

深圳レポート

中国のOMOや信用スコアについての研究報告 中国の「OMO」および個人信用評価システムについて

ポイント：

- 「OMO」の概念は元GoogleチャイナCEOの李開復氏によって初めて提唱された
- 中国の新小売消費産業チェーンおよび産業分析
- 中国における個人信用評価システムについて



参照リンク：

- http://www.199it.com/archives/684843.html?weixin_user_id=a0o6ETQjluQ7h82NpTONosjxvuB9zE
- <https://mp.weixin.qq.com/s/SEu5iSTHYyxDTgKoHwb-Mg>
- <https://mp.weixin.qq.com/s/AqgCOjuhm2veYvRBcIOvhA>
- <https://mp.weixin.qq.com/s/OrRI20SZnuMiIsk96249rQ>
- <http://www.xin.xin/#/home>
- <http://www.dlhis.com/product/xyz>

「OMO」の説明&分析

「Online-Merge-Offline」の略語である「OMO」は「オンラインとオフラインを併合する」ことを意味しており、モバイルインターネットの普及により、人々の生活における消費行動のデータ化、物流サプライチェーンのインテリジェント化、オフラインでの消費シーンを多様化等によって生まれた新しい概念である。

OMO 解读 - OMO 是什么

概念：OMO，即 Online-Merge-Offline，线上和线下的融合，模糊虚拟世界和现实世界的边界，形成完整的流量循环体系。



OMO 关键词

- 移动互联网界
- 消费行为
- 消费场景
- 线上+线下
- 大数据
- 消费体验

上搜7 资料

「OMO」の概念自体は、2017年9月に開催された「中国創客」イベントで、元GoogleチャイナCEOの李開復氏によって初めて提唱された。

OMO 解读 - 概念的诞生



正式提出

2017年9月，创新工场创办人李开复博士在中国创客活动上首次提出 OMO 的概念。

2017年11月，李开复博士在《经济人》(The Economist) 杂志的 The World in 2018 特辑发表专栏文章，结合出行、零售、教育等领域，描述了 OMO 给生活带来的改变。

上搜7 资料

2017年12月12日、中国メディア「36Kr」主催の「第5回WISE会議」で、李氏は「OMO時代」が到来した理由として以下の4要素を挙げている。

1. モバイル決済の普及
2. 「オンライン+オフライン」が顧客獲得におけるトレンドになった
3. 現実世界のデータ化
4. AIは旅行、小売、教育、生産等の分野で完全自動化を促した

四个要素促成了 OMO 时代的到来

- 1 移动支付普及
- 2 线上 + 线下成了流量获取的新趋势
- 3 真实物理世界的数字化
- 4 AI 推动出行、零售、教育、生产等领域的全面自动化

*来源信息源自 2017 年 12 月 12 日 360 主办的第五屆 WISE 大會零售暨電商論壇

「OMO」はB2B、B2Cというビジネスモデルに関係なく、多次元モデルの発展的变化を表しており、「OMO」のアプリケーションでは、ユーザーがオフラインでショッピングした後、消費データ、購入した商品のカテゴリ情報等が記録される。販売事業者はどのような商品が人気であるか等を把握でき、顧客誘導のための参考データとなる。

中国の「OMO」新小売産業の発展プロセスと実例

中国の小売業界の発展を紐解くと、次の4段階に分けられる。

- 第1段階: 伝統的小売 (雑貨店、ホテル、ブティック等)
- 第2段階: 電子商取引 (「タオバオ」「JD」「蘇寧」等)
- 第3段階: 新消費産業 (「盒馬鮮生」「超級物种」等)
- 第4段階: OMO (ビッグデータ、AI、VR技術等も消費行動に影響を及ぼす)

OMO 解读 - OMO 是什么

从行业发展阶段来看, 中国零售行业共有四个阶段



小売業界にとって「OMO」モデルの採用は多くの問題解決につながる。例えば、以下のような事例が挙げられる。

1. ビッグデータ分析により、販売事業者はユーザーの好みを正確に把握し、ソーシャルアプリケーションソフトウェア等のビジネスフォームを使用して、適切な商品宣伝広告、割引クーポン等を掲載できる。
2. 販売事業者はオンラインおよびオフラインの統合された運用およびサービス体制を備えることで、電子商取引および実店舗のサプライチェーン、倉庫、データ等の管理がより一層容易になり、生産性向上につながる。
3. オンラインとオフラインの統合に加え、AI・テクノロジーによって新しいビジネスアプリケーションを作成することができ、消費形態を多様化させられる。

行业现状

OMO: Online - Merge - Offline (线上线下融合)



