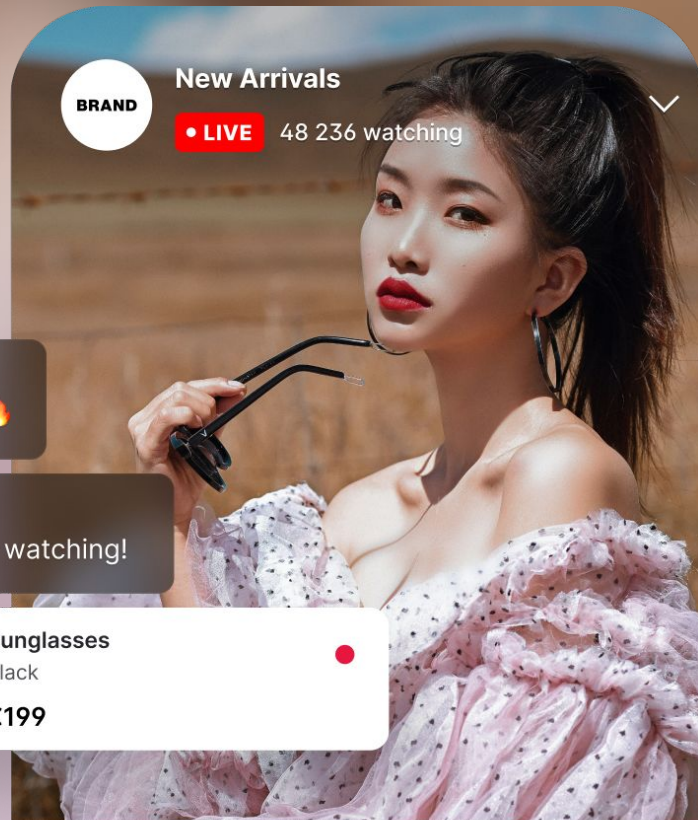


世界のコマースを革新する

ビデオコマース:ニューノーマル時代における新たなショッピングの形

bambuser



Jasmine



Brand

Brand

Thank you all for watching!



