



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）は、アリババグループが毎年 11 月 11 日（俗称：独身の日）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。
- 初回の「天猫ダブルイレブン」は 2009 年に開催され、GMV は 5,200 万元（780 万ドル、8 億 3,200 万円）でした。「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルは、24 時間限定のセールからグローバルショッピング・エンターテインメントの祭典に進化し、2018 年には GMV 2,135 億元（308 億ドル、3 兆 4,160 億円）を達成しました。（※1 元 = 16 円で日本円に換算）
- 今年は「新たな消費」、「新たなビジネス」、「より環境に優しい取り組み」に焦点を当て、中国の消費者のライフスタイルの向上に合わせ、世界中のブランドや中小企業（SMEs）がアリババグループのエコシステムを通して中国市場を開拓できるよう支援します。
- 今年は 20 万以上のブランドが「天猫ダブルイレブンショッピングフェスティバル」に参加し、100 万の新商品が提供されます。

今年の「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルの特徴

新たな消費とビジネス

- **新商品**：中国消費者にとって、「天猫ダブルイレブン」はお得な割引セールだけでなく、新しいライフスタイルを取り入れつつある中国の消費者の需要に対応しています。100 万点の新商品の提供が予定されており、また、資生堂や SK-II をはじめとする国内外 215 のブランドから、240 種類の「天猫ダブルイレブン」をテーマにした特別商品も用意されています。
 - **旗艦店のアップデート**：Tom Ford, MAC, Giorgio Armani Beauty, Victoria's Secret といった何千ものブランドや出店企業が、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルに備え、「天猫旗艦店 2.0」と呼ばれるアップデートを実施します。旗艦店 2.0 では、出店企業により多くのツールやカスタマイズ機能を提供し、消費者のエンゲージメントや対話を強化します。例えば、AR 技術を導入したメイクシミュレーション機能を EC 旗艦店で提供することができます。

グローバル化

- アリババグループの越境オンラインマーケットプレイスの天猫国際 (Tmall Global) では、今年の「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルに 78 の国と地域から 22,000 以上のグローバルブランドが参加し、商品の幅広い選択肢を消費者に提供します。
- 東南アジアの主要 EC プラットフォームであるラザダ (Lazada) は、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルへの参加は今年で 2 回目となります。6 の市場で多くのマーチャントと消費者を惹きつけるため、買い物とエンターテインメントの革新的な融合をします。
- アリエクスプレス (AliExpress) は、200 以上の国と地域に商品やサービスを提供しています。今年は、ロシア、スペイン、イタリア、トルコの現地企業が「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルに初めて参加します。
- 昨年の「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルに初参加し南アジアの小売市場を席卷した、南アジア最大の EC プラットフォームであるダラズ (Daraz) は、今年再びパキスタン、バングラデシュ、スリランカ、ミャンマー、ネパールでイベントの準備を進めています。インドでは、ペイティーエム (Paytm) 、Vmate、9Apps が合同で UC ショッピングフェスティバル (UC Shopping Festival) に参加します。
- フリギー (飛猪 : Fliggy) は、200 以上のデスティネーションへ行く 3 万以上の様々なバケーションパッケージを提供し、中国人観光客の旅行需要を満たします。何千人もの旅行専門のインフルエンサーが、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルの期間にライブストリーミング形式で旅のヒントや提案を提供します。

新興市場向けの新たなビジネス

今年の「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルは、新興地域の消費者と中小企業にサービスを提供することにも重点を置いています。

- 月間モバイルアクティブユーザー数 (MAU) は 2019 年 9 月時点、過去 2 年間で 2 億 3,600 万人増加しました。また 2019 会計年度において、新たな消費者の 70%以上が新興地域から来ています。2019 年 6 月時点、新興地域における普及率は約 40%です。
- アリババグループはこれまで、1,000 以上の工場にデータ分析や IoT 技術、マーケティングツールを提供し、工場のオペレーションのデジタル化、効率化を支援してきました。

より環境に優しい「天猫ダブルイレブン」へ

アリババグループの物流関連会社である菜鸟網絡 (ツアイニャオ : Cainiao) は、昨年の「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルで 10 億以上の荷物を配送しました。菜鸟とそのパートナー企業は、サステナビリティを促進するため、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルをより環境に優しいイベントにする、様々なオンラインおよびオフラインのイニシアチブを実施します。

- **リサイクルステーションの設置** : 消費者の空箱を引き取るリサイクルステーションを、75,000 か所 (4 万カ所の菜鸟ステーションおよび提携宅配業者が運営する 35,000 か所の配送ステーション) に設置します。

