

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

2019年9月号 第67号



苏宁极物

巻頭特集 ■ 「蘇寧」徹底研究

家電量販からEC、金融、コンビニへと多角化

中国「スマート小売」を リードする 蘇寧の実力検証



苏宁小店



苏宁易购
suning.com

トレンドウォッチ ■ 中国スナック食品

「網紅」スナックが大人気
間食にも「健康」と「個性」を求める

業界研究 ■ 中国スーパー業界

目まぐるしく変わる業界地図
アプリ注文+宅配が“マスト”の時代に



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円(中日翻訳含む)※税別

直近3期(納期7営業日)：5000円(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プ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 「苏宁」徹底研究

家電量販から EC、金融、
コンビニへと多角化

中国「スマート小売」を リードする苏宁の 実力検証



18 ■ トrendウォッチ / 中国スナック食品

「網紅」スナックが大人気

間食にも「健康」と 「個性」を求める



26 ■ 業界研究 / 中国スーパー業界

目まぐるしく変わる業界地図

アプリ注文＋宅配が “マスト”の時代に



36 ■ マーケティングレポート

コンビニ発展状況は

店舗数2桁成長 総合首位は長沙

38 編集後記



卷頭特集 「蘇寧」 徹底研究

家電量販から EC、金融、コンビニへと多角化

中国「スマート小売」を リードする蘇寧の実力検証

Special Report



蘇寧 (Suning) といえば、エアコンの卸売で身を起し、家電量販チェーントップにまで成長した企業だ。設立は1990年。現在は、中国国内でオンラインとオフラインを融合させるOMO (Online Merges with Offline) 概念の「新小売(ニューリテール)」を展開するトップブランドの1つでもある。

2018年、蘇寧控股(ホールディングス) 集団は営業収益5,579億元を記

録し、中国企業ランキングトップ500の第2位にランクインした。ちなみにトップは華為(ファーウェイ)。

蘇寧控股は傘下に蘇寧易购(Suning.com)をはじめ、蘇寧物流、蘇寧金融、蘇寧科技、蘇寧置業、蘇寧文創、蘇寧体育、蘇寧投資の8つの子会社を運営。業務範囲は小売や消費の各分野に及んでいる。

なかでも、家電量販とEコマースプラットフォーム運営を主体とする蘇

寧易购は、消費者にも広く知られている。(表1: 蘇寧グループの傘下企業)

2019年、蘇寧易购は中国の大手不動産ディベロッパー「万達(ワンダ)」集団傘下の万達百貨、フランスのスーパー大手「カルフル」の中国業務を相次いで買収した。これは中国小売業界にとって大事件であり、蘇寧は大きな注目を集めることになった。

