

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

世界も認めるアリババ 「新小売」大解剖

ビッグデータで中国サプライチェーンをデジタル化

現地視察レポート 新疆ウイグル自治区・ウルムチ

“意外”な発展ぶりのウルムチ消費現場

「一帯一路」の中継都市として注目

小売・流通現場 中国コンビニ最前線レポート

新疆ウイグル自治区に無人店舗や外売など 新小売業が相次ぎ誕生

ウルムチのコンビニ事情

業界研究 中国小売業界

ネット系躍進、外資系苦戦が際立つ中国小売業

2017年中国小売ランキングトップ100

都市別マーケティングレポート

下剋上の方程式①

越境EC頂点網易考拉 スマホ2番手OPPO

「インスタ映え」を意識したモールが続出するウルムチ消費現場
(写真:ウルムチの若者に人気の「KL星品匯」モール)

CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

世界も認めるアリババ 「新小売」大解剖

ビッグデータで中国サプライチェーンをデジタル化

新疆ウイグル自治区・ウルムチ

12

現地視察
レポート

“意外”な発展ぶりのウルムチ消費現場
「一帯一路」の中継都市として注目

中国コンビニ最前線レポート

30

小売・流通現場

新疆ウイグル自治区に無人店舗や外売など
新小売業が相次ぎ誕生

ウルムチのコンビニ事情

中国小売業界

32

業界研究

ネット系躍進、外資系苦戦が際立つ中国小売業
2017年中国小売ランキングトップ100

都市別マーケティングレポート

42

都市別調査

下剋上の方程式①
越境EC頂点網易考拉 スマホ2番手OPPO

44

編集後記

巻頭特集

世界も認めるアリババ 「新小売」大解剖

ビッグデータで中国サプライチェーンをデジタル化



アリババ創業者の馬雲（ジャック・マー）会長が、2016年10月に発表した「新小売（ニューリテール）」。リアルとネットを融合し、ビッグデータやAI（人工知能）、物流を有機的に結びつけ、将来的にネット通販という言葉すらなくなるだろうとしたオムニチャネルの新コンセプトだ。

この発表以来、「新小売」は中国小売業発展の核心となってきた。現在、ほぼ全ての小売企業が「新小売」の実践を模索しているといっても過言ではない。

この2年間、アリババは投資と自社育成の2つの手段で、「新小売」を全方位的に発展させようと邁進してきた。従来の実店舗網を有する小売流通大手を次々と傘下に取り込んだだけでなく、「ネットスーパー+グロサリーサント」という全く新しいビジネスモデルを実践した生鮮スーパー「盒馬鮮生（フーマーフレッシュ）」も生み出した。



今や中国各都市で最もホットな話題の「新小売」スーパー「盒馬鮮生（フーマーフレッシュ）」

現在アリババの「新小売」戦略は、ネットショップ、スーパー、百貨店、家電・デジタル、ホーム関連、生活情報サービス、パママショップ（家族経営零細店）のアップグレード（コンビニ化）など様々な領域に及ぶ。

アリババ傘下の阿里雲（クラウドサービス）、菜鸟物流（Cainiao）、蚂蚁金服（アントフィナンシャル）などがこれらの実現を下支えしている。アリババが中国の「新小売」推進の牽引役であることは疑いようがない。

成図

【図1】アリババの「新小売」戦略構成図



出典：公開資料より



「新小売」モデルをリアルの場に続々と導入するアリババ「バーチャル試着」スクリーンを試す客の姿も
(写真:女性アパレルブランド「lily」の天猫ポップアップ店)

アリババの後を追うように、騰訊（テンセント）、京東（JDドットコム）、蘇寧（スニン）などの大手各社も「新小売」モデルへの業態転換に相次いで着手。中国の「新小売」市場は、より多面的な発展を遂げつつある。

