

National LIVE Commerce

タイ中小企業向け 全国ライブコマース構想
販売支援チームを備えたライブ販売プラットフォーム

EZ LIVE PRO／タイ中小企業振興機関（ 、OSMEP）の表示を含む提案資料。

日本語版について：原本35ページの順序に対応して本文・図表の内容を日本語で再構成。
右側に原本を併記。ニュース記事やSNS投稿の引用画像は主要内容を訳出し、細かな投稿本文・人物名簿は原本参照としています。
数値、料金、連携・実績の記述は原本時点の内容で、現時点の事実確認を加えたものではありません。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

タイ中小企業が直面する危機

タイのSMEは厳しい経営環境に置かれている。原本は「ゾンビ企業化」「倒産リスク」などの報道や、店舗閉鎖のSNS事例を紹介。

売上減少を景気や顧客のせいにするだけでなく、事業者自身の適応が必要であるという問題提起。

米国・中国のAI教育推進事例を引用し、デジタル技術への対応の重要性を示している。引用画像では、2025年4月23日の米国AI教育に関する大統領令、北京の学校における年間8時間以上のAI教育、2018年以降の中国のAI教材整備に言及。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

SMEの8つの主要課題

原本に掲載された課題と比率：

マーケティング 66.82%／資金調達 21.90%

技術 13.74%／原材料 11.40%

生産性向上 11.28%／経営管理 9.50%

コスト削減 8.16%／包装開発 8.16%

別の調査紹介では、SME・スタートアップ5,000事業者を対象に、技術・イノベーション、生産、マーケティング、社会との共存、資金などの問題を提示。
販売低迷、コスト上昇、流動性不足、熟練人材・技術へのアクセス不足が経営を圧迫している。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

全国コマース基盤の必要性

- 1. タイのオンライン取引は外国系のEマーケットプレイス・SNSに大きく依存。購入・支払・配送を一体提供する仕組みが主流。
 - 2. ライブ販売と娯楽型コマースが競争。SNSの短い動画から生まれる衝動購買と、商品を検索・比較する計画購買がある。
 - 3. KOL・有名インフルエンサーを通じた販売が拡大。消費者の信頼を得やすい一方、起用費用が増加。
 - 4. アフィリエイト販売も拡大。他者に商品販売を依頼できるが、報酬負担により利益率が低下する。
- タイ独自のNational Commerce Platform整備を急ぐべきだと提案。

原本図版・写真（参照用）



1. LIVE & E-Commerce ไทยถูกผูกขาดโดยต่างชาติโดยสมบูรณ์

ปัจจุบันการค้าออนไลน์ในประเทศไทยมีช่องทางใหญ่ที่สุด คือ E-Marketplace และ Social Commerce ซึ่งมาจากผู้ให้บริการต่างประเทศทั้งสิ้น โดย “เป็นให้บริการครบทั้งระบบนิเวศ” ทั้ง 3 ส่วน คือ

- ซื้อ (Buy) จ่าย (Pay) และ ส่ง (Delivery)

2. สงคราม LIVE Commerce ปะทะ ENTERTAINMERCE (ใช้ SKILL*)

พฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์เปลี่ยน แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ

- การซื้อแบบไม่ตั้งใจ (Influence/Impulsive Buying) มักเกิดขึ้นจากการดูคลิปสั้นบนช่องทาง Social ทำให้เกิดความรู้สึอยากซื้อโดยไม่ได้มีการวางแผนมาก่อน
- การซื้อแบบมีแผน (Intend Buying) มักเกิดขึ้นจากการค้นหาสินค้าที่ต้องการซื้อใน e-marketplace ที่มีสินค้าหลากหลายและราคาที่เปรียบเทียบได้ง่าย

3. เทรนด์ KOL Commerce การค้าผ่านคนดังออนไลน์ (*ต้นทุนเพิ่ม*)

ปัจจุบันคนไทยนิยมติดตามคนดังออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเชื่อและสนใจซื้อสินค้า

4. AFFILIATE Commerce : การค้าผ่านตัวแทน (*กำไรน้อยลง*)

ปัจจุบันมีแพลตฟอร์มให้บริการระบบนี้มากขึ้น โดยการนำสินค้าไปให้คนอื่นช่วยขายแบบระบบที่เรียกว่า Affiliate Commerce หรือ การค้าผ่านตัวแทน

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

課題と機会

価格競争だけでは限界がある。ライブ販売チームが販売を支援する。
著名人や販売力のある配信者は1回のライブで数百万パーツを売り上げる場合があるが、商品を持つ中小企業には起用が難しい。
販売が得意な配信者が自社商品だけを販売するケースも多い。
政府が販売システムと配信者を支援し、年間を通じてSMEの商品を販売する具体策を提示。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

ライブ販売の売上事例

原本の見出し：LIVE Power、4日間で約2億6,500万バーツを販売。
画像内の表示額：264,915,221バーツ。
5～10分間で500万～1,000万バーツを売り上げる事例を紹介。

配信者の集客力と短時間での購買転換力を示すための引用事例であり、本事業の売上実績や将来収益の保証ではない。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

