

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10月号 第68号



Yolo 永乐
永乐生活电器

中国李宁

卷頭特集 ★ 中国国産ブーム「国潮」を徹底解剖

国産を好む若者が急増中！

「国潮青年」が生む消費のニュートレンド

トレンドウォッチ ■ オーダースーツアプリ
自宅にいながら各種アパレルをオーダーメイド
オーダースーツも「訪問」採寸+販売の時代に

業界研究 ■ 中国越境 EC 業界
アリババのコアラ買収でどうなる？
中国全土に広がる越境 EC 市場

国潮集市



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

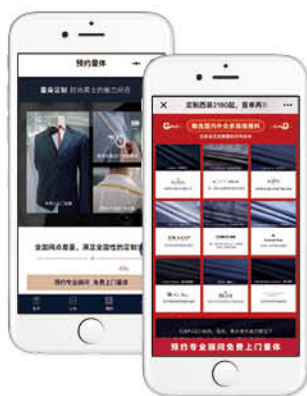


4 中国国産ブーム「国潮」を徹底解剖

国産を好む若者が急増中！

「国潮青年」が生む
消費のニュートレンド

中国で若者を中心に「国産ブランド品（国貨）」を愛用・再評価する「国潮」トレンドがブームに。日本含む海外ブランドはいかに立ち向かう？？



16 ■トレンドウォッチ / オーダースーツアプリ

自宅にしながら各種アパレルをオーダーメイド

オーダースーツも

「訪問」採寸＋販売の時代に

個性を重視する風潮を背景にアパレルの「イージーオーダー」が人気に。それもアプリから注文・採寸まで自宅に居ながら…。そうしたアプリの実態は？？



24 ■業界研究 / 中国越境 EC 業界

アリババのコアラ買収でどうなる？

中国全土に広がる

越境 EC 市場

アリババのネットイースコアラ（網易考拉）買収で注目を集める中国越境 EC。地方都市にも広がりを見せる同業界の「いま」を徹底調査・レポート…。



36 ■マーケティングレポート / ナメケモノたちの家①

スマートスピーカーが
話しかけてきた

「ミャオ、ミャオ、何か御用はありますか？」—我が家のスマートスピーカー「天猫精灵」が、ある日突然話しかけてきた…。

38 編集後記

头条 今日头条
X
创网3

国潮上头条

07.13-07.14 北新桥头条胡同 67号凹凸空间 每日12:00-24:00

北京同仁堂 北新桥南康 东来顺 老舍茶馆 内联保 天华包子铺 瑞成祥 吴裕泰



卷頭特集 ★ 中国国産ブーム「国潮」を徹底解剖



国産を好む若者が急増中！ 「国潮青年」が生む 消費のニュートレンド



近年、中国で「国潮」というトレンドが大きな注目を集めている。さて、この「国潮」とは一体どんなものなのか。

「国潮」とはすなわち、その文言のとおり、「中国＋潮流」の造語だ。当初、中国のデザイナーが立ち上げたストリート系のファッションブランドのことを指していた。その後、中国の伝統的な要素をデザインに含む製品全般に対して用いられるようになり、現在では中国製または中国産、つまり「メイド・イン・チャイナ」の良質なブランド全般を意味し、かつ再評価する風潮を指すようになった。

ファッションからグルメ、コスメ、家電、文創（文化「カルチャー」＋創造「クリエイティブ」の造語）まで、中国ブランドの台頭は各業界の共通したトレンドとなりつつある。1927年設立のスニーカーブランド「回力（Warrior）」が国際的なファッションウィークのランウェイに登場。中国版ミルキー「大白兔」はコスメブランドとのコラボに



「国潮」とは中国製（産）「メイド・イン・チャイナ」を再評価するトレンドのこと

よるリップクリームや香水を発売した。

「非遺（※「非物質文化遺産」の略で無形文化遺産の意）」が人気ワードとなり、伝統的な刺繍を施したパーカーを来た若者を街で目にするようになった。新しい「国産品（※中国語で「国

