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



### CHINA MARKET INSIGHT



中国ビジネス最前線

12 企業研究 テレビ業界の風雲児 [Lety(楽視)] が大躍進

テレビ"ばらまき"でユーザーを囲む「生態」戦略を具現化

中国統計データ

20 業界研究 2015年の中国外資系スーパー総合評価

三線・四線級都市と新業態が成長トレンド

中国コンビニ最前線レポート

26 小売・流通現場 世界ナンバーワンの密集度でも成長続く

ビニが百貨店の売上に迫る台湾

**日湾コンヒニの**学

中国・街角ウォッチ

28 連載企画 街角で出くわした面白発見&驚き

- 山西省のソウルフード「刀削麺」 にもロボット化の波が…
- 太原、EVとレンタサイクルで"エコ先進都市"へ脱皮か???
- 韓国人俳優の「ソン・ジュンギ」が中国の"時の人"に!!!

都市別マーケティングレポート 武漢 vs 長沙 編 ~その1

30 都市別調査 華中2大経済都市 経済の武漢、消費の長沙

32 編集後記





イト」においてここ数回、「体験型マーケティング」というコンセプトについて取り上げて来た。この「体験型マーケティング」は、この「体験型マーケティング」は、この「体験型マーケティング」は、現在の中国市場を描写する重現在の中国市場を描写する重要なキーワードの1つだ。ネットショッピングの普及により従来型の実店舗は大きな打撃を被ったが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャが、その実店舗がオンラインチャルの構築に努める一方で、自らも確実に変化を遂げつつある。も確実に変化を遂げつつある。おれていた。

う。 さる。アップルの「アップルストできる。アップルの「アップルストできる。体験を通じてることができる。体験を通じてることができる。体験を通じてのまたができる。体験を通じていまる。ア」はその機能や良さを「体験」すれ、その機能や良さを「体験」すれ、その機能や良さを「体験」することができる。

有効な手段といえる。体験型店舗はそれを補う最もなっているためだ。オフラインのなっているためだ。オフラインのなっているがのがでいるが困難にないが、対しているが、対しているが、対しているが、対しているが、

実際のところ、現在の消費開設を予定している。

実際のところ、現在の消費市とこでも購入可能という利便がある。オフラインでは実をに製品を手に取ることができるが、オンラインでは不可能だ。おって、標準化されていないハイエンド商品はオフラインでは不可能だ。るが、オンラインでは不可能だ。るが、オンラインでは不可能だ。なが、オンラインでは不可能だ。とって、標準化されていないハイエンド商品はオフラインに向いている。一方、オンラインには真似が難しとこでも購入可能という利便とこでも購入可能という利便とこでも関係に表示で、標準化されていないのでもといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しといる。一方、オンラインには真似が難しという。

い。よって、標準化された一般商い。よって、標準化された一般商品であれば、どこで購入してもう。このように、両者の良さをうう。このように、両者の良さをうすく融合させた販売手法が昨まく融合させた販売手法が昨今叫ばれている「インターネット!」の時代に求められていると言える。

に関する消費者インタビューを州の4都市で家電製品の購入件で、天津、武漢、成都及び杭外で、天津、武漢、成都及び杭



品との比較を行っていることが に商品を実際に体験する機会 実店舗 のことからも明らかなように、 家電製品でより顕著だった。こ ビ、冷蔵庫、エアコンといった大型 明らかになった。この傾向はテレ 理解を深めたり、更には他社製 演を受けて外観や機能について 確認したり、販売員の説明や実 実店舗に足を運び、実物を目 購入を決定する前にはやはり 入するようになっている一方で、 くの人がオンラインで家電を購 利便性と価格面の理由から多 実施した。その結果によると、 (体験型店舗)は消費者



いくことが期待できる。ンでの売上アップにも結びついてだ。その上で、結果的にオンライだ。その上で、結果的にオンライールが可能

ライン展開に注力してきたが る蘇寧と国美は、これまでオン 国の2大家電量販チェーンであ 舗 に入り、オフラインの体験型 電 トフォン(スマホ)やスマート家 の店舗をオープンした。スマー ずか2年で全国に50 験型実店舗「LePar 超級合伙 いるように、Letv(楽視 'の「小米(シャオミ)」も今年 ((パートナー)」を展開 の全国展開を宣言した。 後述の特集記事でも触 0 Ĺ )も体 れ 中 店 強 わ 7





