に1億人を超えるユーザーが殺到し、システムがダウンするほどだった。

釘釘は2月3日と4日の2日間連続で、2万台のサーバーを拡充。アリババ傘下のクラウドサービス「阿里雲

（アリクラウド）」上での最短時間内でその拡充記録を更新した。



騰訊會議のユーザー数が急成長



華為雲（ファーウェイクラウド）傘下のスマートビジネスプラットフォーム、WeLink

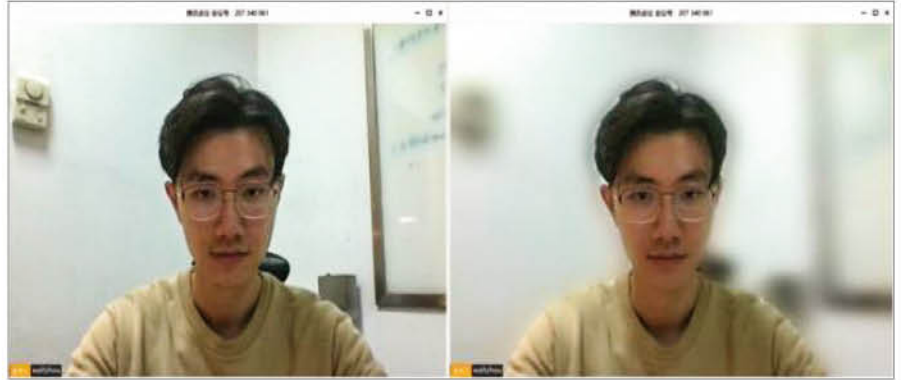
ビス「華為雲」が提供するスマートビジネスプラットフォーム「WeLink」の場合、2月2日にWeLinkを開通した企業は1.5万社に上り、その後の1週間にも1日平均50%のペースで増加したと発表。

中国電信が提供する「天翼雲会議」は2月4日の新規ユーザー数が6万人を記録。会議時間は延べ9万時間に達したもよう。3日間の累計ユーザー数は36万人となり、開催された会議は27.9万回、会議時間は延べ35万時間だった。

### 新しい機能が続々と登場 背景除去や美顔フィルタも

急増するニーズに応えるべく、テレワークシステム大手各社は相次いでバージョンアップや機能の追加を実施。クラウドドキュメント、プロジェクト管理、会議中のスクリーンシェアなど機能面での向上のほか、様々なきめの細かいサービスも追加された。

例えば、外見にこだわるホワイトカラー層の場合、寝間着のままの寝ぼけ顔で会議に参加してはイメージダウン



背景を隠す機能も登場

を招いてしまう。そこで釘釘や騰訊会議は、美顔フィルタ機能を追加した。

また自宅が散らかっていたり、トイレにいるときに会議が始まった場合のために、背景を見えなくする機能も登場。さらにウイルス対策として、居場所や体温などを確認する機能や、タッチレスのタイムカード機能なども導入された。

### コロナ前は鳴かず飛ばず コロナ禍で各社無料開放

新型コロナが勃発する以前は、中国国内のSaaS（Software as a Service）関連のテレワークアプリはユーザー獲得に苦戦していた。

それは、多くの企業が微信やQQなど一般のSNSアプリを使って、タイムカードやグループチャット、ウェブ会議などを行っており、専用のテレワークアプリを必要としていなかったからだ。このため、アリババ系の釘釘やテンセント系の企業微信など大手でも、ユーザー獲得は容易ではなかった。

ところが、新型コロナ禍という非常事態となり、テレワークがにわかに脚光を浴びることとなった。QQのような個人向けアプリでは従業員管理が不十分。また微信のグループチャットの



釘釘や騰訊会議は、美顔フィルタ機能を追加



華為の WeLink は各種機能を無料開放

【表 1】 ウイルス危機期間に機能を無料開放したテレワークアプリ

企業名	製品	開放期間	無料開放機能	主な対象者
華為 (ファーウェイ)	WeLink	2020/1/25- 2020/6/1	1,000人以内のアカウント。100名以内の時間無制限のウェブ会議。同時に従業員の健康管理やクラウドスペース、スケジュール管理などの日常業務に伴う必要機能も利用可。	全国ユーザー
テンセント	騰訊会議 / 騰訊文 档 / 企業微信	ウイルス危機期間	300人までの時間無制限会議機能。会員無料開放。文書のオンライン共同編集機能(200名)。1万人規模のグループ管理。300名までのウェブ会議。	全国ユーザー
アリババ	釘釘 (DingTalk) / 阿里雲(クラウド)	ウイルス危機期間	健康管理機能。テレワークの無料ソリューションシステム。ウイルス危機管理、オンライン問診、オンライン学習システムの無料構築。	全国ユーザー / 世界の公共科学 研究機構
字節跳動 (バイトダンス)	飛書	全面無料	ウェブ会議。オンラインオフィス。チームシェアスマートカレンダー、オンライン文書・フォーム作成機能、クラウドスペース等。	全国ユーザー
億聯網絡	億聯雲視頻	ウイルス危機期間	100名までのウェブ会議。会議ごとの時間は無制限。	全国ユーザー
浪潮集團	浪潮雲	ウイルス危機期間	ウイルス関連管理、テレワーク、オンライン学習などのサービス。	政府 / 企業
会暢通訊	会暢通訊 雲視頻會議	ウイルス危機期間	100名以内のクラウドウェブ会議	全国ユーザー
小魚易連	小魚易連	ウイルス危機期間	100名以内のクラウドウェブ会議	政府 / 企業 / 医療 / 教育

