

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

## 多様化する消費者像とニーズ マーケティング視点がますます重要に

2018年中国消費のトレンドを探る

トレンドウォッチ

### アリババ系「芝麻信用」が 個人信用消費の新時代を幕開け

信用社会へと変化を遂げる中国

中国コンビニ最前線レポート

### 零細小売店1万店をリアルとネット窓口で アリババが再生する

中国各地の“パパママ”ストアを現代的なコンビニ「天猫小店」に

都市別マーケティングレポート

### 亜健康という“新常态” 健康という“非日常”

高まる健康志向 ～フィナーレ

都市別マーケティングレポート

### 中国経済発展トップ省 省都・広州の新都心

広東省都市めぐり ～その①

今や世界をリードする中国消費現場の2018年はいかに…  
(写真:春節(旧正月)の拝拝(初詣)に集まる「上海城隍廟」)

# CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

## 多様化する消費者像とニーズ マーケティング視点が ますます重要に

2018年中国消費のトレンドを探る

22 トrendウォッチ

中国消費の「先」を読み解く

### アリババ系「芝麻信用」が 個人信用消費の新時代を幕開け

信用社会へと変化を遂げる中国

32 小売・流通現場

中国コンビニ最前線レポート

### 零細小売店1万店をリアルとネット窓口で アリババが再生する

中国各地の“パパママ”ストアを現代的なコンビニ「天猫小店」に

36 都市別調査

都市別マーケティングレポート

高まる健康志向 ～フィナーレ

亜健康という“新常态” 健康という“非日常”

広東省都市めぐり ～その①

中国経済発展トップ省 省都・広州の新都心

40

編集後記

## 巻頭特集

# 多様化する消費者像とニーズ マーケティング視点が ますます重要に

2018年中国消費のトレンドを探る



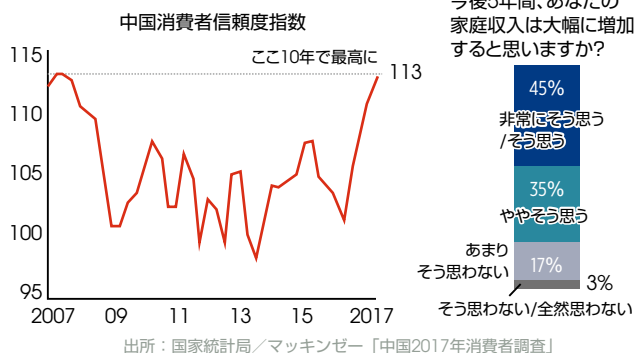
2017年、中国の消費市場は「新零售（小売）」、「消費昇級（アップグレード）」という二大トレンドの下、多くの新たな商業モデルやサービスを生み出した。消費者は経済や自身の消費能力を極めて楽観視し、その購買力は驚くべきものだった。

国家统计局の統計によると、17年第3四半期までの中国GDPは、前年比6.9%成長、通年では80兆元を突破すると見込まれている。消費のアップグレード（高度化）戦略に導かれ、17年1～10月期の社会消費品小売総額は29.7兆元を突破、二桁の成長を保った。



自身の消費能力を楽観視する中国消費者、購買力も依然根強い

【図1】中国消費者信頼度指数



実物商品のネット小売額の伸びも27%前後を維持。バーチャル商品やサービスなど非実物商品のネット小売総額の伸びに至っては50%を超えた。

17年第3四半期までにおける消費が経済成長全体に与えた貢献率は、64.5%に達している。世界大手コンサルティング企業のマッキンゼーと市場調査のニールセンが公表したデータは、いずれも中国消費者信頼度指数が、ここ10年で最高レベルとなっていることを示している。

マッキンゼーが発表した17年の

中国消費者調査報告によると、80%もの中国人が「今後5年間の家庭収入は大幅に増加する」と考えている。

(図1…中国消費者信頼度指数)

新たな商業コンセプトや旺盛な消費力に支えられ、2018年の中国消費市場にはどんなトレンドが現れるだろうか？消費者にはどのような変化が起こるのか？さらに、新たなチャンスはどこに生まれるのか？

