

## 恒例になった双 11、今年も記録塗り替え続出

株式会社クララオンライン  
コンサルティングチーム

### <要約と結論>

中国最大の EC セール「双 11」が今年も 11 月 11 日に行われた。今年は 11 回目の開催で、イベント全体の販売総額は前年実績より 30%以上多い約 4,100 億元に達した模様だ。このうちアリババグループの天猫(Tmall)の売上が全体の約 65%を占めた。ネットショッピングに伴う宅配荷物の取り扱い数は、前年比約 23%増の約 23 億個となった。

双 11 の仕掛け人である天猫の売上は約 2,700 億元を記録し、過去最高額を今年も塗り替えた。今年は 78 の国と地域から 1,000 万種類もの商品が並び、およそ 1 割の商品は中国初進出の商品だった。ピーク時には 1 秒間に約 55 万件の注文を処理したといい、セール開始から 1 時間で売上 1 億元を突破したブランドは 84、10 億元を突破したブランドも 15 に上った。日本のブランドではユニクロが開始直後に売上 1 億元を突破している。

今年のだ双 11 は予約販売が人気で、海外ブランドのアパレルや化粧品が好調だった。中国市場での不振が伝えられる Apple も数日前からクーポンを配布し、セール開始 10 分で前年実績の 7 倍にあたる台数を販売している。

天猫のライバルである京東(JD)は、6 月のセールに続き今回も 2,000 億元を超える売上を達成した。京東もおよそ 1 カ月前から予約販売を開始し、11 月に入ってから毎日フラッシュセールを実施したほか、100 億元分のクーポンを配布して挑んだ。

京東は EC サイトのほか、グループ企業が運営するサービスでも双 11 のセールを開催した。家事サービスでは、エアコン掃除の申し込みが前年に比べ 700%近く増え、医療サービスでは、オンライン問診の利用者が 35 倍に増えたという。不動産サービスも問い合わせが 7 倍に増え、オンラインでのマンション購入も 3 倍に増加した。

一方の越境 EC では、最大手の天猫国際に世界各国の 2 万を超えるブランドが参加し、セール開始から 1 分半で売上 100 萬元を突破した。例年人気の輸入粉ミルクを抜いて今年はキャットフードの購入が最も多く、売上トップ 5 にはペットフードブランドが 2 つもランクインした。今年新規出店したブランドの売上も軒並み好調で、来年はさらに多くの海外ブランドが双 11 に参加すると期待される。

## 1. 今年も売上記録を次々更新

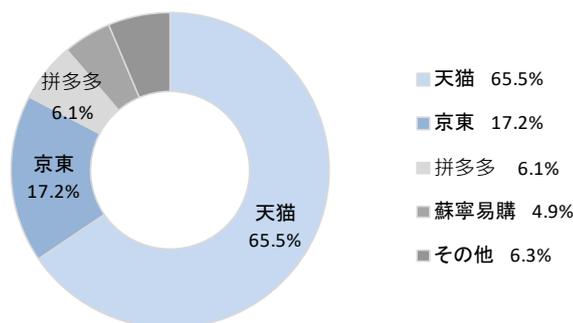
中国最大のネットショッピングの巨大セール「双11」が今年も11月11日に行われた。双11は2009年にEC最大手のアリババ(阿里巴巴)が始めたイベントで、今年で11回目の開催となる。



今年も天猫は売上を実況中継するイベントを実施

2019年の双11に参加した全てのECサイトの販売総額は、前年比30.5%増の4,101億元(約6.3兆円)を記録した(星図数拠調べ)。このうちアリババグループのECサイト、天猫(Tmall)の売上が全体の65.5%を占める同25%増の2,684億元(約4.1兆円)に達した。

2019年「双11」サイト別売上高シェア



Source: 星图数据 2019年双11全网销售数据分析报告

ちなみに2018年の双11の販売総額は3,143億元(当時のレートで約5.1兆円)だった。天猫のシェアは全体の67.9%で、今年はわずかながらシェアを落とした様子だ。

