

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

中古車販売大手3社 「優信」、「瓜子」、「人人車」の 広告合戦が激化

政策緩和と投資増で沸く中国中古(二手)車市場

トレンドウォッチ

超人気“仏系”スマホゲーム「旅行青蛙(旅かえる)」

ほのぼのとした作風が癒しに、女性市場を席捲

中国コンビニ最前線レポート

「Amazon Go」を契機に驚異的なスピード感で 無人店舗が実用化する

低コストと場所を選ばない手軽さが最大の利点

人工知能とセンサーが商品と金額を判断する 中国版アマゾン・ゴー

“走りながら改善”を体現する無人コンビニ「簡24」

都市別マーケティングレポート 広東省都市めぐり ②

進む広州との一体化 省内第3経済都市・佛山

中国各地の街を埋め尽くす中古車販売アプリ各社の広告(写真:上海地下鉄2号線「東昌路」駅)

<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

中古車販売大手3社 「優信」、「瓜子」、「人人車」の 広告合戦が激化

政策緩和と投資増で沸く中国中古(二手)車市場

中国消費の「先」を読み解く

12 トレンドウォッチ

超人気“仏系”スマホゲーム 「旅行青蛙(旅かえる)」

ほのぼのとした作風が癒しに、女性市場を席捲

中国コンビニ最前線レポート

18 小売・流通現場

「Amazon Go」を契機に驚異的なスピード感で 無人店舗が実用化する

低コストと場所を選ばない手軽さが最大の利点

人工知能とセンサーが商品と金額を判断する 中国版アマゾン・ゴー

“走りながら改善”を体現する無人コンビニ「簡24」

都市別マーケティングレポート 広東省都市めぐり ②

22

都市別調査

進む広州との一体化 省内第3経済都市・佛山

24

編集後記

巻頭特集

中古車販売大手3社

「優信」、「瓜子」、「人人車」

の広告合戦が激化

政策緩和と投資増で沸く中国中古(二手)車市場



2015年10月、当時人気だったオーディション番組「中国好声音(The Voice of China)」の優勝者が決定する直前60秒間のCM放送権を、「優信二手车」(※以下、優信)が3000万元(約5億円)の破格値で入札した。これを機に、中古車販売プラットフォーム各社による広告戦争の幕が切られて落とされた。

続く16年と17年には、ライバル社の「瓜子二手车」(※以下、瓜子)と「人人車」も巨額の広告費を投入。マンションやオフィスのエレベーターに設置された液晶モニタ広告から、動画サイトへの差込広告、地下鉄、バスの車体広告まで、あらゆるところで中古車販売の広告合

《中国好声音》巅峰之夜V1插口
招标方式：明标竞拍

| 标的号 | 名称 | 播出时间 | 竞标时间 单元 | 竞标底价/万 元 | 投标号 | 中标价格/万 元 |
|-----|-------------------|-----------------------------|------------|-------------|-----|-------------|
| V1 | 《中国好声音》 巅峰之夜V1 | 2015年10月7日 巅峰之夜冠军 诞生前 | 60s | | 288 | 3000 |

優信が、巨額で落札したオーディション番組「中国好声音」の優勝者決定直前60秒間のCMにより、中国中古車市場発展の幕が上がった



エレベーターに設置された液晶モニタ広告でも、よく見かける中古車販売の広告

戦が繰り広げられた。その量の多さは、ある意味、消費者を「洗脳」させるほどの激しさだった。

大量の広告が投入された結果、中国消費者の中古車売買プラットフォームに対する認知度が大幅に上昇した。各社に対する信頼度も劇的に高まり、中古車市場熱も高まった。

中国汽車工業協会（中汽協）が発表した17年の中国新車販売台数は、前年比3%増の2887万9000台と過去最高を更新、9年連続で世界一の自動車市場となった。しかし、小型車減税が縮小された影響からか、伸び率は11年以來6年ぶりの低水準だった。