創業から30年近くを経て、当初のオフライン業態からオンラインへの進

【表1】蘇寧グループの傘下企業

蘇寧易购 (Suning.com)	中国を代表する小売流通企業。 蘇寧易购広場(モール)、蘇寧雲店(IT体験店)、蘇鮮生(グローサリート※)、蘇寧紅孩子(キッズ・マタニティー)、蘇寧極物(“無印良品”風ノンブランド)、蘇寧汽車超市(自動車)、蘇寧易购(家電・IT)、蘇寧小店(コンビニ)などの業態を展開。店舗の数は中国全土で1万2,900店以上。 運営するECプラットフォームはアリババ、京東(JDドットコム)、拼多多(ピンドウドウ)と並び中国国内トップ水準を誇る。 ※グローサリートとは食料品店を意味する「グローサリー」と「レストラン」の造語。スーパーなどで買った食材をその場で調理して店内で提供する業態を指す。
蘇寧物流	中国トップ水準の直営型物流企業。 家電・3C(IT)、日用品、家庭用品などを扱う2,000社あまりのパートナー企業に物流リソースをオープン化。倉庫、配送などサプライチェーン関連サービスを提供している。 2018年末時点における蘇寧物流と天天快遞(蘇寧物流が16年12月に買収した宅配企業)所有の倉庫及び関連設備の総面積は950万平方メートル。宅配ネットワーク数は2万7,444ヶ所。配送範囲は全国351の地級都市と2,858の県級都市をカバーしている。
蘇寧金融	蘇寧金融のポジショニングはO2O融合型のフィンテック企業。 バイオ認証技術、ビッグデータリスク管理、IoT金融、ブロックチェーン、金融AI(人工知能)、金融クラウドという6つの核心技術をベースに、サプライチェーン金融、微商(中小・零細企業向け融資)金融、消費金融、決済、財産管理の5つを主要業務に置く。幅広い消費者と中小企業に総合金融サービスを提供している。
蘇寧科技	蘇寧科技は蘇寧グループのスマート小売システムの中核を担う。蘇寧の30年近い情報の蓄積をベースに、クラウド、ビッグデータ、AIなどの技術により、「RaaS(リテール・アズ・ア・サービス)」を核心としたエコシステムを構築。 現在アメリカのシリコンバレーのほか、北京、上海、南京、武漢などに研究開発基地を置き、1万人を超える技術者が在籍している。
蘇寧置業	不動産の開発及び運営が主要業務。 実施したプロジェクトは商業不動産、産業村、住宅開発など。ショッピングモールや高級ホテルの運営、物業管理なども行っている。中国の不動産ディベロッパーランキングトップ20にランクインし、商業不動産の総合力ではトップ10入り。卓越した運営能力は中国不動産業界のトップ5と評される。 蘇寧広場50店、蘇寧易购広場300店、高級ホテル100店を当面の中長期目標に掲げている。
蘇寧文創	設立は2015年10月。「ファミリー向け娯楽、SNS、映画館」という3つのシーンをメインに、4億人を超える会員を対象としたサービスを提供している。 川上の「創意(クリエイティブ)」と川下の「消費」を結び付け、「動画サービス、コンテンツサービス、O2Oサービス、技術サービス」の4つを展開。傘下に聚力視頻公司、蘇寧影城公司、龍珠直播公司を擁している。
蘇寧体育	主要業務はスポーツクラブの運営管理、スポーツメディア運営、青少年サッカー育成、競技イベントのライセンス経営、スポーツビジネス運営、スポーツ不動産開発など。 傘下にプロサッカーチーム「江蘇蘇寧足球俱樂部」、「江蘇蘇寧女子足球俱樂部」のほか、イタリア・セリエA一部の「インテル」も所有している。 蘇寧体育の運営メディアである「PP体育」は国内で初めて、英プレミアリーグ、スペイン・リーガエスパニョーラ、独ブンデスリーガ、伊セリエA、仏リーグアン、UEFAヨーロッパリーグなどの版權を所有。同時に中国のサッカー・スーパーリーグ「中超」や「中国之隊」、AFCチャンピオンズリーグ、米プロレス団体「WWE」などの版權も持つ。
蘇寧投資	産業投資と資産管理の専門プラットフォーム。 新たな消費シーンを創造し、消費体験をアップグレードすることに重点を置く。2017年末時点で累計30のプロジェクトに約500億元を投資している。



出を果たし、更にオンラインとオフラインを融合させた「スマート小売」へと転換を続ける蘇寧。その成長の軌跡は中国小売業界の発展の歴史そのものとも言える。今や、中国で最も成功した小売企業の1つといっても過言ではない。

蘇寧グループの心臓部 中国チェーン企業ナンバーワン 蘇寧易購 (Suning.com)

蘇寧グループの中心的存在といえるのが蘇寧易購。中国チェーン経営協会 (CCFA) が公表した「2018年中国チェーンブランドトップ100」中、蘇寧易購は売上3,367.57億元でトップに立っている。品途智库の「2018中国新小売ランキングトップ100」中でもアリババ、京東ドットコムに続く第3位。雑誌「フォーチュン」が公表した2019年度の世界トップ500企業ランキングでは、昨年より順位を94位上げて333位。こちらは連続3年のランクインとなった。

蘇寧易購の年次報告書によると、2018年の営業収入は2,449.57億元で前年比30.35%の伸びを記録。販売した商品の総額は3,367.57億元で、前年比38.39%増加している。純利益は133.28億元。うち、Eコマースの取引額は2,083.54億元で、前年比64.45%と大きく伸びている。現時点でアリババ、京東、拼多多に次ぐ、中国第4位のEコマースプラットフォームだ。(図1:蘇寧易購2018年の業績)