貨」）の波は想像を遥かに超えた一大ムーブメントとなりつつある。

微信（ウィーチャット）の朋友圈（モーメンツ）で「国潮」関連の投稿を目にする機会も増えている。国産品を買い、国産品を使い、国産品を友人たちに見せびらかすことは、中国の若者の新たなライフスタイルとなった。そんな彼らのことを巷では「国潮青年」と称している。

「中国製」に自信と誇り 中国の伝統や文化も 再評価

「国潮」ブームの背景には、消費者心理の変化と中国製品のクオリティ向上が強く紐付いている。

中国経済の発展により、中国人の民族的な自己肯定感が高まったのは自然な流れといえる。伝統文化に目を向ける若者が増え、西洋文化を盲目的に崇拝する傾向は影を潜めつつある。

ここ数年、「詩詞大会」、「国家宝藏」、「上新了故宫」などの中国文化をテ-



1927年設立のスニーカーブランド「回力（Warrior）」が国際的なファッションウィークのランウェイに登場



国産品を買い、使い、友人たちに見せびらかす「国潮青年」と称される中国の若者

マにしたバラエティ番組が人気を集め、高い視聴率を記録していることも、多くの若者が伝統文化の美德に覚醒するきっかけとなった。

このような社会的背景の下、伝統文化にお金を使いたいと考える消費者が増え、「中国テイスト」の製品が個性を愛する若者に1つのトレンドとして受け入れられるようになっていった。

華為（ファーウェイ）や小米（シャオミ）などの国産スマートフォン（スマホ）が人気を集め、ハイアール、格力（GREE）、創維（Skyworth）、美的（Midea）などの国産家電ブランドも、品質面において外国製品に勝るとも劣らないレベルにまでグレードアップしている。

「中国製造」は、よりハイテク化、スマート化した「中国智造」へと進化を遂げつつある。デザイン性も高く、実用的でコストパフォーマンスの良い国産品の増加により、消費者の国産ブランドへの評価は高まり続けている。



国産品にますます愛着を持つ 「90 後」世代の若者たち

中国のコンサル会社の知萌諮詢が公表した「2019 年中国消費者トレンド」によると、回答者の 78.2% が国産品を頻繁に購入すると回答。44.6% が同じ価格なら国産品を選ぶとしている。更に、国産品はより実用的だと感じる消費者は 68.5% に上り、国産品に文化的バックグラウンドを感じるとした消費者も 42.8% に達した。27.7% の消費者が国産品を高品質だとも感じていた。

オンラインショッピング指南の「返利網」も興味深いデータを公表している。2017 年に EC（電子商取引）サイト上で「国潮」のキーワードが検索された回数は、前年比 78.31% 増。18 年には 156.44% と更に急増したという。19 年 1～7 月期には前年同期比で実に 392.66% 以上の伸びを記録した。

なかでも「95 後（1995 年～99 年生まれ）」世代の消費者に限ると、売上は 2 年で 218.92% の伸びを記録。「95 後」世代がまさに「国潮」トレンドの主演となっている。世代別の売上

を比較しても「95 後」世代は全体の 25.8% を占め、その他の年齢層を大きく上回っている。

一方、「90 後（1990 年～94 年生まれ）」世代も、昨今のこうした新しい国産品ブームの主力消費層で、「95 後」世代とともに「国潮青年」と位置づけられている。中国 EC 大手サイト「唯品会」の統計によると、「90 後」世代の 47.56% が商品を購入する際、国産品か否かを考慮しているという。

ライフスタイルなどコンテンツに重きを置くソーシャル型 EC プラットフォームの「小紅書（RED）」でも、2019 年上半期における国産品に関する記事は前年比 116% 増加したという統計がある。

また 500 万人を超えるユーザーが「国潮」や国産品に関して「种草」（※ネット用語で、文言的には「草を土に植える」の意味だが、それが派生して、好きな物事を誰かに紹介し、好きにさせることの意）したり、討論に参加しているが、そのうち「国潮青年」と称される「90 後」と「95 後」世代の割





中国消費者は同価格帯なら国産品を選ぶ傾向に



中国の若者にとって、国産品はダサイからカッコいいものへと変化

合は全体の 61% にも達しているという。

家電量販大手の蘇寧易购（スニン）も、「90 後」世代は輸入品（中国内で生産されている海外ブランド品含む）よりも国産品を好む傾向が強いことを明らかにしている。新しさやファッション性を追求する若年消費層にとって、国産品は“ダサイ”ものから“カッコいい”ものへと変化を遂げている。

