

2014年10月29日(水)

【海外リサーチ】iPhone6 騒ぎにみる 中国「定番」消費のメカニズム

株式会社ホットリンクと普千(上海)商務諮訊有限公司では、中国本土で話題になっている事件・社会現象等を「新浪微博(シナウェイボー)」データより分析し、中国に進出している日系企業に向けてお届けします。

日本で先行発売された iPhone6 に、転売目的の中国人が殺到し大騒ぎとなった事件は記憶に新しいところですが、中国でも先日ついに iPhone6 の販売開始が発表され、ようやく iPhone フィーバーも落ち着きをみせてきましたが、とはいえ中国での予約受け付け台数が 2,000 万台に達する等、2014 年最も人気かつ評判となった製品となることは間違いありません。

中国大陆 iPhone 6 预订量突破 2000 万部

(中国大陆 iPhone6 予約台数が 2,000 万台を突破)

<http://tech.china.com/hardware/smartphone/11099080/20141013/18851011.html>

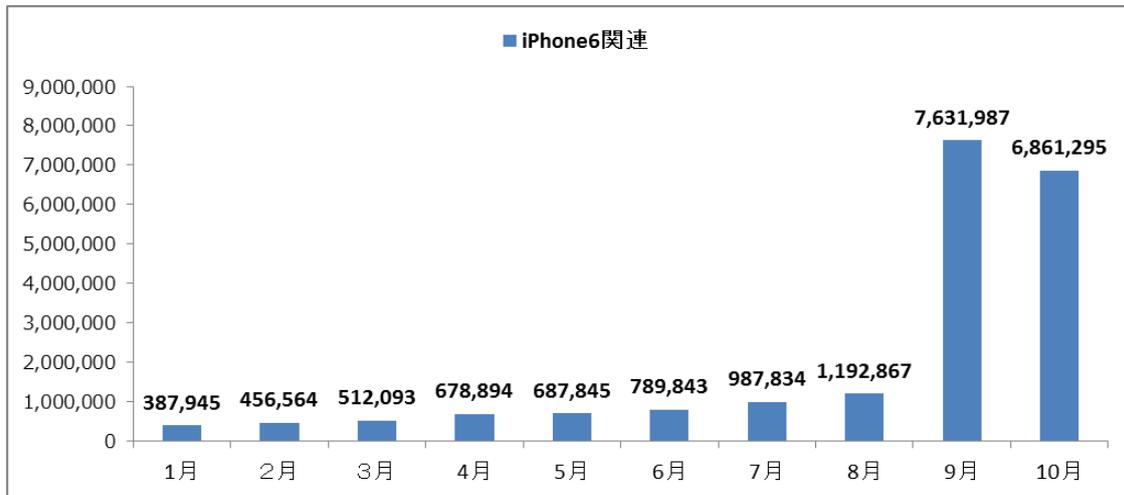
中国では、最も人気がある商品に人気や売れ行きが異常に集中し、所謂「定番人気商品」が圧倒的な強さを誇る現象がどのようなカテゴリーでもよくみられます。企業からみるとこの「定番商品」になれるかが中国市場で成功するうえで非常に重要なポイントとなります。

そこで今回は、iPhone6 に関する新浪微博(シナウェイボー)上の書き込みデータ(※1)を分析し、「中国定番消費」のメカニズムについて説明してみたいと思います。

※1 今回の分析モニター対象メディア : 新浪微博(シナウェイボー)

※2 : 10月は22日までの数字

【2014年1 - 10月23日 iPhone6 関連 新浪微博（シナウェイボー）書き込み件数推移】



グラフをみるとわかるように、年初以来 iPhone6 は新浪微博（シナウェイボー）上で最も書き込みが多い話題の一つで、毎月数十万件の書き込みがみられます。さらに9月の発表、10月の中国大陸での発売が発表された時期になると、数百万件の書き込みが露出しています。9月、10月は、中国の IT 系メディアは iPhone 一色と言っても良い状況です。

