



## トレンドセンシング

---

### 1. 食・飲料

- ・「舌で味わう中国」のヒットを皮切りに、TV発グルメブームが広がる。
- ・食品・薬品関連情報を発表する公式アプリがリリース

### 2. 美容・健康

- ・「万病に効く神薬」、中国でブームの納豆サプリ、専門家は誇大広告に注意呼びかけ
- ・結婚指輪のために手の整形手術をする女性が増加

### 3. 家電・IT

- ・中国のネット通販市場が31兆円を記録、2014年は世界一に躍進か
- ・混乱する中国の空気清浄機市場、日本メーカーが好調をキープ

### 4. 流通・サービス

- ・広東チェーンストア売上番付 コンビニが首位に
- ・中国で「韓流ウェディング」がブームに

### 5. 家庭用品

- ・輸入粉ミルクに厳格な中国が、さらに厳しく
- ・映画館・カラオケ・ゲームセンターの景況マンモス市場

**Sampleのため、各カテゴリーの記事見本を掲載。**  
**実際のレポートは、リクエストされたカテゴリーに関する記事のみで構成されます。**



## 中国

## 食・飲料



※画像はイメージです

### 日本のドラマ「深夜食堂」も人気

2014年6月9日、中国中央テレビ局(CCTV)のグルメ番組「舌で味わう中国2」の人気が高まるにつれ、グルメ番組が再び巻き起こっている。そんな中、中国の動画共有サイト「土豆網」は、中国のソーシャルネットワークサービス「豆[辛瓜辛]」で9.1ポイントの高評価を得ている日本のドラマ「深夜食堂」第1シリーズ(2009年)と第2シリーズ(11年)を、独占配信している。深夜枠(24:29 - 24:59)で放送されたこの人間ドラマは、都市で生活する人にとって、心をほっこりさせてくれる、癒しの作品だ。新東報が報じた。

中国では、人々の生活のリズムが速くなり、競争も日に日に激化。大都市に住む人々は大きなストレスを抱えるようになっている。そして、深夜枠で放送されるドラマに「癒し」を求めるホワイトカラーも増加している。夜に本当の自分を見つめ、日中のストレスから解放されることを望んでいるのだ。そんな都市で生活する人のニーズに込められているのが「深夜食堂」で、孤独な都市の人々にとってホッとすることになっている。生活のリズムの早い現在、深夜枠のドラマがサラリーマンにとって、効果的なストレス解消の手段の1つとなり、高い視聴率を誇るようになっている。

「人民網」2014年6月12日

### 食品・薬品関連情報を発表する公式アプリがリリース

中国国家食品薬品監督管理総局の公式アプリがこのほどリリースされた。これを無料ダウンロードすれば、スマートフォンで同局のウェブサイトが発表した情報を閲覧し、食品・薬品に関連する基礎的なデータをいつでもどこでも調べることができ、各種許可項目の進捗を手軽に把握できるようになる。また、悪質行為に関するコーナーを閲覧すれば、どのような食品・薬品問題が発見されたかを理解でき、騙されずに済む。京華時報が伝えた。

アンドロイド版、iOS版のユーザーは、同局のウェブサイト上で二次元コードをスキャンするか、サイト内で「国家食薬監管(CFDA)」のアイコン(青色)をタップしアプリをダウンロードすればよい。同アプリには27の機能があり、個性化されたインターフェイスを作成できる。

すべてのページの左上には微博(ウェイボー)、微信(WeChat)などのインスタントメッセージのマークがあり、これをタップすることで、興味のある内容をすぐに共有できる。

データ検索機能は同アプリの注目点で、基礎データの問い合わせ(食品生産企業、国産健康食品、輸入健康食品、国産薬品、輸入薬、国産医療機器、輸入医療機器、国産化粧品、輸入化粧品など)を提供する。企業名や登録番号などのキーワードを入力し検索すれば、関連情報が一瞬にして大量のデータから抽出される。

