

業界トップライバーが創る

オフライン × TikTok LIVE × UGC × 購買導線イベント

リアルイベント + TikTok LIVE同時配信

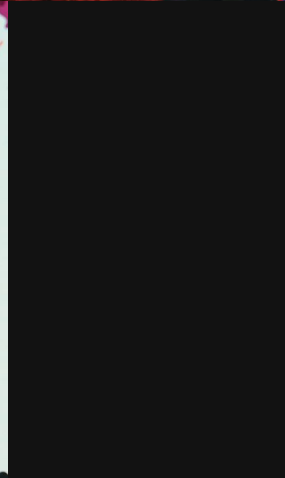
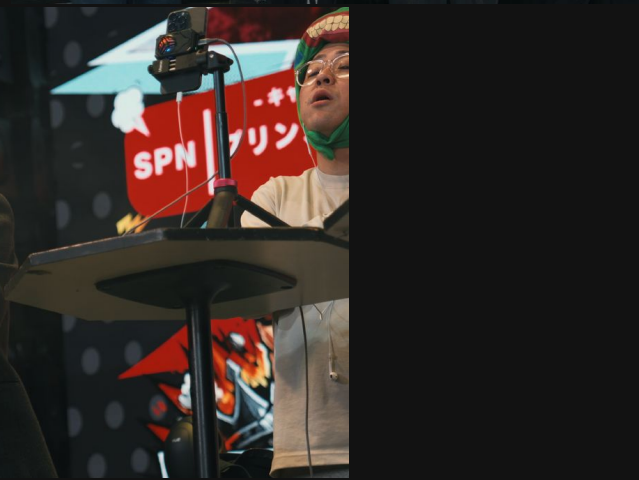
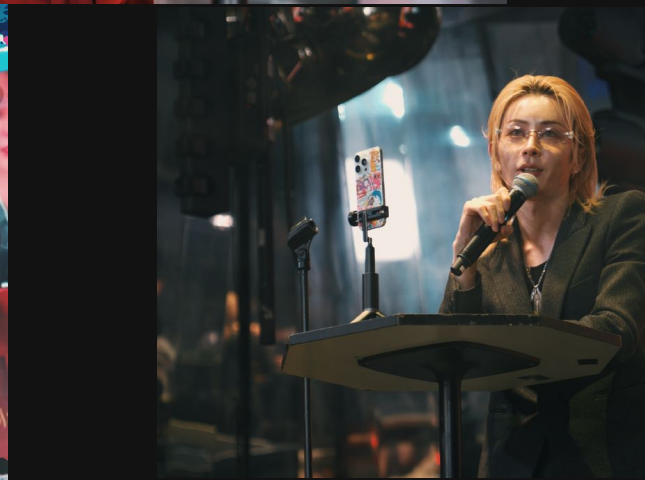
露出だけで終わらない「売れる協賛」



Liver Dream Festival

協賛企画概要

INDEX



VISION

ライバーに、夢が“続く”舞台を。

Liver Dream Festivalは、
ライバーを一過性の消費コンテンツにしないためのフェスです。
配信で終わるのではなく、
SNSでバズって終わるのでもなく、
リアル・経済・キャリアへと夢が拡張していく“次のステージ”を
ライバー自身の力で掴める場所を創ります。



REASON

私たちが取り組む理由

私たちがライブ配信・ライブコマースに取り組む理由

ライブ配信・ライブコマース市場は世界的に急成長している

世界市場の拡大

ライブコマース市場は、世界的に急速な成長が見込まれている分野で、2024年時点で約1,284億ドル規模と推計されている市場は、2033年には約2.46兆ドルにまで拡大する予測※1とされています。

この背景には、SNS上での動画視聴体験と購買機能が融合した新しい購買スタイルの普及があります。ライブ配信を通じて商品の実演や説明をリアルタイムで行い、視聴者がその場で質問や購入を行える仕組みは、従来のECにはない「接客型のオンライン販売」として注目されています。こうした体験型の購買モデルが、特にアジアを中心に急速に普及しており、今後は欧米や日本でもさらなる市場拡大が見込まれています。

