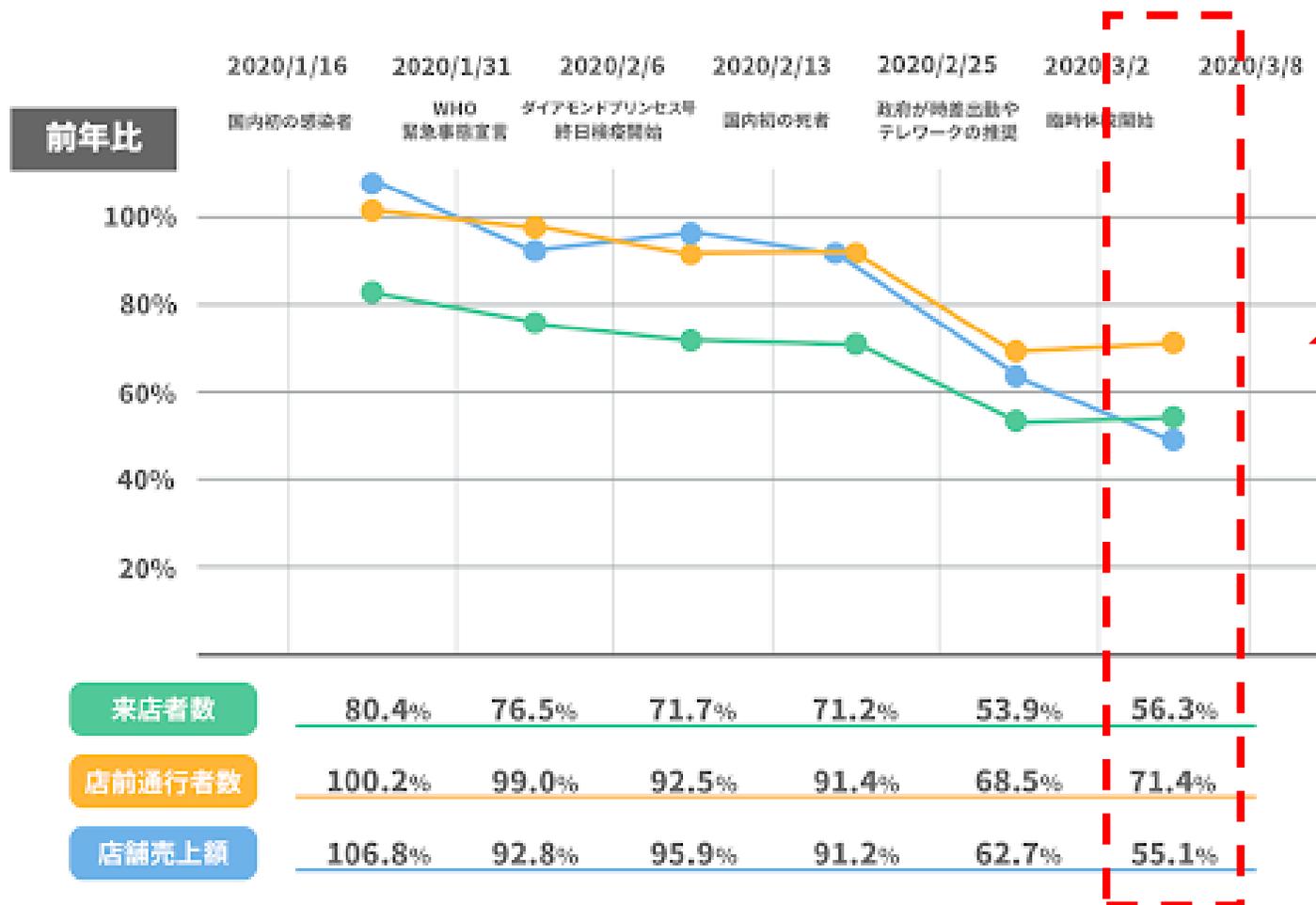


**新型コロナで増える「巣ごもり消費」
ECでも衝動買いを起こさせる、直感型動画コマースとは？**

P A R O N Y M

「巣ごもり消費」の現状

【全国約700店舗の来店者数や売上高が前年比50%台まで下落】

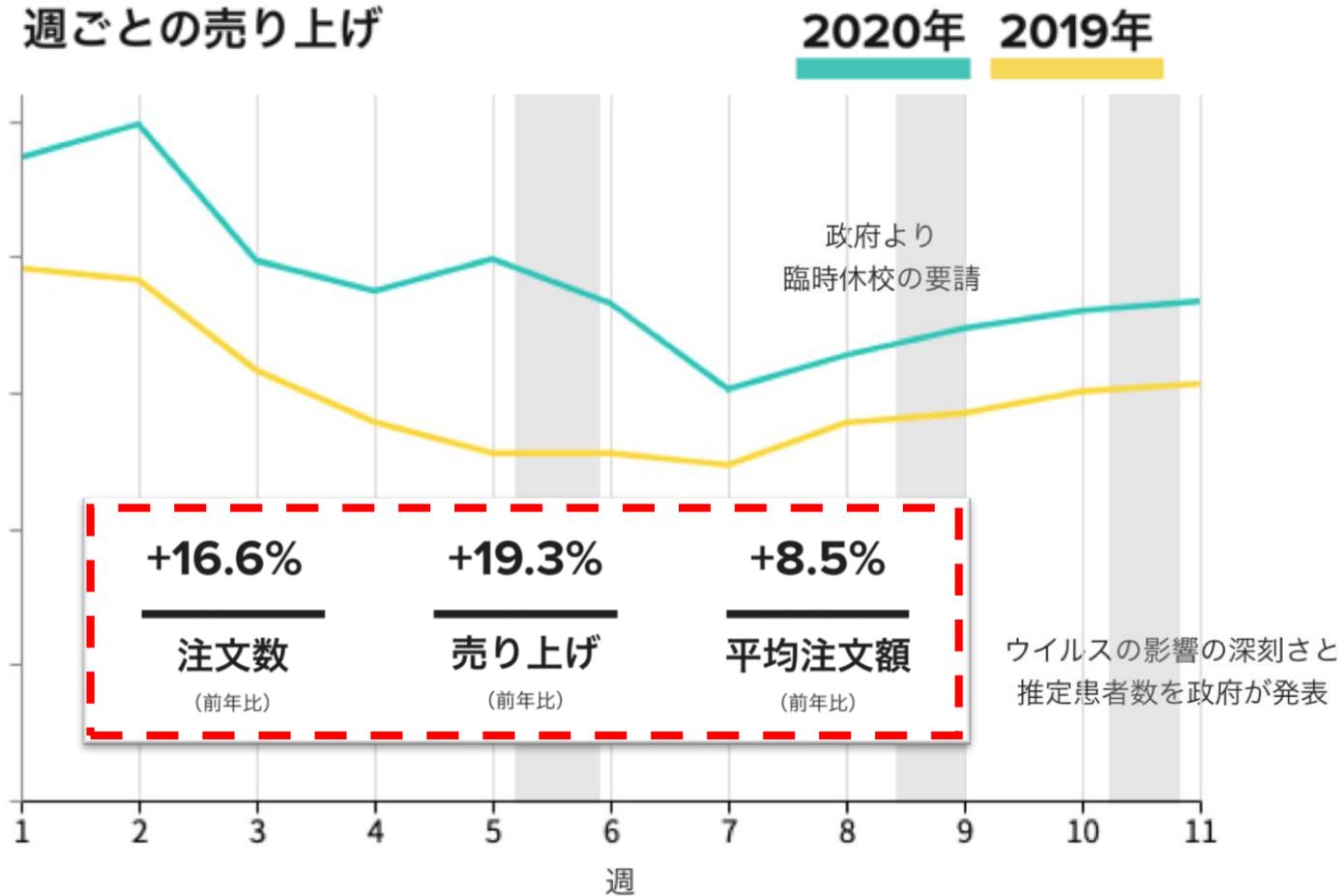


前年比
50%台まで
下落

調査はABEJAの小売店舗解析サービス「ABEJA Insight for Retail」を導入しているアパレル、雑貨など全国約700店舗を対象に実施。「ABEJA Insight for Retail」は、三陽商会・ビームス・イオンリテールなどが導入。

(引用元：<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000095.000010628.html>)

【ECに関しては前年比で注文数・売上ともに伸長】



オンライン試着プラットフォームを提供するファッションビッグデータカンパニーの株式会社 Virtusize国内大手ファッションEC事業者の300万件を超える購買データを分析し、新型コロナウイルスの影響を調査<起算日：2020年1月3日、2019年1月4日>