### 〇2〇路線の更なる強化を目 〇2〇路線の更なる強化を目 のスマホブランドも相次いで体 大スン等の大型家電ブランドや、 ムスン等の大型家電ブランドや、 かとのスマホブランドも相次いで体 がとのような〇2〇戦略を採 がどのような〇2〇戦略を採 用し、体験型害舗の配置や経 用し、体験型害店舗の配置や経

### ブランド体験ゾーンを設置~家電よーカーと提携して家電量販店「国美」

いて、オンラインで販売された ト 商 テレビは60・2万台、前年比 た「618」の大型セールにお る。統計によると、先日行われ 電量販 ようになり、消費者の足は家 日)」、「520(5月20日 103%増加した。 大型セールイベントを開催する 618(6月18日)」といった 11月11日)」、「双12(12月12 家電館」を開設、更に「双11 天 店がサイト内に独立 猫や京東など各大型 店から益々遠のいてい 一した エネッ

スペースの開設に着手している。 メインの手法を改め、メーカーと 舗において従来の販売スペース を例にとると、すでに多くの店 量販チェーンの1つである 国美 れている。国内最大規模の家電 おける体験型経営にも力を入 はネット商店の台頭に対抗 共同で体験型店舗や大型体験 してきたが、二方で従来の店舗に く、オンラインでの販売を強 キッチン家電ブランド「方太 国内の各大型家電量 販店 がすべ 化

(FOTILE) 」との提携を例に



対する理解を深め、また好きにとると、寧波と成都に相次いではない。来店者にブランドとではない。来店者にブランドとではない。来店者にブランドとの販売にのみ注力しているわけの販売にのみ注力しているからではない。来店者にブランド劇品を紹介し、ブランド自体に高品を紹介し、ブランド自体に高品を紹介し、ブランドはいでとると、寧波と成都に相次いでとると、寧波と成都に相次いで

備えている。 備えている。また、料理クラ を人と連れ立って参加すること なが開催され、消費者は家族や なってもらうことをその大きな なってもらうことをその大きな

と劇場 を 主 P 16 V 戦 を販売する台湾HTC社 てVRデバイス「HTC 体験館も面白い。国美は前後 暴風魔鏡」の暴風影音社と 一要都 C端末上のVR体験ゾーン オープンした。エリア内部 年5月時点で約350ヶ所 R 略的提 VR(バーチャルリアリティ 体験エリア」を開設 型のVR体験館に 市の旗艦店に「モバイ 携関係を結び、全 Vive 16 分か 玉 年 Þ ル

している。 
で、消費者の実店舗回帰を目指で、消費者の実店舗回帰を目指すの設置を通し、実店舗におけアの設置を通し、実店舗におけれている。国美はVR体験エリ

### ~020体験機会の提供蘇寧易購雲店」

ショップ「蘇寧易購」とオフライ る蘇 ŋ ンの実店舗の結びつき強化に取 に力を注いでいる。オンライン 2015年4月、新しい体験型 組み、 寧もここ数年〇 電 量 幾度かの変遷を経て 販 店 の最 大手 2 O で 戦 略 あ

のだといっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

「は、おいっていい。

で全方位的なO2O体験が 可能となっている。 で全方位的なO2O体験が 可能となっている。

、出店も全国の一線級都市かスタートから1年が経過し能となっている。

国美は台湾出て社と提携、全国体験館を350ヶ所オープン



チャルリアリティ

全国连锁:40

### テレビ〜ばらまき〜でユーザーを囲む 「生態」戦略を具現化

祖生亦作的符

13906526572

超級動画会員費1470元)が手 視」(機体価格1699元+3年 3169元相当の「楽視超級 ×3 = 1470元)になると合計 の「超級影視(動画)会員」(490 ウェア製品を無料でもらえるとい おいて驚くべき販促キャンペーンが 電視(テレビ)」を例にとると、3年 うものだ。Letvが発売した「超級 だけで、入会料とほぼ同額のハード 実施、消費者はLetvの会員になる ドウェア無料の大型キャンペーンを 展開された。「Letv(楽視)」がハー 今年4月14日、中国家電業界に

