

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

地方都市まで広がる 中国コーヒー市場

ネット出前コーヒー店がスタバの脅威に

企業研究

驚異的スピードで店舗網を拡大 「ラッキンコーヒー」

18年中国消費シーンの新星現る

トレンド・ウォッチ

中国コーヒーデリバリー、 新旧チェーンが争奪

コーヒーにもネット出前旋風?

都市研究

“新一線級”トップは消費の都「成都」

中国都市商業魅力ランキング発表

中国コンビニ最前線レポート

大手プラットフォームと提携、 巻き返し図る日系コンビニ3社

コンビニも“宅配”が当たり前の時代に

都市別マーケティングレポート

茶館と網紅のマジック ～その③

シルバーライフと若者消費に手がかり

CHINA MARKET INSIGHT



2

巻頭特集

地方都市まで広がる 中国コーヒー市場

ネット出前コーヒー店がスタバの脅威に

10

企業研究

驚異的スピードで店舗網を拡大 「ラッキンコーヒー」

18年中国消費シーンの新星現る

18

トレンドウォッチ

中国コーヒーデリバリー、新旧チェーンが争奪 コーヒーにもネット出前旋風？

24

都市研究

“新一線級”トップは消費の都「成都」 中国都市商業魅力ランキング発表

32

小売・流通現場

中国コンビニ最前線レポート 大手プラットフォームと提携、 巻き返し図る日系コンビニ3社 コンビニも“宅配”が当たり前の時代に

34

都市別調査

茶館と網紅のマジック ～その③ シルバーライフと若者消費に手がかり

36

編集後記

巻頭特集

地方都市まで広がる中国 コーヒー市場

ネット出前コーヒー店がスタバの脅威に



昨今、中国でコーヒー市場が急成長している。

2017年、中国のコーヒー消費市場の規模は1000億元を突破し、成長率は15%に達した。すでに飽和状態に近い世界のコーヒー市場では、成長率が2%程度であるのに対し、中国市場は活気に満ち、巨大な潜在力を秘めている。

世界的なコーヒーチェーンの代表格である米系スターバックスコーヒーは、現在中国141都市で3300店近くを運営、中国コーヒー市場を牽引している。

近頃、目にする機会の増えた地場系「ラッキンコーヒー(Luckin Coffee: 瑞幸咖啡)」は、1年とごく短期間で1000店を超える店舗をオープン。瞬く間に英系コストコーヒーや香港系パシフィックコーヒー(Pacific Coffee: 太平洋珈琲)といった老舗を追い抜き、第二のコーヒーブランドとして定着しつつある。

ラッキンコーヒーはスマートフォン(スマホ)のアプリで注文し、商品を消費者に配達するスタイルを採用。強気のオフライン広告とスマホSNSの微信(ウィーチャット)を用いたプロモーションにより、中国コーヒー市場における「新小売(ニューリテール)」(※アリババが提唱した、リアルとネットを融合させたオムニ



スターバックスは現在中国で3300店近くを運営



急成長する中国コーヒー市場

チャネル概念)時代の幕を切つて落とした。まさに今、中国のコーヒー業界は激しい競争局面を迎えている。

**コーヒー消費は一人年5杯
まだ成長余力ある巨大な潜在力**

人民日報系サイトの統計によると、2017年の中国コーヒー業界の市場規模は1629億元に達したもよう。18年には2000億元を超える、20年には3000億元に達することが見込まれている。

また、グルメ生活関連クチコミアプリの「美団点評」研究院が公表し

た飲料業界の報告によると、16年の中国のコーヒーショップの数は10万店を突破しているという。

現在、中国の1人あたりの年間コーヒー消費量は5杯以下に過ぎない。これは世界の平均レベルを大きく下回っており、今後の発展の余地は非常に大きいといえる。

(表1…日米中のコーヒー豆輸入量及び
びコーヒー摂取量比較)

アメリカ、韓国、日本といったコーヒーの消費大国に比べ、中国のコーヒー消費量はまだまだ少ない。しかし、最近5年間の平均成長率は26.5%に達し、アメリカの2%、日本の

【表1】日米中のコーヒー豆輸入量及びコーヒー摂取量比較

国	コーヒー豆 輸入量 ※千袋(1袋=60kg)	10年間の 平均成長率%	2017年の 総人口	コーヒー年平均 摂取量(杯)
中国	2,087	15%	13.9億	5
アメリカ	28,838	2%	3.22億	400
日本	8,026	1%	1.28億	360

