

Press Release



2020年12月17日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモスチャイナ、中国「独身の日(ダブルイレブン)」期間中の EC 取り扱い総額が 29 億元(約 460 億円)を超える データを活用したさまざまなマーケティング手法を用い、お客様企業の過去最高 GMV 達成をサポート

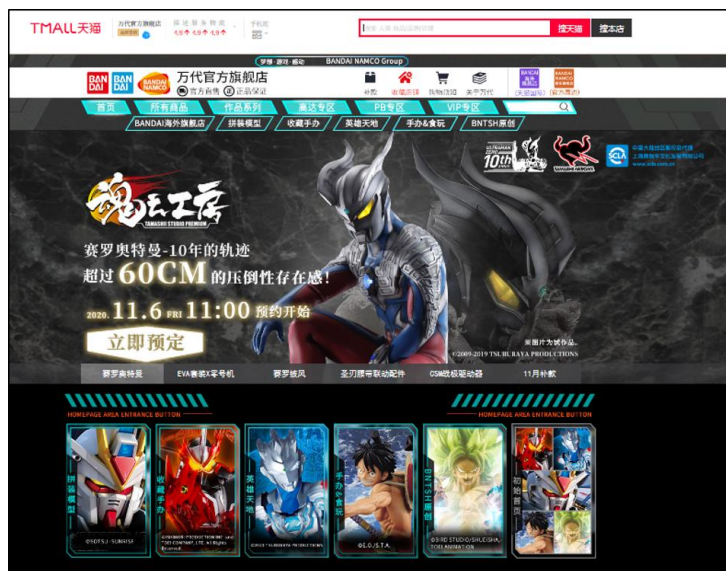
トランスコスモス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO:奥田昌孝)の 100%子会社である上海特思尔大宇宙商務咨询有限公司(本社:中国上海市、CEO:山下栄二郎、以下、トランスコスモスチャイナ)は、2020 年 11 月 11 日の中国「独身の日」(以下、ダブルイレブン)のキャンペーンにおいて、サービス提供するお客様企業の TMALL、JD をはじめとする EC プラットフォームにおける取り扱い総額が 29.09 億元(1 元 15.92 円換算で約 463.2 億円)を突破しました。



2020 年のダブルイレブンは昨年までとは異なり、消費者の購買意欲を十分に刺激するために販売期間を拡大し、11 月 11 日のみ行っていた販売を 11 月 1 日～3 日(3 日間)と 11 月 11 日(24 時間)の 2 期間に行いました。その結果、プラットフォームは GMV の集計期間も、これまでの 11 月 11 日の 24 時間から 11 月 1 日 0 時～11 月 11 日 23:59:59 の 11 日間に伸ばされました。新型コロナウイルス発生後最初の中国最大級の国民的ショッピングキャンペーンとしてのダブルイレブンは、中国消費者の旺盛な消費意欲と潜在力を示しました。結果、TMALL におけるダブルイレブンの流通総額は 4,982 億元(1 元 15.92 円換算で約 7 兆 9,313 億円)、JD におけるダブルイレブンの流通総額は 2,715 億元(1 元 15.92 円換算で約 4 兆 3,222 億円)を達成しました。また、TMALL 「10 億元クラブ」(10 億元以上の売上)にランクインしたブランドのうち 9 社は、トランスコスモスチャイナがサービス提供をしているブランドになりました。

ダブルイレブンの盛り上がりは年々増しており、各 EC モールとブランド企業はニューリテールサービスへの期待もますます高まっています。サービス企業はイベントのリソース獲得、リズム把握、商品選別、データ運用、消費者オペレーションなどの総合的能力を求められており、厳しい試練の時期を迎えています。TMALL のパートナー企業(5 つ星)として、トランスコスモスチャイナはダブルイレブンのプレセール期間の前夜から、EC サイト内外でのリソースを開拓し、データツールの活用や、多種多様なマーケティング手法を用い、お客様企業のダブルイレブン過去最高 GMV の実現を支援しました。

■BANDAI 公式旗艦店



TMALL「BANDAI 公式旗艦店」(URL: <https://bandai.tmall.com/>)

トランスコスモスチャイナが運営するBANDAI公式旗艦店は、2020年のダブルイレブンキャンペーンでは、再び過去最高のGMVを記録しました。初日である11月1日の取引額は昨年のダブルイレブン取引総額を上回り、7つの商品は100万元(1元15.92円換算で約1592万円)を超えました。さらに、中国を象徴する赤色の限定キャラクターグッズを販売し、当商品のみで600万元(1元15.92円換算で約9552万円)の売上に達し、大成功を収めました。トランスコスモスチャイナは、下記のマーケティング手法を用いて、売上激増の実現を支援しました。