以下では、アリババの「新小売」戦略について、その詳細とともに、中国の小売業界に与えた影響について紹介分析していこう。

投資で「新小売」路線拡大 業界大手も続々と呑み込む

アリババの「新小売」戦略展開の主要な手段の一つである「投資」。

2014年、浙江省最大の百貨店グループ「銀泰百貨」買収を皮切りに、アリババはオフラインの小売チャネル拡大に力を注いできた。

投資先は浙江省最大のスーパーチェーン「三江購物」、福建省の小売グループ「新華都」、上海の大手スーパーチェーン「聯華超市」、家電量販最大手「蘇寧」、台湾系大潤発（RTマート）と仏系欧尚（オーシャン）を傘下に収める「高鑫零售」、家具・内装建材チェーンの「居然之家」など10数社に上る。



アリババは福建省の小売グループ「新华都」にも投資

従来型のオフライン企業のか、東南アジア最大のECプラットフォーム「Lazada(ラザダ)」「ベビー・マタニティ用品の垂直型ECプラットフォーム「宝宝树」、建材家庭用品のO2Oプラットフォーム「神工007」、酒類の垂直販売ECプラットフォーム「1919」なども買収。



人気ベビー・マタニティ用品の垂直型ECプラットフォーム「宝宝树」

さらにアリババ傘下の菜鳥物流も、同業の中通快遞(ZTO

Express)に13.8億ドルの戦略投資を行うなど、「新小売」推進に欠かせない物流面の強化も怠りない。アリババは、投資先の百貨店やスーパーに対して業態変換や業務改善を実施。デジタル化を推進しながら、「新小売」モデルへの転換を後押ししている。



アリババは投資先の百貨店やスーパーのデジタル化を推進

オンラインプラットフォームに対する投資に関しては、アリババのビッグデータ技術向上に、天猫や淘宝(タオバオ)の膨大なトラフィックを活用。運営効率改善と業績アップに取り組んでいる。

これら投資は、すでに実を結びつつある。

2018年11月11日の「独身の日(双11)」セールの上を見と、「居然之家」の全国266の支店の売上が120億元を突破。これは通年の売上の20%近くに相当し、うち四分の一はオンラインによるものだった。

銀泰百貨の全国59の支店の

11月1日から11日までの売上も37%増加。杭州武林銀泰本店の「双11」当日の売上は2.5億元に達した。

「新小売」の影響は、小売業界にとどまらず、「新小売+」(プラス)となる他業種への相乗効果も生まれている。18年8月末に天猫汽車は、自動車関連サービスアプリ「汽車超人」と自動車部品調達サイト「康衆汽配(Carzone)」と共同で「新康衆」を設立。この新会社を皮切りに、自動車関連サービス産業のアップグレード促進にも着手した。

「新小売」の申し子「盒馬鮮生」 近隣の不動産価格にも影響

「新小売」を見事に体現したローモデルといえば、「盒馬鮮生」だろう。店舗数は2018年末時点で122店に達した。

店内でピックアップした商品を配送部門に送り届けるために天井に張り巡らされたベルトコンベアが注目を集めたネットスーパー業態。店舗から半径3キロ以内であれば、注文後30分から1時間内で無料で宅配するサービスが一気に広まった。

また生け簀に入ったロブスターやタラバガニなど高級なシーフードを手ごろな価格で販売。さらにはそれ

ら「生鮮食品」をその場で「調理」して食べれるクロアサント業態が、多くの消費者から注目を集めた。

一方で電子ラベルを導入し、オンラインとオフラインを連結。さらにロボットレストランなどの新業態を生み出し、大きな成功を納めている。

アリババの公開データによると、18年末時点で、1年半以上運営した盒馬(フーマー)の1坪当たりの収益は5万元。1店舗当たりの1日の平均売上高は80万元で、従来型のスーパーを大きく上回って



「盒馬鮮生」のイトイコーナー(左)、高級シーフードコーナー(中)、ベルトコンベア(右)

いるもよう。ネットからの注文が全体の60%を超えているのも大きな特徴だ。

この爆発的人気により、「盒区房（盒馬鮮生の配達エリア内にある住宅のこと）」なる言葉まで生まれた。店舗から半径3キロ以内の「盒区房」は高い人気を集め、販売価格や家賃も上がったことから、不動産市場でも大きな注目点となった。

