

VIVID DIGITAL LIMITED

カルチャーを感じながらショッピングを堪能する海外向けプラットフォーム

LotusTV



LOTUS



VIVID

森田 敏行 / VIVID DIGITAL LIMITED



VIVID DIGITAL LIMITED CEO

大学院在学中に音楽クラブ業界で起業後、プランニング会社でSPプランナーとして勤務し転職、上場会社2社でプランナー経験後、東京にて独立。その後、香港へ渡り香港のクリエイティブエージェンシー勤務を経て、マインドパレットへ入社し子会社VIVID DIGITAL LIMITEDを設立。その後MBOを実施し現職。

日系企業の香港・台湾ブランディング、セールスプロモーションにおいて複数の大手企業を手掛ける（KOSE、UNIQLOなど）。

また共同通信の運営するNNA.ASIAにて「SNS時代のデジタルマーケティング」について3年間コラムを執筆するなど、企業のアジア進出におけるブランディング・プロモーション領域のリーダーとして認知されている。LotusTVを皮切りに、次世代に向けたインターネットメディアと広告を推進している。

<ベネフィット> 従来のテレビ通販の形を変革させる方法がわかります

A. スペースシャワーネットワーク柴田さんとの取組み

“インタラクティブ・プロダクトプレースメントによる
新たなブランドメッセージのソリューションの可能性を探
る”

1. スペースシャワー柴田さん自己紹介と会社説明
2. インタラクティブ・プロダクトプレースメントって何？
3. <トークセッション>
VIVID森田と柴田さんがインタラクティブPPを始めよう
と思った理由
4. これからの取組みと戦略について

B. 5Gを見据えたビデオコマースのDX・CX化と 新たな販売手法の試みについて

5. “買える動画メディア” LotusTVとは
6. “withコロナ” とEC市場
7. テレビ通販（販売優先）型でなく
クリエイティブ優先型の販売手法
8. LotusCart SaaS型 / LotusTV組み込み型のご紹介
9. interFM897「sensor」との“買えるラジオ”番組
10. 感情を揺さぶるコンテンツ海外制作事例

<Aパート>

スペースシャワーネットワーク柴田さんとの取組み

インタラクティブ・プロダクトプレースメントによる

新たなブランドメッセージのソリューションの可能性を探る

- 1.スペースシャワー柴田さん自己紹介と会社説明
- 2.インタラクティブ・プロダクトプレースメントって何？
- 3.VIVID森田と柴田さんがインタラクティブPPを始めようと思った理由
- 4.これからの取組みと戦略について

1.スペースシャワー柴田さんご挨拶と会社説明



株式会社スペースシャワーネットワーク 柴田 洋平

レコード会社の洋楽宣伝スタッフなどを経験後、
スペースシャワーネットワークに入社。
現在はスペースシャワーミュージック所属アーティストの海外展開支援やアジアのアーティストの日本でのライセンスリリースなどを担当

PRESS RELEASE

報道関係各位

VIVID DIGITAL LIMITED

1億再生超えの人気MVに後から広告掲載が可能に！『LotusTV』は『スペースシャワーネットワーク』とタイの人気レーベル『What The Duck』とパートナーシップを組みました。

～MV（ミュージックビデオ）上に後からプロダクトプレイズメント可能なサービスを共同事業としてスタート～

アジア向けインターネットテレビ事業でLotusTVを運営するVIVID DIGITAL LIMITED（本社：香港、CEO：森田 敏行、以下「VIVID」）は、日本最大の音楽番組専門チャンネル「SPACE SHOWER TV」を運営する「株式会社スペースシャワーネットワーク（本社：東京、代表取締役社長：近藤 正可、以下「SPACE SHOWER」）」とタイの人気音楽レーベル「WHATTHEDUCK CO., LTD（本社：タイ、CEO：Samkwan Tonsompong、以下「WTD」）」は「WTD」が所属するミュージシャンのMV（ミュージックビデオ）を使ったプロダクトプレイズメントシステムの開発、広告サービス販売をスタートすることで合意しパートナーシップを組みました。