以下では、コンサルティング各社による市場への見通しにプラスして、我々の視点を総合し、18年の



中国消費トレンドを読み解いていくことにしよう。

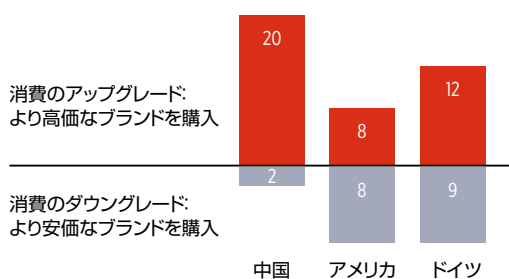
**「消費昇級」は各業界共通のキーワード**

「消費昇級(アップグレード)」は2018年も各業界をリードする一大トレンドとなるだろう。

その主力となるのは、中間所得層と90後(1990年代生まれ)の若年消費者だ。彼らが求めるのは「製品+ブランド+体験」の全てを兼ね備えた消費。ハイクオリティ、ハイセンス、そして品格のある製品が好まれる。

ハイクオリティとは、高級感があつて健康的、便利であること。ハイセンスとは、個性的で、カスタマイズもでき、ハイテクであること。

【図2】日用消費財の消費アップグレード／ダウングレード比較



出所：マッキンゼー「中国2017年消費者調査」

そして品格とは、コミュニティ内でシェアされ、価値が認められたり、気分を共有したりすることだ。価格はもはや消費を決める最重要項目ではなくなった。

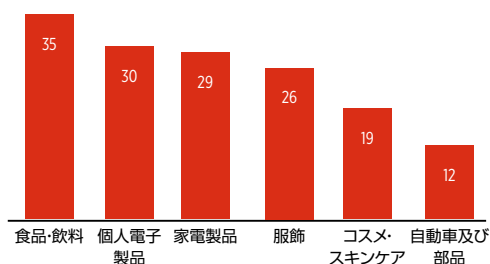
マッキンゼーの「2017年中国消費者調査報告」によると、中国消費者の一般消費品目の消費昇級（アップグレード）傾向は、ドイツやアメリカを遥かに上回っているという。

### （図2…日用消費財の消費アップグレード／ダウングレード比較）

ニールセンの「2017中国消費者信頼度調査」でも、消費者が

食品・飲料、個人用電子製品、家電製品、服飾、コスメ・スキンケア、自動車及び部品等に関し、より高い消費を厭わないことが明らかに

【図3】消費者がより高い消費をする傾向のある消費品目



出所：ニールセン「2017中国消費者信頼度調査」

率をより重視するようになり、ネット通販やコンビニが大きく成長する一方、従来型のスーパーなど小売流通チャネルは衰退の一途を

### （図3…消費者がより高い消費をする傾向のある消費品目）

消費項目で見ると、17年には美

しさを追求する服飾、スキンケア、コスメ、エステ類、生活の質を高める食品・飲料、文化娯楽、運動ジム、家具類、そしてレジャー面での消費が大幅な伸びを見せた。このトレンドは今年も継続することが予想される。

また買い物の際の環境や気分的な満足感が重視されるようになり、百貨店では体験（コト）型業態の増加や、サービスのアップグレードをするところが相次いだ。より快適な空間やムードが演出されるようになり、消費体験はさらに楽しいものとなった。



消費昇級（アップグレード）トレンドを背景に、体験（コト）型業態が増加

ネット通販にも新たなニーズが生まれた。ハイテクオリエティな商品や国際的著名ブランドを購入したいと考える消費者が増加し、越境ECが飛躍的な成長を遂げた。

商品ジャンルもより豊富になり、これまでのベビー・マタニティグッズ、コスメ、健康食品のみならず、家電製品、家具、準ハイブランド品などの人気が高まっている。また商品の輸出元もアメリカや日本のみならず、イギリス、ドイツ、オーストラリア、ニュージーランドなど

様々な国の商品が扱われるようになった。

包装の面にも消費昇級（アップグレード）の影響は及んでいる。

一般食品、飲料、生活用品から生鮮食品まで、パッケージにこだわった商品が増えている。清潔感があり、シンプルでファッショナブルなパッケージが多く、特殊なボトルや箱を用いた商品も登場した。