アフィリエイトと自動受注の効果

ライブ販売で新たな販売記録が生まれている。
原本の引用例では、10分間に35,000件の注文、売上7億5,000万バーツとする報道画像などを紹介。
アフィリエイトとAuto CFにより、販売機会と受注処理を連動できる。
「販売者が休んでいる間も売上が動く」という継続販売の利点を表現。
※金額は引用画像の表示値であり、本事業の実績ではない。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

新しい職業・複数の販売経路

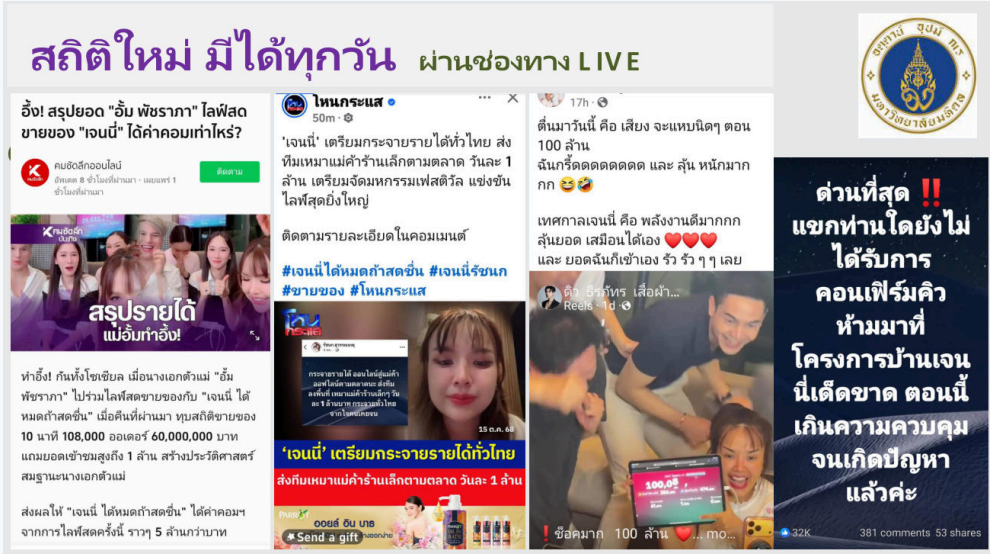
ライブ配信による販売は、新しい収入機会となる。

原本は、配信で月間100万バーツ規模の収入を得るとする事例や、ライブ販売から始まった成功事例を紹介。

継続的な活動には、複数の販売チャネルを持つことが有効。

Multi-LIVEによる複数SNSへの同時配信で、到達できる顧客を増やす。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

SMEの声：販売現場の悩み

同じような商品をオンラインで大きく売る他社を見た。自分も始めたいが、何から着手すべきか分からない。

大手ECで販売すると、諸費用が約30%引かれた。自力で3年間育てて、ようやく売上が始めた。

インフルエンサーに5万バーツを求められ、起用できなかった。自分で広告を出しても成果が出ない。

頻繁にライブ販売してくれる人が欲しい。誰でもよいので、売れる人に販売を任せたい。

全部まとめて代行してくれる仕組みがあれば助かる。

原本図版・写真（参照用）

สสว»

เคยเห็นคนขายของเหมือนเรา
เค้าขายออนไลน์แล้วขายดีมาก

ลองขายแอปส้ม
โดนหักค่าใช้จ่ายไปประมาณ
30%
ลองขายออนไลน์เอง
พยายามมานาน 3 ปี
กว่าจะพอมียอดขาย
เคยจะใช้ influencer
โดนเรียกมา 50,000
เลยยังไม่ได้เริ่ม

S M E s Pain Point
from Focus Group

อยากขายออนไลน์
แต่ไม่รู้ต้องเริ่มอย่างไร

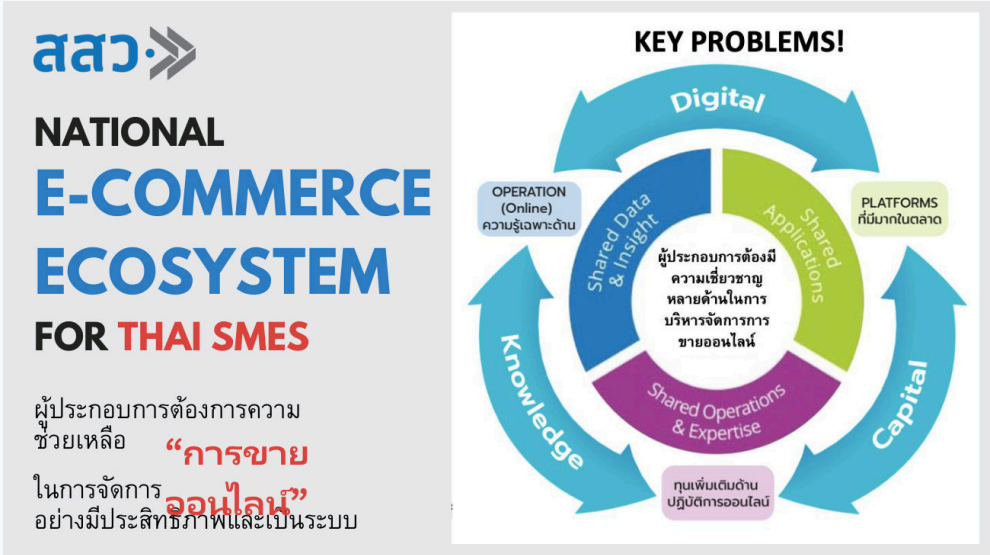
อยากให้มีคนช่วยไลฟ์
ขายให้บ่อยๆ เคยลองยิงแอดเอง
แต่ไม่เวิร์ค
ให้ใครไลฟ์ก็ได้
ขอให้ขายได้ก็พอ
ถ้ามีคนทำให้ทั้งหมดคงดี

