

# インフルエンサー マーケティング事業

# インフルエンサーの定義

SNSの普及などにより、芸能人のように企業に属していない一般の人がインターネット上で多くのファンを獲得し、影響力を持つようになった。  
代表的な例として、YouTuberの「HIKAKIN」や「菅本裕子（ゆうこす）」はSNSからインフルエンサーとなった人たちです。

## – セレブリティ：50万人～フォロワー

ブランディング重視な企業がイメージアップの効果を狙い起用

## – パワーユーザー：3万～50万人フォロワー

認知拡大させたい企業がユーザーとの接点確保を狙い起用

## – マイクロインフルエンサー：5千～3万人フォロワー

ターゲットを絞っている企業がD2CのPRで起用

## – ナノインフルエンサー：500～5千人フォロワー

ユーザーの声を聞きたい企業がPRの初動として起用



# 今、インフルエンサーを起用するわけ

インフルエンサーマーケティングとは、「届けたい情報を、届いて欲しい人に、より届きやすくするPR」を可能にするマーケティング手法です。

point 1

**届けたい情報を、届けたいターゲットに**

point 2

**SNSの拡散性を利用し多くのユーザーへリーチ**

point 3

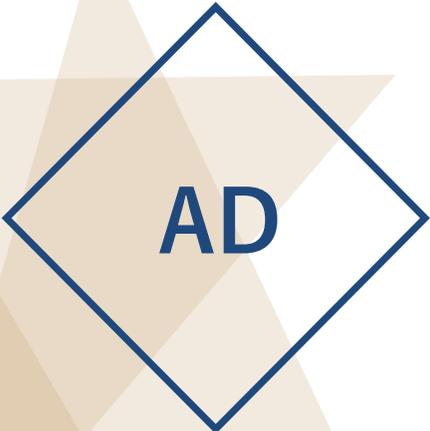
**広告への嫌悪感を軽減**

point 4

**SNS普及で出来たユーザーとの信頼関係**

# ADとPRの違いについて

ADとPRの違いを理解し、競合他社に差をつけるマーケティング施策のお助け。



AD

企業（ブランド）が伝えたい情報を主観的に発信することができる。広告枠を購入するモデルなので、シェアされることが少ない。

B

to

C

認知→理解→共感



PR

メディア（生活者）が客観的な情報を発信。第三者発信のため信頼度が高くなる。良いコンテンツはシェアされやすい。

B

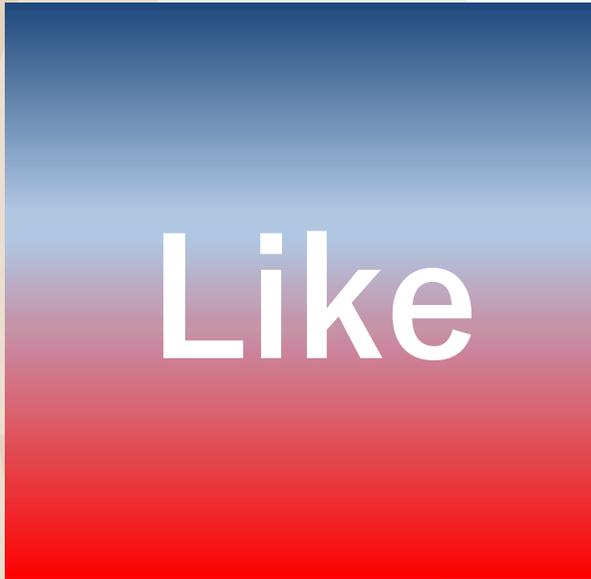
to

B

to

C

信頼→期待



Like

# ユーザーの心を掴むインフルエンサー

より身近な、コミュニケーションから生まれる購入販促への効果が期待できる。

## 初期の広告運用におすすめ

- **マイクロインフルエンサー**：5千～3万人フォロワー  
ターゲットを絞ってPRしたい企業がコスパ重視で起用
- **ナノインフルエンサー**：500～5千人フォロワーユーザーの  
ユーザーの声を聞きたい企業がPRの初動として起用