ECの動画化・体験化

商品の静止画像だけでなく、動画やライブ配信による実演・解説を通じて、ユーザーがリアルな使用感や価値を体験できる購買スタイルが広がっています。

SNSと購買の統合

SNS上でコンテンツ視聴から商品発見、購入までが完結する仕組みが普及し、マーケティングとECの境界がなくなりつつあります。

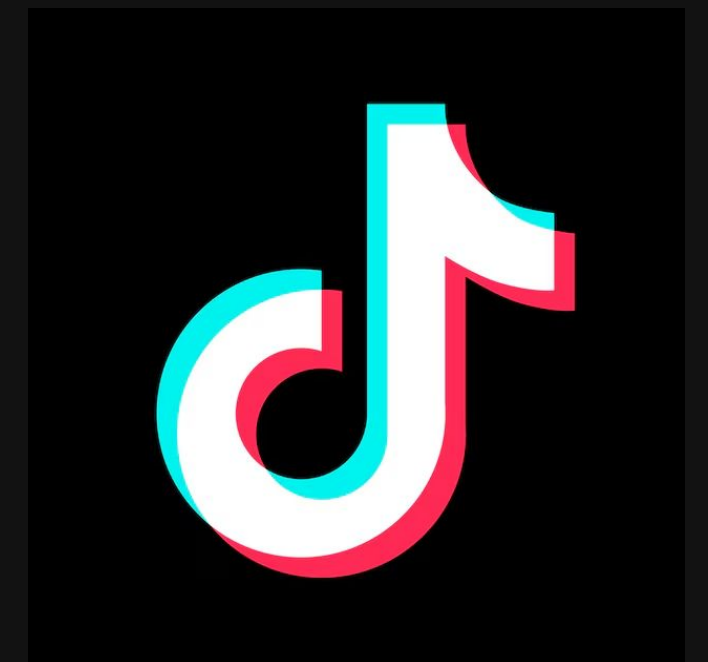
インフルエンサー経済の拡大

フォロワーとの信頼関係を持つクリエイターが商品紹介や販売に関与することで、企業の広告よりも高い購買影響力を持つ新しい経済圏が形成されています。

ライブ配信ECの特徴は

オンライン版「接客販売」

- 商品の実演
- コメントによるリアルタイム質問
- 配信者への信頼



REASON

私たちが取り組む理由

私たちがライブ配信・ライブコマースに取り組む理由

TikTokは若年層だけのSNSではなく 「購買プラットフォーム」へ

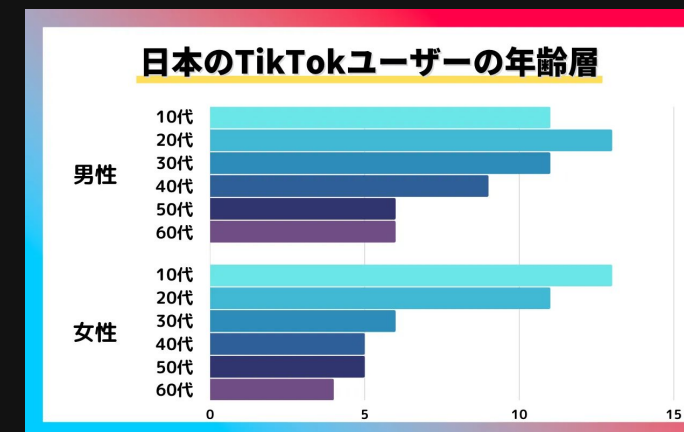
日本のTikTokユーザーは約4,200万人以上

TikTokはこれまで若年層向けのSNSという印象が強かったものの、現在では情報収集や購買行動を担うプラットフォームへと変化しています。日本国内のユーザーは約4,200万人※1とされ、男女比もほぼ均等で、エンターテインメントに加えて情報収集やビジネス用途での利用も広がっています。