「人民網」2014年6月6日





## 中国

## 美容・健康



Sensing Asia

Online Micro Consulting Service

### 「万病に効く神薬」、中国でブームの納豆サプリ、専門家は誇大広告に注意呼びかけ

2014年6月2日、羊城晩報は、中国のインターネット上で、ナットウキナーゼ配合の健康サプリが「万病に効く神の薬」と持ちあげられ人気だと伝えた。

「納豆、日本人の長寿の秘訣」「納豆、心血管・脳血管疾患の“天敵”」。

日本の納豆に由来する健康食品が中国のネット上で売り上げを伸ばし、「万病に効く」と宣伝するものまである。広州市に住む高齢女性は今年3月、高血圧に効くとの知人の紹介で、納豆ペプチドサプリ10箱を3200元（約5万2000円）で購入した。この女性は病院の処方薬の代わりにサプリを毎日2回飲み始めたところ、1月もたたないうちに異常を感じた。血圧は下がるといふが逆に上昇し、めまいや頭痛、吐き気、不眠などの症状が出た。病院で診察を受けると、医師からすぐにサプリ摂取を止め、病院の処方薬を服用するよう勧められた。

日本の大学に留学中の徐さんによると、日本国内でもナットウキナーゼ配合の健康サプリは販売されているが、「薬効があると宣伝する人は誰もいない」という。

中国南方医科大学の宋衛生（ソン・ウェイション）氏は、「納豆は食品であり薬ではない。単独で病気治療に用いることはできない」と指摘。また、健康食品の宣伝について、「消費者の誤解を招きかねないため、病気に効くなどとうたってはならないと、法律で定められている」と説明した。

「羊城晩報」2014年6月2日



Sensing Asia

Online Micro Consulting Service

### 結婚指輪のために手の整形手術をする女性が増加

自分撮りの写真のために美容整形手術を受ける人が話題を集めたが、現在、結婚を控えた女性が結婚指輪を美しく見せるために手を整形手術するケースが登場している。ソーシャル・ネットワーク・サービス（SNS）では、男性にプロポーズされた女性が、指輪を嵌めた手の写真を公開するのが流行している。しかし全ての女性が自分の手に満足しているわけではない。これまでは一般的に画像修正ソフトウェアで手の写真を修整していたが、現在では女性たちは手の整形手術という新たな方法を手に入れた。北青網が伝えた。

手の整形手術は透明な酸であるヒアルロン酸の注射が一般的だ。医師はこの物質を利用してシワやシミのある老いた外見の手を高価なダイヤの指輪が似合う瑞々しい手に変える。これまでは一般に顔のプチ整形に使われてきたヒアルロン酸は手の整形手術でも大きな効果を上げている。対比写真をご紹介します。

「人民網」2014年5月21日





## 中国

## 家電・IT



※画像はイメージです

## 中国のネット通販市場が31兆円を記録、2014年は世界一に躍進か

2014年6月13日、IT専門調査会社のIDCが今月12日に発表した白書によると、中国ネット通販市場の2013年の取引規模は1兆8832億5000万元（約30兆9700億円）に達した。中国は2014年に米国を抜き、世界最大のネット通販市場になる。新京報が伝えた。

同白書は、中国のネット通販市場の取引規模が、2020年に5兆5000億元（約90兆4000億円）に達すると予想した。社会消費財小売総額のうち、少なくとも66.7%の取引が電子商取引（EC）関連サービスとなり、産業への影響力が拡大し続ける。アパレル業界を例とすると、2013年の売上占めるネット通販の比率は約10%に達した。IDCは、この比率が2020年には55%に達すると予想した。

IDCのデータによると、「ネット原住民」が主要消費者になりつつある。90年代生まれの若い世代のネット普及率は、2013年に32%弱に達し、2014年には40%を上回る見通しだ。同白書は、90年代生まれ、2000年代生まれの「ネット原住民」が消費者の中核になるにつれ、ECが産業にもたらす変革の勢いを抑えられなくなる」と指摘した。

「O2O」という言葉が近年ホットなキーワードになっているが、これはオンラインのオフラインへの衝撃、地位の逆転を反映している。アリババ・グループの張勇COOをはじめとする業界関係者は「O2Oは偽りの命題」と指摘した。これは、各業界においてすでにオンライン・オフラインの明確な区別はなくなっており、産業全体のアップグレードをインターネットによって支える新たなビジネスが、一つの必然的な過程となっているからだ。

上述した判断を裏付けるかのように、タオバオや京東商城などのパソコン・インターネット時代のEC大手だけではなく、モデルチェンジに取り組む銀泰集団や万達集団などの伝統的な小売大手、さらにはハイアール、レノボ、P&Gなどのブランドも、未来のEC業界で競争を繰り広げる重要な参加者になろうとしている。

