

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

新しい商業モデルをリードする 「盒馬鮮生」

生鮮ネット販売業界～高品質と利便性が急成長の推進力

現地視察レポート 広東省・深セン

香港とツアトパワーで 消費主導型経済のお手本に

深セン消費現場視察レポート

中国コンビニ最前線レポート

新興勢力が続々と開店、サービスを充実させて、 店の個性を競い合う

南昌のコンビニ市場をリードする「楽豆家便利店」

都市別マーケティングレポート スマホの次は「紙」～ファイナルレ

ネットも介して広まる手帳 個性際立つ新型書店

生簀に活きたタラバガニやロブスターなどを購入、イートインコーナーで調理してもらい
すぐに食べることもできる会員制スーパーの「盒馬鮮生」

CHINA MARKET INSIGHT



2 巻頭特集 **新しい商業モデルをリードする「盒馬鮮生」**

生鮮ネット販売業界～高品質と利便性が急成長の推進力

14 現地視察 **現地視察レポート 広東省・深セン** **香港とソフトパワーで消費主導型経済のお手本に** 深セン消費現場視察レポート

24 小売・流通現場 **中国コンビニ最前線レポート** **新興勢力が続々と開店、サービスを充実させて、店の個性を競い合う** 南昌のコンビニ市場をリードする「楽豆家便利店」

26 都市別調査 **都市別マーケティングレポート スマホの次は「紙」～フィナーレ** **ネットも介して広まる手帳個性際立つ新型書店**

28 編集後記

巻頭特集

新しい商業モデルを リードする「盒馬鮮生」

生鮮ネット販売業界

高品質と利便性が急成長の推進力



最近、筆者の周りの友人、特に既婚女性のなかで、果物や野菜のネット購入が人気を集めている。ネット購入ではスーパーに買い物に行く時間を節約できるばかりでなく、商品を家まで届けてもらえることが人気の理由だ。「天天果園」の果物は品質が良く、「易果生鮮」の野菜は新鮮さが売り。「甫田網」では高級輸入食材が数多く扱われ、「盒馬鮮生」はコストパフォーマンスが高く、配達も速い。生鮮食品をメインに扱うECプラットフォームの数は増加の一途を辿っている。それぞれが特色を持ち、多くの消費者の支持を集めている。

収入の増加とめまぐるしい日常生活の影響を受け、若年層や中産階級層の生鮮食品ネット販売に対



「天天果園」は果物を中心に扱う生鮮食品ネット販売プラットフォーム



若年層や中産階級層の生鮮食品ネット販売に対する関心は高まり続けている

するニーズは高まり続けている。企鵝智庫が2015年に行ったオンライン調査によると、15年にネット上で生鮮食品を購入したことがある人の割合は24.5%、購入したことはないが、興味はあると答えた人の割合が48.1%を占め、併せて約70%の人がネット購入を支持していたことがわかる。易観智庫の調査

データによると、中国における生鮮食品ネット販売は2012年から発展し始め、その市場規模は当初の40億元から15年は542億元、16年には913億元に達し、68.6%の成長を記録。17年の市場規模は1449億元に達する見込みだ。(図一：2012～19年中国生鮮食品ネット販売の市場取引規模)

多くの企業が生鮮食品のネット販売に注目し、この「ブルーオーシャン」に参入、多くの資本投資も行われた。生鮮ネット販売各社は多くのキャンペーンやプロモーションを実施、



多くの企業が生鮮食品のネット販売に注目、その市場潜在性を高く評価し続々と参入

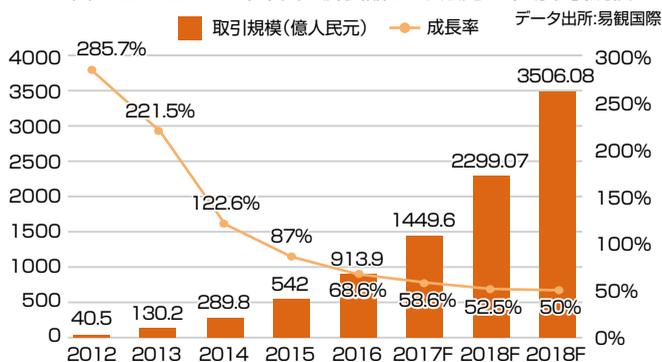
ユーザーへの普及率を大幅に向上させた。しかし、普及率はまだまだ高いとは言えず、農業製品の小売総額の5%に満たない。今後の発展が大きく期待される。