本プロジェクト第一弾アーティストとして「F.HERO」、「TheTOYS」、「PlasticPlastic」、「What&Dolph」のサンプル動画解禁

■ お問い合わせ先

VIVID DIGITAL LIMITED 広報担当宛

Email : info@vivid-digital.com.hk



動画内の広告可能スペースを自動で検出し広告プロダクトを挿入予定。



動画内の広告可能スペースを自動で検出し3Dプロダクトも挿入可能。

2-1.インタラクティブ・プロダクトプレイスメントって何？

ネイティブアドに近い形態のプロダクトプレイスメントは近年市場が猛烈に伸びています。

『君の名は。』の劇中

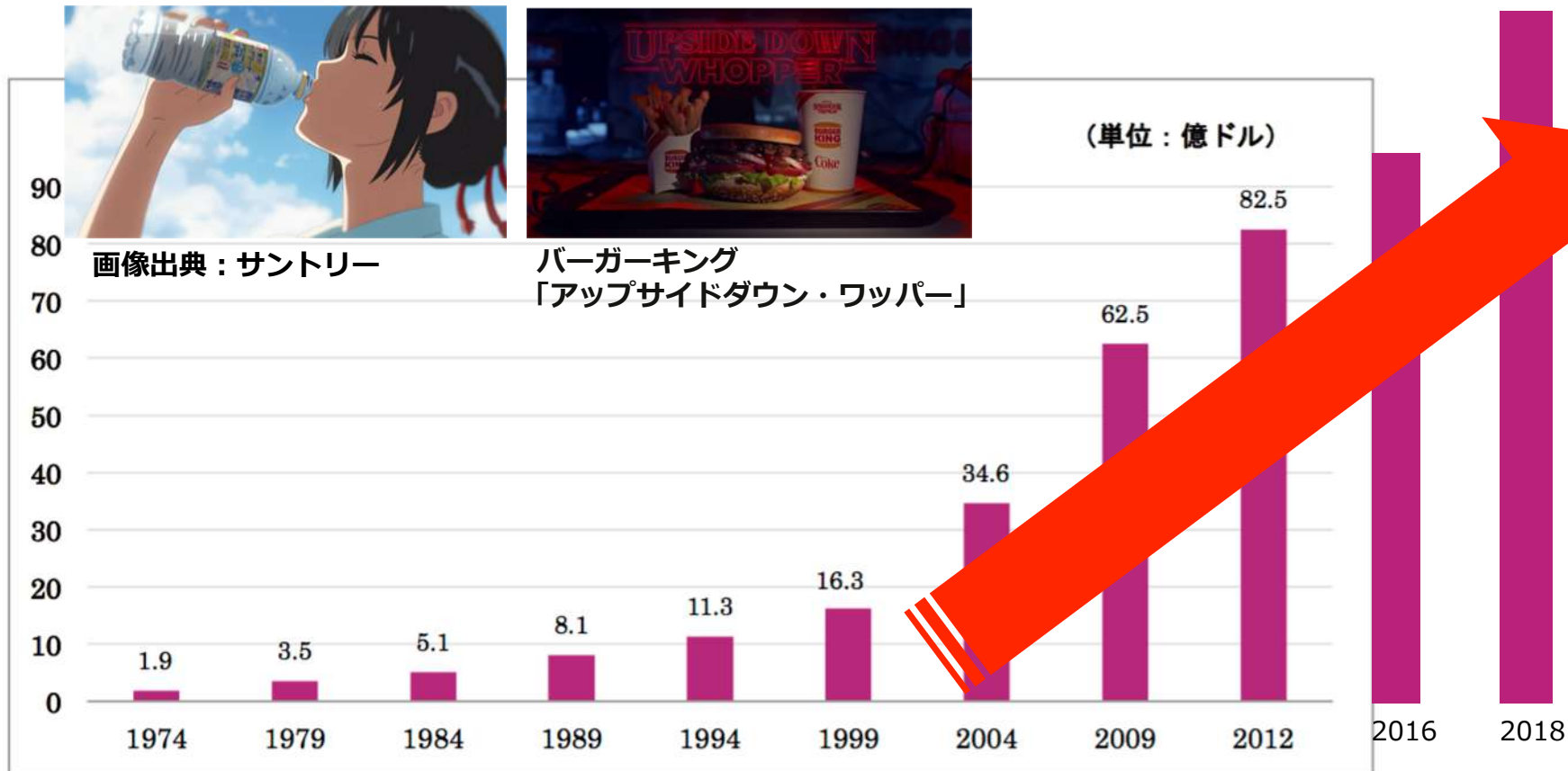


画像出典：サントリー

『ストレンジャー・シングス』



バーガーキング
「アップサイドダウン・ワッパー」



2019年114億ドル！
(約1兆3,000億円)

ちなみに
ネイティブ広告市場
(インフィード広告)
3,077億円市場
(2018年度)

出所：サイバーエージェント
「インフィード広告市場推計」

参照：PQ Media 2018

図1 プロダクトプレイスメントのグローバル市場規模 (1974～2012)
(PQ Media(2005, 2012)に基づいて作成)







OMEGAのSeamaster Planet Ocean 600M
SKYFALL限定モデル



1. プロダクトプレイスメント広告をするのに制作側との折衝が大変
2. ヒットするかどうか分からないのでギャンブル的な要素がある
3. 長尺映画の後半に出てくるプロダクトの広告効果

参考動画 : Justin Bieber MV



	Virgil Abloh Stripe Print Track Pants \$ 374.07 SHOP
	Hopps Big Logo Deck in Wood \$ 54.00 SHOP
	Vans Moon Slip-On \$ 55.00 SHOP

[LYRICS](#) [CLOSET](#) [SHOWS](#) [LOCATION](#)

2-3. インタラクティブ・プロダクトプレースメントって何？



LotusTV Next Mission

動画×EC×音楽

+

AI

そうすると…

インタラクティブ プロダクトプレイスメント

人々の購買行動に革命を起こす
アドテクノロジー

プロダクトプレイスメント手法とは

近年、TVの視聴率が下降し、HDDレコーダーの普及や定額制動画配信サービス（SVOD）の増加によりプロダクトプレイスメントという広告手法が再注目されています。CMスキップが常態化される中プロダクトプレイスメントは、映画やドラマなどのストーリー内に商品が組み込まれ、商品特有の使用イメージをアピールしやすいという特徴を持っています。世界中の若者は映画やドラマの視聴機会が増え、実在の商品がストーリーに組み込まれていると、商品イメージに共感しやすくなります。

2-5.インタラクティブ・プロダクトプレースメントって何？

動画上の全てのモノを「AI」と「解析技術」を活用し、その場で購入出来る新たな仕組み

① 動画上のアイテムを抽出



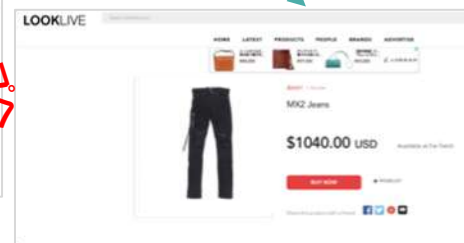
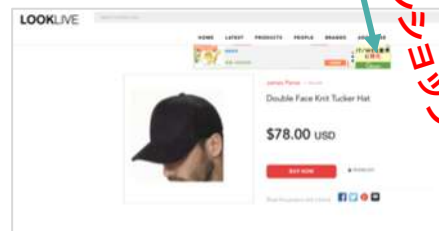
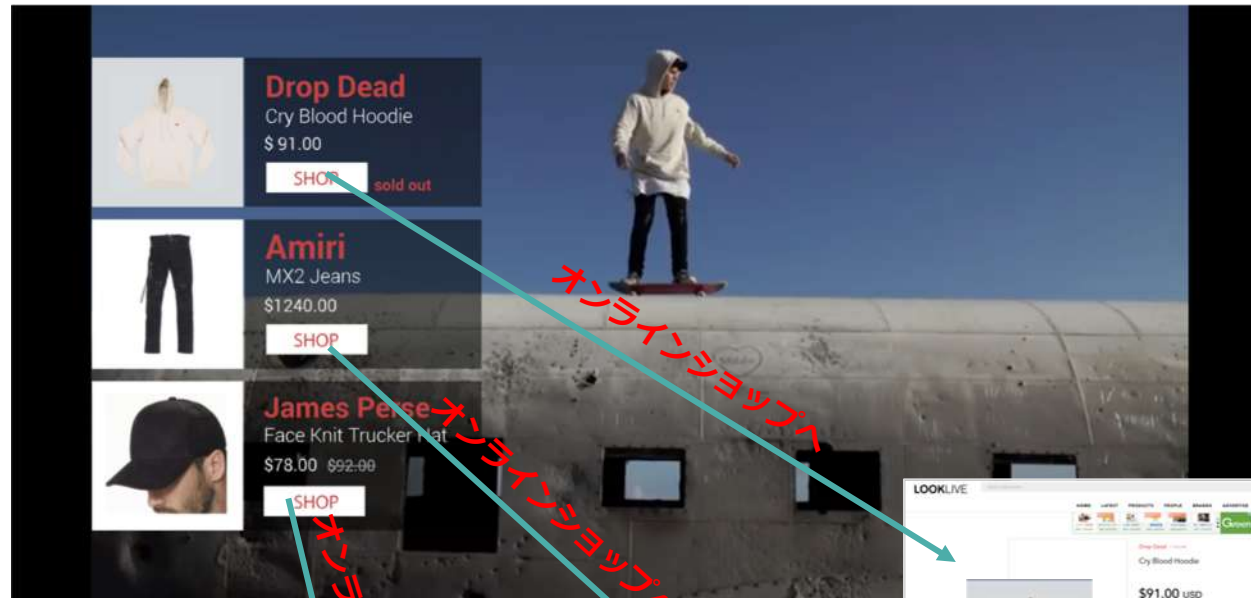
② アイテムをバナー化



