



## GLOBAL SHOPPING FESTIVAL 2019

- 「天猫ダブルイレブン ショッピングフェスティバル（11.11 Global Shopping Festival、俗称：独身の日）」は、アリババグループが毎年 11 月 11 日に開催する、GMV（流通総額）ベースで世界最大の 24 時間オンラインショッピングイベントです。
- 2019 年は「天猫ダブルイレブン」の 11 年目です。開催規模と消費者へのリーチの両面でこれまでで最大規模となることが予定されています。
- アリババグループの会長兼 CEO ダニエル・チャンは、2009 年にマーケティングコンセプトとして「天猫ダブルイレブンセール」を立ち上げ、世界最大のショッピングイベントに成長させました。

## アリババグループ、天猫ダブルイレブンショッピングフェスティバルの沿革

2009 年

GMV: 5200 万人民元

26 万個の荷物

- 淘宝モール（後に天猫「Tmall」にブランド名を変更）は、初めて「天猫ダブルイレブン」を開催し、27 のブランドが参加する中、「全商品 50%割引と全国送料無料」としました。
- セール当日の総 GMV は 5,200 万人民元に達し、2009 年の 1 日の平均 GMV である 800 万人民元を超えました。

2010 年

GMV: 9 億 3600 万人民元

100 万個の荷物

- 淘宝モールは、北京で新規に www.tmall.com のドメインを立ち上げました。
- 総 GMV が初めて 1 億人民元を超え、28 のブランドが GMV において 100 万人民元を超えました。

2011 年

GMV: 52 億人民元

220 万個の荷物

- 2200 店舗がセールに参加しました。
- 総 GMV がセール公式開始から 8 分で 1 億人民元を超え、開始から 10 時間で 10 億人民元に達しました。
- アリペイを通じて行われた決済数は 1 億回に達しました。

2012 年

GMV: 191 億人民元

7200 万個の荷物

- 淘宝モールが正式に、「天猫（Tmall）」にブランド名を変更
- 「天猫（Tmall）」として初となる天猫ダブルイレブンセールでは、初めて先行予約販売を実施し、数週間前から消費者は予約ができるようになりました。
- 総 GMV は、セール開始から 13 時間 100 億人民元に達しました。

<p>2013 年 GMV: 350 億人民元 1 億 5200 万個の荷物</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 開始から 13 時間で総 GMV が 2012 年の天猫ダブルイレブンの総 GMV を超えました。</li> <li>▪ この年は、天猫 (Tmall) として初めて、消費者が新鮮な輸入品に直接アクセスできるようにし、またサプライヤーの在庫管理モデルを根本的に変えた、サプライチェーンのシステムが導入された年でした。</li> <li>▪ 総 GMV が、ブラック・フライデーとサイバー・マンデーを合わせた GMV を初めて超え、世界最大のオンラインショッピングイベントとなりました。</li> </ul>
<p>2014 年 GMV: 571 億人民元 2 億 7800 万個の荷物</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ アリババグループが、ニューヨーク証券取引所に上場してから初めての天猫ダブルイレブンでした。</li> <li>▪ 「All-in Mobile (すべてをモバイル上で)」戦略を実施し、モバイル上の GMV が、全体の 42.6%を占めました。</li> </ul>
<p>2015 年 GMV: 912 億人民元 4 億 6700 万個の荷物</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ アリババグループは、初めてダブルイレブンのカウントダウンイベントを北京で開催し、11 月 11 日の天猫ダブルイレブン当日までの盛り上がりを醸成しました。</li> <li>▪ イベントでは、買い物とエンターテインメントを組み合わせ、買い物客はショーの期間中はパフォーマンスをスマートフォンで楽しむことができました。</li> </ul>
<p>2016 年 GMV: 1207 億人民元 6 億 5700 万個の荷物</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ アリババグループのテクノロジーが、この年の膨大な取引数を支えました。アリババクラウドではピーク時に 1 秒間で最大 17 万 5000 取引を処理しました。また、アリペイではピーク時に最大 1 秒間に 12 万の決済を処理し、合計で 10 億取引を処理しました。</li> <li>▪ モバイル GMV は、全体 GMV の 82%を占めました。</li> </ul>
<p>2017 年 GMV: 1682 億人民元 8 億 1200 万個の荷物</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 「ニューリテール」が初めてこの年の天猫ダブルイレブンで融合されました。</li> <li>▪ 約 100 万店舗が天猫ダブルイレブンに参加し、50 以上のショッピングモールに設置された 10 万以上のスマート店舗やポップアップ店舗にて、オンラインからオフラインの体験を作り出しました。</li> <li>▪ ダブルイレブン期間中、Luban (AI ビジュアルデザイナー) や Alimebot (AI ショップアシスタント、カスタマーサービスエージェント) など、アリババグループの AI テクノロジー上に構築されたサービスも展開されました。</li> <li>▪ この年の天猫ダブルイレブンは、菜鳥 (Cainiao) の倉庫ロボットを通して、人間と機械のコラボレーションにおけるモデルケースとなりました。</li> </ul>

## 2018年の天猫ダブルイレブンの特徴

- アリペイを通じて決済された総GMVは、2135億人民元（308億米ドル）で、2017年と比較して27%増加しました。
- 2018年11月11日当日は、180,000以上のブランドが参加しました。
- 消費者の40%以上がグローバルブランドを購入しました。
- Apple、Dyson（ダイソン）、Kindle、Estée Lauder、L'Oréal、Nestlé、Gap、Nike、Adidasなどの主要ブランドを含む、237のグローバルブランドがGMVで1億元を超えました。
- 東南アジアの主要ECプラットフォームLazada（ラザダ）は、アリババエコシステムの一環として初めて天猫ダブルイレブンセールに参加し、シンガポール、マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナムの消費者に向けてセールを開催しました。
- 菜鳥ネットワーク（Cainiao）のネットワークを通じて、10億個以上の荷物が配送されました。