こうした「新小売 (ニューリテール) 戦略」を推し進める中国企業としては、「アリババ」「テンセント」「美团」「京東」等が有名だ。



OMO 与新零售 - 新零售概念解析

新零售行业样本对比一览表

品牌名称	配送范围	配送时间	配送范围	主打卖点	加盟模式
盒马鲜生	阿里巴巴	30 分钟内	门店附近 3 公里内	30 分钟送达的新零售超市	直营
淘鲜达	阿里巴巴	1 小时内	门店附近 3 公里内	生鲜为主, 快速送达	直营加盟
每日优鲜	阿里巴巴	次日达	生鲜前置城市	次日送达	直营
超级物种	腾讯	2 小时以内	生鲜前置城市	生鲜 O2O 电商平台	直营
叮咚买菜	腾讯	最快 30 分钟	门店附近 3 公里内	直播超市 + 生鲜前置 + O2O	直营
美团优选	美团	1 小时送达	门店周围 4 公里内	主打生鲜	直营
叮咚	美团	1 小时快送	门店周围 4 公里内	超市 + 餐饮 + 便利店	直营加盟

目前知名度较高的新零售行业样本中, 只有盒马鲜生和超级物种“新零售”明确列入了主打卖点之中, 这与受众对“新零售”这一概念的理解并不深入有一定的关系。而其他样本则使用了不同的文案来阐述“新零售”的意义, 并且由于这些样本的性质和模式, 它们也可被定义为“新零售”。

中国、新小売産業の分類と産業別投資状況

2016年に開催された「アリババ」主催のイベント「雲栖会議」でジャック・マー氏が提案した「新小売」のコンセプトは、ビッグデータとインターネットを活用し、「人、商品、場所」等のビジネスに必要な要素を再構築して新しいビジネス形態を形成することにある。

販売事業者はオンラインとオフラインを融合させた全チャネルをつなぐショッピング体験を構築し、商品販売戦略にイノベーションを起こし、小売業界の未来を大きく変える。

2019年7月24日、「起業グループ研究センター」は武漢で開催されたサミット「新消費主義峰会」で、「2019年中国新消費産業研究報告書」を発表した。同レポートは、新消費産業を詳細に分析しており、新消費産業とその開発動向についての見通しが記されている。

飲食店と食品業

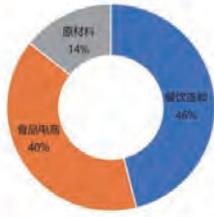
近年、資本市場は飲食店と食品業界への注目が高まるにつれ、新小売の飲食店・食品業界が投資のホットスポットとなっている。80年代・90年代生まれが飲食と食品分野における消費の主力層になり、飲食では社交的な体験ニーズが重視されるようになった。

現在はスマートフォンを介した注文や順番待ち、支払い等を行う需要が高まるとともに、飲食の利便性や個性、ブランド化の需要も高まっている。レストランの機能やサービスのオンライン化、ユーザー体験の改善、オンラインおよびオフラインの統合等が進み、中国国内の飲食店および食品業界はさらなる進化を遂げていくことが予想される。

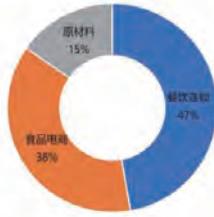
1. 投資の領域分布

2019年上半期の飲食店および食品業界のプロジェクトは58件で、合計66億元 (約980億円) が投資された。中でもレストランチェーン、食品Eコマースへの投資が目立った。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

2.大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては、アルコール飲料Eコマースの「歌徳盈香」と「易久批」がある。新興企業のケースとしては書斎で食事ができる「和府撈面」、独身者向けのデリバリーフード「佐大獅」等がある。

業種	業名	業種	設立時間	業名	業種	投資金額	投資時期	
飲料酒類	歌徳盈香	飲料	2019-04	北京	C	志虎基金(領投)、DCM中國、点業資本、紅星美康、光澤資本	5000万美金	2019-02
和府撈面	和府撈面	餐飲	2012-08	江蘇	C+	未披露	2.15亿人民币	2019-07
佐大獅	佐大獅	餐飲	2018-11	上海	A	華美資本(領投)、逸創資本、萬輪資本、厚源鼎	1亿人民币	2019-05
易久批	易久批	餐飲	2012-07	上海	B+	興裕資本、志明創投、張曉亮、玉	2.06亿人民币	2019-04
樂派茶	樂派茶	餐飲	2016-10	上海	Pre-A	祥峰投資(領投)、立匯投資(領投)、如川投資、立海投資、晉志資本、致君本漢	2亿人民币	2019-04
歌徳盈香	歌徳盈香	酒類	2012-03	北京	股投	光大控股	10亿人民币	2019-03
易久批	易久批	酒類	2014-09	北京	D+	華平投資	1亿人民币	2019-03
字休堂酒	字休堂酒	酒類	2017-09	貴州	Pre-A	華源匯民(領投)、江蘇海大文化傳媒股份有限公司	1亿人民币	2019-06
大丰牧	大丰牧	原材料	2014-03	廣東	C	伊創資本	亿美金以上人民币	2019-03

▲データソース:起業グループ研究センター

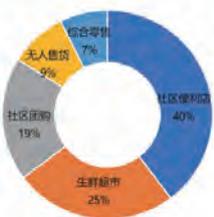
新形式の小売業

新形式の小売業界はビッグデータやAI等の技術、心理学的な知識等を活用し、商品の生産・流通・販売プロセス等をアップグレードしている。それにより、ビジネス・エコシステムを再構築する。この業界の範囲としては、新Eコマース(ビッグデータや新技術を導入して消費ニーズ分析を行う)、改装後の新実店舗、無人小売、オムニチャネル小売、現代の物流等が含まれている。

