

海外便り

上海

2022.3+4

進化し続ける上海の リテールテック企業

北陸銀行 上海駐在員事務所
所長

清水 賢一



飲料業界に特化するリテールテック企業「零眸智能科技」の
AI活用イメージ（写真は「図虫撮影網」提供）

はじめに

2021年11月に「中国贅沢品市場が2割成長へ」という報道がなされました。インターネットサービス大手のテンセント系調査会社と米・ボストンコンサルティング・グループ（BCG）の調査によるもので、コロナ禍で海外旅行に行けないため一部消費が国内に戻り、加えて中国市場・小売分野の環境改善により贅沢品を購入する流れが生み出されているというものです。

贅沢品の購入が増加した理由についてのアンケート結果を見ると、「購入方法の利便性向上」、「豊富な品ぞろえとサービスの向上」、「自身へのご褒美・楽しみのため」、「商品に対する信頼性の向上」などの回答が上位を占めています。外資企業の中国進出増加や市場競争の激化に伴い、「中国小売業者によるサービス強化」や「購入者の視点に立った購入条件の改善」、「中国における消費に対する考え方の変化」も押し上げ要因であると分析されています。

実際の小売店などではどのような「購入方法の利便性」や「サービスの向上」「信頼性向上」が見られるのか、実際に展開されている上海での様子をご紹介します。

1. 小売店でのサービス向上事例

(1) 試し放題の化粧品販売

ONLY WRITE（中国名：独写）は、「美容部員がいない」「商品試し放題」などの特徴がある化粧品小売チェーン。デジタル化にも注力しており、商品購入はQRコードをスキャンするスタイルで、倉庫一体型店舗と独自の商品構成も特徴です。公式アカウントやSNSコミュニティの運営により、ユーザーと共同で商品開発をする仕組みも

構築。「商品試し放題」は、「試してから購入したい」という消費者の需要を満足させるだけでなく、試供利用のデータ収集も可能となっており、セグメンテーションやデータの蓄積を通じてきめ細かな商品提供に繋がっていると言われています。



「ONLY WRITE（中国名：独写）」の店内

(2) 自販機で有料サンプルを販売

「天猫U先」は、ブランド品や日用品などのサンプルを自販機にて有料販売しており、この自販機は「ブランド商品」と「消費者」をつなぐプラットフォームとして百貨店などに比較的多く設置されています。取り扱う商品は、コスメ商品に加え、食品や日用品、マタニティー、ベビー用品など幅広く、価格も2元（36円）から高くても10元（180円）ほどと、いち早く新しい商品を試すことが可能となります。

また、この仕組みは「ブランド単独でのマーケティングでは、予算が高くその割にリターンは低い」という商品供給側のデメリットを補うとともに、マーケティングを手掛けるうえでも格好の宣伝機会の提供にもつながっているようです。



百貨店に設置されている「天猫U先」の有料サンプル自販機

(3) 優奢易拍 (usheyipai) ブランド鑑定

中国では中古ブランド品の市場が活況を呈し、高級時計やジュエリーなど中古品市場の規模はすでに世界第3位にまで成長しています。市場規模の拡大に伴い、偽ブランド品に対する警戒心も高まっており、70%以上の消費者が「偽物をつかまされる」という不安を持っているとの調査結果もでています。中古ブランド品を安心して購入できる仕組み作りのため、中古ブランド品・販売各社では「AI鑑定」を導入して偽物を排除する体制を構築。「AI鑑定の精度は99%に達しており、人の眼によるダブルチェックで限りなく100%に近づけている」という動きも報道されております。

2. 新たな消費主力世代の台頭

現在の中国では1990年代生まれ、通称「90後 (ジョウリンホウ)」が贅沢品消費の主力世代とされ、消費者全体の50%を占めているとも言われています。

消費層区分	年間消費額	消費者全体	うち90後
ライト層	100万円未満	34%	19%
ミドル層	100～500万円未満	55%	26%
ヘビー層	500万円以上	11%	5%

出所：テンセント・BCG

女性のみならず男性のブランド志向が高いのも特徴で、商品購入時には「ブランド商品の体験イベントが購入のきっかけになる」との声を取り入れた小売展開が多く見られています。

3. 中国政府の支援・取り組み

中国商務省は2021年10月に電子取引 (EC) の発展計画 (第14次5カ年計画) を発表。

この計画では「2025年までにオンライン取引による消費をけん引し、デジタル化された高品質な生

活スタイルの形成につなげる」との目標が示されました。企業のイノベーション能力を高めるよう促し、中でもビッグデータの活用やVR (仮想現実)、AR (拡張現実) の導入・発展など、政府も積極的に支援していく方針が見られます。

	2020年実績	2025年目標
EC取引額	37兆2,000億元 (約670兆円)	46兆元 (約828兆円)
うち越境EC	1兆6,900億元 (約30兆円)	2兆5,000億元 (約45兆円)
日本のEC取引	約19兆円 (2019年) 通産省発表	

最後に

2021年の中国における流行語に「メタバース (中国語：宇宙元)」という言葉がありました。2021年12月27日には中国の検索エンジン大手「百度」が独自に開発した仮想空間を公開。スマートフォンなどの専用アプリでアバター (分身) を通じて空間内部で別の利用者と交流することが可能で、10万人が同時に利用できるなどと話題満載です。すでに政府機関では仮想空間を都市政策に活用する動きや、コンサルティング会社ではメタバースを使った支援を開始する動きもあります。



百度による仮想空間「メタバース」公開
＜2021年12月27日＞ HPより

今では主流となっているライブコマースによる情報発信も、VRを活用したより立体感・臨場感のあるものに加え、今後は仮想空間における展示会の開催なども予想されています。最新のデジタル技術を活用した上海の「リテールテック企業」は、さらなる技術革新を進めるとともに、新たな世代の消費ゾーンへの対応や積極的な政府支援策により、ますます魅力あるサービスへと進化・発展していく様相です。

上海駐在員事務所でも、商談案内や顧客紹介に加え、新たなサポート体制を整えアフターコロナのニーズに対応していきたいと思えます。