「人民網」2014年6月17日

## 混乱する中国の空気清浄機市場、日本メーカーが好調をキープ

大気汚染が原因の煙霧が深刻化しているのを背景に、中国では空気清浄機の需要が高まっている。現在、中国市場における空気清浄機の普及率は日本や韓国、欧米諸国などの先進国を大きく下回っているため、多くの企業が同商品に狙いを定め、性能向上を加速させている。中国の市場調査会社・北京奥維營銷諮詢は、今後3年間、中国の空気清浄機の販売台数は大幅に増加すると予測し、2014年は同市場が200億元（約3300億円）規模を突破すると見込んでいる。人民網が伝えた。

中国の大気汚染が深刻化しているのに伴い、多くの空気清浄機メーカーが中国市場に進出している。12年の時点で、同市場に進出していたブランドは56ブランドだったが、3年には77ブランドに急増した。

北京奥維營銷諮詢のモニタリングデータによると、オンライン市場では、中国国内のブランドと国外ブランドが互角の戦いを見せている。外資系ブランドのうち、高いシェアを占めているのはオランダのフィリップスや日本のシャープ、パナソニック、ダイキンなど。一方の中国国内のブランドで高いシェアを占めているのは凱仕樂（KASRROW）、淨美仕（Mfresh）、美的（Midea）。一方、オフライン（実店舗）市場では、海外ブランドが圧倒的なシェアを占めている。うち、フィリップス、シャープ、パナソニックの上位3社だけで50%のシェアを占めている。中国のブランドでは亜都（YADU）が4位に入っている。

市場の急速な拡大に伴い、性能の高い空気清浄機が売れ筋になっている。現在販売されているのは、主に活性炭やHEPAフィルタ、イオン、触媒などを採用した空気清浄機だ。データによると、HEPAフィルタや活性炭、イオンなどを採用した空気清浄機が主流で、約8割を占めている。

「人民網」2014年6月9日



※画像はイメージです



## 中国

## 流通・サービス



※画像はイメージです

## 広東チェーンストア売上番付 コンビニが首位に

従来型小売産業の売上の伸びが停滞するのを後目に、コンビニエンスストアが急速に発展を遂げている。広東省チェーン経営協会がこのほど発表した2013年の広東省のチェーンストア上位50社ランキングによると、昨年の上位50社の売上高は前年比9.3%増加した。上位100社の売上高増加率は15年ぶりに1けた台に落ち込んだものの、コンビニが急速な伸びを維持しており、あらゆる業界のトップに立った。「北京商報」が伝えた。

デパート・スーパーマーケット企業の売上の伸びが過去最低を記録した一方、コンビニ企業は急速な伸びを維持し、売上高は同18.7%増加して各業界の首位に立った。ただ増加率そのものは前年を6.9ポイント下回った。

実際、広東省だけでなく、今年3月に商務部（商務省）が発表した典型的な小売企業の統計データによると、小売産業全体の伸びが鈍化すると同時に、昨年第4四半期（10～12月）には、コンビニが売上でも営業面積でも小売産業でトップに立つ業界となった。業界には、伝統的なデパートの伸びが落ち込む一方、コンビニは小規模ながら選り抜かれた品揃えというスタイルで、ネット通販の打撃を受けることが大型売り場やデパートや家電専門店といった大規模なビジネススタイルよりはるかに少ないとの見方が広がる。こうした流れの中で、コンビニ産業はより急速な事業拡大を目指している。同協会がさきに発表したデータによると、大・中26都市のコンビニ総合ランキングでは、北京が後ろから2番目で、増加率、普及度、政策的支援ではいずれも中の下の水準にある。このような2万人にコンビニが1軒しかない北京の現状は、コンビニ大手を引きつけて止まない。ファミリーマートが来月に北京第1号店舗を開店させると発表しており、実現すればセブンイレブン、ローソン、ファミマの三大日系コンビニチェーンが首都北京に出そろうことになる。（編集KS）

「人民網」2014年6月24日

## 中国で「韓流ウェディング」がブームに

中国での韓国ドラマ人気が盛り上がるにつれて、中国人カップルの間で、「韓流ウェディング」が大評判となり、絶大な支持を得るようになった。統計データによると、韓国で結婚写真を撮影する中国人が4-5年前から増え続けている。昨年、「ウェディングツアー」で韓国を訪れた中国人新婚カップルは7千組に達した。シンガポール紙「聯合早報」の19日付報道を引用して中国新聞網が報じた。

