



巻頭特集 中国「新消費」調査分析レポート

「90後」世代とデジタル化が“新しい”消費を牽引

中国「新消費」時代と

いかに向き合うべきか!!

Cover Story



14 億人超の人口を抱える中国には、約 4 億人の中所得層が存在すると言われており、その消費力は他のいかなる国家も太刀打ちできないほどの巨大なパワーを誇る。彼らは、中国の持続可能な経済発展を支えるためにも不可欠な存在だ。

2020 年には、消費が中国の GDP に占める割合が 54% に達した。消費は中国経済成長の牽引役を担っている。

なかでも、E コマース（電子商取引）は、中国の消費成長を支える重要な存在といえる。2020 年に、ネットの実物小売総額が中国の社会消費品小売総額（小売全体）に占める割合は 24.9% に達した。内需拡大とともに、中国で「消費昇級」と称される消費アップグレードトレンドにも大きく貢献した。E コマースの急成長は、中国を「新消費」の時代へと導いた最大の原動力といえる。

「新消費」というキーワードは、2015 年 11 月 23 日に中国政府の国務院が公布した「『新小売』の主導的効果を積極発揮し、新たな攻撃力・動力育成を加速することに関する指導意

見」の中で誕生した。この文書では、「従来型消費システムのアップグレードと、新しい消費の振興を主要内容とする『新消費』」という表現で用いられている。

実際のところ、新消費とは、「デジタル技術などの新技術のほか、オンラインとオフラインの融合をはじめとする新たなビジネスモデル、そして SNS（ソーシャルネットワーク）やニューメディアの活用から生まれた新たな消費行為」と定義できる。

5G、IoT（モノのインターネット）、ビッグデータ、人工知能（AI）などの新技術の急発展や普及に伴い、従来型の小売業の変革が加速。供給サイドではオンラインとオフラインの一体化やプラットフォーム化が進み、地域コミュニティ（社区）化、サービスの商品化、マーケティングの社群（ネットコミュニティ）化などがトレンドとなっている。

消費者サイドをみると、1990 年～94 年生まれの「90 後」、95 年～99 年生まれの「95 後」、2000 年以降生まれの「00 後」世代といった若い消費



約 4 億人の中所得層による巨大な消費力

者層が台頭。中国で「圈層」と称される“お仲間”消費やパーソナライズが浸透し、品質重視など新たな消費ニーズが新消費発展の大きな牽引力となっている。

新消費時代の消費トレンドや変化、ニーズをどのように読み取るか？企業は新消費とどのように向き合うべきか？以下では、新消費の特徴や産業面の変化を分析し、注目企業の動向や人気商品のジャンルなどについて考察してみたい。



5G など新技術の普及に伴い、従来型小売業の変革が加速



E コマースが中国の消費成長を支える重要な存在に

消費の主力層として台頭する「90 後」世代

若者が「新消費」発展の牽引役に

中国の消費の中堅層は、「80 後」（1980 年代生まれ）から「90 後」（1990 年～94 年生まれ）や「95 後」（1995 年～99 年生まれ）世代の消費者へと重心をシフトしつつある。この変化は、中国の消費市場にも大きな構造的変革をもたらしている。

中国調査会社の易観分析（Analysis）の「2021 消費品業界大観察」によると、大手 EC プラットフォーム各社で、30 歳以下のユーザーの割合は 51%に達しているという。

京東大数（ビッグデータ）のデータでも、「90 後」世代の消費者は、その数や消費規模、消費の伸びなどの面で、他の世代を上回っている。「90 後」世代はすでに中国消費の絶対的主力層として成長を遂げている。（図 1：2021 年 5 月 総合 EC プラットフォームユーザーの年齢層別シェア）

「90 後」世代の消費観は、生まれ育った環境から大きな影響を受けている。

一人っ子政策世代である彼らは、家庭のリソースを独り占めにし、経済の急成長は、彼らにさらに多くの選択肢を与えてきた。インターネット・ネイティブである彼らは、教養の面でも多様化が進み、中国の国際面での地位向上も、彼らに高い民族的プライドを植え付けた。

このような生育環境で育った「90 後」世代は、自身の価値観を消費に反映させ、人々から共感や支持を得たいと考えている。それまでの世代よりも開放的で理解力に富む彼らは、帰属感を求めると同時に、真実や平等を重視する傾向もある。

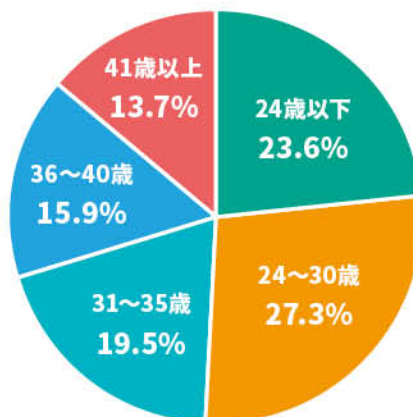
彼らの消費は、「内外兼修」（※見た目も中身も優れていること）や、「悦己者容」（※自身の興味のあることにお金を



若い消費者は見た目も中身も優れていることを重視

かける）、「強調参与」（※ブランドと共に成長する）、「国貨自強」（※中国国産品・ブランドに対するプライド）、「超前消費」（※理性的ローン）などの言葉で特徴づけできる。KOL（キー・オピニオン・リーダー）に惑わされることがないのも特徴だ。