現在、「盒区房」に居住する人口は中国全土で2000万人を超えているという。

商業物件にとっても、盒馬の人気と集客力は大きな魅力となっている。廃業寸前の商業施設を生まれ変わらせるケースも少なくない。

北京翠微百貨は盒馬の出店後、施設の来場者が倍増。他テナントの売上も10%アップしたという。杭州解百新元華店のオープンは、老朽化した百貨店内にあった他店の経営も立て直す結果になったともいわれている。



「盒馬鮮生」は杭州の老舗百貨店「解百新元華」に出店

「盒馬鮮生」+「海鮮達」 従来型スーパーを「盒馬」化

盒馬鮮生（フーマー）の成功後、アリババは「天猫超市」傘下の配送サービス「海鮮達」に加え、従来型スーパーの業態を「盒馬モデル」へと変更させる取り組みを開始した。



「天猫超市」傘下の配送サービス「海鮮達」

海鮮達はオンラインで注文した生鮮食品を、1時間以内に配達する「新小売」型サービス。盒馬と同様に、オンラインとオフラインを融合し、支払いはスマートフォン（スマホ）決済の支付宝（アリペイ）を使用する。

異なるのは、海鮮達がスマホの淘宝（タオバオ）アプリからオンラインで注文を受け付け、店舗から消費者まで商品を届けることに加え、店舗の商品調達から在庫管理に至るサプライチェーンの構築や、集荷プロセス改善などの各種ソリューションを提供している点だ。

現在、海鮮達は269都市でサービスを開始。実店舗型スーパー

660店の改造が完了済みだ。対象となったスーパーは大潤発、欧尚（オーシャン）、新華都超市、人本超市、三江購物、順客隆超市、中百超市、慶客隆、旺中旺など。

外資系最大手の大潤発（RTマート）を例にとろう。アリババからの出資を受け、2018年6月時点で「新小売」業態への転換店舗が100店に達した。

注文は海鮮達で受け付け、店舗にはデジタル化された管理システムを導入。店内では盒馬（フーマー）特有の商品陳列のほかに、ピックアップ商品を運ぶベルトコンベアが天井に張り巡らされている。



総合スーパーの大潤発（RTマート）にも「盒馬鮮生」のベルトコンベアを導入

大潤発の店舗から半径3キロ以内であれば、スマホの淘宝アプリ内の海鮮達から注文が可能だ。海鮮達が受けた注文商品は、盒馬が

大潤発のために構築した配送システムにより、1時間以内に配送される。



大潤発（RTマート）もオンラインでの注文と配達サービスを開始

大潤発が公開したデータによると、運営開始から3ヶ月以上経つ海鮮達の店舗では、1店舗当たりの1日の新規注文件数が1200件を超え、月の売上も10%以上増加。1店舗当たりの累計新規若年顧客数は2万人を突破。2019年にはさらに全国で400近くの店舗を「盒馬モデル」へ改造する計画という。

大潤発は、盒馬の独自ブランド（PB）商品である「日日鮮」シリーズも販売。月曜日から日曜日まで日ごとに異なる色でパッケージされている日日鮮シリーズだ。



大潤発（RTマート）は「盒馬鮮生」のPBブランド「日日鮮」シリーズを販売



ウルムチ随一の観光スポット「天池」



中国最大の面積を誇る新疆ウイグル自治区

中国の「二帯一路」建設が推進されるのに伴い、ユーラシア大陸の中心に位置する新疆ウイグル自治区の発展の機運が高まっている。新疆ウイグルは今、経済発展の真の只中にある。

新疆ウイグル自治区は中国で最大の面積を誇る。その総面積は163万平方^{キロメートル}で、中国全土の六分の二を占める。人口は2444万人に過ぎないが、豊富な資源、特にエネルギー資源を持つ。「二帯一路」建設が始まり、海外との貿易でも注目を集めている。

現地視察レポート 新疆ウイグル自治区・ウルムチ

意外な発展ぶりの ウルムチ消費現場

「二帯一路」の中継都市として注目

烏魯木齊(ウルムチ)市は、新疆ウイグル自治区の首府(省都)。古くから、外国との貿易の重要な拠点として、周辺に大きな影響力を持っていた。



古くから外国との貿易の重要な拠点だったウルムチ

総面積は約14万2000平方^{キロメートル}。2017年末の総人口は約222万人。17年のGDPは

2743.82億人民元で、中国の26省都のうち21位。ランキングでは下の方だが、内モンゴル自治区のフフホトを上回り、成長率も全国平均より高い8.1%を記録している。

