

**全国の20歳～69歳の男女1000人に聞いた
「ライブコマース成功のカギ その2」**

**ライブコマースで商品購入後、70.3%が「購入した商品がよかった」と回答。
ライブコマースの良い点について、「商品の活用方法がわかりやすい点」と21.8%が回答**

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回2022年1月17日（月）～2022年1月19日（水）の3日間、全国の20歳～69歳の男女1000人を対象に「ライブコマース」をテーマにインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

ライブコマースとは、ライブ配信の動画を活用してユーザーの購買を促すオンライン販売の形を指し、ライブコマースが盛んな中国では極めて大きな市場規模を獲得しています。一方日本では昨年日経トレンディが発表した「2021年ヒット商品ベスト30」にて「TikTok 売れ」が1位となったこともあり、ライブコマースに注目する企業が徐々に増えています。

しかし、自社商品をどのようにライブコマースで売るのが最適なのか分からない・どのようなアプローチをすれば購入してもらえるのか分からないという企業も多いのではないのでしょうか。

今回は、ライブコマースの視聴理由やライブコマースで良いと思った点等の実態を聴取し、さらにライブコマース利用者・非利用者の普段の購買傾向・情報収集への積極性等を比較しました。

「その2」では、ライブコマースのメリット・非利用者へのアプローチに焦点を当ててレポートいたします。是非今後のマーケティング活動の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20歳～69歳の男女
3. 有効回答数：1000名（うち、ライブコマース利用者500名、ライブコマース非利用者500名）
4. 調査実施日：2022年1月17日（月）～2022年1月19日（水）

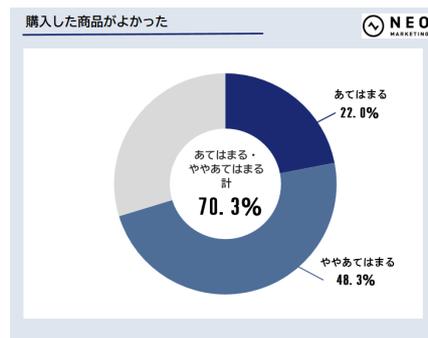
◆「ライブコマース成功のカギ その2」主な質問と回答

◆**ライブコマースの良い点は：「商品の活用方法がわかりやすい点」と21.8%が回答。**

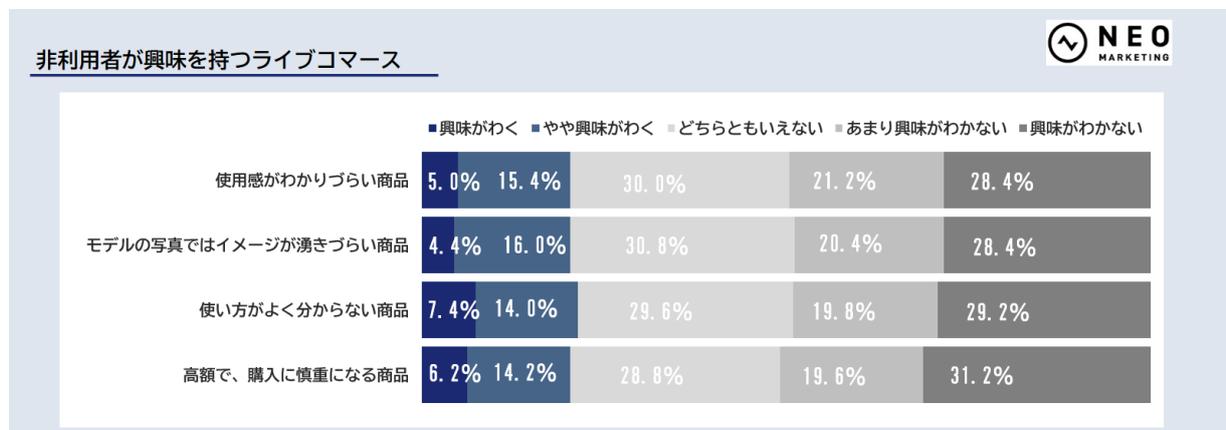
「店頭に行かなくても良い点」が26.4%でTOPとなったが、そこに4.6ポイント差で「商品の活用方法がわかりやすい点」が挙がった。自由記述では、実店舗で受ける説明とは異なる「使用者目線」の説明に、良さを感じるという声も挙がった。