今年に入ってから蘇寧易購の運営状況は極めて好調だ。19年上半期の

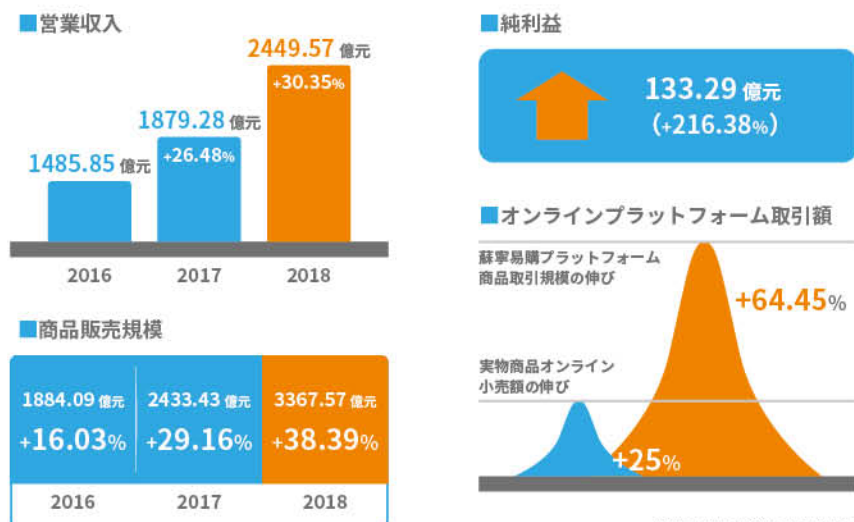
データによると、営業収入は1,346.18億元で、前年比21.63%増加している。商品の売上は1,842.15億元で、前年比21.80%増。なかでもオンライン販売は1,121.50億元で、前年比26.98%と最も大きく上昇している。

家電だけじゃない！ コンビニがらモール、ECまで

アリババ、京東といった他のEコマースプラットフォームと比べ、蘇寧の最大の特色と言えるのが、強大なオフライン店舗ネットワークだ。家電量販店「蘇寧易購」をはじめ、地方都市を中心にフランチャイズ展開する「蘇寧零售雲店 (小売加盟店)」、ベビー・マタニティ用品の「紅孩子」、スーパー+レストラン「蘇先生超市」、居住エリア隣接型コンビニ「蘇寧小店」、ショッピングモール業態の「蘇寧易購広場」などラインナップも幅広い。

2019年6月末時点における「蘇寧小店」と、蘇寧が買収したスーパーチェーン「迪亜天天」の数は合わせて5,368店。「蘇寧零售雲店」は5,108店 (うち直営店1,746店、フランチャイズ店3,362店)、「蘇寧易購」の各類型の店舗が合計で2,088店、紅孩子172店という内訳になっている。また蘇寧易購広場54店 (ほかに開業準備中のプロジェクトが8件)、蘇先生超

【図1】蘇寧易購2018年の実績



出典：蘇寧易購の年次報告書

市9店もあり、様々な形態のオフライン店舗は合計で1万2,913店にも達している。

蘇寧易购は、単なる家電量販チェーンから様々なジャンルの品目と各種販売チャンネルを網羅した小売流通の“コングロマリット”企業へと成長を遂げている。(表2:蘇寧易购の出来事年表)

ライバル「国美」に圧勝 ECが売上の6割以上に

2000年代の頃、中国の家電量販チェーン店といえば蘇寧と国美電器が2強だったが、当時は国美が蘇寧をやや上回っている印象だった。

Eコマースはまだそこまで普及しておらず、消費者は家電売り場に足を運ぶことが多かった。労働節(5月1日)や国慶節(10月1日)など大型連休のセールには、両社が競ってディスカウントを繰り広げ、店内には商品を奪い合う消費者で溢れた。今のほとんど人気(ひとけ)のない店舗とは全く異なる光景だった。