上記、インフルエンサーは、ユーザーからのコメントにも返信がしやすく、コミュニケーションを取りやすいため、インフルエンサーをより身近に感じられます。信頼関係も築きやすく、「この人がおすすめしているなら」と購入販促への効果もより期待できます。

インフルエンサーマーケティングは、「いかにユーザに影響を与えることができるか」が重要です。

# パフォーマンス向上の為のブランディング施策

企業様のニーズに合わせた企画案からキャスティング・制作  
広告媒体まで、ユーザーとの総合的な関係を構築できる施策提案

企画力

×

タレント

×

広告枠

= 広告力（費用対効果）

# インフルエンサー起用例（1）



**White Style mi mama**

チャンネル登録者数 5.59万人

2018年11月実施（スキンケア商材）

生活グッズ紹介系ママさんYouTuber  
Morning Routineの中で商品紹介  
再生回数（現在）：188,000views  
1週間ほどで新規会員含むCVが70件以上



【ルーティーン】モーニング  
ルーティーン×朝のスキンケア...  
18万 回視聴・1 年前



【ダイソー購入品】インスタ  
で話題の商品など計68点！  
24万 回視聴・2 年前



【コストコ購入品】リピート  
商品から気になっていた商...  
29万 回視聴・2 年前



【ルームツアー】リビングツ  
アー★  
32万 回視聴・1 年前



【セリア購入品】リピート商  
品～新商品など計74点！  
65万 回視聴・2 年前

# インフルエンサー起用例 (2)



shiorikaregohan [フォローする](#) [▼](#) [...](#)

投稿1794件   フォロワー12.9万人   フォロー中482人

## SHIORI

料理家/息子0歳とロマチと暮らしています。

△DM返信できません🙏

△インスタLIVEは第1.3水曜予定

△Onlineレッスンは毎月末募集です

@ateliershiori.online

△noteでエッセイ執筆中

△YouTubeでレシピ公開中📺

online.atelier-shiori.com



akiico [フォローする](#) [▼](#) [...](#)

投稿1980件   フォロワー28.3万人   フォロー中627人

## 田中亜希子

akiico.official@gmail.com 著書 akiico 100 LOOKS · akiico hair diary · akiico hair arrangebook · akiico Beauty · 大人の“可愛げ”は「抜け感」でつくる山新刊山低身長のためのファッションルール2.14発売

ameblo.jp/pinoko722

フォロワー: suchirujiji, a\_\_\_\_246, \_941024



shiorikaregohan · [フォローする](#) [...](#)

shiorikaregohan ここ数年ずっと導入を悩んでいたウォーターサーバーが我が家に新しく仲間入りしました！

私は1日何度も水を飲みます。水、そして白湯が好きです。

それでも息子がまだ小さいので、好きな時にお湯を沸かして飲むという些細なことも出来ない日があったり.. 災害に備えて備蓄用水を考えた時に、ウォーターサーバーの導入を考えはじめました。味、価格、デザインなど様々な検討素材がある中で、我が家でもっとも重視したことは“環境への配慮”でした。