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

SME向けECエコシステム

事業者が求めるのは、効率的で体系的な「オンライン販売」の支援。
オンライン販売の運営には、多分野の知識と専門性が必要となる。
共有データと分析知見／共有アプリケーション／共同運営と専門人材を組み合わせる。
これらをデジタル技術、知識、資本で支える構想。
プラットフォームを用意するだけでなく、実際に販売業務を遂行する体制を整備する。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

運営支援：店舗・バナーデザイン

SMEには、販売の実務を担う支援が必要。
オンライン店舗の商品訴求やバナーのデザイン例として、ヤラー県の商品、地域の魅力を生かした制作例を掲載。
商品を並べるだけでなく、顧客が理解しやすい画像・販促表現に整える。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

運営支援：商品画像の改善

原本写真とAIで生成・加工した商品表現を比較。
包装状態の商品写真から、中身・盛り付け・利用場面を伝える画像へ展開する例を提示。
店舗運営には商品登録だけでなく、見やすい商品画像を準備する作業が必要。
※右の原本には「ORIGINAL PHOTO → AI Generated」の比較画像を掲載。

原本図版・写真（参照用）

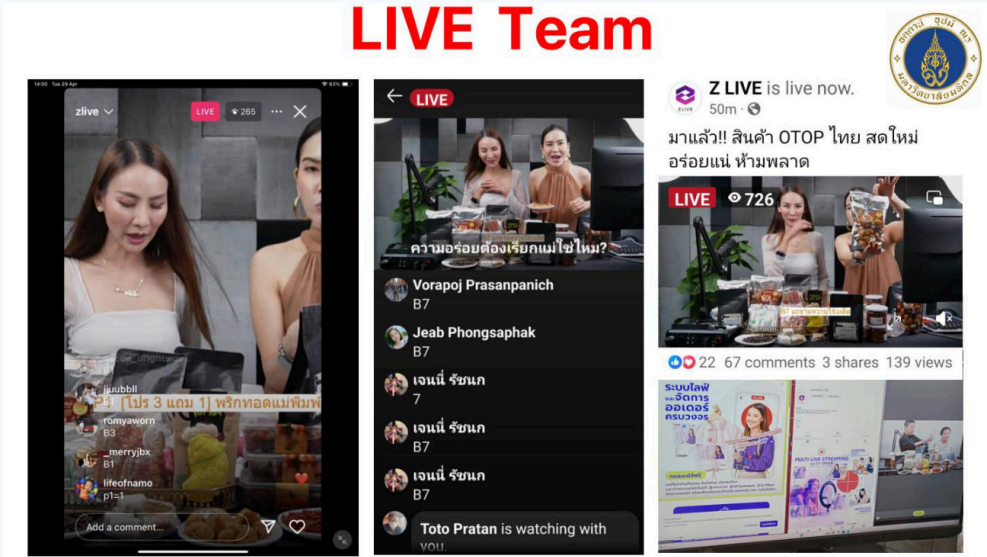


原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

ライブ販売チーム

EZ LIVEのライブ販売チームによる配信例。
複数の配信者・アカウントが、商品を実際に紹介しながら販売する様子を掲載。
プラットフォームと人材を組み合わせた販売支援の運用イメージ。

原本図版・写真（参照用）



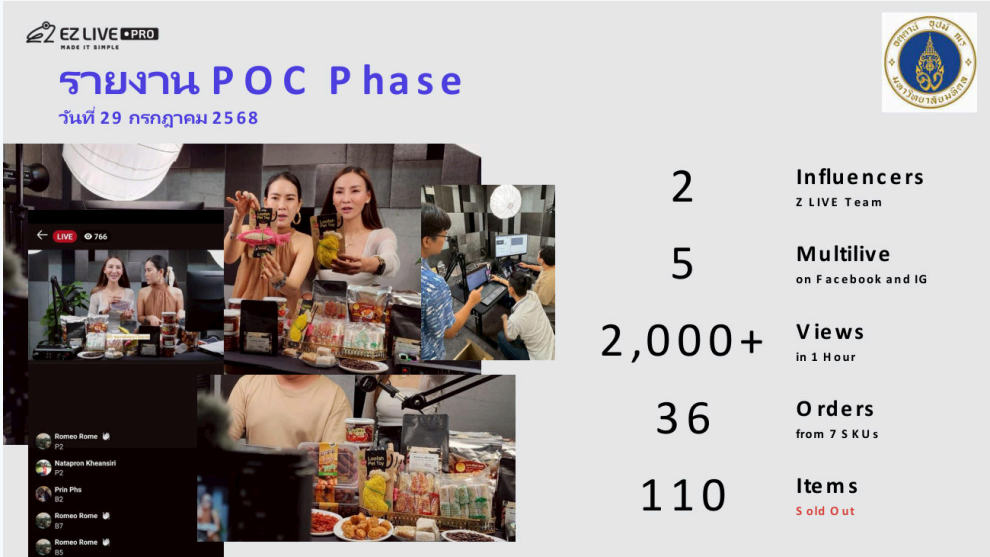
原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