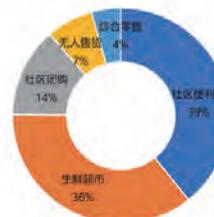
1.投資の領域分布

2019年上半期の新モデル小売業界でのプロジェクトは63件、合計105億元(約1560億円)が投資された。中でも従来のコンビニとは異なる新タイプのコンビニ、生鮮スーパーマーケット、特定のコミュニティにおける共同購入サービス等に多くの投資が行われた。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

2.大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては、新しいタイプのコンビニを代表する「蘇寧小店」、生鮮スーパーマーケットを代表する「誼品生鮮」等、新興企業のケースとしては「松鼠拼拼」と「FAMILYONE(隣隣壹)」等が挙げられる。

業名	業種	業名	業種	設立時間	業名	業種	投資金額	投資時期	
苏宁小店	社区便利店	苏宁小店	社区便利店	2016-09	江苏	股权投资	苏宁创投	4.9亿美元	2019-05
领几便利店	社区便利店	领几便利店	社区便利店	2017-04	浙江	B	今日资本(领投)、源码资本	2000万美金	2019-04
爱邻美社区	社区便利店	爱邻美社区	社区便利店	2018-08	武汉	A	云时资本(领投)	亿美金以上人民币	2019-03
谊品生鲜	生鲜超市	谊品生鲜	生鲜超市	2017-12	重庆	B	腾讯(领投)、今日资本、龙珠资本(美团点评产业基金)、御景创投	20亿人民币	2019-03
米萝卜	生鲜超市	米萝卜	生鲜超市	2015-10	安徽	A	高瓴资本(领投)、晨兴资本(领投)	6.34亿人民币	2019-06
朴朴超市	生鲜超市	朴朴超市	生鲜超市	2018-06	福建	B	未披露	5500万美金	2019-03
T11	生鲜超市	T11	生鲜超市	2018-05	北京	天使	IDG资本(领投)、光大控股(领投)、海美资本、远望资本、普华资本	亿美金以上人民币	2019-06
KKV	综合零售	KKV	综合零售	2015-04	广东	C	wWTP生态基金(领投)、深泰基金、经纬中国、唯德资本、深创投、奥通资本	4亿人民币	2019-03
松鼠拼拼	社区团购	松鼠拼拼	社区团购	2018-04	北京	B	高瓴投资(领投)、新玉资本(领投)、IDG资本、沈久资本、千禧橙	3300万美金	2019-02
邻邻壹	社区团购	邻邻壹	社区团购	2018-07	江苏	A	今日资本(领投)、苏宁创投、红杉资本中国、源码资本、高榕资本、顺融资本	3000万美金	2019-01
小胖熊	无人售货	小胖熊	无人售货	2017-05	上海	C	未披露	2亿人民币	2019-04

▲データソース:起業グループ研究センター

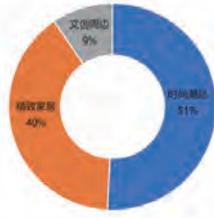
新ブランド業界

新ブランドは比較的新しい定義であり、インターネットを利用して急速に人気を集めるブランドを指す。ブランドがいつ設立されたかは、ブランドの新旧を定義する基準となるが、例え昔からあるブランドでも、スタートアップのように新しい技術やアイデア、革新的なビジネスモデルを探求しているならば、新ブランドに含まれることもある。

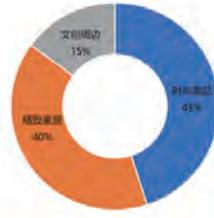
1.投資の領域分布

2019年上半期の新ブランド業界でのプロジェクトは58件、合計56億元(約830億円)投資された。中でもファッションブランドの積極的な投資が目立った。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

2.大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては、生活雑貨店「名創優品」、スニーカー取引の「毒」(アプリ名)等だ。新興企業としては、スマートホームを代表する「創米科技」と「優點科技」、インテリジェントパノラマカメラの「Insta360」、アート家具の「優梵芸術」等がある。

業名	業種	業名	業種	設立時間	業名	業種	投資金額	投資時期	
毒APP	球鞋交易	毒APP	球鞋交易	2015-07	上海	A+	DST (Digital Sky Technologies)	未披露	2019-04
斗牛(Duhou)	球鞋交易	斗牛(Duhou)	球鞋交易	2015-08	上海	A	SIC海旗亞洲	1000万美金	2019-05
INOK奥克斯	潮品买手店	INOK奥克斯	潮品买手店	2013-09	浙江	B+	中金資本	1亿人民币	2019-04
MINSO名创优品	潮品买手店	MINSO名创优品	潮品买手店	2013-04	广东	股权投资	腾讯、高榕资本	10亿人民币	2019-04
優點科技	智能家居	優點科技	智能家居	2014-12	广东	B	阿里巴巴	7亿人民币	2019-01
优梵艺术	时尚家居	优梵艺术	时尚家居	2015-09	广东	A	大阳投资(领投)、广富信德、瀚峰资本	1亿人民币	2019-01
Insta360	全景智能相机	Insta360	全景智能相机	2015-07	广东	C+	高瓴投资、华金资本(合力股份)、腾讯领投	亿美金以上人民币	2019-03
创米科技	智能家居	创米科技	智能家居	2014-04	上海	A	统一资本、九鼎创投、中银产业基金	1亿人民币	2019-05
MOTI魔镜	电子烟	MOTI魔镜	电子烟	2018-11	广东	A	新玉资本(领投)	3300万美金	2019-07