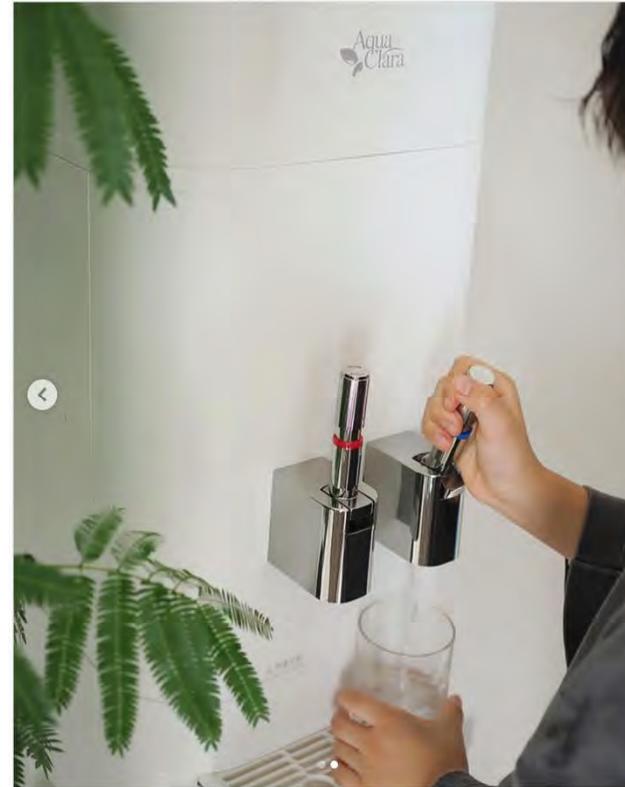
stayhome期間中、大人3人（妹も一緒に暮らしていました）が1日3食を作って食べる量を考えると、お湯の消費量も結構な量です。

hideakiosaki, 他4741人が「いいね！」しました

2日前

コメントを追加...

投稿する



akiico · [フォローする](#) [...](#)

akiico リビングにもウォーターサーバーがあったらなあ〜ということで今アクアラのアクアファブ（ホワイト）をお試しさせていただいています。我が家の男子勢は水をよく飲むため、キッチンにあるウォーターサーバー近くにいる料理や片付け中の私に、リビングから

ママ〜水くださいー！

というオーダーがよくあります。(作業中はまたか！と思うこともしばしば。)

リビングにもウォーターサーバーを設置してみたらこれが便利。子供たちは自分たちでお水をやってくれるように。水筒のお水も自分たちで。しかも楽しそうに飲んでくれるので、お水もたくさん使っています。

takejapanese, 他2092人が「いいね！」しました

1日前

コメントを追加...

投稿する

# インフルエンサー起用例 (3)



**ともやん【レイクレ】**  
チャンネル登録者数 32.1万人



**tmyndayo** フォローする

投稿260件    フォロワー6.4万人    フォロー中528人

ともやん/レイクレ  
[www.youtube.com/channel/UCP-32CzsbLiIb2LbYk8mZA](https://www.youtube.com/channel/UCP-32CzsbLiIb2LbYk8mZA)  
フォロワー: k\_lxx, yuki.axis



**すみぽんちゃんねる。**  
チャンネル登録者数 13万人



**su\_n812** フォローする

投稿200件    フォロワー14.3万人    フォロー中186人

すみぽん  
🏀 バスケ女子  
👉 恋ステseason9 出演  
📍 #kawaiicollege 所属  
👗 オリジナルブランド (@noranekopon)  
※DMは事務所管理で返せません※  
《お仕事のご依頼はメールをお願いします》  
↓YouTube↓  
[www.youtube.com/channel/UCb04NYmE7HPC4JeyH76K0g](https://www.youtube.com/channel/UCb04NYmE7HPC4JeyH76K0g)  
フォロワー: hika\_sankiss, k\_lxx

お手紙 📧    YouTube    noraneko    プレゼント...    関コレ!    arch♡    オススメ着...