(引用元：<https://ecnomikata.com/ecnews/25675/>)

CAINZ

3,000円以上のお買い物で
最大2,000円分の
送料をポイント還元

3,000円以上のお買い物で
 最大2,000円分の送料をポイント還元キャンペーン

外出自粛がより強く要請される中、カインズでは、緊急事態宣言地域への支援として、なるべく外出をしないでお買い物ができる環境を提供できるよう、該当都道府県への配送にかかる送料を最大 2,000円分、カインズポイントで還元するキャンペーンを展開。

また、おうちの暮らしを応援！！ページを開設し、自宅で過ごす時間を楽しむための商品を紹介。

https://www.cainz.com/jp/campaign/cp_20200414/

MASH GROUP ONLINE STORE

3.12 thu START 0:00
 |
 3.22 sun END 23:59

11 DAYS
% OFF
 CHARITY

期間中の利益の11%がMASH PARK PROJECTに寄付されます

「自宅で買いものを楽しんで」
 マッシュホールディングス EC一斉セール

公式EC「ウサギオンライン (USAGI ONLINE)」およびブランドのECで、全アイテムの価格が11%引きとなるセールを3月12~22日の間実施。

対象となるのは、マッシュスタイルラボは「スナイデル (SNIDEL)」「フレイ アイディー (FRAY I.D)」など10ショップ、マッシュビューティーラボは「コスメキッチン (COSME KITCHEN)」「セルヴォーク (CELVOKE)」など7ショップ。同セール期間中に得た利益の11%を被災地支援に充てるとのこと。

<https://www.wwdjapan.com/articles/1056551>

PayPay モール
 PayPay残高でお支払いすると
最大20%相当
戻ってくる!

ソフトバンク スマホユーザー特典	+10%
+	
PayPay モール	+4%
+	
PayPay残高でのお支払い	+1%
+	
プレミアム会員	+4%
+	
ストアポイント	1%

YAHOO! JAPAN ショッピング
 PayPay残高でお支払いすると
最大16%相当
戻ってくる!

