

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

中国アウトレット業界徹底研究

中国消費現場の新たな潮流として全土に急拡大

注目商業施設

異国情緒あふれるアウトレットの“新騎手” 「天津佛羅倫薩小鎮(フィオレンティア・ヴィレッジ)」

中国アウトレット業界の新トレンドを牽引

トレンドウォッチ

健康とエコにも優しいシェア自転車 「モーバイク(摩拜單車)」

中国シェアリング・エコノミーの新星誕生

中国コンビニ最前線レポート

多種多様なサービスとデリカ類の充実により 成長著しい「快客」

「西湖」で有名な浙江省・杭州のコンビニ事情

都市別マーケティングレポート 武漢 vs 長沙 編 ~ファイナル
日系ブランド:武漢のイオン、長沙の平和堂

CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

中国アウトレット業界 徹底研究

中国消費現場の新たな潮流として全土に急拡大

注目商業施設を徹底研究

17

小売・流通現場

異国情緒あふれるアウトレットの“新騎手” 「天津佛羅倫薩小鎮(フィオレンティア・ヴィレッジ)」

中国アウトレット業界の新トレンドを牽引

20

トレンドウォッチ

次の人気商品やサービスを先読み

健康とエコにも優しいシェア自転車 「モーターバイク(摩拜單車)」

中国シェアリング・エコノミーの新星誕生

28

小売・流通現場

中国コンビニ最前線レポート

多種多様なサービスとデリカ類の充実により 成長著しい「快客」

「西湖」で有名な浙江省・杭州のコンビニ事情

30

都市別調査

都市別マーケティングレポート 武漢 vs 長沙 編 ～フィナーレ

日系ブランド:武漢のイオン、長沙の平和堂

32

編集後記

巻頭特集

中国アウトレット業界 徹底研究

中国消費現場の新たな潮流として全土に急拡大



ここ数年、中国各地にアウトレットモール（中国語では「奥特莱斯」と呼称）が、雨後のたけのこのごとくオープンし、ショッピングモールに続く人気の小売業態となりつつある。数年前に、筆者が各地のアウトレット取材したときには、どこも客足が悪く、寒々とした印象で、業績も芳しくなかった。ところが2015年に入り、アウトレットは新規オープンプロジェクト数、それから成功率、また業界全体の売上や成長速度の面で、大幅な上昇傾向を示し始めた。

15年の中国アウトレットモールの売上は全体で約700億人民元。そのうち、年間売上が8億元を超えたモールは17件で、その営業額は計350億元に達した。アウトレットという業態が中国消費者に徐々に認識され、また受け入れられつつあるなか、同市場はついに爆発的成長期を迎えたといつてよいだろう。



2015年の中国アウトレットの売上は全体で約700億人民元、爆発的成長期を迎えた



アウトレットモールの開店数が 年々増加

中国百貨商業協会が公表した「2015年中国百貨業界発展報告」によると、全国150にのぼる百貨店チェーン企業が2011～15年の5年間で、各年10、15、22、40、100の店舗を閉鎖した。このような百貨店業界の閉店トレンドが続くなか、アウトレットモール業界では逆に1件、また1件と新店舗がオープンしている。

不完全な統計ながら、15年に全国で開業したアウトレットモールの数は30に達し、過去に比べて明らか



旺盛な「モノ」消費の舞台は百貨店からアウトレットへとシフトする中国
(写真:週末には北京や天津から多くの買い物客が集まる「天津佛罗伦萨小镇(フィレンティア・ヴィレッジ)」)

な増加傾向にある。なかでも大型のアウトレットチェーンのシェアが大幅に増加している。代表的なものとしては、南京湯山百聯奥特莱斯、南京湯東郊奥特莱斯、蘇州昆山首創奥特莱斯、南京砂之船奥特莱斯、太原王府井奥特莱斯などがある。