2017年、中国の中古車販売は絶好調だった



中国各都市の街中は、中古車販売大手3社「優信」「瓜子」「人人車」の広告で溢れている

【図1】2011～17年の中国中古車取引規模



17年末時点で、3・1億台に達した中国の自動車保有台数。この膨大な数の自動車、今まさに「乗り換え」のピークを迎えようとしている。

車取引規模

2000年から17年の間に、中古車市場の年間取引台数は25万台から1240万台と、実に50倍近く成長。20年には、2920万台に達すると見込まれている。

これに反して、中古車の販売状況は好調だった。中国汽车流通協会の統計によると、17年に取引された中古車は1240・09万台で、前年比19・33%の成長。売上も8092・72億元に達した。



中国の自動車保有台数は、17年末は3.1億台に達している

以前は、省をまたいで中古車を移動させることを制限していたが、これを撤廃。さらに、3年間利用しないと永久に保持できなくなった北京ナンバーが1年に短縮。車の買い替えを促す政策が相次いで打ち出されるなど、中古車市場の活況を下支えする土壌が整備されつつある。

一方、ビッグデータや人口知能（AI）の応用分野が広まる中、ますます多くの中古車取引プラットフォーム各社が、ビッグデータを駆使した管理方法を採用。そのため、車両の状態についてのレビュー（評価）もより正確かつ客観的なものとなり、合理的な値付けとともに、短期間で取引できるようになった。

ユーザーもこうしたプラットフォームに全幅の信頼を置くようになり、中古車の購入に躊躇する必要がなくなつた。新車販売主導で発展してきた中国自動車市場だが、スマートフォン（スマホ）アプリの普及とビッグデータによる精緻な評価基準を土台に、いよいよ中古車市場の成長と発展が開花しようとしている。



中古車プラットフォームの運営モデル

中古車プラットフォームの運営モデルは、実際の取引にかかわるか否かで、情報サービスと取引サービスに分類できる。

情報サービスを主体とするプラットフォームは、主に売買双方の情報提供と検索サービスを提供するのみで、実際の取引には関与しない。

一方、取引サービス主体のプラットフォームは、売り主が車両情報を公開する手伝いをするだけでなく、取引の各段階にも関与。車両検査や価格の査定、物流輸送、受け渡し担保、

金融（ローン設定）などが含まれる。こうした取引サービスプラットフォームは、サービスの提供する対象の違いに基づいて、さらに「TOB」と「TOC」モデルに分類される。

（表1：中古車取引プラットフォームの運営モデル）



中国中古車プラットフォームの発展過程

中国の中古車プラットフォームの発展は、以下の3つの段階に分けられる。

(I) 2004～12年 萌芽期

中古車情報サービスプラットフォームやオンライン取引プラットフォームが相次いで誕生。

(II) 2013～15年 初期発展期

中古車プラットフォーム各社に対して、ベンチャーキャピタル業界での注目が集まる。投資案件が活発となり、大企業も同市場への参入を開始。

(III) 2016～17年 発展加速期

業界内での競争が激化。事業閉鎖や他社と合併するプラットフォームも出現。

（表2：中国中古車プラットフォームの発展過程）



中古車市場の黎明期に参入した「開新二手车」

【表1】中古車取引プラットフォームの運営モデル

| 運営モデル | サービス内容 | 代表的企業 |
|---|---|---|
| 取引サービス提供企業 | | |
| ToB | B2B 競売モデル 中古車販売商の情報を整理し、車両の訪問(オンライン)検査と価格の査定を実施。オンラインで競売、受渡し、輸送などのサービスを提供。 | 優信拍  車易拍  |
| | C2B 競売モデル 車を売りたい個人がプラットフォームを通じて中古車ブローカーや小売商に販売。プラットフォームは車両の検査と価格の査定を実施。オンラインで販売、受渡し担保などのサービスを提供。 | 車置宝  開新二手车  |
| ToC | C2Cモデル 車を売りたい個人が取引プラットフォームを通して個人客に車を販売。プラットフォームは車両検査を実施し、オンラインでの情報公開、受渡し担保、信用貸付、輸送などのサービスを提供。 | 人人車  瓜子  |
| | B2Cモデル 中古車販売商がプラットフォーム上で個人に中古車を販売。プラットフォームは販売商に車両検査、優良車両選別などのサービスを提供。オンラインでの情報公開、受渡し担保、信用貸付などのサービスも提供。 | 優信  淘車無憂  |
| 情報サービス提供企業 | | |
| 中古車を売りたい個人及び販売商の情報を整理して掲載、オンライン検索などのサービスも提供。しかし、実際の売買(取引)には関与しない。 | | 58同城  二手车之家  |