コストパフォーマンスの面からも、国産品は三線・四線級都市や若年消費者層から特に高い人気を集めている。

京東（JD ドットコム）が公表した「2019『新国産品』消費トレンド報告」

によると、2018 年に地方都市の若年消費者が国産品に費やした金額は前年比 79% 増で、注文件数も 67% 増を記録。この数字は都市部を上回ったものうだ。

ここ数年、中国全土に広まる“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）」トレンドの主力層でもあるこうした若者の消費性向の変化も考慮すると、国産品市場は今後も更なる発展の余地を有しているといえる。

李寧と人気ラップ番組が牽引「国潮」ファッションブーム

「国潮」は今やあらゆる消費領域を席卷しているといっても過言ではない。まずは、「国潮」トレンドのきっかけを作ったファッション業界に注目してみよう。

契機となったのは中国のスポーツブランド「リーニン（李寧）」が 2018 年初に米ニューヨークのファッションウィークで大きな注目を集めたことだった。

中国の伝統的な刺繍を用い、中国テイスト溢れる赤と黄色の配色で中国らしさをアピール。世界市場で大きな反響を呼んだ。

これにより、中国の若者のリーニンに対するイメージも劇的に変化。それまでの垢ぬけないイメージを覆し、「国潮」ブランド第 1 号となった。

実は 2012 ～ 14 年に、リーニンは 30 億元近い損失を計上し、1 年で 1,821 店を閉鎖するまでに追い詰められていた。それが今や、若者が崇拝する「国潮」ブランドとして再認識され、人気沸騰。ニューヨークファッションウィークで着用した製品は天猫（T モール）サイトで、なんと 1 分で完売するという人気ぶりだ。



小红书



国風潮，国潮新勢力#

国風水遠是不變的話題，其實每個人理解的國風都會不一樣，是余音繞梁的情

ソーシャル EC「小紅書（RED）」の「国潮」に関する記事



スポーツアパレルの「リーニン（李寧）」がニューヨークのファッションウィークに登場

自宅にしながら各種アパレルをオーダーメイド

オーダースーツも 「訪問」採寸＋販売の時代に

収入や生活水準の上昇に伴い、中国の消費者の嗜好は「ロゴ（ブランド）信仰」を経て、クオリティ重視へと回帰しつつある。なかでも若年消費者は、「個性」を重視する。マイナーなデザイナーズブランドが人気を集め、オーダーメイドブランドも注目を浴びている。

ビジネスマンにとって、身体にぴったり合ったビジネススーツは重要なアイテムだ。しかし、市販のスーツやシャツが体に合わず、袖が長すぎる、緩すぎる、きつ過ぎるといった悩みを抱える消費者も少なくない。見た目を重視する傾向が高まるなか、オーダーメイ

ドが新たなトレンドとなりつつある。

以下では、新たなブルーオーシャンとして注目を集めるアパレルのオーダーメイド業界に焦点をあて、その動向を紹介していこう。

20年に2000億元に成長 中国オーダーメイド市場

中商産業研究院の統計によると、2013年以降、中国アパレル業界におけるオーダーメイド製品市場の年間成長率は22.9%を記録。市場規模は13年の600億元から2017年には1,371億元にまで成長している。光大証券の

予測では、2020年には2,000億元前後に達すると見込まれている。

かつて、オーダーメイドと言えば、ハンドメイドで高級な生地を使用し、価格も高いイメージが強かった。ビジネススーツなら1万元（約15～16万円）以上、高いものだと数万元にもなり、高所得者の特権といっても過言ではなかった。

そうした中、多くの業界でネットを介した業態が続々と登場し、スマートフォン（スマホ）を活用したスマート化も進んだ。また消費者のニーズに応じて生産する「C2M（Customer to Manufacturing）」的な「柔性製造（フ