**ともやんがNBA 八村塁選手を徹底解剖!!**



**Rakuten**

試合終了 2020/1/14 (火)

NOP 15:26	117 - 110	DET 18:37
AWAY	HOME	HOME

試合終了 2020/1/14 (火)

PHI 20:15	95 - 101	IND 20:15
AWAY	HOME	HOME

試合終了 2020/1/14 (火)

CHI 14:27	101 - 113	BOS 20:11
AWAY	HOME	HOME

試合終了 2020/1/14 (火)

OKC 23:17	117 - 104	MIN 15:28
AWAY	HOME	HOME

**詳細は概要欄まで!!**

#ともやん #バスケ #NBA  
【バスケ】ともやんがNBAでの八村塁の強みと改善点を徹底解剖します。

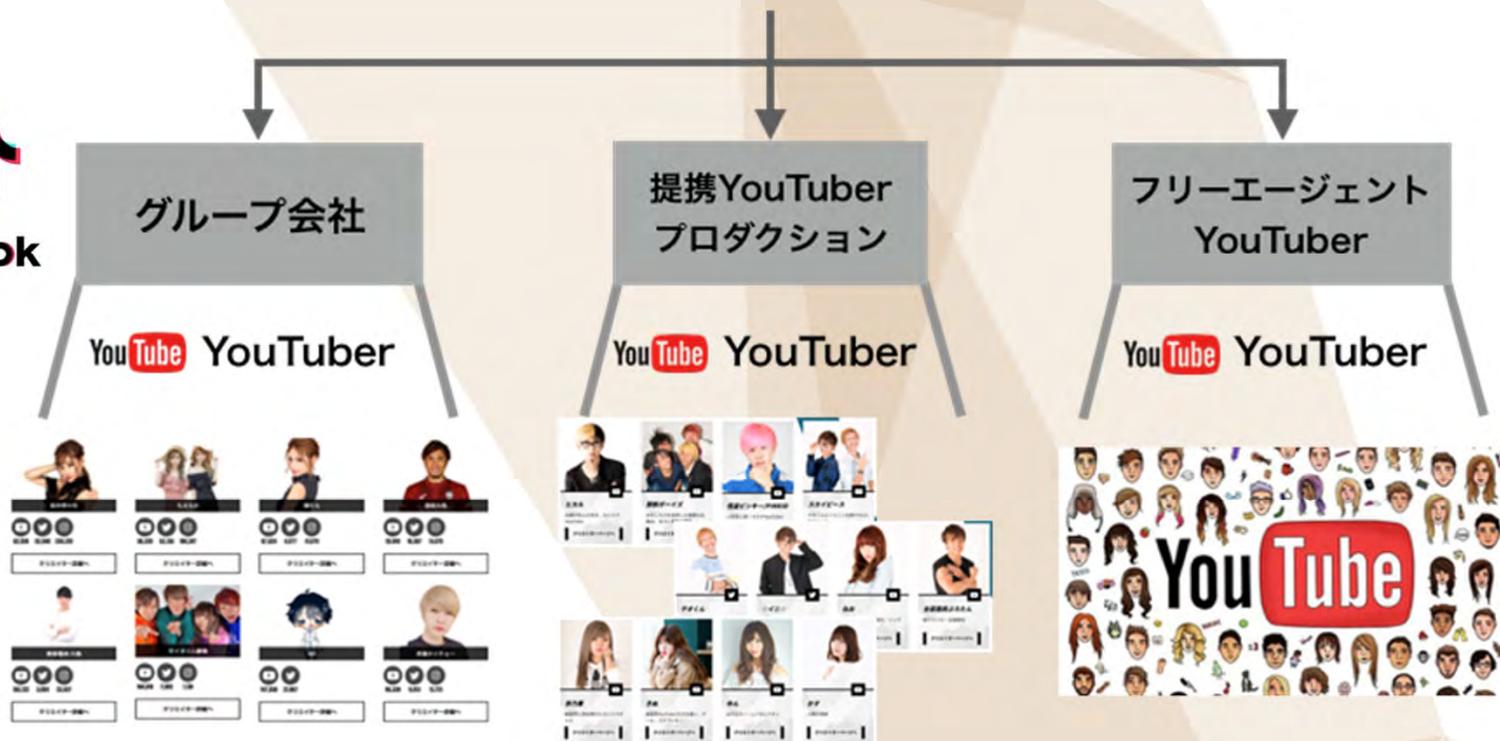
NBA公式ライフスタイルアパレル

**NBAStyle**

秋冬コレクション初上陸



提携会社とも連携し、インフルエンサープロダクションとのネットワークを構築。  
案件に適したインフルエンサー（YouTuber、インスタグラマー、TikToker等）ご提案を致します



