

コロナ禍の デジタルサービスに係る調査

株式会社野村総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-2
大手町フィナンシャルシティ グランキューブ

2021年 3月19日

NRI

Share the Next Values!



■ 調査概要

■ 調査結果

【コロナ禍で普及したデジタルサービス】

- 医療
- ヘルスケア
- 教育
- 人材
- エンタメ
- コミュニケーション
- 小売り

【デジタルサービスを支える企業・政府の取り組み】

- インターネットトラフィック増加への対応
- データ連携（B2G、P2B）
- 認証サービスの普及（JPKI、eKYC）
- 国民のデジタルスキル獲得に係る支援

■ 参考資料 コロナ禍で普及したデジタルサービスの詳細

コロナ禍で普及したデジタルサービス

- コロナ禍では、三密を回避するためのデジタルサービスが普及した。代表的なものとして、ウェブ会議ツールやキャッシュレス決済が挙げられる。これらは、従前から存在していたサービスが広く普及した事例といえる。
- 一方で、企業が能動的にビジネスモデルを変化させることで利用が拡大したサービスもある。これらは、コロナ禍における課題に上手く対応したものであり、デジタルサービス市場拡大に資する萌芽事例と捉えられる。
- 産業で見ると、医療、ヘルスケア、教育、人材、エンタメ、コミュニケーション、小売り分野でそのような事例が確認された。

デジタルサービスを支える企業・政府の取り組み

- コロナ禍では、分野横断的に見ると、プラットフォームを利用してクイックにデジタル化や販路開拓を実現したり、事業者が相互に連携してサプライチェーンを効率化したり、コミュニケーションツールを活用してユーザーエクスペリエンスを向上したりするようなデジタルサービスが普及した。
- 今後も、分野横断的なデジタルサービスの持続的な普及のためには、これらを支える情報通信インフラの充実、サービスの利便性、利用者のICTリテラシーの向上が求められる。呼応するように、コロナ禍では、インターネットトラフィック増加への対応、データ連携、認証サービス、デジタルスキル獲得等に係る企業・政府の取り組みが確認された。

コロナ禍で普及したデジタルサービス

コロナ禍で普及したデジタルサービス

分野

動向

サービスの例

医療

【特徴】

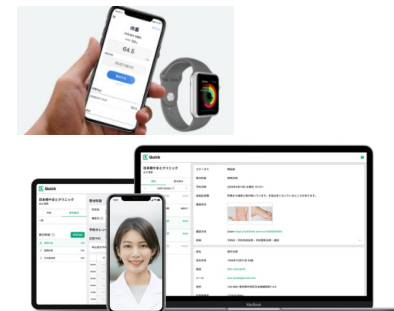
- コロナ禍では医療機関への受診を控える利用者が増え、健康上のリスクを高めてしまう可能性が指摘されている。
- 医療機関においても医療崩壊が問題となる中、従来の対面による診療以外の方法で、患者をサポートすることが求められている。

【サービスの例】

- 医療サービスへアクセスを容易にするオンライン診療サービスが注目を集めている。
- オンライン診療サービスの中には、消費者の行動を把握し、そこから導き出される個人のニーズに応じたサービスを提供するものもある。



e-health lab
(Vodafone・Innovus
(英国・ギリシャ))



YaDoc
(株式会社インテグリティ・ヘルスケア)

ヘルスケア

【特徴】

- コロナ禍では、施設でのトレーニングを控える一方で、増加した在宅時間を活用した自宅内でのトレーニングの利用意向が高まっている。
- テレワークの普及に伴い、在宅勤務による従業員のフィジカル、メンタル不調の予防が課題となっている。

【サービスの例】

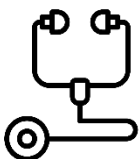
- プロのインストラクターによるフィットネスプログラムをオンラインで受講できるサービスが注目を集めている。
- 事業者が福利厚生の一環としてオンラインによる健康増進サービスを提供する動きも見られる。



Peloton
(Peloton (米国))



FiNC For BUSINESS
(株式会社FiNC Technologies)



コロナ禍で普及したデジタルサービス

分野

動向

サービスの例

教育



【特徴】

- ・ 臨時休校により、多くの家庭が、子どもの学習環境確保への対応が求められた。
- ・ 在宅勤務が広がる中、移動時間の短縮等により生じた時間を勉強に充てる動きがある。

【サービス例】

- ・ コロナ禍においては、多くのEdTech事業者が自社サービスを自治体や学校向けに無償提供し、EdTech市場が拡大した。
- ・ 学生や社会人向けに、語学やビジネス関係の講座を提供するプラットフォームが人気を集めている。



スタディサプリ
(株式会社リクルートマーケティングパートナーズ)



Udemy
(Udemy (米国))

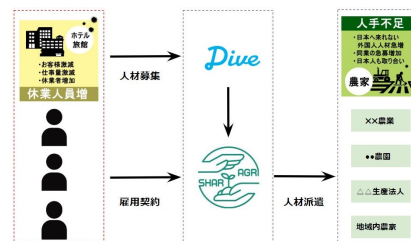
人材

【特徴】

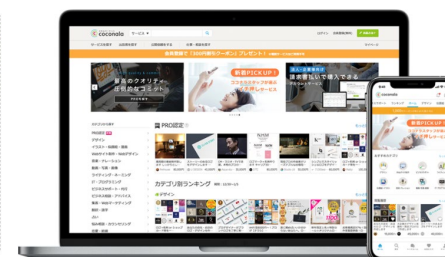
- ・ 外国人技能実習生の入国制限措置をはじめとする人手不足が課題となっている。
- ・ コロナ禍では、収入減や雇用不安、自粛要請によるスキマ時間の増加を背景に、副業を始める人が増えている。