香港から韓国に来て結婚写真を撮影することにした林毓芬さんは、「韓流ドラマやKポップがきっかけで、韓国が大好きになった。ずっと、韓国に来るのが夢だった。結婚を目前に控え、観光も兼ねて韓国で結婚写真を撮ることにした」と話した。

韓国最大のブライダル企業「IWedding」の関係者は、「昨年は、ひと月平均50組から60組の中国人カップルが、韓国での結婚式または結婚写真撮影を計画した」と話した。中国人向け結婚写真撮影ツアーには、メイクアップ、ウェディングドレスと式服のレンタル、撮影、往復航空券、ホテルなどの代金が含まれており、総額は約1万ドル（約102万円）するケースもあるという。だが、韓国での撮影スタイルおよび新婦のメイクアップやヘアメイク技術が、中国に比べずっとあか抜けているため、韓国での結婚写真撮影を希望する中国人カップルは増える一方だ。

同関係者は、「弊社は2009年に上海支社を設立した。ツアー代金は、中国の現地企業のものに比べるとやや高いが、品質の高いサービスを提供していることから、中国人富裕層から好評を得ている」と続けた。

「人民網」2014年6月20日







## 中国

### 家庭用品（日用品・トイレタリー・子ども用品・ペットケア・嗜好品）



※画像はイメージです

#### 輸入粉ミルクに厳格な中国がさらに厳しく

中国では今年5月1日から、輸入粉ミルクをめぐる「歴史上最も厳格」といえる新たな規定が採用されており、未登録の海外のメーカー産の乳幼児用調整粉ミルクは輸入が禁止されることになった。こうして粉ミルクの話題が再び注目を集め、国内粉ミルク市場は仕切り直しに直面している。それでは海外の粉ミルク市場はどうだろうか。日本は国産が中心で、各ブランドとも価格は100円前後だ（1円は約16円）。中国新聞網が伝えた。

日本の女性は結婚して子どもが生まれると、仕事をやめて「育児専業」になるケースが多く、母乳で育てる客観的な条件は整っている。母乳と粉ミルクを併用する混合方式で子育てする人が多数を占め、日本では引き続き粉ミルクの消費量は大きい。

日本の各ブランドの乳幼児用粉ミルクは、品質にそれほど差はなく、価格も似たり寄ったりだ。最も有名で市場シェアも高いのは明治の粉ミルクだ。老舗ブランドで影響力が強く、これまでに衛生面や安全面で問題を起こしたこともあまりなく、一番人気なのは当然といえる。

明治の0-1歳児用粉ミルク「ほほえみ」は、母乳に代わる栄養供給源という点を考慮して調整され、800グラム入りでインターネット販売価格で税抜き約2400円（約140円）だ。1-3歳児用の「ステップ」は授乳期と断乳期の幼児向けで、栄養補給に重点が置かれ、800グラム入りのネット価格は税抜き約2000円（約120円）。

もう一つの大手老舗ブランドは森永だ。0歳児向けの「はぐくみ」は850グラム入りのネット価格は税抜き約2300円（約130円）、9カ月-3歳児向け「チルミル」は850グラム入りのネット価格が税抜き約1800円（約110円）となっている。

「人民網」2014年5月23日

#### 映画館も併設した高齢者向け高級マンションが登場

蘇州ではこのほど、きれいなインテリアに家具付き、高齢者向けの大学や映画館、プールなどが併設された、24時間管理体制の高齢者向けの高級マンションが登場した。入居料が高く、ワンルームで毎月最低9800円（約16万円）する。また同マンションは健康で自分で身の回りのことができる高齢者のみが入居可能となっている。こうした高齢者向けの高級マンションは、多くの高齢者にとって手が届かない。これまでに体験入居した高齢者夫婦はわずか3組で、それぞれ5万円の保証金を前払いしている。5月1日午後、蘇州工業団地方洲路でオープンした、6億元以上を投資した高級ホテルのような高齢者向けマンションは、一歩足を踏み入ると高級ホテルのような印象を受ける。美しい建物に草木や花が配備され、小さな噴水がホール前にある。内部には高齢者が散歩できる大きな広場もある。人民網が伝えた。

「人民網」2014年5月16日