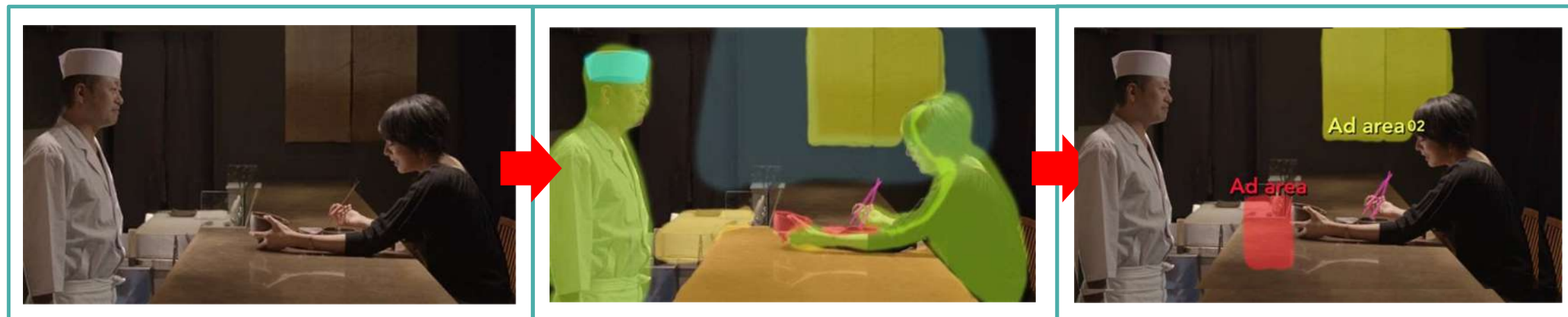
アイテムをバナー化



③ バナーを動画上に掲出



映像シーンから広告可能エリアを見つけ出し広告掲載 プロダクトプレイスメント型の アドテクノロジー



広告可能 動画シーン検索

画像解析でアイテム認識

可能エリアに商品を自然な形に掲出

動画の数だけ広告在庫を用意できる

動画在庫は既に人気のMV作品！

昔の作品も新たな収益になる



Bob Dylan - Subterranean Homesick Blues

5,425,835 回視聴



Michael Jackson - Smooth Criminal (Official Video)

260,900,986 回視聴



Missy Elliott - Get Ur Freak On [Official Music Video]

