

# ライブコマースを通じて販路拡大と地域経済の活性化に繋げ、 県内事業者の稼ぐ力を向上

採択事業者名

楽天グループ株式会社

コンソーシアム構成員

南海放送株式会社 | 株式会社LivePark

## 勉強会の実施概要

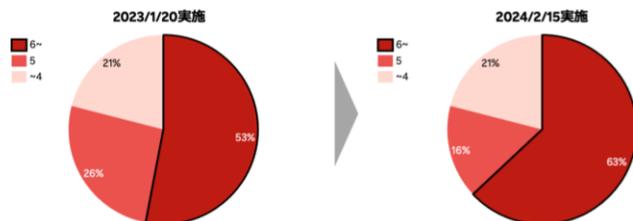
勉強会の目的	今年度実施したライブコマースのデータとノウハウを共有することによって、参加事業者のライブコマース活用を加速させる。
勉強会の当初のゴール想定と結果	1回目想定80 結果35 海外向けであったため、ターゲット自体が少なかった。 2回目想定80 結果30 前年度と同じ内容だと思われ、正しい情報が伝わらなかった。
参加者	愛媛県内延べ65名の事業者が参加。うち3名が自治体からの参加。
協議アジェンダ	実施したライブコマースの報告、国内/海外の状況共有、ライブコマースのノウハウ、ライブコマース活用事業者からの成功事例共有、ライブコマース実演講座等
データに基づく協議ポイントの整理	県内事業者のライブコマースの持続及び定着化を図るため、県内事業者のジャンル・事業規模・ライブコマース実装率・広告投資額などのデータを収集し、事業者同士で情報交換をしながら定期的な勉強会を開催することで、ライブコマースの実装を深める。
主なデータ項目	ライブ配信データ(アクセス数、視聴数、リアクション数、コメント数、売上金額、視聴者属性)、勉強会総合満足度、ライブ配信アンケート(ライブコマースに関して)
協議におけるガイドライン(含む具体例)	ライブコマースを実装し、自社でも継続利用をすることで、持続可能な産業界育成スキームを実現する。
「実装成果」実現に向けた示唆/考察	勉強会に参加した事業者に対してはライブコマース実装意欲を高めることができたため、能動的にライブコマースをしてもらうためのボトルネックを洗い出し、能動的な実装化に向けて随時後押しする。 そのため、来年度は自治体が主体となった勉強会とライブコマースを広げることで、実装化の向上に繋げる。

## データ活用・協議の具体例

重要指標例	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマース稼働率</li> <li>勉強会参加者満足度</li> </ul>	
	実装前	実装後
データ取得	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースはほとんど実施されていなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースを計3回実施。</li> </ul>
データ活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースに関するデータ活用は行われていなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースデータ</li> <li>勉強会総合満足度</li> <li>ライブ配信視聴者アンケート等のデータを取得。</li> </ul>
実行	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースに関するデータの実行は行われていなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>データを集計</li> <li>弊社の会員データも用いて分析</li> </ul>
協議	<ul style="list-style-type: none"> <li>ライブコマースに関する協議はほとんど行われていなかった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>勉強会を通じてライブコマースの現状や視聴者属性、傾向等を県内事業者、自治体に共有。</li> </ul>

### ライブコマース活用に関する関心度

ライブコマースを活用したいかどうかの関心度を10段階(10が最高)で評価



### データ活用・協議による成果

既存のライブコマース実装事業者・勉強会参加者において、ライブコマース活用意欲は昨年よりも10%増加している。一方で、愛媛県のライブコマース稼働率は非常に低く、ライブコマースの実装に至るまでに背中を押しきれていない。次年度は自治体協力の下、勉強会とライブコマースを開催し、事業者でライブコマースを始めることへのハードルを下げて、最終的な継続利用に繋げる。