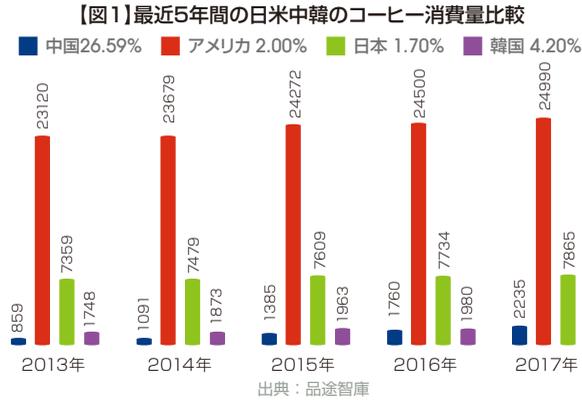
出典:品途智库



2016年、中国におけるコーヒーショップの数は10万店を突破

1.7%、韓国の4.2%を大きく上回っている。中国市場のコーヒー需要はまだ飽和には程遠いといえる。

(図1：最近5年間の日米中韓のコーヒー消費量比較)



**中国最大のコーヒー産地雲南
ネスレ、スタバも普洱で調達**

雲南省は中国最大のコーヒー豆栽培及び輸出基地だ。雲南コーヒー交易中心では2017年に6万トンの近い取引が行われ、取引額は15億元超に上った。

昆明税関の統計によると、17年1～10月期、雲南省のコーヒー豆輸出品は4.45万トン、金額で12.7億

元に達している。これは全国のコーヒー豆輸出品額の57.6%を占める。



市場調査会社「智研諮詢」が公表した「2017～2022年中国コーヒー市場分析・予測及び将来の展望報告」によると、雲南省産の小粒コーヒーは世界でも高い評価を得ている。なかでもその大半を占めるのが普洱（プーアル）コーヒーだ。

現在、茶葉でも有名な普洱にあるコーヒーの栽培面積は78.9万ムー、生産量は5.86万トンで、どちらも中国全体の50%以上を占めている。毎年生産量の半分以上がヨーロッパや日本、アメリカといった先進国に輸出され、年間輸出品額は4000万ドルを超える。

云南小粒咖啡速溶 三合一 特产北里杨布茶装咖啡粉冲饮料100g 袋装

现价 **¥9.90** 18 26
 零售 零售 零售
 优惠 **立减 优惠券** 20元立减优惠券, 满598元可用 领券
立减 优惠券 10元立减优惠券, 满328元可用 领券

地址 云南昆明 上海 * 快递 ¥8.00 *

数量 1 (每箱100件)

立即购买 加入购物车

支付 支付宝 微信支付 银联支付

物流 顺丰速运 德邦物流 京东物流



中国珈琲産業知名示範区と国のコーヒー検査重点実験室はどちらも普洱市に置かれている。またヴォルカ（Volcane）、愛妮庄園、漫崖など地場系コーヒー豆メーカーがコーヒーの焙煎などの工程をここでやっている。また、ネスレ、スタバックスといった世界的コーヒー企業も普洱に調達部門を置いている。

国内では雲南省のほか、海南省と福建省でもコーヒーを生産している。

**消費昇級トレンドを背景に
輸入高級コーヒー豆の売上増**

輸入については、2015年に一度激減して以降、ここ4年は増加傾向が続いている。17年1～11月期のコーヒー輸入量は11万トン。市場調査会社QYRは、20年に12.4万トンに達すると見込んでいる。

アメリカや日本では、60キログラム入りコーヒー豆の輸入量について、10年間の平均成長率が2%以下なのにに対し、韓国はここ数年、コーヒー輸入量が一定の伸びを保っている。しかし、これも中国の成長率には遠く及ばない。

(図2：2014～2017年日米中韓のコーヒー豆輸入量比較)

(図3：2014～2017年日米中韓のコーヒー豆輸入量の伸び)