PoC実証報告

実証日：2025年7月29日（タイ仏暦2568年）。
配信者：2名（EZ LIVE Team）
同時ライブ：5枠（Facebook・Instagram）
視聴数：1時間で2,000以上
受注：7 SKUから36注文
販売数量：110点、完売

原本に記載されたPoC実績を翻訳。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

※右側の人名・所属一覧は原本のまま掲載。連携の状況は原本の記載に基づく。

全国規模のライブ販売講師

原本は、500名を超えるプロの販売人材を伴う全国規模の講師体制を紹介。
売上を生み、配信者を育て、継続的な成果につなげる。
学習センターや配信スタジオの写真を掲載。
講師例：パン・ロンナコン氏。2023年のCommunity Face Thailand優勝、タイの人気ライブ配信者、TikTok・オンラインマーケティング講師として紹介されている。

原本図版・写真（参照用）

LIVE Trainers

ระดับประเทศ

*พร้อมทีมโกขายมืออาชีพ มากกว่า 500 คน

สร้างยอดขาย สร้างนักไลฟ์ สร้างความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

ภาพบรรยากาศศูนย์การเรียนรู้ และห้องไลฟ์





ก่อตั้งอายุน้อยร้อยล้าน



คุณปิง รณกรณ์

- ชนะเลิศคอนมูนิตี้ เฟส ไทยแลนด์ 2023
- ไลฟ์ยอดนิยม อันดับ 1 ประเทศไทย
- วิทยากรสอนเล่น TikTok และ การตลาดออนไลน์

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

事業の目的

ライブコマースを通じて、タイSMEの市場機会を広げる。
SMEが利用しやすい、包括的な技術基盤を整備する。
次世代人材のスキルを高め、ライブ販売の訓練による職業機会を創出する。
デジタルマーケティングによって、地域経済を底上げする。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

国際的なライブ技術パートナー

原本は、BytePlusを国際的なライブ技術パートナーとして紹介。
「EZ Live & BytePlus：ライブ配信を通じてタイのソーシャルコマースを変革する」という趣旨の記事を掲載。
BytePlusの技術を背景に、配信プラットフォームと販売支援を組み合わせる構想。
※提携に関する表現は原本に基づく。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

EZ LIVE PROの統合機能

- インフルエンサーネットワークとアフィリエイトリンクを活用した販売。
- Multi-LIVE：複数SNSへの同時配信。
- ソーシャルコマースとAuto CFによる自動受注管理。
- 内蔵オンライン店舗（EC）。
- 販売を支援するライブ配信者ネットワーク。
- 決済、物流、CRM、ロイヤルティプログラム。
- ホテル、ホームステイ、飲食店、旅行パッケージ等向けのクーポン発行。
- 複数チャネルへ一度に展開し、販売開始を早める。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

プロジェクトの全体構造

- 各県の事業者が、専門チームと共通プラットフォームを活用してライブ販売できる体制を整える。
- 大学ネットワーク：マーケティング指導、サービス、事務支援。
- 学生・配信者：アフィリエイトを通じて販売を支援。
- SME、OTOP（一村一品）、ソフトパワー関連商品を集約。
- 販売先：複数SNS、ライブ販売、オンライン店舗。
- 共通機能：クーポン、決済、物流、顧客優遇制度。
- CRMとビッグデータを蓄積し、運営・改善に活用する。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

ライブ配信者の管理体制

配信設備を備えたサービス・人材ネットワーク拠点を整備。
参加経路：大学の教員・学生ネットワーク／一般希望者向け中央運営拠点／タイ郵便の全国
県別ネットワーク。
主要機能：登録、商品検索、キャンペーン管理、報酬管理、成果の追跡。
商品・注文をEZ LIVE PROへ接続し、ライブ販売へつなぐ。
オンライン・対面研修、販売促進キャンペーン、配信コンテストを実施。
PR、巡回イベント、バナー、店頭POP、オンラインメディア、KOLで集客。ビッグデータと
分析画面で成果を管理。

