

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

広東省消費現場視察レポート 広州・佛山・中山・珠海・汕頭・潮州

中国経済発展のトップを走る広東省、新しい消費トレンドも続々誕生
～各都市の商業及び消費の現状

トレンドウォッチ

シェアエコノミーの新業態 「ミニKTV(カラオケボックス)」

こま切れの空き時間つがいで人気沸騰

都市別マーケティングレポート 水、TV、10元ショップ～ファイナル
次代のマーケット価値はメリットを超えた先に

消費者の多様なニーズに根ざした個性あふれる商業施設が揃う広東省
(写真: 珠海「華発商都」モールでのチューリップ畑イベント)

CHINA MARKET INSIGHT



2 巻頭特集 広東省消費現場視察レポート 広州・佛山・中山・珠海・汕頭・潮州

中国経済発展のトップを走る広東省、
新しい消費トレンドも続々誕生
～各都市の商業及び消費の現状

44 トレンドウォッチ シェアエコノミーの新業態 「ミニKTV(カラオケボックス)」 こま切れの空き時間つぶしで人気沸騰

50 都市別調査 都市別マーケティングレポート 水、TV、10元ショップ～フィナーレ 次代のマーケット価値はメリットを超えた先に

52 編集後記

巻頭特集

広東省

消費現場視察レポート

広州・佛山・中山・珠海・汕頭・潮州

中国経済発展のトップを走る広東省、

新しい消費トレンドも続々誕生

各都市の商業及び消費の現状



日系スーパーのイオンは広東省で根強い人気を誇る
(写真:珠海イオンでの「10元均一」販促キャンペーンの様子)

2016年、中国の国内総生産（GDP）は74兆4127億元であったが、うち広東省が7兆9500億元を占め、前年比7.5%の伸びを示すとともに、28年連続で中国トップに立った。

広東省を1つの独立した経済主体と見なして世界と比べても、国家に匹敵するレベルだ。広東省のGDPは、まず1998年にシンガポールを抜き、03年には香港を、そして07年には台湾を上回った。16年のGDPを米ドル換算すると1兆1578.8億米ドルに達するが、これはメキシコとほぼ同じ値で、スペインにも肉薄している。

中国で経済の最も発達した省だけあり、省内各都市の数値にも目を見張るものがある。

国家統計局の統計によると、広東省の21都市中、全国トップ100にランクした都市は、広州（3位）、深圳（4位）、佛山（15位）、東莞（22位）、惠州（62位）、中山（65位）、茂名（80位）、湛江（83位）、江門（87位）



広東省のGDPは28年連続で中国トップ

【表1】 広東省視察都市の経済状況

	広州	佛山	中山	珠海	汕頭	潮州
面積(km ²)	7434	3875	1783.67	1711.24	2064	3679
人口(万人)	1404.35	746.27	323万	167.53	557.92	264.6
GDP(2016年) 億元	19610.94	8630.00	3202.78	2226.37	2080.54	976.83
社会消費 品小売総額 (2016年) 億元	8706.49	3017.76	1205.84	1016.13	1515.19	495.61
都市居住者 可処分所得 元	50940.7	43120元	41613元	42537.4	25121元	21787元
行政区	越秀区、 荔湾区、 海珠区、 天河区、 白雲区、 黄埔区、 番禺区、 花都区、 南沙区、 增城区、 從化区	禅城区、 南海区、 順徳区、 三水区 及び和 高明区	石岐街 道、東区 街道、西 区街道、 南区街 道、五桂 山街道、 中山火炬 高技術産 業開発区	香洲区、 金湾区、 閩門区	金平区、 竜湖区、 澄海区、 濠江区、 潮陽区、 潮南区、 南澳县	湘橋区、 潮安区、 饒平县