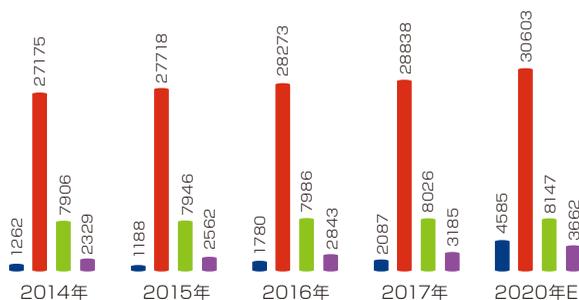
【図3】2014-2017年日米中韓コーヒー豆輸入量の伸び



出典：品途智库

【図2】2014-2017年日米中韓コーヒー豆輸入量比較

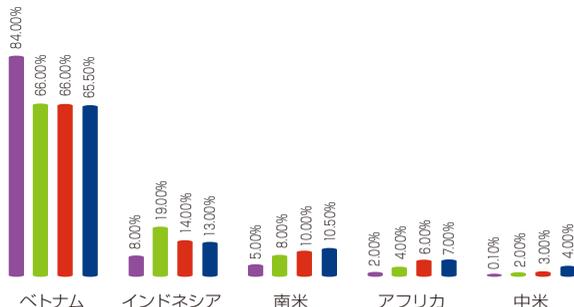
単位：千袋 (1袋=60kg) ■ 中国 ■ アメリカ ■ 日本 ■ 韓国



出典：品途智库

【図4】最近10年間の地域別コーヒー豆輸入量比較

■ 2007-2011年 ■ 2012-2015年 ■ 2016年 ■ 2017年



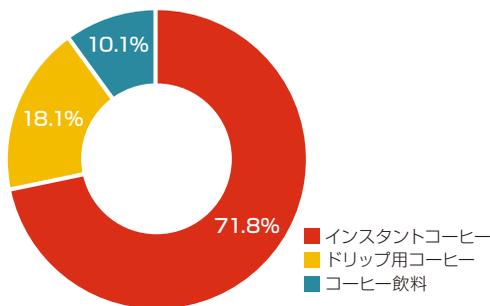
出典：品途智库

（図4）最近10年間の地域別コーヒー豆輸入量比較

中国のコーヒー市場規模拡大に伴い、高級コーヒー豆の需要が高まっている。現在はインドネシアやベトナムから輸入する低価格の豆が全体の6割以上を占めているが、中南米やアフリカなどからの輸入量も10年前の10%以下から20%近くまで増えている。

価格面でも、市場調査会社QYRの統計では、2014～20年のコーヒー豆の輸入額の平均成長率が9.6%に達し、割高でもより良いモノを求める「消費昇級（アップグレード）」トレンドが顕著に表れている。

【図5】中国のコーヒー消費市場シェア



出典：中国産業研究院



インスタントコーヒーはコーヒー消費市場の72%を占めた

（図5）中国のコーヒー消費市場シェア

**インスタントが大多数
ドリップ用も急成長**

2017年の中国のコーヒー消費は25万トン近くに達している。中国産業研究院の統計によると、インスタントコーヒーの割合が最も多く72%を占めた。以下、ドリップ用コーヒー18%、コーヒー飲料10%と続く。

【表2】中国の主なインスタントコーヒーブランド

ブランド	本社所在地	産地	平均価格 (元/500g)
ネスレ	スイス	中国	30
マックスウェル	アメリカ	中国	32
春光	中国	中国	20
後谷	中国	中国	20
雲南小粒咖啡	中国	中国	15
スターバックスVIA	アメリカ	輸入	500
UCC	日本	輸入	300
Grandeo	ドイツ	輸入	300
捷栄	香港	輸入	50

出典：公開データより作成

（表2）中国の主なインスタントコーヒーブランド

輸入ブランドではスターバックス、UCC、ドイツの格蘭特(Grandeo)も比較的健闘している。



ネスレは大眾コーヒー市場を独占

インスタントコーヒーでは、ネスレのシェアが最も大きい。市場調査会社ユーロモニターの統計によると、2017年のネスレのインスタントコーヒー市場シェアは72.3%に達し、一般大衆市場をほぼ独占している。



新小売コーヒーの代表格「ラッキンコーヒー」

企業研究 Luckin coffee

驚異的スピードで 店舗網を拡大 「ラッキンコーヒー」

18年中国消費シーンの新星現る

2018年の中国消費現場を最も盛り上げた新星(ニュースター)は、間違いなく「ラッキンコーヒー」(Luckin Coffee: 瑞幸咖啡)だろう。

ネットとリアルを融合したオムニチャネル概念の「新小売(ニューリテール)」を、コーヒービジネスに取り入れた先駆者の存在の地場系コーヒーチェーンブランド、ラッキンコーヒー。登場とともに驚くべき勢いで、一線二線級都市のホワイトカラー層に浸透した。

