

ご飯食べた？

nǐ chī le mā
你吃了嗎

ご飯食べた？

食を通じてコミュニケーションを深める中国では
「元気？」に近いニュアンスでこの言葉がよく使われます。

YEN
日本

言葉やモノをありのまま
“TRANSLATION (翻訳)” するのではなく、
価値や理想を守りながら
中国人の心に合わせて
“INTERPRETATION (解釈)” し、導く。

YUAN
中国

*Diversity Ambitious
Interpretation Chance
Chaos China & Japan
Connection Big dream
Ties Transformation
Culture Never give up*

YEN

日本

YUAN

中国

YEN (円)とYUAN (元)を、縁 (YUAN)で繋ぎたい。



YUAN TOWN

ご飯食べた？ YUANTOWN です。



GROWTH OF CHINA

POPULATION

14.3億人

今も増加し続けている世界最大の
マーケットがここにあります。

面積は日本の25倍。

source: World Health Statistics

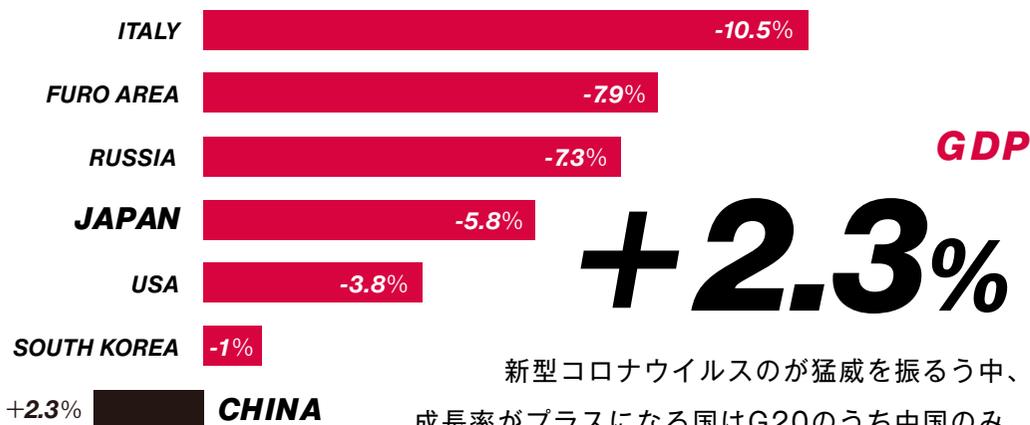
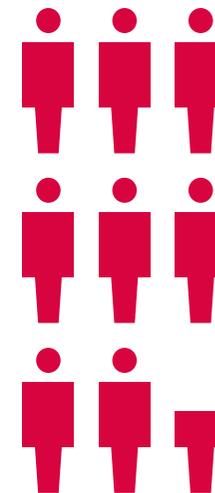


LABOR FORCE

8.5億人

少子高齢化が加速する日本に対し、
中国は8億567万人の
労働力人口を有しています。

2018年現在 source: ILOSTAT Database



新型コロナウイルスのが猛威を振るう中、
成長率がプラスになる国はG20のうち中国のみ。

source: OECD



MIDDLE CLASS

65.9%

中国の中間層人口は、2025年までに
10億人(人口の65.9%)に
達すると予測されています。

「世界の工場」から「世界の消費市場」へ。

source: HSBC

JAPAN BRAND **×** **CHINA POWER**

いままで私たちの暮らしを豊かにしてきたように
日本のプロダクト／サービスには、素晴らしい価値がある。
そして中国には、そのブランドを大きく飛躍させるパワーとステージがある。

