

深圳レポート

Trustdataレポート:2019中国の共有充電業界の発展分析概要 中国におけるモバイルバッテリー・シェアリングサービスの動向

ポイント：

- 敷金徴収によるレンタルモデルから信用によるレンタルモデルへと変化
- モバイルバッテリー・シェアリング業界のシェア争いは「三電一獣」
- モバイルバッテリー・シェアリングサービスのユーザー数は1億3000万人程度。30歳以下の若いユーザーが約7割を占める

モバイルバッテリー・シェアリングサービスの利用状況

2016年-2019年共有充电宝信用免押金订单占比



▲データソース:モバイルビッグデータ監視プラットフォーム



関連サイトURL:

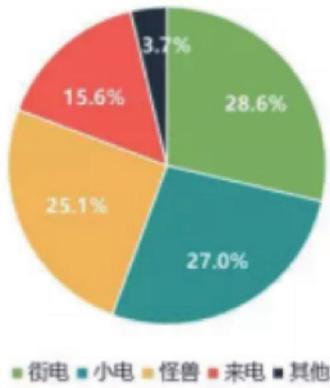
<https://mp.weixin.qq.com/s/z6KwgszLSskDscMGBWQA9w>

<http://tech.123.com.cn/show/2554-10435346.html>

<https://bg.qianzhan.com/report/detail/458/190722-35cec60a.html>

敷金無料でモバイルバッテリーをレンタルできるモバイルバッテリー・シェアリングサービスは、2019年上半期で95.4%に達した。2016年末、「芝麻信用(セサミ・クレジット)」は「来電科技(ShenzhenLaidian Technology)」の同サービスを利用するにあたり、信用スコアによって敷金を無料にするサービスを開始した。これにより、敷金無料でモバイルバッテリーをレンタルすることが当たり前となり、ユーザーの使用プロセスが短縮されただけでなく、使用頻度も上昇した。現在、モバイルバッテリー・シェアリング業界は、敷金徴収によるレンタルモデルから信用によるレンタルモデルへと変化している。

2019年共享充电市场份额占比 (单位: %)



2019年7月に発表された「Trustdataレポート:2019中国の共有充電業界の発展分析概要」によると、2019年6月時点におけるモバイルバッテリー・シェアリング業界のシェア争いは「三電一獣」となっており、「街電」「小電」「来电」「怪兽充電」の4社が市場シェアの96.3%を占めている(ミニプログラムページのユニーク訪問者数、モバイルバッテリーの実際の起動回数、使用期間等から総合的に分析)。

共享充电终端渗透至商场、餐厅、机场及休闲娱乐等主流消费场景

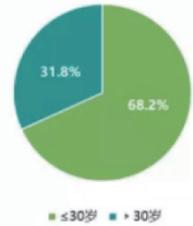


モバイルバッテリー・シェアリングサービスの運営・設置場所は、ショッピングモール、ホテル、レストラン、映画館、空港、高速鉄道駅等、幅広く分布している。中でも、ショッピングモール、レストラン、空港、高速鉄道駅への設置率は50%を超えていることがわかる。

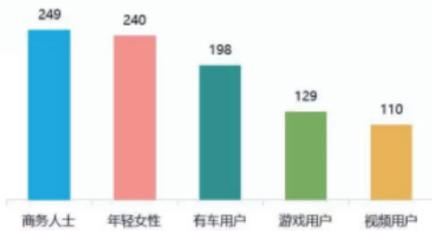
モバイルバッテリー・シェアリングサービスのユーザー数や年齢層は？

共享充电市场30岁及以下年轻用户占比近七成，用户身份特征鲜明

2019年共享充电用户年龄特征



2019年共享充电用户身份标签TGI指数



2019年6月時点におけるモバイルバッテリー・シェアリングサービスのユーザー数は1億3000万人程度で、ビジネスパーソン、若い女性の利用者が多い。また、30歳以下の若いユーザーが約7割を占めている。

2018年-2019年中国共享充电用户规模月度走势 (单位: 万)



