

## 上海博報堂、アリババグループの天猫色彩研究所（TCI）と 戦略パートナーシップを締結

ーアリババのビッグデータなどから分析した生活者の色彩意識を活用し、  
クライアント企業のブランディング・マーケティングをサポートー

博報堂グループの上海博報堂（本社、中国・上海市、社長：平野勝一）は、アリババグループ傘下の天猫色彩研究所と戦略パートナーシップを締結いたしましたのでお知らせいたします。

上海博報堂の調査\*<sup>1</sup>で、商品購入の際に「色彩」が決め手となると回答した人は95%を占めました。また、Tモール（天猫）上のデータより、カラー商品のクリック数は白黒商品のクリック数より38%高く、カラーを好む人のほうが白黒を好む人よりも年間消費額が1,500元（約27,000円）高いという結果もでています。

このように色彩が購買に与える影響に着目し、アリババグループの天猫創新センター（Tモールイノベーションセンター、以下TMIC）はECサイト「Tモール」が保有する膨大な購買データ及び外部調査データやTモール会員の定性調査結果などから、中国生活者の新しいトレンドカラーを発掘・発表する研究機関として、色彩に関する専門家と共に、天猫色彩研究所(Tmall Color Institute、以下TCI)を、2022年に立ち上げました。

また、上海博報堂は2021年にTMICのオフィシャルISV（Independent Software Vendors）\*<sup>2</sup>資格を取得。2022年にはシルバー資格にランクアップし、既にクライアント企業向けにTIMCのマーケティングダッシュボードを使用した購買分析、商品開発などを行っており、TMICとはサービスパートナーとして協業しておりました。



今回のTCIと上海博報堂の戦略パートナーシップ締結により、TCIの科学的な色彩予測研究をベースとして、博報堂の生活者発想の視点で、Tモールのビッグデータから中国生活者の生活意識やインサイト、色彩の明度/彩度/色相、色彩感情の好みを洞察し、ブランドや商品、広告クリエイティブの色彩や、更にECサイトなどデジタル上での色彩が購買にどのように影響を与えるかなどの分析手法を確立しました。この分析手法により、クライアント企業やメディア企業などに色彩分析および商品やブランドごとにカスタマイズ化した色彩提案を行うコンサルティングサービスを提供します。

さらに、オリジナルの色彩を活用した商品開発、VI・CI開発、パッケージやECサイトデザインの開発など多様なクリエイティブや統合的なマーケティングプランまでワンストップでサポートいたします。

また、生活者研究と EC モール内の生活者体験を通して 2023/24 年の Z 世代/潮流トレンド層/若い OL/精緻ママ/ラグジュアリー層/品質重視層それぞれのトレンドカラーを発表(詳細後述)しています。更に研究を進め、今後、より多くのブランドや商品が色彩を活用してビジネスを活性化できるよう貢献してまいります。

## ■色彩コンサルティングサービス



\* 1

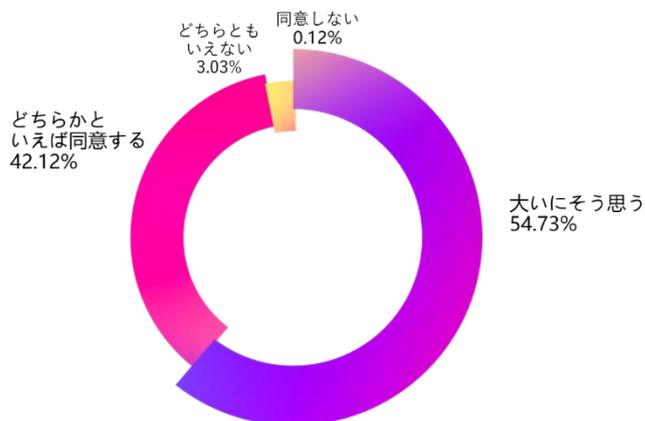
調査名：上海博報堂『2022 年度色彩調査』

調査対象者：1,676 名

実施年月：2022 年 11 月

調査手法：インターネット調査

95%以上の生活者が「商品購入時に色が決め手となる」と回答



\* 2

ISV：独立系ソフト開発会社と訳されるが、アリババの場合は“サービスパートナー”を指す。

【トレンドカラー詳細レポートに関するお問い合わせ】

上海博報堂： sh-contact@hakuholdo.cn

【本件に関するお問い合わせ】

博報堂広報室 西尾・ミラー

koho.mail@hakuholdo.co.jp

## <参考資料>

### ■TCI×上海博報堂 23/24年トレンドカラー報告書(抜粋)

Z世代/潮流トレンド層/若いOL/精緻ママ/ラグジュアリー層/品質重視層という色彩に敏感な6グループに照準をあて分析。上海博報堂のデータ分析、生活者洞察をベースに世界的に権威ある色彩関連機構と共に色彩に関する感情、色番号、明度・彩度、色相、色域など好み実際の意識・行動を考慮し、それぞれの層ごとのカラーを抽出し、上海博報堂のクリエイティブチームがパーソナライズされた色彩のオリジナル名称を開発。

### ●トレンドカラー研究例

#### 【Z世代(18歳~24歳)】小文青・橄应绿



アリババグループのビッグデータによると、Z世代は化粧品、美髪関連商品、バッグ類などの商品やサービスを好んで購入し、自由で着心地のよいパーカーやフリースなどゆったりとした衣服を好んで身に着け、スキンケアではシンプルで自然なことを大切に、シンプルさや自然な成分であることを主にアピールするスキンケアブランドを好む。また、Z世代は消費面で精神的な満足をより大切なものと考え、近未来を感じるサイバネテ

ィックスファッションも好み、メタバース関連商品サービスに興味をもつ。

Z世代グループのトレンドカラーは、自然で落ち着いた「小文青(灰色がかった緑)」と「橄应绿(活力を失わない若草色)」

### ■2023年中国生活者・トレンドカラーまとめ

<p><b>Gen Z</b> 一个人时小文青，一群人时橄应绿</p>	<p><b>新锐白领</b> 没到黛得蓝，那先就酱紫</p>	<p><b>精致妈妈</b> 家有小祖棕，出门穆桂樱</p>
<p><b>潮流人群</b> 一身疏亮粉，人人锐思白</p>	<p><b>奢华人群</b> 修炼妙能栗，化身比特碧</p>	<p><b>品质人群</b> 自带光环夜明朱，深藏不露鱼子绛</p>

※中国生活者のトレンドカラーに関する詳細レポートについては、上海博報堂にお問い合わせください。

フルレポート(有償)もご用意しています。

上海博報堂：sh-contact@hakuholdo.cn