【サービスの例】

- ・ 観光業から農業へ人材をシェアリングするサービスが注目を集めている。
- ・ 高度なスキル（ウェブサイトや動画・音楽制作、ビジネスやマーケティングのサポート等）を売り買いするプラットフォームが普及し、ビジネス利用も増加している。



シェアグリ
(株式会社シェアグリ)



ココナラ
(株式会社ココナラ)

コロナ禍で普及したデジタルサービス

分野

動向

サービスの例

エンタメ

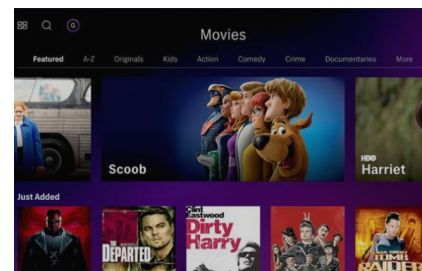
【特徴】

- コロナ禍では、映画館や劇場への休業要請や収容人数制限に伴い、利用者が自宅以外でエンタメを楽しむことが難しくなっている。

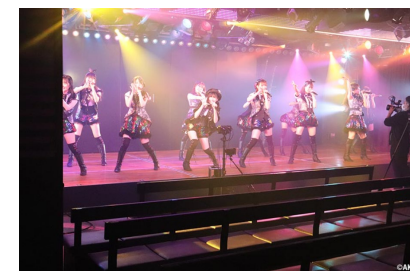


【サービスの例】

- 映画製作会社では、自社の動画配信プラットフォームにおいて、劇場公開と同時に新作を公開する動きがある。
- スポーツ、音楽ライブ、フェス、舞台など、無観客イベントをライブ動画配信するサービスが普及している。



HBO Max
(Warner Media (米国))



VR SQUARE
(ソフトバンク株式会社)

コミュニケーション

【特徴】

- テレワークによってオフィス以外のどこでも仕事ができる反面、チーム内での連携が薄くなり、組織としての一体感が欠如している。
- 他人と対面で会うことへの自粛から、世間話を気軽に話し合えるようなコミュニケーション機会が不足している。

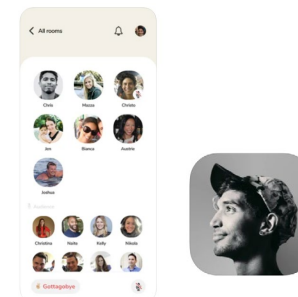


【サービスの例】

- 自分の分身（アバター）を用いて、仮想空間のオフィス（バーチャルオフィス）で社員同士がコミュニケーションを取るサービスが注目を集めている。
- ユーザー自身がオンラインで雑談できる機会を提供する音声SNSが普及している。



VirBELA
(VirBELA (米国))



Clubhouse
(Alpha Exploration Co. (米国))

コロナ禍で普及したデジタルサービス

分野 動向 サービスの例

小売り

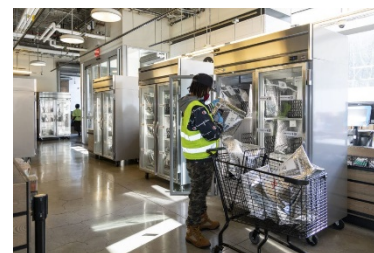


【特徴】

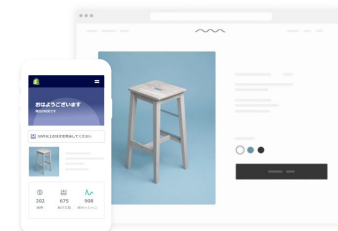
- 三密を回避するため、非接触で買い物ができるネットショッピングの利用が増加している。
- 実店舗を中心に展開していた小売事業者は、EC事業の拡充を余儀なくされている。
- 新型コロナウイルスの感染拡大により、レストラン等の高級食材を中心とする需要が減少している。
- 非接触による買い物ニーズは高まるものの、冷蔵が必要な生鮮食品は置き配等による受け取りが難しい。

【サービス例】

- 店舗をネットショッピングの注文対応に特化させたり、物流の配送拠点化したりする動きが見られる。
- EC事業者を支援するプラットフォームとして、デジタルマーケティング、決済、在庫管理・配送などをオールインで提供するサービスが普及している。
- 農家と消費者を直接結ぶ、D2C（Direct to Consumer）による販売支援サービスが普及している。
- 生鮮宅配ボックスをマンション共用部や駅構内に設置する取り組みが注目を集めている。



Whole Foods Market
(Amazon (米国))



Shopify
(Shopify (カナダ))



食バチョク
(株式会社ビビッドガーデン)



マートステーション
(クックパッド株式会社)

デジタルサービスを支える企業・政府の取り組み

インターネットトラフィック増加への対応

- コロナ禍では、デジタルサービスの利用拡大に伴いインターネットトラフィックが増加している。欧州では、欧州電子通信規制機関によるインターネットトラフィックの確認が行われた。また、民間事業者（ビデオストリーミングサービス提供者）は、デフォルト画質を低減させることで、インターネットトラフィックの削減に協力した。
- デジタルサービスを安定的に利用できる環境を実現するためには、インターネットトラフィックの増加を見据えた取り組みが求められる。