大手プラットフォーム
3社による市場支配

現在、中国の中古車ECプラットフォーム市場は、C2Cモデルの「人人車」と「瓜子」、B2Cモデルの「優信」の3社が、圧倒的な勢力を見せている。同3社の2017年の広告予算は、いずれも8億元以上で、消費者の認知度も高くなっている。

(表3) 中古車ECプラットフォーム
大手3社の概要)

市場調査会社TNSの調査結果によると、中古車ECブランド各社の認知度について、優信が

「PIM (Power In Mind)」値30%でトップになった。ブランド全体のイメージも、優信が10点満点中8点以上と評価した回答者の割合が75%に達し、2位の瓜子(73%)と3位の人人車(68%)を上回った。

ブランドの忠誠度についても、84%の回答者が他人に喜んでお薦めするとした優信がトップに立ち、瓜子が81%で第2位、人人車が76%で第3位と続いた。

(図2) 中古車ECプラットフォーム各社の全体イメージ)

(図3) 中古車ECプラットフォーム各社の忠誠度)



中国中古車ECプラットフォーム大手3社:「優信」、「瓜子」、「人人車」(左から)

【表2】中国中古車プラットフォームの発展過程

| 2004~12年 萌芽期 | 2013~15年 初期発展期 | 2016~17年 加速発展期 |
|---|--|--|
| <p>中古車情報サービスプラットフォームやオンライン取引プラットフォームが相次いで誕生。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2004年、「第一車網」が運営スタート。初の中古車情報サービスサイト。 2009年、「開新二手车」が運営スタート。中国初のC2B中古車取引プラットフォーム。 2010年と11年、中古車B2Bオンライン取引プラットフォーム「車易拍」、「優信拍」、B2Cオンライン取引プラットフォーム「優信二手车」、C2Cオンライン取引プラットフォーム「瓜子二手车」が相次いで運営を開始。 | <p>ベンチャーキャピタル業界で注目され、投資案件が活発に。大企業の参入も開始。</p> <ul style="list-style-type: none"> 各大企業傘下で23の車両回収サイトが開設。2013年、平安集団「平安好車」、2014年、上汽集団「車享拍」など。 2014年、中古車EC参入の激増期。35件の融資が実施され、78社が新規設立。 2015年、「瓜子二手车」、「優信二手车」、「人人車」などが大規模な広告展開を開始、中古車の認知度アップに貢献。 | <p>業界内の競争激化。事業閉鎖や合併のケースも出現。</p> <ul style="list-style-type: none"> 2016年3月、「平安好車」が運営を停止。同年12月、「車来車往」と「開新二手车」が合併。17年3月、「又一車」と「車置宝」が合併。 業界のトップ企業が業務を開始。ネット産業チェーンが下流に伸び、金融や新車業務もスタート。 中古車ECプラットフォームが大量の広告展開を継続。消費者の中古車に対する認知度がさらに向上。 |



2018年に中国で大ヒットのスマホゲームアプリ「旅かえる(中国名:旅行青蛙)」。
日本語バージョンしかないにもかかわらず、いかに人気となったのか

トレンドウォッチ

超人気〰️仏系〰️スマホゲーム 「旅行青蛙(旅かえる)」

ほのぼのとした作風が癒しに、女性市場を席捲

最近、中国では、日本のスマートフォン(スマホ)向けゲーム「旅かえる(中国名:旅行青蛙)」が人気だ。「旅かえる」は、ゲーム開発会社のヒットポイントが2017年末にリリースした放置型シミュレーションゲーム。