◆**ライブコマースでの商品購入後の感想：70.3%が、「購入した商品がよかった」と回答。**

ライブコマースで購入した商品への満足度は、非常に高くなることが分かった。



非利用者が興味を持つライブコマース

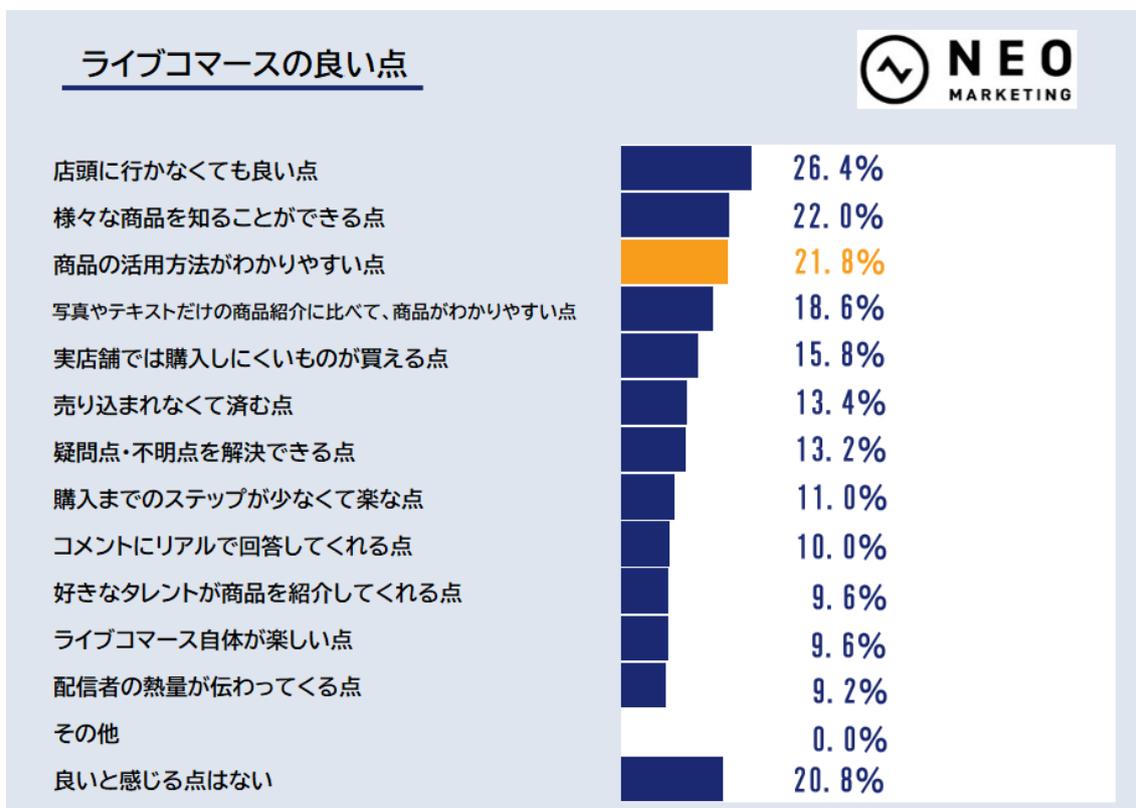


ライブコマース非利用者に対し、ライブコマースにて上記商品を取り扱い詳しく商品説明をしたら、ライブコマースにはどの程度興味がわくかお聞きしました。

「使用感がわかりづらい商品」「モデルの写真ではイメージが湧きづらい商品」「使い方がよく分からない商品」「高額で、購入に慎重になる商品」いずれの商品であっても、「興味がある」「やや興味がある」割合の合計は約 20%となりました。しかし一方で、「どちらともいえない」はいずれも約 30%を占めています。

新規ライブコマースユーザーの獲得のためには、ライブコマースにて「商品の便利な活用方法」や「使い心地」「使いこなし方」を紹介する、といった訴求はやや効果が薄いかもしれません。まずはキャンペーン等で一度ライブコマースの利用を促し、ライブを通してユーザーが得られるメリットを実感してもらうことが先決だと考えられます。

ライブコマースの良い点



ライブコマース利用者に対し、ライブコマースの良いと感じる点をお聞きしました。

「店頭に行かなくても良い点」が26.4%で最も高い割合となりましたが、そこに4.6ポイント差で「商品の活用方法がわかりやすい点」が挙がりました。ライブコマースでは、商品をよく知っている配信者ならではのリアルな活用方法を交えた商品紹介が求められているようです。