【図1】2021年5月 総合ECプラットフォームユーザーの年齢層別シェア



出典：易観分析「2021消費品業界大観察」



若い消費者層が台頭

中国主要経済メディアの第一財經傘下の新一線都市研究所が、2021年に公表した「上海コーヒー消費指数」によると、現在、上海市内には6,913店のカフェ（コーヒーショップ）が存在。世界で最もカフェの多い都市となっている。この数は広州市の2倍に当たり、北京市のカフェの数も上海の6割程度にとどまっている。

上海の人口1万人当たりのカフェ店舗数は2.85店。ロンドンやニューヨーク、東京などとほぼ肩を並べている。（図1：世界及び中国主要都市のカフェ店舗数）

上海にあるカフェのうち、42.99%はチェーン店だ。そのうち35%は、スターバックスや英系のコストコーヒー（Costa Coffee）といった大手チェーンで、また半数以上が中国で高級・高品質なコーヒーを意味する「精品珈琲」を扱っている。これは、日本ではプレミアムコーヒーやスペシャルティコーヒーと呼ばれ、生豆を選別し、新鮮なローストで正しく抽出されたコーヒーのことだ。

上海市内で最もカフェが集中してい

消費昇級と新小売トレンド下で
カフェ競争が白熱！

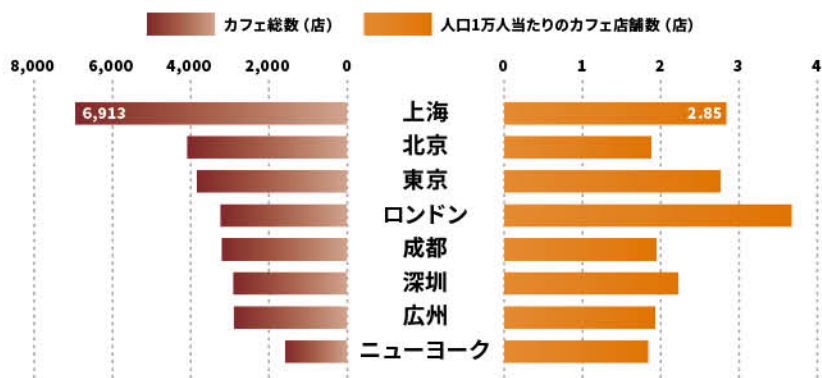
個性と品質重視の
プレミアム
コーヒーが人気に！

Industry Research



上海は世界で最もカフェの多い都市に

【図1】世界及び中国主要都市のカフェ店舗数



出典：第一財經・新一線都市研究所「上海カフェ消費指数」

るのは淮海中路で、約 50 店舗が林立している。次いで多いのが南京西路で 41 店舗。文匯路が 37 店舗で第 3 位を占めている。15 以上のエリアで 100 メートルごとにカフェがあり、なかでも密度が高いのが楓涇路。100 メートル内に 5 店が集中している。

上海のカフェブームの背景には、中国のコーヒー消費量の急増がある。コーヒーブームは一線・二線など各地の主要都市を席卷。地方都市へも拡がりを見せている。

ロンドンにある国際コーヒー機構(ICO)のデータによると、中国のコーヒー消費は現在、毎年 15～20%増のスピードで急成長を続けている。世界平均の 2%と比較すれば、そのすごさがわかるだろう。

中国税関総署のデータによると、2021 年上半期に中国に輸入されたコーヒー豆の総量は、6,177 万キログラムで、前年同期比で 104.3%増だった。輸入総額は 2.38 億米ドルで、同じく前年同期比 76%増となった。

中国の企業情報サイト「企查查」のデータによると、中国のコーヒー関連企業は現在 15 万社を超えているもよう。2021 年の 1 月から 9 月だけでも、1.8 万社が新たに会社登記している。

ベンチャーキャピタルのコーヒー市

場への注目度も高まっている。

2020 年から 2021 年 7 月にかけて、中国ではコーヒー関連で 50 件近く資金調達され、2021 年の 1 月から 7 月だけを見ても、同業界での調達総額は 63 億元に達している。

売り上げの水増しを理由に米ナスダックから上場廃止に追い込まれたラッキンコーヒー(瑞幸咖啡)が 2.5 億米ドルの融資を獲得したほか、新興のプレミアムコーヒーチェーンのマナーコーヒー(Manner Coffee)やエムスタンド(M Stand)、シーソーコーヒー(Seesaw Coffee)のほか、カナダ系のティム・ホートンズ(Tim Hortons)なども多額の融資を獲得。サターンバード(三頓半)、永璞、時萃(SECRE)などのインスタントコーヒーブランドも融資のターゲットとなっている。アリババ傘下の生鮮スーパーの盒馬(フーマー)も、雲南省昆明に「盒馬

咖啡」をオープンさせた。

なかでも注目に値するのは、2015 年設立のマナーコーヒーだ。

当初は上海のわずか 2 平米のコーヒースタンドに過ぎなかったが、2020 年 12 月以降、半年で 4 件ものベンチャー資金を調達。出資者にはフードデリバリー大手の美团(メイトゥアン)のほか、TikTok を運営するバイトダンスも含まれ、現在、企業価値は 28 億米ドルに達している。

開業からわずか 6 年で、200 店近くを出店したマナーコーヒー。上海の若年ホワイトカラー層に最も人気のあるコーヒースタンドの 1 つに成長を遂げ、業界内外で注目の的となっている。

以下では、中国におけるコーヒー市場にスポットライトを当て、その現状や消費昇級(アップグレード)トレンド下における消費者ニーズの変化を分析。さらに、マナーコーヒーに代表される新興のプレミアムコーヒースタンドをいくつか紹介していこう。