日本語のままで提供されているにもかかわらず、18年1月20日、中国のApp Store無料ゲームランキングで第1位となった。17年に大ブームとなったゲーム「王者榮耀」や、少し前に話題となった二次元ゲーム「恋与制作人」を抜いての偉業だ。スマホSNSの微信(ウィーチャット)の朋友圈(モーメンツ)には、ゲー



日本のスマホ向けゲームアプリ「旅かえる」が、中国で人気爆発

ム内のカエルにもらった便りを載せるユーザーで溢れている。Googleトレンドのように、特定ワードの動向がビッグデータをもとに確認できる微信指数で、「旅行青蛙」は、1月末に1000万超。百度(バイドゥ)指数も1月22日に44万を突破。まさに「大ブレイク」といっていいだろう。

18年2月22日時点、ミニプログラム微博(ウェイボ)の「#旅行青蛙#」の閲覧数は20億回に達し、関連記事も3.3万件、フォロワー数は10.1万人を超えている。日本語での「#旅かえる#」の閲覧数も4.7億回に達し、フォロワー数も2.7万人に達した。

このように中国内で多くの注目を集めている「旅行青蛙」だが、実はゲームそのものは日本語バージョンのみ。中国語バージョンは存在していない。にもかかわらず、17年11月の運営開始から、アジア全体で3000

「旅行青蛙」で遊んだことのある人なら、このゲームがこれ以上ないくらいシンプルであることを知っているだろう。クローバーの生える庭とカエルの自宅の2つのシーンしか存在しない。

「旅行青蛙」とは??

「旅行青蛙」は中国のスマホゲーム市場において、騰訊(テンセント)のゲーム・王者榮耀を代表とする「榮耀系」、絶地求生の「吃鷄系」、恋与制作人の「二次元恋愛系」に続き、「萌ガエル放置系」という第4の勢力として存在感を増しつつある。

万回もダウンロードされ、うち95%が中国内であることから、中国での人気の高さがわかるだろう。



現在中国で人気のスマホゲーム:

●王者榮耀



「王者榮耀」は、騰訊(テンセント)が開発、運営するスマホ向けMOBA(マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナの略)ゲーム。2015年11月26日、AndroidとアップルのiOSの両プラットフォーム上で、公開テスト運営をスタート。

1対1, 3対3, 5対5などのPvP(対人戦)が主体だが、アドベンチャー形式、プログラムされた敵と戦うPVE(Player vs Environment)形式もあり、条件を満たせばその年のランキングマッチに参加することもできる。

王者榮耀は、中国ゲーム史上最も高い人気を誇るスマホゲームだ。17年9月17日時点のユーザー数は2億3800万人、DAU(日アクティブユーザー数)平均値は5981万人に達している。

統計によると、17年の売上は約300億人民元で、世界最高収益を誇るゲームでもある。また、17年には中国iOS市場でのダウンロード数も最高記録を更新、ウィーチャットや淘宝(タオバオ)をも上回った。

ここから生み出されたネット用語も数多い。若者ユーザーたちは「王者榮耀」を「農薬」、また他のユーザーとチームを組んで対戦することは「開黒」と「隠語」で呼び合っている。



●絶地求生 (PlayerUnknown's Battlegrounds)



「絶地求生」は、韓国の藍洞公司(Bluehole)が出品した逃避・殺戮ゲーム。100名のユーザーが1つの島に閉じ込められ、殺し合いをして最後に生き残った1人が勝者になるというもの。

2017年3月に運営をスタート、瞬間に社会現象的な人気となった。同年、Steam(米Valve社運営、PCゲームのDRM(デジタル著作権管理)兼ダウンロード販売プラットフォーム)上で最も人気の高いゲームとなり、特に中国人ユーザーから多くの支持を集めた。オフィシャルデータによると、ユーザー全体の64%が中国語のオペレーションシステムで操作されているという。

「絶地求生」は、中国で「吃鷄」ゲームの愛称で呼ばれている。これはゲームの最後に勝者が言うセリフ「WINNER WINNER, CHICKEN DINNER」(中国語で「吃鷄(鶏を食べる)」)に由来して



