

報道関係各位

2019年3月6日

## 天猫、2019 年中に化粧品 1,000 ブランドの店舗を 新たに開設する目標を発表

アリババグループ傘下の天猫 (Tmall) は 2019 年 3 月 4 日、今年 5 回目となる「Tmall Beauty Summit」を上海で開催しました。

### ハイライト

**1. 2019 年中に国内外の化粧品 1,000 ブランドが店舗を開設**

**2. 出店ブランドの 80%以上が天猫で新製品を発表**

**美容製品の売上高は昨年比 60%超で、業界の平均成長率を上回る**

### 1. 2019 年中に国内外の化粧品 1,000 ブランドが店舗を開設

天猫は同サミットにて、2019 年中に国内外の化粧品 1,000 ブランドの店舗を開設する目標を発表しました。この目標は、高まり続ける中国消費者の需要にアプローチしたい美容ブランドから選ばれるプラットフォーム、という地位を確立する推進力となるものです。

同サミットでは、グローバルの化粧品企業 7 ブランドと天猫が契約を締結しました。トム フォード (Tom Ford)、グラムグロウ (Glamglow)、P&G の新たな化粧品シリーズ Oriental Therapy、Cosme、日本の資生堂の d program、韓国の Primera、スウェーデンのバーネゲン (Barnängen) の 7 ブランドが、2019 年中に天猫で旗艦店を開設します。

また、美容ブランドの中国での成功を支援する新たな取り組みの一環として、1 月に正式に発表したワンストップソリューション「Alibaba Business Operating System」を紹介しました。本ソリューションは、販売、物流、サプライチェーン管理、決済、マーケティング、クラウドコンピューティングおよびその他のサポートサービスのデジタル化を支援するものです。

同サミットにて、各カテゴリーの人気コスメ商品も発表しました。資生堂のアネッサ、ユニ・チャームのソフィなど、日本ブランドも名を連ねました。

### ●天猫 プレジデント Jet Jing のコメント

天猫の 18 万のブランドから信頼され、ブランドのデジタル化の加速および中国での事業成長に貢献できることを光栄に思います。中国の消費活動はアップデートを続けており、様々な年齢層や居住地の人々が、高品質な美容製品を進んで購入しています。私たちは、このチャンスを活用するために、多くのブランドと協力できることを楽しみにしています。

## 2. 出店ブランドの 80%以上が天猫で新製品を発表

### 美容製品の売上高は昨年比 60%超で、業界の平均成長率を上回る

2018 年は、天猫に出店するブランドの 80%が天猫で新製品を発売しました。また、天猫の美容製品の売上高は昨年比 60%超で、業界の平均成長率を上回りました。

天猫および小売市場調査会社 Kantar が同サミット中に共同発表した報告書によると、2018 年の中国国内の小売市場全体のうち、天猫で販売された割合の増加率は、パーソナルケア製品が昨年比 21%増で、化粧品全体の 21%を上回りました。また、天猫における製品の浸透率は、パーソナル製品が最も高く 60%を上回る結果となりました。浸透率の増加率はパーソナルケア製品および家庭用クリーニング用品が昨年比 45%増で、消費財全体は昨年比 40%でした。

同報告書では、15～19 歳の Z 世代の可能性を示しました。Z 世代の女性は美容市場の新たな消費者で、他の年齢層の女性よりもハイエンドな口紅を進んで購入します。これは化粧品会社にとってチャンスです。

### 日本ブランドも積極的に天猫でビジネスを展開

コーセーは 2018 年 9 月に、天猫でコスメデコルテの店舗を開設しました。わずか 10 日で 13.7 万人のフォロワーを獲得し、購入者の 83%が 90 年代生まれでした。コーセーは現在、天猫もしくは天猫国際に 6 ブランドの旗艦店を開設しています。

資生堂の ELIXIR は 2018 年 4 月に中国にて、日本で人気のアイクリームの販売を開始しました。30 日間の PV 数は 1 億を突破し、売上数 2 万個以上を達成しました。日焼け止めで人気のアネッサも、「ドバイ日焼け止めの旅」を天猫と共同企画し、ドバイでアネッサを体験できるイベントを実施しました。キャンペーン期間中は売上が 600%増加し、わずか 6 分で 1 万個が売り切れるなど大盛況でした。資生堂は 2018 年 8 月に NARS（ナース）の旗艦店もオープンさせ、現在天猫に 10 ブランドの店舗を開設しています。

天猫は、アリババの約 7 億人の中国国内の顧客、強力な技術サポートおよび精通した市場知識を強みとして、ブランドがカスタマージャーニー全体を管理するための最も効果的なプラットフォームとなりました。製品開発、認知向上、取引、配送からアフターサービスまで、オンラインおよびオフラインの両方において顧客にシームレスな体験を提供します。

## ■ 天猫 (Tmall) とは

2008 年にローンチした天猫 (www.tmall.com) は、消費者にブランド製品や高品質な消費体験を提供しています。多くのグローバルブランドおよび中国ブランドや小売業者が天猫に店舗を開設しています。中国の調査会社 Analysys によると、天猫は 2017 年の流通総額において、中国最大の B2C プラットフォームとなりました。天猫はアリババグループの事業のひとつです。