2016年もこの傾向は継続し、11月9日までの時点において、全国で23の大・中型アウトレットモールがオープンした。常州月星環球港、杭州銀泰下沙奥特莱斯、合肥砂之船、台湾林口三井奥莱、鄭州杉杉奥特莱斯廣場、武漢緑地城欧鎮奥特莱斯、北京昌平樂多港假

日広場奥特莱斯、成都優客城市廣場、長沙時代奥特莱斯、上海奔欧莱奥特莱斯などで、総建築面積は314.1万㎡超(駐車場を含む)に達している。

年内にはさらに19のアウトレットモールがオープンする予定で、商業面積215万㎡の増加が見込まれている。例えば、国内外の一流ブランド500社を集めた昆明砂之船芸術商業廣場、石家莊北国集團傘下で初のアウトレットテーマパークである北国奥特莱斯、銀泰グループ初の大規模アウトレットである温州銀泰大西門、寧夏初のアウトレットモールとなる銀河建發大閱城王府井賽特奥莱、さらには韓国系の衣恋(E-Land)集団が打ち出す4つの都市・都市 優客廣場などだ。

さらに、2017年にも、全国で



2016年に上海迪士尼リゾート内にオープンした上海奔欧莱奥特莱斯



韓国衣恋集団(E-Land)傘下の城市優客広場は2015年から急成長

37のアウトレットがオープンする予定で、商業面積は681・43万㎡の増加となる。なかでも最も勢いがあるのは中国国内でアウトレットを専門に展開する首創集団だ。武漢、鄭州、長沙、杭州、西安、南昌、寧波の7つのプロジェクトの開業を控えている。また、アウトレットの「大御所」である百聯と砂之船もそれぞれ3つのプロジェクトの完成を待っている。

17のアウトレットモールが全体の業績の過半数を独占

業界内の統計によると、15年に8億元以上の業績を上げたアウトレットは全国に17箇所。この17という数字は、全国の各種アウトレットモール総数のわずか10%にも満たないが、その市場シェアは50%超で、業績の二極化が進んでいるといえ

る。中国の三大アウトレットである上海百聯奥特莱斯、香港東荟城名店倉、北京燕莎奥特莱斯はいずれも開業から10年が経過した老舗で、15年の業績は40億元を超える。アウトレットモールの成功には一定の「市場育成」のための期間が必要だということだろう。

2011年に開業した新興アウトレットの筆頭格である天津佛罗伦萨小鎮(フィオレンティニア・ヴィレッジ)の年間の業績も、15年に初めて30億元を超えた。成都時代奥特莱斯、重慶砂之船西部奥莱、北京賽特奥莱、瀋陽興隆大奥莱、高雄義大世界も15年の年間売上が初めて20億元を突破。このほか、寧波杉井、杭州百聯、北京房山首創、武漢百聯、長沙友阿、無錫百聯、南京仙林金鷹奥莱城、上海浦東佛罗伦萨小鎮の売上もそれぞれ8～16億元の間を記録した。



新興アウトレットの筆頭格、天津佛罗伦萨小鎮の業績は30億元を超えた

数年前まで、アウトレットの成功率は決して高いとは言えなかった。これが2011年ごろから、新たな総合アウトレットモールが続々と登場し、市場も成熟するにつれ、開業3年で8億元の業績を超えるアウトレットが大幅に増加している。そうした注目株の筆頭が上海浦東佛罗伦萨小鎮で、オープンからわずか11ヶ月で売上8億元に達する記録を打ち立てた。



三井不動産と中国杉井グループが共同開発した寧波杉井奥特莱斯広場も絶好調

このほか、1日の平均売上は突出しているが、開業から間もないためにランキングに名前の挙がらなかったアウトレットとして、哈爾濱杉杉奥莱、南京百聯奥特莱斯、佛山佛罗伦萨小鎮、北京華聯八達嶺奥莱、哈爾濱楓葉小鎮、上海百盛優客城市広場など注目に値する。ドイツ・ミュンヘンを本拠とするヨーロッパ最大の経営戦略コンサルティング会社であるローランド・ベルガーの統計によると、18年の中国アウトレット市場規模は全体で840億元に達すると見込まれている。