Eコマース時代の到来を予期した蘇寧は、2010年にオンライン販売をスタート。Eコマース業務の積極展開を開始した。

当時、蘇寧の実店舗にいたスタッフ



蘇寧易购は「2018年中国チェーンブランドトップ100」でトップに

【表2】蘇寧易购の出来事年表

時期	出来事
1990年	蘇寧交电公司設立。当初は南京の200平方メートルのエアコン専門店。
1999年	南京新街口に旗艦店オープン。
2000年	蘇寧電器連鎖集团股份有限公司設立。家電のチェーン運営を開始。
2002年	浙江、北京、上海、天津、重慶などに出店。全国展開の基礎を確立。
2004年	深圳証券取引所で上場。
2008年	南京雨花物流基地の使用を開始。
2009年	日本ラオックス及び香港鐳射を買収。海外展開を開始。
2010年	ECプラットフォーム「蘇寧易购」運営スタート。
2012年	ベビー・マタニティ製品のECプラットフォーム「紅孩子」を買収。
2013年	社名を「蘇寧雲商集团股份有限公司」に変更。無錫蘇寧広場と福州蘇寧広場が同時オープン。商業不動産開発を急拡大。
2015年	蘇寧消費金融有限公司設立。 アリババが蘇寧に283億元で戦略投資。 オフライン店舗の名称を「蘇寧易购」に統一。 万達(ワンダ)グループと戦略提携締結。万達広場モール全店に出店。
2016年	小売、不動産、金融、文創(文化+創造)、体育、投資の6大産業の体制確立。 イタリアのサッカーチーム「インテル」買収。
2017年	宅配の「天天快递」を買収。
2018年	「蘇寧易购」に改名。
2019年	万達百貨とカルフルを買収。

は中高年女性が多く、オンライン業務についてそもそもほとんど理解していなかった。そうした彼女たちがオンライン会員に登録するよう勧誘していたせいもあり、客もその必要性をあまり理解できていなかった。

筆者も当時そうした場面を目の当たりにし、「この“古臭い”従来型の家電量販店が、アリババを真似てEコマースに進出して果たして成功できるのか?」と思った記憶がある。それが10年近くの試行錯誤と企業努力を経て、蘇寧は中国屈指のB2C型Eコマース

大手にまで成長。オンラインとオフラインを融合した「新小売」型

の業態で発展を果たしていることには驚きを禁じ得ない。

2016年には、蘇寧易购のオンライン業務は全体の42.73%を占めるようになり、2018年には61.80%にも達している。現在商品の取扱は4,000万SKUに達し、登録会員数は4.42億人。1万人のエンジニアがユーザーに全方位型のサービスを提供している。

2018年11月11日の「双11(独身の日)」ネットセールでは154億元を売上げ、2019年の「618(6月18日のネットセール)」では、注文件数が前年比133%を記録。家電以外の日用品の注文件数は18年比245%と激増した。

2018年の蘇寧易购の売上は国美的2.5倍近くに達し、店舗数は5倍以上、市場価値では8倍と、かつてのライバルを大きく引き離している。蘇寧の先見性が証明されたと言っていいだろう。

アリババ系生鮮スーパー「盒馬」の輸入スナック食品コーナー



トレンドウオッチ

「滷味」は中国独特のスナック（間食）

「網紅」スナックが大人気 間食にも「健康」と 「個性」を求める



中国経済の急速な発展により、中国人の収入は上昇した。2013年に1万8,311元だった平均所得は2018年に2万8,228元に達した。収入が増加した結果、消費ニーズが多様化。また、より良いモノ（サービス）を求める「消費昇級（アップグレード）」トレンドも生まれた。

食品に対するニーズも、空腹を満たすだけからより多様化し、「個性」、「レジャー」、「健康」などをキーワードに発展し続けている。このような環境の下、スナック食品（菓子）の人气が高まり、市場が拡大している。

成長続くスナック食品市場

中国のスナック食品（菓子）は、焼き菓子、キャンディー、ナッツ類、膨化食品、ビスケット、滷味（ルーウェイ：醤油味で煮込んだアヒル等の肉類）などに大きく分類できる。なかでも「周黒鴨」、「絶味鴨脖」、「煌上煌」などのブランドで知られる「滷味」食品は、中国独特のスナック食品といえる。

国際的コンサルティング会社のフロスト&サリバンの統計によると、2011年～18年、中国のスナック食品市場は急成長を遂げ、年平均成長率は12.3%を記録したという。2018年の

市場規模は1兆297億元に達しているもよう。（図1：中国のスナック食品市場規模）（表1：中国のスナック食品の分類及び主要ブランド）

1人当たりの消費額はまだ低い

ユーロモニターの統計によると、2018年のスナック食品の1人当たり平均消費額について、中国はイギリスやアメリカに遠く及ばないという。飲食や消費の習慣が比較的似ている日本や韓国と比べても、それぞれの1人当たり消費額は中国の6.9倍、2.8倍となっている。こうしたデータからも、中国