原本図版・写真（参照用）

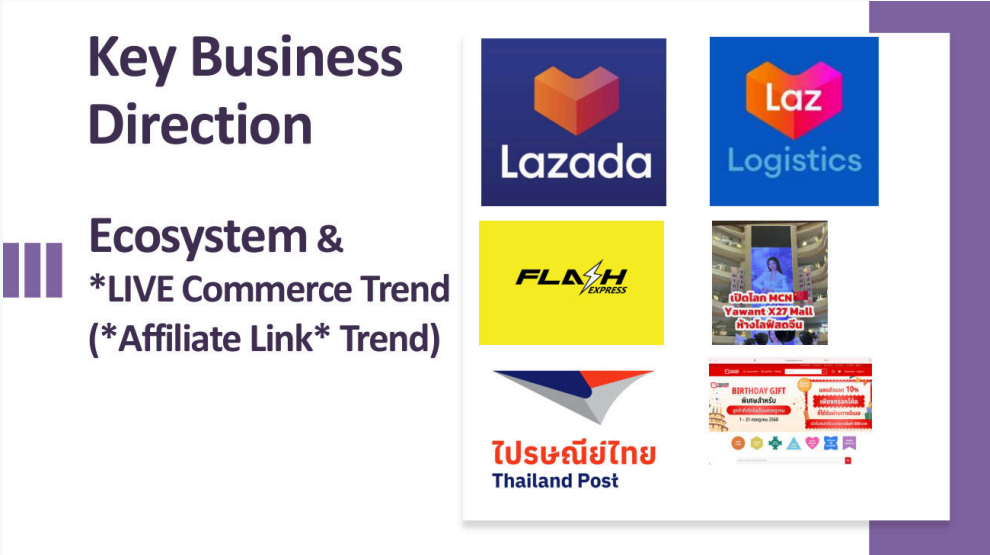


原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

事業の方向性

エコシステム構築とライブコマースの潮流を捉える。
アフィリエイトリンクを事業拡大の重要な手段として位置付ける。
原本にはLazada、Laz Logistics、Flash Express、Thailand Postの表示を掲載。
EC・物流・販売紹介者が連携する事業環境を示している。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

EZ LIVE PROを選ぶ理由

タイのSME向けオンライン店舗管理システム。
受注管理にMulti-Live Streamingを統合。複数プラットフォームへ配信可能。
アフィリエイト機能と販売支援チームを内蔵。
プラットフォームによる追加販売コミッションを徴収しないと説明。比較対象のEC手数料は5～11%+VATと記載。
配信者・SNSメディアのパートナーが認知拡大を支援。
タイのプラットフォームとして、政府事業へ柔軟・迅速に対応。
政府側のデータ保有によって、分析・政策立案を支援するという説明。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

同時配信とAuto CF

スマートフォン1台で、複数チャネル・複数ページへ同時ライブ配信。
Facebook、Instagram、YouTubeに対応すると説明。
録画機能を備え、過去の動画をプレイリスト化して再配信できる。
BytePlusとの技術連携を表示。

Auto CF：ライブ中のコメント、投稿、受信メッセージから注文情報を自動作成する機能。
販売機会の取りこぼしを減らす。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

内蔵オンライン店舗

- 公式オンラインストアを簡単に作成し、再購入しやすい環境を整備。
- 商品情報を一度更新すると、店舗へ自動反映。
- 割引クーポンや、ブランドに合わせたバナー設定に対応。
- 決済：QR PromptPay、クレジット・デビットカード、モバイルバンキング、電子ウォレット等。
- 物流：配送業者を選択し、営業所持込・自宅集荷に対応。
- 送り状をシステムから印刷し、追跡番号を顧客へ自動送信。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

在庫の一元管理

在庫情報を一か所で管理し、リアルタイムに更新する。
チャンネル間で在庫を移し替える作業による、欠品・過剰在庫・販売機会損失を減らす。
ライブ、投稿、受信メッセージ、オンライン店舗の注文を在庫と連動。
どのチャンネルから注文が入っても、在庫数量を更新する。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

機能比較：オープン型と閉鎖型

- 原本の比較（EZ LIVE PRO／TikTok Live／Facebook Live）：
- 複数同時配信：対応／非対応／非対応。
 - 録画プレイリスト再配信：対応／非対応／非対応。
 - 販売支援：店舗＋Auto CF／TikTok Shop／非対応。
 - 受注・在庫管理、物流・CRM、分析：対応／対応／非対応。
 - 決済：対応／対応／自前回収・QR。
 - 複数店舗接点：対応／非対応／非対応。
 - アフィリエイト：複数チャネル統合／TikTok内限定／非対応。
 - 外部連携：チャネル横断対応／制約あり／柔軟だが販売支援なし。
 - データ保有者：EZは利用者と記載。他2社は記載なし。

原本図版・写真（参照用）

Compare Features	EZ MULTI-LIVE COMPARE Open vs Close System		
	 EZ LIVE PRO MADE IT SIMPLE	 TikTok Live	 Facebook Live
	 And other channels That provides RTMP	✗	✗
	✓	✗	✗
	Online Store + Order Mgmt. (Auto CF) With Social Media (Live, Post, Inbox)	TikTok Shop	✗
	✓	✓	✗
	✓	✓	Self-Collection or QR Code
	✓	✓	✗
	✓	✓	✗
		✗	✗
	Multi-channels Affiliate Tracking, Commission, all-in-one system	TikTok Affiliate only	✗
	Full support for Cross Platform campaign	Close loop with limitation	Flexible but there's no sales support system
	ผู้ใช้งานเป็นเจ้าของ Data	-	-