自宅に居ながらスマホでオーダースーツ仕立て
スマホから注文後に専門スタッフが自宅に訪問して採寸



生地
サンプル
提示



採寸



データ
記録



宅配便で
到着



ビジネススーツ業界でもスマホを介した「イージーオーダー」アプリが相次いで登場

レキシブル・プロダクション)」といった技術革新も進展した。

このような環境の変化を背景に、ビジネススーツ業界でもスマホを介した「イージーオーダー」アプリが相次いで登場。庶民でもオーダーメイド製品を気軽に手に入れられるようになった。

ベンチャー投資も熱視線 「イージーオーダー」アプリ

イージーオーダーとは一般的に、好きな生地を選んだ後、縫製工場が保有する既存の型紙の中から体型に合った型紙を選び、それに合わせて調整寸法やデザイン補正をしていくオーダースーツのこと。テーラーがハンドメイドで作り上げるフルオーダーではなく、「C2M (Customer to Manufacturing)」モデルを採用しているのが特徴といえる。

注文を受けてから、顧客の体型に関するデータを収集した上で、初めて工場生産する。そのため在庫が不要で、

【表1】ベンチャーキャピタルから資本調達した
オーダーメイドブランド

企業名	設立時期	本拠地	融資状況	出資者
衣邦人	2014年	杭州	Bラウンド / 5000 万元	JJ 比賽 (競技創投) / 風和投資
埃沃裁縫	2007年	広州	Bラウンド / 1.5 億元	吳炯 / 北京茂榕投資 / 君聯資本 / IDG 資本
LESS&MORE	2015年	北京	A+ラウンド / 数千万元	紫牛基金 / 紫金匯創投
MatchU	2015年	上海	Bラウンド / 1 億元	順為資本 / 高榕資本
睿玺定制	2015年	上海	A+ラウンド / 6000 万元	元禾原創創投
優定制	2014年	北京	Aラウンド / 数百万米ドル	祥峰投資
T 社定制	2015年	厦門	Aラウンド / 数千万元	两点十分動漫 / 峰瑞資本 / IDG 資本 / 啓誠資本 / 亜太順景
紅領西服	2001年	青島	戰略投資 / 30 億元	復星
定制範	2015年	北京	エンジェル / 500 万元	北軟天使基金 / 英諾天使基金
十分定制	2015年	北京	エンジェル / 240 万元	MOUSQ 天使投資 Club
紳斐西服	2014年	北京	エンジェル / 数百万元	水木清華校友基金
睿制	2012年	上海	エンジェル / 数百万元	創業接力
Tailorx	2014年	上海	エンジェル	有糖資本
良衣	2014年	上海	エンジェル	InnoSpace 創智空間
趣定男装	2017年	上海	エンジェル / 数百万元	真格基金
衣衫合身定制	2017年	深圳	エンジェル / 数百万元	N.A
量品定制	2015年	広州	エンジェル / 数百万元	N.A
得体制	2015年	杭州	エンジェル / 数百万元	墩瀾投資
麦梯定制	2007年	無錫	エンジェル / 数百万元	海豐至誠

出典：公開データより

コスト削減も期待できる。

顧客の体型データは一般に2つの方法で採取される。1つは従来型に近く、採寸スタッフが消費者の自宅（オフィス）まで訪問し、実際に採寸を行う方法。もう1つは人工知能（AI）技術による3D体型データ採取法だ。さらに顧客が自らデータを提供するサービスも登場している。

現在出回っているオーダーメイドアプリでは、比較的標準化された製品を扱うところが多く、製品は男性用のシャツ、スーツ、カジュアルパンツなどがメインだ。一方、レディースやキッズ向けには、このような大規模なオーダーメイドシステムを導入しているケースはまだあまり多くない。

主なオーダーメイドブランドは、衣邦人、良品定制、MatchU 碼上、埃沃裁縫など。ベンチャーキャピタルから資金調達している企業も少なくない。なかでも2014年に運営を開始した衣邦人が、オンラインのオーダーメイド服のトップブランド。19年7月時点ですでに100万人以上の顧客を有している。（表1：ベンチャーキャピタルから資本調達したオーダーメイドブランド）

アリババ、京東（JD ドットコム）、唯品会、網易嚴選などのEC（電子商取引）大手も、このオーダーメイド業界に続々と参入。オンラインのオーダーメイド業は今、各界から熱い視線を集めているのだ。

