

Asia Watch

中国ネットショッピングの祭典 「6.18」の売上は過去最高

※当資料は「アジアリサーチセンター」のレポートを基に作成しています。

要約

● 消費者を引き付けるネットショッピングの祭典

中国の大手ECモール、JDドットコムが同社の創業記念日である6月18日に開催する「6.18」（シックス・エイティーン）の認知度が高まっています。ネットショッピングの祭典としては、アリババが11月11日に開催する「独身の日」（ダブルイレブン）が有名ですが、「6.18」も大きな盛り上がりを見せています。2020年の「6.18」の売上は新型コロナウイルスの感染拡大による外出規制や自粛の影響もあって過去最高を記録しました。

● 中国Eコマースの成長は続く

中国でも小売売上に占めるネットショッピングの割合は毎年高まっています。2019年には、ネット経由の売買が小売全体の20%を超えました。中国ネットワークインフォメーションセンター（CNNIC）によると、ネットショッピング経験者は2020年3月時点で中国全人口の半数にあたる7億人を超えたといわれています。

2020年「6.18」の売上カウンター最終結果（2,692億人民元）



※1 ¥はChinese yuanのYを示し、人民元の単位

※2 犬のイラストはJDドットコムのキャラクター「JOY」より
(出所) JDドットコム

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。

年2回のネットショッピングの祭典

「独身の日」と「6.18」

中国初のネットショッピングの祭典は2009年にアリババが企画した「独身の日」（ダブルイレブン）に遡ります。アリババは開催日を11月11日に指定し、「独り者を祝う」コンセプトの下、ネットショッピングのプロモーションを実施しました。近年では「独身の日」はすっかり定着し、中国の消費を占う指標としてもその売上動向に注目が集まります。当初、アリババ単独のイベントでしたが、現在では同業のEコマース各社も「独身の日」と銘打ち、特売、クーポン、各種特典を含め、プロモーションにしのぎを削っています。

「独身の日」の成功をみて、翌年の2010年にJDドットコムが、同社の創業記念日（6月18日）に合わせて開始したのが、「6.18」（シックス・エイティーン）です。「独身の日」が11月11日の一日限定であるのに対して、「6.18」は6月1日から18日までの18日間を対象としているため、祭典の規模としては「独身の日」が大きく上回りますが、「6.18」も徐々に知名度を高め、同業他社も同期間、同じようにプロモーションを実施する一大イベントとなっています。

2020年の「6.18」ではライブストリーミングの活用が目を引く

ネットショッピングの祭典では、効果的な広告販売戦略による消費者の購買意欲促進が鍵となります。2020年の「6.18」ではライブストリーミング（リアルタイム動画配信サービス）の活用が目立ちました。動画アプリのティックトック（抖音）やクワイショウ（快手）と連携して、商品のメリットについて社長自らが登場して説明したり、地方政府の高官が同地の特産品をアピールする姿もみられました。消費者はこれらの動画を見てから、商品購入の判断をします。アリババやJDドットコムなどのEコマース各社は、販売者に動画作成のサポートをするなどして、ライブストリーミングの活用を促したといわれています。