商品の評価する際は、それ自体



消費昇級（アップグレード）トレンドを背景に、越境ECも飛躍的に成長



レストランも味だけでは評価されず、内装にこだわった個性豊かな店舗が増えつつある

の基本的機能だけでなく、付加価値も重視されるようになり、より個性的な商品が支持されている。健康を重視する現代人は、有機野菜のサラダや野菜ジュースにもより多くの出費を厭わない。また個性を主張する彼らは、デザインナイズブランドを好む。

レストランも味だけでは評価されず、内装にこだわった個性ある店が増えている。スマートフォン（スマホ）SNSの微信（ウィーチャット）の朋友圈（モーメンツ）に



消費昇級（アップグレード）トレンドを背景に、パッケージやデザインにこだわった商品が増加中



おしゃれなイメージで人気の中国版100円ショップ「MINISO（名創優品）」

写真をシェアし、友人から「讚（いいね！）」をもらうため、1杯の茶飲料を購入しようと人気店「喜茶（HEYTEA）」に数時間も行列に並ぶ人が後を絶たない。

ネットで人気のスナックメーカー「三只松鼠」は、ヘルシーでお洒落な商品をアピールし、ヒマワリの種など従来の庶民的なイメージを打ち砕いた。

中国版100円ショップといわれる「MINISO（名創優品）」は、いわゆる100円ショップの安っぽく乱雑なイメージを、シンプルでお洒落なものに塗り替え、爆発的な人気を得ている。

## 消費の主役へと成長する「90後」世代

イノベーションは消費昇級（アップグレード）の原動力だ。ニールセンの調査によると、中国消費者の72%が、買い物の際に、新しい製品を購入したいと考えている。この数字はアメリカではわずか29%。中国消費者の新しいものを受け入れるオープンな態度は、18年も消費昇級（アップグレード）トレンドを後押しするに違いない。

いよいよ「90後」（1990年代生まれ）世代が、消費シーンの中心となる時代が到来する。

90後世代は現在、中国人口全体の約16%を占めるが、これから2030年まで、彼らの中国消費の伸びへの貢献は20%以上になると予想されている。これは他のどの年齢層よりも高い数字だ。

90後世代は幼少期から経済的に豊かな時代に育っており、消費に対してもより積極的な傾向がある。インターネットの影響を深く受け、その情報ルートは幅広い。成功、健康、家庭、ブランド、製品、将来像など、どの分野でも多面的な価値観を持つのも特徴だ。

最近ネット上では、「仏系90後」（あるがままを受け入れ、上昇志



「90後」が中国消費の中心に

向を持たず、平穩に日々を過ごしたいと考える）や「中年少女」（20歳を過ぎたばかりなのに、気持ちや行動が30代や40代のように落ち着いている）といった90後世代に対する形容が定着しつつある。

マッキンゼーの「2017年中国消費者調査」では、90後世代をさらに「幸福追求者」（39%）、「成功追求者」（27%）、「知足青年」（16%）、「わがまま放題」（10%）、「甘やかされ二世」（8%）の5つに分類している。彼らの価値観や追求する事物は、それぞれ大きく異なっている。（※「知足」とは分相応に満足するの意）

### （表1…90後消費者の5大類型）

国家統計局の「中国消費者信



レンタカーやシェア自転車から、シンガポールやルクセンブルクの訪問ビザ申請まで利用範囲が広がる「芝麻信用」  
(写真:レンタカー大手「1嗨租车」の西安高铁駅カウンター)



芝麻信用スコア650点以上でレンタカーのデポジットが免除に

トレンドウォッチ

# アリババ系「芝麻信用」が 個人信用消費の新時代を 幕開け

信用社会へと変化を遂げる中国

少し前のこと、車を借りにレンタカー会社を訪れると、カウンターにこんな広告が置かれていた。

「芝麻信用スコア650点以上でデポジット不要」。

一般に、中級乗用車のデポジットは6000元前後と、決して安くはない。これが、芝麻信用スコアが高ければ、免除されるというのだから驚きだった。

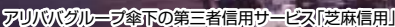
レンタカーだけではない。すっかり普及したシェア自転車でも、芝麻信用スコアが役に立つ。

シェア自転車大手のofoは、芝麻信用スコア650点以上なら、デポジットなしで自転車の利用が可能となる。アプリをダウンロードして身分審査をしたり、デポジットを支払ったりする必要は一切ないのだ。