また利用者の年齢層も拡大しており、若年層だけでなく30代以上のユーザーにも広く浸透※2しています。

日本でもすでに約5万社のセラー企業と20万人のクリエイターが参加※3しており、購入ユーザー数も急速に増加しています。こうした動きから、TikTokは単なるSNSではなく、コンテンツと購買が一体化した新しい販売チャンネルとして注目されています。

年度	推定ユーザー数
2018年	950万人
2021年	1,700万人
2022年	2,700万人
2024年	3,300万人
2025年	4,200万人



※2

ライブコマースは
SNSコンテンツではなく
次世代ECチャンネルへ



※3

ライブ配信ECの特徴は
オンライン版「接客販売」

- 商品の実演
- コメントによるリアルタイム質問
- 配信者への信頼

PURPOSE

このフェスをやる理由

ライバーの価値を
「配信内」から「社会」へ広げる

多くのライバーの課題

- 配信を止めた瞬間に価値がゼロになる
- プラットフォーム依存から抜け出せない

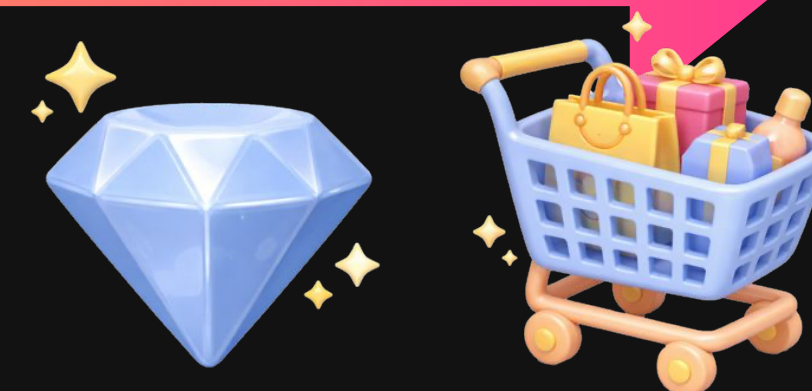
“個人の売上”ではなく、
“シーンそのもの”をつくること
で売上を最大化する

- 業界トップライバーが同じ場所に集まり
- 同じ空間・同じ時間・同じ熱量で発信し
- UGCが同時多発的に生まれる

誰か一人のスターを生み出す「負けを作り出す構造」から
「全体で成功する構造」へ。



Liver Dream Festivalは、
オフライン・企業・ブランド・購買とつなぐことで、
ライバーの影響力を「社会的価値」に変換します。



Liver Dream Festival

ライブドリームフェスティバル

Liver Dream Festival（ライブドリームフェスティバル）
事務所対抗戦を軸に展開する、エンターテインメント特化型のリアル
連動ライブイベント。

リング入場や演出バトルなど象徴的な仕掛けを取り入れながら、形式
に縛られない多様な競技フォーマットで構成。勝敗だけでなく“どれ
だけ会場と配信を熱狂させたか”も評価軸にする、新しいライブ興行
モデル。

季節ごとのテーマ演出を取り入れ、単発で終わらないシリーズ型コン
テンツとして展開。トップライバーの同時UGC拡散と公式配信を掛け
合わせ、圧倒的リーチを創出。

ライブ配信を「日常の配信」から「観戦するエンタメ」へと進化させ
るフェスを目指している。



Liver Dream Festival

ライブドリームフェスティバル

▶ 出演・コンテンツ情報

▶ 基本情報

イベント名（正式名称／略称）

コンセプト／テーマ

開催目的

主催者名

共催／協賛／後援

公式サイトURL

公式SNSアカウント

▶ 開催情報

- ・ 開催日程（開始・終了日時）
- ・ 開催形式
- ・ オフライン（会場開催）
- ・ オンライン（ライブ配信）
- ・ ハイブリッド開催
- ・ 会場名（オフラインの場合）
- ・ 会場住所
- ・ アクセス情報（最寄駅・駐車場有無など）
- ・ タイムテーブル（開場・開演・終演時間含む）
- ・ アーカイブ配信有無（期間）