出所：公開資料を整理

動画機能では、一度に大勢の従業員が接続できず、財務や人事部門から個人にアクセスすることが難しいといった問題点が認識され始めたためだ。

1月末以降、釘釘（ディンディン）、企業微信、華為の WeLink、そして抖音（TikTok）を運営する字節跳動（バイトダンス）の「飛書」などが、相次いで機能を無料開放し、企業のテレワーク導入をサポートし始めた。（表 1: ウイルス危機期間に機能を無料開放したテレワークアプリ）

無料開放期間にテレワークアプリを体験したことで、企業はそのメリットを知るようになった。開発企業側にとってみれば、今回のウイルス危機は思いがけない普及のチャンスとなった。その効果はこれまでに実施してきたどんな宣伝活動も遠く及ばない。（図 1: ウイルス危機期間中におけるテレワークアプリの新規ユーザー数）

テレワーク業界は新型コロナウイルス

スにより数年分ともいえる急発展を遂げた。

### 新型コロナが急成長を後押し 利用者 3 億人で習慣化加速

いわゆるテレワークとは、インターネット、IoT（モノのインターネット）、クラウド・コンピューティングなどの

技術を用いて、プラグイン、ソフトウェア、ウェブサイトなどを利用して遠隔地で行う業務のこと。在宅、外部（リモート）、モバイルなどに分類される。

使用するアプリでの作業やデータ保存はネットワーク上で行われ、ユーザーは自身のデバイスでネットワークと通信する。いわゆるソフトウェアをクラウド上で利用する「SaaS（ソフ

【図 1】 ウイルス危機期間中における  
テレワークアプリの新規ユーザー数



出典：Mob Tech 2020.1.22-2020.2.12

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

106

## 西部開拓は鉄道から



インスタ映えにこだわった店内デザインが若年層を惹きつけるKL星品匯(左)など、消費の洗練化でも沿岸主要都市を追い上げるウルムチ。ショッピングモール内には野菜栽培スペースも(右)



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『中国消費洞察』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>

極貧都市と思われてきた貴陽、砂漠の辺境都市のイメージだったウルムチは、ここ5年で飛躍的に経済発展を遂げた。転機となったのは高速鉄道網だ。貴陽は広州まで4時間のアクセス利便都市へと変貌、ビッグデータ産業の集積に弾みをつけた。ウルムチは国際貨物輸送列車開通などを機に、海産物やバルト海諸国の輸入品が店頭をにぎわせる消費都市へと変貌した。

## 格差対策スーパー

貴陽では16年12月、上海、杭州、南昌、長沙、貴陽、昆明の6省都・直轄市を經由する滬昆高速鉄道が開通。他の大都市との時間距離は大幅に短縮され、発展の大きな契機となった。17年12月には、北京・昆明線の重要ルート西

成高速鉄道も開通し、西安、昆明、貴陽、蘭州など西部の中心的都市との4時間交通圏が確立された。

これらの開通により観光業の発展も加速しており、18年に貴陽を訪れた国内外からの旅行者数は1億9000万人と前年比26.7%増加、旅行関連総収入は2456億元で同31%増となっている。

急速な経済発展に伴う貧富の格差対策も進む。市民の“買物難・物価高”の問題を解決し、農民の貧困脱出と収入増を図るべく、貴陽市では15年から公益性と市場化を結合した「惠民生鮮超市」システムを構築、流通価格の抑制に取り組んでいる。

惠民超市は民間企業が設立を請け負うシステムで、地場系流通小売大手の星力集団や貴州合力超市場も主要設置企業のひとつとなっている。

貴州合力超市場は貴州省内に85店舗を展開しており、毎年調

# 「次」を見逃すな 勃興する辺境都市



達する省内産の農産物は総額15億元と年商の1/3に達する。生鮮物流センターも50台の冷蔵輸送車両と18台の常温輸送車両を配備、1日の取扱量は約600～1000tにのぼる。