なぜ、芝麻信用スコアなのか？

この他にも、日常生活で芝麻信用スコアが役に立つシーンは増え続けている。では、この芝麻信用とは一





芝麻信用スコアは、アリババグループ傘下の金融子会社「螞蟻金服（アント・フィナンシャルサービス）」が運営する第三者信用評価機関「芝麻信用管理有限公司」の商品だ。消費者からの委任を受け、ネット上での各種消費や行動

芝麻信用の地下鉄広告



零細小売店から見事に現代的なコンビニ「天猫小店」に変身した一号店「維軍超市」

## 中国コンビニ最前線レポート

# 零細小売店1万店を リアルとネット窓口で アリババが再生する

## 中国各地の「パパママ」ストアを 現代的なコンビニ「天猫小店」に

2017年6月末時点で7.5億人を超えた中国インターネット人口。そのうち、スマートフォン（スマホ）などモバイル機器によるネット接続が95%超だった。スマホを介した各種サービスやシェアリングエコノミーが続々と登場する一方、これまで急成長を続けてきたネット通販市場の成長スピードが緩やかになりつつある。

ネット調査大手iResearch（アイリサーチ）の統計によると、16年の中国ネット通販市場の取引規模は4.7兆円で、前年比24.7%増にとどまったという。15年の成長率36.8%、14年の46.8%と比べると減速トレンドにあることは明らかだ。

急成長が見込めなくなったネット

通販市場を背景に、アリババや京東（JDドットコム）など、ネット通販大手が先を争うようにリアル（実店舗）での小売流通業態に注力、各種の新しい商業モデルが続々と発表されている。

店舗を物流倉庫としても活用、上海を中心に勢力を急拡大中のアリババ系ネットスーパー「盒馬鮮生」や、無人コンビニが脚光を浴びる中、次なるターゲットとして触手を伸ばしているのが、中国各地の街角にある昔ながらの「パパママストア」（家族経営の零細小売店）だ。

17年8月28日、アリババは本部のある浙江省・杭州に、全国初の「天猫小店」をオープン。18年内に全国で1万店のパパママストアを、天猫小



天猫で人気の各種商品が陳列されている「天猫爆款」棚

店として生まれ変わらせることを宣言した。

天猫小店とは、昔ながらの零細小売店をアリババの流通プラットフォームである「零售通」を利用し、今風のスマートな店構えにアップグレード。消費トレンドを意識したコンビニに改良させる試みだ。

零售通はアリババグループの小売店を対象としたワンストップ式の商品調達プラットフォーム。小売店に商品調達から物流、データ管理、マーケティングプランなどのサービスを提供する。



アリババは、18年以内に全国で1万店のパママストアを、天猫小店として再生させる計画だ

店舗周辺の商圈や客層の性質を考慮し、その店に適した商品ラインナップを算出。天猫小店は、この零售通プラットフォームを土台に、店舗の改造とアップグレードを実施する。

これらのサービスのほか、ネット通販サイト「天猫(Tモール)」のブランド力やリソース、専門的アドバイスを活用することで、消費者のニーズをより満足させることができるようになる。

さらに、アリババ傘下の阿里健康、飛猪旅遊、農村淘宝、菜鳥駅、阿媽媽といった各種ネット(アプリ)サービスが、中国各地の隅々にまで浸透するための「窓口」としての機能も果たす。どこにでもある、取るに足らない零細のパママストアが、各種サービスを取り揃えたワンストップ式のコミュニティ・サービス・ステーションに変身するわけだ。

## 全国初の天猫小店「維軍超市」

天猫小店二号店は杭州の「維軍超市(スーパー)」「元々の店名をそのまま継続」。改造前はごく普通のパママストアだった。垢抜けない入口と内装で、商品は秩序なく雑多に陳列されていた。

商品の仕入れは、店主自らが複数の卸売市場を回って物色し、売っているのは安物の大衆品ばかり。POSシステムはなく、データ蓄積もなし、全てが店主の「感覚」と「勘」によって決められていた。