モバイルバッテリー・シェアリングの地域別利用状況



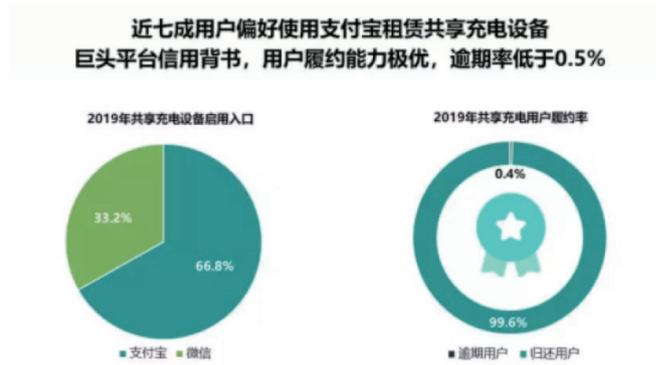
同市場のうち、第一線都市と第二線都市の割合が半分以上を占めたが、増加率は第四線および第五線都市がもっとも大きくなった。

OS別の割合について



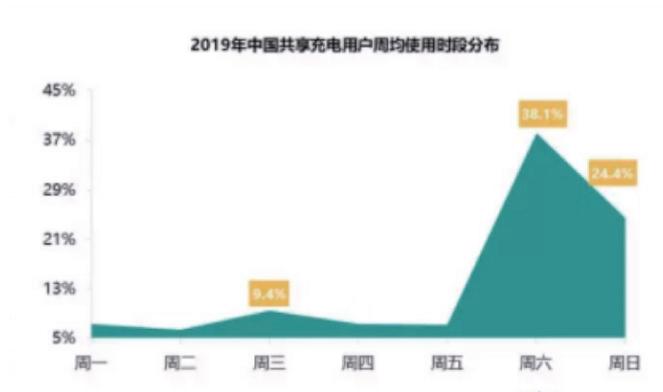
OS別に見ると、Androidユーザーが50.3%を占め、月間平均使用頻度は1.7回、注文完了一回の平均使用時間は49.8分。一方、Appleユーザーは49.7%で、月間平均使用頻度は2.1回、注文完了一回の平均使用時間は57.1分だった。