【表2】 広東省各市のGDPランキング

GDP ランキング 2016年	2016年 全国 GDP ランキング	市	2016年 GDP (億元)	人口 (万人)	1人 当たりの GDP (元)	1人 当たりの GDP (米ドル)	1人 当たりの GDP ランキング
1	3	広州	19610.94	1404.35	145254.39	21868.09	2
2	4	深圳	19492.6	1137.89	171304.78	25789.98	1
3	15	佛山	8630	746.27	116141.36	17485.11	4
4	22	東莞	6827.67	825.41	82718.53	12453.3	6
5	62	惠州	3412.17	475.55	71752.08	10802.29	7
6	65	中山	3202.78	323	99787.51	15023.04	5
7	80	茂名	2636.74	608.08	43361.73	6528.12	11
8	83	湛江	2584.78	724.14	35694.48	5373.81	16
9	85	江門	2418.78	451.95	53518.75	8057.26	8
10	--	珠海	2226.37	167.53	136244.42	20511.6	3
11	--	肇慶	2084.02	405.96	51335.60	7728.59	10
12	--	汕頭	2080.54	557.92	37473.03	5641.57	13
13	--	揭陽	2032.61	605.89	33547.51	5050.59	17
14	--	清遠	1388.10	383.44	36201.23	5450.10	15
15	--	陽江	1319.33	251.12	52537.83	7909.58	9
16	--	韶関	1218.39	293.16	41560.58	6256.96	12
17	--	梅州	1045.56	434.08	24086.80	3626.27	21
18	--	潮州	976.83	264.6	36994.13	5569.48	14
19	--	河源	989.72	307/35	29240.93	4402.23	19
20	--	汕尾	828.49	302.16	27148.92	4127.93	20
21	--	雲浮	778.28	246.05	31631.97	4762.05	18
		全省	79512.05	10849.03	73289.55	11033.76	

と9つもある。一方、江蘇省が主要13都市全て、100位内にランキング入りしているのに比べると、広東省の発展は若干ばらつきも見られる。



佛山は全国トップ100都市ランキングで15位に

ニューズメディア「第一財經」が商業資源の集中度、都市の重要度、住民のアクティブ度、ライフスタイルの多様性、及び将来的な発展の可能性という五つの観点から算出した「2017都市商業魅力度ランキング」によると、省をリードする二線級都市として広州と深圳、更に東莞が新しくこれに加わった。続く二線級都市が佛山、珠海、惠州、中山、うち中山市は初めて二線級都市に選出された。三線級都市は江門、汕頭、湛江、肇慶、揭陽、清遠、四

線級都市は潮州、五線級には梅州、茂名、陽江、韶関、河源、汕尾、雲浮が選ばれた。
以下では、規模の異なるいくつかの都市、二線級の広州、三線級の佛山、珠海、中山、三線級の汕頭、四線級の潮州を例にとり、その商業発展の現状及び消費トレンドについて比較紹介を行い、広東省の今後についてその全体像を浮き彫りにしてみよう。

(図1…広東省の地図)



中山は初めて三線級都市に選出された



【図1】広東省の地図



広州は、GaWC発表の世界都市システムランキングで、全361都市中第40位に

【広州】

他の追従を許さない華南ナンバーワンの経済消費力
「合理主義」から「フチ賢沢」を厭わない嗜好の変化も顕著に

広州は華南地区の政治、経済、文化の中心であり、北京、上海、深圳に並び、中国四大都市の1つにも数えられる大都市だ。

2016年のGDPは、1兆9610億元、北京と上海に次いで全国3位だった。この数値はシンガポールとほぼ同レベル、一人当たりGDPでもスペインに匹敵する。産業比率は1:22:30:22:68.56という割合で、第三次産業の経済成長への貢献度は77%にも達している。

16年の社会消費品小売総額は8706.5億元で、前年比9%増加、その規模は29年連続で全国ベスト3に入っている。輸出総額は前年比3%増の5187億元で、その伸びは全国、全省の水準を上回る。越境ECの輸出入業務を展開する国内60都市のうち、広州の輸出入総額は146.8億元で全国首位、また全国の29.4%、全省の64%を占めている。