事例

インターネットトラフィックの確認（欧州電子通信規制機関（BEREC））
2020年3月19日、欧州委員会と欧州電子通信規制機関（BEREC）は、COVID-19のパンデミック状況におけるネットワーク接続の需要の増加に対処する方法について共同声明を発表し、準備を整えるためのプロセスを設定した。BERECは、容量の問題に迅速に対応できるように、各加盟国のインターネットトラフィックの状況を定期的に確認するためのレポートメカニズムの設定に取り組む。

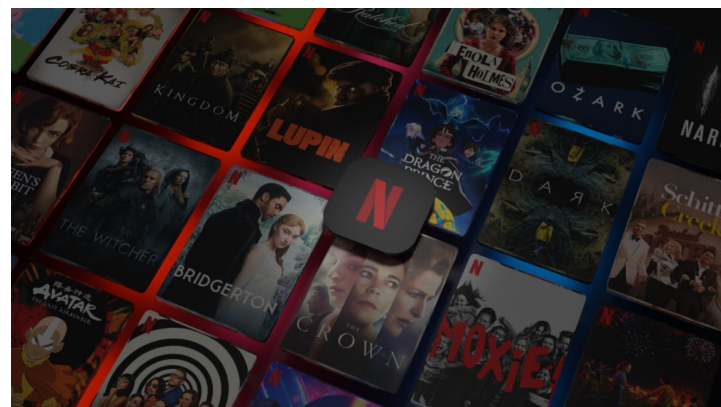


Joint Statement from the Commission and the Body of European Regulators for Electronic Communications (BEREC) on coping with the increased demand for network connectivity due to the Covid-19 pandemic.

インターネットトラフィック削減協力（ビデオストリーミングサービス事業者（欧州））

Netflix、YouTubeなどのビデオストリーミングサービス事業者は、ビデオストリームの品質を引き下げることによって、インターネットトラフィックの削減に協力した。

Netflixは、30日間ヨーロッパの全てのストリームでビットレートを削減し、ヨーロッパのネットワーク上でのNetflixのトラフィックを25%削減することを発表した。YouTubeは、一時的に、動画再生画質の初期設定を標準（480p）に設定した。



イメージ図出所) Netflixウェブページ

出所) 欧州電子通信規制機関（BEREC）ウェブページ
https://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/others/9236-joint-statement-from-the-commission-and-the-body-of-european-regulators-for-electronic-communications-berec-on-coping-with-the-increased-demand-for-network-connectivity-due-to-the-covid-19-pandemic

出所) EUプレスリリース
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_20_498
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/node/94093>

データ連携 (B2G、P2B)

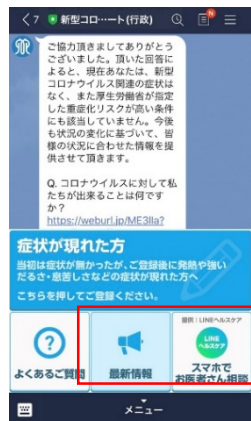
- コロナ禍では、民から官へのデータ共有 (B2G) が求められ、SNS等を通じて収集したデータや移動履歴を、行政サービスや施策立案に活用する取り組みが見られた。
- これまでのデータ連携の議論は、オープンデータ (G2B) が中心であった。これからは、民から官へのデータ共有 (B2G) や、データ取引市場等を通じたプラットフォームを起点とするデータ連携 (P2B) の活性化が求められる。

事例

新型コロナウイルスパーソナルサポート」(LINE株式会社)

LINE株式会社は、各都道府県向けに、新型コロナウイルスパーソナルサポートの提供を開始した。2020年3月5日に提供開始。本サービスは、LINE公式アカウントを活用し、感染状況等の実態把握・住民1人1人に合った情報や新型コロナウイルス関連の最新ニュース提供・医師への無料相談サービスの提供を行うことができるサービスである。また、収集したアンケート結果については、大学や学術団体等と連携して分析を行うために活用されている。

LINE公式アカウントの利用者画面イメージ図

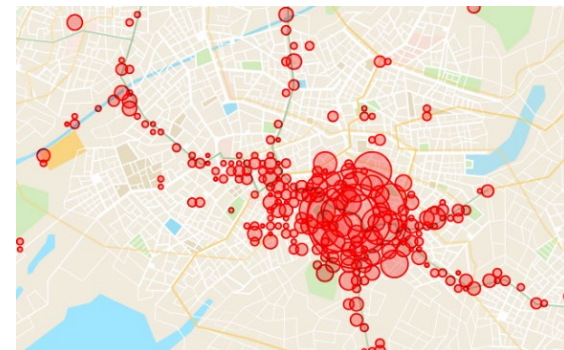


- ・「最新情報」をクリックすると、各都道府県の新型コロナウイルス関連最新ニュースへアクセス可能
- ・「スマホでお医者さん相談」をクリックすると、医師への相談サービスにアクセス可能

ビックデータ分析による新型コロナウイルス感染症対策への協力 (Yahoo!JAPAN)

顧客のプライバシーを十分に保護することを前提に、位置情報や検索・購買履歴のビックデータ分析を行い、厚生労働省など関係省庁が実施する新型コロナウイルス感染症対策の最適化・効率化に貢献する取り組みを実施。顧客が滞在したエリアごとに、新型コロナウイルス感染症の感染者が特徴的に行くと考えられるサービス利用 (検索・購買) が実施された数の増減を算出。

Yahoo!JAPANが提供する分析結果を架空の地図上に表示した図



出所) 株式会社LINEプレスリリース
<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2020/3150>