生鮮ネット販売市場に参入した多くの企業のなかでも、特に注目に値するのは2016年1月に運営をスタートした「盒馬鮮生」だ。そのO2Oモデルは独特で、オフラインの実店舗を倉庫と見なし、半径3kmをその配達エリアとしている。効率の高い出荷フローと商品管理システムを実現、商品は注文から30分で消費者の手元に届けられる。このサービスは多くの消費者から高い



「盒馬鮮生」は、その革新的なO2O運営モデルで業界内外から大きな注目を集めている

図一：2012～19年中国生鮮食品ネット販売の市場取引規模



評価を獲得、また業界内でも大きな注目を集めている。以下では、生鮮ネット販売市場の現状と主な運営企業を紹介し、また盒馬生鮮の革新的運営モデルについても詳細に分析する。

天猫、京東が生鮮ネット販売市場を制覇

現在の生鮮ネット販売企業の運営モデルはプラットフォーム型と垂直型の二つに大きく分類できる。市場シェアの高いのは天猫喵鮮生や京東到家のプラットフォーム型で、それぞれ26.81%と、24.83%のシェアを占めている。これらのプラットフォーム型は、ユーザー数が多く、ユーザーのプラットフォームへの忠誠度も高いのが特徴。さらにその豊富な資金と



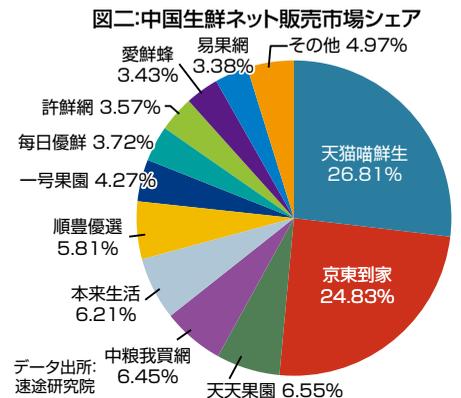
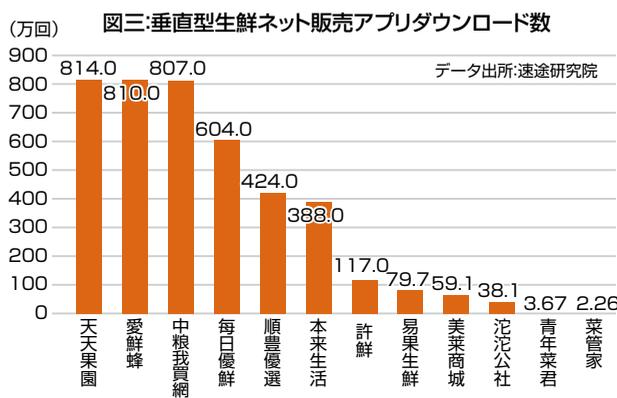
京東到家は、生鮮ネット販売プラットフォームのリーダー的立場づけ

優れた物流・決済システムは、生鮮ネット販売市場に参入する際の大きな武器となった。残る半分の市場を占めているのは、天天果園、中粮我買網、本来生活などに代表される垂直型の生鮮ネット販売企業だ。(図二・中国生鮮ネット販売市場シェア) 生鮮ネット販売アプリのダウンロード数で見ると、天天果園、愛鮮蜂、中粮我買網アプリのダウンロード数が多く、それぞれ814万、810万、807万となつている。モバイルユ-