Sunglasses

Black

€199

2007年以来、モバイルライブ ストリーミングのパイオニア #No.1バーチャルコマースプラットフォーム

オフィス

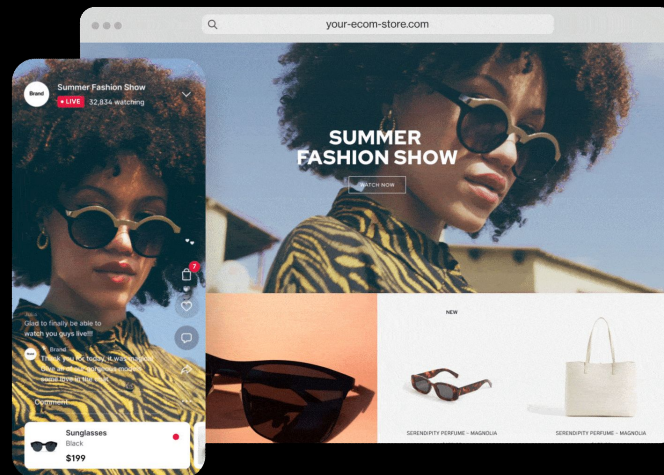
ストックホルム
ニューヨーク
ロンドン
東京
トウルク
パリ

受賞歴

2021 LVMHイノベーションアワード
2022 セールスフォースパート
ナーISVイノベーションアワード
2023 DigiDay テクノロジーアワード
2024 DigiDayTV & ビデオアワード

グローバル展開

45カ国
400以上のブランドがプラットフォームを活用



DIOR

HUGO BOSS

LOUIS VUITTON

SHISEIDO

NET-A-PORTER



TOMMY HILFIGER

LVMH

Live Video Commerce in Japan

今後も更に加速するライブコマース
日本における調査結果

成長途上の 日本市場における主要統計

54.8%

のライブコマース視聴経験者が
実際に商品を購入

66.2%

の20代における
ライブコマース視聴経験者は、
実際に商品購入も経験

47.4%

のライブコマース視聴経験者がファッ
ション関連の商品を視聴

79.1%

のライブコマース購入経験者は、
他者にもライブコマースを推奨

47.5%

のライブコマース購入経験者
にとって購入の決め手と
なったのは、
安心感と知識の多さ

66.4%

のライブコマース潜在ユーザーに
とって最も重要なのは、
商品のわかりやすさ

主なインサイト

日本国内におけるライブコマース市場は、今後も拡大することが予測されています。消費者における認知率は31.9%におよぶ中、ライブコマースの視聴経験があるのはわずか3.9%にとどまっています。ライブコマースの視聴経験者のうち、実際に商品を購入したことがある人は54.8%で、中でも若年層が高い割合を占めています。最も多く視聴されるカテゴリはファッションで、購入にあたり重要な要素となっているのは、ライブでプロからのお勧めを受けられることに対する安心感です。ライブコマースの視聴意向層においては、商品の分かりやすさ最も重要視されており、ライブコマースで購入をしたことのある視聴者の大多数(79.1%)が、ライブコマースを他人にも勧めた経験があるという統計も出ています。

**無限の可能性を秘めている、ライブコマース。
貴社はその機会を取り逃していませんか？**

bambuser

日本におけるライブコマース



視聴トップはファッション

視聴経験者の約半数(47.5%)が視聴するカテゴリはアパレルであるため、ファッション業界がライブコマース市場をけん引。次いで化粧品(30.5%)、家電(30.2%)と続きます。



若年層ほど、高い購入率

実際に商品を購入した経験のある、ライブコマースの視聴経験者は、20代では66.2%、30代では59.6%を占めています。コンバージョンの獲得には、若年層に向けた配信が絶好の機会となります。



買い物客に安心感を与える ライブコマース

視聴者の購入の決め手となるのは、プロがリアルタイムで商品を推奨してくれる安心感。

Bambuserの製品紹介

One-to-Many

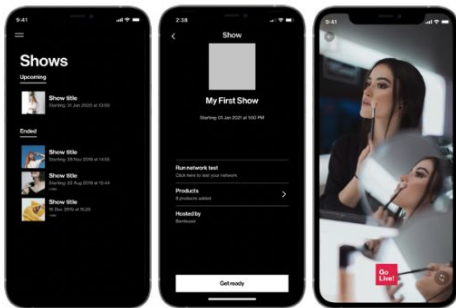
- 平均購入率(CVR)10% !
- モバイル、外部カメラ、収録済み動画で配信
- SNS同時配信機能
- カスタムデザインプレイヤー
- 自社アプリ上でのネイティブ配信も可能
- 自動字幕・多言語機能でグローバルに配信
- 各種OS・プラットフォームに対応
- 二画面配信で遠隔からでも中継可能