2018年第1～3四半期のGDPは2198億元で、17年同期の1893億元よりも約16%上回っている。18年全体のGDPは3000億元を突破すると見込まれている。

ウルムチは石油化学、冶金、紡績、機械製造、ハイテク、建材、医薬、食品、軽工業、電子情報の10大産業が発展、なかでも石油化学と冶金は業界のトップレベルを誇る。



ウルムチ近郊の達坂城にある風力発電施設

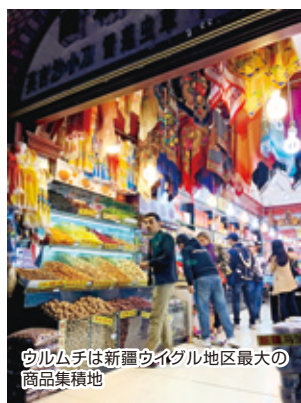
市全体のGDPに占める第二次産業の割合は38.8%に達し、日系ではトヨタや積水化学が進出。米コカコーラ、ヒューレット・パッカード、独

フォルクスワーゲン、シーメンス、ルフトハンザ航空、仏アルカテル、ヴェオリア（Veolia）、エア・リキード、韓国のSK、韓華、大宇、デンマークのカールスバーグ、LM、香港のケリーロジスティクス、台湾の康師傅（カンシーフ）や統一など、世界及び中国の著名企業の多くがウルムチに支社を置いている。

物流と貿易のハブ（中継地） 二線級都市にランクアップ

新疆ウイグル自治区は8カ国と陸路で接し、17の国境二類口岸（出入国検査場）と10の二類口岸がある。

なかでも首府のウルムチは新疆ウイグル最大の商品集積地で、中央アジアへの重要な中継地でもある。200カ所近い商品取引市場があり、年間取引額が1億元を超える市場も32カ所を数える。10億元を超える市場は10カ所あり、中国西部地区の対外開放最前線都市となっている。



ウルムチは新疆ウイグル地区最大の商品集積地

ウルムチは新疆ウイグルの交通のハブ機能も果たしており、ウルムチ東駅、南駅、西駅、北駅という4つの鉄道駅に加え、技術開発区には高速鉄道の駅もある。甘粛省の蘭州とウルムチを結ぶ蘭新高鉄は2014年に正式に開通。



ウルムチは新疆ウイグルの交通ハブ（中継地）

20年には、ウルムチから江蘇省・連雲港まで全長3361キロメートルを結ぶ高速鉄道も全面開通予定だ。これは中国で最も横に長い高速鉄道路線で、中国では「陸橋通道」と称されている。

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最も定評

のある指標だ。都市の商業資源集積度や、ハブ性、住民のアクティブ度、ライフスタイルの多様性、未来可塑性という5つの指標に基づいてランク付けを実施している。

2017年、ウルムチはこのランキングで二線級都市に昇格した。ちなみに新疆ウイグル内の他都市は全て五線級都市に属している。



2017年に二線級都市に昇格したウルムチ

高層ビルが林立する大都市 地下鉄も続々と開通

新疆ウイグルと言えば、かつては遙か彼方のミステリアスな街という印象しかなかった。壮麗な天山山脈と美しい天池、トルファンの火焰山、人々の憧憬を誘う草原や湖、薫



ウラムチのコンビニ市場で勢力を拡大する「毎日毎夜」

中国コンビニ最前線レポート

新疆ウイグル自治区に 無人店舗や外売など 新小売業が相次ぎ誕生 ウラムチのコンビニ事情

新疆ウイグル自治区の首府・ウラムチ。中国西部辺境の古都というイメージのこの街で、実は今、流通・小売業が大きな盛り上がりを見せている。

セブンイレブンやファミリーマートなど外資系コンビニチェーン店こそないものの、街中では24時間営業のコンビニが至るところで見られ、その密集度は沿岸部の主要都市と比べても遜色ないほどだ。