売上は23・6億元を突破、うち会 を記録した。「414ハードウェア 員費だけで20・2億元に達した。ス 無料デー」と称されたこの日の総 ンの結果、Letvは前代未聞の売上 このお買い得感満点のキャンペー に入る。



展開する路面店「LePar体験店」、2年足らすで5000店超に

数も8・2万台に達した。 た。スマートフォン(スマホ)の販売台どの販売台数は54・9万台を超えどの販売台数は54・9万台を超え

今回のキャンペーンにより、Letv 中国のカラーテレビ市場のトッは中国のカラーテレビ市場のトッサーチ会社「奥維雲網」が公布した2016年4月のテレビ売上た2016年4月のテレビ売上を報、及び市場リサーチ会社「中陸康」の「2016年4月中国カラーテレビ市場ブランドシェア率」 報告によると、Letvの「超級電視」の4月の売上は71万台、中国のテレビ売上全体の19%を占めた。全レビ売上全体の19%を占めた。全ての販売チャネルの合計売上でトップに立ち、「月間売上ナンバーワン」、「4月期中国カラーテレビブラン



ド市場シェア1位」を獲得した。

「超級電視」は2013年7「超級電視」は2013年7月3日に発売され、14年の売上は月3日に発売され、14年の売上は元台だという。中国のテレビ業界方台だという。中国のテレビ業界を体が不況にあえぐ中、Letvは3年に満たない短期間で目を見張る年に満たない短期間で目を見張る群進を遂げ、家電業界全体を揺るがした。

またLetvはスマホ、自動車、自転車、スマートヘルメット等、インター車、スマートヘルメット等、インター車、スマートのののでもスマホの勢も扱っている。なかでもスマホの勢も扱っている。なかでもスマホの勢いはテレビに勝るとも劣らない。で販売台数はすでに1千万台をで販売台数はすでに1千万台を突破、携帯電話の新ブランドとしては最短時間で1000万台突では最短時間で1000万台突では最短時間で1000万台突



### 既存市場への挑戦超低価格+「楽視生態」による

Letvはインターネットテレビ、スマホ、コンセプトカー等 を扱っているが、これらは全て のEMによるものだ。テレビは 富士康(Foxconn)、スマホは和碩 (Pegatron)、自動車は英国アストンマーチン社に生産を委託してトンマーチン社に生産を委託している。本来Letvはインターネット企業であり、メーカーではない。 た業であり、メーカーではない。 において、新しい超低価格戦略でにおいて、新しい超低価格戦略でにおいて、新しい超低価格戦略で

Letyは動画配信サイトが2 スマートヘルメットなど、ハ

の低価格戦略を貫いている。 2013年7月に「超級電視」 2013年7月に「超級電視」 2013年7月に「超級電視」 2013年7月に「超級電視」 2013年7月に「超級電視」

視生態」と呼んでいる。 サービスと会員費で稼ぐ」のがそのウェアでは利益を出さず、その後のウェアでは利益を出さず、その後のけらいると会員費で稼ぐ」のがその採用しているわけではない。「ハード採用しているわけではない。

急増して調整期に突入

# 都市と新業態が成長トレンド

期に入っているのだ。 2012年以降閉店が急増、調整 大きな岐路に立たされている。ネッ らここ数年、その外資系スーパーが 基準にすらされていた。しかしなが 状況を示す重要な指標の1つだっ 動向は、これまで都市の経済発展の 資系スーパー大手の中国での出 トショッピングによる打撃を受け た。小売業界では投資の際の判断 ウォルマートやカルフールなど外

Carrefour

2 0 庭が大型ショッピングセンターを利 パニーとマーケティングリサーチの 用した回数は前年比で5%減少、 指数統計によると、14年、中国の家 カンター社が共同で行った消費者 ターネット消費者群のうち、実体店 た。マッキンゼーのデータによると 1回の購入件数でも昨年を下回で 戦略コンサルのベイン・アンド・カン 15年における中国のイン

国美电器

は31店、 客減は深刻だ。

スーパーに足を運ばなくなった若者が急増 スーパーの顧客減は深刻に



ばなくなり、実店舗型スーパーの顧 留まった。若者はスーパーに足を運 でも買物をした人の割合は16%に

ンが26店舗を閉店、更に13年に 年には外資系の大手スーパーチェー 不完全な統計ながら、2012 14年には上半期だけで

(2261088 28

EV

银行 SPD BANK

カンター社の消費者指数報告にカンター社の消費者指数報告におると、2015年の中国の主要 6%で、依然として小売市場での主 等的地位を占めている。続いて、15年の各外資系スーパーの出店・閉店 動向やその経営状況から、中国に おける今後の潜在市場がどこにあるのかを読み解いてみよう。