ソフトバンク スマホユーザー特典	+10%
+	
PayPay残高でのお支払い	+1%
+	
プレミアム会員	+4%
+	
ストアポイント	1%

ヤフーがソフトバンクスマホユーザー向けに毎週日曜日に
 PayPay還元キャンペーンを開始！

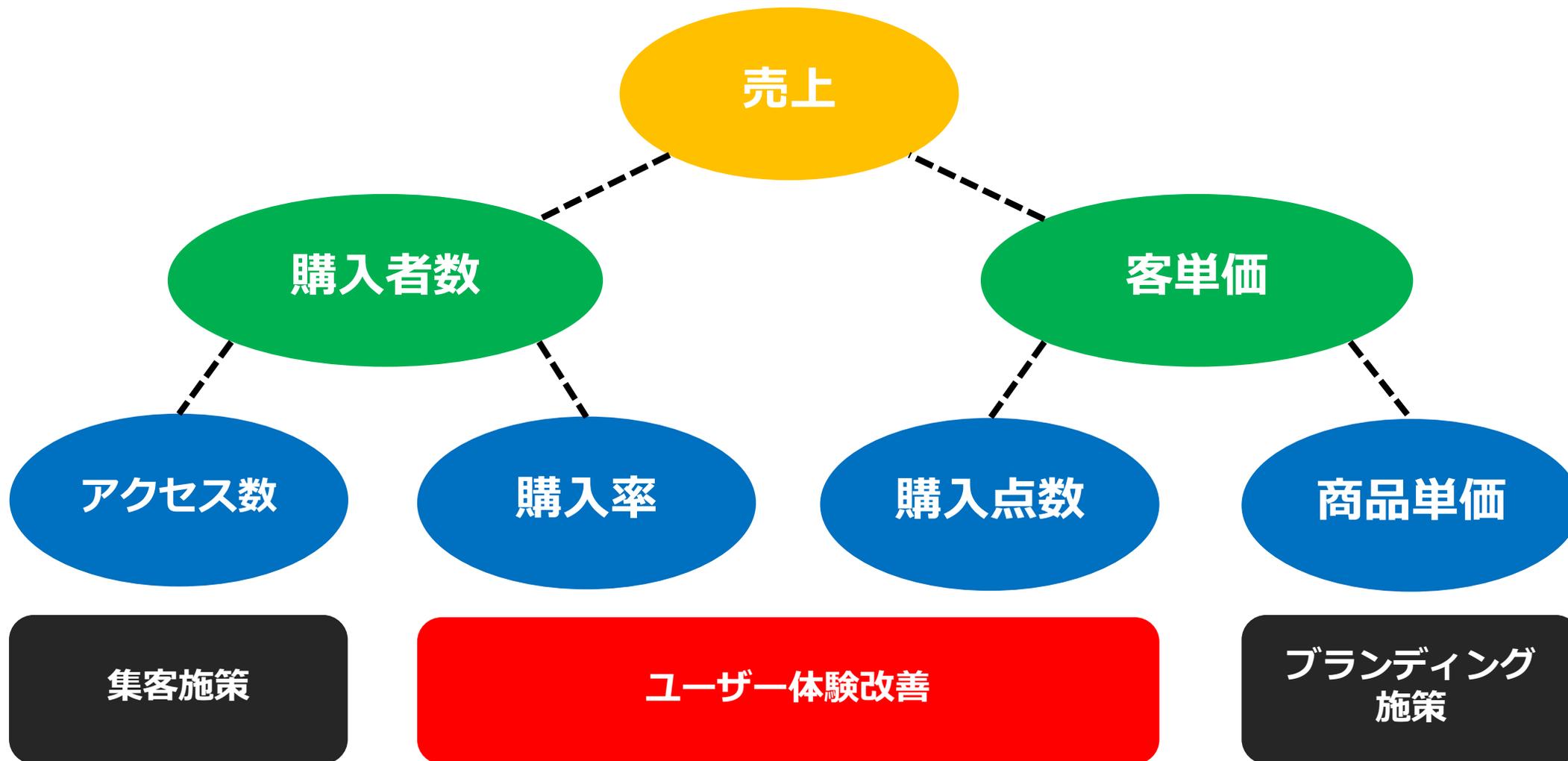
Yahoo! JAPANとソフトバンクは、“ソフトバンク”のスマホユーザーを対象にした特典「ソフトバンクスマホユーザーなら毎週日曜日はさらに最大10%相当戻ってくる！」を、2020年4月12日より実施します。

各種特典を組み合わせることで、「PayPayモール」においては、毎週日曜日に最大20%相当、「Yahoo!ショッピング」、「LOHACO」では最大16%相当のPayPayボーナスライトなどが付与される。