これが改造後、看板はLEDを用いた現代的なものとなり、天猫のロゴも加えられた。140㎡の店内には、食品、酒・飲料類、日用品等が品目ごとに整然と並べられ、内装や陳列方法は外資系コンビニチェーンによく似ている。おでんやソーセージ、肉まん等のデリカも販売されるようになった。

最も目を引くのは入り口に置かれた「天猫爆款」と書かれた棚だ。天猫で人気の各種商品が陳列されている。若者に人気のスナック類や、輸入食品、デイズニーのライセンス商品まである。これらはパママストア時代に販売するなど想像もつかなかったものだ。他の店にはないラインナップにより、「維軍超市」は周辺



アリババの流通プラットフォーム「零售通」を利用し、今風のスマートな店構えにアップグレード





# 亜健康という「非日常」 健康という「新常態」

にランナーたちのライフスタイルとして定着しつつある。SNS上で自身のランニング記録をシェアする人も増え、「網紅(ネット上の有名人)」になった例もある。アップルでもアンドロイドでもランニング関連アプリはそれぞれ300～400点ほどある。

自分の訓練成果や運動方法をシェアし、気の合う仲間を見つけて一緒に運動する、それを通じて生活自体を楽しく盛り上げる——それが今のランニングブームのスタイルとなっている。

冒険世界への扉か

この情景は、亜健康問題が映し出す「病気ではないが体調が優れず、生活に張りを感じられない状態の長期慢性化」と鮮やかな対照をなしている。亜健康問題に悩む層の中心が大都市ホ

ワイトカラー層であり、アンバランスな飲食や運動不足、不規則な生活習慣、緊張・ストレスといった、経済発展に伴う労働・生活内容の変化が主因とされていることを考えれば、今の中国においては亜健康こそが常態であり、健康が非日常となつつある、ともいえる。となれば中国で今起きているランニングブームとは、体力アップやカロリー消費といった肉体的な健康にとどまらず、亜健康という“新常態”から逃れる「ちょっとした非日常」への憧れに起因するものと読み解くことができるだろう。ランニングという“非日常の世界”では、「志を同じくする仲間がいて」、「普段と違う衣装を着られて」、「努力に比例して点数(歩数やカロリー消費)が得られ」、走る実力以外にもさまざまな個性・魅力で「ヒーローになれる」。亜健康を生み出す日常世界とは正反対だ。

## 健康というファッションへ

NFC果汁ブームにも共通の要素が見受けられる。中国の飲料市場全体を見ても、2015～16年は「天然」や「健康」をキーワードとする機能性飲料や果汁飲料の伸びが、ソフトドリンクを大きく上回った。食



宣伝スタイルも、ナチュラルで洗練されたイメージが人気に(NFCや冷圧果汁・野菜汁ブランドを展開する斐素社)

品・飲料業界ではこれまで大規模な広告キャンペーンで消費者の注目を集める手法が主流だったが、現在は消費者がより理性的となり、ナチュラルで健康的、良質素材等を重視する傾向が強まっている。亜健康問題の背景といえる「経済発展」のにおいとは、ある意味で真逆の性質を備えた商品・宣伝に惹かれ始めており、そうした商品を選ぶことで「亜健康とは異なる世界」につながりを求めようとする心理を読み取ることができる。

「健康」は日常(亜健康)からの解放をもたらす魔法のチケットであり、そうであるためにこそファッション性が求められているといえよう。



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

## 都市別マーケティングレポート



日常を豊かにする“モノ”から、非日常という“体験”へとシフトする需要。健康ブームもそのひとつといえる(写真はイメージ、天津の人気アウトレットモール「フィオレンティア・ワイレージ」)

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>

中国でここ数年、健康を意識したライフスタイルや消費動向が新たなトレンドとして盛り上がっている。その背景には、病気ではないが漫然とした不調がつづく「亜健康」と、健康のファッション化とでもいうべき消費嗜好が挙げられる。健康的でおしゃれなイメージのドリンクとしてのNFC(非濃縮ストレート)果汁、健康管理を兼ねたおしゃれPRの場としてのランニングなどだ。では、なぜ健康のファッション化が起きているのか。

## ランニングに見る手がかり

手がかりは、中国人のスポーツやランニングの動機に、「心理的な治療効果」やソーシャルネットワーキングといった、精神的ニーズが大きな割合を占めていることだ。「ランニングでより健康になれる」、「ランニン