▲データソース:起業グループ研究センター

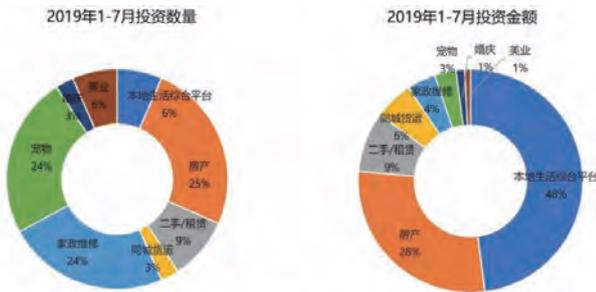
生活サービス業界

生活サービス業界にはホームサービスやメンテナンスサービス、妊婦や赤ちゃんの介護サービス、ペットサービス、シェアリング・エコノミー、コミュニティサービス、宿泊施設等が含まれている。

インターネット時代における様々な情報とソフトウェア技術の普及・応用により、生活サービス市場の規模は大きく拡大している。オンラインとオフラインの融合だけでなく、生活サービスのデジタル化、多様化を加速させ、消費者により便利な消費方法を提供している。また、消費の可能性も大きく拡大させた。

1. 投資の領域分布

この分野における2019年上半期のプロジェクトは70件、合計380億元(約5650億円)が投資された。総合プラットフォーム、不動産、同城貨物輸送が積極的な投資を行った。



▲データソース:起業グループ研究センター

2. 大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては「餓了麼」と「口碑」が合併して誕生した「アリババ本地生活服務」、不動産取引の「貝殼找房」等の生活プラットフォーム、長期賃貸マンションサービス企業が目立った。新興企業としては、ペット用品の「瘋狂小狗」と「PETKIT小佩」、中古電子商取引の「愛回收」、オンデマンド物流会社の「貨拉拉」等だ。

業種	項目	業種	投資時期	地域	形式	投資金額	投資主体	投資目的
阿里本地生活服務	本地生活	2018-10	浙江	收購	阿里巴巴、歡糖中國	30億美元		2019-01
贝壳找房	房产	2017-11	天津	D	騰訊(股投)、基石資本、緯創股、廣信資本、騰訊資本、新天瑞資本、中興資本、海峽資本	12億美元		2019-07
自如	房产	2015-07	北京	B	General Reliance(紅杉資本)、紅杉資本、騰訊、天圖投資	5億美元		2019-06
羅克公寓	房产	2015-01	北京	C	Topo(老虎基金中國)(股投)、紅杉資本、General Reliance(紅杉資本)、紅杉資本、騰訊、天圖投資	5億美元		2019-03
魔方公寓	房产	2013-08	上海	D	海爾資本(股投)、IDG資本、普華永道	3.5億美元		2019-01
好睡公寓	房产	2011-04	上海	收購	源東(股投)、息康資本、騰訊資本、基石基金、天圖投資	5億美元		2019-06
愛回收	二手電器	2010-04	福建	C	海爾資本(股投)、IDG資本、普華永道	3億美元		2019-01
貨拉拉	運輸物流	2014-10	廣東	D	高瓴資本(股投)、紅杉資本(股投)、特爾資本、零一创投、馬力資本等	3億美元		2019-02
攜程小佩	電子商務	2012-05	浙江	D	緯創中國、三鼎亞洲	7000萬美元		2019-03
瘋狂小狗	寵物用品	2017-10	江蘇	B	豐盛集團、光惠資本	3億美元		2019-05
PETKIT小佩	寵物用品	2013-10	上海	C	啟明创投、GGV紀源資本、聯合資本	2000萬美元		2019-02

▲データソース:起業グループ研究センター

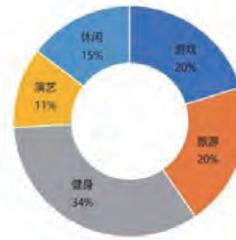
レジャー・娯楽業

90年代・00年代生まれがエンターテインメント消費における主力層となり、レジャー・娯楽業界の消費の内、24.5%以上を占めるようになった。若い世代は新しいものを探求し、品質と個性を好む傾向が比較的強い。新しい消費者グループは、伝統文化およびエンターテインメントの消費の概念・方式を変化させて新消費需要を創造しており、レジャー・娯楽業界における主な消費動機としては、社交や感情等が重視される傾向が強まった。

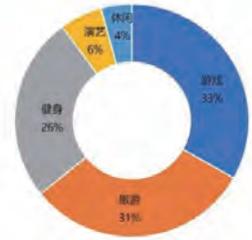
1. 投資の領域分布

2019年上半期のレジャー・娯楽業界のプロジェクトは82件、合計104億元(約1540億円)が投資された。ゲームや観光、フィットネス分野での投資が目立った。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