深センA株で上場している「皇上皇」

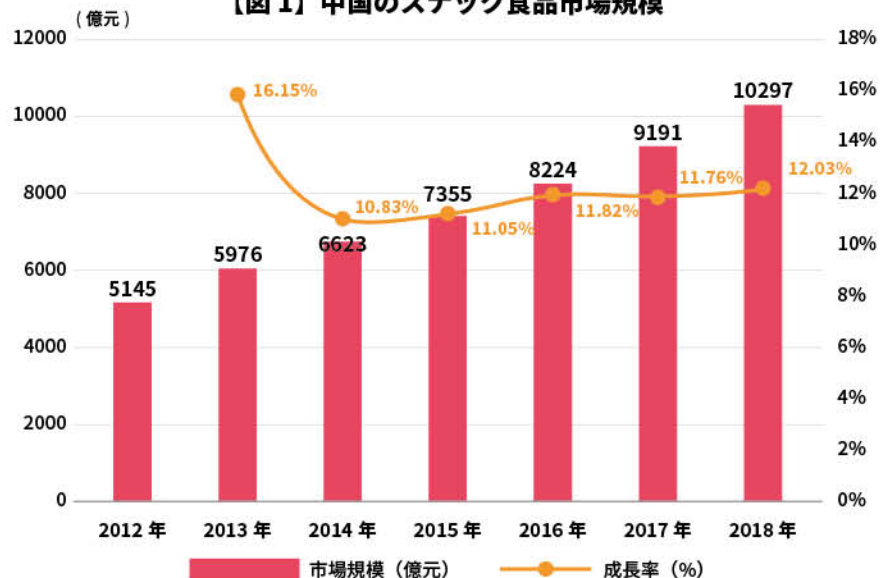
のスナック食品の潜在的市場は相当大きいといえる。(図2: 2018年 主要国における1人当りのスナック食品消費額)

鴨脖子とナッツ類に勢い

現在、中国のスナック食品業界の上場企業は、上海A株で上場している「来伊份」、「洽洽食品」、「桂發祥」、「元祖」、「桃李面包」、「塩津舗子」、「好想你」、「絶味食品」、「煌上煌」のほか、香港で上場している「周黒鴨」、「中国旺旺」などがある。

ドライデーツ(棗)で有名な「好想你」が、2018年の営業収入49.5億元で上場企業全体のトップに立ち、「鴨脖子(鴨の首の醤油煮)」で知られる「絶味食品」が、営業収入43.7億元で次点となっている。3位はナッツ製品を主に扱う「洽洽食品」で、営業収入は41.9億元だった。(図3: 2018年 主要スナック食品メーカーの営業収入)