出所) Yahoo!JAPAN株式会社のプレスリリース
<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2020/04/13b/>

認証サービスの普及（JPKI、eKYC）

- コロナ禍では、オンラインサービスの普及に伴い、オンライン上の本人確認を安全に効率的に行うためのサービスとして、JPKIに加え、金融や携帯電話サービスでは、より簡便な身元確認の仕組みとしてeKYCの活用が進んでいる。
- 様々なサービスがオンライン上で連携していく場合、連携する先の事業者の身元確認も重要であるため、お互いのサービス水準にあった身元確認が行われていることが重要である。eKYCはJPKIより手間コストがJPKIより低減されるが、eKYC提供事業者により、要素技術の水準や身元確認のプロセスの違いがあり、認証強度も多様。ユーザ企業等において必要十分な本人確認の認証強度を提供するeKYCが選択できる環境が必要である。
- 本人確認サービスの普及には、JPKIに加え、KYCといった簡便な身元確認手法のユースケースを増やすとともに、eKYCによる身元確認サービスを提供する事業者の信頼性、安全性の確保も重要である。

事例

JPKI（公的個人認証サービス）の事例

xID株式会社（本社東京都・2012年設立）は、マイナンバーカードと連携したデジタルIDアプリ「xID」（総務省が認定した公的個人認証サービス）を提供している。

同社は、2020年8月より、株式会社トラストバンクとともに、LoGoフォーム電子申請サービスを開始。自治体が「対面・紙・ハンコ」に頼らずに、マイナンバーカードを活用した本人確認が必要な行政手続きを実現できる。



eKYCのサービスの事例

金融や通信分野を中心に、簡便にオンライン上での本人確認が可能なeKYCが導入されている。eKYCに必要な要素技術の水準、ランダムジェスチャー顔認証や音声認証等なりすましや偽造対策を行う等、eKYCによる信頼性向上に取り組んでいるものもあり、身元確認のプロセスは様々であり、認証強度にも差がある。

事例	概要
LINE eKYC (LINE)	LINE CLOVAのAI技術文字認識と顔認識を組み合わせた、本人確認ソリューション。渋谷区が導入。
Digital KYC (NEC)	世界No.1の認証精度の顔認証技術を活用した本人確認を可能にするサービス。楽天モバイル、NTTドコモが導入。
KYCプラットフォーム (DNP)	本人確認手続きをオンラインのみで安全・安心に完結できるサービス。りそな銀行、みずほ銀行の口座開設アプリに導入。
本人確認アシスト API (ドコモ)	ドコモが保有している本人確認済の利用者情報を連携し、同サービスを導入した企業の本人確認を支援するサービス。
APIサービス (三菱UFJ銀行)	APIサービスは、利用者の同意を得たうえで外部サービス会社と連携して、三菱UFJダイレクトの一部機能やお取引情報を外部サービス会社に提供するサービス

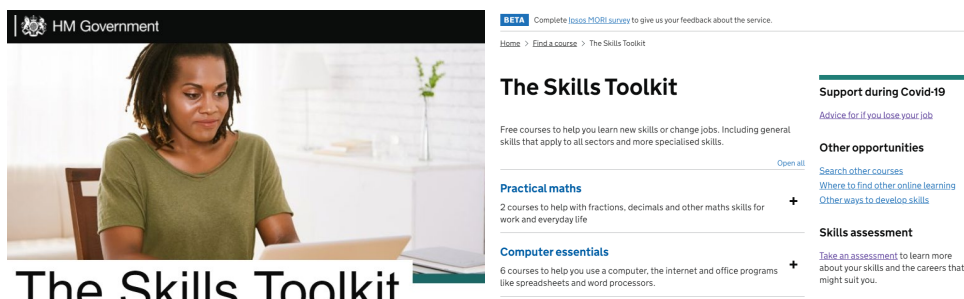
国民のデジタルスキル獲得に係る支援

- 英国政府は、国民のデジタルスキルの向上を目的としたオンライン学習ポータルを提供を開始した。また、シンガポール政府は、ボランティアが高齢者のデジタルスキル獲得を支援するプログラムを提供している。
- 年齢に関わらず、誰もがデジタルスキルを獲得できる支援サービスの拡充が必要である。

事例

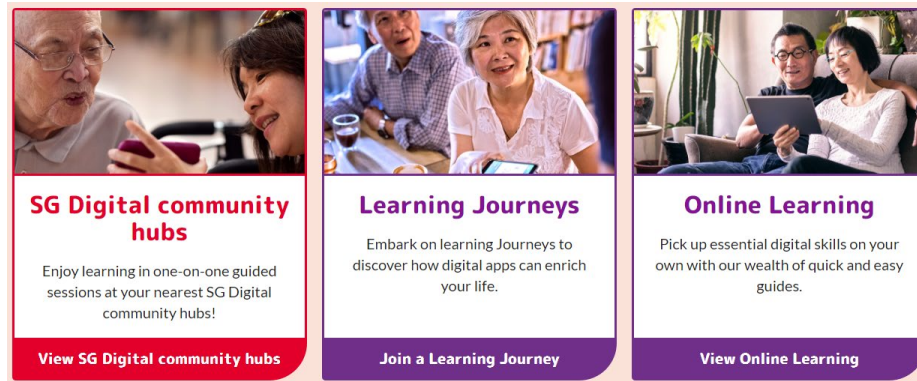
The Skills Toolkit (英国)

