

報道関係各位

2023年6月7日

アライドアーキテクト株式会社

## 【無料WEBセミナー】アライドアーキテクト×Nint

### 「2023年中国年中商戦618徹底解説セミナー」を6月29日(木)に開催

中国インバウンド本格復活に向けたECの消費動向とプロモーショントレンドを解説

企業のマーケティングDXを支援するアライドアーキテクト株式会社(東京都渋谷区、代表取締役社長 CE O: 中村壮秀、証券コード: 6081)で中国進出支援事業を展開するクロスボーダーカンパニー(プレジデント: 番匠達也)は、ECモールの市場動向データを提供する株式会社Nint(本社: 東京都新宿区、代表取締役: 吉野順子、以下Nint)と共同で、中国展開を実施中・検討中の日本企業様を対象とした「2023年中国年中商戦618徹底解説セミナー」を6月29日(木)に開催いたします。

お申込みページ: <https://service.aainc.co.jp/global/seminar/2023/618>



中国年中商戦  
618  
徹底解説セミナー

ビッグデータと企業事例から  
商戦期を総まとめ!

 Nint  
株式会社Nint 堀井 良威

 Allied Architects  
アライドアーキテクト株式会社 番匠 達也

6.29 | 木 | 14:00-16:00

#### ■開催背景

昨今、“年中商戦”と呼ばれる「618」は、中国EC最大の商戦期と言われる「独身の日」に匹敵する規模となっており、注目が高まっています。2022年の618では、中国EC全体の総取引金額は6,959億円を記録(約14兆円)、EC大手の京東の累計取引額は3,793億円(約7兆6,000億円)(※1)となり、前年の10.3%増で過去最高を記録しました。このように、618は中国市場における越境消費の活性化タイミングとして非常に重要なイベントとなっており、日本企業が中国へ進出し認知拡大や販売促進につなげるための絶好の機会であるといえます。

また、昨年の618ではDouyin、快手などのライブコマースプラットフォームにおける売上が1,445億円(約2.9兆円)(※2)に達するなど、昨今人気を博しているライブコマースでの販売が好調でした。このような618の結果を分析することで、中国本土の消費動向、プロモーショントレンドや今後の市場予測など、日本企業が今後

取っていくべき中国向け施策の対策が見えてきます。

そこで、中国展開を実施中・検討中の日本企業向けに、ECモールの市場動向データを提供するNintと共同で、618の数値データを振り返りながら中国の最新消費動向やトレンド解説、日本企業と中国企業の取り組み事例、618の結果を踏まえた今後日本企業がとるべき中国向けマーケティング戦略まで、ビッグデータと企業事例から618を徹底解説するセミナーを開催いたします。中国インバウンドの本格的な復活を目前にした今、インバウンドとECの両軸の事業戦略に役立つヒントになれば幸いです。

※1 引用: 京東公式WeChat

※2 引用: 星图数据<2022年618全网电商平台销售数据战报>

## ■実施概要

- 名称 : ビッグデータと企業事例から商戦期を総まとめ！  
2023年中国年中商戦618徹底解説セミナー
- 日時 : 2023年6月29日(木)14時00分～16時00分(13時50分からログイン可能)
- 会場 : オンラインセミナー(ライブ配信) ※Zoomを使用して配信いたします。
- 参加費 : 無料
- 定員 : 500名 ※応募者多数の場合は抽選とさせていただきます。
- お申込み : <https://service.aainc.co.jp/global/seminar/2023/618>

## ■プログラム

### ・第一部: インバウンド復活直前の618イベントで日本ブランドはどう消費されたか! ?

講師 堀井 良威(株式会社Nint 経営戦略室)

インバウンド消費が激減したこの3年間、中国の日本ブランド需要はEC市場へと向かい、中国EC市場では日本ブランドの流通金額、取り扱い店舗数、ブランド数が2.5倍の成長を遂げました。インバウンド復活の直前のいま、618商戦ではどのような日本ブランドが消費されたのでしょうか? 中国EC市場のビッグデータを用いて日本ブランドの消費動向を分析し、インバウンドとECの両軸の事業戦略に役立つインサイトを解説します。

### ・第二部: インバウンド本格復活に向けて知っておきたい中国ECプロモーションの実態

講師 番匠 達也(アライドアーキテクト株式会社 クロスボーダーカンパニー プレジデント / 株式会社オセロ 代表取締役)

インバウンドの本格復活を前にし、日本企業はコロナ禍で取り組んできた中国EC向けの施策を今後どのようにすれば良いのか、改めてその方向性を考える機会に直面しています。そのような中で最も重要なのは、「中国ECにおける効果的なプロモーション手法や事例を知ること」。ターゲットとなる中国人消費者に向けて実際に成功しているプロモーション例を知り、費用対効果の最大化を実現するためのヒントを解説します。

## <アライドアーキテクト株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役社長 CEO 中村壮秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : マーケティングDX支援事業

## <アライドアーキテツ・グループとは>

アライドアーキテツ・グループは、日本、アジア、欧米に7つの拠点を持つマーケティングDX(※3)支援企業です。2005年の創業以来累計6,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、自社で開発・提供するSaaSやSNS活用、デジタル人材(※4)などによって企業のマーケティングDXを支援しています。

※3 マーケティング領域におけるデジタルトランスフォーメーションのこと。当社では「デジタル技術・デジタル人材によって業務プロセスや手法を変革し、人と企業の関係性を高めること」と定義しています。

※4 主にSaaSやSNSなどのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材(SNS広告運用者、SNSアカウント運用者、エンジニア、WEBデザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

\* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

### 【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテツ株式会社 広報室 担当:伊藤

TEL: 03-6408-2791 MAIL: [press@aainc.co.jp](mailto:press@aainc.co.jp)