YUANTOWN は日本ブランドの新たな可能性を確信しています。

***DISCOVER
NEW JAPAN
IN CHINA***

中国市場における「新しい日本の価値」の発掘。

**BRAND
TRANSLATION**



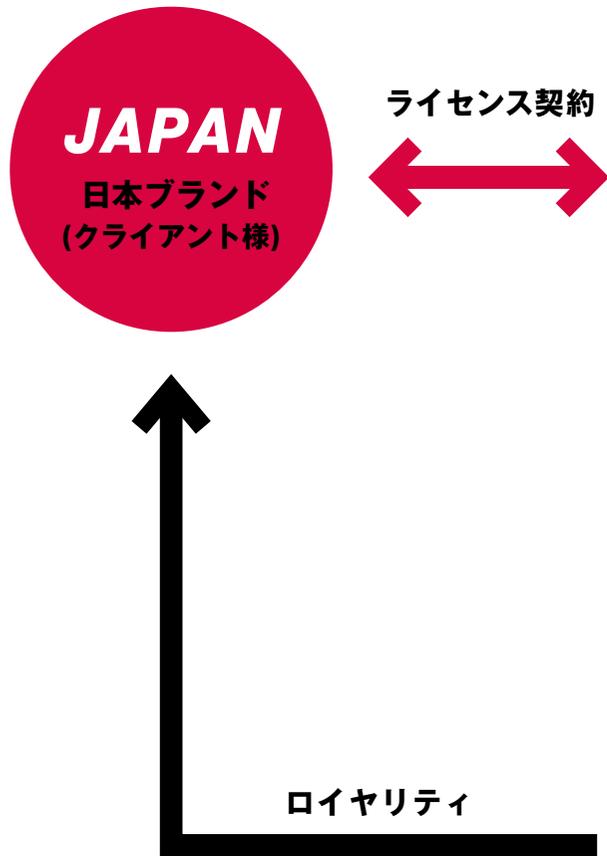
INTERPRETATION

ただ翻訳するのではなく、ブランドの「価値」や「本質」を守りながら

中国の文脈に合わせ、解釈 = INTERPRETATION する。

それが YUANTOWM のサービスです。

ビジネスモデル



YUAN TOWN

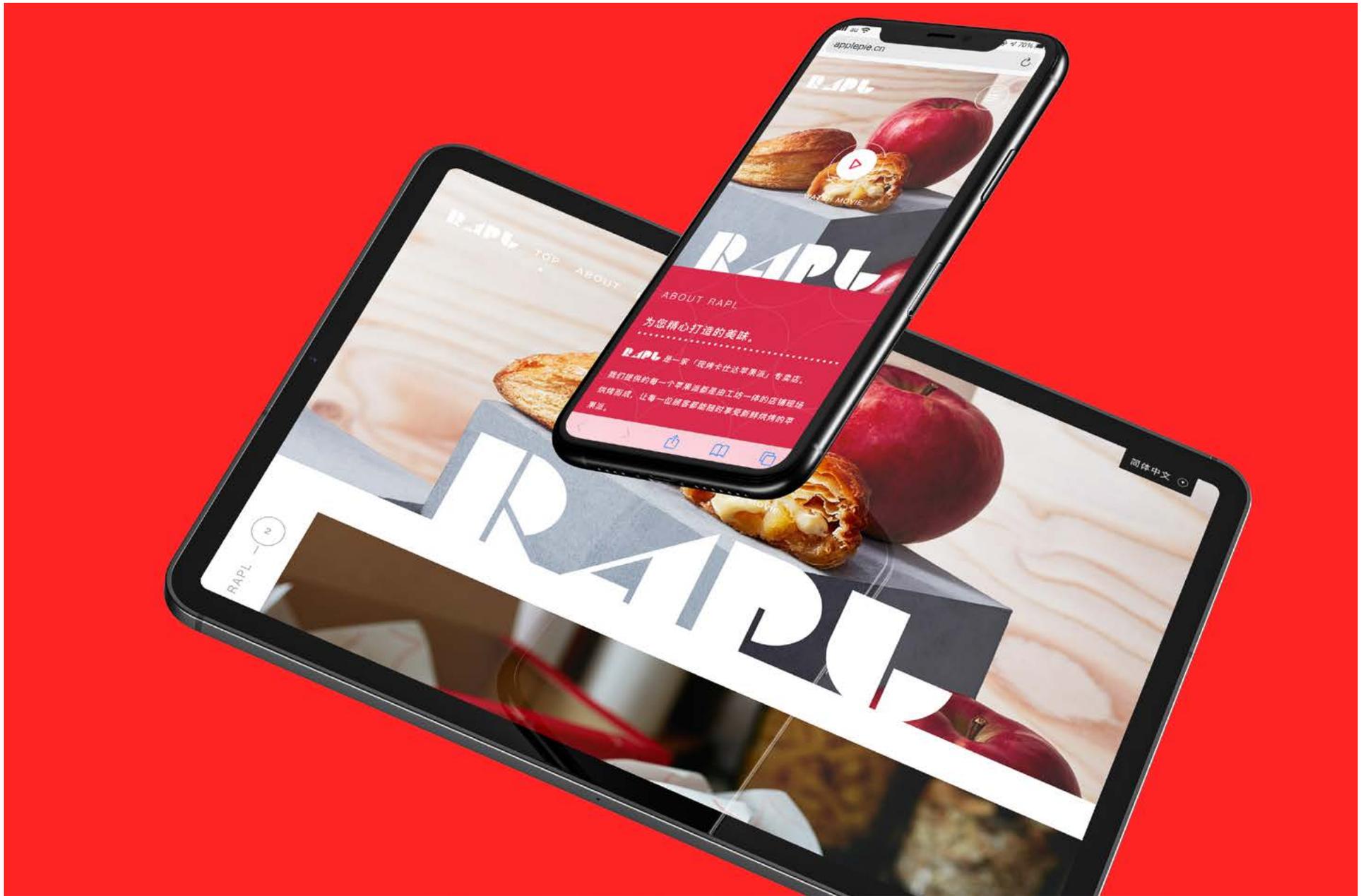
- ① 中国市場向けガイドラインの作成
- ② 生産体制・流通網・出店場所の確保
- ③ 商品・サービスのローカライズ
- ④ 中国人に刺さるプロモーション
- ⑤ 販売