チェーン化の進むアウトレット業界、強者はより強く

デベロッパの面から考察すると、トップ17のうち百貨店をバックグラウンドに持つアウトレットは9件(百聯が4件、その他は燕莎、王府井、



上海浦東佛罗伦萨小鎮は、オープンからわずか11ヶ月で売上8億元を記録

《表1:2015年中国アウトレット業績ランキング》

位	名称	2015年業績	開業時期	売場建築面積/営業面積
1	上海青浦百聯奥特莱斯	41~43億元	2006年1期開業 2014年2期開業	総建築面積12.5万㎡ 営業面積7.5万㎡
	香港東涌太古東荟城名店倉	41~43億元	2005年開業	営業面積4.2万㎡、二期建築中
	北京燕莎奥特莱斯	41~43億元	2002年1期開業 2007年2期開業	総建築面積12万㎡
2	天津佛羅倫薩小鎮	32~35億元	2011年1期開業 2014年3期開業	占有面積18万㎡、一期建築面積7万㎡、 賃貸可能面積4.9万㎡
3	成都双流九龍倉時代奥特莱斯	21~22億元	2009年開業	建築面積7万㎡
	重慶江北砂之船西部奥特莱斯	21~22億元	2008年開業	建築面積8万㎡、2期計画中
	北京馬泉宮賽特奥莱	21~億元	2009年開業	1期建築面積約8万㎡、商業面積5万㎡、 二期計画中
4	瀋陽渾南興隆大奥莱	20~21億元	2012年10月開業	1期総建築面積16万㎡、2~3期計画中
5	台湾高雄義大世界	18~20億元	2010年開業	建築面積19万㎡
6	北京房山首創奥特莱斯	15~16億元	2013年5月開業	1期建築面積11万㎡、商業面積7万㎡。 2期建設中。
7	寧波杉井奥特莱斯	14~15億元	2011年1期開業 2013年2期開業 2015年12月3期開業	総用地面積11.6ヘクタール、商業面積 8.2万㎡(1期4.4万㎡、2期1.6万㎡、3 期2.2万㎡)。
	杭州下沙百聯奥特莱斯	13~14億元	2010年開業	占有面積13万㎡、商業面積8.6万㎡
9	武漢百聯奥特莱斯	12~13億元	2011年開業	1期商業建築面積9.2万㎡、2期11万㎡ テナント募集中、3期9万㎡建設中。
	長沙友阿奥特莱斯	12~13億元	2011年開業	総建築面積17万㎡、商業面積8万㎡
10	無錫百聯奥特莱斯	8~10億元	2013年開業	建築面積12万㎡
	南京仙林金鷹奥莱斯	8~10億元	2011年開業	1期建築面積11万㎡、2期建築面積 16.8万㎡建設中
	上海浦東佛羅倫薩小鎮	8~10億元	2015年1月開業	1期占有面積6.3万㎡、商業建築面積 5.4万㎡。二期計画中。



香港の九龍倉グループはアウトレットモールのほかにショッピングモールも展開

興隆、友阿、金鷹がそれぞれ1件)で、その比率は53%に達している。15年にはさらに多くの百貨店(北京華聯、百盛、金格、丹尼斯、友好など)がアウトレット業界に進出した。

アパレル代理のライセンスと運営経験を持つアウトレット企業は九龍倉、太古、杉杉三井、砂之船の4社。外資のアウトレット専門企業を背景に持つのは佛羅倫薩小鎮のみとなっている。北京房山首創奥特莱斯は中国資本のアウトレット専門企業である首創集団のプロジェクトだ。これら百貨店、アパレル、アウトレット専門の背景を持つ企業が、各地でチェーン展開することで市場を支配しはじめており、この傾向は当面続くと見られている。