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

料金比較（原本記載）

比較順：EZ LIVE PRO／TikTok／Shopee／Lazada。

月額：1,590／なし／なし／なし。

販売コミッション：なし／5～8％／5～11％／5～10％。

マーケティング費：なし／N/A／3～7％／5～6％。

紹介報酬：販売者が設定／1～80％／販売者が設定／販売者が設定。

決済手数料：2～3％／3％／3％／3％。

Shopee・Lazadaでは一部プログラムで追加値引きを求めると記載。OTA平均手数料20～35％以上との注記もある。

Facebookは販売・受注・紹介者手配を自社で管理する必要があり、規模拡大に人員や追加システムが必要と説明。

※月額の通貨は表に明示なし。料金・機能比較は原本時点。

原本図版・写真（参照用）

	EZ Live Pro	TikTok	Shopee	Lazada	Facebook
Multi-Streaming Live System		×	×	×	
Re-run Live Video Playlist System	✓	×	×	×	
Service Fee Comparison					
Monthly Fee	(1,590)	-	-	-	
Commission Fee	-	5-8%	5-11%	5-10%	
Marketing Fee	-	N/A	3-7% (บางโปรแกรมมีทั้งคิดราคาเพิ่มเติม)	5-6% (บางโปรแกรมมีทั้งคิดราคาเพิ่มเติม)	• FB does not yet have a full Social-commerce function. • You can sell products through live, post, inbox, but you have to manage it all by yourself. • If you want to expand your store (Scale), you have to hire more staff or integrate an order management system to help. • Recruiting influencers or affiliates requires contacting and following up on information yourself, which costs a lot to hire influencers or live streamers. • There are gaps that allow scammers to cheat on sales.
Affiliate Commission	Seller กำหนด	1-80%	Seller กำหนด	Seller กำหนด	
Payment Fee	2-3%	3%	3%	3%	
Data Ownership					

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

国民・地域事業者への効果

世界で成長するソーシャルコマース・ライブコマースの形で、「販売を手伝う市場」を提供する。

ライブ配信、CF注文、受注管理機能により、地域企業やSMEが商品を販売しやすくする。

政府が支援するプラットフォームを通じて、近隣諸国の市場へ接続し、販売機会を拡大する。

原本図版・写真（参照用）

ประชาชนได้อะไร?

- “ตลาดช่วยขายสินค้า” ในรูปแบบ Social Commerce และ Live Commerce ที่กำลังเติบโตอย่างมากทั่วโลก
- ช่วยพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจ Local และกลุ่ม SMEs ให้ขายสินค้าได้ง่ายขึ้น ด้วยเครื่องมือ Live Streaming, CF Order และ Order Management System
- สามารถเชื่อมต่อกับตลาดประเทศเพื่อนบ้านเพื่อขายสินค้าได้ ผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

Top Trends
That are here to stay

Omnichannel, Social commerce, Direct to consumer

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

政府への効果

デジタル経済下でタイSMEの成長と競争力を支援し、事業者の適応を早める。
資金提供だけでなく、SMEの月間売上を直接伸ばす。購買力がオンライン顧客へ移る状況に対応する。
ビッグデータで売り手・顧客の行動、人気商品、地域別の市場動向を分析し、機会を広げる。

事業者ごとの能力に関するデータベースを整備。技術開発、需要に合う研修設計、有望SME向けマイクロファイナンスなど、継続的な政策へ活用する。

原本図版・写真（参照用）

ภาครัฐ
ทำอะไร ?

- ✓ **สนับสนุน S ME ไทย เติบโตในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล**
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ S ME ช่วยให้ผู้ประกอบการปรับตัวสู่เศรษฐกิจดิจิทัลได้เร็วขึ้น
- ✓ **เพิ่มยอดขายโดยตรงให้ S ME ไทย**
นอกจากความต้องการด้านเงินทุนสนับสนุน S ME ยังต้องการเพิ่มยอดขายรายเดือนโดยเฉพาะยุคที่กำลังซื้ออยู่ใน “กลุ่มลูกค้าออนไลน์”
- ✓ **ใช้ Big Data วิเคราะห์และกระจายโอกาส S ME ไทย**
ใช้พฤติกรรมความชอบของ S ME และลูกค้า วิเคราะห์สินค้ายอดนิยมและแนวโน้มตลาดในแต่ละภูมิภาค
- ✓ **สร้างฐานข้อมูล S ME ไทยเพื่อพัฒนานโยบาย**
ต่อเนื่องจากศักยภาพของ S ME รายธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ต่อยอดโครงการต่างๆ ในอนาคต เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีต่อยอด, การออกแบบหลักสูตรอบรมที่ตอบโจทย์ของ S ME และความต้องการในตลาด, โครงการ Micro Finance เพื่อปล่อยสินเชื่อให้ S ME ที่มีศักยภาพสูง เป็นต้น