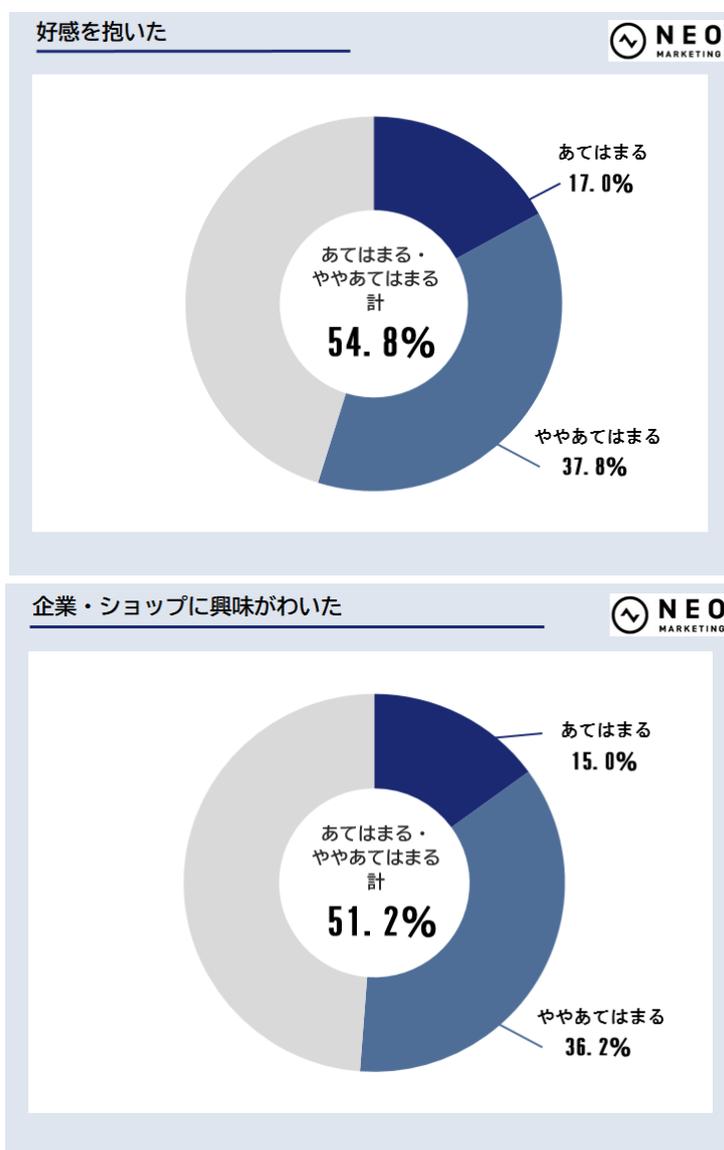
また、ライブコマースの良いと感じる点について具体的に自由記述でお聞きしました。実店舗では実際に動かして試すことができないものや、実店舗で受ける説明とは異なる「使用者目線」の説明に、良さを感じるという声がありました。

【自由回答の一部抜粋】

- ・具体的に店では使用の仕方などを実際トライすることができない場合、ライブコマースを利用する。(68歳、男性)
- ・その場で質問できるし、どんな着こなしがいいかアドバイスももらえるから(24歳、女性)
- ・使ってみないとわからない使用感がなんとなくわかる(63歳、男性)
- ・実際に使用したときの感覚がつかみやすいから(30歳、男性)
- ・商品内容が配信者の伝え方が使用者目線でわかりやすくてよい。(54歳、女性)
- ・実店舗では相談しにくい事もライブコマースでは相談できる事です。(36歳、男性)
- ・実際に着用して動いている映像が見られるのでイメージがわかりやすい(34歳、女性)
- ・触り心地などは写真ではわからないから言葉で伝えてもらうとわかりやすい(45歳、女性)