注目商業施設

異国情緒あふれる

アウトレットの新騎手

天津佛羅倫薩小鎮

「フイオレンティア・ヴィレージ」

中国アウトレット業界の新トレンドを牽引



イタリア風建築が特徴の「佛羅倫薩小鎮(フィオレンティア・ヴィレージ)」

数あるアウトレットモールの中でも、最も独自色を打ち出しているのは「佛羅倫薩小鎮(フイオレンティア・ヴィレージ)」だ。1号店は天津で、開業は11年6月9日。イタリアの風景を模倣した同モールの中には、ローマ広場やベニス運河もあり、あらゆる建築物はイタリア風で統一されている。訪れた人はまるでヨーロッパに来たかのような錯覚に陥ってしまうほどで、これまでのアウトレットの常識を覆す新しいモールだ。

外観のほかにも特筆すべきは、国際的一流ブランドの豊富なラインナップだ。出店ブランドの多さでは全国一位を誇る。現在、佛羅倫薩小鎮は中国高級アウトレットモールの代名詞となりつつある。15年の売上は30億人民元を超え、上海青浦百聯奥特莱斯、香港東涌太古東荟城、

北京燕莎奥特莱斯に次いで第4位に。上位3モールはいずれも開業からすでに10年以上が経過している点を鑑みれば、この突出した業績は目を見張るものがある。また天津のすべてのショッピングモールのうちでも、売上が最も高かった。

地理的優位性、アクセスの良さが人気の理由

天津佛羅倫薩小鎮は、敷地面積18万㎡、建築面積7万㎡、賃貸可能面積は4万9000㎡。天津と北京の中間である天津市武清区に位置し、交通アクセスの良さが最大の強みだ。京津城际高铁(高速铁路)で北京南駅からわずか22分。天津からはわずか13分という近さ。毎日22本の列車が走り、頻度も充



天津佛羅倫薩小鎮は、天津と北京の中間の天津市武清区に位置する

分だ。また武清駅からアウトレットモールのメインゲートまでの距離はたったの100m。このほか、1日2回の無料シャトルバスが北京、天津とモール間を往復している。マイカーでのアクセスには、モールの4つの入口周辺に2800台分の無料パーキングも完備。どの交通手段を利用しても非常にアクセスが良い。

イタリア式建築と溢れるヨーロッパ風情

天津佛羅倫薩小鎮が近づくとき、遠くから高い煙突が見えてくる。煙突には「佛羅倫薩小鎮」の文字が描かれ、訪れた消費者の期待値を一気に上げてくれる。やがてイタリア風の建物が近づいてくる。建物や広場、石畳の小道、運河、アーチ橋、噴水などイタリアの典型的な風景が至るところに採り入れられ、古代ローマルネサンス時代のフィレンツェの街並みが完全に再現されている。



煙突には「佛羅倫薩小鎮」の文字が描かれ、訪れた消費者の期待値を一気に上げてくれる

同アウトレットは、はるばるイタリアからデザイナーと建築家を招聘、良質の建材をイタリアから空輸するなど、手間と多額の予算をかけて作られた。このリアルなイタリア風の街並みは、中国国内のアウトレットモールとして他に例がなく、大きな呼び物となっている。買い物のほか、このイタリア風の雰囲気や快適な環境自体を楽しみ、他のアウトレットとは異なる体験してもらうのがその狙いだ。今では、ショッピングを目的に訪れる消費者のみならず、外地からの大型観光バスもここを訪れるようになり、ビレッジの活気に二役買っている。



イタリア風の雰囲気や快適な環境が、他のモールと異なる消費体験を提供

全国を誇る国際ブランド ラインナップ

天津佛羅倫薩小鎮は、ラグジュアリー、国際ブランド、スポーツ&アウトドア、レジャーというテーマ毎に4つのエリアに分かれている。ブランドはプラダ、グッチ、フエンディ、セリーヌ、ブルガリ、クロエ、バーバリー、ジバンシー、ボッテガヴェネタ、フェラガモ、ロジェヴィヴィエ、アルマーニ、ロエベ、エルメス、ジルドゼニア、ダンヒル、バレンティノ、DKNY、DVF、I・T、マルニ、MCMなど200近くに及ぶ。