アリババのコアラ買収でどうなる？ 中国全土に広がる 越境EC市場

ネットイースコアラ（網易考拉）のオフライン体験店（写真：杭州「銀泰 in77」モール）

中国経済の急成長による生活水準の向上、海外への留学や旅行の増加、さらには海外からの文化や流行の流入などに伴い、よりハイクオリティな外国商品を求める消費者が増えている。より良いモノやサービスを欲する「消費昇級（アップグレード）」トレンドも中国全土で広がる中、こうしたニーズを満たすプラットフォームとして、越境 EC（電子商取引）の発展は目覚ましいものがある。海外ブランドにとって、まさに大きなビジネスチャンスが到来している。

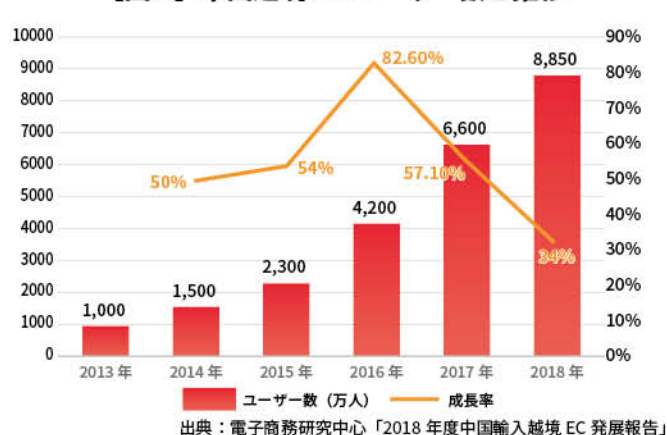
成長続く中国越境 EC 市場

2013 年以降、中国の越境 EC 市場の規模は急拡大を続けて来た。電子商務研究中心が公表した「2018 年度中国輸入越境 EC 発展報告」によると、2018 年に B2B、B2C、C2C、O2O などの形式で行われた越境取引の規模は、前年比 26.7% 増の総額 1 兆 9,000 億元に達したという。越境 EC を頻繁に利用する人の数は、2018 年 12 月末時点で前年比 34% 増の 8,850 万人だった。（図 1：中国輸入越境 EC 取引規模の推移）（図 2：中国越境 EC ユーザー数の推移）

【図 1】中国輸入越境 EC 取引規模の推移



【図 2】中国越境 EC ユーザー数の推移



越境 EC プラットフォームの運営が成熟し、物流や通関の効率が大幅に向上したことにより、配達までの所要時間が大幅に短縮。より気軽に中国に居ながら外国商品を購入できるようになった。

2018 年 10 月に上海で「中国国際輸入博覧会」が開催された。中国政府が輸入拡大に向けて行った国家的行事で、輸入をテーマとする世界初の大型かつ国レベルの展示会だ。関税も複数回にわたって引き下げられ、越境 EC の発展をサポートする政策的な環境改善も進んでいる。こうした外的要因も、中国の越境 EC 業界の発展を大きく後押しした。

税関の統計によると、2019 年の上半期、全国の越境 EC の輸入商品品目数は 2.2 億個に達しているという。貨物価値は全体で 456.5 億元となり、前年比それぞれ 20.9% 増と 24.3% 増の伸びを記録。より多くの消費者が越境



海外通販ユーザー数が伸びている
(@ネトイースコア (網易考拉) のオフライン体験店)

EC で外国商品を購入するようになってきていることがわかる。

中国調査会社の艾媒諮詢 (iiMedia Research) は、「2019 上半期中国越境 EC 市場研究報告」で、中国の海外通販ユーザー規模は 2020 年に 2.11