2. 大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトを実施したのは、ゲーム会社の「閑徠互娛」やオンライン旅行代理店「客路旅行」等。新興企業としては、セルフサービスフィットネスハウスの「超級猩猩健身」と親子向けレジャー空間の「奈尔宝」、室内競技場「Hi-Fun」等が挙げられる。こうした企業は都市住民を満足させる屋内エンターテインメントサービスを提供している。

業種	項目	業種	投資時期	地域	形式	投資金額	投資主体	投資目的
閑徠互娛	ゲーム	2018-04	北京	收購	普華永道	22.75億人民幣		2019-02
客路旅行	OTA	2018-12	上海	B	華人文化産業投資基金	1億人民幣		2019-06
KLOOK客路旅行	OTA	2014-11	廣東	D+	啟明創業基金(股投)、紅杉資本中國、Crossover Ventures、Technology CrossOver Ventures	2.25億美元		2019-04
超級猩猩健身	健身	1997-09	海南	收購	騰騰源	7.85億人民幣		2019-05
奈尔宝	休闲	2007-09	上海	F	今日头条	12.6億人民幣		2019-06
Hi-Fun	室内競技場	2014-05	廣東	D	厚得資本(股投)、騰為資本(股投)、基石基金	3.8億人民幣		2019-02
光耀健身	健身	2015-03	北京	A+	中債建設資本(股投)、1390创投、同人類	5100萬人民幣		2019-01
Hi-Fun	室内競技場	2018-01	北京	收購	空中集團	5000萬人民幣		2019-04

▲データソース:起業グループ研究センター

交通・旅行業界

交通業界のチェーン企業には自動車取引、自動車アフターマーケット、ネット予約車等を中心に、自動車金融、自動車インテリジェントハードウェア、交通シェアリングプラットフォーム、地図ナビゲーション、各種メンテナンスサービス等が含まれている。

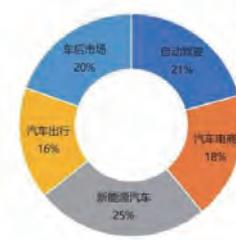
若い消費者グループの消費特性には、品質の追求、限られた経済能力、ステータスシンボルとしての自家用車に対する意識の変化、個性的な旅行の追求等が挙げられる。

モバイルインターネット、新エネルギー、自動運転等の技術、産業化の発展により、自動車輸送の完全な産業チェーンが構築され、ここ数年で「滴滴」「種中車」「蔚来汽車(NIO)」等のユニコーン企業も誕生している。

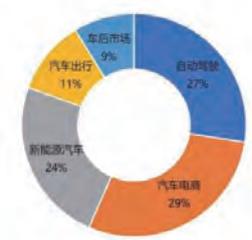
1. 投資の領域分布

この分野での2019年上半期のプロジェクトは85件、合計417億元(約6200億円)が投資された。無人運転、新エネルギー車、自動車Eコマースの分野が積極的な投資を行った。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

2.大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては、中古車取引サイトを運営する「車好多集団」や新エネルギー車メーカー「蔚來汽車(NIO)」等がある。新興企業としては、車載インテリジェントシステムの「蘑菇智行」、自動運転デリバリーロボットの「新石器」等が挙げられる。

業種	社名	設立年月	場所	種別	投資形態	投資金額	投資時期	
自動車	蔚来汽车	2014-11	上海	私設	赤松创投	100亿人民币	2019-06	
	理想汽车	2015-07	北京	C	王兴、美团点评(控股)、经纬中国、今日头条、蓝驰创投	5亿美元	2019-06	
	小鹏汽车	2014-10	浙江	B	浙江创业投资基金会	30亿人民币	2019-04	
	天际汽车	2015-06	北京	A	未披露	20亿人民币	2019-04	
	埃安出行	2015-03	上海	私設	蚂蚁金服	4亿美元	2019-07	
	车好多集团	2015-07	北京	D	弘毅厚康基金	15亿美元	2019-02	
	交通出行	优步二手车	2011-08	北京	私設	500创投(控股)、华平投资、TPG Growth新桥资本	2.9亿美元	2019-05
		地上铁	2015-04	广东	B+	iDinvest Partners、远东宏信、时代资本	7000万美元	2019-06
		好汽配	2008-01	上海	D	Access Industries(控股)、XVC创投、SIG海纳亚洲等、DCM中国、Investment Capital时代资本	6000万美元	2019-06
		博郡汽车	2016-11	江苏	私設	银科资本、温登投资、中私产业基金、佳成商事、3Q创投、港口高投等	25亿人民币	2019-06
新造车	蔚来未来	2015-09	北京	D	未披露	2亿美元	2019-06	
	蘑菇智行	2017-11	天津	A	腾讯、京东、BAT、晨鑫创投、创步黑马	1.2亿美元	2019-02	