商品説明をする企業担当者



（出所）JDドットコム・ライブのショートビデオ

特産品の果物を宣伝する地方政府高官



（出所）大手ECサイト ピンデュオデュオのショートビデオ

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

拡大を続けるネットショッピング祭典の売上

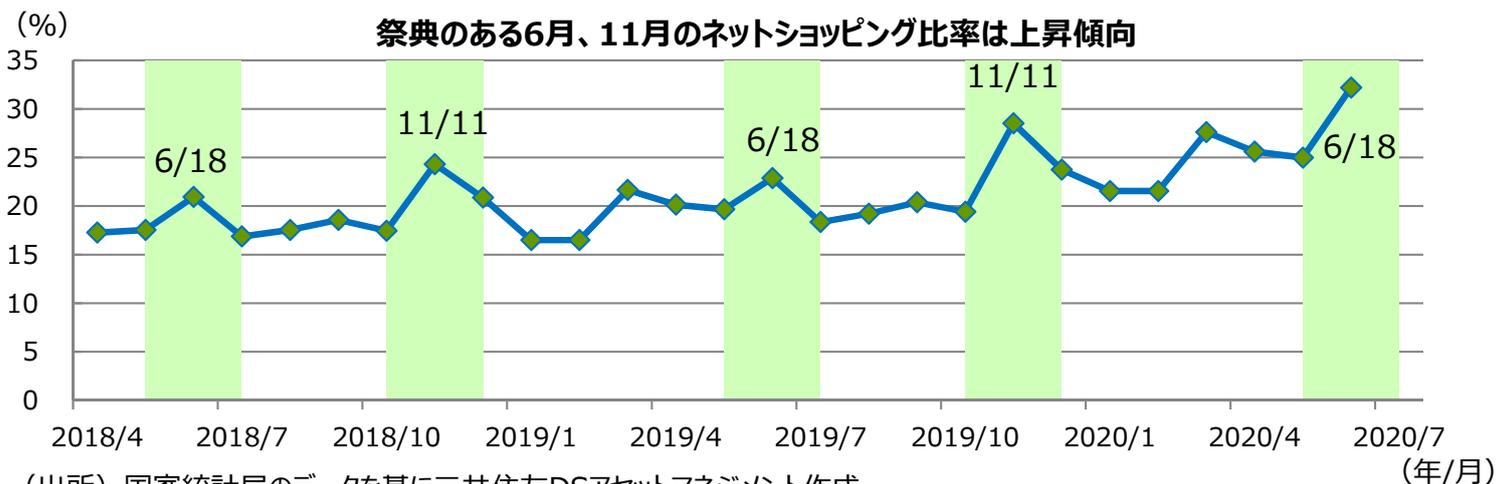
ネットショッピングの祭典は売上を大きく押し上げ

2020年「6.18」対象期間のJDドットコムの上は前年同期比+33.6%の2,692億人民元（4兆円強）を記録しました。ネットショッピングの祭典はEコマース各社の流通取引総額を大きく押し上げます。小売売上に占めるネットショッピングの割合は2019年の通年で20.7%だったのに対して、「独身の日」を含む2019年11月単月では28.5%に押し上げられます。「6.18」を含む2020年6月には、コロナの影響もあり過去最高の32.2%となりました。

重要性高まる祭典の位置づけ

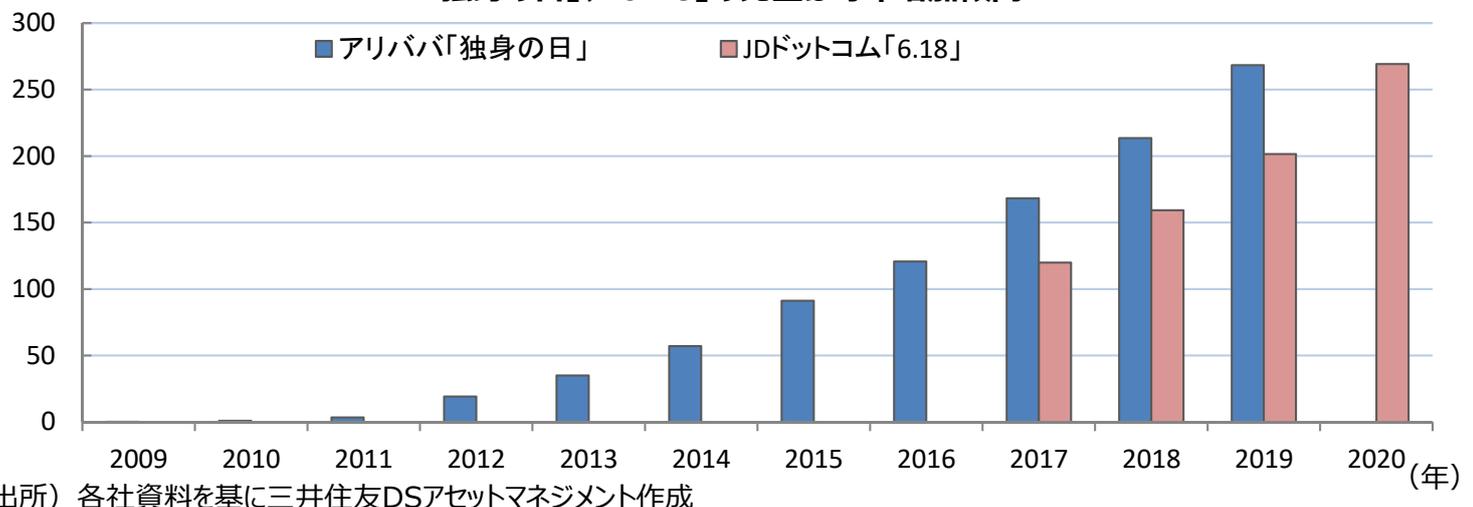
2015年から2019年にかけてアリババの売上は年率+24%で成長しました。対して「独身の日」に限ると、年率+31%の成長率となります。同様にJDドットコムでも、データがある2017年から2020年の「6.18」プロモーション期間中の成長率は年率+31%の伸びを示しています。「独身の日」、「6.18」の認知度が着実に高まり、これらプロモーション期間中に欲しいものをまとめて購入しようとする消費者の姿勢がうかがえます。Eコマース各社にとっても、業界シェアを高める絶好の機会となるため重要性が増しています。

