

AnyMind Group、Metaとパートナーシップを締結し、ライブコマース領域での連携を開始

Facebook・Instagramのライブ動画広告とAIライブコマースを組み合わせ、集客から購買までを一貫して支援



AnyMind Group株式会社（読み：エニーマインドグループ、代表取締役CEO：十河 宏輔、以下「当社」）は、Metaとライブコマース領域におけるパートナーシップを締結しました。本連携により、FacebookおよびInstagramのライブ動画広告を通じた集客と、当社が提供するライブコマースソリューションを組み合わせ、ブランド企業の販売機会拡大を支援します。

今回の連携では、FacebookおよびInstagramのライブ動画広告を通じて新たな視聴者をライブ配信へ誘導し、ブランドの自社ECサイトやアプリ、ECモール、チャットを通じた購入など、さまざまな購買方法に対応することが可能になります。

また、当社がアジア太平洋地域に展開する85のライブコマーススタジオや、AIライブコマースプラットフォーム「AnyLive」を組み合わせることで、人間によるライブ配信、AIによるライブ配信、双方を組み

合わせたハイブリッド型のライブ配信に対応します。これにより、ブランド企業の集客からライブ配信、購買までを一貫して支援し、ライブコマースの運営効率化と販売機会の拡大を目指します。

本連携による機能は、2026年第4四半期よりFacebookのライブ動画広告で利用可能となり、2027年初頭にはInstagramにも対応する予定です。

■背景

ライブコマースは、商品紹介や視聴者とのリアルタイムなコミュニケーションを通じて購買を促進する販売手法として、アジア太平洋地域を中心に活用が進んでいます。

一方、従来のライブコマースでは、ShopeeやLazadaなどのECモール内での集客に依存するケースが多く、ブランドの自社ECサイトなどでライブ配信を実施する場合には、別途広告施策を展開して視聴者を獲得する必要がありました。

このように、広告による集客とライブコマースの運営が分断されていることで、企業が新たな視聴者にリーチする機会が限られるほか、集客から視聴者のエンゲージメント、購買、流通取引総額(GMV)までを一貫して把握し、改善につなげることが難しいという課題がありました。

こうした背景を踏まえ、当社はMetaとのパートナーシップを通じて、FacebookおよびInstagramのライブ動画広告とライブコマースを連携させ、ブランド企業が新たな視聴者との接点を創出し、購買につなげられる環境の整備を進めます。

■パートナーシップの内容

今回の連携では、FacebookおよびInstagramのライブ動画広告を活用した集客と、当社のライブコマース運営基盤を組み合わせ、ブランド企業のライブコマース展開を支援します。

1. Facebook・Instagramのライブ動画広告を活用した集客と購買導線の構築

FacebookおよびInstagramのライブ動画広告を通じて、ライブ配信中に新たな視聴者を誘導します。

また、ブランドの自社ECサイトやアプリ、ECモール内の店舗、チャットを通じた購入など、さまざまな購買方法に対応することで、ブランド企業の販売形態に応じた購買導線の構築を支援します。

これにより、SNS上での商品発見からライブ配信への参加、購買までをつなぎ、販売機会の拡大を目指します。

2. 人間・AI・ハイブリッドの3つのライブコマースモデルに対応

当社が提供するテクノロジーと各市場のライブコマース運営チームを組み合わせ、ブランド企業の目的や商材、運営体制に応じた3つの配信モデルを提供します。

① 人間によるライブコマース

アジア太平洋地域に展開する85のライブコマーススタジオを活用し、人間によるライブ配信を実施します。新商品の発売や大型セールなど、視聴者とのリアルタイムなコミュニケーションが重要となる場面での販売機会拡大を支援します。

② AIによるライブコマース

AIライブコマースプラットフォーム「AnyLive」を活用し、AIアバターによる長時間のライブ配信を実施します。配信時間の拡大や継続的な商品紹介を通じて、販売機会の創出と運営効率化を支援します。