いる。「你今天吃鷄了嗎?(今日鷄食べた?)」はユーザーの間での流行語になるほどだ。

ゲームの爆発的な人気により、網易(ネットイース)は多くの類似ゲームの運営をスタートし、いずれも好成績を挙げている。一方、騰訊(テンセント)は、藍洞公司からライセンスを受けた正規版「絶地求生」2バージョンを運営。中国サーバーの運営権も取得した。

●恋与制作入



「恋与制作入」は、超現実疑似恋愛ゲーム。男性ゲームユーザーのスマホ画面を独占しているのが上記の「王者榮耀」や「吃鷄」だとすれば、女性ユーザーの人気を集めているのが、この「恋与制作入」だ。

2017年12月20日に運営をスタート。1ヵ月足らずで、ダウンロード数が710万回を達成。1日のアクティブユーザー数も200万人以上で、18年の「社会現象」級スマホゲーム第1号といっても過言ではない。

4つのタイプに分類された男性キャラクターと、二次元のロマンチックな画風や著名声優による声の演出により、多様な女性ユーザーの好みに対応。メアリー・スー(Mary Sue: 二次創作小説や漫画で相当スベックの高い理想的なオリジナルキャラを登場させる)的な展開で、つついゲームに引き込まれる。

ゲームが展開していく中で、電話や微信などを使って、あたかも主人公と実際に連絡を取り合うかのような、リアルなセッティングとなっており、まるで本当に現実の誰かと恋をしているかのように錯覚できるのが醍醐味となっている。



上)「恋与制作入」は、4タイプの男性キャラクターと著名声優による声の出演により、多様な女性ユーザーの好みに対応

下)「恋与制作入」は、電話や微信などであたかも登場人物と実際に連絡を取り合うようなリアルさが人気の秘訣に



上海っ子の間で話題のボックス型・無人コンビニ店「缤果盒子(Bingo Box)」

中国コンビニ最前線レポート

「Amazon Go」を契機に 驚異的なスピード感で 無人店舗が実用化する 低コストと場所を選ばない手軽さが最大の利点

最近、上海っ子の間で「無人コンビニ」が話題だ。約10平米の大きさ、店の前面全てがガラス張りであり、目を引くボックス型コンビニ店「缤果盒子(Bingo Box)」。店内には商品棚が3つと冷蔵棚2つと自動レジ機が置かれているだけで、スタッフはいない。

客は入店前にQRコードをスマートフォン(スマホ)で読み取る必要がある。商品を選んで自動レジ機に置くと、即座に金額が計算され、



入店前にQRコードをスマートフォン(スマホ)で読み取る

微信(ウィーチャットペイ)か支付宝(アリペイ)で支払い。決済完了が確認されると、お店の扉が自動で開く仕組みだ。缤果盒子では、スナック菓子等の軽食類やコーヒー、ヨーグルト、飲料、輸入食品、トイレタリー、雨傘などを販売。近くで働くホワイトカラー層の来店が多い。

缤果盒子のほかに、中国各地の一二線級都市でF5未来商店、快猫Take Go、神奇屋智能便利店、小E微店、怪兽家、甘来智能微超、EATBOXなど多くの無人コンビニ店が誕生している。特に広東省がメインのF5未来商店では、飲料や包装食品のほかに、麺やおでんなど温かい軽食類やドリップ仕立てのコーヒーを販売。自動販売機のような商品選択扉の裏で全てロボットが対応している。



中国版アマゾン・ゴーとしてベンチャーキャピタルからも注目を集める無人コンビニ「簡24」

中国コンビニ最前線レポート

人工知能とセンサーが 商品と金額を判断する 中国版アマゾン・ゴー

走りながら改善を体現する無人コンビニ「簡24」

2017年7月にアリババが初の無人コンビニ店「淘珈琲 (TAOCAFFE)」をデモ公開後、各地でテスト店舗が続々誕生した。18年年初時点で5・1億元のBラウンドベンチャー資金を調達した繽果盒子(ピンゴボックス)を筆頭に、F5未来商店、小麦舗など、その数は40社を超える。