▲データソース:起業グループ研究センター

2.大規模投資プロジェクトと新興企業のケース

大規模な投資プロジェクトとしては、ワン・ツー・ワンのK12(kindergarten through twelfth grade)オンライン教育を提供する「掌門1対1」、英語教育プラットフォーム「美聯英語」がある。新興企業としては「美術宝」のようなオンライン専門教育、「格燃教育」のようなオンライン公務員試験教育等が挙げられる。

業種	社名	設立年月	場所	種別	投資形態	投資金額	投資時期	
教育	掌门一对一	K12	2016-04	上海	E	CMC資本(控股)、中金甲子(控股)、中投公司(控股)、海通国际、Sofina、光生资本	3.5亿美元	2019-02
	小豆科技	K12	2014-07	北京	D	阿里巴巴(控股)、BAI贝塔斯曼亚洲投资基金、云锋基金、C资本	1.5亿美元	2019-07
	美联英语	K12	2009-08	北京	D	华平投资、华兴资本	1.4亿美元	2019-04
	美联英语	K12	2006-04	重庆	C	通裕资本、惠华投资、中金资本	3亿人民币	2019-01
教育培訓	美术宝	素质教育	2014-10	北京	C	腾讯(控股)、蓝驰创投、弘毅创投、德光创投、华毅山创投、弘毅投资、美联资本	4000万美元	2019-06
	火花思维	素质教育	2016-06	北京	C	IDG资本、光通中国、山行资本、亿村资本中国、金沙江创投、龙图资本、北极光	4000万美元	2019-03
	格燃教育	职业教育	2017-08	北京	A+	高瓴资本(控股)、XVC创投、源码资本	1.2亿人民币	2019-02
	格燃教育	职业教育	2018-10	北京	Pre-A	未披露	2亿人民币	2019-07

▲データソース:起業グループ研究センター

教育・職業訓練業界

中国の人口構成、人材の国際化・多様化に伴い、中国の教育市場も活況を呈している。「デロイト中国」が公表した「教育新時代 中国教育発展報告2018(China Education Development Report 2018)」によると、2019年の中国の教育産業全体市場規模は3兆元規模に達することが予測されている。

中国の教育市場構造から見ると、大学および社会人向けの個人教育が最大の市場シェアを有しており、それにK12+STEAM(kindergarten through twelfth grade+Science Technology Engineering Arts Mathematics)教育が続く。低年齢教育、私立幼稚園、早期教育が3番目だ。この3セクターによって中国の教育市場は構成されている。

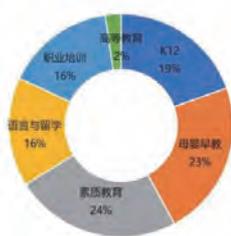
不均一な教育リソース、人材競争の激化、雇用圧力の増大を背景にオンライン教育は増加しており、現在では市場全体の50%近くに達している。中でもK12(kindergarten through twelfth grade)、職業訓練、語学学習が成長をけん引している。

インターネットが当たり前である00年後世代は、成長環境と教育リソースの多様化により、サービスと体験を重視するようになった。そのため、オンラインとオフラインの教育機関の改変を促進させている、と見えよう。

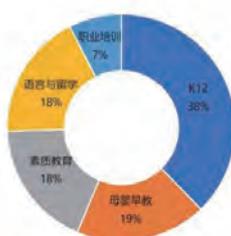
1.投資の領域分布

教育業界における2019年上半期のプロジェクトは123件で、合計133億元(約2000億円)が投資された。K12、幼児教育、素質教育(子供の様々な素質や人間性を育てる教育)での投資が目立った。

2019年1-7月投資数量



2019年1-7月投資金額



▲データソース:起業グループ研究センター

中国の新小売消費産業チェーン図と産業特徴分析

2019年1月~6月に中国における社会消費品小売総額(企業が個人、社会的グループ、および飲食サービスなどの販売を通じて獲得する収入額のこと)は19兆5000億元(約290兆円)で、前年同期比8.4%増となった。「共有経済」「新小売」等の概念がニュース等で取り上げられるにつれて、様々な業界から関心が集まっている。中国経済の急速な成長、国民の収入増も、新小売消費産業発展の核心的なエネルギーとなっている。



▲データソース:起業グループ研究センター

新小売消費産業の特徴は、消費者の需要を満たすことを主な目的として、消費者とビジネス関係を再構築することにある。オンラインとオフラインの横断的、効率的なアップグレード、包括範囲の拡大等によって業態全体のアップグレードを実現する。

新小売消費産業は各業界の企業経営者の新たな目標として、製品の競争力強化を導き、産業の発展とモデルの転換・変革をさらに加速させている。新小売消費産業が企業や投資家の注目を集めているのは、そのためだ。

中国の信用スコア:アリババグループ「アント・フィナンシャル」が開発した「芝麻信用(セサミクレジット)」

目下、中国の個人信用評価システムには統一されたデータソース、計算方法が存在しておらず、ほとんどのプラットフォームは評価に当たり、自社アルゴリズムを使用している。アリババはEコマースビジネス、インターネットファイナンスビジネス、クラウドビジネス、インタラクティブエンターテインメントビジネス等の巨大なエコシステムを有している。個人信用評価システム「芝麻信用」は、その包括的なエコシステムで蓄えた豊富なユーザーデータを活性化させるために誕生したものだ。



