

【HandsUP】台湾のKOLを起用した越境ライブコマースを初実施

～全国で90以上の店舗を構えるアパレル事業者が
配信で全店舗の1日分の合計を超える売上を記録～

日本最大級のライブ配信アプリ「17LIVE(イチナナ)」を運営する17LIVE株式会社(東京都港区、代表取締役:アレックス・レン、URL:<https://jp.17.live/>)によるライブコマースソリューション「HandsUP」では、台湾のKOL(※)を起用し、日本の商品を台湾の視聴者に紹介する「越境ライブコマース」を開始いたしました。第1回目となる配信を、2023年10月25日(水)から27日(金)にかけて実施しましたので、その内容についてお知らせいたします。



本企画では、台湾のKOLを日本の「17LIVE」オフィスに招き、かねてより「HandsUP」を通じてライブコマースに取り組み、海外への商品販売を希望されていた、ブランシェス株式会社や株式会社ヤマダヤ、株式会社レバレッジ、株式会社ACROVE、株式会社バイクルーズの商品を、台湾の視聴者に向けて3日間にわたり紹介いたしました。

配信内では、KOLが商品の特徴や魅力を紹介しつつ、視聴者からの「150cmの子どもにはどの服のサイズが合いますか?」といった具体的な質問にもリアルタイムで答えながら進行しました。

そのほかにも「(商品が)とても格好良くて息子に買ってあげたい」「私もこの商品が欲しい」といったコメントが視聴者から多数寄せられ、1回の配信において最高で1,200件を超えるコメントが寄せられるなど、大いに盛り上がりました。

配信の盛り上がりに加えて、日本の人気商品をKOLから直接購買の熱量が高いコミュニティへ訴求し、国内ではリーチできない消費者に購買を促せたことで、全体を通じて大好評を博しました。

その中でも、国内で90以上の店舗を構え子供服を展開するブランシェスは、配信を通じて全店舗の1日分の合計売上を超える金額を記録しました。



配信中の画面
(ブランシェスの商品
を紹介中)

・ブランシェス株式会社 ライブコマース担当社様のコメント

今回実施した越境ライブコマースにおいて、KOLの活用は、ブランドの国外認知度と販売促進において重要な役割を果たしていると感じています。日本市場と海外市場の間には、消費者の動向やKOLの影響力に顕著な違いが見られます。日本ではショッピングセンターへの出店がメインということもあり日常的商品が売れ筋ですが、今回の配信ではファッション要素を含むブランドの代表的な商品も、KOLのコミュニティにおける高いエンゲージメントと購買意欲により、売上の大きな割合を占めておりました。これはKOLが限られた時間の中で提供したサンプルを最大限に活用し、消費者の購買意欲を高めることに成功していたためと考えられます。

今回の越境ライブコマースでは、異なる国々の状況やKOL、消費者の熱量などの違いを多く感じました。これらの学びは、日本市場に適した手法にしないといけないものの、配信のスタイルや商品の紹介方法、そして親しみやすさの演出など、多くの点で参考になります。今回の学びを活かし、自社のライブコマースのブラッシュアップを行い、ファンづくり(ファンコマース)に発展させていきたいと考えております。

・17LIVE株式会社 ライブコマース事業責任者 村井 宏海のコメント

今後も「HandsUP」は、海外に販路を拡大したいクライアントの皆様へ新たな販売チャネルを提供すべく、弊社で独自に契約を行う1,300名のKOLと協力して、越境ライブコマースの取り組みを積極的に行ってまいります。日本国内でも日本版KOLの発掘・育成にも取り組みを進めていますので今後の「HandsUP」の展開に、乞うご期待ください。

なお「HandsUP」では、越境ライブコマースに興味をお持ちの事業者様を対象に、今回の事例をもとに越境ライブコマースの基礎から現場ディレクション、KOL選定に関してまで越境ライブコマースに関して深く学べるオンラインセミナーを、2023年11月22日(水)に開催いたします。



KOLがDECOUVERTEを訪問し配信を行っている様子

- ・実施日時: 2023年11月22日(水)12:00~13:00
- ・開催形式: オンライン形式
- ・参加フォーム: <https://handsup.17.live/seminar/crossborderlivecommerce/>
※オンライン説明会のURLは、ご登録いただいたアドレスに別途お送りします

■HandsUP(ハンズアップ)の越境ライブコマースサービスについて

「HandsUP」では直接契約を行っているKOLを起用した、越境ライブコマースを提供いたします。プロジェクトに適切なKOLのアサインからライブコマースのディレクション、そしてライブ配信の実施に至るまでを、ローリスクで導入でき、初めてライブコマースを実施するクライアントにとっても、負担の少ない状態で実現いたします。

・「HandsUP」の強み

1. 豊富なKOL(※)ネットワーク

「HandsUP」は、直接契約を結んだ1,300名以上のKOLとの強力なネットワークを持っています。これにより、各ブランドや製品に最適なKOLのアサインを実現し、「人」を軸に商品の販売を促進いたします。

2. ライバーの育成と発掘

ライブ配信プラットフォーム「17LIVE」の運営により培った、ライバーの育成と発掘のノウハウを活かし、KOLの新たな才能の発見と育成を実現。KOLの持つ専門性を通し、魅力的な配信コンテンツを提供できる体制を常に整えております。

3. 国内ライブコマースサポートの実績

国内市場におけるライブコマースのサポートに関しても、300社を超える豊富な経験と実績がございます。市場の特性を理解し、ターゲットに合わせた最適な戦略を提供いたします。

※KOL:Key Opinion Leaderの略 (日本におけるインフルエンサーを指します)

■HandsUP(ハンズアップ)について

日本最大級のライブ配信プラットフォーム「17LIVE(イチナナ)」が提供するライブコマースソリューションです。近年ライブスタイルの多様化に伴い、製品説明と販売を組み合わせたライブコマースは、場所や時間にとらわれない新たなオンライン購買の形として注目されており、導入企業および利用者が拡大しています。弊社ではライブ配信で培ったノウハウを活かし、独自ツールから、導入、定着までのサポートを一気通貫で提供する伴走型ソリューションサービスで、販売者をサポートしています。

公式HP:<https://handsup.17.live/>

Facebook:<https://www.facebook.com/handsupshops/>

■17LIVE 株式会社について

世界で5,000万に上る登録者を有する(2023年2月時点)、日本最大級のライブ配信プラットフォーム「17LIVE(イチナナ)」を運営するエンターテインメント企業。“人と人のつながりを豊かにすること。”をミッションに掲げる「17LIVE」は、誰もがいつでもどこにいても、ライバー(ライブ配信者)として自己を表現でき、リスナー(ライブ配信視聴者)がライバーを直接応援できるインタラクティブなライブ配信プラットフォームを展開しています。また、2019年よりライブコマースソリューション「HandsUP(ハンズアップ)」を展開し、300社以上の企業・ブランドに導入いただいております。

「17LIVE」公式HP: <https://jp.17.live/>