- 広告リソース: TMALL が主催したブランド広告デザイン選定に応募し、クリエイティブなアイデアとレンダリングを評価され、TMALL から多くの露出を得られる広告枠を獲得しました。これにより、ダブルイレブンキャンペーンにおいて、TMALL の平面広告・動画広告で宣伝されるトップブランドの1つになり、主要都市の地下鉄、ビジネス地区、オフィスビルなどの人口密集地域における、無料でブランド露出をすることができました。
- データマーケティング: アリババデータバンク(アリババグループが保有する統合データベース)を活用し、消費者インサイトを理解することで、ターゲットグループ毎に異なる販売キャンペーンの告知を行い、プレセール期間からニーズに合わせた店舗誘導施策の実行をサポートしました。
- オフラインキャンペーン: ポップアップストアを提案し、戦略策定と実行をサポートしました。上海市で人込みの多い南京東路(ナンキントウロ)歩行街にある世茂(セイモ)広場前にポップアップストアを開き、開店5日間で来店客数は累計10万人を突破しました。

■Canon 公式旗艦店



TMALL「Canon 公式旗艦店」(URL: <https://canon.tmall.com/>)

トランスコスモスチャイナがサービス提供する Canon 公式旗艦店(URL: <https://canon.tmall.com/>)は、ライブコマースやデータマーケティングなどを通じ、11月11日1時に「TMALL ダブルイレブン デジタル家電業界 TOP10 ブランド」(取引額ランク)に選出されました。

- **ライブコマース**: 専門性の高い社員インフルエンサーチームを組織し、Canon 事業部の総経理にもご参加いただき、店舗のライブ配信を行いました。そして Canon 公式旗艦店はライブコマースランキングで業界トップ 6 にランクインされ、視聴回数は 50 万回、1 日間の「いいね」数は 150 万件を突破しました。
- **データマーケティング**: アリババの「超級互動城(スーパーインタラクティブシティ)」というソーシャルゲームを通じて、1600 万人の新規顧客を旗艦店へ誘導しました。また、アリババデータバンクを活用したターゲットグループ毎に分類したプレセールの予告配信をサポートし、多くの予告配信の ROI が 100% を超え、ダブルイレブンのプレセールと正式販売期間の流入やコンバージョンに大きな役割を果たしました。

また、トランスコスモスチャイナの「Uni Marketing」チームは、データに基づいた消費者オペレーションと高精度のマーケティングサービスを通じ、スポーツ・アウトドア(ANTA)、ファッションシューズ(TATA)、家庭用品(MDZF SWEETHOME、HOTATA、IRIS OHYAMA)などの業界でのトップブランドの業務拡大の実現を支援しました。このうち、日本の家庭用品ブランド IRIS OHYAMA(アイリスオーヤマ)のアクティブユーザーは前年比で 49% 伸長し、GMV が 3,336 万元(1 元 15.92 円換算で約 5 億円)を超え、前年比 26% 伸長しました。



日本の家庭用品ブランド IRIS OHYAMA のダブルイレブンの実績

トランスコスモスチャイナは、企業のデジタルトランスフォーメーションのパートナーとして、2006 年に上海で事業を開始し、現在では中国の 7 都市 10 拠点に事業を拡大してきました。中国市場において、コンタクトセンターサービス、ニューリテールサービス、デジタルマーケティングサービスなどを、中国国内や海外の 70 を超えるブランドに提供しています。2009 年に開始した EC 事業では、TMALL、JD、WeChat などのプラットフォームを通じて、3C 製品、コスメ、アパレル、ベビーケア、玩具、スポーツ、飲料品、楽器、家庭用品、ホームシアター・オーディオ機器、文具などのお客様企業に、EC 店舗・サイト構築、運用、販売チャネル開拓、オンライン・オフラインのデータ統合、システム開発、コンシューマーオペレーションと統合マーケティングのニューリテールサービス(越境 EC を含む)などを提供しています。

トランスコスモスチャイナは今後とも、プロフェッショナルな EC 運営チーム、アナリストチームおよびマーケティングチームと連携し、消費者ニーズを把握しながら、高品質の商品や顧客体験を提供し、お客様企業の業務拡大を支援していきます。

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です

※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは 1966 年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを、アジアを中心に世界 30 カ国・168 の拠点で、オペレーショナル・エクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模での EC 市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界 48 カ国の消費者にお届けするグローバル EC ワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは事業環境の変化に対応し、デジタル技術の活用でお客様企業の変革を支援する「Global Digital Transformation Partner」を目指しています。(URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp>)