英国政府は無料のオンライン講座を“The Skills Toolkit”として公開し、COVID-19によるステイホーム期間中の学習や研修の機会を提供している。サイトの運営は英国政府、講座の提供は参加企業・団体。利用者は、電子メールやソーシャルメディアの使い方から始まり、コーディングの仕方、デジタルマーケティングの基礎まで、幅広いレベルに対応したコース群の中から受講したい講座を選択できる。個人のスキルアップのみならず、企業内の研修にも使用することが推奨されている。



Seniors Go Digital (シンガポール)

情報通信メディア開発庁は“Seniors Go Digital”プログラムを実施。デジタルコミュニケーションスキル、デジタル政府サービスのアクセス方法、電子決済とデジタルバンキングの使用方法等について、ボランティアが、公民館や公共図書館で対面で支援している。2020年8月時点で利用高齢者数は1.6万人超、21年3月までに10万人の利用を目標としている。利用した約80%が習得したスキルを日常生活で使い続けており、コロナ禍での日常生活のデジタル化を推進する1手段となっている。



参考資料

医療

【特徴】

- コロナ禍では医療機関への受診を控える利用者が増え、健康上のリスクを高めてしまう可能性が指摘されている。
- 医療機関においても医療崩壊が問題となる中、従来の対面による診療以外の方法で、患者をサポートすることが求められている。

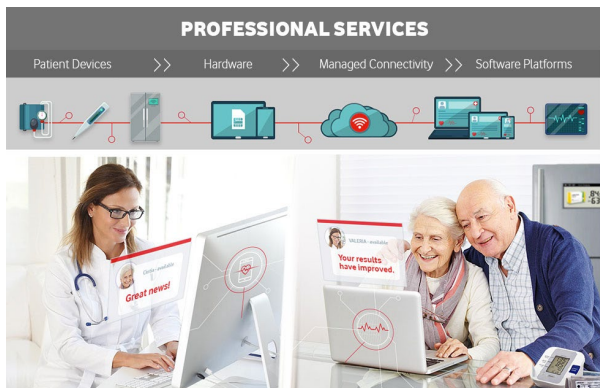
【サービスの例】

- 医療サービスへアクセスを容易にするオンライン診療サービスが注目を集めている。
- オンライン診療サービスの中には、消費者の行動を把握し、そこから導き出される個人のニーズに応じたサービスを提供するものもある。

事例

e-health labの設立 (Vodafone Innovus (英国・ギリシャ))

Vodafone社は、グループ会社であるVodafone Innovus (ギリシャ) にe-healthアプリに焦点を当てたグローバル研究開発センターを設立することを2020年末に発表した。研究開発センターでは、オンライン診療を可能にするデータ交換サービス等の開発を行う予定である。



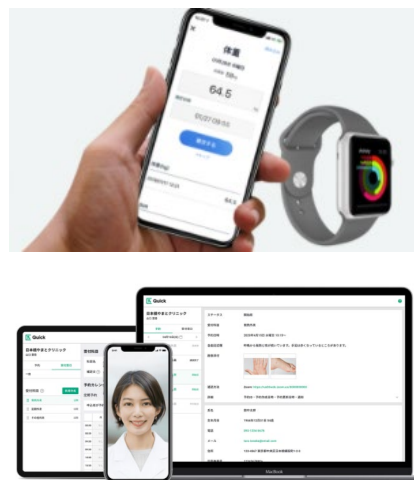
「私たちの目標は、市場で最も幅広く統合されたIoTソリューションの作成に貢献することである。ポストコロナの世界で、健康等の生活の質を向上させる重要なサービスに誰でもアクセスできるようにしたいから。」と、Vodafone社のEUクラスターCEOであるSerpil氏は語っている。

出所) Vodafonewatch プレスリリース

<https://www.telcotitans.com/vodafonewatch/vodafone-picks-greece-for-ehealth-randd-hub-postcovid/2575.article>

YaDoc (株式会社インテグリティ・ヘルスケア (2009年設立))

株式会社インテグリティ・ヘルスケアが提供する、オンライン問診、診察(ビデオ診察、診察予約)の他、Apple「ヘルスケア」と連携したモニタリングにより、きめ細やかな治療を継続的に行えるサービス。



オンライン診療は2018年に開始されたクリニックでの医療を中心とした制度。コロナ禍の時限措置環境下で、初診からのオンライン診療の実施が緩和され、病院での導入が進む。YaDocの導入実績は、2018年12月時点で1,200機関、2020年11月時点で2,700機関まで拡大。

出所) YaDocウェブページ <https://www.yadoc.jp/about/feature>

ヘルスケア

【特徴】

- ・ コロナ禍では、施設でのトレーニングを控える一方で、増加した在宅時間を活用した自宅内でのトレーニングの利用意向が高まっている。
- ・ テレワークの普及に伴い、在宅勤務による従業員のフィジカル、メンタル不調の予防が課題となっている。

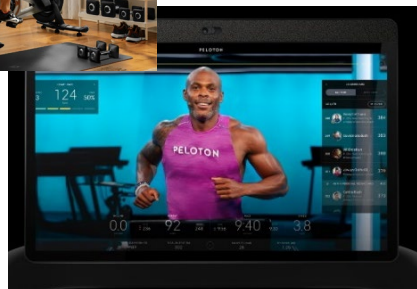
【サービスの例】

- ・ プロのインストラクターによるフィットネスプログラムをオンラインで受講できるサービスが注目を集めている。
- ・ 事業者が福利厚生の一環としてオンラインによる健康増進サービスを提供する動きも見られる。

事例

Peloton (Peloton (米国・2012年設立))