多様な配信方法

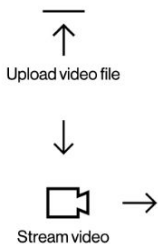
モバイルアプリから配信

iOSとAndroidの両方に対応



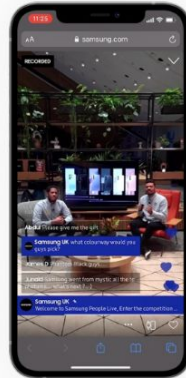
手持ちの動画を配信

収録済みの動画を使用して手軽にライブ配信



外部カメラを接続して配信

複数のカメラを接続してアングルを切り替えたり、生放送と収録済み動画のMixコンテンツを配信

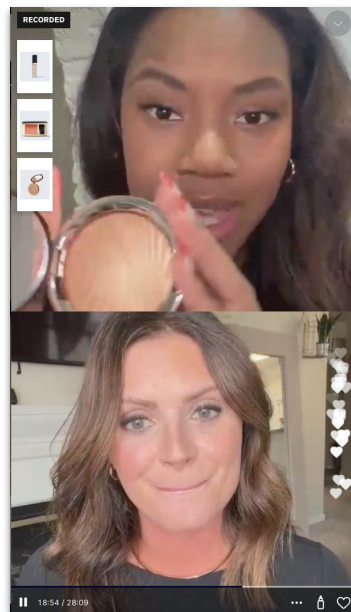


ACTIVATION NEEDED

モバイルアプリを使った配信事例