中国の都市別コンビニ指数によると、2016年末時点でウラムチには5981人に1店の割合でコンビニが点在。その数は年平均8.3%のスピードで成長を続けている。

ウラムチ市商務局（糧食局）の統計によると、17末時点で、同市には3000㎡超の大・中型スーパーが67店、コンビニが500店以上存在するもよう。生鮮食品ストアや無

人スーパーなど新しい小売業態も、着実に広まりつつある。

ウラムチの主要コンビニチェーン店は、八点半、毎日毎夜、アルマン、時代購物、未来街市など大小含め数多くあるが、なかでも「八点半」と「毎日毎夜」のドミナント率が高く、両社合計で500店近くに上る。



ウラムチのコンビニ市場でトップの店舗数を誇る「八点半」

中国チェーン経営協会による「2018年コンビニ発展報告」



不振が続く仏系スーパーのカルフル
デリバリー(宅配)で起死回生なるか…



拡大が続く中国消費市場



中国小売業は「新小売」真う盛り

拡大が続く中国消費市場。
2017年の社会消費品小売総額
(小売全体)は36兆6262億元
で、前年比10.2%増だった。18年は
38兆987億元で、前年比さらに
9%の伸びを記録した。

消費の経済成長への貢献度も上
昇を続けている。17年の消費の対
GDP貢献度は58.8%だったが、
18年はさらに76.2%に増加した。
16年10月、アリババ創業者の
ジャック・マー(馬雲)会長がリアルと
ネットを融合させる「新小売(ニュー
リテール)」というオムニチャネルの
概念を提唱してから、中国の小売
業の発展環境が大きく改善した。
多くの小売流通企業が業態を転換
した結果、発展スピードが加速。小
売ランキング100に名を連ねる
企業の成長も持続している。

業界研究 中国小売業界 ネット系躍進、外資系 苦戦が際立つ中国小売業 2017年中国小売ランキングトップ100

小売ランキングトップ100 天猫と京東が他を圧倒

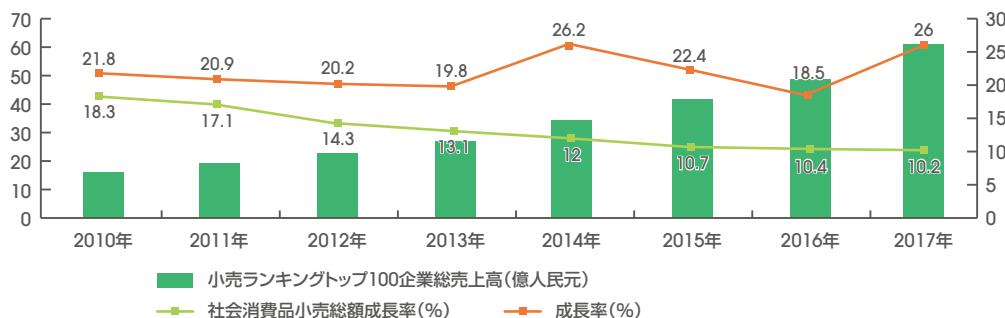
中国商業聯合会と中華全国商業信息中心が2018年6月に公表した「2017年度中国小売ランキング100」によると、17年の中国小売ランキングトップ100社の売上は6・08兆円で、前年比26%の成長を記録した。成長速度も16年比で7・5%上昇。社会消費品小売総額（小売全体）の15・8%を上回っている。

電子商取引（EC）プラットフォーム大手の天猫（Tモール）と京東（JDドットコム）が1位と2位を占め、3位はマイカル（MYKAL）やニーマート（New Mart）などの大型商業コンプレックスを運営する大連大商集団だった。家電量販大手の蘇寧と国美がそれぞれ4位と5位となった。