なお国家郵政局によると、11月11～16日の宅配荷物取扱数は前年に比べて22.69%

多い 23.09 億個だった。ピーク時には平常時の 3.2 倍に相当する 1 日 5.35 億個が発送されたという。21 日 17 時の時点で辺境地域を除いて全体の 97.5%にあたる 22.51 億個の配送が完了している。2013 年の双 11 では 1 億個の配達完了に 9 日かかったが、今年は 2.4 日で完了した。

## 2. スタートダッシュが好調だった天猫

今年の天猫(Tmall)の売上総額は 2,684 億元(約 4.1 兆円)に達し、過去最高額を今年も塗り替えた。前年の売上総額は 2,135 億元(約 3.3 兆円)だったから、今年は日本円にしておよそ 1 兆円ほど上回ったことになる。今年は 78 の国と地域から 1,000 万種類もの商品が並び、このうち 100 万種類が中国で新発売の商品だった。

セールは 0 時ちょうどにスタートするが、開始からわずか 1 分 36 秒後には 100 億元を突破し、1 時 4 分には 1,000 億元を突破した。2 年前の 2017 年には 1,000 億元の突破に 9 時間かかったが、今年は 1 時間あまりで到達した。前年の売上総額を超えたのは 16 時 31 分だった。天猫の担当者によれば、ピーク時には 1 秒間に 54.4 万件の注文を処理したといい、これは 2009 年の第 1 回開催時の 1,360 倍にあたる。



達成時間	世界での売上総額
0:01:36	100億元突破
0:05:25	300億元突破
0:12:49	500億元突破
0:17:06	2014年の売上571億元を突破
1:01:32	2015年の売上912億元を突破
1:03:59	1,000億元突破
1:26:07	2016年の売上1,207億元を突破
10:04:49	2017年の売上1,682億元を突破
12:00:00	1,845億元突破
14:21:27	2,000億元突破
16:31:21	2018年の売上2,135億元を突破
24:00:00	2019年の売上2,684億元!

天猫公式発表より筆者作成

セール開始 1 時間で売上 1 億元を突破したのは 84 ブランド、10 億元を突破したのは Apple、Nike など 15 ブランドだった。日本のブランドでは、ユニクロが開始すぐに 1 億元を突破し、16 分後には 5 億元を突破する好調なスタートを切った。

今年は通常のオンライン販売のほか、ライブ配信を使った販売や音声注文が新たに取り入れられ、化粧品やアパレルでは AR(各超現実)を使ったバーチャル試用・試着サービスも登場している。そして何よりも予約販売が驚くほどの売れ行きをみせた。予約販売にも色々なパターンがあるが、予約時に一部を支払い、11 月 11 日に残額を支払うのが一般的だ。天猫では 10 月 21 日に一斉に予約販売が始まり、初日にはスタートから 1 時間 47 分で前年実績を上回る注文があったという。特に初日に好調だったのは海外アパレルブランドのカテゴリーで、予約販売数が前年にくらべ 500%の増加、次いでデジタル家電が同 250% 増、ペット用品が同 100%増だった。このほかマンションや自動車も半額の目玉商品が注目を集め、最終的に抽選販売になるような状況だった。



エスティローダーの予約限定セット



化粧品メーカーの米エスティ・ローダー(ESTÉE LAUDER)では、アイクリームの限定セットが 1 日限りの予約販売で 8.5 万セットも売れた。予約開始から 25 分で前年の双 11 での販売数を上回る数の予約が入ったといい、双 11 のために世界中から在庫を集めたという。

AppleStore も 4 日前の 11 月 8 日から限定クーポンを配って備え、当日は販売開始から 10 分で前年実績の 7 倍を超える販売台数を達成した。中国市場での不振が伝えられる Apple だが、今回は iPhone11 などを対象に、定価から最高 1,111 元の値引きと 24 回分割払いの金利ゼロを用意して双 11 に挑んだ。

一方の物流面では、アリババグループの物流会社で大手宅配会社が共同で出資する菜鸟(CAINIAO)が、11 月 11 日から 13 日 10 時まで約 1 億個の荷物を発送している。これは前年に比べ 4 時間ほど早いといい、物流システムの効率化がスピードアップに貢献