グで志を同じくする仕事上のパートナーにも出会える」、「ランニングで自分に自信がつく」、「ランニングを通じてソーシャルネットワークの達人になれる」といったニーズや信念からランニングを始める人も少なくない。

登録会員数10数万人のランニング愛好会・浙江跑吧のような、社

交的ニーズから発足したランニング愛好会が数多く存在する一方、ランニングのトレーニングキャンプも全国各地で催されており、スポーツ用品ブランドが愛好会やトレーニングキャンプを主催するケースも珍しくない。定期的にトレーニングキャンプを実施しているナイキの購買部のベテラン管理職によると、参加者は学びや訓練のほか、多くの仲間と知り合ってランニングを楽しむことをその目的としている人が多いという。

歩数計算アプリを使って走行距離や時間、消費カロリーなどの情報をSNS上でシェアすることは、すで

# 中国経済発展トップ省 省都・広州の新都心



代表的な商業施設としては、同エリアの中心部、大規模公園型広場「花城広場」の下に広がる地下ショッピングモール「花城匯」が挙げられる。地下鉄とAPM(全自動無人運転車両)が付近を通り、超高層ビル周大福中心、高德置地広場、国金中心などとも地下でつながっている。

ターゲットはホワイトカラー層で、大規模なグルメストリートを特徴としており、昼時には多くの人であふれ返り空席が見当たらない。ハイセンスなホワイトカラー消費者を呼び込むべく、中華のほか、お洒落

なカフェや軽食店、外国料理、ニューコンセプトのレストラン等が集められている。日本の昭和時代の食堂をイメージした「瀾月屋」も立地している。ファッションブランドを集めた「8090 薈潮坊」、テディベア博物館やVR体験館などをテーマにした室内型テーマパーク「環球魔幻世界」も人気を集めている。

同エリアにはこのほか、「西塔商城(広州国際金融中心)」、「太陽新天地」、「高德置地広場」などの高級ショッピングモールや、「天匯igc 広場」、「興盛路」などの特色あるグルメストリートが集まっている。

## 天河商圈

珠江新城の北隣が、中心商業地区の天河商圈だ。天河路の体育中心一帯わずか半径3kmの範囲に、「太古匯」、「正佳広場」、「天河城」、「天環広場」、「VT101」、「万菱匯」、「時尚天河」などの商業施設が林立している。

16年に開業した天環広場は、2匹の魚が追いつく独特のデザインで、内側・外側合わせて720度が外に面している特殊な構造が特徴的だ。広州市のイメージ動画にもたびたび登場するなど、天河商圈のシンボリック的存在となっている。香港新鴻基集団が建設し、入居テナント数は既に120店を超える。アップルストアを筆頭に、米カジュアルウェアのHollister、香港地区系人気ブランドAVENUE1218、H & Mグループの高級ブランドCOS、シネマコンプレックスの百麗宮影城、人気の中華レストラン金牌外婆家など、いずれも高い人気を集めている。米系EVブランド・テスラの旗艦店も



日本の昭和時代を模した食堂なども立地する地下グルメモール

目を引く。

もうひとつ要注目のモールが、高級路線の太古匯。開業は12年、ルイ・ヴィトンやシャネルなど奢侈品ブランドに加え、文芸ムードの大型書店「方所」が入居している。方所は、ここ数年中国で流行している個性的な文創書店(カルチャー体験を提供する書店)の有力ブランドで、人々は床に座り込んで読書にふけり、併設カフェも空席を探すのが難しい。アクセサリ、手帳、ハンドメイド革製品、スカーフ、オルゴールまで豊富な雑貨をそろえ、個性を追求する若者から大きな支持を得ている。

※1：いずれのGDPも世界銀行ホームページより

※2：毎日財経網などの記事より

※3：Trading Economicsのホームページより



## 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](mailto:service@cast-marketing.com)

## 都市別マーケティングレポート



IT大国・中国でリアル書店再興の火付け役となっている文庫書店のひとつ「方所」。広州は経済だけでなく文化の発信拠点にもなりつつある

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>

広東省が熱い。新華社通信の報道によると、2016年の同省のGDPは前年比7.5%増の7兆9512億元と28年連続で中国トップに立った。米ドル換算では約1兆2000億ドルに達するが、これはメキシコの1兆460億ドルを超え、スペインの1兆2320億ドルに迫る額だ(※1)。中国の経済発展のトップを走るだけあって、新しい消費トレンドも続々誕生している。主要都市の現場をめぐった。