家電量販大手の蘇寧は、中国小売ランキングトップ100社で第4位に

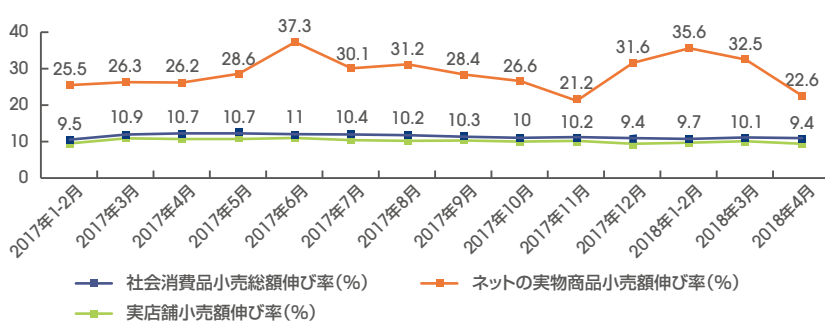
【図1】2010～17年 小売ランキングトップ100企業の売上及び成長率



出典：2017年度 中国小売ランキングトップ100、国家統計局

（表1…2017年中国小売ランキングトップ100）
（図1…2010～17年小売ランキングトップ100企業の売上及び成長率）

【図2】社会消費品小売総額、実店舗小売額、ネットの実物商品小売額の伸び率比較



出典：2017年度 中国小売ランキングトップ100、国家統計局

成長を続けるEC企業
成長の貢献度でも強い存在感

2017年以降、毎月のネットの実物商品の小売額の伸びは、社会消費品小売総額（小売全体）とオフラインの小売額の伸びを大きく上回っている。

（図2…社会消費品小売総額、実店舗小売額、ネットの実物商品小売額の伸び率比較）

なかでも天猫、京東などEC企業7社の17年の売上規模は3・57兆元に達し、前年比41・2%の伸びを記録した。これはその前の年を7%も上回る数値だ。

トップ100企業の総売上高に占める割合は58・7%で、こちらも前年比7・5%増加している。



1年で最大規模のECキャンペーン「独身の日(双11)」セール

越境EC頂点網易考拉 スマホ2番手OPPO

の巨頭である天猫や京東を超えることができたのだろうか。詳細は次号以降で掘り下げていくが、同社の大きな差別化ポイントとして、徹底した「自前主義」、「現地現物主義」が挙げられる。

外資を凌駕、華為を追う

OPPOが頭角を現したのは2016年のこと。世界のスマホ市場を圧倒的にリードしていたアップルとサムスンの優位は同年に入ると陰りを見せ始め、対照的に15年以降に目覚ましい発展を見せ始めた中国の国産スマホが、出荷量と売り上

げの両面で勢いづいてくる。まずは小米、次いで華為が台頭し、それにOPPOとvivoが追随してきた。

調査会社Canalysの7月25日付レポートによると、18年第2四半期の中国スマホ出荷台数は1億400万台。そのうち華為がシェア27%を占めてトップを走り、OPPOが同21%で2位、vivoが20%と僅差で3位、小米が14%で4位というランキングになっている。トップ4を中国国産ブランドが独占し、国内市場でのシェアは82%に達している。

華為は高度な技術と安定した品質で、ビジネスパーソン等から多くの支持を集めている。小米はコストパフォーマンスの高さと、新しいネットマーケティング手法で台頭した。

しかし直近の数年間において存在感を際立たせているのはOPPOであろう。16年以降、中国のほとんどの人気テレビ番組にスポンサーとして名を連ね、駅やバス停、空港なども同社の広告であふれるほど露出の高いブランドとなっている。

中国の二線・三線級都市を主戦場とする低級ブランドから、今や上海や北京など一線級都市でも若者から強く支持されるブランドに変貌を遂げた。

競争の熾烈な中国市場で、生き馬の目を抜く成長を遂げた原動力



天猫や京東を凌駕した越境ECの雄・網易考拉

は何だったのか。

詳細は次号以降で掘り下げていくが、同社の大きな差別化のポイントとして、「三線・四線級都市における強力なオフラインの販売ネットワーク網」、「わずか1種類の主力モデルに全社のリソースを集中投入した勝負姿勢」が挙げられる。

定番と真逆の戦法

中国流ビジネスというと、手っ取り早く売ったもの勝ち、新しがりやといったイメージが定番だが、網易考拉もOPPOもそうしたイメージとはむしろ真逆の手法で成功をつかんでいる。両者の戦い方から、一味違った中国マーケティングの可能性を検証してみよう。

(分析連携:BizCHINA編集長 石原達也)



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)