1)出店数はウォルマートがリード、次いで大潤発、出店先は華東地区

ウォルマートが14店、カルフールが

4

118店が閉店している。うち、

店、TESCOが6店だった。

2015年12月31日 2015年12月31日 な外資系スーパーの出店 な外資系スーパーの出店 数は以下のとおり。ウォ ルマート433店、大潤 ルマート433店、大潤 た、カルフール235 店、カルフール235 店、カルフール235 店、カルフール235 店、カルフール235 店、ロッテマート100 店、ロッテマート100 店、ロッテマート100 店、ロッテマート100 店、ロッテマート100 店、ロッテマート100 店、出店 私UCHON 74店。出店 AUCHON 74店。出店

### ◆表一: 2015年 中国における主要外資系スーパー出店数

	ウォルマート	RT-MART	カルフール	ロッテマート	LOTUS	METRO	AUCHON
総出店数	433	335	235	100	82	82	74
華北総数	30	39	41	14	9	10	7
北京	12	1	20	7	7	3	5
天津	2	2	5	2	0	1	0
河北	8	3	8	3	0	0	0
内モンゴル	3	1	2	0	0	0	0
山西	5	1	2	0	0	0	0
山東	8	31	4	2	2	6	2
東北総数	34	34	27	11	0	5	2
遼寧	19	15	19	5	0	3	2
吉林	7	7	0	3	0	1	0
黒龍江	8	12	8	3	0	1	0
華東総数	148	150	74	70	31	34	51
上海	19	17	36	2	22	7	10
安徽	14	27	14	8	1	2	5
浙江	35	29	4	4	1	7	12
江蘇	25	77	20	56	7	18	24
華中総数	44	29	21	0	5	11	4
湖北	24	9	10	0	2	4	2
湖南	13	8	4	0	1	3	0
河南	7	5	5	0	2	1	0
江西	15	7	2	0	0	3	2
華南総数	92	62	28	0	30	14	5
広東	85	37	20	0	30	10	4
広西	7	7	0	0	0	0	0
福建	32	14	5	0	0	4	1
海南	0	4	3	0	0	0	0
西南総数	79	17	40	5	4	5	5
重慶	12	1	7	3	4	2	0
四川	35	8	21	2	0	2	5
雲南	23	3	11	0	0	1	0
貴州	9	5	1	0	0	0	0
チベット	0	0	0	0	0	0	0
西北総数	6	4	4	0	3	3	0
陝西	6	2	0	0	3	2	0
甘肅	0	1	0	0	0	0	0
青海	0	1	0	0	0	0	0
新疆	0	0	4	0	0	0	0
寧夏	0	0	0	0	0	1	0

# 台湾コンビニの今密集度でも成長続く世界ナンバーワンの

コンビニが百貨店の売上に迫る台湾

2016年2月7日。台湾:台北市の街角では、多くのレストランや店がシャッターを下ろし、市民や車の店がシャッターを下ろし、市民や車の店がシャッターを発見している百貨店も夕り、大晦日)」。春節(旧正月)を迎えり(大晦日)」。春節(旧正月)を迎える前夜の光景だ。ただ、この中でもる前夜の光景だ。ただ、この中でもる前夜の光景だ。ただ、この中でもるがなっていた。

節の雰囲気が薄らいだと言う台北方店を超えた。人口が約2300万店を超えた。人口が約2300万店を超えた。人口が約2300万店を超えた。人口が約2300万店を超えた。人口が約2300万店を超えた。人口が約230万店を超えた。人口が約230万店を超えた。人口が約230万店を超えた。人口が約230万店を超えた。

7. Always OPEN

在住の李楓さん(66才)。お正月気を住の李楓さん(66才)。お正月気が盛り上がらない一番の理由は「コンビニがいつも開いているから」とさえ言う。食材や飲料など昔のようにえ言う。