億人を突破すると試算している。

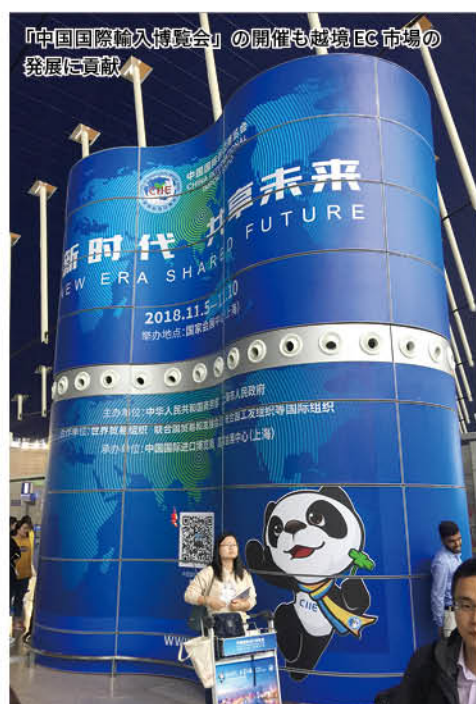
3つの主要モデルとは？

中国の越境 EC プラットフォームには大きく分けて「海外直送」、「セレクトショップ」、「グローバルバイヤー」の 3 つのモデルが存在する。

1) 海外直送型

海外直送は、典型的なプラットフォーム型 B2C モデルだ。プラットフォームは海外の販売者と国内消費者を直接結び付ける役割を果たしている。このモデルは売り手と買い手が大量に存在することを前提とし、プラットフォームへのトラフィックとサービスが運営の鍵となる。

プラットフォームの主な収入源は売り手側の出店料と取引成立時のコミッションだ。サプライヤーは海外の小売事業主で、相応のアフターサービスの



『中国国際輸入博覧会』の開催も越境 EC 市場の発展に貢献



越境 EC を促進するため、物流や通関の効率が大幅に向上された

◀越境 EC の実店舗が多くの都市でオープン

キャストコンサルティング

ナマケモノたちの家①

都市別マーケティングレポート

100



アリババのスマートスピーカー「天猫精霊」

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>

「ミャオ、ミャオ、何か御用はありませんか？」——我が家のスマートスピーカー「天猫精霊」が、ある日突然話しかけてきた。音声会話でスマートホームのコントローラとなるアリババのAI機器だが、本来はこちらから話しかけて初めて電源がONになるところ、自主的にONになるとは……。この機能からはスマートホームや宅配、ペットなどが流行る背景が見えてくる。

利用頻度競争

スマートスピーカーは音声操作対応のAIアシスタント機能を備えたスピーカーで、日本ではAIスピーカーとも呼ばれる。内臓マイクで音声を認識し、Wi-Fi接続によって情報の検索や音楽の再生、家電の操作などができる。2014年の

米アマゾンのAmazon Echoを皮切りにグーグル、アップルなど大手IT企業が市場に参入、17年に世界中でブレイクした。

中国でも市場は急拡大しており、京東、アリババ、小米、百度などが続々と関連製品を発売。17年の年間販売台数は165万台と、16年の6万台から爆発的に拡大

し、米国に次ぐ世界第2位の規模に躍り出た。IT各社が収益度外視の破格の値段で販促したことが要因だが、スマートフォンに次ぐゲートウェイとして、家電のIoTや自動車のコネクテッド化で主導権を握るのが各社の狙いだ。

我が家の「天猫精霊」もその一種で、アリババ杭州の直営モールで衝動買いした。当初は物珍しさから話しかけたり音楽をかけてもらったり、天気を訊いたりしていたが、この手のものの常として、徐々に家族も飽きてきて、話しかけることはほぼ皆無に。

スマートスピーカーが話しかけてきた

突然スイッチが入り、天猫精霊の方から話しかけてきたのは、存在感がめっきり薄くなっていたそんな矢先だった。その後は“ご主人様”から話しかけてもらえるよう、利用法の説明を含めた積極的な会話姿勢に転じて今に至る。

スマートスピーカー市場自体はまだ拡大傾向にあるとの報道がほとんどだが、最近では利用頻度の低下を指摘する記事もある。より多くのユーザーに使ってもらい、そのやり取りから情報を収集、ビッグデータ化してビジネスに活かすことが、そもそもの業界の思惑。スマート

スピーカーが話しかけるようになったのは、各社の主導権争いが利用頻度を競う第2ステージに移ってきた表れともいえる。

が、背景はそれだけではない。

コーヒーも宅配

ここ1年ほど中国消費現場を盛り上げた新星を挙げるなら、「ラッキンコーヒー (Luckin Coffee・瑞幸珈琲)」は間違いなくそのひとつだろう。洗練されたイメージで人気の映画俳優、張震(チャン・チェン)と湯唯(タン・ウェイ)が登場する同社の広告は、オフィスビルやマンションなどのエレベータですっかりおなじみとなり、ハイブランドなイメージを定着させた。