③ 人間とAIを組み合わせたハイブリッド型ライブコマース

視聴者の多い時間帯など、効果が期待できる時間帯には人間が配信を担当し、それ以外の時間帯にはAIが配信を引き継ぎます。人間による双方向のコミュニケーションとAIによる長時間配信を組み合わせ、継続的な販売機会を確保します。

3. 複数の販売チャネルを横断したライブコマース展開を支援

当社のライブコマース運営基盤を活用することで、ECモールとブランドの自社チャネルへの同時配信にも対応します。

ブランド企業は、販売チャネルや市場、配信モデルに応じて柔軟にライブコマースを展開できるようになります。

また、ライブ配信中の視聴者の反応や購買につながる要因を把握し、配信内容や集客施策の継続的な改善につなげることで、ライブコマースの成果向上を支援します。

■今後の展望

当社は今後も、Metaとの連携を通じて、SNSを活用した集客とライブコマースを組み合わせた支援体制を強化していきます。

また、AIライブコマースプラットフォーム「AnyLive」と、アジア各市場で培ってきたライブコマースの運用ノウハウを組み合わせ、ブランド企業が市場や商材、販売チャネルに応じて最適なライブコマースを展開できる環境を整備してまいります。

■Meta Product Marketing Manager Linda Taylor氏のコメント

FacebookおよびInstagramのライブ動画広告は、ライブ配信が行われているタイミングで、企業に関心の高い視聴者をより多く呼び込むことを可能にします。

AnyMind Groupが、こうした集客力とライブコマーススタジオ、AIアバターによる配信を組み合わせることで、アジア太平洋地域のブランド企業がライブコマースを継続的なマーケティング活動の一環として取り入れられることを期待しています。

■AnyMind Group Managing Director of Global E-Commerce 久保 銘中のコメント

アジア太平洋地域において、ライブコマースは消費者が商品を発見し、ブランドと関わり、購買するまでの過程で、ますます重要な役割を担っています。一方で、これまで新たな視聴者の獲得とライブコマースの運営は、それぞれ独立した形で行われてきました。

今回のMetaとのパートナーシップを通じて、これらをより密接につなぎ、ブランド企業が新たな視聴者にリーチし、普段利用されているチャネルからライブコマースへと直接誘導できる環境を整えていきます。

FacebookおよびInstagramの幅広いユーザー基盤と、当社のライブコマース運営基盤を組み合わせることで、企業がプラットフォームや市場、運営モデルを横断して柔軟にライブコマースを拡大できるよう支援するとともに、エンゲージメントや購買につながる要因の可視化を進めてまいります。

■AnyLiveについて

AnyLiveは、AIライブとデータに基づく改善を組み合わせ、ブランド企業のEC売上向上を支援するライブコマースプラットフォームです。

AIアバターによる長時間のライブ配信、スクリプト生成、視聴者とのリアルタイムコミュニケーションに加え、人間とAI双方の配信データの収集・分析、スクリプトの改善などを提供しています。

複数の言語および配信プラットフォームに対応し、AnyMind Groupの専門スタッフによる運用支援と組み合わせることで、ライブコマースの企画・配信から分析・改善までを一貫して支援します。対応言語・プラットフォームは国や地域によって異なります。

AnyLive公式サイト: <https://anylive.jp/>

■AnyMind Groupについて

AnyMind Groupは、2016年4月にシンガポールで創業したテクノロジーカンパニーです。マーケティング、EC、物流、データ・AI活用、パブリッシャー・クリエイター支援などの領域において、自社開発のテクノロジーと各市場のオペレーションを組み合わせたBPaaSモデルを展開しています。

アジアを中心に15カ国・地域で事業を展開し、ブランド企業、パブリッシャー、クリエイターなどの事業成長を支援しています。東京証券取引所グロース市場上場（証券コード:5027）。

URL: <https://anymindgroup.com/ja/>