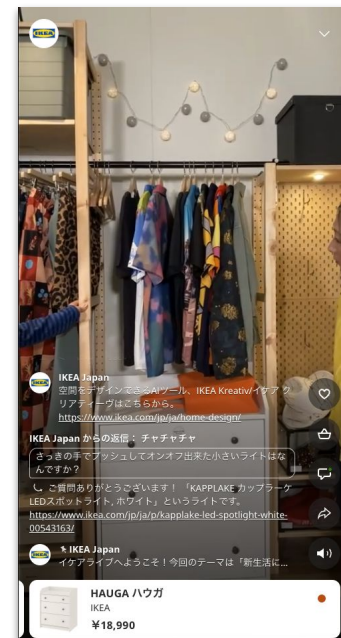
BAYCREW'S様



エスティローダー様



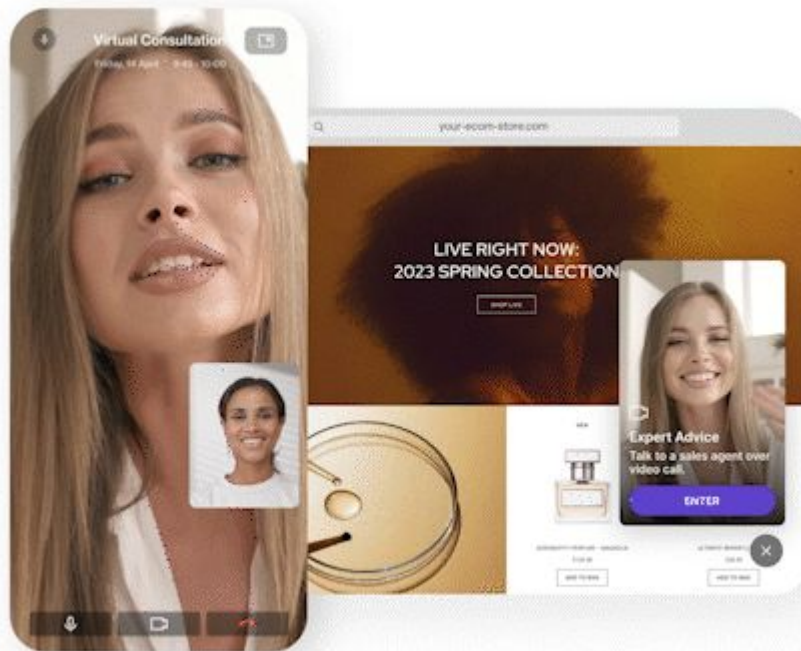
Babydoll様



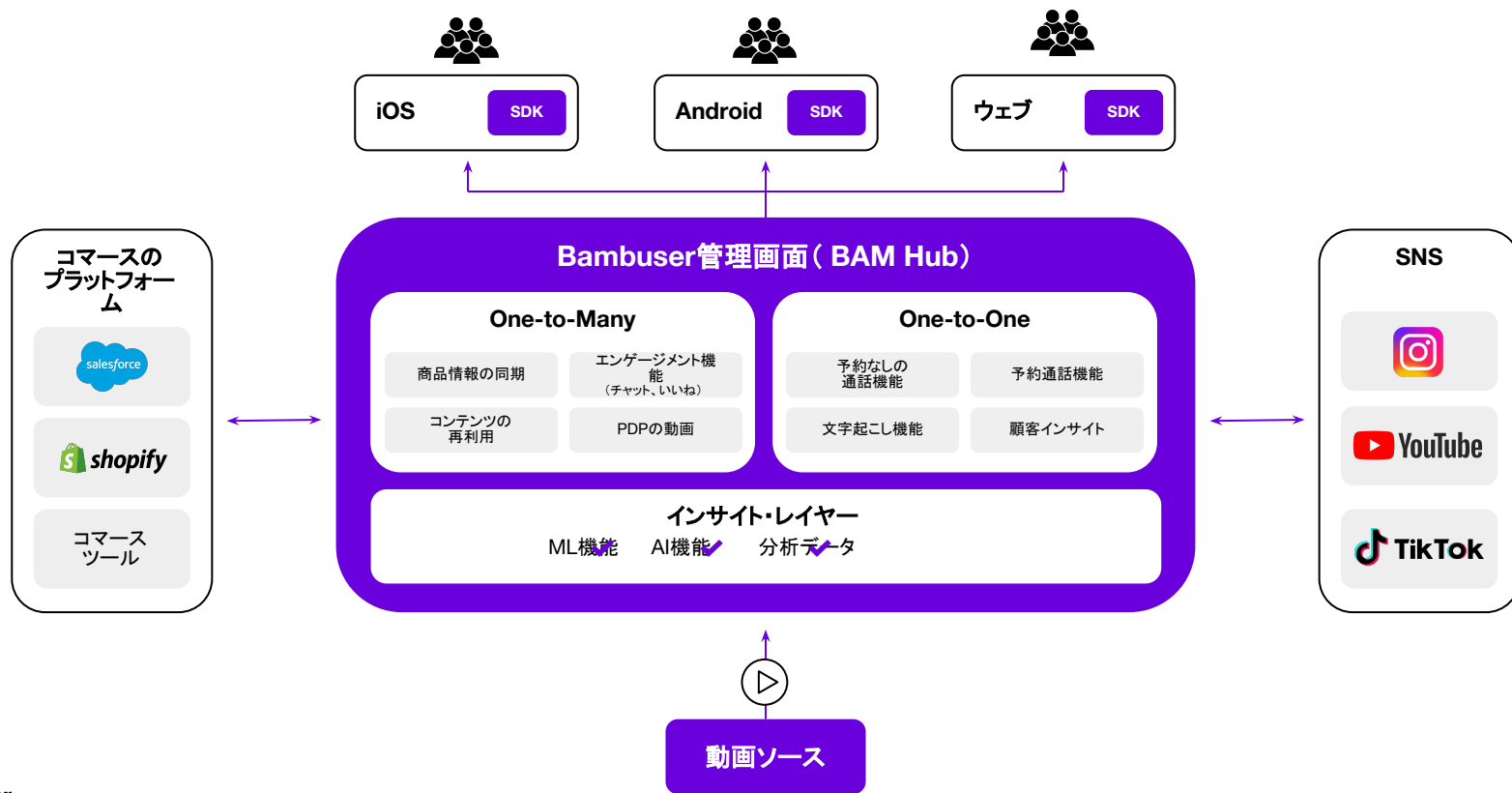
IKEA様

One-to-One

- 平均CV(購買)率13%(予約に限ると25%)！
- カスタムデザインプレイヤー
- Bambuserのネイティブ予約システム
- 既存の予約システムやCRMとの連携も可能
- 複数商品比較機能
- バーチャル試着機能
- おすすめ商品を画面上にポップアップ
- 自社ECサイト上でオンライン接客