https://topics.shopping.yahoo.co.jp/campaign/points/sb_sunday/

ECの売上構造からみる課題

EC売上の構成要素はいくつかありますが、実際に購入してくれるお客様のユーザー体験を向上させることが、売上向上の重要な要素になると言える



実店舗では同じ世界観の中で関連商品が並んでおり、利用シーンを想像しやすいが、ECサイトでは商品が単品で出てくるため、関連商品の購入に至らないことが多い

実店舗



ECサイト



amazon.co.jp



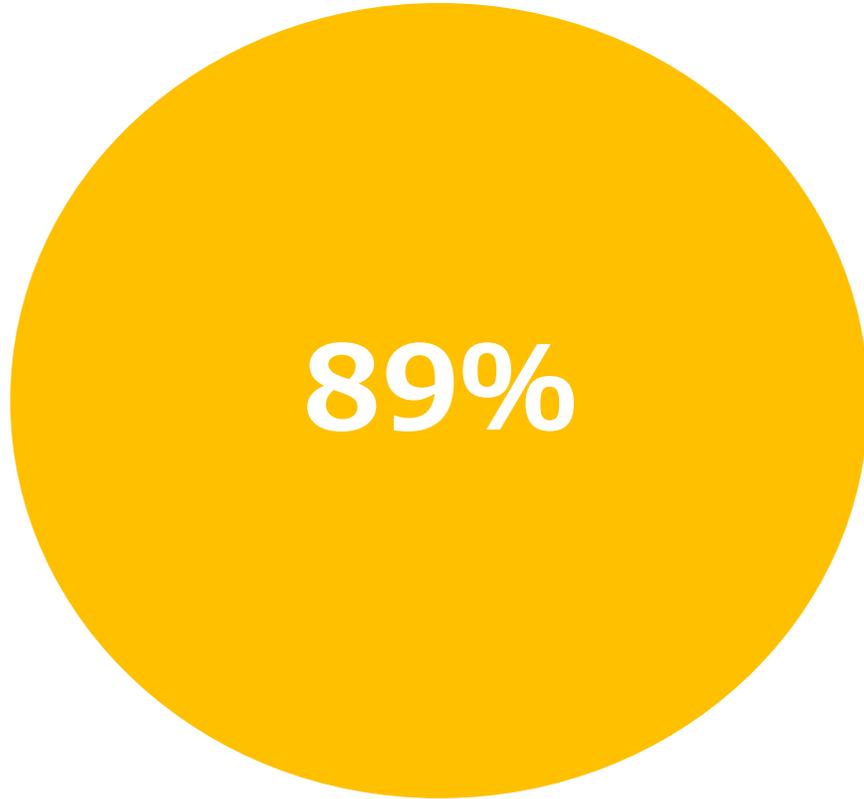
meeco.mistore.jp

- たくさんの商品が一目瞭然
- 情報をすばやく比較
- 使ったイメージが湧きやすい

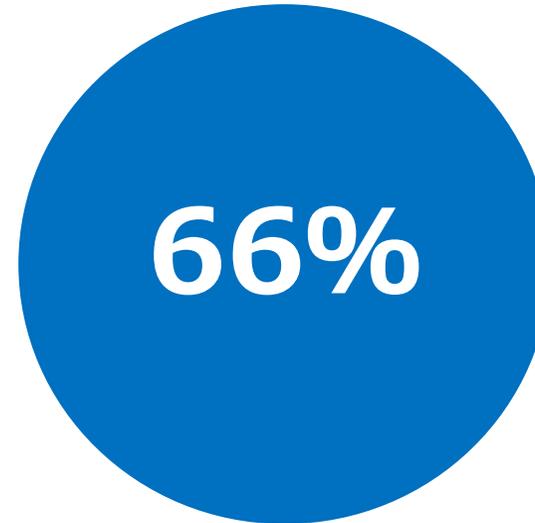
- 基本1ページ1商品
- 比較するにはページ遷移
- 使ったイメージが湧きづらい

実店舗の売上のうち、衝動買いが90%に上るのに対し
ECでは66%に止まっている。解決方法として・・・

実店舗での衝動買い



ECサイトでの衝動買い

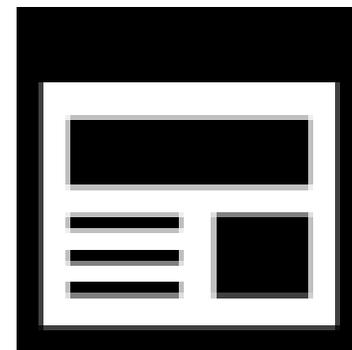
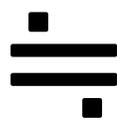


「衝動買い」ユーザーを制するものがeコマースを制する？：購入動機に関するAOL調査
(引用元：https://digiday.jp/brands/aol_unconditional_shopping/)
意外に多い「衝動買い」。ECサイトの場合は？
(引用元：<https://xn--web-ng0fr76a.jp/post-25/>)

60秒の動画の中には、WEBページ3,600ページ相当の情報量が入っており
一つの世界観の中で大量の情報を視聴者に伝えることが可能



60秒



WEB 3,600ページ
180万語

- 情報量が多く、特徴や魅力が伝わりやすい
- 同じ世界観の中で複数の商品を訴求できる
- 疑似体験によって商品への理解、使用イメージが深まる
- 記憶に残りやすい



TIG

で解決した事例を紹介します！

弊社サービスTIGのご紹介と実績例のご紹介



動画内のアイテムをタップすることで、
商品ページなどに遷移させることができる
インタラクティブ動画

動画が持つ情報量と世界観をそのままに、
ページ遷移を促すことができる



通常の動画とTIG動画でABテストを行った結果、アシストCVRがUP



計測項目	通常動画	TIG動画
Imp数		
CTR (LP遷移率)	0.40%	0.54%
Click		
CPC		
CVR	0.93%	1.43%
CV (カートボタンClick)		
CPA	¥14,286	¥7,428
アシストCV		
アシストCVR	0%	0.13%

0.5% UP!

約50% DOWN!

0.13% UP!