年初、オフィスビルやマンションなどあちこちのエレベーターで、「这一杯、誰不愛?(この一杯、嫌いな人はいないよね?)」というラッキンコーヒーのキャッチコピーを目にするようになった。

洗練されたイメージで人気の映

画俳優、チャン・チェン(張震)とタン・ウェイ(湯唯)が、同社のコーヒーを手にして問いかけるこの広告は、ハイブランドなイメージを演出。大量の広告展開により、多くの人の好奇心を呼び起こした。

ラッキンコーヒーの店舗を多く見かけるようになると同時に、ス





全国21都市に1400店を展開、中国第三のコーヒーチェーンに



「最初の1杯無料」キャンペーンは大成功

スマートフォン（スマホ）SNSの微信（ウィーチャット）の朋友圈（モーメント）にも大量の広告投入が始まった。

「最初の1杯無料」キャンペーンに惹かれ、多くのユーザーがアプリをダウンロード。無料のコーヒーを求めて最寄りの店舗に殺到、ある意味「社会現象」といっても過言ではない現象を生み出した。

1年で1400店超オープン 新小売コーヒーが大躍進

ラッキンコーヒーは2018年1月にテスト営業を開始、その後5月8日に正式にオープンした。

現在（18年10月末時点）、北京、上海、広州、西安、青島など全国21都市に1400店あまりを展開、瞬く間に中国国内第二のコーヒーチェーンに成長した。

ラッキンコーヒーが登場する前に、中国のコーヒーチェーンの頂点に立っていたのはスターバックスコーヒーと COSTA コーヒーだった。

両社の店舗数は、現在それぞれ約3200店と4200店。ここまですべてのスターバックスは19年、コストは12年の時間を費やしている。

これに比べて、ラッキンコーヒーの店舗網拡大は想像を絶するスピードで、常軌を逸しているといってもいいほどだ。

出店スピードだけではない。ラッキンコーヒーがさらに注目に値するのは、同店の経営モデルが「新小売（ニューリテール）」をコンセプトにしている点だろう。

スターバックスなど従来型のコーヒーショップが店内に座席を設け、コーヒーを楽しみながらくつろぐ空間を演出しているのに対し、ラッキンコーヒーは持ち帰りとネット出前（デリバリー）のみ。



ラッキンコーヒーは持ち帰りとネット出前のみ

注文から決済、商品の配送・受取まですべてアプリ上で処理。ネットとリアル融合の特徴とする「新小売」モデルを、そのまま体現している。商品、価格、利便性を最適化、コストパフォーマンスに優れた良質のコーヒーを手軽に楽しめるようにしたのが、その強みとなっている。

以下では、この「新小売」モデルで注目のラッキンコーヒーについて具体的にみていくことにしよう。

アプリがオペレーションの核 二杯無料で消費者にアピール

まず、市場のポジションニングから見てみよう。

「新小売」の要素が満載のラッキンコーヒーだが、その主な顧客層はホワイトカラーと若年消費者。宣伝から実際の販売まで、オペレーションはすべてアプリを通して行っている。



主な顧客層はホワイトカラーと若年消費者

このため、当初の課題となったのは、いかに消費者にアプリをダウンロードさせるかだった。そこで、ラッキンコーヒーは「ハイリターン」戦略を採用。つまり、アプリをダウンロードして会員登録すると、無料でコーヒーを贈呈するキャンペーンを実施。結果的に多くの顧客獲得に成功した。



アプリはラッキンコーヒー運営の鍵



スターバックスもコーヒーのネット出前サービスを開始。写真はスターバックスの上海旗艦店

トレンド・ウォッチ コーヒー出前サービス

中国コーヒーデリバリー、 新旧チェーンが争奪

コーヒーにもネット出前旋風？

コーヒー消費が全土隅々にまで広がり、成熟しつつある中国。

筆者が2004年に上海に移り住んだ頃は、台湾系の「上島珈琲（UBC珈琲）」が浦東の自宅近くにある程度。市内にまだ数軒しかなかったスターバックスコーヒーを求めて、同僚とさまよった記憶が新しい。

それがほんの十数年で、上海など大都市どころか内陸の地方都市でも、スターバックスはじめ多くのコーヒーショップを目にするのが当たり前となった。

その急成長するコーヒー市場で、18年に特に注目に値するのがコーヒーの「ネット出前（デリバリー）」だ。16年ごろから一気に広まった「餓了麼」や「美团外卖」などネット出前（フードデリバリー）アプリのブームに乗り、コーヒーもネット出前サービスが若者たちの間で人気を集めている。



