

花王、中国短尺動画プラットフォーム「抖音(Douyin)」に プレステージブランド「KANEBO」の公式アカウントを開設

ECプラットフォーム「抖音電商全球購(Douyin EC Global)」へも出店し、Z世代へのブランド浸透を図る

花王株式会社は、2022年6月1日、カネボウ化粧品のプレステージブランド「KANEBO」の公式アカウントを、短尺動画プラットフォーム「抖音(Douyin)※」に開設、同時にECプラットフォーム「抖音電商全球購(Douyin EC Global)」へも出店し、ライブコマースでの販売を開始します。 ※日本語発音“ドウイン”

「KANEBO」は、花王が化粧品事業においてグローバルに注力するブランド「G11」のひとつです。2020年にリブランディングを実施。ブランドメッセージに「I HOPE.」を掲げ、化粧品ブランドでありながら“美ではなく希望を発信するブランド”として展開。独自のポジションを構築し、ジェンダーインクルーシブブランドとして幅広い世代の顧客を獲得しています。

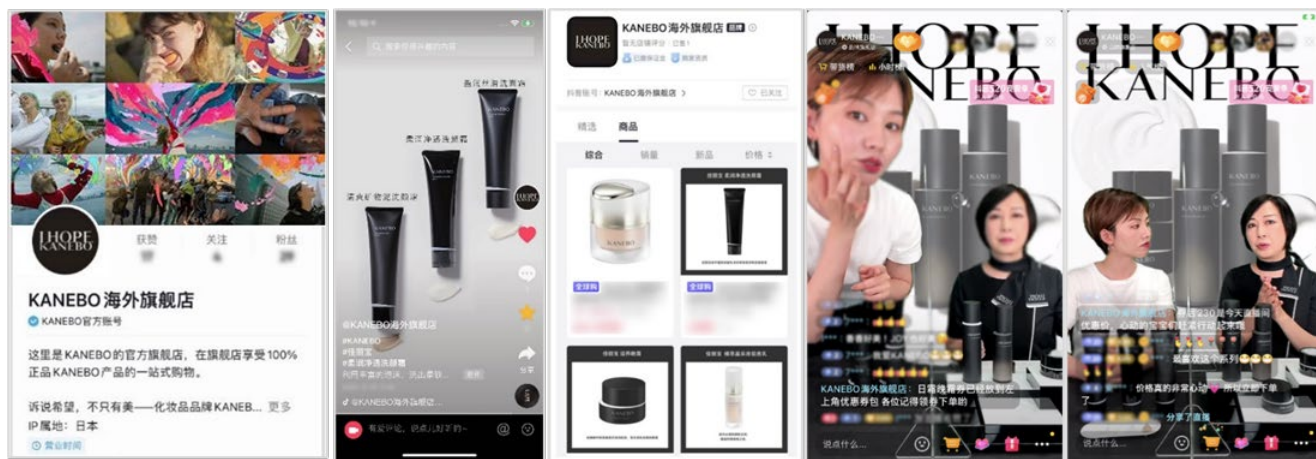
このたび、中国化粧品市場のさらなる深耕をめざし、若年層の利用者が多い「抖音(Douyin)」「抖音電商全球購(Douyin EC Global)」を新たな有カマーケティングチャネルとして活用することを決定。特に消費意欲が高いとされるZ世代へのさらなるブランド浸透を図ります。

■「抖音(Douyin)」「抖音電商(Douyin EC)」「抖音電商全球購(Douyin EC Global)」とは

「抖音(Douyin)」は、ユーザーがそれぞれの個性を表現し、日常生活の瞬間を記録して発信するための短尺動画プラットフォームです。サービス開始から2020年8月には、1日あたりのアクティブユーザー(DAU)が6億人を超え※、中国主要プラットフォームのひとつとなっています。その「抖音(Douyin)」が提唱する新たなEC形態「抖音電商(Douyin EC)」は、“興味EC(インタレストEC)”と呼ばれるもので、高精度のレコメンドシステムにより、消費者の興味・関心に沿った動画コンテンツを見せることで消費欲を喚起、ECでの購買につなげるしくみが特長です。また、「抖音電商(Douyin EC)」の越境販売チャネルである「抖音電商全球購(Douyin EC Global)」には、海外の企業が直接出店できるため、中国国内で販売されていない商品も販売が可能です。

※参照元: <https://jp.reuters.com/article/china-bytedance-idJPKBN2661HU>

■展開概要



「KANEBO」抖音(Douyin)電商全球購公式アカウント「KANEBO海外旗艦店」

<https://v.douyin.com/FHk8dWr/>

公式アカウント・抖音電商全球購(Douyin EC Global)店舗・ライブコマース画面イメージ

「KANEBO」の「抖音(Douyin)」公式アカウントでは、定期的にユニークな商品特長などを紹介する動画コンテンツをアップ。美容部員が自ら商品を紹介するコンテンツも発信していきます。

さらに「KANEBO」抖音電商全球購(Douyin EC Global)店舗においては、毎日ライブ配信を実施^{*}。こちらでも美容部員が出演する回を設け、顧客とのエンゲージメントを醸成しながら、認知から販売までつなげていくエコシステムを確立していきます。

取り扱い商品は、オープン時にはスキンケアおよびベースメイクの20SKUを販売、順次2022年の新商品アイテムを追加していく予定です。

※毎日配信はオープン後数か月を想定

〈関連情報〉

KANEBO ブランドサイト: <https://www.kanebo-global.com>

KANEBO 直販オンラインショップ: <https://onlineshop.kanebo.com/ja/>

KANEBO 公式 Twitter @kaneboofficial: <https://twitter.com/kaneboofficial>

KANEBO 公式 Instagram @kaneboofficial: <https://www.instagram.com/kaneboofficial/>

KANEBO 公式 Facebook KANEBOGlobal: <https://www.facebook.com/kanebo.global.jp/>