中粮我買網は、垂直型生鮮ネット販売の代表企業のひとつ

ザー数では、この3社の生鮮ネット販売企業が大きなシェアを占めていることがわかる。(図三・垂直型生鮮ネット販売アプリダウンロード数)。



現在、ネット生鮮市場には多くの垂直型生鮮ネット販売商が存在するが、同業界をリードするのは、天猫や淘宝(タオバオ)を擁するアリババ系のプラットフォームだ。傘下に、喵鮮生や天猫超市を抱え、またその他多くの小型販売商も出店している。まず喵鮮生であるが、人気の生鮮品をメインに扱い、輸入果物、牛肉・羊肉、海鮮物などの商品も、価格面に強みを持つ。ニュージール-



喵鮮生は大量仕入れによるコスト大幅カットで、大きな市場シェア獲得に成功

表一：主な生鮮ネット販売プラットフォーム紹介

<p>天猫喵鮮生</p> 	<p>アリババ系天猫傘下の生鮮ネット販売プラットフォーム。中国全土301都市をカバーし、目下国内最大規模を誇る。2015年10月、25か国の100近い生鮮食品協会及び政府機関の代表と戦略提携協議を締結、海外からの直接買付を実現。また小口の貨物をまとめて通関、物流も一括して行うことで中間コストの削減を図っている。</p> <p>物流面では、アリババ傘下の菜鸟網絡及び第三者物流会社と提携、アリババグループのビッグデータを利用し、生鮮宅配業務を最適化している。また開放型コールドチェーン物流により、高い利用率と低コストを実現、極めて短時間、または消費者の希望する時間帯に商品を配達することができる。現在は輸入フルーツ、海鮮類、肉類を専門に扱っている。</p>
<p>京東到家</p> 	<p>京東(JD.com)傘下のO2O型生鮮プラットフォーム。2015年4月に運営をスタート、元はサービス宅配と商品宅配の2部門から成り立っていたが、17年にサービス部門を廃止した。現在は「生鮮スーパー」、「新鮮フルーツ」、「スナック・ベーカリー」、「生花サービス」、「メディカル・ヘルス」の5つの商品類を専門に扱っている。</p> <p>物流は現在全て達達物流が担当、コストを大幅に削減し、効率を上げることに成功している。「生鮮スーパー」等の商品は1時間以内の配達を保証。また「超時賠付(遅れた場合のペナルティ)」や「7日間無条件返品保証」等の措置も採っている。</p> <p>同社広報によると、すでに多くの都市でほぼ利益が出始めているという。</p>
<p>天天果園</p> 	<p>2010年4月に運営をスタート。16年8月には上海浦東新区の張江高科(張江高科技園區)からD輪融資1億米ドルを獲得。長江デルタ、珠江デルタ、京津冀地区(北京、天津、河北省)がメインのカバー範囲。生鮮ネット販売の「長老」として、輸入フルーツの領域に特化、世界各地のフルーツブランド及び政府と提携している。</p> <p>ユーザーにはオフライン実店舗からアプリ、オフィシャルサイト、電話予約、テレビショッピング、天猫など第三者プラットフォームまで幅広いチャネルを提供。2015年の売上高は10億元超、アプリのユーザー数も700万人を超え、垂直型生鮮ネット販売企業のトップを走っている。</p> <p>16年には100件近くオフライン実店舗が閉店の危機に瀕したが、その原因は自社の倉庫及びコールドチェーン物流の資金圧力が大きすぎたため。17年には黒字を記録する見込みで、国内で上場の準備も進んでいる。</p>
<p>中粮我買網</p> 	<p>中粮我買網は中国国有企業で穀物流通大手の中粮集団(COFCO)が2009年に投資、設立した食品専門のB2C型ECサイト。中粮集団による「畑から食卓まで」の全産業チェーン網羅戦略の重要メンバーでもある。</p> <p>2015年の売上は30億元近くにのぼった。中粮集団の豊富な資金サポートを背景に、完全なコールドチェーン物流システムを擁し、物流面に大きな強みを持つ。生鮮ネット販売市場においても一定の優位を保っている。</p> <p>中粮集団を背景に持つことから、穀類・油脂類で特に高い競争力を誇るが、輸入生鮮食品は他の生鮮ネット販売商にやや及ばない。</p>
<p>本来生活</p> 	<p>2012年設立。「安全な食品」を提供することを主軸とし、食物の安全性を重視する家庭に健康的な生鮮食品を提供している。倉庫と物流は自社運営。商品は全国各地の優良農家から厳選して買付を行っており、当初は手作り品、現在は注文生鮮品を主に扱っているほか、生産者と共同でブランド開発も行っている。生産地からの直接輸送と、植付から収穫までの全過程管理を通じ、商品の安全性と追跡性を保証している。</p> <p>マーケティング力も高く、「褚橙」など、話題性のある農産品ブランドを数多く産出している。16年及び17年に同社管理層がマスコミの取材に対し18年の黒字転換を宣言している。</p>
<p>毎日優鮮</p> 	<p>2014年11月設立。17年に入り、聯想創投と浙商創投(ベンチャーキャピタル)が主導する1億米ドルのC輪融資が完成したことを宣言。ポジショニングは全方位型の高級生鮮ネット販売で、現在すでに果物、肉・卵類、水産物、野菜など9つの分野を確立。また厳選したSKUを採用、人気商品だけを扱うことで、運営効率を高めている。</p> <p>供給チェーンの特色は「前置倉庫」型モデル。華北、華東、華南などに商品配送センターを設置するとともに、注文の多い商圏や居住エリアには「前置倉庫」を設置、周辺半径3キロへの配達を行っている。全国30あまりの都市において、商品の品質と2時間以内の配達を保証。2016年7月、生鮮ネット販売商としては初めて、北京地区での黒字転換を宣言した。</p>
<p>易果生鮮</p> 	<p>2005年に上海で設立された、中国でもっとも古い生鮮ネット販売ブランド。13年に初めてアリババの戦略投資を受け、16年には蘇寧が主導する5億米ドルの融資を獲得、この融資額は業界内における最高記録である。続いて蘇寧の生鮮部門である「蘇鮮生」の運営権を完全取得、16年12月には9.5億香港ドルを出資して聯華超市の二番目の大株主となった。</p> <p>易果生鮮の食材は世界7大地域、23か国、147の産地から供給されている。果物、野菜、水産物、肉類、家禽類、穀物・油脂類など9つの分類の生鮮食品3800SKU超を取り扱い。</p> <p>現在主な販売チャネルはオフィシャルプラットフォーム、天猫超市毎日鮮、天猫易果旗艦店、その他。今後はオフラインチャネルにも注力していく方針で、現在上海、北京、杭州等のコンビニエンスストアにも商品を卸している。</p> <p>コールドチェーン物流については、全額出資子会社である「安鮮達」が担当。16年11月末現在、全国10カ所に11の倉庫を置き、3つの温度管理システムを敷いている。1日の注文処理能力は30万件、200あまりの都市に配達を行っている。</p>