43,687,701 回視聴

現在でも伸び続ける再生回数



参考動画 (タイ/音楽レーベル) : What The Duck Music MV



Youtubeで1億再生以上のアーティストを多数抱える

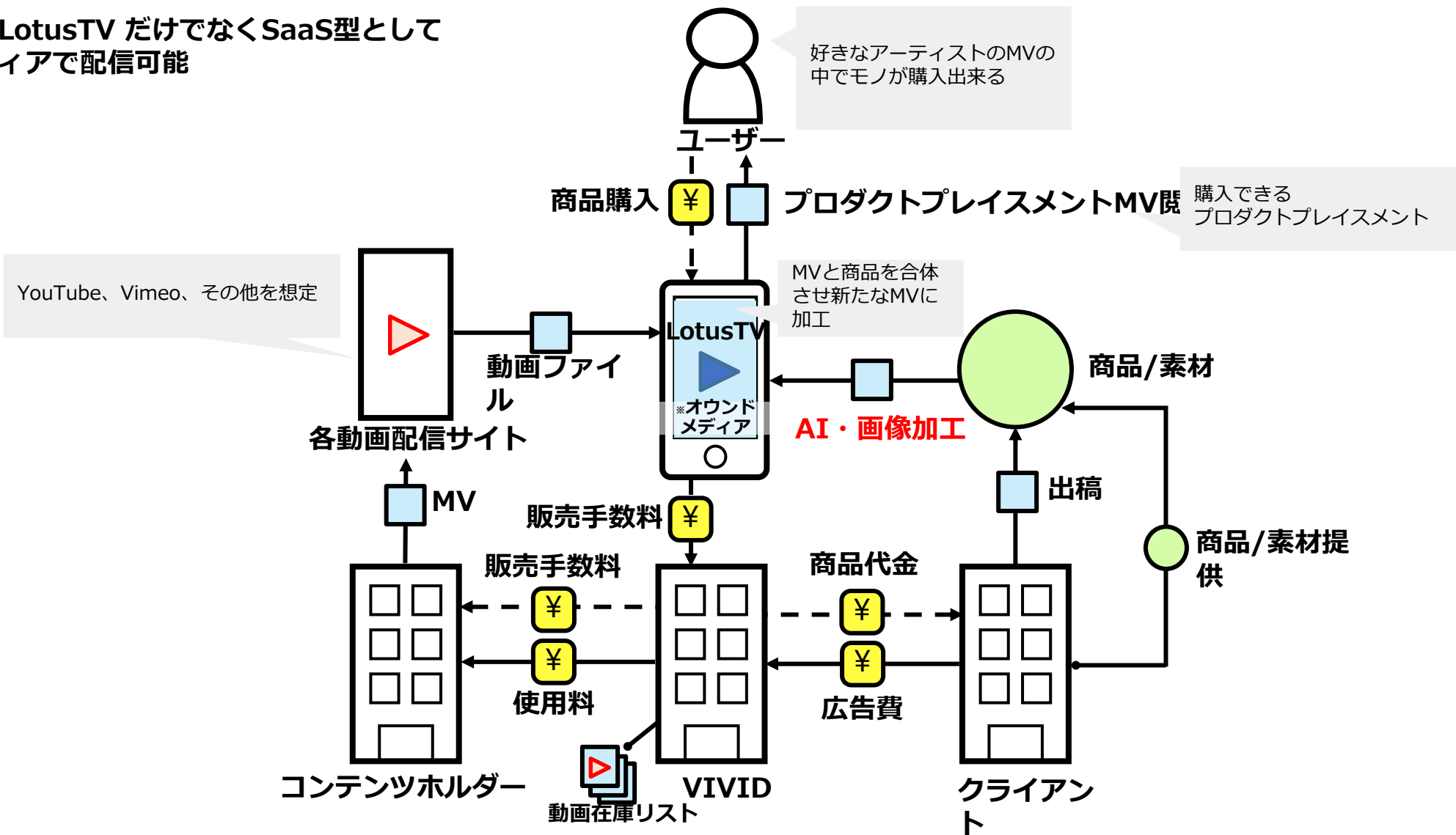
トークセッション

3.VIVID森田と柴田さんがインタラクティブPPを始めようと思った理由

4-1.これからの取組みと戦略について

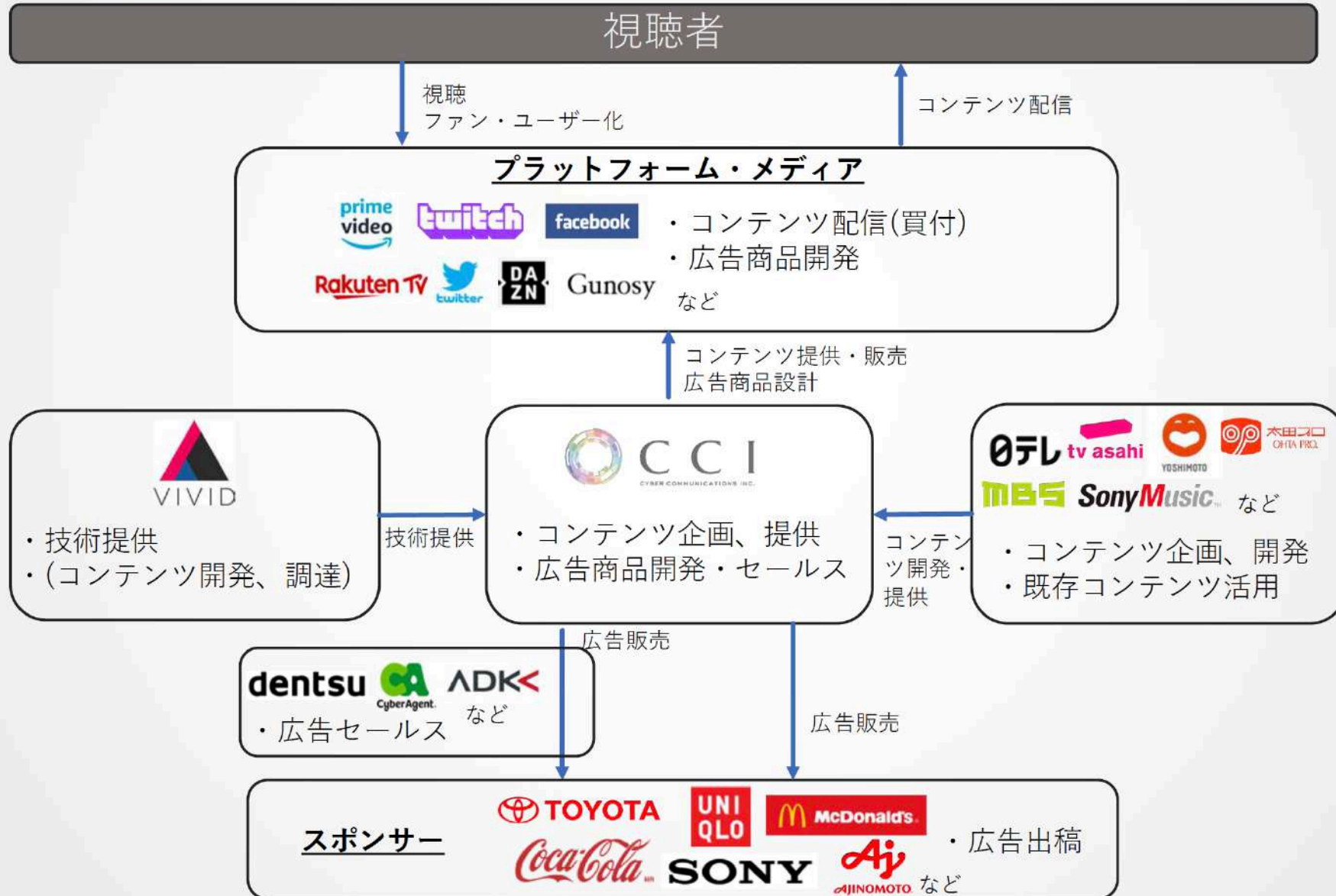
ビジネスモデル図解

※本システムはLotusTV だけでなくSaaS型として各オウンドメディアで配信可能



4-2. これからの取組みと戦略について

現在、各社と販売スキーム構築中



4-3. これからの取組みと戦略について

今後狙う、コンテンツ領域



<Bパート>

5Gを見据えたビデオコマースのDX・CX化と 新たな販売手法の試みについて

5. “買える動画メディア” LotusTVとは
6. “withコロナ” とEC市場
7. テレビ通販（販売優先）型でなくクリエイティブ優先型の販売手法
8. LotusCart SaaS型 / LotusTV組み込み型のご紹介
9. interFM897「sensor」との“買えるラジオ”番組
10. 感情を揺さぶるコンテンツ海外制作事例

5Gを見据えたビデオコマースのDX・CX化と新たな販売手法の試みについて

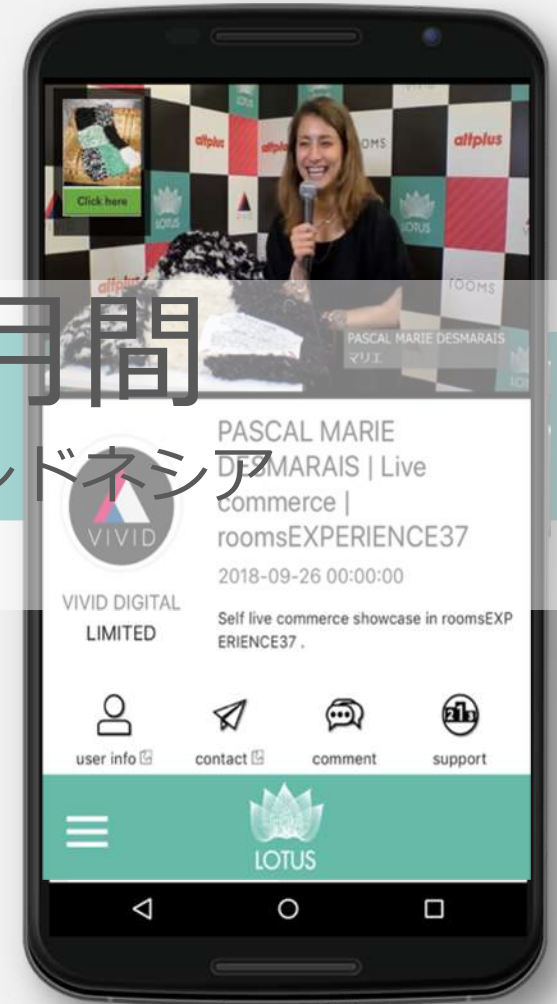
従来のテレビ通販の形を変革させる、デジタルトランスフォーメーションとは。
DXの成功にはカスタマーエクスペリエンスが重要であり、
どう提供し生活者へエンゲージさせ販売まで到達させるのか。

5-1. “買える動画メディア” LotusTVとは

LotusTV

Laptop

Mobile



60万PV / 15万UU / 月間
海外閲覧：台湾、ベトナム、香港、インド、インドネシア、シンガポール、タイなど

<https://www.lotuslotus.tv/>

5-2. “買える動画メディア” LotusTVとは



LotusTVコンセプト

ノンバーバルコマース NON VERBAL E-COMMERCE

カルチャーを感じながらショッピングを堪能する海外向けプラットフォーム



2015年「CHARMUU」
動画 × YouTuber



2016年「Lotus.TV」 ver.1.0
動画 × Creator



2019年「LotusTV」 ver.2.0
動画 × 越境EC × 音楽

LotusTVは言葉の壁を越えます

5-3. “買える動画メディア” LotusTVとは

LotusTV Target

動画 × EC × エンタメ



5-4. interFM897 「sensor」 との“買えるラジオ”番組

参考動画： interFM897 平日19-20時帯番組「sensor」 とのコラボ配信「買えるラジオ」



Clap this week! InterFM 「sensor」 × LotusTV-2020.9.30 Facebook Page is HERE !!