【図1】中国のスナック食品市場規模

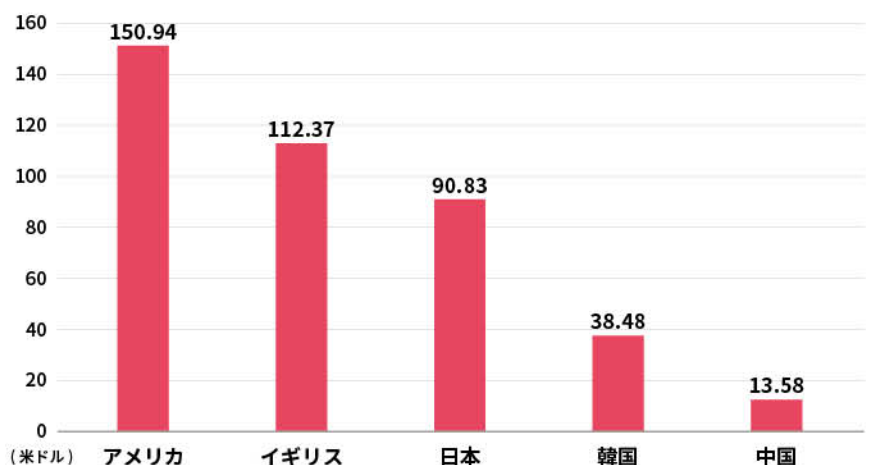


出典：フロスト＆サリバン / 前瞻産業研究院

【表1】中国のスナック食品の分類及び主要ブランド

キャンディー・ゼリー 	油味食品 	ビスケット・焼菓子
ナッツ類 	ドライフルーツ 	膨化食品

【図2】2018年 主要国における1人当りのスナック食品消費額



出典：ユーロモニター・前瞻産業研究院

業界研究 中国スーパー業界

目まぐるしく変わる業界地図 アプリ注文＋ 宅配が“マスト”の 時代に

Industry Research



ここ数年、中国のスーパーマーケットはEコマースやコンビニなどの新興勢力に押され、大幅な業績低下に苦しんでいる。閉店した店舗も少なくない。国有企業をバックグラウンドに持つ聯華超市を例にとると、2015年～18年に閉店した店舗の数は1,945店に上る。

かつて、カルフルやウォルマートなどの大型スーパーに行くことは、一般家庭の日常行為の1つだった。しかし現在、スーパーはどこも閑古鳥が鳴き、週末でさえかつての賑わいは見られない。訪れているのはネットで買物をしない高齢者ばかりだ。

外資系スーパーは更に苦境に陥っている。市場の変化のみならず、コスト高や中国系スーパーとの競争にも晒されているためだ。

2013年にはイギリス系のTescoが華潤創業に買収され、中国国内135店舗全てが「華潤万家」に改称された。2017年には韓国系のロッテマートが東北地区の21店舗と華東地区の72店舗を中国系の物美と利群に売却。

2019年6月には蘇寧易購がフランス系スーパー大手カルフルの中国事業の株式80%を買収し、筆頭株主となった。最近もドイツ系大手のメトロが中国業務を売却しようとしていると



聯華超市は多くの店舗を閉店



Eコマースやコンビニなどの影響でスーパー店内はどこも閑古鳥が鳴く



ウォルマートもたくさんの店舗を閉店した



韓国系ロッテマートは中国系スーパーに売却

いう噂が流れ、永輝が物美による買収が囁かれている。

アメリカ系大手ウォルマートの業績も理想からは程遠い。2016年～18年には各年13店、24店、21店を閉店。純利益と利益率は減少を続けている。純利益は4年前の1,004.2億元から447.1億元に減少。利益率も3.37%から1.3%にまで落ち込んだ。2018年、中国のウォルマートの店舗数は400店を超え、2010年比で倍近くに増えているが、市場シェアでは2010年の11%から18年には5%と半減している。

生き残りを賭けてコンビニなど他業態に進出したり、ネット通販（EC）展開やオンラインとオフラインを融合させた「新小売」モデルの導入したりなど、経営多角化に取り組むスーパーも少なくない。以下では、従来型スーパー各社の中国での現況と今後の発展トレンドについて分析してみたい。

低迷続く大手スーパー 永輝以外はほぼ横ばい

中国チェーン経営協会が公表したチェーン企業ランキングトップ100によれば、2018年のトップ100社の

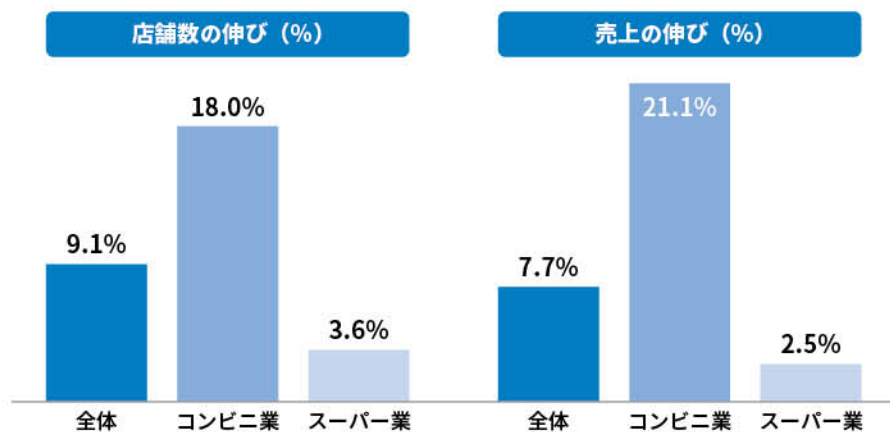
売上の伸びと店舗数はそれぞれ平均7.7%増と9.1%増だった。一方、コンビニランキングトップ100の売上の平均成長率は21.1%増、店舗増加率は18%増と大きく全体を上回っている。