ネット通販の京東(JD.com)や家電量販の蘇寧(苏宁)なども同分野に参入、業界では一種のブームとなっている。こうした無人店舗のほとんどが、QRコードや顔認証で入店し、各商品に貼られた電子(RF)タグで価格を計算、スマートフォン(スマホ)決済で支払うパターンとなっている。

2018年1月22日にアメリカシアトルに1号店がオープンし

たレジなしコンビニ「アマゾン・ゴー (Amazon Go)」。入店客の顔や格好、仕草、購入の動作などを、天井や壁に取り付けられた無数の監視カメラが視覚識別したうえで、センサーとAI(人工知能)が購入額を判断するというものだ。



上海虹橋地区にオープンした簡24。「無人便利点」の文字が目立つ

進む広州との一体化 省内第3経済都市・佛山



こなわれた。このことも佛山の商業が大きく成長していることを証明している。

年間観光客数1800万人

佛山は3つの商圈に大別されるが、そのうち中心市街地西部にある祖廟商圈は月間平均家賃が403.3元/m²と、他の2商圈に比べ150元前後高く、空室率は1/2～1/3(※3)にとどまり、最も人気の高い商圈となっている。佛山の歴史的建造物“祖廟”を中心に発達してきた。

特に注目すべきは、文化、観光、レジャー、商業を一体化した「嶺南

天地」だろう。上海の「新天地」をつくった瑞安集団が運営を担当し、嶺南建築の特色を生かして飲食店やお洒落なショップを融合させている。コンセプトは上海新天地とほぼ同じだが、文化保護指定されている22棟の歴史建造物をうまく利用しているのが特徴だ。100以上のレストラン、カフェ、バー、ファッションブランドが嶺南ムードと共生を果たしており、夜に店の灯りがともると、歴史建造物がより美しく浮かび上がる。12年の開業以来、毎年1800万人以上の観光客が訪れているという。

広州直結メトロ沿線に注目

地区全体が広州に隣接し、ターゲット客が広州の西側地区にもおよぶ桂城・千灯湖エリアは、広佛RBD(レクリエーション・ビジネス地区)に位置付けられ、同城化の重要発展地区だ。中心市街地北部を構成する同エリアは、07年の広東金融高新区の完成を契機に急速に発展を開始し、同区で勤務する数十万人の高級人材と、潜在商圈人口179万人をカバーしている。ここ数年では、8万m²を超える大型商業施設だけでも7つ進出してきた。

広佛同城化の観点からは佛山南海万科広場と中海環宇城が要注目。いずれも地下鉄広佛線の駅に隣接または直結しており、前者は15分で広州市内にアクセスできる。

桂城・千灯湖の真南に位置する秀華商圈は、佛山市が計画するビジネスの中心地区であり、ビジネス、金融、企業本部、行政機関などが集まる。高い消費力を誇るホワイトカラー層を大量に擁しており、発展の可能性は大きい。地下鉄や軌道



万科集団の都市型コンプレックス「佛山南海万科広場」は、広州市内からも地下鉄で15分

交通の駅が集まる主要幹線道路の秀華路沿いに带状に広がっており、大型商業プロジェクトが10以上展開している。

このエリアには、佛山には比較的小さいファッション重視型ショッピングモールの印象城や、15年末に開業した公園型商業施設の恒福GoGoParkといった個性的なモールがある。年間売上4億円の前者はユニクロや無印良品などが軒を連ね、オープンエア席を備えたレストランが並ぶ屋外歩行者用ストリートを備え、後者は中庭全体を太陽光を取り入れた開放型スペースにデザインするなど、いずれもムード重視のホワイトカラー層のニーズに応えている。