原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

実行体制とKPI

大学ネットワーク：SME登録支援、ライブ研修、学生配信チームの管理。配信者には時間単位の配信予算を想定。

販売人材：新人コンテスト参加者、学生の定期配信者、常勤プロ配信者、スター配信者。

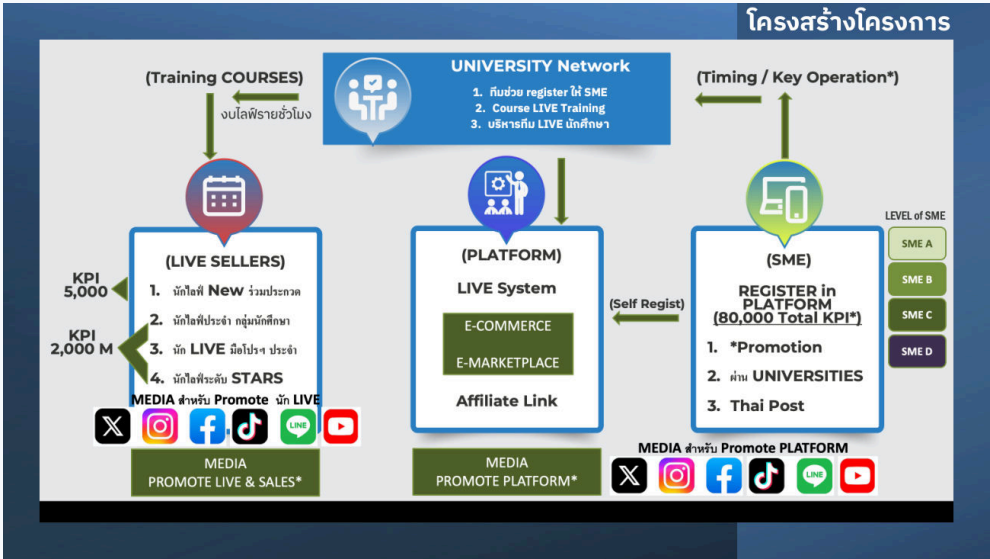
基盤：ライブシステム、EC、マーケットプレイス、アフィリエイトリンク。

SMEの登録経路：販促活動、大学、タイ郵便、自主登録。SMEはA～Dの区分を表示。

図中の目標：配信者5,000、販売関連KPI「2,000 M」、SME登録合計80,000。SNSで販売・配信者・基盤の認知を拡大。

※「2,000 M」の単位・期間は図に明示なし。次ページではSME目標50,000と記載され、原本内で異なる。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

KPI 2：SME 50,000事業者

OSMEPと全国の大学等のパートナーが協力し、SMEの商品登録を促す。

- 1. 大学チームと連携し、商品登録を支援するチームを設置。
 - 2. メディアで事業を告知し、登録・試用を呼び掛ける。
 - 3. 売上成果の出た商品・店舗を定期的に紹介し、参加意欲を高める。
 - 4. 主要県で巡回イベントを開催し、QRコード等で登録へ誘導。
 - 5. Facebookページ、LINEグループ、YouTube、TikTokなどを整備し、掲載商品を宣伝。
- ライブチーム、受注・配送基盤、登録窓口、研修、コンテストを接続する。

原本図版・写真（参照用）

How to achieve KPI 2

List SME 50,000 รายเข้าร่วมโครงการ

2. ทีม สสว. จับมือร่วมกับ Partner เครือข่ายทั่วประเทศ (กลุ่มมหาวิทยาลัย ทั้งเชิญตรงและเชิญผ่านสื่อ) เพื่อเชิญชวน SME เข้าร่วม list สินค้าในระบบ

2.1 ตั้งทีมช่วยเหลือนำสินค้า SME ลงทะเบียนใน Platform ร่วมกับทีมมหาวิทยาลัย

2.2 ประกาศโครงการผ่านสื่อฯ เชิญชวน SME ให้ร่วมลงทะเบียน Platform ทดลองใช้งานจริง

2.3 PR สินค้า – ร้านค้า ที่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายจากโครงการฯ เป็นระยะ เพื่อจูงใจ SME

2.4 Event Roadshow เพื่อชักชวน SME เข้าร่วมใช้ platform ในจังหวัดหลักๆ (ผ่าน QR Code Scan*)

2.5 สร้างช่องทาง Social Media ที่มีผู้ติดตามเข้ามา เพื่อโปรโมทสินค้าที่เข้ามาลิสต์ใน Platform เช่น Facebook Page, Line Group, YouTube, TikTok เป็นต้น

The infographic illustrates the execution of live commerce. It starts with a 'Live Team' (ทีมพี่ชายสินค้า) which leads to 'Platform' (จัดการของเคอร์) and then to 'SME' (จัดส่งสินค้า). Below this, a box labeled 'เชิญชวน SME เข้าร่วมใช้' (Inviting SMEs to join and use) is shown. To the right, a box labeled 'งานประชุมเครือข่ายมหาวิทยาลัย' (University network meeting) is shown, mentioning 'เหนือ-ใต้ ครั้งที่ 2' (North-South 2nd) and 'ระหว่างวันที่ 19-21 มิถุนายน 2568' (from June 19-21, 2025).