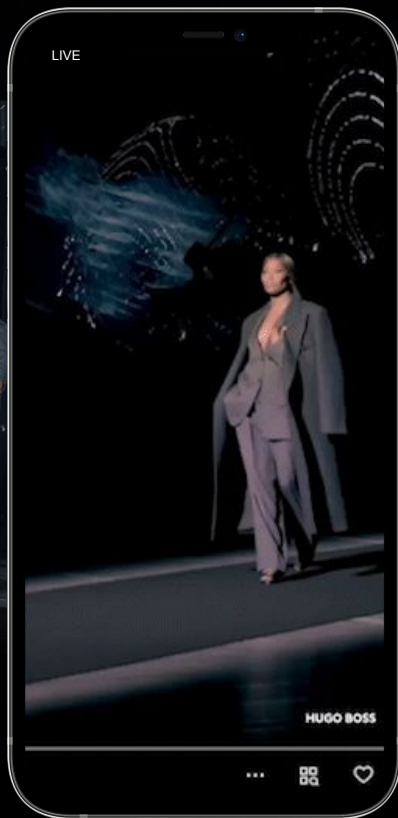
一つのプラットフォームで複数のソリューションを提供



世界の Bambuser 導入事例

BOSS

ミラノ、マイアミで行われた「買える」ファッションショー



13ヶ国 で展開

15分 の平均視聴時間

12,000人+
の視聴者がチャットで交流

LOUIS VUITTON

ルイ・ヴィトン × 草間彌生の
コラボアイテムを配信で披露

VIP顧客限定の商品展示会 etc.



8カ国で展開

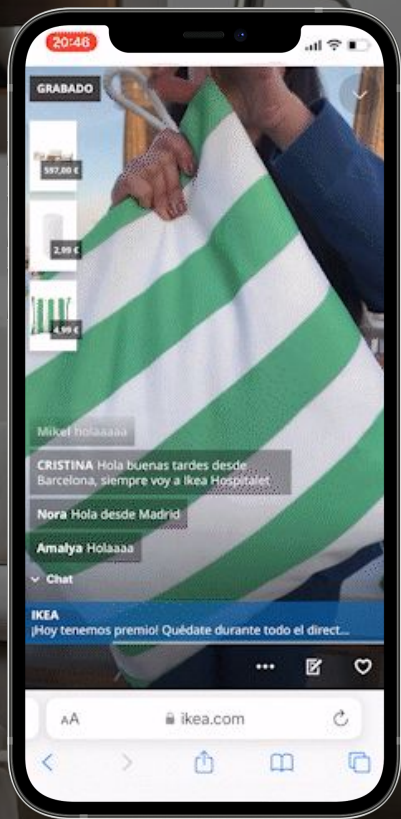
15分 の平均視聴時間

53% のエンゲージメント率

世界の Bambuser 導入事例



世界中の人々の暮らしに
インスピレーションを
与えるビデオコマース



13ヶ国 力国で展開

10分 の平均視聴時間

26%
のエンゲージメント率

Bambuser 国内企業活用事例

BAYCREW'S STORE

- スマートフォン + 三脚のシンプルなセットアップで高い配信頻度をキープ
- 企画・MCやモデル、天の声も含めて、商品のエキスパートである自社スタッフチームが担当
- 発売前の商品の予約販売・視聴者限定予約特典で売上促進



38,650受注

配信を通したオーダー数(6ヶ月間)

14分

平均視聴時間

22%

平均購入(CV)率

CLARINS

LINE公式アカウントを
カスタマイズし、リッチメニューに
配信ページへのリンクを挿入することで、
貴社のフォロワーがライブ配信に簡単に
アクセスできるようになります。

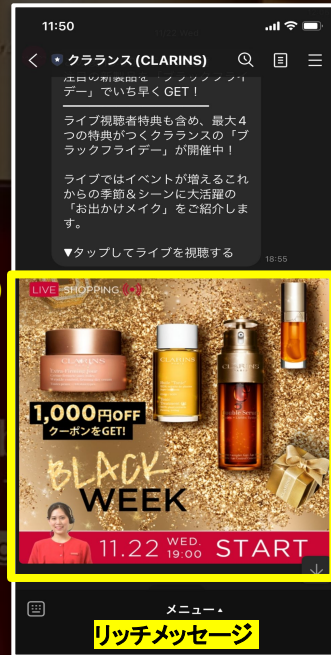
また、フォロワーは LINEのアプリで直接
ライブ配信を視聴したり、ライブ配信内で
交流したりすることができます。