Pelotonとは、リモートフィットネスの統合的なDtoCブランドであり、家庭で使用できるエクササイズバイク・トレッドミル販売とサブスクリプション型のレッスンを提供している。画面上に同じレッスンにアクセスしているユーザー間での順位が表示されたり、ユーザー間で「High five」を送りあったりできる等ユーザー間のコミュニティ形成を促進する仕組みがある。



2020年6月30日時点で310万人だった会員は、同年12月末には440万人に増加した。新型コロナウイルス感染拡大を受けて、在宅フィットネスの需要が増加したことが要因と考えられる。

FiNC For BUSINESS (株式会社FiNC Technologies (2012年設立))

株式会社FiNC Technologiesは、「FiNC for BUSINESS」で企業向けに提供をしていたBMI・肩こり腰痛改善などの健康管理プログラムを拡充・展開し、企業がオンラインで従業員の健康管理を実現するための健康経営のソリューションを提供。コロナ禍において、在宅勤務による課題が顕在化する中、フィジカルやメンタル不調の予防に取り組む。



教育

【特徴】

- ・ 臨時休校により、多くの家庭が、子どもの学習環境確保への対応が求められた。
- ・ 在宅勤務が広がる中、移動時間の短縮等により生じた時間を勉強に充てる動きがある。

【サービスの例】

- ・ コロナ禍においては、多くのEdTech事業者が自社サービスを自治体や学校向けに無償提供し、EdTech市場が拡大した。
- ・ 学生や社会人向けに、語学やビジネス関係の講座を提供するプラットフォームが人気を集めている。

事例

スタディサプリ

(株式会社リクルートマーケティングパートナーズ)

スタディサプリとは、2016年に複数のオンライン学習サービスを統合して誕生した、小中高生向けの講座や語学の講座をサブスクリプション形式で受講することができるオンライン学習プラットフォームである。累計有料会員は、110万人（2019年度）である。個人以外にも、高校を中心に自治体や学校単位でも活用されており、全国約5,000校のうち2,598校で導入されている。



新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大対策の小、中、高等学校の臨時休校を受け、2020年3月2日から4月30日まで、「スタディサプリ」「スタディサプリforTEACHERS」を自治体・学校に無償提供した。

Udemy (Udemy (米国・2009年設立))

Udemyとは、2009年に提供開始した、ビジネススキル・IT/ソフトウェア・趣味等様々なテーマの講座が受講できるオンライン学習プラットフォームである。全世界で3500万人の受講生がいる。個人・法人・行政向けにサービスを提供している。



新型コロナウイルスの影響下で、各国が外出自粛要請を出す中、登録者数が急増した。

新型コロナウイルスの影響を受けて、行政機関のデジタル化・DX人材育成も求められている。Udemyは、2021年2月に福井県庁に導入される等行政機関のDX人材育成にも使用されている。



人材

【特徴】

- 外国人技能実習生の入国制限措置をはじめとする人手不足が課題となっている。
- コロナ禍では、収入減や雇用不安、自粛要請によるスキマ時間の増加を背景に、副業を始める人が増えている。

【サービスの例】

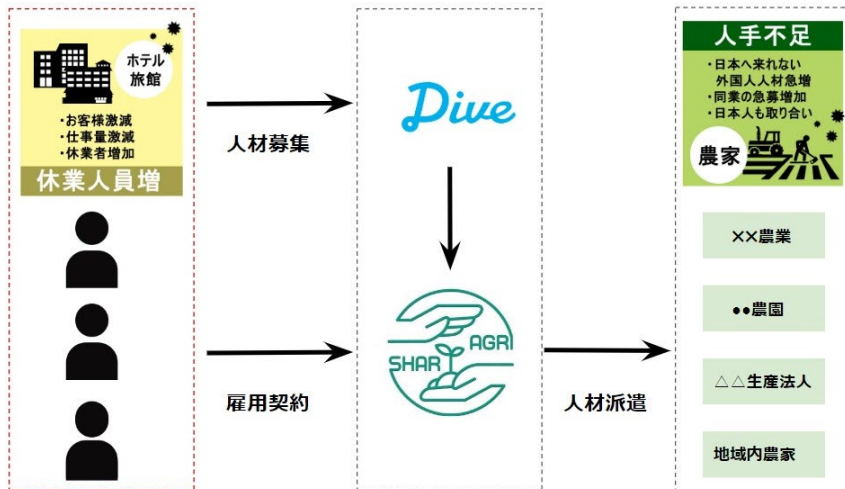
- 観光業から農業へ人材をシェアリングするサービスが注目を集めている。
- 高度なスキル（ウェブサイトや動画・音楽制作、ビジネスやマーケティングのサポート等）を売り買いするプラットフォームが普及し、ビジネス利用も増加している。

事例

シェアグリ（株式会社シェアグリ（2018年設立））

株式会社シェアグリは、農繁期の数ヶ月単位に必要な時に必要な分だけ人数を派遣する仕組みを提供。

コロナ禍において、外国人技能実習生の入国制限による人手不足解消のため、観光地専門の人材サービスを展開するダイブと2020年4月に業務提携し、マッチングサイトを通して生産現場の人手不足解消に取り組んでいる。



ココナラ（株式会社ココナラ（2012年設立））

2012年7月に開始された人材シェアリングサービス。デザイン、イラスト、Webサイト制作、動画・音楽制作、ライティングなど制作系に加え、ビジネス・マーケティングなどのサポート・代行から、美容・ファッション、キャリア相談などの相談系まで、多彩なサービスを売り買いすることが可能。



