

11月11日ー「双11」(ダブル11) 商戦から見える消費事情

大分市武漢事務所 賈芳

11月11日は、中国では「独身者の日」(「光棍節」)となっており、「双11」と呼ばれています。この日は、「独身の寂しさを吹き飛ばせ!」とばかりに商魂たくましく激しい商戦が繰り広げられる日でもあります。特に、eコマース(EC)は、手軽さやサービス等が消費者に受けて大きな市場となっています。大手ネット「アリババ」傘下の通販サイト「天猫」だけで、この日の売上額は、2012年の200億元(約3,100億元)から2013年350億元(約5,400億元)、2014年570億元(約8,800億元)、2015年912億元(約1兆4,000億元)、そして今年は1,207億元(約1兆8,000億元)と好調です。中国国内の小売EC市場は、今年5兆2,000億元(約85兆8,000億元)に達すると見込まれています。これは世界シェア47%で、2位のアメリカの約2倍以上となります。

さて、湖北省と武漢市の「双11」ですが、「天猫」によると湖北省の消費額は約48億7,000万元(約750億元)、うち武漢市は約25億7,000万元(約400億元)となっています。武漢市の宅配取扱量は、過去最多の30万件を突破したそうです。主な消費者層は「双11」にふさわしい26～35歳で、消費総額の46%を占めています。「80後」と言われる1980年以降に生まれた世代に人気の商品は、人気ブランド「アップル」、海外旅行は「日本」、「タイ」、「韓国」、「アメリカ」、「フランス」と続きます。食品は「三七人蔘」(漢方健康食品)、「米」、「クコ」(漢方健康食品)、「蜂蜜」、「うみつばめの巣」となっています。

また、「O2O」(オートゥーオー)と呼ばれるネット上で注文し、

実店舗で商品を受け取る販売方式では、人気菓子店へのオーダーは227,862件、売上額約1億5,000万元(約23億元)にのぼった店舗もありました。デパート、量販店も負けてはいません。太陽百貨店光谷店では、商戦ポスターをいたるところに張り、11月3日から11月16日まで、2,300元(約36,000円)の商品券を1,000元(約15,500円)で提供するイベントを行いました。

また、光谷イタリア街の家電量販店では、メーカーとタイアップしてセールを行うとともに、販売額10元ごとに200元の次回割引券や抽選券をプレゼントする販促活動を行い、リアル店舗への来場メリットをアピールしました。また、カルフル光谷店も36時間営業し、掃除商品、キッチン商品、寝具を時間限定で50%オフのセールで対抗しました。

今回の「双11」商戦、実は海外230の国と地域からも越境ECでの注文がありました。海外消費者はのべ621万人、前年比で68%の伸びで、これも史上最高の記録となりました。主にロシア、スペイン、アメリカ、フランスからの注文がありました。日本では、この日を「いい買い物の日」として、ヤフー、ファミリーマート、ソフトバンク、TSUTAYA、Tポイントジャパンがセールをおこないました。

「双11」商戦は、だんだんと世界に影響のあるイベントになっています。消費者にとって魅力のある中国の「双11」は、もしかしたら、世界の「eコマースフェスタ」になる日がくるのかもしれませんが。