特に、主に大型スーパーを展開するトップ100企業に限ると、売上の伸びは平均2.5%増、店舗数の伸びも3.6%増に止まり、小売業トップ100社全体と比べ大きく後れを取っている。小売業界の中でスーパーマーケット業態が特に伸び悩んでいることがわかる。（図1：2018年中国チェーン企業トップ100社の経営状況）

主要スーパーの営業収入を上位から見てみよう。2018年には中国資本の華潤万家が1,012.54億元でトップに立ったが、前年比2.3%減を記録。高鑫零售傘下の康城投資（中国）有限公司（大潤発・RTマート）の売上は959億元で、前年比0.5%とやや増加。アメリカのスーパー大手ウォルマート（沃尔玛（中国）投资有限公司）も804.9億元で、前年比0.3%増とほぼ横ばい。

一方、中国資本の永輝超市股份有限公司は、営業収入705億元で前年比20.35%と大きく成長。フランス系大手カルフルーは299.58億元で、前年比7.67%減。聯華超市股份有限公司

【図1】2018年中国チェーン企業トップ100社の経営状況



出典：中国チェーン経営協会（CCFA）

キャストコンサルティング

コンビニ発展状況は

都市別マーケティングレポート

99



新疆ウイグル自治区の首府ウルムチでも、地場系コンビニチェーンの「八点半」(手前)と「毎日毎夜」(奥)が熾烈な陣地争いを繰り広げている

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>

中国チェーン経営協会が毎年発表している「中国都市部コンビニエンスストア発展指数」の2017年版で、総合指数トップ5都市は長沙、深圳、太原、東莞、成都となった。全国各都市の店舗数は2桁成長をつづけているが、一線級都市のコンビニ市場はほぼ飽和した半面、二線級都市は都市間に依然大きな差がある。一方で省をまたぐ新規出店など新たな動きも生まれているという。

同レポートは各都市のチェーン化したコンビニ店の数と増減、24時間営業の割合、政府・政策面でのサポートなどを総合的に指数化したもの。トップ5都市は飽和度(コンビニ1店舗あたりの人口。少ないほど飽和している)は高くコンビニが行き渡っている半面、東莞を除けば店舗数は2桁成長がつづいており政策

サポートも「良好」、長沙と成都を除けば24時間営業店の割合も4割を超えている。

オムニチャネルとビッグデータを融合した新しい小売流通モデル「ニューリテール」の登場に伴い、コンビニ業界も無人レジや無人店舗など新しいコンセプトや技術を積極的に導入、新たな資本投下も活性化し、

安定的に高い成長を保った。コンビニの新規店舗数が前年比10%増を超えた都市は調査対象都市全体の61.1%を占めた。

飽和度は

一線級都市の飽和度は上海3287人、深圳2228人、広州3076人と軒並み高いが、北京は9620人と、二線級都市の多くを上回る発展空間を残している。同市ではここ2年ほど同市の商務委員会が一連の支援策を打ち出したこともあり経営環境が改善、大手コンビニの参入が相次ぎ、17年は店舗数

店舗数2桁成長 総合首位は長沙

越省出店加速

コンビニチェーン大手はサブライチェーン網が強化され、バックオフィスのシステムや技術も大きく向上、商品開発力も高まった。その結果、コンビニ業界では省をまたいだ新規出店がより顕著になった。

こうした発展トレンドによりコンビニ企業間の競争が激化しており、地域間でのリソース配分の最適化やブランドのアップグレードも加速した。

24時間営業は少数派

24時間営業のコンビニの普及度は地域差が顕著に現れている(表③)。冬に厳しい寒さにさらされる北部よりも南部の都市の方が24時間営業店の数が多いが、全国的には依然としてその割合は高くない。一線級都市でさえ広州(66.7%)、上海(62.4%)、深圳(47.3%)、北京(44.4%)にとどまる。しかし同レポートは、各都市で24時間営業店の数は増加するだろうと予測している。