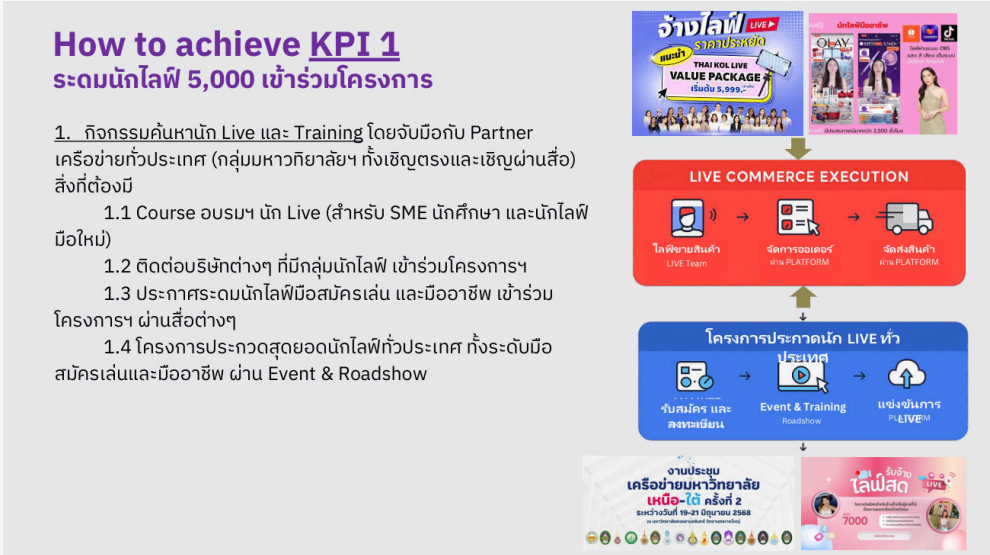
原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

KPI 1：配信者5,000人

全国の大学等のネットワークと協力し、配信者の発掘・研修を実施。直接案内とメディア経由で参加を募る。

- 1. SME、学生、初心者向けライブ配信研修コースを用意。
 - 2. 配信者を抱える企業に参加を呼び掛ける。
 - 3. アマチュア・プロ配信者を各種メディアで募集。
 - 4. イベント・巡回企画を通じて、全国規模のライブ販売コンテストを開催。
- 登録窓口、イベント・研修、ライブコンテスト、受注・配送基盤を組み合わせる。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

参加インフルエンサーの4区分

- 1. スター層（STARS Influencers）
売上創出力のある著名人を起用。例としてジェニー、Love Potionグループ等を紹介。
- 2. 運営型（Operation Influencers）
会社経由で手配する準プロ層。日々の継続販売を担当。
- 3. 独立型（Independent Influencers）
参加を希望するフリーの配信者。売上成果を競う賞などを動機として参加。
- 4. 新人層（New Influencers）
ライブ販売に関心のある新人・SME。研修と競技型イベントに参加。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成

ご覧いただきありがとうございます

National LIVE Commerce for Thai SMEs
タイ中小企業向け 全国ライブコマース構想

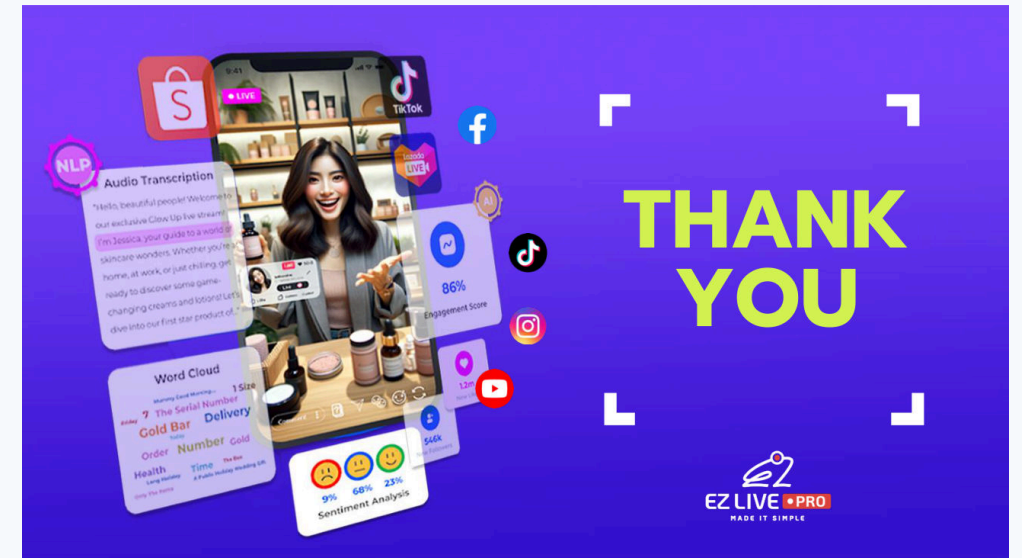
EZ LIVE PRO

原本に記載のウェブサイト：www.ezlive.pro

用語：CF＝コメント等を起点とした購入申込み・注文受付。Multi-LIVE＝複数チャネル同時配信。Affiliate＝紹介成果に応じて報酬を受け取る販売協力者。CRM＝顧客関係管理。OTOP＝タイの一村一品運動。

本資料は提供された原本の日本語訳・再編集版です。

原本図版・写真（参照用）



原本のページ順に対応した日本語訳・再構成