同社が実施した購入者向け利用実態調査によると、ココナラのビジネス利用を目的とした購入者のうち、約半数にあたる45%がコロナ自粛の影響有りと回答。

順位	カテゴリ
1位	デザイン
2位	イラスト・似顔絵・漫画
3位	動画・写真・画像
4位	webサイト制作・webデザイン
5位	IT・プログラミング
6位	ライティング・ネーミング
7位	集客・webマーケティング

ココナラをビジネス利用したカテゴリの上位は、デザインやイラストとなっている。オンラインで展開するために新規のキャラクターやロゴのデザインの依頼、販促用webサイトで使用するイラスト、YouTube広告用の動画制作などを発注する利用が増加している。

エンタメ

【特徴】

- ・ コロナ禍では、映画館や劇場への休業要請や収容人数制限に伴い、利用者が自宅以外でエンタメを楽しむことが難しくなっている。

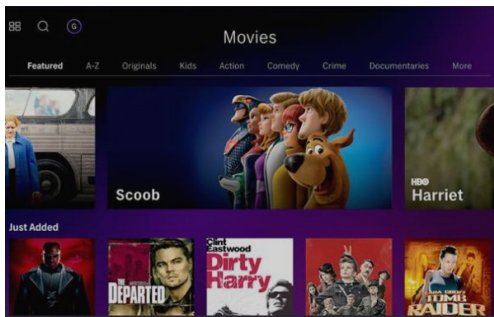
【サービスの例】

- ・ 映画製作会社では、自社の動画配信プラットフォームにおいて、劇場公開と同時に新作を公開する動きがある。
- ・ スポーツ、音楽ライブ、フェス、舞台など、無観客イベントをライブ動画配信するサービスが普及している。

事例

HBO Max (Warner Media (米国・1972年設立))

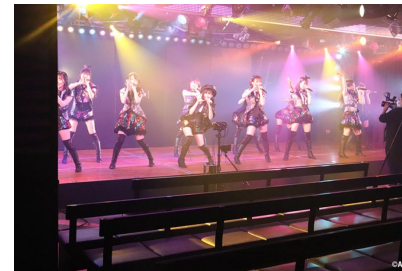
2020年5月に米国で提供開始された定額制動画配信サービス。「HBO Max」の会員数は、2020年12月時点で約1,200万人である。



新型コロナウイルスの影響で2021年も映画館での鑑賞人数は元に戻らなとを見据えて、「Godzilla vs. Kong」等2021年に公開予定のWarner Bros.の映画は、劇場公開と同日に「HBO Max」でも視聴可能になる。

VR SQUARE (ソフトバンク株式会社)

VR SQUAREは、さまざまなVR体験が可能な全キャリア対応のVRライブ配信プラットフォーム。スポーツ、音楽ライブ、フェス、舞台など、さまざまなコンテンツが配信されている。VRゴーグルを利用することで、会場にいるかのような臨場感を、マルチアングルで楽しむことができる。



コロナ禍では、AKB48・SKE48・NGT48の劇場公演をVRライブ配信。その他、バスケットLIVEではB1リーグもB2リーグもネット配信された。



2020年5月には、「VR SQUARE」をOculus Goプラットフォームで提供開始。アバターを使ったユーザー同士のコミュニケーションが可能となった。

コミュニケーション

【特徴】

- ・ テレワークによってオフィス以外のどこでも仕事ができる反面、チーム内での連携が薄くなり、組織としての一体感が欠如している。
- ・ 他人と対面で会うことへの自粛から、世間話を気軽に話し合えるようなコミュニケーション機会が不足している。

【サービスの例】

- ・ 自分の分身（アバター）を用いて、仮想空間のオフィス（バーチャルオフィス）で社員同士がコミュニケーションを取るサービスが注目を集めている。
- ・ ユーザー自身がオンラインで雑談できる機会を提供する音声SNSが普及している。

事例

VirBELA（VirBELA（米国・2012年設立））

VirBELAは、オンライン上でコワーキングスペースを提供している。利用者はアバターを使って、VerBELAが提供する空間で、会議やカンファレンスに参加することができる。仮想空間を歩き回ったり、出会ったアバターに話しかけることも可能である。



神戸市は、2020年12月、VirBELA上でスタートアップ支援イベントを開催。自治体関係者や投資家も参加し、交流会も仮想空間上で実施した。



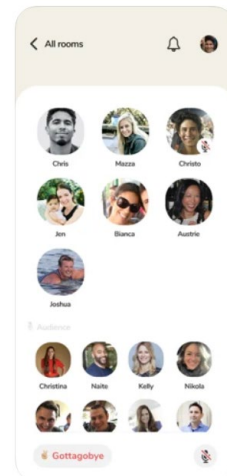
出所) VirBELAウェブサイト <https://www.virbela.com/solutions/remote-work>
神戸市プレスリリース

<https://www.city.kobe.lg.jp/a14333/business/sangyoshinko/shokogyo/venture/newindustry/501393066433.html>

Clubhouse

（Alpha Exploration Co.（米国・2020年設立））

Clubhouseとは、2020年3月に米国でサービス提供が開始された招待制音声SNSである。Clubhouseに参加するためには、既に同サービスを利用している方から招待コードを受け取る必要があるが、利用者数は全世界で200万人以上に達しており、日本でも2021年1月から利用者が急増している。