LOTUS

SEARCH...

NEWEST POPULAR

- BEAUTY
- MUSIC
- FILMS
- LIFESTYLE & CULTURE
- FASHION
- SPORTS
- FOOD
- GAME
- ENTERTAINMENT
- LIVE
- ART
- NON FICTION
- TRAVEL
- LOL
- EMOTION

6 MY PAGE





News ^

COMMENTS...

SUBMIT

chizu - aimiさん通販番組できそうw

abbieabbie - so cute!!

Y.Shinjo - 毎週観たい...(^)

Street Music File - 毎週放送されるのかしら？

yamamoto11212 - aimiさん かわいいー

akimoto - 欲しいです！

Y.Shinjo - aimiさんの生ライブが見れて最高です！
見れるラジオって新鮮で良いですね。

akimoto - ECは無いですか？



aimi - PERFORMANCE (LIVE on sensor × TOWER DOORS × LotusTV)-2020.9.30

2020-10-27 20:00:00

sensor × LotusTV
ラジオ番組「sensor」とアジア向けインターネット・テレビ事業主VIVID DIGITAL LIMITEDが運営する〈LotusTV〉がコラボレーションし、映像ラジオ企画をスタート！その記念すべき初回に、ソウルフルな歌声を持つ実力派シンガーのaimiを招いてライブ・パフォーマンスをお届け。

user info

contact

comment

support

VIEWERS **2k**

COMMENTS **8**

LIKE **4**

CLAP **22**

SHARE

参考 > 渋谷スペイン坂 新スタジオ「no-ma(ノーマ)」旧シネマライズビル



参考 > 渋谷スペイン坂 新スタジオ「no-ma(ノーマ)」外観と間取り

Introduction

渋谷スペイン坂にある旧シネマライズ跡地をベクトル（smartmedia）がオーナーとなりNewオープン。

アナログとデジタルを掛け合わせることで、新しい体験や発見の場であり、情報発信の拠点として展開する。



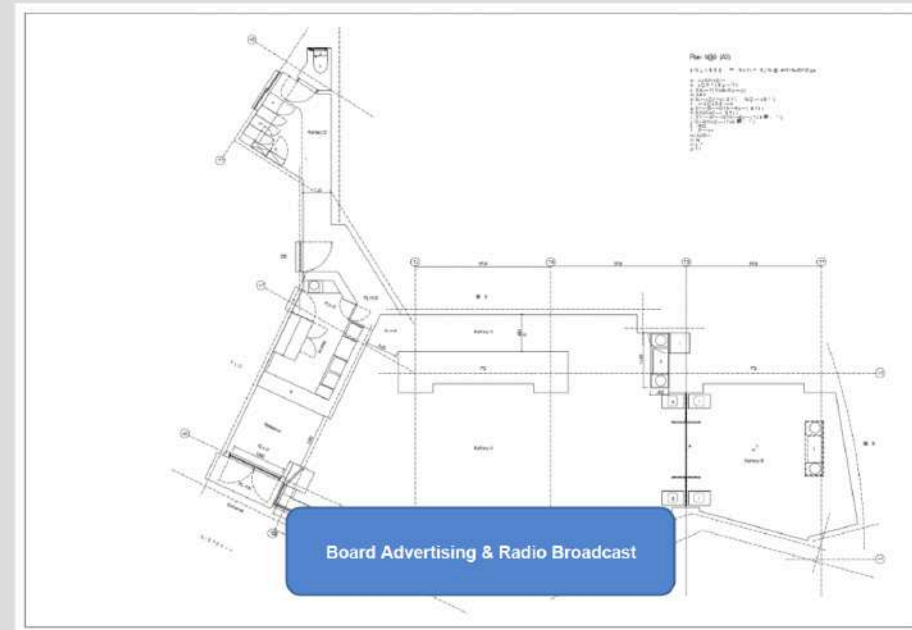
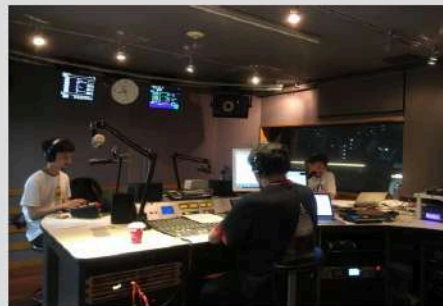
※過去の展示会の様子

参考 > 渋谷スペイン坂 新スタジオ「no-ma(ノーマ)」 OOH事例

Introduction_ Board Advertising & Radio Broadcast

ボード広告や、ラジオの公開生放送が可能。

渋谷の中でも特に人通りが多く、注目されやすいスポットであるため話題化を演出しやすい。

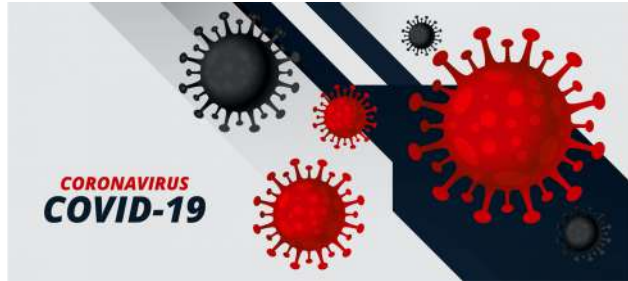


6-1. "withコロナ" とEC市場

- 新型コロナウイルスの感染**拡大後**はどのくらいの頻度でECサイトで購入していますか？
- 新型コロナウイルスの感染**拡大前**はどのくらいの頻度でECサイトで購入していますか？