世界の都市ランキングで定評のあるGaWCが公表した16年の世界都市システムランキングでは、広州市は全361都市中第40位。上から3番目に分類される「アルファマイ

ナス(Alpha-)類」都市にも分類され、広州が世界的にも二線級都市として認められていることを示すデータとなっている。

広州は、香港に近いこともあり、古くから消費や文化の面でその影響を大きく受けてきた。そのカラーは中国の他都市とは大きく異なり、多くの多国籍企業はここを全く別の1つの市場と見なしている。

実際、広州の消費力の高さは無視できないものがある。16年の「双十一(11月11日)」大型ネットキャンペーン日に、広州市はその出荷量で全国首位に立ち、消費でも北京、上海、杭州に次いで4位となった。

広州市内で最も重要な商圈で、華南第二商圈とも称される天河商圈を例にとってみよう。15年の商品販売総額は8900億元、社会消費品小売総額も540億元に達し、ここを訪れる人の数は150万人/日を超えている。天河路商圈管理委員会の試算によると、2020年には商品販売総額が1兆元を超える見込みだ。広州市の試算でも、2020年の広州市全体の社会消費品小売総額は1兆

15000万億元に達する見込みだが、これはロンドン、ニューヨークにも匹敵する消費規模だ。

新旧商圈の入れ替わり、
天河商圈が首位、珠江新城も
発展

筆者が初めて広州を視察に訪れたのが2008年。その頃に比べ、今の広州の中心商圈は大きく変化している。



広州は2020年までに
ロンドン、ニューヨークに匹敵する消費規模に



一昔前の繁華街だった「上下九」商圈は徐々に衰退

【珠海】

「帯一路」政策の要、確実視される潜在力
レジャー開発が活発、消費主導の経済成長の模範都市に

珠海市は珠江の河口の西南部に位置する面積1711.24km²、人口167.53万人の街。東は海を挟んで香港に接し、南側はマカオに隣接している。広州へも広珠軽軌鉄道でわずか55分の近さだ。

珠江デルタで海洋面積が最も広く、島の数も最多、海岸線も最長の都市だ。美しい海岸風景で知られ、「百島の町」、「ロマンチック都市」と称される。街は高く聳えるヤシの木と赤い鳳凰木で彩られ、南国のゆったりしたムードに満ちている。

拱北地区からマカオに直接通じていることもあり、マカオと珠海両方のナンバーを持つ車があちこちで



珠海の街は高く聳えるヤシの木で彩られ、南国のムード満載

見られる。スーパーにもマカオの特産品が大量に並び、マカオにいるかのような錯覚すら覚える。

珠海市は1980年に経済特区に指定された。中国で最も早く对外开放された経済特区の一つだ。拱北、九州港、珠海港、万山、横琴、閩門、湾仔、珠澳跨境工業区という8つの国家二類口岸（出入国検査場

※国務院が認可し、中国籍及び外国籍の人員、貨物、物品、及び交通手段が直接出入国できる海（河）、陸、空の旅客（貨物港）と、珠海市横琴新区、珠海高新技术開発区、珠海保税区、珠海高欄港経済区、珠海万山海洋開發試験区の5つの経済機能区を擁



珠海は中国で最も早く对外开放された経済特区の一つだ

している。

16年には市のGDPが2226.37億元に達し、前年比8.5%増、広東省で第十位となった。これは省内では中間的位置といえる。産業比は2.2...47.6...50.2。また、16年の社会消費品小売総額は前年比11.0%増の1016.13億元だった。

経済特区であり、またエアコン世界シェア30%を誇る「格力（GREE）」や、中国最大の健康食品メーカー「湯臣倍健」、「金山科技」等の著名企業が本拠を置く都市ながら、珠海のGDPはそれほど高いとは言えない。しかし、珠海と香港、マカオを結ぶ世界最長の橋「港珠澳大橋」が開通すれば、珠海の発展にも大きく寄与すると期待されている。

