

### ”ライブコマースで存在感が高まるショート動画アプリ2強“

中国ECサイト大手のJD.Com(9618)が会社設立日(6/18)に合わせて開催した「京東618」セールに続き、同じくECサイト最大手のアリババ集団(9898)が11/1-3と11/11に開催した「双11」(独身の日)のネット通販イベントが過去に例を見ない盛り上がりを見せた。「双11」イベントでライブコマースのGMV(流通取扱高)が前年比5倍増となり次世代ECとして存在感を高めたなか、通常の動画に比べ放映時間を短くしたショート動画のアプリ大手である「快手科技・Kwai」(クアイショウ)や「抖音(ドウイン)・Tiktok」がライブコマース分野でアリババのライブコマースである淘宝直播(タオバオライブ)と共に三つ巴の様相を呈していることから、ネット通販におけるショート動画アプリの影響力の大きさが改めて示された格好だ。

### ”ショート動画2強の「Kwai」が近く香港市場に上場“

ショート動画分野ではKwaiとTiktokが中国市場を二分するが、調査会社QuestMobileのまとめによると、今年6月末時点の月間アクティブユーザー数(MAU)は、Kwaiの4億2,975万人に対し、Tiktokが5億1,336万人に達している。Kwaiは上場で調達した資金を新たなサービス開発などに充てるためIPOを急ぐ方針を示し、11/5、香港市場でのIPOに向けて目論見書の草稿を香港取引所に提出。Kwaiは年内もしくは21年初めの株式公開を目指しており、Tiktokに対し一歩先んじる見込みだ。

### ショート動画プラットフォーム2強の運営状況(2020年6月)

	抖音Tiktok ショート動画	快手Kwai ショート動画
月間アクティブユーザー(万人)	51,336	42,975
前年同月比(%)	+5.6	+26.2
ユーザー数に対するアクティブ率(%)	57.5	50.0
月間のべ使用時間(分)	1,570	1,163
前年同月比(%)	+44.9	+2.2
週間アクティブユーザー残存率(%)	87.2	82.9
アンインストール率(%)	6.0	8.1

出所: QuestMobileの公表データよりフィリップ証券作成

### ”中国ショート動画首位の「Tiktok」を猛追する「Kwai」“

KwaiとTiktokのユーザー属性はやや異なる。Tiktokは都市圏を中心に、ユーチューバーに近い動画配信者向けに評価や人気優先のアルゴリズムをベースにしたコンテンツ・プラットフォームに注力。話題となる動画に人気が集まった半面、一般的な配信動画へのアクセス数は伸び悩んだ。一方で、Kwaiは地方都市や農村部を積極的に開拓し、農民の農作業、工場の製造風景、トラックドライバーの日常など、ITに馴染みがない一般人でも気軽に扱えるライブ配信を広げてきた。農民が撮影した農産物、職人が仕上げた工芸品などの動画に中国全土から問い合わせが殺到し、Kwaiが手掛けるライブ配信がライブコマースの場に変貌した。20年のライブコマース市場のGMV見通しは、Tiktokの2,000億元に対し、Kwaiは2,500億元と一歩リードした。

Tiktokに比べKwaiの国際的な知名度はやや低いものの、国内市場開拓が奏功し、Kwaiの累計ユーザー数が7.7億人に達した。調査会社QuestMobileによると、中国の行政区分を表す「地級市」別のデイリーアクティブユーザー数(DAU)に占める3級都市以下の割合は、今年6月がKwaiの70%に対し、Tiktokは55%にとどまった。また、2020年4-6月の地級市別モバイル加入者のMAU純増減では、上海・北京などの1級都市が前年同期比3.7%減(▲359万人)に対し、吉林、桂林などの3級都市が同3.6%増(+1,008万人)、開封などの4級都市が同4.9%増(+1,100万人)と地方重視の戦略を裏付ける内容だった。足元ではTiktokも追隨して地方都市開拓に注力している。

### ”ネット小口融資に続き、ライブ配信にも規制の輪が広がる“

中国の放送行政を司る広電総局が11/23、ネット上のライブ配信に関する「通知」(規制案)を公表。ライブ配信業者に対し営業登録を求めたほか、ライブコマースセールも事前の届け出が必須となった。ライブ配信者や視聴者が未成年の場合、動画の内容への称讃を兼ねた金銭投げ入れを行う「投げ銭」が禁止されたほか、アカウント登録に実名制が導入されることとなった。投げ銭の限度額導入やコメントと共に投げ銭が行える「スーパーチャット」機能も規制される見通し。広電総局は、社会問題化になりつつある「高額投げ銭」や「未成年投げ銭」の抑制にも乗り出した。

リアリティ番組などを手掛けるライブ配信者に対し、スマホ画面には視聴者のコメントが途切れることなく流れて、ライブ配信者を応援する「投げ銭」が投げられる。この投げ銭から徴収する手数料がKwaiの収益の柱となっている。同社の目論見書によると、2017-19年の3年間の売上高に占める投げ銭関連手数料の割合がそれぞれ95.3%(79億元)、91.7%(186億元)、80.4%(314億元)と投げ銭のプラットフォームとしては中国最大規模だ。投げ銭からの手数料への依存体質からの脱却がKwaiの喫緊の課題と言えよう。

### ”それでもショート動画の先行きが明るい“

Kwaiの目論見書では、中国1日当たりのネット利用時間が2015年の2.9時間から19年には4.4時間に増加。25年には5.7時間へ15年比ではほぼ倍増との見通しのなか、ショート動画やライブ配信のネット利用時間全体に占める割合が15年の1.7%から、19年には15.6%となり、2025年には更に25.1%へ上昇する見通しだ。ショート動画やライブ配信には臨場感、立体感、リアリティー、双方向性などが伴うことから、ビジネス、教育、医療、不動産と様々な分野への応用の裾野が大きいと見られる。

Kwaiが今後の主力業務として手掛けるライブコマースの先行きも明るい。同社の目論見書では、ネット通販売上高に占めるライブコマースの割合が2019年の4.2%から25年には23.9%となり、19-25年のライブコマースの年平均成長率が57.7%に達するとの見通しだ。ショート動画はライブコマースの中核を成すとともに、次世代ネット社会の発展に対して重要な役割を果たすこととなるだろう。

【レポートにおける免責・注意事項】

本レポートの発行元: フィリップ証券株式会社 〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町4番2号

TEL: 03-3666-2101 URL: <http://www.phillip.co.jp/>

本レポートの作成者: 公益社団法人 日本証券アナリスト協会検定会員、国際公認投資アナリスト 笹木和弘  
リサーチ部 李 一承

当資料は、情報提供を目的としており、金融商品に係る売買を勧誘するものではありません。フィリップ証券は、レポートを提供している証券会社との契約に基づき対価を得ております。当資料に記載されている内容は投資判断の参考として筆者の見解をお伝えするもので、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。投資に関する最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、当資料の一部または全てを利用することにより生じたいかなる損失・損害についても責任を負いません。当資料の一切の権利はフィリップ証券株式会社に帰属しており、無断で複製、転送、転載を禁じます。

<日本証券業協会自主規制規則「アナリスト・レポートの取扱い等に関する規則 平 14.1.25」に基づく告知事項>  
本レポートの作成者であるアナリストと対象会社との間に重大な利益相反関係はありません。