ネット出前（フードデリバリー）は、今や中国人の日常生活に浸透

コーヒーの出前サービスと聞いてまず思い浮かぶのは、18年に入り勢い目覚ましい「ラッキンコーヒー（Luckin Coffee・瑞幸咖啡）」だろう。（※詳細は今号10ページをご参照）しかし実は、コーヒー専門のネット出前サービスを始めたのは、ラッキンコーヒーではない。15年に運営をスタートした「コーヒーボックス（Coffee Box・連珈琲）」だ。

コーヒーボックスの後、大手コーヒーチェーン店の英系コストアコーヒーもネット出前サービスに参入。美团外卖や餓了麼などネット出前アプリでの販売を開始した。



コーヒーのネット出前サービスを中国で初めてスタートさせた「コーヒーボックス(連珈琲)」

同年9月には、マクドナルド傘下のマックカフェも、同じくネット出前アプリの百度外卖(17年8月に餓了麼が買収)と提携して参入、香港系のパシフィックコーヒー(太平洋珈琲)も17年に出前サービスを開始した。

2018年には、ラッキンコーヒーが華々しく登場。コスタを超え、二気にスターバックスに次ぐ第2の店舗網を有するコーヒーブランドに成長した。

スターバックスもこれを迎え撃つ形で、アリババとの戦略提携を発表。アリババ傘下のネット出前プラットフォーム「餓了麼」を活用したネット出前サービス「専星送」をスタート。スターバックスがネット出前サービスを行うのは、中国が世界初となった。

マックカフェも、同年10月にスマートフォン(スマホ)SNSの微信(ウィーチャット)内のミニプログラム(小程序)を利用したネット出前サービス「i麦珈琲外送」を導入。まずは上海でスタートした。



このように新興チェーンブランドだけでなく、既存の大手チェーン店もネット出前というパイの争奪戦に躍起となるなど、中国のネット出前コーヒー市場は、今まさに「戦国時代」の様相を呈している。

（表1）主なコーヒーチェーンのネット出前サービス

ブランド	開始時期	プラットフォーム
コーヒーボックス(連珈琲)	2015年	餓了麼、美团外卖、微信ミニプログラム
コスタコーヒー	2015年	餓了麼、美团外卖
パシフィックコーヒー(太平洋珈琲)	2017年	餓了麼、美团外卖
ラッキンコーヒー(瑞幸咖啡)	2018年	自社アプリ、微信ミニプログラム
スターバックス	2018年	自社アプリ、餓了麼
マックカフェ	2015年 2018年	百度外卖(2015年) 微信ミニプログラム、餓了麼、美团外卖(2018年)

出典:公開データより作成

中国出前コーヒーの始祖
コーヒーボックス(連珈琲)

コーヒーボックス(連珈琲)は、2014年設立。当初はスターバックスやコスタなど大手コーヒーチェーンの配達を請負う企業だった。15年に業態を変更。自社ブランドを立ち上げ、「コーヒーボックス」として、ネット出前(デリバリー)サービスをスタートした。

提供する的是出前サービスオンリー。店内は座席がなく、キッチンスペースのみ。インターネットを活用し、注文やマーケティングはすべて微信(ウィーチャット)のオフィシャルアカウントとミニプログラム(小程序)で完結する。自社アプリはまだない。



コーヒーボックスの美店舗の様子



コーヒーボックスの微信(ウィーチャット)ミニプログラム(小程序)

2018年7月時点で、北京、上海、広州、深圳の人気商圈を中心に200店をオープン。ユーザー数は300万人超、1日の注文数は10万件を超える。

17年の双11(11月11日・独身の日)セールでは、30万杯を売り上げた。これはスターバックス1000店の1日の売上に相当する。

豊富な商品ラインナップ
ギフトのような配達ボックス

クオリティに重点を置くラッキンコーヒーに比べ、コーヒーボックスのウリは、次々と展開する新商品の豊富さといえる。

一般的なアメリカン、ラテ、モカなどのほか、防弾コーヒー、ローズラテ、オレンジラテなど、奇をてらったメニューも発売。モヒート、シェイクといったコーヒー以外の飲料も扱い、新しいモノ好きの若者の好奇心を刺激している。