ユーザーのエントリーポートや約束履行状況

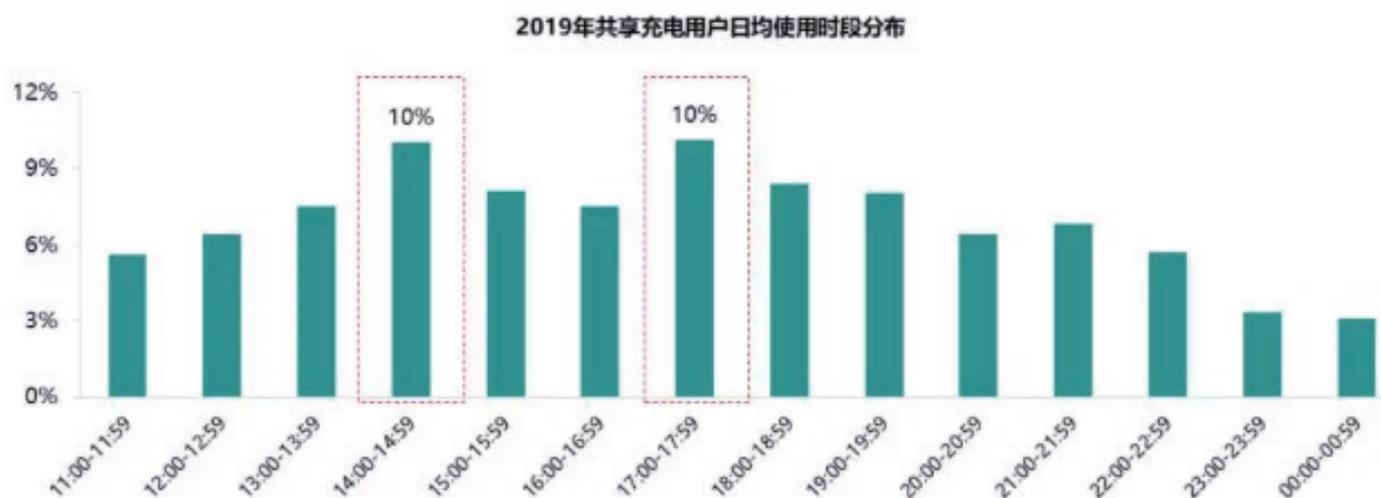


2019年上半期のモバイルバッテリー・シェアリング利用者のエントリーポートは66.8%がアリペイ経由であり、WeChat経由は33.2%となった。また、2019年に敷金無料でモバイルバッテリー・シェアリングサービスを使用したユーザーの返却履行率は99.6%に達しており、不履行率は0.4%のみであった。

モバイルバッテリー・シェアリングの使用頻度



過去1年以内に、200万人以上のユーザーはモバイルバッテリーの年間累積使用回数は50回超となって、毎週使われていると見られる。曜日別では土・日が60%以上を占め、平日は水曜日の使用がもっとも多かった。また、利用時間のピークは午後2時～3時、午後5時～6時となった。



AppleとGoogleの強敵、深圳の心臓健康管理スマートウェア

社名	阿木新科技有限公司	英語名	Amsu NewTechnologyCo.,Ltd.		
代表者	孫敬波	URL	www.amsu-new.com		
所在地	深圳市龍華新区龍華街道梅龍大道 142 号大唐時代大廈 602 室				
売上 (RMB)	N/A	従業員 (人)	26	創業年	2015.12.11
資本金 (RMB)	526 万 (約 8300 万円)				
サービス内容	心拍チェック機能付きスマートスポーツウェアおよびソフト開発、OEM 生産				



情報技術 (IT) とバイオテクノロジー (BT) を融合したハイテク企業。日常生活や運動中における心臓情報の取得と分析、さらにそれら技術を駆使した自社ウェアラブル製品を開発。心臓の健康管理サービスを展開している。

2015 年末の設立以来、26 人中博士 5 人、大卒人材が 92% を占めており、エンジニア系の会社。

心電図の監視と分析に用いられるアルゴリズムのコア技術に関する特許を多数持っている。

<主な製品>

スマートスポーツウェア:

運動中の心臓のリスク、そして HRV (心拍数変動) の測定および管理。アスリートや運動愛好者向け、介護従事者や疲労運転の管理、特異な例では刑務所でも使用されている。300 回の洗濯が可能。

スポーツ用下着:

一度の充電で 120 時間連続使用可能。心拍数をリアルタイムで記録、ECG (心電図)、カロリー消費量、ストレスチェック、ダイエットサポートなど機能が充実している。現在は女性向けのみ。

ECG ステッカー:

持病持ちや特に心疾患リスクが高い人用に、48 時間心電図を継続監視し、複数の心拍異常を感知し、呼吸数、運動統計、体温の変化を管理できるデバイス。主に病院以外の心電図観察、介護施設などに使用されている。

■業界ポジション:

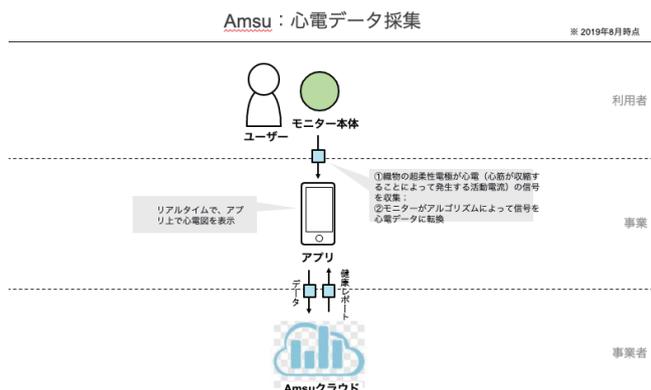
国内・海外大手とも共同開発も積極的に行い、スマートウェアヘルスケアとビッグデータの活用