5割だ。即席麺や飲料など地場系コンビニの主なブランドは4つ。最コンビニの主なブランドは4つ。最コンビニの主なブランドは4つ。最



ンビニ店に高く積み 上げられたギフトは台湾春節の周物詩

山西省のソウルフード 化の波が… 一刀削麺」にもロボット

削麺」だろう。 史ある都市だ。麺食文化の < 秋 土に知れ渡っているのが「刀 料理がある中、最も中国全 メッカとして数々の有名な して度々登場してきた歴 所に刀削麺の看板を掲 から中国の歴史舞台 . 戦国や三国時代など古 太原だけでなく省内至 山西省の省都・太原。春

や椎茸などを煮込んだあ スにしたものから、トマト スープも羊肉や豚肉をベー ど、当地のソウルフードだ。 げるお店や屋台があるな る

> シがお店ごとに異な どに違いがあり、そ 楽しめる。 り、飽きることなく よって、長さや太さな んかけ風のものまで 分、麺の固さやコ 麺も削り方に

のぼる。漢民族によ だ元朝初期までさか ル民族の支配が及ん その由来は、モンゴ

りに行ったところ他の家庭に使わ る造反を恐れた当時の王朝 道端に落ちていた薄い鉄片を見つ ない。途方に暮れながら帰り際に れており、いつ戻ってくるかわから る老人が麺を作ろうと包丁を取 せるという政策をとっていた。あ は、一つの包丁を10世帯に共有さ 政 府

職人が削る刀削麺はパフォーマンス的にも残って欲しいが…

釜の 子を身に付けた で削りながら麺を茹でるパフォー う。そうした中、 いつい足を止めて見学してしま マンスもあり、道行く観光客もつ たところうまくいった…とのこと。 け、これで麺が切れないかと試し お店の前では、職人が大きな 前で麺生地の塊を手に鉄片 白い調理服と帽

な太さの麺を削 綿生地から均 ており、見事に く仕組みになっ ý取っている。 等

る姿も。

鉄片を

持つ腕のみが動

ながら、麺を削

ン」と音を出し

チャン、ガッチャ

ロボットが「ガッ

刀削麺もロボットの時代に????

さすがに思い浮かばなかっただろ 明した老人も、まさかこの光景を 美味しいと思ったのは私だけだろ う人の手による 「刀削麺」の方が が、微妙に一本一本長さや太さの違 わないのか…。 真相はわからない 商 .売繁盛で人間の手では間に合 人件費高騰のあおりなの 元朝初期に刀削麺を発 か、

山西省のソウルフード「刀削麺」

### \*エコ先進都市、へ脱皮か?? 太原、EVとレンタサイクルで

ル(自転車)が大量に並べられてお り、実際に利用する市民の姿も多 地元政府が運営するレンタサイク も地場メーカーのBYD社製EV 見渡すと、走っているタクシーがどれ 味で拍子抜けしながらも、街中を 夕焼けの空が広がっていた。いい意 てみると、夕方には透き通るような 恐々としていたが、いざ現地に赴 はどれほど空気が悪いのかと戦々 でも大気汚染が深刻なイメージの された。そうした背景もあり、中国 る大気汚染が問題視されるように た。一方で、蔓延するPM2・5によ 中を闊歩するほど地場消費が潤つ の急成長期には、、石炭成金、が街 で、資源需要が旺盛だった中国経済 ある山西省。その省都である太原 なり、その元凶として石炭が追及 (電気自動車)だ。また歩道には 山西省・太原。石炭の産出が有名







いるようにも見えた。 としての脱皮を町全体で推進して のような太原だが、、エコ先進都市 く目にした。大気汚染都市の象徴

### が中国の、時の人、に!!

えた 話の視聴アクセスが26・8億回を超 率が韓国で38・8%に、また中国で に、時の人、になった。最終回の視聴 でもネットで動画配信され、瞬く間 も動画配信サイトの「愛奇芸」で全 に韓国で放映されると同時に中国 裔」によるものだ。2016年2月 ている理由は、韓国ドラマ「太陽の末

もない。改めて中国芸能界の流行り 所で見かけたものだが、今や見る影 役だったキム・スヒョンも当時は至る 廃りの激しさに愕然としてしまう。 国ドラマ「星から来たあなた」の主 14年に中国で大ブームとなった韓

予想に反して透き通るような太原の夕空

### 韓国人俳優の「ソン・ジュンギ」

FAIRWHALE Jeans)など枚挙に れる雰囲気で人気を集め、多く だ。端正なルックスと清潔感あふ 暇がないほどで、多くの店先に等身 MARK & FAIRWHALE傘下の カジュアルアパレルのfj(馬克華菲 に採用している。化粧品の珀菜雅 の企業がイメージキャラクター 顔が韓国人俳優の「ソン・ジュンギ 大の立ち看板が置かれている。 (PROYA)、食品の台湾系統一、 最近、中国の街中でよく見る

彼が中国で爆発的な人気となっ







"時の人"「ソン・ジュンギ」の人気はいつまで続く???