また、珠海は中国の「帯一路」政策の重要都市でもある。

珠海港控股集团と中海港控は共同でパキスタンにグワダル港を、また貴州に国際陸港を建設中だ。今後、西南地区及びその周辺の貨物は貴州に集められ、珠海港から国際市場に送られるようになる。中国国内陸部にとっては東南アジアや南アジアに通ずる直接のルートが開かれることを意味する。海上と陸のシルクロードによる経済ベルトは珠海



珠海は中国の「帯一路」政策の重要都市、新しい空港を建設中

を通して結ばれるわけだ。

空路の面でも、総合空港が完成し、珠海を中心とする5時間飛行圏で、東南アジア国家及び国内都市の90%以上がカバーされるようになった。珠海は「帯一路」政策の海上シルクロードの中心都市であり、今後の飛躍的發展が期待されている。

広珠軽軌鉄道が發展の契機

珠海商業をリードする

「拱北商圈」と「吉大商圈」

以前、珠海は地形的な制限から外地との交通の便が悪く、商業の發展も滞っていた。商圈も主に「拱北」、「吉大」、「老香洲」の三つのみだった。吉大と拱北は今も珠海の二



上海や北京など大都市のモールや映画館の片隅で頻繁に見かけるようになった「ミニカラオケボックス」



モールでよく見かけるモバイルバッテリーのレンタル機器

スマートフォン（スマホ）決済の普及に伴い、駅やモールなど空きスペースを活用したビジネスが活発だ。自動販売機、クレーンゲーム機、カプセルトイなど日本でもお馴染みの機器から、モバイル電池レンタルやマッサージチェアなどが設置されていることも。そうした中、最近特に目立って見かけるのが、公衆電話ボックスならぬ「ミニKTV（カラオケボックス）」だ。

トレンドウォッチ

シェアエコノミーの新業態 「ミニKTV（カラオケボックス）」

こま切れの空き時間つぶしで人気沸騰

ショッピングモールで人気の
新業態

実はミニカラオケボックス自体は、少し前から存在しており、15年に「咪哒mini K」がショッピングモールに進出しはじめたのが最初だ。2年の時を経て、現在市場には「友唱M-Bar」「聆哒mini K」「雷石WOW屋」「科美唱吧」「愛唱lovesing」等多くのブランドが参入している。



「咪哒mini K」はミニカラオケボックスのパイオニア



ミニカラオケボックスを利用する際に、QRコードを読み込んでファイナルアカウントをフォローすることが必須

どのブランドも機能はほぼ同じ。大きさは2㎡前後で、内部の配置もほとんど変わらない。カウンターチェア2脚、マイク、イヤホン、液晶テレビとともに、お馴染みのタッチパネル搭載のカラオケ機器が置かれている。中国全土、各地の大型ショッピングモール、映画館、ゲームセンターで目にするこのミニカラオケボックス、その人気はシェアバイクにも劣らない。

操作は非常に簡単。どのブランドもほぼ同じで、まずQRコードを読み込んでオフィシャルアカウントをフォローすることでユーザー登録が完了。その後、利用料の支払いをして後は歌を選ぶだけ。支払方法は電子決済の微信支付(ウィーチャットペイ)か支付宝(アリペイ)から選べるが、専用コインで支払いをするブランドもある。あとは普段のカラオケと同じ。最新や人気曲、曲名や歌手別を選択でき、マイクや音楽の



カラオケボックスの操作方法は普段のカラオケと同じ

ボリウム、エコーも調整できる。

違いと言えば、歌っている間、イヤホンを装着する点だろう。これは外への音漏れを考慮しているためで、伴奏と自分の歌声はイヤホンから聞こえてくる仕組みだ。イヤホンを通して自分の歌声を聴くことにより、音の聞こえ方や臨場感が一般のカラオケより優れているというメリットもある。まるでスタジオで自分の歌を録音しているようでもある。ちょっとしたスター気分が味わえるわけだ。