配達される商品は、再生紙で作られた美しいボックスに収められ



上海は北京を抜き、一線級都市のトップになった

都市研究

「新一線級」トップは消費の都「成都」

中国都市商業魅力ランキング発表

中国で特定の都市を話題にする際、その経済発展力や位置づけを理解する上で欠かせないのが「級」によるランク付けだ。例えば上海は二線級都市であり、福建省の廈門（アモイ）は二線級都市に属している。



上海は一線級都市の代表格



三線級都市の廈門

実は、この級には正式な基準があるわけではなく、どの都市がどの級に属するかについては、意見が分かれる部分もある。しかしながら、中国経済専門メディア大手の第「財經」の新「線都市研究所」が公表している「中国都市商業魅力ランキング」は、最も権威あるランク付けの基準として注目に値する。

同ランキングは2013年にスタート。商業リソースの集中度や、都市のハブ機能、居住者のアクティビティ、ライフスタイルの多様化、そして将来的な発展性の5つの基準を元に、全国の地級以上の都市をランク付けしている。

区分は上から二線級、新一線級、二線級、三線級、四線級、そして五線級となっている。

（図1）中国都市商業魅力ランキングの指標

【表1】2018中国都市商業魅力ランキング
一線～三線級都市リスト

一線級都市:4都市

上海、北京、深圳、広州

新一線級都市:15都市

成都、杭州、重慶、武漢、蘇州、西安、天津、南京、鄭州、長沙、瀋陽、青島、寧波、東莞、無錫

二線級都市:30都市

昆明、大連、廈門、合肥、佛山、福州、ハルビン、濟南、温州、長春、石家荘、常州、泉州、南寧、貴陽、南昌、南通、金華、徐州、太原、嘉興、煙台、惠州、保定、台州、中山、紹興、ウルムチ、濰坊、蘭州

三線級都市:70都市

珠海、鎮江、海口、揚州、臨沂、洛陽、唐山、呼和浩特、塩城、汕頭、廊坊、泰州、濟寧、湖州、江門、銀川、淄博、邯鄲、芜湖、漳州、綿陽、桂林、三亜、遵義、咸陽、上饒、莆田、宜昌、贛州、淮安、揭陽、滄州、商丘、連雲港、柳州、岳陽、信陽、株洲、衡陽、襄陽、南陽、威海、湛江、包頭、鞍山、九江、大慶、許昌、新郷、寧徳、西寧、宿遷、荷澤、蚌埠、邢台、銅陵、阜陽、荊州、駐馬店、湘潭、滁州、肇慶、徳陽、曲靖、秦皇島、潮州、吉林、常德、宜春、黄岡

出典:2018中国都市商業魅力ランキング

2018年の「中国都市商業魅力ランキング」は、170ブランドの商業データ、19のインターネット企業のユーザーデータ、データ機関の各都市のビッグデータを元に、中国国内338都市に対するランク付けを行っている。

ランキングには4つの一線級都市、15の新一線級都市、30の二線級都市、70の三線級都市に属している。

【図1】中国都市商業魅力ランキング算出基準

- 商業リソース集中度 × 0.25 ●
- 都市ハブ機能 × 0.20 ●
- 居住者アクティブ度 × 0.17 ●
- ライフスタイル多様性 × 0.18 ●
- 将来的な発展性 × 0.20 ●

出典：2018 中国都市商業魅力ランキング

市、70の三線級都市、90の四線級都市、そして129の五線級都市が含まれる。



珠海などの70都市は三線級都市に属している

特に、一線級と新一線級都市のランキングで、大きな変化が見られた。これは都市発展の状況変化の激しさや、地域発展の重心の移り変わりを反映したものと見える。

(表1・2018中国都市商業魅力ランキング「一線～三線級都市リスト」)

【二線級都市】
ランキングに異変が：
「北上広深」から「上北深広」に

まず、誰もが知る一線級都市のランキング。長く北京、上海、広州、深圳の順だったのが、上海、北京、深圳、広州の順となっている。中国人の間で広く使われ固有名詞化さえしている「北上広深」という言葉も、今後は「上北深広」に直すべきかもしれない。