「芝麻信用」の採点システム

「芝麻信用」の複雑な信用評価システムの開発には、米国の公式信用システム「FICO」の科学者も参加しており、「FICO」に基づいたシステムとなっている。信用履歴、行動や選好、約束の履行能力、アイデンティティ特性、個人の人脈関係等から総合的に採点・評価される。

1. アイデンティティ特性

ユーザーの年齢、性別、職業、家族状況、婚姻状況、収入、その他の基本情報を指す。

2. 信用履歴

過去の債務活動における履歴であり、主にクレジットカードの返済履歴、クレジットアカウントの履歴を指す。

3. 行動や選好

ショッピング、支払い、送金、資産管理等の活動におけるユーザーの選好と安定性を指す。

4. 履行能力

様々なタイプのクレジットサービスにおけるユーザーの履歴を指す。例えば、配車サービスを使用した際、運転手との約束(指定された場所で時間通りに車を待っているか、一方的な理由で予約をキャンセルしていないか、時間通りに料金を支払ったか等)を果たしたかどうか、予約した時間通りに当該店舗にきちんと到着したかどうか等だ。

5. 個人の人間関係

ユーザーの友人の信用格付け、ユーザーと友人間の相互作用の程度等。



「芝麻信用」は「FICO」を参考にしているが、ユーザーの行動データに基づく評価システムには特徴もある。例えば、以下のようなものだ。

「芝麻信用」の評価はポイントによって5段階に分けられている。悪い(350-550)、普通(550-600)、良い(600-650)、優秀(650-700)、素晴らしい(700-950)。

「芝麻信用」の評価による各種特典

1. 敷金無料サービス

600ポイント:

- ① 共有モバイル充電バッテリーをレンタルする際、敷金が無料に
- ② アリババの旅行プラットフォームで「信用宿泊」付きホテルを予約する際に敷金が無料に

线上信用住

- ① 登陆阿里去啊网站: www.alitrap.com
预定支持信用住的酒店
- ② 前往酒店前台
直接刷卡入住
- ③ 直接退卡, 即刻离店
无需等待查房
- ④ 房费在2小时内自动到账
信用支付



- ③ 短期レンタルアパート契約の際に敷金が無料になり、1ヵ月分の家賃で入居ができる。

650ポイント:

- ① シェア自転車とレンタカーの敷金が無料に
- ② 「口碑」に登録されている店舗で「芝麻」を選択すると、会員カードがなくても会員サービスを受けられる。

700ポイント以上:

デジタル設備のレンタル、スマートフォンのレンタル、書籍のレンタル、衣類のレンタル、玩具のレンタル、家庭用機器のレンタル等、100種類を超えるレンタルサービスを敷金無料で利用できる。

2. ローンおよびクレジットカード申請での優遇

600ポイント以上:

より簡単にお金を借りられる。現在、アリババのローンプラットフォームを含め、いくつかのローンプラットフォームではすでに「芝麻信用」と紐づけられている。また、「上海浦東發展銀行」「中国光大銀行」「中国民生銀行」「シティバンク」等が発行するクレジットカードはすべて「芝麻信用」と紐づけられており、アリペイを通じてクレジットカードを申請する場合、ポイントによって審査・承認が行われる。高スコアの場合、クレジットカード発行の審査にかかる時間が大幅に短縮される。

3. ビザ申請での優遇

観光ビザの申請にあたり、スコアによって申請手続きを簡略化できる国もある。

700ポイント以上:ラトビア、アルゼンチン

750ポイント以上:カナダ

※上記国名はアプリより(2019年9月4日時点)

中国大手からも熱視線を受ける無人ホテルのパイオニア

社名	深圳樂易住智能科技有限公司	英語名	LeYiZhu Co., Ltd.		
代表者	張健	URL	https://www.smartlyz.com/		
所在地	深圳市福田区荣生大厦 208（日本拠点 なし）				
売上 (RMB)	NA	従業員 (人)	10-50	創業年	2016.01.08
資本金 (RMB)	1200 万				
サービス内容	無人ホテル、IoT プラットフォームのハードウェア&ソフトウェア開発				

自社運営ホテルの無人ホテルを深セン市を中心に展開し、ホテル内の人工知能の研究開発とIoTクラウドサービスを自社で行なっている。宿泊者は基本的には宿泊者は予約～チェックアウトまでの全てをアプリ/wechatのミニプログラム上で完結することができる。設備面については顔認識でチェックイン、ロボットが客室まで案内してくれ、ルームサービスを頼めば、ロボットがドアの前まで運んでくれる。客室内にもふんだんにIoTが活用されており、カーテン、空調、調光の他に、テレビ、シャワーにまでセンサーが搭載されており宿泊客に快適さと近未来感を提供している。

次にサービス面については、2つの特筆すべきサービスを行なっている。

①ハウスキーパー:

固定の従業員を雇わず、UberEATSのようにアプリに登録される時間のある外部の人間に、ハウスキーピングを行わせている。ハウスキーパーは備え付けのロッカーから本人認証をして雑巾や洗剤などの必要なものをピックアップ。清掃の様子はカメラで監視され(清掃時にカメラを持ち込む)、手抜きや不正が行われないようにしている。