本格的なパスタやベーカリー、ペストリーなどを屋外に設置されたテーブル席で楽しむ深センっ子
(写真は深セン福田区のモール「Co Co Park」)



深セン「改革開放」のシンボリック建物「罗湖口岸」



深センの経済規模は上海、北京、広州に続き第4位

現地視察レポート 広東省・深セン

香港とソフトパワーで
消費主導型経済のお手本に

深セン消費現場視察レポート

1992年の鄧小平氏による南巡講話から始まる改革開放の先鋒として、中国経済の現代化と急成長を先導した深セン。経済発展レベルも他の追随を許さないほど中国トップクラスを維持している。2016年のGDPは1兆9492.6億元、1人当たりGDPは16万7000元となっており、都市別では上海、北京、広州に続き第4位にランクインしている。2016年の社会消費品小売総額は5512.76億元で、北京、上海、広州、重慶、成都、天津、武漢に次ぐ全国第8位だ。

中国でも有数の民間企業がこの地から生まれている。QQや微信などネットサービスを手がける騰訊(Tencent)、通信設備やスマホの華為(Huawei)、EV(電気自動車)の比亞迪(BYD)など、そうそうたるメンバーが名を連ねている。最近では商用ドローン(無人航空機)の世界シェア70%をも占めると言われている DJI(大疆創新科技)も出てくるなど、世界でも通用する技術やアイデアを併せ持つ企業や人材が多く輩出されている。