マルベリーは中国初のアウトレット進出店であり、グッチはアジア最大のアウトレット店。ブランドのラインナップは豊富で、一流ラグジュアリーブランドの数では全国トップと



プラダ店の前に長蛇の行列が

いう評判だ。価格面では、最高80%オフの商品もあり、消費者の購買意欲を刺激している。訪れた消費者の誰もが、大小様々な紙袋を下げ、手ぶらで帰る人はほとんど皆無だ。

佛羅倫薩小鎮は、イタリアのRDMグループが開発と運営を担当している。RDMはイタリアのファッション、小売、不動産業界の巨頭FENGENグループ傘下の不動産デベロッパーで、20以上の不動産開発プロジェクトを手掛けている。その建築総面積は約61万㎡に及び、総資産額は130億ユーロを超える。イタリア国内のアウトレット関連投資、建設、运营管理に20年以上の経験を持ち、ヨーロッパのアウトレットの巨頭マッカーサー・グレン



イタリア国内に強いコネクションを持つRDMグループが、独自性の高いブランドラインナップを実現

(McArthur Glen)との協働によるアウトレットプロジェクトをイタリア国内で5つも手掛けている。

イタリア国内に強いコネクションを持ち、独占ブランドや、イタリアの新興ブランドの出店が可能であるなど、ブランドラインナップの独自性で大きな強みを持つ。現在、天津佛羅倫薩小鎮にはAEO、Poni、ブルガリ、セリーヌ、クロエ、フエンディ、ジミーチュウ、ロエベ、ロンシヤン、マルベリーなど中国アウトレット初進出となるブランドが10もある。

強力なテナント誘致と 运营管理チーム

テナント誘致とマネージメント面の強みが、佛羅倫薩小鎮成功のもう1つの大きな立役者だ。佛羅倫薩小鎮のテナント誘致部門は、北京、上海、香港にある。全ての業務は部門内で行い、いかなる仲介業者を通していない。管理チームは、サービスの品質を向上させるべく、毎日店舗の見回りを実施し、陳列から商品の品質、従業員のサービス態度まで隙なくチェック。さらに「神秘顧客(ミステリーショップパー)」制度を設け、3ヵ月毎に第三者企業の担当者各店舗に派遣して検査を行っている。その後、作成されたレポートをもとにテナントと改善について



北京や上海ではおしゃれなオレンジ色の自転車「モーバイク」が大人気

トレンドウォッチ

健康とエコにも優しい

シェア自転車

「モーバイク(摩拜單車)」

中国シェアリング・エコノミーの新星誕生

2016年4月末頃から、おしゃれなオレンジ色の自転車が上海の街のあちこちで見られるようになった。道端に整然と並んでいるが、特に管理する人もいなければ、公共自転車専用の置き場に置かれていたわけでもない。その自転車に乗ってさっそうと駆け抜けていく上海つ子の姿も度々目にするようになった。目の覚めるようなオレンジ色は新しい街の顔として、気づけば見慣れた風景として馴染んでいる。



Scan the QR Code to Unlock your bike
モーバイクの利用は空き自転車のQRコードを読み込むのみ

このスマートロック機能付き自転車は「モーバイク(摩拜單車・mobile)」だ。従来の公共自転車と異なり、あらかじめ乗車カードを申請する必要はなく、決められた返却場所や施錠専用の自転車置き場も存在しない。まずは、スマートフォン(スマホ)上でアプリをダウンロードし、ユーザー登録を行う。そのうえで、自転車本体に貼られているQRコードを読み込むだけで、好きな時間と場所まで自転車をレンタルできる仕組みだ。

モーバイクは現在中国で急拡大するシェアリング・エコノミーの新星といえる。配車アプリの「滴滴・快車」や「ウーバー」に続き、上海や北京等の大都市で最も人気を集めている外出アプリで、ほんの数ヶ月で上海や北京の街を席巻。更に多くの新規車両が投入されたばかり