各都市の指数は上海(188.55)、北京(186.62)、深圳(119.97)、広州(119.67)の順。

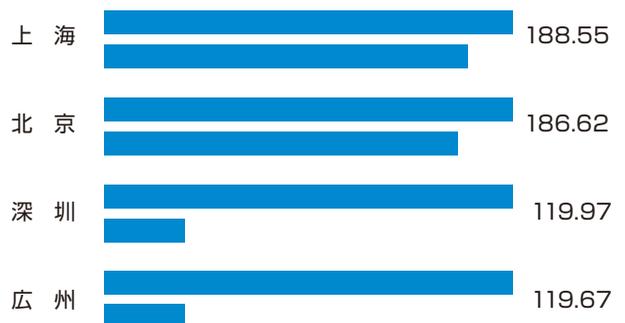
過去二位に立ち続けていた北京は、人材アピール度やイノベーションレベルに代表される将来の発展性部門で依然として1位に輝いているが、その他は全て上海の後塵を拝している。

【図2】二線級都市ランキング



若者が集まる北京三里屯

【図2】一線級都市ランキング



出典：2018 中国都市商業魅力ランキング

深圳は、広州を抜いて第三位となった。特許の数で例年トップに立っているほか、GDPでも2017年に2兆元を突破、広州を追い抜いた。



深センは広州を抜いて一線級都市の第三位となった。



「近くて便利」をウリにするコンビニも、中国「出前・宅配(デリバリー)」の荒波に逆らえず



京東到家、美团外卖、饿了么の大手ネット出前(宅配)プラットフォームに対応

中国電子商取引(ＥＣ)大手の京東(ＪＤドットコム)傘下で、各地のスーパーやレストランなどと提携し、食品からクリーニングなどといった生活に関する様々な品物やサービスを宅配するプラットフォーム「京東



1時間以内の配送をアピールするファミマの「京東到家」広告

到家」が、ファミリーマート(中国語名…全家、以下ファミマ)との提携を発表した。北京、上海、深圳、成都などの都市で212店舗が京東到家に出店。一部店舗では、24時間配送にも対応している。

中国コンビニ最前線レポート

大手プラットフォームと提携、巻き返し図る

日系コンビニ3社

コンビニも、宅配が当たり前の時代に



シルバーライフと 若者消費に手がかり

儉約家で理性的な消費行動の目立つ70後から一転、80後以降の世代は90後、95後、00後と世代が新しくなるほど、消費行動に自己表現の側面が強くなっている。

例えば90後は、北京大学市場・メディア研究センターの研究結果によると77.3%が自分の好き嫌いを判断基準に買物をしている。RET睿意徳の報告でも、90後の半数以上が「好み」を優先して消費し、価格等の重要度は低い。越境ECプラットフォーム大手の網易考拉が公表した「2017生活進化白書」によると90後の約7割が世

間で人気の商品ではなく個性的なマイナーブランドを好きと回答している。

これが95後になると、フランスの女性誌「マリ・クレール」の関連統計では、SNSに自分がつくったコンテンツをシェアした経験を持つ人の比率は、80後と90後の65%に対し95後は73%にのぼる。企鵝智库の調査でも、購入商品をネット上で紹介・コメント評価した比率は95前の47%に対し95後は50%、友人と情報をシェアした割合では95前の26%に対し95後は36%と高い。より能動的なアクションが増え、自己表現に積極的になっている。

さらに00後は、オグルヴィ&メイザーの「00後研究報告」によるとブランドに対する忠誠度が90後より10%低く、アイドルの使うブランドや流行、ネットで人気のブランド等の変化に伴い、好きなブランドもめまぐるしく移り変わる。好んで購入しているジャンルは、自身の趣味を誇示しやすいスマホや衣服、アイドル関連商品などだ。

「コミュニティ型」「チーム型」の老後ライフを求める高齢層と、若年層ほど自己表現欲が強くなる世代間消費、これらの変化を総括すると、中国社会の下記の変化が読み取れる。

「自分&自分たちの世界」を求める心が強まっている。

視覚的魅力の“正体”

以上を踏まえて、新型ティーハウスと網紅店に目を戻そう。

友達に「いいね！」を押してもらうことが喜び——そのために長時間行列に並んでもメッセージ性



網紅グルメはティーハウスだけではない。英国BBC放送でも紹介された「阿大葱油餅」は、昔ながらの上海ムードも行列を呼ぶ人気に

に富んだ網紅店を利用する——店内空間はもとよりインテリアやお洒落なテーブルなど、ちょっとした魅力までもシェアする——こうした行動からは、「自分の感性と合う環境を伝えたい＝間接的に“自分の世界”を主張したい」→“自分の世界”に共鳴し合う仲間を見つけない」→「それによって、(他者と違う)自分たちの世界に没入したい」との心理が透けて見える。