祭典のある6月、11月のネットショッピング比率は上昇傾向



(十億人民元)

「独身の日」、「6.18」の売上は毎年増加傾向



※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。
 ※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

2020年「6.18」における販売商品の値引率

製品・商品名	定価からの値引率 (%)		
	ピンデュオデュオ	JDドットコム	Tモール
情報機器			
スマートフォン アップル iPhone11 ProMax64GB	-21%	-22%	-25%
スマートフォン ファーウェイMate308GB+256GB	-22%	-27%	-25%
ノートブック アップルMacBookPro13.3inch 8G+128G	-19%	-11%	-6%
ノートブック レノボThinkBook15i5/15.6inch/512g	-14%	-20%	-14%
アップル iPadPro6GB+128GBWifi	-37%	-38%	-36%
平均値引率	-23%	-23%	-21%
電化製品			
エアコン Midea KFR-35GW1.5P AC	-15%	-15%	-30%
洗濯機 Hisense XQG90-U1402FG	-17%	-6%	-27%
冷蔵庫 Haier BCD-258WDPM	-48%	-53%	-42%
テレビ Sony KD-65X9500G 65inches	-13%	-13%	-23%
掃除機 Dyson V11 absolute	-25%	-11%	-11%
平均値引率	-23%	-20%	-27%
食用・日用品			
電動歯ブラシO-Bral D12	-19%	-23%	-11%
コカ・コーラ 300ml×24	0%	-25%	-20%
ポテトチップス Lay's Potato chips package	-37%	-24%	-27%
口紅 YSL Lipstick	-19%	-21%	0%
化粧品SKII Facial treatment essence	-43%	-48%	-42%
平均値引率	-24%	-28%	-20%

