

星王集団、西安で電解ニッケル増産＝年2万トン - 陝西省

14日付の中国紙・中国証券報（B4面）によると、陝西省の金属加工会社、陝西星王集団は地元西安市に工場を新設し、電解ニッケルの生産規模を拡大する。増産分は年2万トン規模で、6億9600万元を投じる見通し。また、原料確保のため、フィリピンでニッケル鉱山の採掘を行う計画で、投資額は5億元を見込む。このほか、青海省にある「石元山ニッケル鉱」で増設工事を行うという。

同社はこれらに必要な資金を確保するため、国内外の投資ファンドとこのほど融資契約を結んだ。鉱山採掘から加工までの一貫体制を整え、株式上場も視野に入れているという。（時事）



(72) 「試客一族」拡大への課題

野村総研(上海)咨询有限公司

中国のインターネット社会で急増した「試客一族」のことを前回書いた。今回は、この「試客」向けポータルサイトの問題点に焦点を絞り紹介する。

登録ユーザーに試供品を提供するポータルサイトが2006年ごろから中国で数多く現れた。これらのサイトは、ネットユーザーの日々変化するライフスタイルに合わせ、ネットサーフィンを楽しみながら小銭を稼ぐというニーズを満足させる同時に、高い費用対効果を求める広告主に効果的なプロモーションとマーケットデータを提供することもできる。このことから、あっという間にネットユーザーと広告主の熱い反響を呼び、利用者は08年末までにおおよそ330万人に達した。

この試供品配布のビジネスモデルは一見すると、バリューチェーン（価値の連鎖）上にある「消費者」「サービス提供ポータルサイト」「広告主」の三者それぞれの要望にマッチしているように確かに見えるが、背景にはまださまざまな不安定要素が潜んでいる。

①個人情報漏えい・悪用の危険性

試供品を入手するにはまず、名前・性別・年齢・住所・電話番号などの情報を入力し、ユーザー登録をしなければならない。「個人情報保護」に関する法律がまだ制定されておらず、個人情報の漏えい問題が深刻な中国においては、これらの個人情報がポータルサイトから外部に流出し、悪用される可能性が極めて高い。

②ターゲット顧客獲得は低率

ポータルサイトを通じて広告主が無料の試供品を提供する目的は、低コストで高いプロモーション効果が期待できるだけでなく、多くの利用者による口コミ効果が得られることにある。中国の大手調査機関「Epanel」が08年末に発表した調査結果によると、「試客一族」の半分以上は現在、25歳以下の低収入（月2000元以下）で低学歴（高卒以下）の独身女性であるという。これらの試客は試用後の商品購入が前提ではなく、試供品目当ての人が多いため、広告主にとって正しいマーケットデータを得られない上、顧客獲得実績が上がりにくいという懸念がある。

インターネット技術の進化に伴い、この試供品のネット配布という新しいビジネスモデルが中国で今後も確実に成長できるかどうかはまだ不透明である。各プレーヤーのメリットと特性を生かし、上記のような課題を解決しないと、ほかのネットビジネスと同じようにバブル崩壊を迎えるだろう。

（主任コンサルタント 許文）