RAPU™

中国市場向けガイドラインの作成 (※STORY、商品名、タグライン、KV など 一部表記)



ガイドライン作成後、レギュレーションに沿ってコミュニケーションプランの作成。



話題性のあるブランド露出、拡散



RAPU

麦片卡仕达苹果派
CUSTARD CREAM APPLE PIE

来自东京 新鲜手作



8.25-8.27

一个苹果换一个苹果

(详细规则请至查看店铺海报信息)
美罗城负一层A段B1-43(2)、B1-



RAPU



RAPL

RAPL | CUSTARD CREAM APPLE PIE
Our crispy homemade pastry is filled with chunky
roasted apple pieces and a fresh, rich custard cream.
With a built-in factory in all of our stores, every
apple pie we serve is baked fresh!

**CRAFTED GOODNESS
FOR ALL.**



オフラインでのブランド露出。





エンドユーザーへの販売。



RAPU



Crafted
Goodness
For All.

Shanghai

ガイドライン作成



商品企画・生産・流通



コミュニケーション



エンドユーザーへの販売

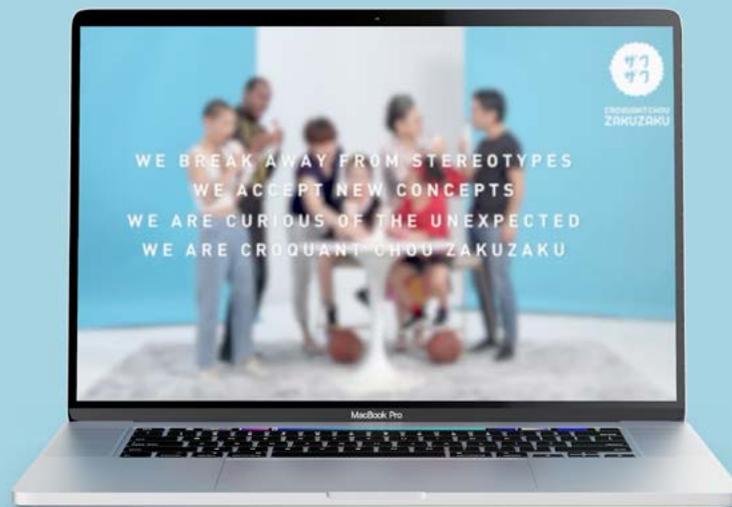


中国市場に合わせたブランドガイドラインの作成から、
現地での商品開発、流通、PR、プロモーション、販売までワンストップで対応。
現地にいる専門メンバーが各項目をハンズオンでグリップする為
ブランドのレギュレーション、クオリティを担保しながら事業の拡大が望めます。



CROQUANTCHOU
ZAKUZAKU





EXIT →

CROQUANT CHOU
ZAKUZAKU



GRAND OPEN!