地元の消費現場やトレンド、消費者の実態などの情報が不足していると言われる深セン消費現場



深セン福田区にオープンしたBYD新エネルギー体験センター

では、深センの消費現場はどうだろうか。90年代から多くの日本企業が進出している深センだが、そのほとんどが香港をベースとした加工貿易が中心の製造業だった。筆者も上海に住み始めてから12年超。これまで何十回と深センには仕事で訪れたが、一度も市内の商業施設を見て回ったことがなかった。どこかに、深センは香港のすぐ近くで日本企業の進出も多

く、情報も満載。よって、あえて詳細にレポートする必要はないだろうとの思いがあったのは否めない。

一方、小売業界のクライアントから「深センや広州の情報はむしろ不足している」と耳にしたこともある。どんな日本食レストランがあるかなどは現地の日本語フリーペーパーを見ればわかるが、地元の消費現場やトレンド、消費者の実態など、わかっているようで実際はわかっていないとのことだった。

製造業やITをメインに今も中国全土からベンチャースピリッツを持つ起業家を集め、中国のイノベーションを引っ張る深セン。日本のメディアでは、そうした面がクローズアップされがちだが、ここであえて、消費都市としての深センについて改めて見直し、日本企業にとってのチャンスを探っていく。

中国第3位の實力が 圧倒的な存在感 深セン消費の顔 「万象城(MIXC)」

深センの消費現場、特に商業施設にスポットライトを当てると、万象城から始まり万象城で終わる、といっても過言ではないほど「万象城(MIXC)」が圧倒的な存在感を示している。華潤集團傘下で中国全土26都市に店



深センの商業施設の中で売上トップの「万象城(MIXC)」は、全国でも北京SKP(旧新光天地)、南京德基広場に続いて第3位

舗を構える万象城。深セン万象城は04年に第1号店をオープン。16年の売上は67億元で深セントップ。2位「海岸城」の30.5億元、3位「海雅繽紛城」の23.4億元を全く寄せ付けないほど圧倒的な業績を誇っている。(表1：深セン商業施設売上上げランキング)参照)全国でも北京SKP(旧新光天地)、南京德基広場に続いて第3位となっており、深センだけではなく中国を代表する商業施設ともいえる。



人気キャラクターや映画とタイアップしたテーマイベントを数多く開催する万象城(写真は16年夏に開催された「アイスエイジ展」)

表1：深セン商業施設売上上げランキング

順位	商業施設	売上(億元)		成長率%
		2015年	2016年	
1	万象城	62.0	66.3	7.0%
2	海岸城	27.0	30.5	13.0%
3	海雅繽紛城	18.0	23.4	30.0%
4	益田假日広場	21.3	23.0	8.0%
5	金光華広場	18.1	20.0	10.0%
6	華強北茂業百貨	19.0	19.0	0.0%
7	深センCoco Park	17.0	17.9	5.0%
8	KK MALL	13.3	15.0	13.0%

所在地は改革開放により最も早くから都市開発が始まった深セン羅湖区。香港とのボーダーに隣接し、90年代には中国全土から多くの人々が夢と富を求めてやってきた場所だ。敷地面積18.8万㎡の施設内には、ルイ



江西省・南昌のコンビニ市場の中で最も勢いがある「楽豆家」

中国コンビニ最前線レポート

新興勢力が続々と開店、サービス充実させて、店の個性を競い合う

南昌のコンビニ市場をリードする「楽豆家便利店」

先月号で紹介したように、地元政府からの手厚いサポートを背景に急成長する江西省・南昌のコンビニ市場。市内では新規店舗の開店ラッシュが続くが、その中で最も勢いがあるのが「楽豆家」だ。一見、「南昌にも全家（ファミリーマート）が進出？」と見間違えるほどの外観。緑と青をベースとした店構えに「F」から始まる英語名「FunBean's」がよく似ている。