6-2. "withコロナ" とEC市場



ITツールの導入

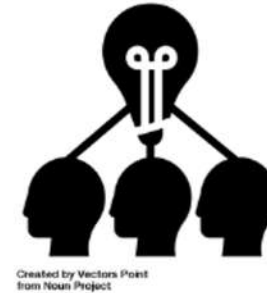


組織変革



ビジネスモデルの転換

DX



6-3. "withコロナ" とEC市場



7. テレビ通販（販売優先）型でなくクリエイティブ優先型の販売手法

効果的に「売る」には、「映像の目的に応じた」埋め込み方（知見）が必要

【販売優先型】 = 機能優先

「販売目的で作った」映像に買いやすい「通販窓」を表示

※ 一個「型」を作って、量産可能 SaaS的なアプローチも不可能ではない。ただし、運用には知見が必要

- ・ 視聴者マインド = 買うつもり
- ・ 映像作家マインド = 売るつもり
- ・ ショップマインド = 売るつもり

👉 全員が、売買を志向している
ので、特に抵抗感はない

【クリエイティブ優先型】 = 感情優先

映像を邪魔せず、湧きあがる「欲しい気持ち」を保存

※ 個別の目的に応じた「パターン」の応用、またはカスタムメイド。画一的なSaaSでは不可能。知見が不可欠

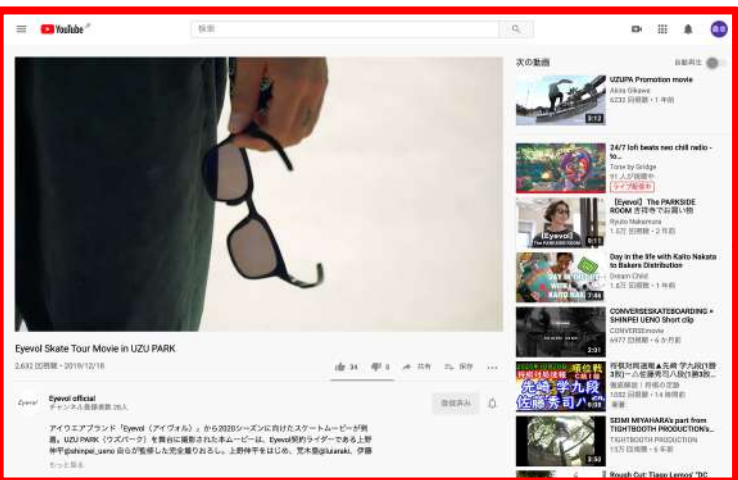
- ・ 視聴者マインド = 見るつもり
- ・ 映像作家マインド = 見せるつもり
- ・ ショップマインド = 売るつもり