中国政府は積極的に中国全土にスマート自転車システムを導入

でなく、広州等の他都市でも導入がスタートしている。便利でエコロジ、おまけに見た目もおしゃれなのが大きな特徴だ。

レンタサイクルは、元々中国政府が07年に北京でスマート自転車システムの導入方針を打ち出し、08年の北京オリンピックの開幕時に正式運営をスタートしているのが始まり。その後、杭州、武漢、上海、西安、寧波、太原、南京等の都市でも導入された。しかしながら、その多くは政府主導のシステムであったこと、また車両数に限界があったこと、事前に乗車カードを申請しなければならなかったこと、規定の停車場所に返却しなければならぬことなどの制約により、一般市民の日常のライフスタイルとして普及しなかった。こうした制約から解放されたモーターバイクは、どこでも借りたり返したりすることが可能で、手続きもアプリをダウンロードするのみ。利便性と実用性は大幅にアップした。

アプリをダウンロードするだけで利用可能

筆者の自宅は地下鉄の最寄り駅から徒歩約10分のところにある。決して近いとは言えない距離だ。ある日、近所にもたくさんさんのモーターバイクが止められていることに気付き、試してみようという気になった。実際に操作をしてみると、借りるまでのステップは実に簡単であることがわかった。

まず、モーターバイクのアプリをダウンロード。携帯電話の番号を入力



モーターバイクの使用方法は極めて簡単、アプリをダウンロードするだけで利用可能



モーターバイクの支払いは支付宝や微信支付などスマホ決済で



モーターバイクのユーザー登録には身分(本人)認証が必要

すると、ショートメッセージで認証コードが送られてくる。認証通過後、次はデポジット299元の支払に移る。支払は支付宝や微信支付で可能。支払が終わると、実名による身分認証だ。中国人の場合は身分証明書番号を入力するだけで良いが、外国人の場合は、本人がパスポートを手にとって撮った顔写真と、パスポートの顔写真ページの写真とを提出。認証には1〜2時間前後を要する。身分認証が終わると、いよいよモーターバイクの利用がスタートできる。デポジットと実名認

証方式は、ユーザーによるモーターバイクの窃盗や破損を防止するのが主な目的だ。

登録がすべて完了して初ログイン。アプリの地図上に表示された近辺の空き自転車の状況を確認。現在地から最寄りの車両などもマーク表示されるなか、好みの自転車を選択。「予約」ボタンが表示され、15分間は他者に横取りされる心配はない。予約車の番号と同じ自転車を見つけたら、自転車本体についているQRコードをスマホで読み込む。「ピピッ」「カシャッ」という音がしてロックが解錠され、モーターバイクの利用が開始する仕組みだ。



各モーターバイクに独自のQRコードが貼られている



アプリの地図上で付近の空き自転車の状況を確認



浙江省内に今後3～5年で1000店の目標を掲げる「快客」



世界遺産でもある「西湖」は杭州のシンボル

中国コンビニ最前線レポート

多種多様なサービスと デリカ類の充実により 成長著しい「快客」

「西湖」で有名な浙江省・杭州のコンビニ事情

前号で紹介した「2016年中国都市別コンビニ発展指数」(中国連鎖経営協会)で総合20位にランクインした杭州。上海に隣接する浙江省の省都だ。12～13世紀の南宋朝時代には首都として栄え、マルコポーロが「世界で最も華やかな都市」と讃えたほど。市中心部にある世界遺産「西湖」が有名で、中国内外から毎年多くの観光客が訪れる。ネット通販最大のアリババ本社があることでも知られている。