歌は自動的に録音され、ユーザーの微信アカウントに送信される。そのまま微信に保存しておいてもよいし、朋友圈(モーメンツ)等のSNSにも簡単にシェアできる。「唱吧」にも「全民K歌」等のカラオケアプリに保存することも可能だ。



イヤホンを通して自分の歌声を聴くことにより、音の聞こえ方や臨場感が普段のカラオケ店より高まる

こま切れの空き時間つぶしのニーズに急展開

ミニカラオケボックスの値段はブランドごとに、またエリアや時間帯によって若干違いがある。

その計算方法は1曲ごと又は時間ごとを選択できる。「咪啫mink」を例にとると、上海地区では1曲8元、15分25元、30分48元となっている。「友唱M-bar」の北京での価格は1曲8元、15分20元、30分38元だ。

一部のミニカラオケボックスでは、シェアバイク同様に時間帯による価格調整も行っており、ピーク時には

価格が1.5〜2倍になることも。また三線・四線級都市では1曲5元のところもある。従来型のカラオケ店に比べるとやや高く、ミニカラオケボックスで15分歌うお金があれば、一般のカラオケ店では平日昼間に1時間前後も歌える計算になる。

価格がそれほど割高にもかかわらず、ミニカラオケボックスはなぜこのような成功を収めているのか?その最大の理由は、消費者にこま切れ



利用料金は、1曲ごと又は時間ごとを選択することが可能



ミニカラオケボックスは、消費者にこま切れの空き時間を利用するという新しい選択肢を提供



次代のマーケット価値は メリットを超えた先に

つまり「感動」だ。

メイソウは店内にセールス人員を置かず、来店者が自分で好みの商品を探すようにしているが、これも「感動」に水を差さない工夫であろう。

高価格の実店舗に暴利を疑い、消費者がオンライン購入に走る中、オンライン並みの価格という“善意”、実際に商品を手にとれる“体験”、すぐ手に入る“気楽さ”に「感動」を加え、メイソウは実店舗販売の成功を確立したといえる。

価値の本質にのみ支出



農夫山泉のCM映像。自社従業員を主役に、ブランドの精神や価値観を描き出す

自前の映像会社まで設立し、番組コンテンツを徹底強化しているLetvにも、「感動」は共通する。番組内容だけの話ではない。従来TVメーカーがパネルの性能など“箱”に依拠した対価を求めてきたのに対し、LetvはTV本体の無料キャンペーンを通して、「価値の本質(TVで何を観たいか)にのみ支出させる」という対価のあり方を、消費者に気づかせた。

業界の度肝を抜いた16年4月のハードウェア無料キャンペーン(会員費を払えば、同額のハードが無料提供される)につづき、Letvは6月にも同様のキャンペーンを2週間実施。総売上は4月を17億元上回る約41億元、会員費総収入は10億元を超えた。京東や天猫でも記録的な好セールスを達成。同社のコンセプトが広く消費者に受け入れられた証左といえよう。

5秒後にスキップ

成分(メリット)による差別化が難しい飲用水では、まさに「感動」が焦点となる。「自然」を理念としたボトルデザイン、ワインの如く食事メニューに基づいて水を選ぶスタイルの提唱で、感動を呼び起こした農夫山泉だが、広告面ではさらに明確だ。

同製品のCM映像は3分間にお

よぶが、人気スターや特殊効果に頼らず、実際の従業員を主役に、水源地を訪ねる様子を実録したり、仕事への誇りや商品への並々ならぬ愛情を語らせている。水源のアピールではなく、方言なまりの強い地元の水質観測員、配達担当者、水源探索員などの誠実でまじめな仕事ぶりを叙述し、人の心に訴えかけている。

と同時に、動画サイトの挿入広告では「5秒後にスキップ」という、中国ではまだ珍しい機能を付加。広告視聴の強要を避け、逆に好感を得た。ビデオ視聴サイト「優酷」の統計によると、同CMを30秒以上見た視聴者の割合は85%にのぼる。最後まで視聴して感銘を受け、微信で共有・拡散した視聴者も多い。



