

# 地方経済情報 Weekly No.219

## e コマースが進化 “ライブコマース” ～ 「ネットショップ」+「ライブ動画配信」 ～

### 1. “ライブコマース”とは?

e コマース(電子商取引、以下EC)が行われるECサイトは、従来型の仮想店舗からネット環境やスマホの高機能化とともに進化しています。マーケティングの新技术の一つに「ライブコマース」があります。これはECサイト上に販促用のライブ動画を配信する、いわばTVショッピングのインターネット版です。簡易な手法ではスマホのカメラを活用して撮影や配信などを行います。

### 2. 中国では日本よりも一足先に急速に普及

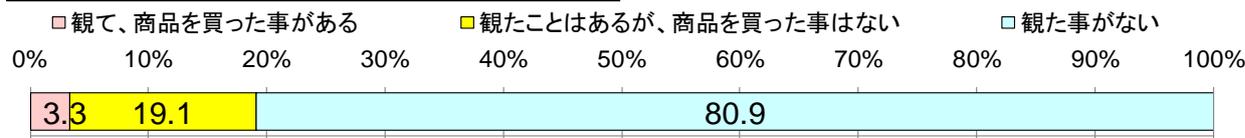
この次世代型EC形態は、中国で2016年頃に大手通販サイトが動画配信を導入したことで急速に普及しました。また、Twitter等のSNS上に多大な影響力を持つインフルエンサーと呼ばれる人達が紹介する商品が飛ぶように売れる状況が日常化しました。ライブコマースでは、リアルタイムの動画配信を活用して双方向のコミュニケーションを自在に取りながら、視聴者の反応や瞬時的なニーズを捉えて視聴からオンライン購入へとシームレスに誘導できます。こうした手法は多ジャンルの洋服や食品、雑貨など様々なアイテムを扱う店舗でも応用が可能です。

### 3. 日本ではまだ黎明期、利用拡大が期待される

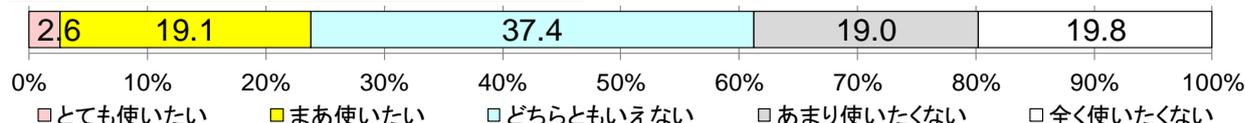
2017年頃から日本でも浸透してきたライブコマースですが、これから中国の様な利用拡大が期待されています(図表1)。最近ではライブコマースにおけるサービスを提供する企業も増えてきました(図表2)。県内でも新型コロナウイルス感染症の影響で、不要不急の外出の自粛や各種イベントの中止などで消費者の行動が心理的にも制限され、流通業界を中心に各企業は売上低迷に苦慮している状況です。ECを活用して様々な手法を用いた販売活動を行うことで、苦境においても事業活動の継続・発展を実現する打開策が生まれることが期待されます。

[図表1]ライブコマースの利用経験と利用意向

Q1:ネットショッピングのためのライブ配信を観たとき



Q2:「ライブコマース」についてどう思いますか



資料: マクロミルと翔泳社(MarkeZine)の共同調べ「ライブコマースに関する調査 2019年7月実施」から当研究所で作成

[図表2] ライブコマースにおけるサービス形態例

種類	タイプ	特徴	配信実行者	サービス例
アプリ	ECモール型	法人に対して出店できる機能を提供	出店者が多い	Yahoo!ショッピングLIVE
	キュレーション型	委託販売を行うサービス(オンライン・セレクトショップ) サービスプロバイダーが在庫を持つケースもある	サービスプロバイダー側が行う	LiveShop!
SaaS型		EC法人のサイトやアプリへのライブコマース機能提供サービス 自社ECを顧客接点として重視する企業向け	自社ECで実施	TAGsAPI

資料: 当研究所で作成

担当: 主任研究員 漆嶋