# 経済の武漢、消費の長沙華中2大経済都市

武 漢 の14年GDPは1兆69億元で、華中地区でトップだった。15の副省級都市の中では第3位。全国では上海、北京、広州、深圳、天津、重慶、蘇州に次ぐ規模を誇る。第一次産業は約4786億元、第三次産業は約4934億元で、第三次産業が占める比率は49%に上っている。

武漢は重要な工業基地のひとつで、生産値順では、自動車および部品が約2346億元、電子・ITが約1713億元、設備製造が約1676億元、食品・たばこが約1351億元、

エネルギー・環境保護が約1005億とトップ5を占める。中西部の金融センターでもあり、金融機関19社が拠点を、33社がサービス拠点を設けている。銀行の密集度は全国第5位。みずほ銀行や東京三菱UFJ銀行も進出している。

14年の1人当たり可処分所得は 前年比10.1%増の2万9627元、 都市部は同9.9%増の3万3270 元。1人当たり平均支出額は2万 2002元で同10.4%増だった。自 動車保有台数は100戸当たり25.1 台、PCは111.1台、エアコンは 203.8台、携帯電話は230.5台。 社会消費財小売総額は約4369億 元で同12.7%増だった。これは、 北京、上海、広州、重慶、深圳、 天津に次いで全国第7位の規模だ。

一方、長沙のGDPは前年比10.5%増の約7825億元だった。華中地区では武漢に次いで第2位、全国では第15位。第一次産業は約318億元、第二次産業は約4246億元、第三次産業は約3261億元で、産業機械、新材料、食品、電子・ITの4大産業がけん引している。代表的な企業には三一重工、中聯重科などが挙げられる。

14年の都市部1人当たり可処分 所得は3万6826元で前年比9.4% 増、都市部1人当たり平均支出額 は2万6779元で同19.8%増。分 野別では、食品・たばこが7082元 で同7.5%増、衣類が1915元で同 6.2%増、居住関係が5749元で同 6.2%増、日常用品およびサービス が1471元で同6%増、医療保健が 1610元で同28.3%増、交通・通 信が4596元で同53.7%増だ。都 市部住民の14年末時点での100 戸当たり自動車保有台数は45.4



消費旺盛な長沙の中核商圏、黄興路歩行街の 歩道橋

台、PCは83.8台。14年の社会消費財小売総額は3162.07億元で同12.9%増となっている。

GDPでは武漢が上回るが、1人当たり可処分所得と消費支出額では長沙が上回っている。収入に占める消費支出額は72.7%で、武漢を6.6ポイント、鄭州を3.5ポイント、南昌を5.2ポイント上回り、「宵越しの銭は持たぬ」的に消費する傾向にある。



**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。

### 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 上海証券大厦北塔1404室
- **雷** 021-6321-3000
- www.cast-marketing.com/
- service@cast-marketing.com

## 11別マーケティングレポーシ

都



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

中国の内陸市場が「熱い」と言われて久しい。前回は重慶と成都を紹介したが、潜在力を秘めた都市はほかにも数多く存在する。今回はイオンが進出する武漢、平和堂が大きな存在感を誇る長沙にスポットを当て、その魅力と日系企業のビジネスチャンスの糸口を探る。

### 学問栄える数千年の古都

武漢は湖北省の省都で、長江およびその最大の支流である漢水が市の中央を流れ、武昌、漢口、漢陽の3つの地域(武漢三鎮)からなる。縦横無尽に河川が流れ、その間には166の湖があり、水域面積は市全体の4分の1を占める。3500年の歴史を持つ古都で、科学教育の

重点地域でもあり、14年時点で高 等教育施設が98カ所ある。これは 北京に次いで中国第2位の規模だ。 教育部直属の全国重点大学の数も 中国第3位で、大学生および研究 生の総数は107万人超と全国トッ プである。華中地区で経済が最も 発展し、1000万超の人口を抱える。