したのだという。最終的な双11の取扱荷物数は天猫の注文分だけで12.92億個に達し、配送のピークは11日から18日だった。



浙江大学の荷物受け取り会場

菜鸟は全国に荷物受け取りセンターを開設しているが、双11の間中はスタッフを2.6万人増員して24時間体制で対応した。

全国の大学の中でも最も双11を楽しんでいるとされる浙江大学では、キャンパス内の受け取りセンターが対応しきれないことから、今年は運動場のバスケットコートをもついでして受け取り専用の特設会場を設置した。大学には教員と学生があわせて約6万人おり、双11の間中は毎日平均3万個の荷物が届いたという。

なお、今年のカテゴリ別の販売数トップ10ブランドは次の通りとなっている。

天猫・双11 カテゴリ別販売数トップ10ブランド

デジタル製品

Apple、美的、Huawei、海尔、小米、格力、荣耀、Dell、Philips、Siemens

アパレル

UNIQLO、波司登、南极人、太平岛、森马、恒源祥、GXG、花花公子、VERO MODA、杰克琼斯

化粧品

欧莱雅、兰蔻、雅思兰黛、玉兰油、SK-II、百雀羚、资生堂、自然堂、Whoo后、完美日记

食品・飲料

三只松鼠、茅台、百草味、蒙牛、良品铺子、雀巢、五粮液、伊利、大益、福临门

インテリア

林氏木业、全友、顾家家居、芝华仕、源氏木语、欧普照明、欧派、南极人、水星家纺、箭牌

ヘルスケア

Swisse、bio island、汤臣倍健、Move Free、童年时光、麦斯泰克、健安喜、澳佳宝、宝丽、双心

ベビー用品

巴拉巴拉、BABYCARE、Nike、帮宝适、爱他美、全棉时代、花王 妙而舒、好孩子、安踏、Dave & Bella

スポーツ用品

adidas、Nike、安踏、李宁、斐乐、彪马、斯凯奇、匡威、new balance、Air Jordan

カー用品

雅迪、360、阿尔郎、嘉实多、Michelin、凌度、中国石化、美孚、Shell、Bosch

ECdataway 数据威調べ

### 3. 京東は6月のセールに続く快進撃

アリババの最大のライバルである京東(JD)も「11.11 京東全球好物節」という名称で双11を開催し、前年実績の1,598億元(約2.5兆円)を大きく上回る2,044億元(約3.1兆円)を売り上げた。同社は今年6月18日のセール「京東618全球年中購物節」でも2,015億元(約3.1兆円)もの売上を記録しており、自社販売と自社配送網を強みにアリババとの差を縮めている。

京東は10月18日から予約販売の受付をスタートし、11月1日からは毎日目玉商品のフラッシュセールを開催。併せて100億元(約1,540億円)分のクーポンを配布した。そのおかげか直前の10日間は家電の売上が好調に推移し、70インチ以上の大型テレビの売上が前年比400%増、超薄型テレビが前年実績の10倍以上、ハイアールの4,000元以上の冷蔵庫が同680%増、小天鵝の洗濯機が同500%増、小型家電ではハンディ掃除機が同150%増、浄水器が同65%増、炊飯器も100万台以上売れるなど、双11当日を前に上々の滑り出しだった。プラットフォームに出店する家電ブランドも好調で、11月1~10日の間に売上100万元を超えたのは1,000ブランドに上った。さらに11日の当日には、家電製品を実際に触って体験できる実店舗が重慶市内にオープン。1時間で1,000万元を売り上げ、昼12時までに3万人が来店した。



京東は11月11日までの10日間に1,313億元を突破



新宿高島屋ほどの広さ(5万平米)がある体験店

変わったところでは、京東物流の家事サービス「京東服務+」で、換気扇やエアコンの清掃サービスの注文件数が前年同期比695%増加したほか、パソコンの組み立てサービスが同560%増、高級ブランドバッグのお手入れサービスの依頼も前年同期に比べて11倍に増えた。京東のオンライン医療サービスも双11のキャンペーンで利用者が増加し、11月1~10日までの10日間だけでオンライン問診の利用者数は前年同期に比べて35.5倍に増えた。輸入健康食品の売上も同206%増え、血糖値測定器などの家庭用医療機器の売上も同200%の増加となった。