1



リッチメニュー

2



リッチメッセージ



Christian Dior
PARFUMS

マルチストーリーング機能を用いることで、PCDはX(旧ツイッター)でより多くの視聴者にリーチすることができました。
視聴者によりライブ配信が拡散され、話題性を作り上げることに成功しました。

Xでの視聴回数

320万回

bambuser

この10年で大変革を起こした、ライブコマース



Xの投稿

マルチストーリーング機能を用いた、ライブ配信の
プロモーション



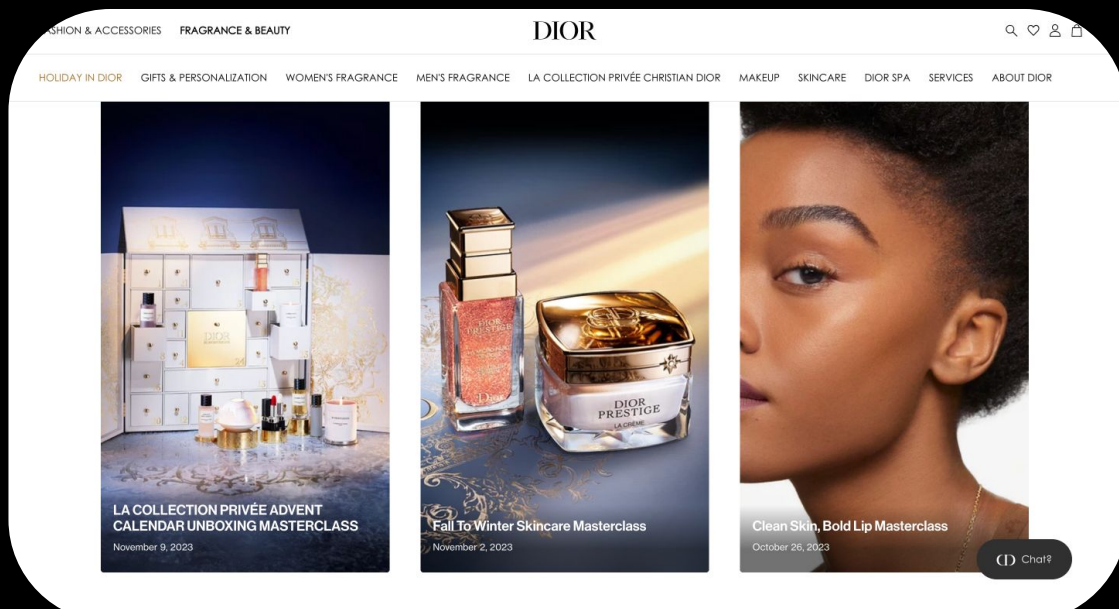
関係者外秘

DIOR

ライブ配信の一覧管理を 自動化させ、効率化

Bambuserの主な機能

- **チャンネル機能**とは、事前に組み込まれたランディングページのテンプレートで、バックエンドの作業なしで、ライブ配信の一覧ページを作成する機能です。
- ウェブサイトの一覧ページに**新しいライブ配信**を追加する度に、従来はコードの編集作業が必要でしたが、チャンネル機能を利用することで、**そのような手間を省くことができます**。Bambuser管理画面内から、直接ライブ配信を管理していただけます。



Bambuser 国内クライアント総合データ

美容・ビューティー業界

37%

アパレル・ファッション業界

34%

その他の業界

29%

Growing!

Bambuser 国内クライアントデータ: パフォーマンス平均値

38%

平均商品カート追加率

bambuser

13分

平均視聴時間

10%

平均CV(購入)率

CONFIDENTIAL MATERIAL

Bambuser 国内クライアントデータ: パフォーマンス最高値

1.9億円

1回の配信の最高総売上金額

bambuser

24万人

1回の配信の最多総視聴者数

2.7万

1回の配信の最多チャット数

CONFIDENTIAL MATERIAL