広東省で最大の経済規模(※2)を誇るのが省都の広州だ。16年のGDPは約2兆元(約3000億ドル)で、上海・北京に次ぐ全国第3位(※2)だった。この数値はシンガポールとほぼ等しい(※3)。世界の都市ランキングで定評のあるGaWCが公表した16年の世界都市システム

ランキングでは、広州市は全361都市中第40位。上から3番目のアルファ・マイナス類都市にも分類され、広州が世界的にも一線級都市として認められていることがうかがえる。

### 珠江新城

広州の商圈は市街地西部の上下

九と北京路一帯から次第に東へと拡大し、天河商圈と珠江新城へとさらなる発展を遂げた。現在は新旧の商圈の勢いが完全に逆転しており、たとえば不動産投資運用サービス大手JLLの統計では、16年の同市の甲級オフィスビルの増加面積75万㎡のうち7割が珠江新城に集中している。

珠江新城は広州天河CBDの主要構成地区で、高級オフィス街として整備されるのに伴い、多くの国内外企業がオフィスを構えるようになり、ビジネス消費市場の巨大な潜在力が形成された。

## 編集後記

今号では、「芝麻(ゴマ)信用」を取り上げました。芝麻信用とはアリババ系の個人信用各付けシステムのことで、電子決済の支付宝(アリペイ)の利用状況をメインに、各人の経済や金融面での「能力」をスコア化しています。

この芝麻信用を初めて耳にしたのは、15年末ごろ。ある金融系のクライアントから依頼された調査案件でした。貸付等の可否や個人の信用状況を判断するうえで、ある中国の金融機関はこの芝麻信用を参考にしているのではないかという仮説でした。

その後、ふと気付いたら自分のスマートフォン(スマホ)の支付宝の中に芝麻信用のアイコンを発見。興味津々でそのアプリを開いてみると、スコアのボタンが。ドキドキしながら見てみると、スコアは「550」くらいで、信用度「中」程度。

ちょうどその頃は、実店舗でのスマホ決済が普及し始めていたタイミング。騰訊(テンセント)系の微信支付(ウィーチャットペイ)と支付宝の両者による、利用者を増やすためのキャッシュバック等のキャンペーン(陣取り)合戦が真っ盛りでした。

当時、普段使い慣れている微信支付を多用していましたが、この芝麻信用を発見してからは、スコアを上げるために支付宝を利用するようになりました。出張時の交通費や接待等での食事代など、ある程度高めの額面の支払いに利用したのですが、結局スコアは動かずじまい。学歴や勤務先などの情報を入れるとスコアが上がると聞き、早速入力してみたのですがこれでも上がらず。

普段の食料等の買い物や光熱費、携帯電話代などを自分自身で払っていないからか、単に外国人だからなのか、はっきりとした原因はわかりません。その後、スコアアップを諦め、芝麻信用の存在を忘れていた時、ふと目に止まったのが、普段よく使うレンタカー会社「一嗨租车」の広告。芝麻信用のスコアが650以上であればデポジット免除になるとのことです。

残念ながら、自分は該当しないのですが、レンタカーを借りる際にデポジットで5000~6000元、また返却時に交通違反等の支払いのために2000元のデポジットを支払う必要があります。この他にもシェア自転車やホテル、病院、保険、さらにはルクセンブルクの訪問ビザも、スコアが750以上で申請でき、ヨーロッパ26カ国への訪問が「ノービザ」となります。

このように国内外で利用され始めた芝麻信用。その仕組みから適用範囲、テンセントの動向など、中国社会に浸透する「信用消費」について特集しました。(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。



### 蒋佳玲

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 JAN&FEB (vol.51) 2018年2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いきます。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、社内外の人脉・人間関係、資産状況、取引先、人事制度、営業計画などご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

定額制ビジネスサポートサービス『キャスト中国ビジネス』

<http://www.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！！

- ・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

### 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