心拍数データのみを収集できる華為 (HUAWEI) などのスマートウェアに用いられる光電式 (光、汗、毛髪、肌の色などに影響を受けやすい) とは異なり、Amsu の製品は Apple や Google のスマートウェアラブルデバイスの原理と同じ電位差測定法で心電図を計測する。アップルウォッチはタッチしてから 30 秒の静態心電を観察するしか方法はないが、Amsu は活動中の連続的なデータを収集できる。

時速 18 キロ以上のスピードであっても正常に心電図データを取得でき、99.3% の精度を維持。さらに HRR (心臓回復評価)、HRV (心拍数変動) をベースに疲労と感情指数の評価サービスも提供しておりアスリートにインターバルを促すといったこともできる。

技術的な利点:

- 業界トップクラスの柔軟性導電繊維材料の量産
- 蘇州ナノ研究所、ハルビン工科大学と日本の研究期間を共同開発。
- ECG アルゴリズム発明特許、最大 18 Km/h の運動中 ECG データを安定的に収集・監視が可能
- 心拍数の早い・遅い、心拍数の急上昇・急低下、心房細動、二則、三則多動リズム異常を識別可能
- 複数の心調律異常検出と活動中の心拍数測定精度が 99% 以上
- MIT-HIB ECG データ検証と補正によるアルゴリズム
- 中国科学院 - 深圳慢性病データセンターと Lenovo など戦略パートナーとデータベースを共有



▲超柔性電極

▲モニター

▲アプリ



▲スマートスポーツウェア

▲スマート下着

▲ECGステッカー

中国式サービスの精粹 「底層邏輯(基本的なロジック)」

「サービス精神」という日本語を直訳することが難しいぐらい、日本のサービスはお辞儀と笑顔を超えた思いやりやおもてなし等のたくさんの要素が含まれている。

対照的に且つての中国では「サービス」という言葉を聞かなかったが、経済の発展に伴い、競争が激しくなる中、中国でのサービスも変わってきている。

この中国式サービスでよく耳にするのが「底層邏輯」、つまり「基本的なロジック」である。このサービスから、世の中で名を知られている企業が輩出された。

中国版Uberであり、世界最大の交通プラットフォームである「DiDi」は2012年に創業して、わずか7年で日本を含めた世界各地に進出した。創業者である程維(Cheng Wei)は解決できない問題に直面した際には、真っ先に「底層邏輯」は何であるかを考えたという。DiDiのような配車サービスにおいてユーザーが求めるのは利便性だけでなく、もっとも大事なのが「確定性」が「基本的なロジック」であるとのことだ。配車アプリがない時代には道端で3分以内にタクシーを見つける可能性が低かったが、現在は部屋の中で3分以内に配車アプリを利用して車を呼べる確率は70%以上になっている。



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。



火鍋で有名な「海底撈」の創業者の張勇(Zhang Yong)は飲食業の「底層邏輯」は「美味しさ」ではなく「心地良いサービス」であると言っている。彼は飲食業界で味を調整して、標準化することは難しいと考えた。全てのお客様に合う味を長期間に渡り、満たすことは保証できないが、良いサービスは絶対間違いはないと言っており、「海底撈」の基本的なロジック、根底にあるものはあらゆる方向で良いサービスを提供することであり、従業員達の全ての人事評価とインセンティブもサービス貢献度に基づいて出来上がっているとしている。

この有名な「海底撈」火鍋のケータリングサービスを体験してみたが、注文して1時間以内に鍋から食材、調味料までが配達され、セッティングをし、食事後には回収と掃除までしてくれる完璧なサービスであった。

「底層邏輯」は企業のコアコンピタンスとも言える。そこを突き止めることができる企業が発展できる時代になってきているので、2020年は初心に戻り、自分なりの「底層邏輯」を考え直したい気持ちである。



(レポートは2019年11月8日現在の情報)



深圳未来创新服务中心

MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区軟件産業基地5E棟522号 518061
TEL:86-135-3089-3085
<https://micsz.jp/>