リサイクルの取り組みに協力した消費者には、アントフォレスト（螞蟻森林：Ant Forest）のグリーンエネルギーポイントが付与されます。11月5日時点で、オンライン上で1,500万人を超える人々が、今年の「天猫ダブルイレブン」をこれまでで最も環境に優しいショッピングフェスティバルにするための取り組みにサインアップしています。

- **全国リサイクルデー**：菜鸟とそのパートナー企業は、11月20日を段ボール包装のリサイクルに注力する日として、上記75,000カ所のリサイクルステーションで、提携宅配業者と連携して梱包材として使用された段ボールなどを回収します。
- **エコな消費**：昨今消費者の間では、省エネやカーボンフットプリントが低いエコ製品の人気が高まっています。アリサーチ（阿里研究院）によると、環境に優しい製品を購入した消費者の41%以上は90年代以降生まれです。今年の予約販売期間における、省エネの空調機器や、環境に優しい建築用コーティング材の取引高は、それぞれ期間前と比較してそれぞれ41%と80%増加しました。
- **天猫下取りプログラム**：天猫では「下取り」プログラムを特別に実施し、消費者は家庭にある廃棄物や使われていない製品を、250ブランド40,000点以上の電気製品とデジタル製品に交換することができます。

「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルに向けたカウントダウンイベント

中国人消費者の多くを占める中国の若いモバイル世代向けにこれまでの体験を超えたオンラインショッピングを提供します。10月21日より様々なイベントを開催し、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバル当日に向けて盛り上げていきます。

オープニングショー「天猫コレクション（天猫双11全球潮流盛典：TMALL COLLECTION）」

- 中国人消費者のライブ動画配信に対する関心の高まりを受け、アリババはその場で購入が可能な「See Now, Buy Now」形式のオンライン・ファッションショーを2016年に初開催し、世界のファッションブランドを紹介して中国のミレニアル世代を取り込むプラットフォームを構築しました。今年の天猫コレクションでは、「See Now, Buy Now」機能を備えた2時間のライブショーを皮切りに、このファッション祭典を実施します。ファッションショーの主なカテゴリーには、消費財、電化商品、ファッションアパレル、アクセサリが含まれます。このショーはオンラインメディアなど18オンラインチャンネルで生中継され、消費者はショーで紹介されている商品やファッションをリアルタイムで購入可能です。ライブショーは合計8,780万の訪問数を記録しました。
- ショーではM.A.C.、Levis、Polo Ralph Lauren、Johnnie Walker、Sisley、Burberryといった国内外の24ブランドの最新コレクションや新商品が紹介されます。
- 特にLancôme、Origins、L'Occitaneなどのコスメブランドから新たに11の「天猫ダブルイレブン」をテーマにした特別商品が、参加者や視聴者向けに10月21日から先行予約販売されます。

ライブ配信のグローバル化

アメリカのリアリティ番組のスターであり、SNSアイコン、そして実業家でもあるキム・カーダシアン・ウェストは、2019年10月に自身のブランドであるKKWフレグランスを天猫国際で立ち上げました。ウェスト氏は11月6日に開

催された天猫国際主催のインフルエンサーイベントに参加し、中国の人気インフルエンサーである薇雅とともに、自身初となる中国でのライブ配信を通じて 1,300 万人が視聴する中、在庫を売り切りました。

- ライブ配信で人気のカテゴリーは、コスメ、アパレル、家電、ファッション、ジュエリー、自動車、食品、飲料です。
- ビューティー業界において、ライブ配信を利用した出品企業の数は昨年比で 200%増加し、ライブ配信を介した総 GMV は昨年より 50 倍に増加しました。
- タオバオライブの配信では、1 秒で 55 台もの自動車が販売されました。今年はボルボなどのような、プレミアム自動車ブランドが自動車販売のプロモーションに参加しています。

天猫双 11 狂歓夜・「天猫ダブルイレブン」のカウントダウンイベント

- 「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバル記念イベント「天猫双 11 狂歓夜（11.11 GLOBAL SHOPPING FESTIVAL GALA CELEBRATION）」を 11 月 10 日夜に開催し、上海メルセデス・ベンツ・アリーナより優酷（Youku）で生中継します。
- このイベントは優酷と浙江衛視（Zhejiang TV）が共同制作し、優酷、浙江衛視、東方衛視（Shanghai Dragon TV）で生中継されます。中継は世界 50 カ国・地域の約 30 プラットフォームやテレビチャンネルで放送されます。
- 上海のメルセデス・ベンツ・アリーナで開催される今年のカウントダウンイベントでは、鄧紫棋、易烊千璽など、中国や世界で活躍する著名人に加えて、中国で活躍する日本の声優の花澤香菜や、グラミー賞を多数受賞した、シンガーソングライターのテイラー・スウィフトが参加します。