杭州のコンビニ市場は、国内資本(内資)と外資がそれぞれ約半数を占める。内資では、上海農工商集団の「可的(KEDI)」、聯華傘下の「快客(QUIK)」、食品メーカー祐康傘下の「祐驛站(YOUEASY)」の3社が出店数100店前後と多く、華潤万家傘下の「Vango」が約60店で続く。浙江地元資本の「十足(C&U)」も11年末の初出店以来、順調に店舗数を拡大している。外資では台湾大潤発集団傘下の「喜士多(C-STORE)」が100店近くと最も多い。日系の「全家ファミリーマート」と「羅森(ローソン)」はいずれも12年に初進出し、現在の店舗数はそれぞれ約100店と約40店だ。

今回はその中でも「快客」に注目したい。快客の戦略は品質向上を第

日系ブランド・武漢のイオン、 長沙の平和堂



の開業に合わせて武漢第2号店を武漢経済開発区に出店する。石橋店と洪山店も計画中で、16年の開業を予定している。市中心部を含む各エリアに10店舗を展開する考えもあり、同社の武漢マーケットへの自信を感じることができる。

20年近い歴史

一方の平和堂は、湖南省と平和堂が拠点を置く滋賀県の友好関係から生まれた「結晶」。日本ではスーパーを主要業態としているが、長沙ではミドル〜ハイエンド百貨路線を展開しており、今や長沙人のお気に

入りの百貨店のひとつにまで成長した。98年に五一広場に第1号店を開業し、現在は東塘店(07年開業)、株洲店(09年開業)、奥克斯広場店(13年開業)の4店舗展開。展開スピードは速くはないが、堅実な経営戦略を貫いている。

日系小売店なので日本のアパレルブランドが多く進出し、スーパーではたくさんの日本製輸入商品を見ることができる。12年にはネット通販を開始したが、その中の「日本チャンネル」で扱うキッチン用品や生活雑貨などの日本製品は実店舗のものより多い。日本式のライフスタイルを提案しており、消費者に相当程度受け入れられている。長株潭エリアの経済一体化に伴い、平和堂は長沙でのさらなる発展を目指しており、現在は省政府があるエリアへの進出も計画 중이다。

高い日本製品浸透率

イオンと平和堂以外にも、武漢と長沙の両市における日本製品の浸透率は非常に高い。長沙の華潤万家の缶コーヒーコーナーでは、中国製の麒麟「Fire」以外にも日本から輸入したUCCコーヒーも見ることができた。凱徳広場のウォルマートでは、上海ではあまり目にしない光景だが、伊藤園の麦茶や日清食品のカップヌードルが陳列棚で大きなスペースを占め、日本からの輸入品の花王製のナプキンやエルーカ製のシャンプーも置いてある。地場系の步步高超市にはハウスカレーの試食コーナーもあった。

武商国際広場では、食肉とデリカ



日本製品が並ぶ長沙の平和堂

食品を販売している精肉店の新快熟食が、肉は日本式の切り方で、デリカ食品は日本の揚げ物を数多く取り扱い、それらがガラス冷蔵の棚に整然と陳列されている様子は、まるで日本の肉屋を見ているかのようでもあった。他の地域では見ることが少ないサントリーのビックルも販売されていた。群光広場のスーパーでは日本の生活雑貨と食品専門の販売コーナーがあり、多くの消費者で賑わいを見せていた。もちろん、中国で大人気の花王や大王製紙のおむつはどのスーパーでも「販売マスト品」という勢いで売られている。武漢と長沙の消費者の生活において日本製品の普及度は高いと言えるだろう。



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
上海証券大廈北塔1404室

☎ 021-6321-3000

🌐 www.cast-marketing.com/

✉ service@cast-marketing.com

都市別マーケティングレポート



武漢イオンのフードコートと、箸の消毒箱(右下)

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>

武漢と長沙にはいずれも日本の流通業者が進出し、地元民の支持を受けている。それぞれイオンと平和堂だ。

食とサービスが好評

イオンは2014年12月、地下鉄2号線の金銀潭駅に隣接する金銀潭購物中心に武漢第1号店をオープンした。地下鉄で行けることもあり来客数は順調に推移し、15年末には1500万人に達する見込みだ。中国のイオンモールはいずれもスーパー、百貨、モールから構成され、進出ブランドは日系がメイン。金銀潭の特色は、ニトリとダイソーを誘致したこ