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

上海証券大厦北楼1404室

☎021-6321-3000

🌐http://www.cast-marketing.com/

✉service@cast-marketing.com

キャストコンサルティング

水、TV、10元ショップ
ファイナル

都市別マーケティングレポート



セールス人員を置かないことで、来店者が自分自身と対話しながらショッピングを楽しめる環境を提供

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>

今回のシリーズでは、中国版100均ショップのメイソウ、TV無料販売キャンペーンで有料視聴会員を囲い込むLetv、ガラスボトル入り高級ミネラルウォーターをブランド化した農夫山泉と、一見ばらばらな3者の成功から、共通の背景を探ってきた。“巨大市場”の心をつかもうと、多くの企業が自社商品のメリットを売り込むが、中国社会のニーズは既にその先に進んでいるようだ。

中・高所得層が支持

最新のマーケット価値は、メリットを超えた先にある——それを端的にうかがわせるのが、メイソウの支持層だ。「高品質・低価格」は低・中所得層を想定したコンセプトで、1号店は広州建設路の歩行者天国に出店したが、“安物買いの銭失

い”とみなされ伸び悩んだ。

そこで2店目を中・高級ショッピングセンターの中華広場、3店目を工業園区付近の商店街に出店したところ、中華広場店の売上は3店目を大きく上回り、「高品質・低価格」が、より良い生活を追求する中・高所得層やホワイトカラーにこそ受け入れられたことが判明

した。それを受けてメイソウはターゲット層を変更、一・二線級都市の中・高級ショッピングセンターへの出店を積極化した結果、評判は口コミで広まり、売上も大きく伸びた。

ここで、前回紹介した「生まれて初めての香水」のエピソードを思い出してほしい。中・高所得層にとって輸入ブランドの香水は手の届かないものではない。低価格・高品質ゆえに提唱できる「生まれて初めての」という物語性こそが、消費者個人に特別感を抱かせ、心を動かしたといえる。

編集後記

今回の巻頭特集は、広東省6都市(広州、佛山、中山、珠海、汕頭、潮州)の商圈や消費現場の視察レポートです。80年代から本格化した改革開放政策による投資・輸出型の経済成長を主導した広東省。経済成長のエンジンが、北京や上海をはじめ沿岸部の各都市から内陸部へとシフトしていくなか、広東省の存在価値が相対的に希薄化した印象もあります。また、見栄やメンツを重んじる北方の消費者と異なり、常に値段と価値の合理性を追求する消費性向を持つ広東人。高級車やブランド品を盲目的に追いかけることがなく、一見おとなしめの消費現場のイメージが強いようにも思えます。

一方で、早くから経済成長した優位性もあり、他の都市や地域と比べ、明らかに個々の消費者のニーズが多様化。自分のこだわりのモノやサービスについては、とことん追求する傾向にあるのも事実です。また、アクセスが容易な香港やマカオに世界中から集まる最先端の商品やトレンド、消費環境を体験・享受する機会も多いでしょう。

そうしたバッグランドを土台とし、さらに中国固有の趣向やニーズが融合し、全く新しいコンセプトやデザインの商業施設やショップ、商品・サービスが続々と誕生。それらは“大量生産・大量消費”時代の画一化されたものではなく、多様化したニーズを見据えた個性溢れるものばかりで、広東省の各都市の至るところで斬新的なアイデア、チャレンジングな発想や企画の現場を目撃しました。

低成長を余儀なくされる日本や台湾が直面するように、売れない時代に“いかに売るか”が問われるようになった中国。政府も経済成長を投資から消費主導型へと推し進めていますが、政府主導ではなく消費者のニーズに基づくビジネス環境こそが、消費主導型経済のあるべき姿なのではないでしょうか。この意味において、次なる中国の経済成長もまた“広東発”になるかもしれないと、今回の視察を通してそう思えてなりません。(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 JUL&AUG (vol.46) 2017年8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

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

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！！



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