天猫でも注目を集めたマンションのセールでは、全国の1,000を超える新築物件から6,000戸以上が出品された。値引き総額は3億元を超える規模だ。30戸用意された50%オフの目玉物件には、2,163人から購入希望が寄せられたほか、京東の不動産サイトへの問い合わせは通常時の7倍に増え、オンラインでの購入数も3倍になった。購入者の65%は1990年代生まれの若者だという。

さらに新しいソーシャルショッピングサービス「京嬉」のサービスインに合わせて、京東は1円の特価商品を1億個以上用意。10月31日にはチャットアプリの微信(Weixin)から利用できるようになり、注文数は以前と比べて365%も増加し、新規ユーザーも217%増加した。京嬉はユーザーのおよそ7割が3~6線都市と呼ばれる地方都市の居住者で、地方ユーザーの開拓に一定の成果を上げたといえる。



毎日3回引けるクジでは現金や割引クーポンが当たる

京東の今年のカテゴリー別販売数トップ10ブランドは次の通りとなっている。

京東・双11 カテゴリー別販売数トップ10ブランド

デジタル製品

Apple、Huawei、小米、联想、美的、海尔、HP、Dell、SONY、vivo

アパレル

南极人、花花公子、恒源祥、七匹狼、吉普、雪中飞、海澜之家、雅鹿、俞兆林、A21

化粧品

欧莱雅、玉兰油、雅思兰黛、SK-II、Dior、百雀羚、兰蔻、资生堂、科颜氏、海飞丝

食品・飲料

三只松鼠、五粮液、蒙牛、良品铺子、茅台、QQ星、百草味、金龙鱼、泸州老窖、雀巢

インテリア

松下、南极人、九牧、欧普照明、雷士、芝华仕、富安娜、小米、箭牌、欧派

ヘルスケア

汤臣倍健、Swisse、SCHIFF、麦斯泰克、善存、bio island、合生元、修正、童年时光、欧普特蒙

ベビー用品

帮宝适、惠氏、美素佳儿、美赞臣、爱他美、花王 妙而舒、好奇、乐高、贝亲、雅培

スポーツ用品

adidas、Nike、李宁、安踏、探路者、特步、彪马、Columbia、斐乐、鸿星尔克

カー用品

雅迪、Michelin、美孚、360、嘉实多、Shell、杨氏六喜、凤凰、正步、continental tires

ECdataway数据威調べ

#### 4. 越境 EC はペットフードが粉ミルクに勝利

越境 EC 最大手の天猫国際には、今年は世界 78 の国と地域から 2 万 2,000 ものブランドが参加した。このうち 2,500 のブランドで、関税と海外送料が無料になったほか、分割払いの利息免除キャンペーンを行う店舗もあった。

天猫国際も 11 月 1 日から 10 日にかけて予約販売やクーポンを配布。11 日はセール開始から 1 分 36 秒で 100 万元を突破し、前年より 29 秒早い過去最速を記録した。その後も 1 時間 1 分 32 秒で 2015 年の売上実績を上回るなど、好調な出足となった。

輸入商品の売上トップ 5 は、キャットフード、粉ミルク、栄養補助食品、掃除機、顔パックで、中でもキャットフードは前年に比べて 700% の増加、トップ 5 には入らなかったもののドッグフードも同じく 1400% の増加となり、ペット用健康食品も同 165% と好調だった。またブランド別の売上トップ 5 には、掃除機のダイソン、オーストラリアの粉ミルク a2、カナダのプレミアムペットフードメーカー Petcurean の Go!、米ペットフードメーカーの Orijen、スペインのスキンケアブランド ISDIN がランクインした。



天猫国際には双 11 の直前に 2,525 の海外ブランドが新規出店しているが、このうち双 11 の売上が 100 万元を超えたブランドが 86、1,000 万元を超えたブランドが 9 つもあった。今年の結果を受けて関係者は、今回は様子見することにした海外ブランドが来年は必ず出店するだろうとコメントしている。

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。本書の内容は 2019 年 11 月 22 日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポールなどアジア各国のビジネスコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

sales@clara.ad.jp または +81(3)6704-0777(代表)