とだ。両者共に群星城に次いで武漢2店舗目となる。

筆者は、イオンの優位性はフードコート、レストラン、スーパーにあると考える。レストランはどこも行列のできる人気ぶり。フードコートでの選択肢も多く、中国や世界各地のグルメ以外に、意外にも武漢のソウルフードともいえる熱干面などもあった。屋台でなくイオンに食べにくる理由を聞いたところ、床やテーブルが常に清潔で気持ちがよく、食器や箸が消毒

箱で消毒されており、安心して食事ができるとのことだった。

スーパーのデリカテッセンコーナーも人気がある。寿司や各種惣菜を見た買物客は、見た目が新鮮かつ包装も衛生的で、安心して買物ができると評価していた。筆者は、関西風お好み焼きの粉とソースの陳列棚に、作り方を図と中国語で説明するポップ広告まで用意されている工夫に驚いた。消費者の反応からは、日本式の細かくて丁寧なサービス精神は武漢市民に受け入れられていることが垣間見られた。

イオンは15年末、地下鉄3号線

※当コンテンツは「Whenever BizCHINA」掲載分を転載したものです。

編集後記

今回の巻頭特集では、中国アウトレット業界を取り上げました。「モノ」から「コト」へと消費トレンドが急シフトする中国。百貨店や総合スーパー（GMS）など従来型のリアル店舗の業績が芳しくない中、体験型消費を意識したショッピングモールは好調を維持しています。そうしたモールの一形態として、アウトレットも中国消費の中心的プレーヤーとしてここ1、2年で一気にブレイクしているようです。

中国でアウトレットを初めて目にしたのは、私が上海に赴任した04年頃のこと。当時、上海郊外の松江區にできた「FOXTOWN」というアウトレットの広告です。アウトレットというよりは工場から直接仕入れる「ファクトリースタ」の位置付けで、ブランドも国内外のセカンドティア（業界2番手）かそれ以下のものばかり。店内もどちらかというとブランド特売店の集まりといった様子でした。

次にアウトレットに触れたのは、同じく上海郊外の青浦區にある「百聯奥特莱斯」。中国小売流通業の最大手「百聯」グループが手がけるアウトレットですが、それよりもアウトレットの中国語名「奥特莱斯」に目が引かれたのを今でも鮮明に記憶しています。

初めてそこを訪れたのは09年頃。上海市内の虹橋地区から車で西に約20km、まだ田舎臭さの残る田園風景を抜けると、突然広大な敷地にブランドショップが集まるアウトレットが姿を現します。出店ブランドも、フェラガモ、バーバリー、アルマーニなどから Polo ラルフローレンやコーチ、さらにはナイキ、アディダスなどのスポーツ系など、ありとあらゆるブランドのオンパレード。スターバックスやハーゲンダッツなどの飲食店や子供の遊び場なども揃っており、今どきの「コト」消費の先駆けだったのでしょう。中国アウトレットの原型を作り上げたと言っても過言ではないこの上海青浦百聯奥特莱斯は、毎年国内売上トップの常連になっています。

その後、外資系とのコラボでヨーロッパの街並みが再現された天津と上海浦東空港傍の「佛羅倫薩小鎮（フィオレンティア・ヴィレッジ）」、蘇州（陽澄湖）と上海ディズニーランド隣接の「奔欧萊」、さらには南京や杭州、重慶、九江（江西省）などの各都市で地場系のアウトレットを視察しました。「モノ」消費の低迷が叫ばれるご時勢ながら、いずれでも目にしたのがいくつもの紙袋を掲げて歩く多くの客の姿。「モノ」に対して依然旺盛なニーズが垣間見える中国消費現場の実態をアウトレットからのアングルで調査・分析しました。（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、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。



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 NOVEMBER (vol.39) 2016年11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

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

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」
- ・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

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！！

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！！

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。



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