スターバックスとコストコーヒーの覇権に挑む同店の注目に値する特色は、ネットとリアルを融合するオムニチャネル概念の「新小売」をコンセプトにした経営モデルだろう。従来型コーヒーショップがコーヒーを楽しみながらくつろぐ空間を演出しているのに対し、ラッキンコーヒーは持ち帰り宅配に特化したサービスで差別化を進めた。

16年ごろから一気に広まった「餓了麼」や「美团外卖」などフードデリバリーのブームに乗り、18年には急成長するコーヒー市場でもネット出前が本格化したのだ。

コト消費へとシフトする中、くつろぎの空間と時間を買うスタバ・スタイルではなく、モノ消費へと逆戻りするような需要が起きていく背景は何か？

ペット市場の拡大

天猫精霊は放置しておいてもミャオミャオ鳴くだけだが、本物



コーヒーでもネット宅配が本格化(ラッキンコーヒー)

の動物はもちろんお世話が必要だ。中国では近年、ペット市場が急拡大している。ペット犬専門サイト「狗民網」がペット業界などの協力で5万人以上のユーザーから集めたアンケート結果をもとにした「2017年中国ペット協会白書」によると、17年の中国ペット市場は1340億元。2010年から年平均30.9%で成長しており、20年には2000億元に迫ると見込んでいる。

巨大化するペット市場の背景は何か。

3分野の隆盛に共通の要因を掘り下げていく。

(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

編集後記

今号では、巻頭特集に「国潮」ブームを取り上げました。「国潮」とは「中国+潮流」の造語。「国潮青年」と呼ばれる若者を中心に、中国の文化や伝統、老舗、ブランド、製品などに改めて目を向け、再評価し、愛用していこうといったトレンドです。

今回この「国潮」をトピックにしようとした最初のきっかけは「マオタイジェラート」です。上海浦東の世紀大道駅にある「世紀匯広場」モールの地下1階。あの独特の白酒（バイチュウ）の香りがプンプンと広がっているのですが、周りはカフェやベーカリー、小吃の販売カウンターのみ。その一角に「国酒」とも称される茅台酒のボトルが山積みされています。

よく見るとそこはジェラート店で、各種テイストのジェラートを実演販売しています。茅台酒入りのほかにも、中国版“ミルク”ともいえる「大白兔」入りのものも。手渡される際に販売スタッフから「車の運転はだめですよ」と言われながら、口の中に入れると、まさにあの白酒の香りがふわっと広がったかと思うと、ミルクの味わいが覆いかぶさってきます。正直食べる前は怪しんでいたのですが、意外と「イケる！」美味しさでした。

その後、ベルギーの高級チョコレート「ゴディバ」の店舗でも「大白兔」とコラボしたソフトクリームを販売。街中でも「中国李宁」と漢字で表記されたスポーツアパレル「リーニン」のTシャツを来ている若者を頻繁に目にします。バス停やエレベーター広告などからも、天猫や京東など大手ECサイトが「国潮」をテーマにしたキャンペーンをアピールしています。

実際に調べてみると、このブームは昨年ごろから顕著になったもよう。これまで“安かろう悪かろう”や“ダサイ”とされた国産品でしたが、経済が発展し、スマホや家電など世界レベルのトップブランドになった実力を背景に、自信と誇りを持ち始めた現れとも言えるでしょう。回答者の約8割が国産品を頻繁に購入すると回答し、半数が同じ価格なら国産品を選ぶとしたアンケート結果もあります。

こうしたトレンドから注視すべきなのは、「日本ブランドは大丈夫だろうか？」という懸念。高品質で洗練された「ジャパンプレミアム」は不滅だとあぐらをかいていたなら、品質もデザインも企画力も一気にレベルアップさせてきている中国（国産）ブランドに駆逐されてしまうかも…とまとめながら心配になってきました。（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」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、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ります。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10月号 第68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&

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に、
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