IMPACT

圧倒的な視聴数

番組×個人配信による 圧倒的視聴数

業界トップクラスのライバー 約60名が参加

業界トップライバーが一堂に会するオンラインイベント

各ライバーが自アカウントで同時配信

番組アカウント単体でも ▶ 最大同接：約1万人
視聴者数：約50万人

番組 × 個人配信による視聴数最大化

▶ 視聴者数：約100万人



IMPACT
圧倒的な視聴数



平均同時接続者数 **4,000**人

最大同時接続者数 **8,800**人

平均視聴時間 **14**分(平均1分未満)

商品販売数 **3.2**万本

商品紹介時間 **約1**時間

Liver Dream Fes Vol.2

結果

総リーチ数 **50**万人

SPONSOR

1Dayフルパッケージプラン

¥1,500,000- 税別

最大同接：約1万人／視聴者数約50万人

▶ 番組アカウントによる公式TikTok LIVE配信

└ 最大同接：約1万人／累計視聴：約50万人規模

▶ 配信画面内での

- ブランドロゴ掲出
- 商品・メイン看板の映り込み

▶ イベント終了後も

アーカイブ・切り抜き動画として二次配信 [https://www.tiktok.com/@sanipuri_nac?is from webapp=1&sender device=pc](https://www.tiktok.com/@sanipuri_nac?is_from_webapp=1&sender_device=pc)

▶ CMのような形でブランド・メーカー紹介の専用時間を設置

▶ 商品の特徴・世界観・使い方・特典をリッチに説明できる構成

TikTok Shop連動 | 購買直結ライブコマース

- ▶ MOBmartで実績を出し続ける、ライブコマースのプロ「プリンスこうや」が、メーカー様と共に商品を紹介
紹介時間中のみTikTok Shopタブを表示



MERIT

協賛メリット

- ① 広告では届かない「信頼ベースの認知」を獲得できる
- ② 業界トップライバーによる大量UGCを一度に獲得
- ③ TikTok Shop連動で「売上」まで直結
- ④ 露出が“1日で終わらない”
- ⑤ 商品が「自然に記憶される」
- ⑥ TikTok LIVE × Shopの“成功事例”を体感できる



ライブ配信の枠を超えて、エンターテインメント・マーケティングイベントを横断する新しいライバー事務所

サニプリは、約1,500名のライバーが所属するTikTok LIVEエージェンシー。

TikTok全体のエージェンシーランキングでも常に10位前後に位置する国内有数の事務所です。

TikTok内で影響力トップクラスを誇るプリンスこうや・常夏麻夏の2名が中心となり運営。

オンライン配信だけでなく、Liver Dream Festivalなどのオフラインイベントを自社主催し、

リアルとライブ配信を融合させた独自のコミュニティ形成と拡散力を強みとしています。



二次代理店制度

サニプリでは、TikTok LIVE事務所の拡大とライバー支援のため、二次代理店制度（パートナー制度）を展開しています。

二次代理店は、ライバーのマネジメント体制やイベント参加条件に応じて、2つのパートナー形態を選択可能です。

フルパートナー

二次代理店が所属ライバーをサニプリと共同でマネジメント。
サニプリのイベント・ブランド力をフル活用したい代理店向け。

報酬分配 **50%**

- ✓ サニプリ直ライバーと同条件でイベント参加可能
- ✓ Liver Dream Festivalなどの公式イベントに参加可能
- ✓ 育成・マネジメント・ノウハウ共有あり

独立パートナー

二次代理店がライバーを主体的にマネジメントするモデルです。
自社主体で運営したい代理店におすすめ。

報酬分配 **80%**

- ✓ 基本マネジメントは代理店主体
- ✓ 公式イベントへの参加は、フルパートナーの方が優先となります