※1：新華社通信の報道など

※2：広東省統計局ホームページ、2017年上半期発表

※3：不動産サービス世界大手Cushman & Wakefieldの統計より



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

都市別マーケティングレポート



嶺南建築の特色を生かしてリノベートされた「嶺南天地」

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>

中国最高のGDP成長率を誇る広東省(※1)の消費小売りの前線は、どのような様相を見せているのか。今回は、広州と深圳に次ぐ広東省第3(※2)の経済都市・佛山の現場をレポートする。同市では今、広州と佛山を一体化させるという野心的なプロジェクトも追い風に、独自の消費市場が形成されている。

広州との一体化プロジェクト

佛山は家電生産の集積拠点で、美的、格蘭仕、志高といった有名家電メーカーが本拠地としている。また、要注目プロジェクトとして「広佛同城化(広州と佛山を同じ街とみなして発展する計画)」が挙げられる。両市のGDPはそれぞれ1兆9500億元と8600億元で広東省1

位と3位(※2)、200kmにわたって境界線を接しており文化的つながりが深く、人の行き来も多い。

「同城化」は2市が世界的な市場競争に共同で参加し、その強みを発揮しようというもので、「珠江デルタ地区改革発展計画概要(2008～2020)」などで提唱され、2010年11月には2都市を結ぶ地下鉄が開通するなど実質的なスタートも切っ

ている。国内でも先陣を切る大都市間直通地下鉄路線であり、広州海珠区、荔湾区と佛山南海区、禅城区、順徳区を通過する。両市の多くの地下鉄路線との乗り継ぎも可能で、同城化促進に大きな役割を果たしている。

佛山の16年の社会消費品小売総額は前年比11.6%増の3017億8000万元で、中でも卸売業と小売業の総額は2707億4100万元と非常に高かった。統計によると、広東省では16年に79件の新たな商業プロジェクトが実施され、そのうち広州、佛山ではそれぞれ17件がお

編集後記

今回の巻頭特集では中国の中古車市場を取り上げました。2017年の新車販売台数が2887万9000台と過去最高を更新し、9年連続で世界一の自動車市場となった中国。17年末時点で3.1億台に達した自動車保有台数ですが、同市場の成長はこれまで「新車」販売が主導してきました。

振り返ると、06年頃でしょうか。日本の大手中古車販売のプラットフォーム企業が上海に進出。日本のビジネスモデルを継承した形でビジネスを展開しました。当時、法務や人事面で各種サポートさせていただきましたが、事業そのものは残念ながら「鳴かず飛ばず」の状態でした。

当時、経済の急成長とともに収入も順調に伸びる社会情勢の中、新車の購入があたり前のような風潮がありました。そもそも中古車に目もくれない消費者がほとんどだった一方で、中古車に対してもどんな粗悪な状態なのか外観だけでは判断できず、そうした業者も信用できないといった不信感もはびこっていました。

結局、その会社は事業縮小、完全撤退となったわけですが、今思い返しても、やはり当時の中古車を取り囲むビジネス環境では、どんな企業努力を重ねても難しかっただろうと思います。

その後、しばらく中古車について意識することはなかったのですが、私だけでなく中国全土に「中古車」の存在を知らしめるある出来事が起こります。それは、15年の国慶節休暇最終日。当時、中国で絶大な人気を誇った人気オーディション番組「中国好声音 (Voice of China)」の優勝決定戦が放送されました。その優勝者が決まる直前60秒のCM枠の値段が、中国広告史上最高額を更新中で、一体どの会社が落札したのかと大きな話題になりました。

多くの視聴者がテレビの前で固唾をのむ中、画面に現れたのは、数十名の著名タレントがかわりばんこに「上上上上、上優信二手车 (さあさあ、早く優信にアクセス (使用) して!!)」と叫ぶのみの、何ら変哲もないシンプルな中古 (二手) 車販売アプリ「優信」のCMでした。しかし、これを機に中国中古車市場での熾烈な競争が幕を開けたといっても過言ではありません。

最近では、街のバス停から地下鉄、さらにはネット動画やエレベーター内のモニター広告まで、街中が中古車販売プラットフォーム各社の広告で溢れています。ついに「離陸」した中国中古車市場。大手3社の現状と動向を中心に調査・分析しています。(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 MARCH (vol.52) 2018年3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!!