上海市浦东新区浦東南路528号

上海証券大厦北楼1404室

☎021-6321-3000

🌐http://www.cast-marketing.com/

✉service@cast-marketing.com

都市別マーケティングレポート



OPPOはオフライン店舗網の統制力を強みにのし上がった

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>

中国に数多く存在する各種越境ECプラットフォームのうち、売上やユーザー評価が最も高いものはどれか。それは中国EC業界をリードするアリババ系の天猫や淘宝でも、京東でもない。15年に設立されたばかりの網易考拉だ。下剋上はスマートフォン分野でも起きている。アップルやサムスンを追いつけし勢力を伸ばすのは、国産ブランドのOPPO。無名の新興ブランドは、いかに先行する巨人を逆転したか。

天猫でも京東でもない

中国の越境ECプラットフォームは2つに大別できる。大手ECプラットフォーム各社が設けた越境EC部門で、天猫や京東などがその代表格だ。もうひとつは独立型で越境EC専門のプラットフォーム。

網易考拉も後者に含まれる。

市場調査コンサルのiiMedia Researchが公表した「2016-17 中国越境EC市場研究報告」によると、16年の越境EC輸入小売業の売上シェアにおいて、網易考拉が全体の21.6%を占めてトップに立った。これにつづくのが天猫国

際と唯品国際で、それぞれ18.5%と16.3%だった。

18年上半期に関するレポートでは差はさらに広がり、網易考拉の26.2%に対し、2位の天猫が22.4%、3位は京東の13.4%となっている。

また、同じく「2017 上半期中国EC全体ランキング」でも、網易考拉は業績、ユーザー体験、満足度、メディア影響力等の各方面で傑出した評価を獲得、「中国越境EC総合競争力ランキング」の第1位に選ばれている。

網易考拉はどのようにして、EC

編集後記

今号では、アリババの「新小売」の全貌に迫りました。

16年10月にアリババ会長の馬雲（ジャック・マー）氏が初めて提唱した「新小売」（中国語では「新零售」）。ネットとリアルを一体化させ、そこにビッグデータやAI（人工知能）、物流を高度に融合させる新しい小売・流通の概念です。将来的には「ネット通販」という言葉すらなくなるだろうとも語っていました。

この話を初めて耳にした時の第一印象は、単なる「オムニチャネル」をもっともらしく言っているだけかというもの。当時すでに日本では、セブン&アイ・ホールディングスが「オムニ7」という名で始めていました。また中国でも、アリババよりも前に家電量販大手の蘇寧（スニン）が、同じく「O2O」を前面に打ち出した「ネットとリアルの同一価格化」を謳っていました。

こうした私の浅はかな発想を遥かに越える“雄大”な構想がすでに練られていたとは、当時知る由もありませんでした。もちろん、この「新小売」の実現を支えた最大の功労者はスマートフォン（スマホ）決済の「支付宝（アリペイ）」でしょう。支払いをキャッシュレスで便利にしただけでなく、それらをビッグデータ化して収集・分析できるようにしたことが「新小売」の肝となっています。

また、忘れてならないのが「口碑（コウペイ）」。日本の「食べログ」のようなクチコミ生活情報アプリです。この口碑、存在すら知らない人も多いと思いますが、アリペイユーザーなら勝手に知らない間にユーザーとなっています。見た目はレストランや美容店などを紹介、クチコミ情報やクーポンなどが得られるサービス内容ですが、実際はもっと奥深いものです。

それは「決済」と結びついている点。どのお店で今一番決済されているかで繁盛店もわかりますし、どんな属性の客がいつ何を注文したかがすべてデータ化され、それをお店側にフィードバックできるところも見逃せません。つまり、消費の「表」だけでなく「裏」側もしっかりとサポートしているのです。

ついつい「新小売」というと淘宝・天猫から始まり、盒馬や餓了么など表側ばかりに目が向いてしまいがちですが、アリババの本当の狙いは「裏」側でしょう。小売・流通だけでなく、開発・製造まで含む中国のサプライチェーンをすべて牛耳ろうとする壮大な構想の「新小売」。その一端を掻い摘んでまとめました。（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、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

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 2019 JAN & FEB (vol.61) 2019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

© 2019 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

- I T** 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



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

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