アリババエコノミーが「オールイン」

フリギーを通して、世界の楽しさを中国消費者に

中国の消費者の海外旅行需要に応えて、アリババグループの中国人向けオンライン旅行プラットフォーム「フリギー（Fliggy）」は、世界中の 200 以上のデスティネーション 3 万種の旅行商品を天猫ダブルイレブン期間中に販売します。フリギーのロイヤリティプログラムメンバーは、世界でも有名な数々の旅行ブランドからの限定商品と特典をお楽しみいただけます。

フリギーでは、東京 2020 オリンピック大会期間中のツアーパッケージ商品を発売するキャンペーンを実施します。11 月 11 日の午前 11 時 11 分から、1,111 件のパッケージ商品の予約販売を開始します。

ローカルサービスを通じて、「天猫ダブルイレブン」をより身近に

アリババが提供する、フードデリバリーサービスの餓了麼（Ele.me : ウーラマ）や口コミサイトの口碑（Koubei: コウベイ）などのローカルサービスは 100 を超えるライブ配信を通じて、「天猫ダブルイレブン」ショッピングフェスティバルの期間中の盛り上がりをお客様に届けます。

アリババグループが有する、生鮮スーパー「盒馬鮮生（フーマー）」は、13 都市で実施されるスクエアダンス（Square Dance）コンテストや、重慶で実施される 100 人前の火鍋パーティーなど、さまざまな都市でオフラインイベントを開催します。

食料品雑貨のお買い物もビッグイベントに

天猫スーパー、淘鮮達、および大潤発（RT-Mart）の統合により、中国の消費者は、天猫ダブルイレブン開催中に、オンラインおよびオフラインの両方でベストセラーの食料品の割引やクーポンを利用できるようになりました。

菜鳥(CAINIAO)のスマート技術で、マーチャントと消費者の体験を向上

アリババグループのスマート物流プラットフォーム「菜鳥（Cainiao）」は、天猫ダブルイレブンに向けて最新の技術を開発し、消費者にシームレスな荷物のシームレスな受け取りと返品体験を提供し、マーチャントに効率的な配送業務を提供します。

- 出店ブランドはスマートサプライチェーン技術によって、SKU（Stock Keeping Unit：受発注・在庫管理の最小管理単位）レベルまでマーチャントの戦略を最適化できます。

「ラザダ（LAZADA）」によるダブルイレブンを再定義する、東南アジアにおけるリテール体験

ラザダ（Lazada）は、お買い物体験や出店者のビジネスモデルに変革をもたらし、天猫ダブルイレブンを通して東南アジアでの業界の成長をけん引してきました。ラザダは、ショッピング・エンターテインメント戦略に沿って、11月1日からのさまざまなアクティビティを投入しています。アクティビティのハイライトは以下のとおりです。

- ラザダアプリ内のインタラクティブなゲーム番組である「**GUESS IT ! King**」は、東南アジアで最も視聴されているライブ配信プログラムで、110万回の視聴を記録しました。番組は、インフルエンサーがゲームをしながら天猫ダブルイレブンのマストバイ商品を紹介することで、エンタメ性の高い形で商品へ紐づけをより効果的に行いました。11月10日の**スーパーショー**は5か国でライブ配信され、インタラクティブな「**バウチャーレイン（Voucher Rain）**」が初開催されます。視聴者はラザダのアプリを使って、天猫ダブルイレブンの限定クーポンをリアルタイムで集めることができます。ゲーム化された「**グループミッション（Group Missions）**」を含む、11月1日から毎日開催されるカウントダウンアクティビティでは、11種類の楽しめるアクティビティを通してチーム制でクーポンを獲得することで、お買い物をまさに社交的なイベントにしています。

アリペイの E-ウォレット提携パートナーも天猫ダブルイレブンをサポート

アリペイと E-ウォレットで提携している 6 つのパートナーは、東南アジアでの今年の天猫ダブルイレブンをサポートします。消費者はラザダやダラズなどの EC プラットフォーム上で、タイの「TrueMoney」、インドネシアの「DANA」、マレーシアの「TnGD」、フィリピンの「GCash」、バングラデシュの「bKash」、パキスタンの「Easypaisa」などの E-ウォレットでのお支払いができます。