

ファッション EC『FOR SURE (フォーシュア)』のグランドオープンイベントにインフルエンサー150名が大集結!“200万越えインプレッション”の影響力で会場から SNS へ、臨場感をライブに発信!

インフルエンサーをはじめとするソーシャルオーソリティー マーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社 (本社:東京都渋谷区、代表取締役:福田 晃一、以下リデル) は、ファッション EC『FOR SURE (フォーシュア)』 (<https://about.forsure.jp/>) のグランドオープンを記念したイベント「FORE SURE POP-UP FES!」を開催致しました。

8月31日(土)・9月1日(日)の2日間に渡り開催されたイベントは、30のファッションブランドと150名のインフルエンサーで大いに盛り上がり、新たなファッションの「売れ方」を感じさせるイベントとなりました。

イベントレポートページ: <https://about.forsure.jp/popupfes>

FOR SURE ブランド
オープン
記念
POP-UP
FES! *FOR SURE*
8.31 SAT - 9.01 SUN
@ TOKYO



150名の“シュアリスト”たちが <試着・購買・SNS投稿> を存分に楽しんだ、2日間の「お買い物の祭典」!積極的にプレス担当者とコミュニケーションを交わし、ファッションへの好奇心を堪能

本イベントでは、150名のファッションインフルエンサーである SURELIST (シュアリスト) が、会場に並ぶ各ブランドの新作アイテムを試着し、思い思いに本当に気に入った商品を『FOR SURE (フォーシュア)』のアプリから購入して頂くことで、通常のサービスとは異なるリアリティにあふれる体験をお楽しみいただきました。来場者たちは、会場に設置したフォトブースコーナーで試着コーディネート撮影して SNS に投稿したり、出店するプレス担当者と活発にコミュニケーションを交わすなどし、ブランドについて深く知るきっかけの場として楽しむ姿が多く見受けられました。

イベントに参加した SURELIST (シュアリスト) たちからは、「今日会場で初めて知ったブランドもあって発見があった。また、直接ブランドの方とお話して興味をもったアイテムがたくさんあったし、本当に好きなものが買えた」というアプリサービスを飛び出した立体イベントならではの体験を評価する声や、「自分が買った本当に好きなものをフォロワーさんに知らせても、今まではそこから売っている店舗や EC をわざわざ自分で探して買う必要があった。その手間をなくしてその場で直接販売できる

『FOR SURE (フォーシュア)』は画期的。積極的に活用したい」という、サービス自体への感想も聞くことができました。



『FOR SURE (フォーシュア)』の最大の特徴である商品を「購入」すると「撮影し投稿する」＝「宣伝」してくれる流れが会場では各所で行われ、SURERIST (シュアリスト) たちは各々こだわりを持って撮影を楽しんでいました。



また、初日の夜に開催されたレセプションパーティーでは、ブランド担当者と SURERIST（シュアリスト）によるトークセッションを実施致しました。ファッション感度の高いインフルエンサーである SURERIST（シュアリスト）のセレクト術や、コーディネートのポイントなど普段なかなか聞くことのできないノウハウから、自身も一消費者でもありながら、宣伝～販売まで行う SURERIST（シュアリスト）ならではの観点でのお話を聞くことができました。パーティーに参加していた SURERIST（シュアリスト）の方々、ブランド関係者の方々にとっても、新しいファッションの売れ方、楽しみ方を実感できる、非常に有意義なトークセッションとなりました。



トークセッション①「2019AW マストバイアイテム “答え合わせ”」

スピーカー6名：

SURERIST（シュアリスト）／@yuki_takahashi0706さん、@megumitomihariさん、@har_326さん
ブランド／ADAM ET ROPE' 神谷ゆりさん、LOVELESS 渡邊恭子さん、URBAN RESEARCH 清水樹二也さん

それぞれのファッション観を語っていただきながら、昨今注目が集まる「サステナビリティ」「エシカル」について「SURERIST（シュアリスト）にこそ、共感できるブランド側のストーリーとプロダクトを見つけてもらって、一緒に世の中の人に発信して行ってほしい」といった話も話題にあがりました。

トークセッション②「デジタルとリアルにおける接客/コミュニケーション」

スピーカー 4 名：

SURERIST (シュアリスト) /@ishidakazuho さん、@mieaoyagi さん

ブランド / ROSE BUD 笹岡莉紗さん、MAISON SPECIAL 蒲原香奈さん

「ユーザー感覚からくるリアルさ」は、インフルエンサーが SNS でコミュニケーションをしていくうえでは最も重要という意見が多かった一方で、ブランドにしかできない「理想を発信していくこと＝ブランディング」は、今後もブランドが絶対に失くしてはならない強みだという話がブランド側スピーカーからありました。これからは、SURERIST (シュアリスト) のような、一般消費者でもあり、ブランドの商品と一緒に販売していく「半分ファッション業界の人」という存在が、ブランドと世の中の架け橋になっていくと思うといった意見も聞かれました。

グランドオープンを記念し開催した本イベントは、SURERIST (シュアリスト)、ブランド企業両者にご好評をいただき、幕を閉じました。新しい時代のファッション EC の変革を推進する『FOR SURE (フォーシュア)』は、今後もより多くの方々にお楽しみいただけるよう、一層のサービス改善を図ってまいります。

[インフルエンサーニュースデリバリー EMERALD POST (エメラルドポスト)]

URL : <https://emerald-post.com/>

[インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT(スピリット)]

URL : <https://spirit-japan.com/>

[10代インフルエンサーマッチングプラットフォーム SPIRIT TEENS(スピリットティーンズ)]

URL : <https://spirit-teens.com/>

[インフルエンサーによるソーシャルメディアクリエイティブサービス PRST(プロスト)]

URL : <https://prst-sns.com/>

[インフルエンサーによる E コマースプラットフォーム FOR SURE(フォーシュア)]

URL : <https://about.forsure.jp/>

[共感型フォトジェニック・アート展「VINYL MUSEUM (ビニールミュージアム)』

URL : <http://vinyl-museum.com/>

Instagram : https://www.instagram.com/vinyl_museum/

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円 + 税

ISBN : 9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。IAJ 2018]

IAJ 2018 特設サイト: <https://www.spirit-japan.com/influencer2018/>

【企業情報】

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田晃一

本社：東京都渋谷区神宮前 3-35-8 ハニービル青山 3F/4F(受付)

事業内容：(1)インフルエンサーを含むソーシャルオーソリティーマーケティング事業
(2)パーソナルマーケティングプラットフォームの企画、開発、運営

コーポレート URL： <https://liddell.tokyo/>

採用に関して： <https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【お問合せ】

リデル株式会社 担当：箱石

メール： info@liddell.tokyo

電話：03-6432-9806