②ECサービスの展開

もう一つは、部屋の調度品が気に入った場合、自社運営のECサイトにて宿泊者が購入できるという点である。

■業界ポジション:

中国初の無人ホテルブランド

ロビーや共有スペースを持たず、その分を客室に使うことで投資回収率を上げ、また1都市に集中して小型ホテルを展開することで管理運用コスト削減に成功。従来の一般的なホテルと比べると15%程度のコストダウンが可能。

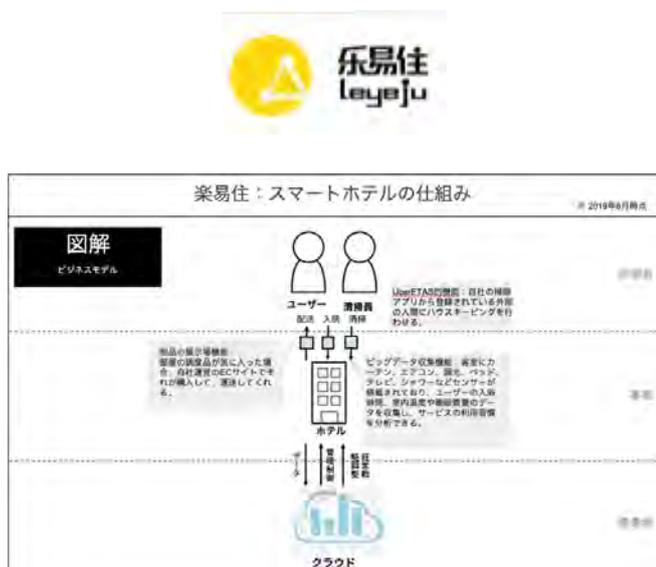
他社の無人ホテルでは第三者のシステムを通じて客室内のスマート家電の操作しているが、樂易住すべて独自開発技術を利用しており、特許も複数持っている。

IoTと人工知能をホテル全体に活用したチェーンモデルを完成させた唯一の会社。

マーケティング面におけるユニークな部分は樂易住ホテルチェーンへの加盟料金は無料で、各ホテルの経営状況によって売り上げの歩合を取るという点。このモデルを採用した目的はスマートホテルのモデルを速やかにかつ急激に増やし、ドミナント方式に近い形で一拠点のシェアを取るためである。

美团デリバリー、家電メーカーのハイセンス(海信)、通信会社チャイユニコムなど大手と連携実績もあり、以前アリババから3億元(50億円強)での買収提案があったがこれを拒否したことも有名。

2017年10月から2019年5月まで中国に15店舗を展開し、平均入居率95%以上で。リピーター獲得率は80%。利益率が30%を超えている(2018年全国星取得ホテルの利益率は3.48%、最高は上海15.73%)。



「夜間経済」

今年アリババが発表した「アリババ夜間経済報告」によると、18時以降におけるTモールの上比率は全体の36%を占めていて、特に夜21時以後の1時間は一日の中で最も注文が集中する時間となっている。

皮肉というか、面白いのは23:00～2:00の時間帯に数万人が夜更かしをしてTモールで一番高いアイクリームを買い求めているとのことだ。睡眠時間が短いと肌に悪いので、夜更かしする人々は目尻のしわ防止に余計にアイクリームを買い求めている。

ビッグデータ解析によると中国の一線都市の60%の消費は夜間に実施されて、大型ショッピングセンターも18時～22時までの売上は一日の中の50%を占めているとのこと。

そういえば日本を訪ねている中国人観光客が不思議に思っていることの中で、一つは日本のデパートの営業時間が20:00までのところが多く、食事後にゆっくり買い物ができないことである。

筆者もよく利用するアリババ系のスーパーマーケット兼宅配ECの「盒馬鮮生/Hema Fresh」の配達時間は深夜23時までとなっている。しかも22時以降に注文しても30分以内に届く便利さに慣れてしまうと、ついつい注文してしまうのである。

そんな中で、最近政府からも夜の消費と経済活動を活性化しようとする政策が次々と発表されている。国務院は消費を促進するための20のガイドラインを発表していて、キーワードは夜間経済である。

2022年までの3年間で200か所以上の文化旅行消費集積地を立ち上げる中、夜間経済を実現できる都市交通施設の運営時間を延長するなど、政府の側面サポートも強化されるとのことだ。

唯来企業管理諮詢（深圳）有限公司
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



飲食、ショッピングなどの消費を更に活性化することで中国国内の内需拡大を狙うものである。

日本のドラマ「深夜食堂」は中国でもとても人気が高く、リメイク版の映画やドラマが制作されるほどであるが、今後増えてくるであろう「深夜食堂」が楽しみでもある。

どこの国でも「買い物は世界を救うし、「買い物はGDPに貢献する」。



(レポートは2019年9月17日現在の情報)



深圳未来创新服务中心 MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区软件产业基地5E棟522号 518061
TEL:86-135-3089-3085
<https://micsz.jp/>