一方、長沙は湖南省の省都で、 約2400年前の春秋戦国時代に楚 が建設した都市である。宋の時代に設立された岳麓書院は中国四大書院(現在の大学に相当)のひとつ。長沙が文化と教育に力を入れていた時代にできたものである。明および清の時代は中国四大米市のひとつで、豊かな都市だった。華中地区における経済的実力は武漢に次ぐ。典型的な娯楽都市として、足つぼマッサージ、レストランやバーなどのナイトスポットが多くあり、消費意欲が旺盛である。

### GDP華中トップ武漢、 「宵越しの金持たぬ」長沙

### 編集後記

今回の巻頭特集では「体験館」を取り扱いました。"体験"といってもスキューバーダイビングや山登りなどアウトドアやスポーツではありません。あくまでも展示された商品を見て触り試用できる場で、テレビやスマートフォン(スマホ)などのIT系から、エアコンや冷蔵庫など白物家電に至る「ブランド体験館」のことです。

春先に、家電系のクライアントから、中国での販売をいかに伸ばすかについての依頼を受けました。その一環で、天津、杭州、武漢、成都での消費者インタビューを通じて、現地の消費者がどこで何を購入しているのか、どのような商品を求めているのかなどの調査を実施しました。

当初の予想通り、小物を中心にネットでの購入が増えつつあることが明らかになりました。しかし意外だったのが、テレビなどの大型商品に関しては、実店舗に足を運んで販売スタッフからの説明を参考に複数のブランドを比較検討するという声が多かったこと。特にそこで多くの参加者から聞かれた声は、量販店よりは各ブランドが運営する「体験館」の方がいいということです。

早速、杭州でネットテレビのLetv (楽視)の体験館を目にし、覗いてみました。一見、無造作に置かれたテレビの数々でしたが、丁寧で熱心なスタッフからの説明とともに、実際に画質や音質を体験。正直、画質の品質やレベルの違いはほとんど分かりませんでしたが、それほど執拗に売りつけようとしない居心地のいい雰囲気や、家族経営が垣間見えるオーナーの対応などから、「ここで買ってもいいかな?」という気持ちにさせられるから不思議です。

子供の頃、「松下電器」や「サンヨー」などの看板を掲げる個人経営の家電ショップが実家の近所に数多くあったことを覚えています。家中の家電製品のほとんどをそのお店で揃えていましたが、その後、値段やアフターサービスの充実度から量販店へと徐々にシフトしていきました。今はそこにネット通販という強力な販売チャネルが浮上してきているわけですが、日本ではまだ量販店が主流でしょう。

一方、中国では量販店からスタートし、ネット通販へと一部シフトしていく中、日本とは逆に「体験館=近所のショップ」へと回帰しているのかもしれません。もしくは、量販店やネットでは味わえない地域に密着した店員との交流や体験などを求める新たな消費行動の現れなのかもしれません。体験館への流れが、日本的には「回帰」かもしれませんが、もしかしたら体験をキーワードに020を巧みに取り込んだ小売流通モデルとして、世界の先を行くトレンドなのかもしれないとも考えています。(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。



**蒋佳玲** 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 2016 JUNE (vol.35) 2016年6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

© 2016 CAST Consulting Co., Ltd. All Rights Reserved

キャスト中国市場調査サービスのご案内

### かすべてです! 市場攻略は

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 なければならなくなっています。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か?

それは「「「まます」」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。

### 調查業務内容

### 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
- 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
- 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
- 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
- 融 損保会社 火災保険に関する競合社ヒアリング調査
- 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
- 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
- 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
- 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 脈・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

- 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
- 流 物流会社 中国法人の個人株主に関する素行調査
- 版 雜誌出版社 提携会社財務実態調査
- 融 消費者金融ローン会社 買収対象会社の投資状況調査

### 消費者調查

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
- 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/

CHINA MARKET INSIGHT

### 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・・・

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」
- <mark>・各都市の80后・90后の家庭を訪問調査し</mark>消費動向を見据える「消費<mark>者</mark>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 l
- ・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「カルフール」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!!

### 会員企業様

花王、三井倉庫、日清食品、ファンケル、三井製糖、プラス等 (順不同)多くの企業様にご利用いただいております。