👉 ショップは売りたいが、作家や視聴者が「売買」より「視聴」を優先する場合は、工夫しないと嫌われる

クライアントが希望する誘導方法は千差万別、どんな要望にも対応できるノウハウが重要

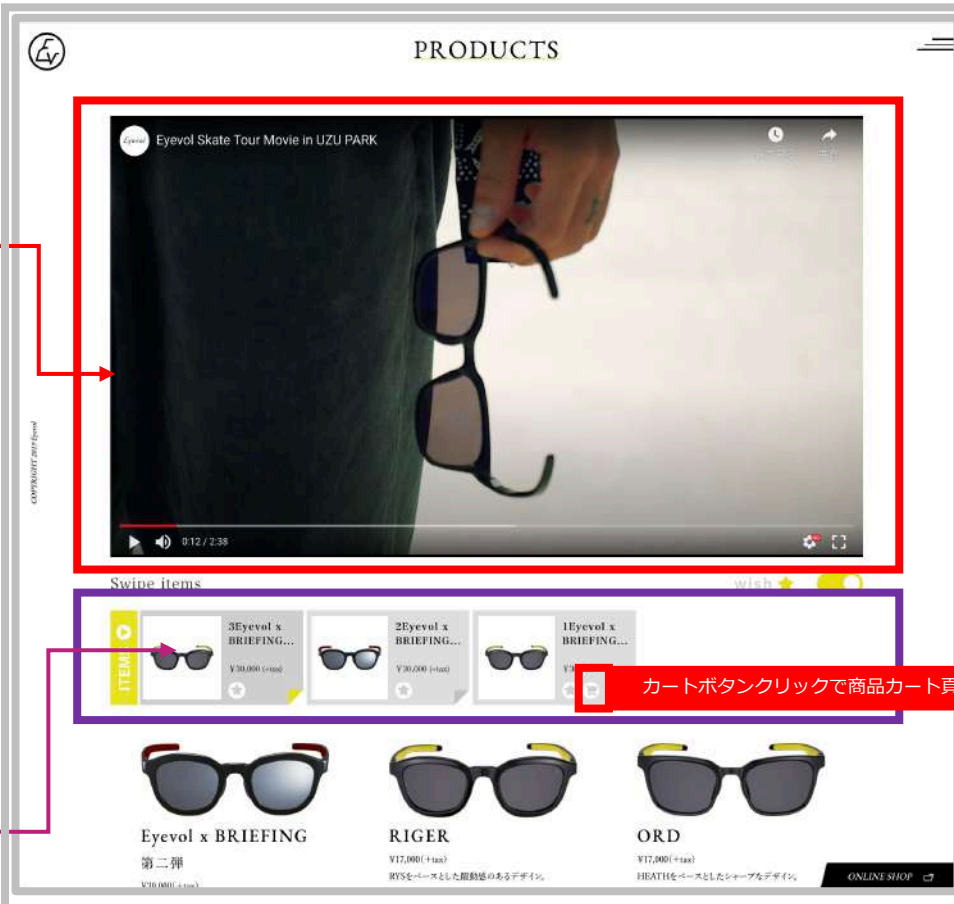
SaaS型 > お客様販売頁へのLotusCartシステム組み込みイメージ

YouTube



Youtubeに動画を公開（限定公開も可）の上、お客様販売ページへエンベット（動画埋込み）

■ お客様販売頁



カートボタンクリックで商品カート頁と連動

■ お客様 商品カート頁



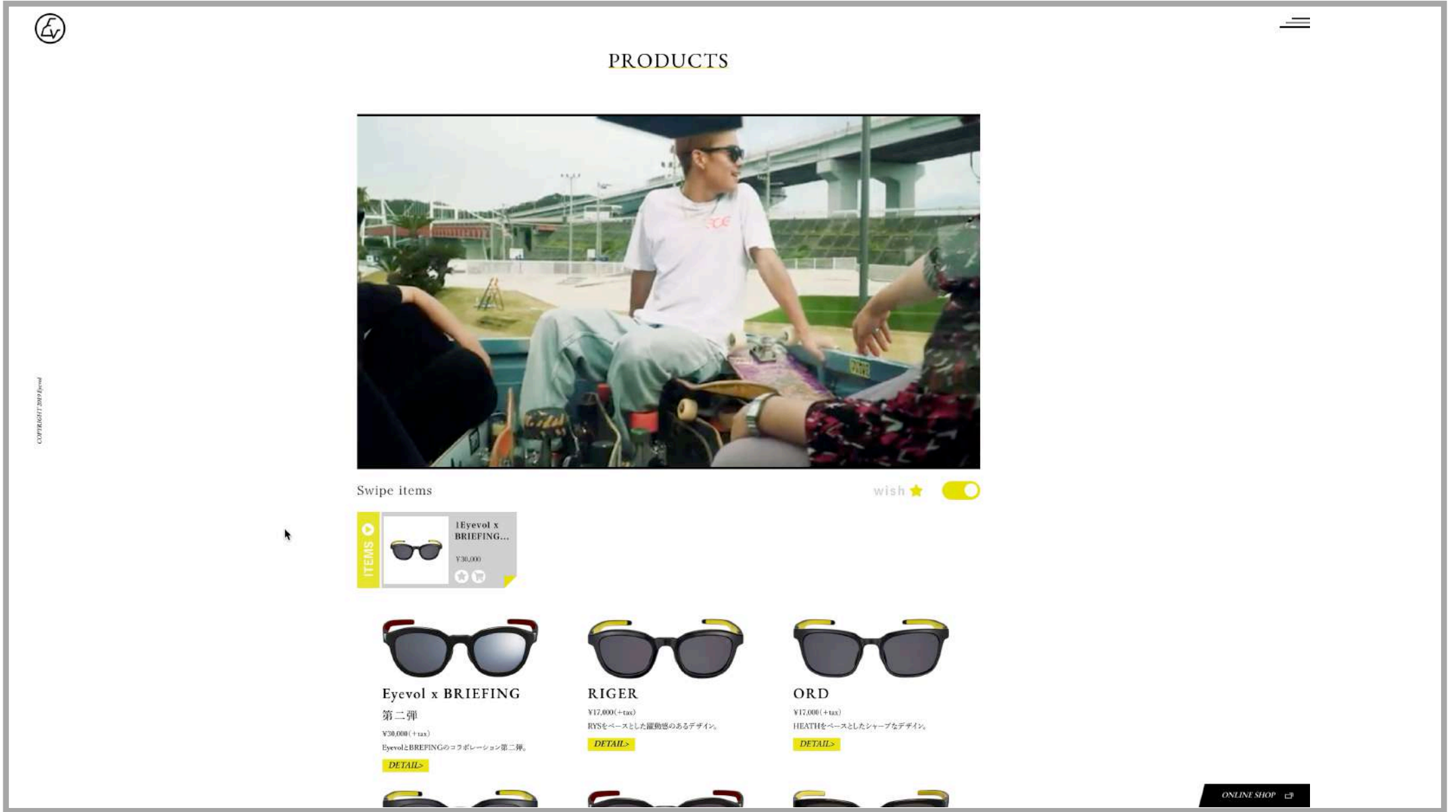
購入

※カラーミーショップのカート機能との連携が可能です

■ LotusCart CMSシステム



LotusCartシステム（CMS）より、動画内のアイテムと連動した時間へ購入ページへのリンクボタンを表示



PRODUCTS

Swipe items wish ★

ITEMS

Eyevol x BRIEFING...
¥30,000

Eyevol x BRIEFING
第二弾
¥30,000(+tax)
EyevolとBREFINGのコラボレーション第二弾。
[DETAILS](#)

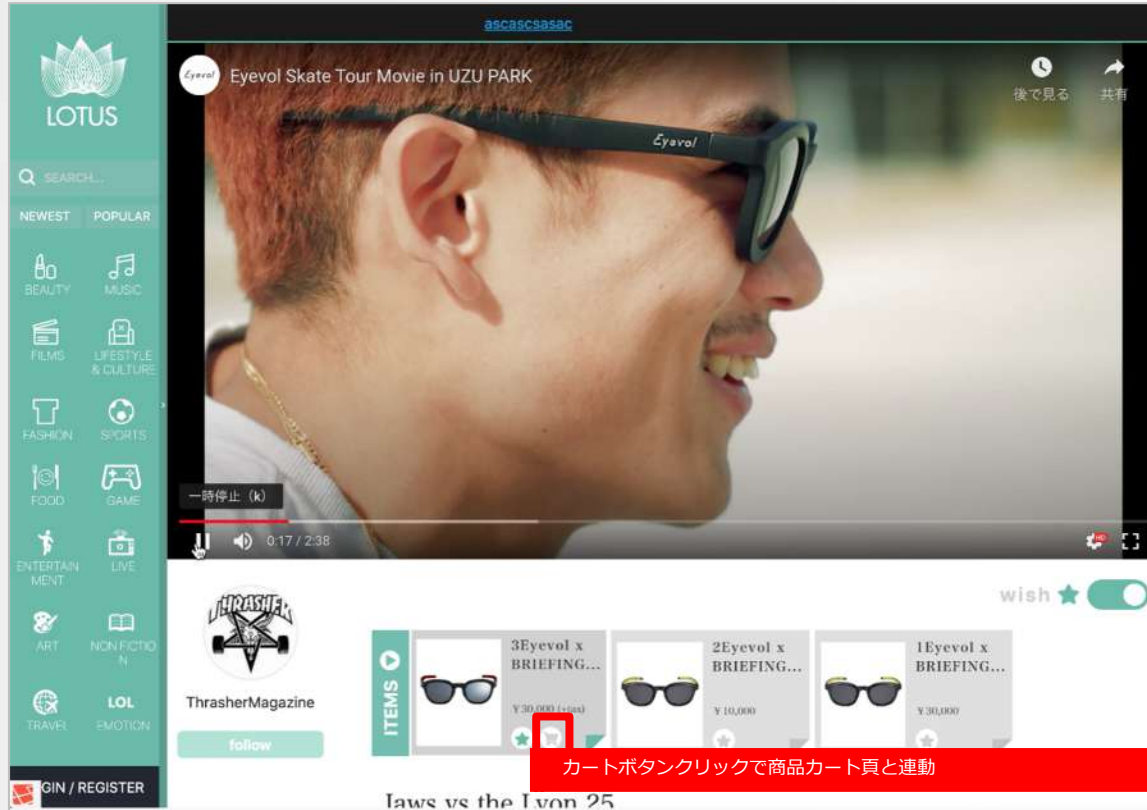
RIGER
¥17,000(+tax)
RYSをベースとした運動感のあるデザイン。
[DETAILS](#)

ORD
¥17,000(+tax)
HEATHをベースとしたシャープなデザイン。
[DETAILS](#)