2011年に、地場系の老舗食品企業である江西嘉德食品有限公司が全額出資して「楽豆家便利店」を設立。12年に第1号店をオープンし、店舗数は16年10月時点で85店を超えた。店内は明るく清潔で、商品の陳列方法も上海や北京で目にする日系の現代的なコンビニと遜色ないレベルだ。

たばこや酒類、スナック、日用品のほか、おでん、茶葉蛋、肉まんなどのデリカ類、さらには公共料金代納や、公共バスカードのチャージ、クレジットカードの支払いなど各種サービスも充実。店内には無料WiFiが完備し、支払いはスマホ決済の微信、支付宝のほか、銀聯雲閃付、Apple Pay、さらには現地で普及している「洪城一卡通」など、各種モバイル決済が利用できる。

緑と青をベースとした店構えに「F」から始まる英語名「FunBean's」の外観がファミリーマートに似ている楽豆家



ネットも介して広まる手帳 個性際立つ新型書店

どこで何が買えるのか、どんな割引があるのかといった商品情報。マスキングテープなど関連商品の交換会や、手帳の書き方・使い方など勉強会の性格も帯びやすい」と馬氏は語る。また、「愛好者たちは、中国の手帳文化の輸入元として日本の情報を重視している」ともいう。

現在、中国の手帳愛用者層は16～30歳が中心で、一定の自由時間や経済力を有する人が多い。女性が多く、外部からの情報に敏感で吸収が速いのも特徴だ。華やかな関連商品で彩られた手帳作品を鑑賞しているうちに利用者になる人も

多く、関連文具商品が愛好者たちの購買欲を掻き立てている。

元地下駐車場、 アパレル併設

中国では、電子書籍の市場シェアはまだまだ小さい。統計ポータルサイト Statista の資料によると、15年に電子書籍に費やした平均金額は日本人が86.5ドルで最多、英国人84.4ドル、米国人46ドルとつづく。対して中国人は4.3ドルだ。その理由は、著作権の問題等から中国語の書籍に占める電子書籍の数が紙書籍に遠く及ばないことと、出版各社が紙書籍の保護のため、電子書籍の価格設定を厳格に調整していることにある。

こうした中でコト消費志向も相まって、カルチャー体験を伴う新型書店が人気を集めている。

例えば1996年にオープンした南京先鋒書店は、カフェを併設し、“文創”雑貨類を扱い始めた、初期の店舗群のひとつ。防空壕跡の地下駐車場を改造し、駐車場の入り口を店舗エントランスに転用、車道の黄線や駐車用の白枠もそのまま残すなど、明るく華やかな一般の個性派書店とは一線を画すプリミティブな雰囲気満ちている。蔵書は8万冊以上で、専門書からポップカルチャーまで幅広い。5000種以上の雑貨類を扱っており、その売上高は近年、年間10%の成長をつづけている。書店全体の売上高に占める雑貨類の比率は4割、利益では全体の5割を占めており、その比率も毎年10%の伸びを維持している。



輸入文具を扱う個性派書店「猫的天空之城」は、手帳関連アイテムの主要入手ルートのひとつでもある

中国発のデザイナーズ衣料ブランド「例外(Exception)」の創始者・毛継鴻氏が、台湾地区の書店業界の有力者・廖美立氏と手を組んで手がけた書店「方所」も際立った個性を打ち出す。アーティスティックな空間演出を重視し、書籍と「例外」ブランドの服飾品を同一空間に置く販売モデルで収益を伸ばしている。広州で11年にオープンした1号店は、14年には60万冊近い書籍を販売し、来客数は250万人に到達、売上高は6000万元を超え、既に利益も出ているという。売上高の35%を書籍、35～40%を服飾品が占め、月6～8回の文化イベントも開いている。



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。

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
上海証券大廈北樓4室
☎ 021-6321-3000
🌐 www.cast-marketing.com/
✉ service@cast-marketing.com

キャストコンサルティング

スマホの次は「紙」
〜ファイナル

都市別マーケティングレポート



個性派書店「方所」の空間デザインは、まるでアートの展覧会のような(左)。ファッションブランド「例外」とのコラボが成功の要因に(右)