大きさに言えば「異世界」であり、スチームパンク、“良いお茶には歐風ブレッド”、音楽館など、世界観を打ち出した演出が人気の秘密といえる。

ではなぜ今「異世界」が求められているのか？

(分析連携：BizCHINA編集長 石原達也)



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

都市別マーケティングレポート

89



「チーム型」老後ライフが新しいコンセプトに

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>

自らの個性とマッチするブランド・メッセージを見つけるやSNSでシェアし、「いいね！」を押されることに喜びを感じる消費者たちと、その心理を巧みに捉えて集客するSNS人気店“網紅店”——では、SNS人気店“網紅店”に共通する魅力と、消費者を“「いいね！」集め”に駆り立てるものは何か？ その手掛かりは、シルバー世代や若年層のライフスタイルの変化にあった。

活動に積極的で、ボランティアにも精力的に取り組んでいる。

この調査結果から、これからの高齢者の多くは「コミュニティ型」の生活を望んでいるといえる。一方、「チーム型」も新しい老後ライフのコンセプトとなっている。仲の良い友人と郊外や田舎に居住し、互いに健康や精神状態を気遣うというものだ。

自己表現としての消費

シルバー世代の変化と並行して、若年層にも先鋭化している特徴がある。幼少期に貧しい生活を送り、

コミュニティ&チーム

「養児防老(老後のために子供を育てる)」は中国の伝統的な家族概念で、子供が親の面倒を見るのは当然と考えられてきた。しかしこうした概念も変化し始めている。新たにシルバー世代に入りつつある50後と60後は社会への参加意

識が高く、退職後も社会との関係を絶つことなく国内問題や国際情勢にも関心を持ちつづけている。

ある調査によると、セカンドライフの楽しみに「旅行」を挙げた人が最も多く、中でも海外旅行の人気の高い。自身の存在価値を示す欲求も強く、退職後も地域でのサービス活動や高齢者のグループ

編集後記

今回の特集は中国のコーヒー事情を取り上げました。2004年に上海に移り住んだ頃は、街中でカフェを探すのすら一苦勞。浦東の自宅近くに台湾系の上島珈琲（UBCコーヒー）があった程度で、スターバックスコーヒーもまだ市内に数軒程度だった記憶があります。

その後、スターバックスが店舗網を拡げていく中、英系コスタコーヒーや香港系パシフィックコーヒー（太平洋珈琲）も参入。14年頃には、カフェベネ（caffè bene）やZOO COFFEEなど韓国系カフェブームもあり、中国全土でコーヒーを飲む習慣が一気に広がりました。

中国各都市の消費現場を視察に訪れていますが、12年頃はまだ合肥（安徽省）や鄭州（河南省）など内陸の省都では、スターバックスなどの大手カフェチェーンが未進出の状況。日本からのドリップバッグと魔法瓶が携帯必需品でした。都市やモールを視察する際にも、スターバックスの出店の有無が当地の消費レベルを推し量る「試金石」にもなっていました。

それが今やほとんどの主要都市の至るところにスターバックスがあり、どの店も多くの客で賑わっています。1999年に北京で第1号店をオープンして以来、19年間で141都市に3300店舗を展開するまで拡大した同社は、中国の「カフェ文化」を築いた最大の功労者ともいえるでしょう。

もはや「向かうところ敵なし」状態のスターバックスですが、今年8月にアリババと提携して「新小売（ニューリテール）」カフェを始めるとのニュースが飛び込んできました。アリババ傘下のネット出前（フードデリバリー）サービス「餓了麼」と組んで、アプリで注文・配送をすること。

すでに餓了麼や美团外売アプリから、スターバックスのコーヒーをオーダーできていましたし、別にわざわざ大々的に発表する必要がどこにあるのだろうと不思議がっていたのですが、実はその裏には同社が直面する「脅威」がありました。

その正体は「ラッキンコーヒー」。18年に入り、エレベーター広告などで頻繁に目にした新興カフェチェーン。まさに新小売を体現した「ネット出前カフェ」なのですが、同社がいかにしてスターバックスの危機感を煽るほどの存在にまで登りつめたのか。詳細について調査・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、日経MJ（流通新聞）でコラム「中国&アジア商売見聞録」（2013～18年掲載）、『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20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 2018 October (vol.58) 2018年10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

© 2018 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可能対象サイトロングリスト作成

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

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円(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後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!!



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