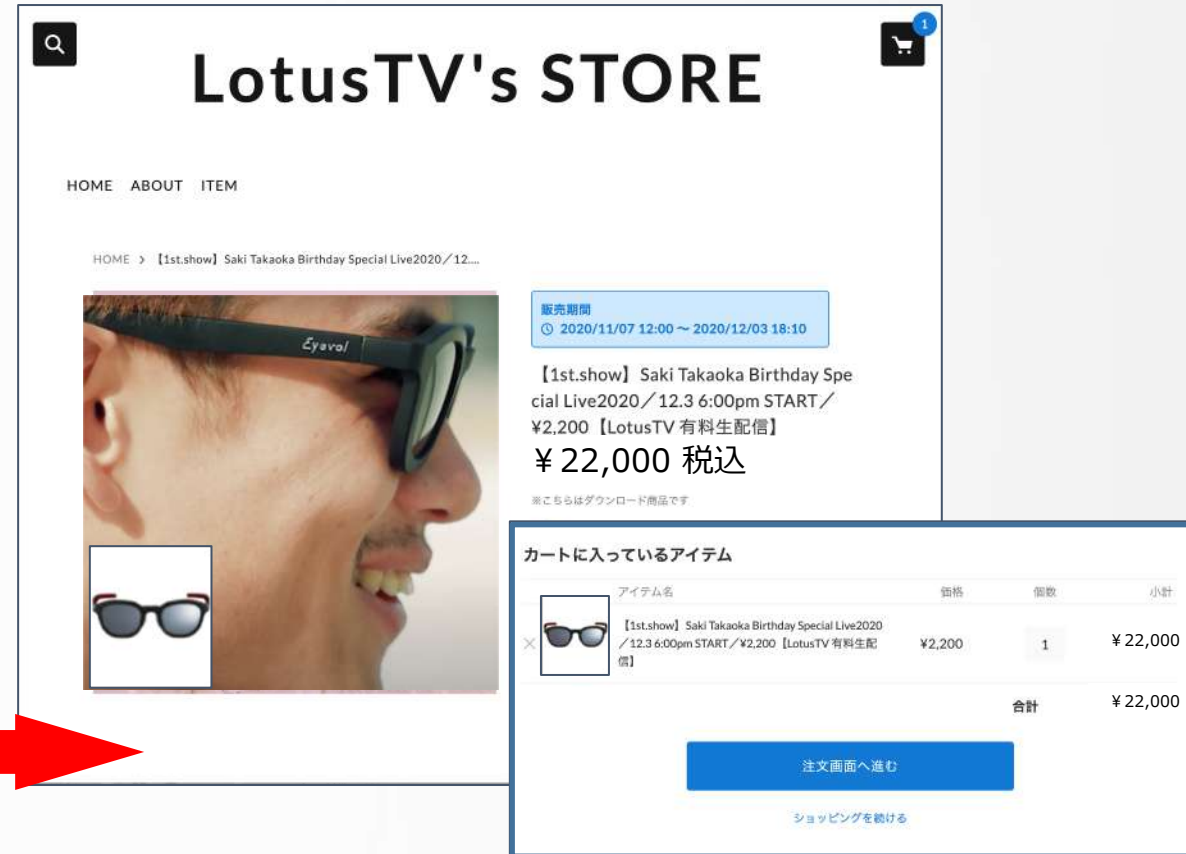
ONLINE SHOP

8-2.LotusCart SaaS型 / LotusTV組み込み型のご紹介

LotusTV組み込み型のご紹介



カードボタンクリックで商品カート頁と連動

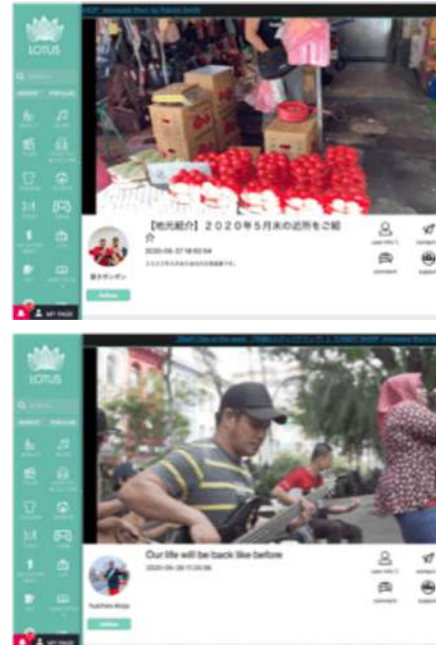


9. 感情を揺さぶるコンテンツ海外制作事例

2020/6/5 PR TIMES プレスリリース発表

2020年4月総額約6千万円の「プレシリーズA」の資金調達を完了

MCIPとの第1弾コンテンツとして「Asian Garden」チャンネル開設
 海外トレンド、コロナ状況対策等の動画配信をアジア7カ国でスタート
 配信URL : <https://www.lotuslotus.tv/>



 LotusTVリアルタイム番組枠で『Asian Garden Omnibus』
 毎週金曜日19時~19時半/再放送火曜日13時~13時半配信中
 配信URL : <https://www.lotuslotus.tv/>

参考情報> LotusTV プライスリスト



<p>1. 広告(番組)</p> <p>1-1プログラム枠配信費(リアルタイム型):100万円/1H ※再生回数保証付</p> <p>1-2チャンネル枠(アーカイブ型):30万円/1枠 ※再生回数保証付</p>	<p>4. EC(Lotus Cart)</p> <p>4-1Lotus Cart使用料(実装サポート費用含む):50万円/年間</p> <p>4-2Lotus Cartインセンティブ10%/1商品</p>
<p>2. 映像制作</p> <p>2-1LotusTVプログラム番組制作:50万円-ask/1本</p> <ul style="list-style-type: none"> ・トークショー:50万円-ask/1本 ・イベント:50万円-ask/1本 ・ドラマ:150万円-ask/1本 ※最低4話以上 ・ドキュメンタリー:ask/1本 <p>2-2CM/PV制作:100万円-ask/1本</p> <p>2-3ライブストリーミング:50万円-ask/1本</p> <p>2-4WEB記事(取材)用映像制作:10万円-ask/1本</p> <p>2-5その他</p>	<p>5. マッチング</p> <p>5-1マッチング手数料:12.5%/1回 ※決済完了時(契約時と納品時)</p> <p>※Paypal決済手数料は別途</p>
<p>3. エンドロールネーションサポート</p> <p>3-1システム使用料:50万円/年間</p> <p>3-2インセンティブ:10%/1回(トライアル期間:通常15%)</p> <p>※Paypal決済手数料は別途</p>	<p>6. 動画広告 ※再生回数保証付 料金は選択国により変動</p> <p>5,000再生 上代:30,000円</p> <p>10,000再生 上代:30,000~57,000円</p> <p>30,000再生 上代:52,800~158,400円</p> <p>100,000再生 上代:172,200円~480,000円</p> <p>選択可能国>></p> <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">・アジア全域 <li style="width: 50%;">・ドイツ <li style="width: 50%;">・日本 <li style="width: 50%;">・ブラジル <li style="width: 50%;">・中東全土 <li style="width: 50%;">・オーストラリア <li style="width: 50%;">・アメリカ <li style="width: 50%;">・ヨーロッパ全土 など

5Gを見据えたビデオコマースのDX・CX化と新たな販売手法の試みについて

従来のテレビ通販の形を変革させる、デジタルトランスフォーメーションとは。

DXの成功にはカスタマーエクスペリエンスが重要であり、どう提供し生活者へエンゲージさせ販売まで到達させるのか

<ベネフィット> 従来のテレビ通販の形を変革させる方法がわかります

映像の力（イメージ）で「欲しい！」と思った視聴者の 感情（エモーション）を「言葉の力を借りず」に 自然に通販に結び付けるシステムの導入

- ・映像内容に合わせた「通販」に直リンクする仕組み
- ・既存のECと映像に簡単に追加できる新手法

【ポイント】

1. 見る人の邪魔にならないこと
2. 買いたくなったら、簡単に買えること
3. 映像制作者の意図、メッセージを阻害しないこと

※やり方次第で効果的にも邪魔にもなるノウハウが重要

多謝了



ご連絡先 : VIVID DIGITAL LIMITED

JAPAN Office 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60 39F

株式会社オルトプラス オフィス内

Mail : info@vivid-digital.com.hk