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>

紙による表現を楽しむ手帳ユーザーたちは、オンラインとオフラインの双方を組み合わせ、情報交換や交流を活発化させている。交流イベントを通じて、関連アイテムの市場も広がりを見せる。一方、“文創”をコンセプトに人気を集める新タイプのリアル書店群も、中国のカルチャー産業に影響を与えつつある。

手帳式020

手書きの楽しみを満喫する手帳愛好者たちだが、交流や情報交換にはネット上のSNSを活用している。豆瓣の「手帳小組」、活頁DIY論壇(フォーラム)、インスタグラムの「#手帳#話題」、新浪微博等があり、連日さまざまなデコレーションを

施した手帳や関連文具が紹介され、新しい愛好者を産んでいる。このうち「手帳小組」は設立から4年近く経過し、豆瓣のグループ加入者数8万人のほか、微博にも19万人のファンを擁する。

愛好者たちは“手帳の達人”の微博にも集まる。馬暢氏の微博には9万人超のフォロワーが、「MOMO

秦in手帳手作中毒症」にも6万9000人を超すファンがいる。達人たちが手書きの作品をスマホで撮影し、SNS上で公開しているのだ。アナログとデジタルが矛盾かつ融合した、不思議な世界が広がる。

一方のオフラインも、直接会ってコミュニケーションを図れる手帳マーケット等のイベントが人気だ。馬氏は手帳マーケットの発起人の1人で、毎年数回主催している。手帳メーカーと愛好者との交流会を企画して、メーカーに商品開発や販売面での意見を提出したこともある。「イベントで愛好者たちが重視するのは、

編集後記

巻頭特集では、ここ1、2年で業界内外から熱い視線が送られているネットスーパー(生鮮品ネット販売)を取り上げました。特にその革新的なO2Oビジネスモデルで、スタートアップからほどなくして、アリババを中心としたベンチャー融資を受けた「盒馬鮮生」を視察及び調査・分析しました。

盒馬鮮生のことを初めて耳にしたのは、新年が明けて間もない頃に台湾の友人と食事をしていた時でした。上海虹橋地区の韓国街「龍柏」エリアに、アリババが会員制の面白いスーパーをオープンしたとのこと。店内の天井に張り巡らされたベルトコンベアーに、食品を詰め込んだバッグが吊るされて運ばれている様子に衝撃を受けたそうでした。

早速、その足で店を視察に行きました。入口では大きな「カバ」のぬいぐるみが出迎えてくれます。それは盒馬鮮生のマスコットキャラクターで、中国語で「河馬先生(カバさん)」と同じ発音。「盒(箱)馬」と「生鮮」を引っ掛けているのが独創的です。

店内の様子は至って普通のスーパーなのですが、たしかに天井ではガラガラとベルトコンベアーが動いています。制服を着たスタッフが忙しそうにモバイル機器片手に野菜や果物などをピックアップしてバッグに詰め込んでいる姿が目立ちます。そのバッグをハンガーに吊るし、ベルトのフックに引っ掛けると、そのまま天井まで引き上げられ奥の部屋まで運ばれます。

これはネット(アプリ)で受けた注文対応なのですが、実店舗を倉庫代わりに使うだけでなく、奥の配送センターにまでベルトコンベアーを天井に設置し、それを堂々と客に見せる大胆さに驚きを隠せませんでした。配送も半径3km以内の範囲であれば対応、注文から30分以内に届けるスピードはこうした仕組みに支えられているのでしょう。

野菜や果物も新鮮で、値段もリーズナブル。今では我が家もスマホで注文し届けてもらうのが当たり前となり、リアル店舗のスーパーには行かなくなりました。飲料水や日用品だけでなく、“最後の砦”でもあった生鮮品の買い物もついにオンライン化した上海での生活。それを支えるネットスーパーの裏側や実態に迫りました。(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。



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 2017 MARCH (vol.42) 2017年3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

© 2017 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きました。しかし、いざ中国で販売するとすると、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、社内外の人脈・人間関係、資産状況、取引先、人事制度、営業計画などで要望に応じて調査可能です。

実績紹介

- IT** 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



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/>

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