普及の背景としては、ビジネス・政治といった幅広い分野のピックアップでコミュニケーションが取れることや、音声のため緊張感が少ない等が挙げられる。しかし、運営側が会話を一時的に録音していたり利用者以外の個人情報も収集している等のプライバシー保護体制上の問題点が指摘されている。



出所) Clubhouse ウェブページ <https://www.joinclubhouse.com/>

小売り

【特徴】

- 三密を回避するため、非接触で買い物ができるネットショッピングの利用が増加している。
- 実店舗を中心に展開していた小売事業者は、EC事業の拡充を余儀なくされている。

【サービスの例】

- 店舗をネットショッピングの注文対応に特化させたり、物流の配送拠点化したりする動きが見られる。
- EC事業者を支援するプラットフォームとして、デジタルマーケティング、決済、在庫管理・配送などをオールインで提供するサービスが普及している。

事例

Whole Foods Market (Amazon (米国))

Whole Foods Marketは、Amazon社が2017年に買収した食品スーパーである。1980年から営業を開始している。Whole Foods Marketはニューヨーク・サンフランシスコ・シカゴ等の大都市ごとに1店舗をダークストア化※することで、自社ネットスーパーの受注から配送までの機能受注、梱包、在庫管理、発送、受け渡しなどを増強した。

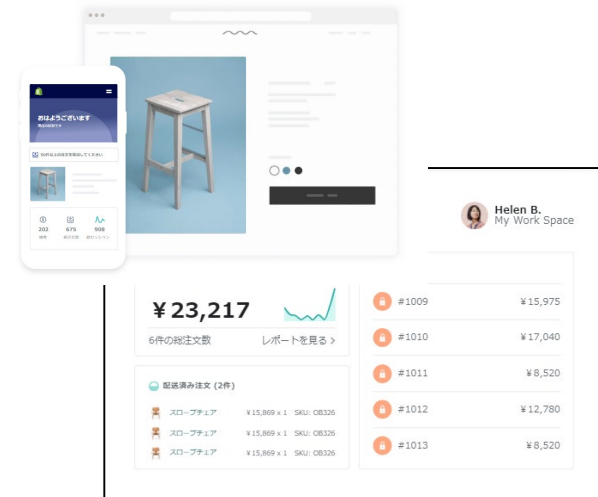
※インターネットショッピングの注文対応・物流に特化した店舗に変更すること



インターネットショッピングの利用増加を受けて、物流配送拠点の店舗としてダークストア化する動きが見られた。2020年5月には、米国全体で既に6店舗のダークストアを整備していた。

Shopify (Shopify (カナダ・2006年設立))

Shopifyは、デジタルマーケティング、決済、在庫管理・配送などをオールインで提供し、世界175カ国100万以上のサイトで活用されるEC事業支援プラットフォームである。新型コロナウイルスの感染拡大を受け、小売業界のインターネットショッピングへの対応が急がれる中、同サービスを活用し店舗のEC化を進める企業が増加している。



新型コロナウイルスの感染拡大によるEC化ニーズの高まりを受けて、同社の2020年売上高は前年比86%増と急増した。店舗での営業が難しくなる中、ECサイト構築の需要が増加したと考えられる。

小売り (つづき)

【特徴】

- ・ 新型コロナウイルスの感染拡大により、レストラン等の高級食材を中心とする需要が減少している。
- ・ 非接触による買い物ニーズは高まるものの、冷蔵が必要な生鮮食品は置き配等による受け取りが難しい。

【サービスの例】

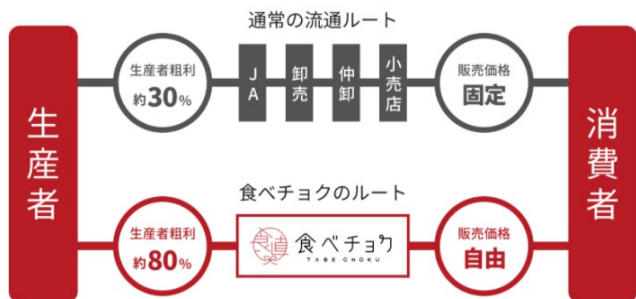
- ・ 農家と消費者を直接結ぶ、D2C (Direct to Consumer) による販売支援サービスが普及している。
- ・ 生鮮宅配ボックスをマンション共用部や駅構内に設置する取り組みが注目を集めている。

事例

食べチョク (株式会社ビッドガーデン (2016年設立))
株式会社ビッドガーデンが運営する生産者が直接食材を発送するサービス。



新型コロナウイルスの感染が本格的に拡大し始めた2020年2～5月の3カ月間で、契約生産者数が9.4倍、流通額が35倍に増加した。7月時点で生産者契約数は2200件にのぼる。2020年8月には6億円の資金調達、同年9月よりヤマト運輸と連携開始することを発表する等、事業拡大中。



マートステーション (クックパッド株式会社 (1997年設立))
クックパッドは、2018年より生鮮ECサイト「クックパッドマート」を運営しており、地域の精肉店や鮮魚店の生鮮食品をマンション共用部や小売店舗に設置した宅配ボックス「マートステーション」に置き配するというサービスを展開。



2020年には、新たに東京メトロの駅やローソン店舗にマートステーションを増設し、宅配サービスも開始した。

コロナ禍で、マンションの居住者からの設置リクエストが急増。2020年9月には本サービスを導入したマンションの総戸数が1万戸を突破し、2020年12月は2万戸を突破した。

The text is framed by two decorative swooshes. The top swoosh is a gradient bar transitioning from blue on the left to red on the right. The bottom swoosh is a solid blue bar.

Share the Next Values!