18年末時点で市内には154の惠民超市が開設され、都市コミュニティのカバー率は100%に達している。

## ポップアップストアや網紅も

シルクロード経済ベルト都市のハブを担うウルムチでは、ハブ都市機能はさらに顕著だ。中国と西

欧を結ぶ中欧国際貨物輸送列車の増便に伴い、ウルムチ税関や検疫検査部門なども中欧列車新疆(ウルムチ)集結センターに総合検査ロビーを開設。貨物の通関効率向上に努めている。

ウルムチ国際陸港区も、鉄道と海運を連携したマルチモーダル輸送に取り組み、新疆ウイグルと沿岸港のシームレスな接続を実現している。現在、連雲港、青島、天津などの沿岸港湾都市と戦略提携を締結。ウルムチで通関や検査を終えれば、貨物が港に着いた際、再度通関や検査を受けることなく直接船積みできる仕組みで、これにより輸送時間が3日以上短縮されたという。

18年には新疆ウイグルとシルクロード経済ベルト沿線36カ国との貿易総額は2915億元と、前年比13.5%の伸びを記録した。この額は新疆ウイグルの輸出入総額の98.2%を占めている。中でも取引が多かったのはカザフスタンとロシアだった。

国内の輸出入貨物が集結するに伴い、ウルムチは全国に影響を及ぼす国際都市へと飛躍を遂げつつある。

消費の洗練化も進んでおり、たとえば飲食業では中国各地の料理に加え、日本、韓国、ベトナム、西洋など多彩な料理店が展開されている。日本料理はたいていの商業施設に1～2店ある。「産地直送」や「農場直送」を謳う店も多く、好きな食材を選んで調理してもらおう中華料理店「紫羅蘭」などはその代表格といえる。

百貨店は軒並み若年消費者を重視する傾向があり、文創、生活雑



貴陽の惠民超市

貨、スマートデバイス、体験型エンターテインメントなどの割合が大きく、ポップアップストアも盛ん。

街の至るところに24時間コンビニがあり、その密集度は沿海の二線級都市にも引けを取らない。

インスタ映えを徹底的に狙った内装が特徴のKL星品匯など新概念の商業施設も生まれており、網紅経済の定着ぶりもうかがえる。

今後も鉄道網の拡充で、思わぬ辺境都市が勃興する可能性もある。貴陽やウルムチの「次」を見逃さず、商機に変えたいところだ。

(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、米系シ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](mailto:service@cast-marketing.com)

## 編集後記

ライブコマース（直播）を特集しました。ライブコマースとは「ライブ動画＋Eコマース」のこと。スマートフォン（スマホ）で動画をライブ撮影・配信しながら商品を販売するという新しい流通モデルで、スマホ版テレビショッピングといえわかりやすいでしょう。

中国で初めてライブコマースを始めたのは淘宝（タオバオ）。2016年にライブコマース専用のプラットフォーム「淘宝直播」を開設。2019年11月11日の双11（独身の日）セールでは、午前0時の開始からわずか63分で前年の記録を更新。当日の取引額は200億円近くで、セール取引額全体の7%を占めました。19年通年の取引額も2,000億円で、ユーザー数も4億人に達しています。

まさに“飛ぶ鳥を落とす勢い”で急成長中のライブコマースですが、その勢いをさらに加速させたのが新型コロナウイルスです。都市封鎖により外出が制限された中国人が、自宅でこぞってライブコマースを視聴したことは容易に想像できます。

春節（旧正月）休暇明けに店舗を再開できなかった企業にとっても、新型コロナは死活問題です。実際に、2020年2月にライブコマースに新規で参入した企業数は前月比719%増と激増。まさに小売流通業の“救世主”として、多くの企業がライブコマースに活路を求めました。

特に注目したいのが「銀泰百貨」。アリババも出資している百貨集団です。コロナ禍に、淘宝と共同で開催したライブコマースのイベントで、2月10～13日までの3日間に、約1,000名のスタッフを動員して動画配信。10万人が視聴し、取引額も1,000万円近くに達したようです。

ただこの業績よりも、もっと目を向けるべきは、1人のスタッフが3時間のライブコマースで対応した消費者（視聴者）の数は、通常の6ヶ月分に相当したという点。ライブコマース1回の売上も、実店舗で勤務した場合の1週間分に当たるといふから驚きです。

最近では、工場や卸売（問屋）市場、物流倉庫、農地から直接動画配信する「直売」モデルも盛んに。既存の小売流通システムを瓦解させるかもしれません。2020年には取引規模9,160億円とも目されるライブコマースの動向は、日本企業の中国ビジネス戦略にとっても無視できないという思いで、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」（2016～19年）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4月号 第73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減らすために信用調査

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
● 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	● 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	● 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	● 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

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&amp;

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&amp;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72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。 ※2020年3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「中国消費洞察」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、2020年3月末時点で72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