政策サポートが課題か

今回の統計結果からは、コンビニ業界の経営環境が整っている都市の割合は依然として高いとはいえない現状が見て取れる。調査対象となった都市のうち政策サポートが「良



ウルムチの街角でよく見かける「毎日毎夜」コンビニ店

好」と評価された数は25%に過ぎない。

店舗の家賃や人件費が高騰しつつある一方、コンビニ企業間の競争もより激しさを増している。コンビニ業界はこうした大きなプレッシャーにさらされているが、各市政府の関連政策も業界の発展スピードに追いつけていないのが実状だ。同レポートではその原因を、コンビニ業界に対する政府の注目度が不十分だからと指摘している。



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。

20.7%増と一線級都市間で最大の伸びを記録した。

省都や大連、青島など主要都市を含む二線級都市では、各都市の人口やGDP、気候、生活習慣、消費水準の差が大きいことから、コンビニ市場の発展度合いに都市間で大きな差が見られた(表②)。

表① 店舗増加率

上位1位	西安	25%
上位2位	昆明	23.80%
上位3位	重慶	21.30%
下位3位	フフホト	2.00%
下位2位	ウルムチ	1.70%
下位1位	蘭州	1.00%

表② 飽和度

上位1位	東莞	1012人
上位2位	長沙	1531人
上位3位	太原	2101人
下位3位	済南	1万7036人
下位2位	重慶	2万9738人
下位1位	温州	10万136人

表③ 24時間店比率

上位1位	重慶	82.50%
上位2位	海口	82.40%
上位3位	厦門	78.60%
下位3位	ハルビン	4.70%
下位2位	銀川	2.90%
下位1位	西寧	2.50%

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

今回の巻頭特集では、蘇寧（スニン）を徹底研究しました。日本では家電量販店のラオックスを買収して有名になった蘇寧。中国では紛れもなく家電量販の雄で、かつチェーン企業ランキングでも常にナンバーワンの売上を誇る巨大小売流通企業として、「知らない人はいない」ほどです。

今回特に蘇寧について調査・分析したいと思った一番の理由は「蘇寧小店」です。コンビニと言っているのか、ミニスーパーというべきなのか。上海浦東の自宅近くにも店舗がオープンし、コンビニのような店構えながら、新鮮なフルーツや冷凍の肉、魚などの食材も販売しています。

家電の蘇寧がまさかのコンビニ経営…。振り返ると、蘇寧が初めてスーパー業に参入したのは、2013年に無錫にオープンしたマルエツとの合併店舗なのではないでしょうか。当時、上海の久光や蘇州のイズミヤ、さらにはイオンやマックスバリュなど日系スーパーが各地でオープンし、人気となっていました。家電の売れ行きが頭打ちになりつつあった当時、危機感を抱いた蘇寧にとって、マルエツと一緒にスーパー経営できることはまさに「渡りに船」だったと察します。

その後、各地で蘇寧独自のスーパーを目にしましたが、どこも客の入りはイマイチで、商品の陳列も単に棚に並べているだけの状態でした。「やはり蘇寧にはスーパー経営は難しいか」と思っていた矢先、蘇寧の南京本社から一度来てほしいとの連絡が…。新規店舗の立地選定や商品構成など、マーケティングの提案をしてほしいとのことでした。

我々2人に対して、会議室に20人くらいが集まり、我々の調査手法やポイントを聞いた後、1人の参加者が「それは我々が一番得意としているところだね」と言い、その後連絡は「なしのつぶて」でした。我々の提案からヒントを得たというにはおこがましいですが、いずれにせよ、その後の蘇寧の業容拡大の勢いには目を見張るものがあります。

家電量販からネット通販、モール、スーパー、コンビニへと進出し、最近では“無印良品”風のノンブランド「蘇寧極物」やグローサリant業態の「蘇鮮生」などにも着手。物流でも無人トラックや宅配ロボットなど存在感を示す「リテール王国」蘇寧について解説しています。（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。



蒋 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、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。

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

CHINA MARKET INSIGHT

中国消費洞察

2019年9月号 第67号

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 ●对外投资及び支社 ●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、
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

(加施徳諮詢(上海)有限公司)

〒200120 上海市浦东新区陸家嘴環路1000号 恒生銀行大廈5楼

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

担当窓口: 葉

✉ info@cast-consulting.co.jp