



報道関係各位

2016年11月12日

2016年流通総額は1207億元(約1.9兆円※)で過去最高記録を達成!

日本は越境ECの国別流通総額で1位を獲得!

アリババグループが中国「独身の日」に開催
世界最大のオンラインショッピングイベント

アリババグループが主催する2016 11.11 Global Shopping Festivalは11月11日0時よりスタートし、24時間での流通総額は1207億元、前年比約32%増を達成しました。モバイル端末経由の流通総額は約989億元で、全体の約82%を占めました。



イベント現場でのスクリーン写真

2016 11.11 Global Shopping Festivalは24時間で1207億元の流通総額を生み出し、昨年の流通総額912億元と比較して32%増の過去最高記録を達成しました。記録更新はこれだけに留まらず、モバイル端末経由の流通総額は約989億元、総オーダー数は6.57億回、決済取引数は10億回でいずれも過去最高記録となりました。

《越境ECにおける国別流通総額では今年日本が1位に》

今年のTmall全体としては、アパレルやコスメ、電化製品、スマートフォン、食品のカテゴリーで高い流通額を記録しています。特に電化製品カテゴリーはイベント開始直後2時間で、2,000社のブランドが昨年の11.11 Global Shopping Festivalの売上を更新しました。また、Tmallに出店している94のブランドが1億元以上の売上げを突破



しており、中でも日本のユニクロは開始後 2 分 53 秒で 1 億元を突破し、今年最速で 1 億元を突破したブランドになりました。また 越境 EC における国別流通総額では、昨年 2 位だった日本が昨年 1 位のアメリカを抑え、今年 1 位を獲得しています。日本の人気ブランドでいうと、1 位:ユニクロ、2 位パナソニック、3 位:シャープ、4 位:ソニー、5 位:SK-II となっています。

《技術面やエンターテインメント性を強化し、中国国内の需要を喚起》



アリババグループ会長 ジャック・マー

11 日 23 時頃に登壇したアリババグループ会長のジャック・マーは、「今年は、社内においても、対外的にも、流通総額の数字を追い求めることを目標としておらず、いかに良質でエンターテインメント性のあるショッピング体験を提供するかということに注力をしてきました。今年の順調な数字の伸びは、昨年より様々な面で進化を遂げた成果であり、中国の内需の力です。」と、今年の感想を述べました。

また、「中国の EC とインターネットは、斬新なビジネスインフラを作り上げました。支払い、物流、商品のカテゴライズ、消費者の体験と感想を共有できることも、10 年前では想像できないものです。わたしたちは、新しい経済圏を作り上げることを目指しており、20 年後にはネット上に新たにこの経済圏が完成し、全世界の若者や中小企業が、このネットインフラと新たな経済インフラで、国境を超えた販売や消費が行える未来にしていきます。」と今後の抱負についても話をしました。



《ライブストリーミングや O2O など、様々なプロモーションが顧客と企業の距離を近づける》



アリババグループ CEO ダニエル・チャン

今年の 2016 11.11 Global Shopping Festival は、イベント開始前から、様々なプロモーションを実施してきました。10 月 23 日に上海で 8 時間にも渡り開催された、リアルタイムで商品購入が可能なファッションショーや 600 社以上のグローバルブランドが参加したライブストリーミング、店舗と連動した O2O の AR ゲーム。マツモトキヨシなど、日本企業も参加をした世界初の VR ショッピング体験サービス「Buy+」、そして 11 月 10 日に行われたカウントダウンイベントに至るまで、すべてのプロモーションが企業と顧客の距離を近づけることに貢献をしています。

イベントの最後に登場をした CEO のダニエル・チャンは、次のように話しています。「今年の独身の日にはエンターテインメント、ビジネス、インタラクティブ、エンゲージメントが融合された未来の小売りのモデルとなる事例です。キックオフイベントから、10 日のカウントダウンイベント、そしてこの 24 時間の global shopping festival 自体に対し、参加企業と消費者は、前例のない高い参加意欲を示してきました。」

また今後のアリババグループの取り組みについては、「今日、インターネット業界と伝統的なビジネスを営む企業は、両者が協力することで化学反応を生み、顧客に更に価値ある体験を提供することを目指し努力しています。わたしたちは、小売り業界を再構築する道を歩んでいますが、完成までは、未だ遠い道のりです。数年後に振り返り向かえば、今年の独身の日、新しい小売り体系のスタートの地であったと振り返ることでしょう。」と話し、イベントを締めくくりました。



《2016 11.11 Global Shopping Festival ハイライト》

- ・国際ブランド購入消費者の全体比率:37%
- ・国際ブランドの流通総額に占める割合:27%
- ・取引が成立した国際ブランドの数:14,943
- ・取引が行われた国と地域の数:235
- ・越境 EC 売り上げ:1 位日本、2 位アメリカ、3 位韓国、4 位オーストラリア 5 位ドイツ
- ・アメリカの人気ブランド:1 位 Apple、2 位 Nike、3 位 New Balance、4 位 Playboy、5 位 Skechers
- ・欧州の人気ブランド:1 位 Siemens、2 位 Philips、3 位 Adidas、4 位 Jack Jones、5 位 Only
- ・オーストラリアとニュージーランドの人気ブランド:1 位 Jeanswest、2 位 UGG、3 位 Swisse、4 位 Macro、5 位 Blackmores

アリババグループおよび 2016 11.11 Global Shopping Festival に関する詳細についてはアリババグループ公式ニュースサイト『ALIZILA』をご覧ください。

<http://www.alizila.com/>

また下記リンクに皆様にお使いいただけるオフィシャル素材を用意しております。

<http://www.alizila.com/alibaba-11-11-global-shopping-festival-media-resources/>

※1 元=15.6 円換算

※11.11 Global Shopping Festival の GMV はアリババが持つ国内及び海外の小売市場でのアリペイによる注文総額を指します。この数値はリアルタイムに基づき、輸送費込み(適用可能な地域)の金額となります。「国際ブランド」は中国大陸地域以外のブランドを指します。

《本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先》

アリババグループ広報事務局 担当:辻・王・安田

MAIL: post@alibabagr-pr.jp TEL:03-4570-3194