CUSTARD CREAM
Ice Cream

FROM JAPAN
北海道
SANDWICH WOLF
SOFT SERVICE ICE CREAM

ザクザク
CROQUANT CHOU
ZAKUZAKU

ザク
ザク



CROQUANT CHOU
ZAKUZAKU





BAKE

CHEESE TART

安全出口
EXIT



CIRCLE





BAKE
CHEESE TART



BAKE
CHEESE TART

BAKE
CHEESE TART

BAKE

BAKE
TART

BAKE
CH

BAKE
CHEESE TART

BAKE
CHEESE TART

FROM TOKYO
BAKE CHEESE TART



BAKE
CHEESE TART

来自东京的现烤芝士挞

广州天环
GRAND OPEN

BAKE



FOO|H



TAGLINE

VISUAL IDENTITY

GOOD DAY STARTS WITH COFFE

FOOM COFFEE

BLACK

☕	Espresso	10	7
☕	Americano	18	15

WHITE

☕	Latte	12	12
☕	Macchiato	-	-

FILTER

☕	Single Shot	12	12
☕	Double Shot	18	18
☕	Triple Shot	24	24

OTHER

☕	Soft Brew Coffee	12	12
☕	Cold Brew	18	18
☕	Extra Bar	12	-



FOOM
COFFEE



A black and white photograph showing a person in profile, pointing at a laptop screen. Another person is partially visible on the left, also looking at the screen. The scene is dimly lit, suggesting an office or meeting environment.

STRATEGY

A black and white photograph of a group of people in a meeting. One person is standing and talking to others who are seated around a table. The atmosphere appears collaborative and focused.

MARKETING

A collection of several smartphones displaying various mobile app designs for a food brand. The designs feature high-quality food photography, such as ice cream cones, cakes, and pastries, along with text and graphics.

UX/UI

A black and white photograph of a group of people in a meeting. They are gathered around a table, looking at documents or devices. The scene suggests a collaborative review or discussion, likely related to content creation or marketing strategy.

CONTENT

YUANTOWNでは、日本企業 / ブランドが中国展開する際に必要な
ブランドのローカライズや乗り越えるべき問題の解決をワンストップで行います。

STRATEGY

Brand Evaluation
Brand Strategy
Digital PR
eCommerce

MARKETING

Campaign
Social Campaign
Promotion
SEM/SEO
Media & Analysis
Channel &
Performance

UX/UI

Website
Mobile Site
Mobile Application
eCommerce
Retention

CONTENT

Digital Content
CRM Content
Social Content
Video Content
New Media
English Copywriting
Chinese Copywriting

1982年神奈川県生まれ。

- ・ 2011年、拠点を中国上海に移し
日系企業の現地立上、新規事業立案などに従事。
- ・ 2013年、クロスカンパニー入社。
(現ストライプインターナショナル)
クロスチャイナ営業本部長就任。
- ・ 2014年～2016年の間に
アースミュージック&エコロジーなどの
代表ブランドを中国大陸に102店舗出店。
- ・ 2016年、BAKECHINA CEO就任。
中国市場に参入から2年目で黒字化。
現在3つのブランドを中国全土に34店舗展開中。
今期50店舗までの出店を計画。
- ・ 2020年、自身が代表を務める会社
YUANTOWNを上海に設立。
BAKECHINAのCEOを兼任しながら
中国に進出している日経企業のコンサルや、
現地企業へのクリエイティブ関連のサポート。
また、自身がハンズオンで
新規ブランドの立ち上げ等にも従事している。

TERUHISA
TAJIRI

田尻晃久





YUAN7OWN Co.

会社名 YUANTOWN(SHANGHAI)CO.,LTD
辉晃品牌管理(上海)有限公司

住 所 上海市静安区延安中路1440号阿波罗大厦521室
#521, Apollo Building, 1440 Yan'an Middle Rd,
Jing'an Temple, Jing'an District, Shanghai

TEL +86-021-6133-1878

代表者 田尻晃久

主要事業 日系企業及び日本ブランドの中国展開における関連業