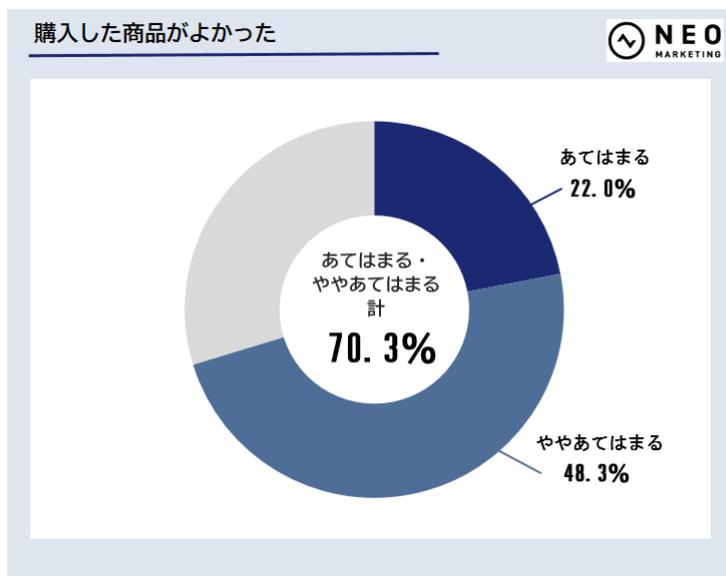
- ・イレギュラーな使い方や公式では紹介されない内容がわかる。(64 歳、男性)
- ・商品の作り手から直接製作の過程が聞けたり、使い方の説明が詳しく聞けるので楽しみながら役立つ買い物ができる。(56 歳、女性)
- ・衣類についてはシルエットがよく分かる。購入するのに手間が掛からない。(59 歳、男性)
- ・色々な体型のスタッフが着用してくれて参考になるから (36 歳、女性)
- ・質問してもはずかしくないから (43 歳、女性)
- ・わかりやすい。客観的に商品を見る助けになる。(66 歳、女性)
- ・画面に動きがあるからわかりやすい (51 歳、女性)
- ・その人自身が具体的にコスメの活用パターンを教えてくれるので参考になりました (36 歳、女性)

ライブコマースを利用したあとの状態・結果



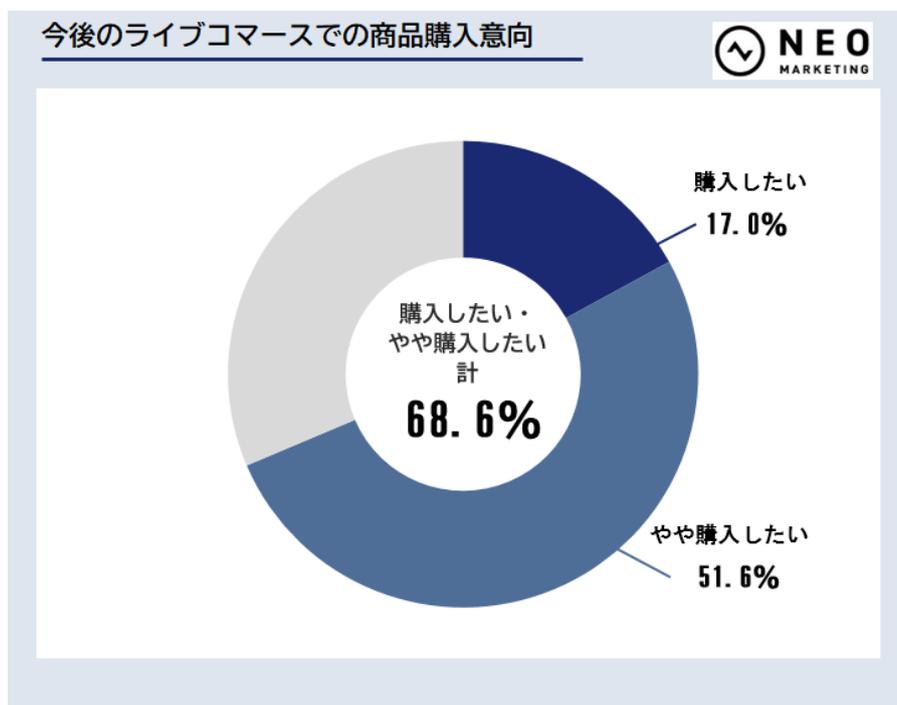
ライブコマース利用者に対し、ライブコマースを利用したあと・商品を購入したあとの状態・結果として、最もあてはまるものをお聞きしました。(傾向として、最もよくあてはまるものを回答)

ライブコマースを利用したあと約半数の方は、企業・ショップに好感を抱き、興味がわくことがわかりました。



またライブコマースにて商品を購入した方で、「購入した商品がよかった」と感じている方は70.3%となり、満足度が高いことがわかりました。

今後のライブコマースでの商品購入意向



ライブコマース利用者に対し、今後のライブコマースでの商品購入意向をお聞きしました。

「購入したい」「やや購入したい」を合わせ 68.6%と、半数を大幅に超えました。
ライブコマースを利用する方は今まで購入経験が無い方でも、購買へ積極的な姿勢を持っていることは間違いなさそうです。

■この調査でを使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>