●新浪微博（シナウェイボー）上の iPhone6 に関する書き込み例ピックアップ（※日本語訳）

- ・画面大きくなった、これは買うしかない、今は4だしスルーする理由がない。
- ・ああ、やっぱり中国は最初は売らないんだなあ、香港に買いにいかなきゃ、チケット予約するぞお
- ・やっぱり iPhone がいいね、オシャレだし、いろいろ言われるけどカッコいいよ
- ・値段が1万元超えない限り、1年に1回出たとしても俺は買うよ
- ・携帯電話を買わないといけなくなったら、とりあえず iPhone を選ぶね
- ・iPhone 買っておけば誰も文句は言うまい
- ・俺の家には iMac、Mac book air、iPad2 台、ipod、iPhone3 台（3GS, 4, 5S）あるが、迷うことなく 6 を買うぜ！
- ・薄い、画面大きい、片手操作は難しそう、やっぱり欲しい
- ・家のテレビが壊れたけど、とりあえず iPhone6 代に回します
- ・なんというか、かつてのようなオシャレとか尖ったとかいうのではなくて、とりあえず持っていれば安心というレベルに達したね iPhone は

iPhone は中国でもすでに「安心の定番商品」に

新浪微博(シナウェイボー)のコメントをみると、iPhone を持っていれば安心、とりあえず iPhone 等のコメントが目立ちます。つまり、iPhone の性能やスタイリッシュなデザイン、ブランド力ということもさることながら、中国の人々の間で iPhone がすでに「安心の定番商品」になっていることがわかります。偽物や品質問題等を含め、消費者にとって依然として安心してモノを購入する環境ではない中国ではこの「安心の定番商品」というイメージは、とても大きな武器になります。

現在の中国では「私だけが知っているこのブランドが好きだから買う、自分だけのこだわりのブランド」ということほぼありません。大部分の中国消費者は、たくさんの人が知っている、有名である、たくさんの人が買っている「定番商品」を選択します。なぜならば、常に油断なく製品の品質や安全性をチェックしなければ安心できない緊張状態にある中国の消費者にとって、「定番商品」というのはそうした苦勞を幾ばくかは軽減してくれるありがたい存在だからです。

こうした現象は iPhone のようなデジタル・家電製品に限らず、自動車、化粧品、ベビー用品、食品・飲料、不動産、サービス等その他のカテゴリーにも同様にみられます。中国では一旦こうした「定番商品」になると長期間にわたって圧倒的に売れ続けることができるという特徴があります。今回は極端な例かもしれませんが、iPhone6 のこの異常な人気は中国において「定番」となった商品が圧倒的に売れるという好例と言えるかもしれません。

以上



■株式会社ホットリンクについて (<http://www.hottolink.co.jp/>)



ホットリンクは、ソーシャル・ビッグデータを分析・加工し、ビジネスへの有効活用を支援するクラウドプラットフォームベンダーです。大量のソーシャル・ビッグデータで風評をモニタリングする「e-mining」、及び、リアルタイムに検索・分析が可能な「クチコミ@係長」を、現在まで累計 1600 社以上に提供してまいりました。また同様に、ソーシャル・ビッグデータおよび、感情/属性分析エンジンを、API を通じてサードパーティ向けに提供しています。また、2013 年 6 月より金融分野では、日本企業初の Bloomberg 利用者向け金融ビッグデータ分析ツールを提供しています。

■普千（上海）商務諮訊有限公司について



2001 年設立。日系広告会社、PR 会社、ナショナルクライアントを中心に、中国市場で展開企業、ブランド、商品の広告、記事、口コミ情報の統合的モニタリングを行い、収集したデータをもとに、データ分析、レポート作成、マーケティング戦略、PR 戦略、WEB 戦略、コミュニケーション戦略コンサルティングサービス等を提供。運用する広告、記事、口コミデータベースは業界最大規模。

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク 武藤、宮田

東京都千代田区四番町 6 番東急番町ビル TEL : 03-5745-3900

※本リリースに掲載する社名または製品名は、各社の商標または登録商標です。