(出所) 各社資料を基に三井住友DSアセットマネジメント作成

ネットショッピングの成長は続く

CtoCからBtoCへの流れが強まり、アリババのシェアは低下傾向

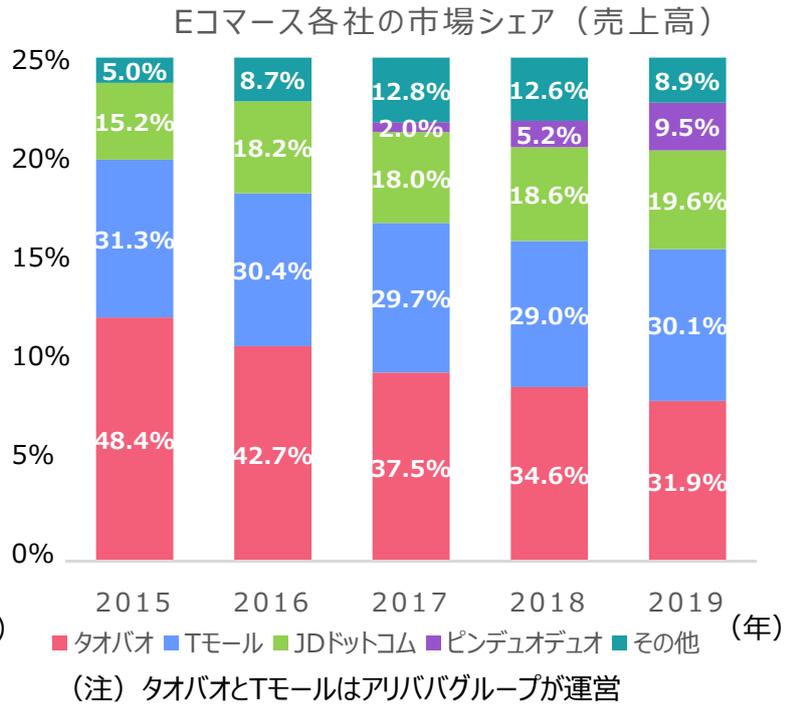
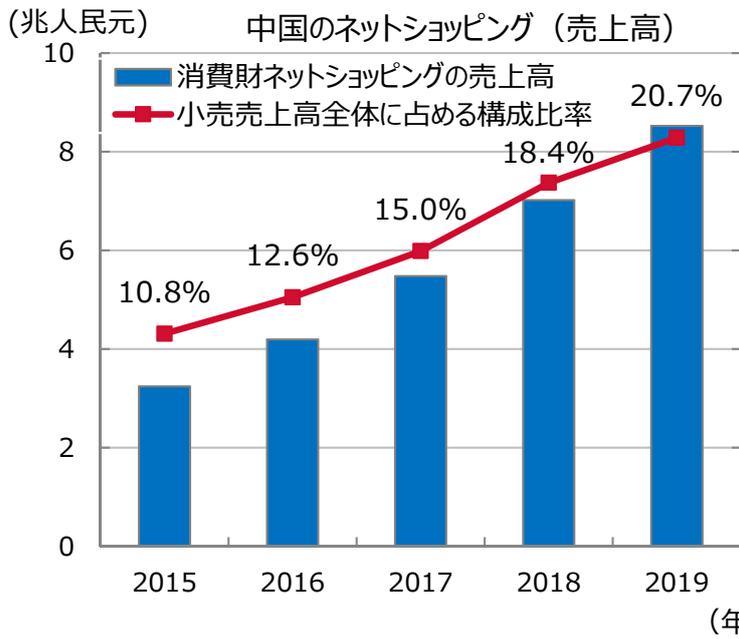
ネットショッピングの売上が伸びる中、CtoCを主な対象とするアリババ運営のタオバオ（淘宝网）の成長が鈍化傾向にあります。主な出店者が個人や小規模業者であるタオバオに対し、Tモール（アリババ）やJDドットコムなどの大手業者やブランドが、直接の売り手（BtoC）となることが支持されています。購入者側のリスクが小さい販売形態や安心感がその背景です。

一方でEコマース業界に新たな競合相手も出現してきました。ピンデュオデュオ（拼多多）はグループ購入者（まとめ買い）に対して安値を提供する事業モデルで急速にシェアを伸ばしています。2020年3月末で6.2億人のユーザーを確保しており、今後の事業展開が注目されます。

※個別銘柄・商品に言及していますが、当該銘柄・商品を推奨するものではありません。

※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。



(出所) 国家統計局, CNNIC のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。
 ※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

【参考銘柄】

アリババ・グループ・ホールディング

- 中国のインターネット通販最大手。個人間取引を仲介するタオバオ（淘宝网）と、企業と個人間の取引の場であるTモール（天猫）の運営を中核とする。
- インターネット関連企業・事業等の買収を通じ、積極的に事業分野を拡大。日本のソフトバンクが出資している。

(出所) Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

<株価の推移>

(2014年9月19日（上場日）～2020年7月24日）



※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。
 ※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

【参考銘柄】

JDドットコム

- 中国のネット通販大手。直販主体の事業展開で、「偽物」の取扱いが極めて低い。輸送・配送も自前で手掛ける。
- 中国のインターネットサービス大手のテンセントや米小売り大手のウォルマートが出資している。

(出所) Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成



ピンデュオデュオ

- 中国の電子商取引プラットフォーム会社。食品、ファッション、美容、電化製品など、幅広い商品を提供する。

(出所) Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成



※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。
 ※上記は過去の実績であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。

【重要な注意事項】

- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績および将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。

作成基準日：2020年7月30日