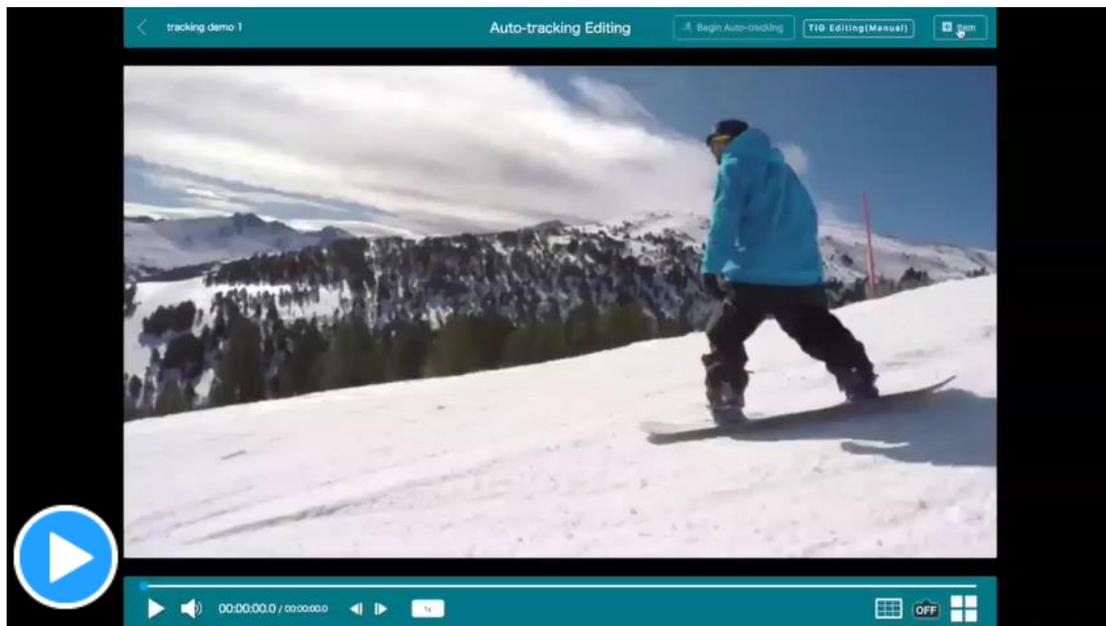
Youtubeの動画とTIG動画でABテストを行った結果、CVRがUP



【SP】	
[SP]AT [QR]	[SP]AT [QR]
youtube	TIG
指標 ページ:1/1 行:50 1-9/9	
1. 真水受注金額[evt18]	[QR]
2. 商品ビュー数（カスタム） [event3]	[QR]
3. 訪問回数	[QR]
4. 実訪問者数	[QR]
5. 1訪問あたりのページビュー数	[QR]
6. 真水受注件数（受注毎） [evt20]	[QR]
7. 1訪問あたりの商品ビュー数	[QR]
8. 直帰率	[QR]
9. CVR（真水受注件数（受注毎）/実訪問..	5.88%
	9.65%

3.77%
UP!

■TIG編集ツール



Image

Thumbnail   og:image

Change [Change](#)

Jpg, png * 100MBMaximum

Item 3Cases Sort: Date added (newest)

 [map.jpg](https://goo.gl/maps/Bp4Di...) [Cancel](#)

 [item02](https://www.amazon.co.jp/...) [Cancel](#)

 [item01](https://www.amazon.co.jp/...) [Cancel](#)

 New Upload

 From registered item Add

[TIG Editing](#)

■アナリティクスツール



再生数

総再生回数	34,953
5秒以上再生回数	72,356
ユニークユーザー再生回数	67,946
ユニークユーザー5秒以上再生回数	66,971

再生デバイス



視聴完了率

25%再生	93.08%
50%再生	90.20%
75%再生	89.04%
100%再生	72.08%
平均再生率	89.88%

画面タップ

総タップ回数	768,082
TIG領域	415,289 (54.1%)
非TIG領域	352,813 (45.9%)

ストック

TIGアイテムストック回数	464,262 (60.4%)
---------------	-----------------

URLジャンプ

総ジャンプ回数	82,204 (110.3%)
ユニークジャンプ回数	53,121 (78.2%)

16

Thank You!!

お問合せはこちらからお願いいたします。

<https://www.paronym.jp/contact/>