【キャスティング実績・企業】



NBA Rakuten



楽天株式会社



Agu hair

# インフルエンサー (YouTuber、インスタグラマーetc) キャスティング

【インフルエンサー提案時のリスト】

NO	画像	名前	所属	性別	年齢	URL	男女比	年齢層	YouTube 登録者数	YouTube 動画数	Instagram フォロワー	TikTok フォロワー	プロフィール	YouTube過去事例	過去事例の イメージ	備考
1		VAZ	ぶるたん	男	30歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 82.4% 女性: 17.6%	13-17歳: 8.2% 18-24歳: 34.1% 25-34歳: 29.1% 35-44歳: 16.3% 45-54歳: 9.1%	170万人	40	12万人	7万人	ボディビルダーもびっくりの鍛えられた肉体。正真正正の筋肉クリエイター。料理ネタ、ダイエットネタが得意。	-		
2		VAZ	ねお	女	19歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 24.9% 女性: 75.1%	13-17歳: 71.3% 18-24歳: 52.2% 25-34歳: 17.1% 35-44歳: 5.7%	82万人	40	63万人	46万人	SNS系フォロワー430万人超えのモデル・タレント・アーティスト・動画クリエイター。 ジャンル: メイク、ファッション、商品紹介	-		
5		VAZ	輝ろあ	女	23歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 4% 女性: 96%	13-17歳: 9% 18-24歳: 50% 25-34歳: 30% 35歳以上: 11%	32万人	40	21万人	10万人	ビューティー系から、日常、ダンスなど、何でもこなせる演技派YouTuber ジャンル: メイク、ファッション、ライフスタイル、食べ物、恋愛	-		
3		GROVE	大関れいか	女	29歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 37.3% 女性: 62.8%	13歳-17歳: 7.3% 18-24歳: 42.3% 25-34歳: 24.6% 35歳以上: 13.8%	63万人	40	30万人	77万人	「日本一フォロワーを持つ女子学生」として人気を博し、現在はインフルエンサーの枠を超え、女優としても活躍中。映画「悪人荘の殺人」下松孝子役や、ラジオパーソナリティー、国出演など、メディアでも幅広く活動をする。	-		
4		GROVE	かやくま	女	22歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 7% 女性: 93%	13歳-17歳: 2% 18-24歳: 16% 25-34歳: 56% 35歳以上: 46%	39.6万人	40	7万人	12万人	バラエティ動画からファッション・メイク動画まで、幅広い動画を投稿、かわいらしいルックスと痛快なトークのギャップが好評を博し、男女ともに多くのファンを獲得している。 ジャンル: メイク、ファッション、バラエティ	-		
5		GROVE	中野佑美	女	22歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 79.7% 女性: 20.3%	13-17歳: 6.4% 18-24歳: 52.7% 25-34歳: 23.9% 35-44歳: 6.4%	19.9万人	40	2.7万人	5万人	愛らしいルックスにスタイル抜群というギャップが男性ファンを中心に人気の元アイドルYouTuber。男性ファンをネットにした動画や可愛さを全面に押し出した内容も人気だが、「ゆる動画」と称したご飯を食べるだけの動画も高か人気。YouTube活動と並行し、シンガーソングライター活動も精力的に行っている。	-		
6		Kili	気まぐれクック	男	28歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 81% 女性: 19%	13-17歳: 7% 18-24歳: 12% 25-34歳: 25% 35-44歳: 40% 45歳+: 15%	327万人	40	9万人	36万人	常識外れな振る舞いで活動し、急介懐を取り扱う動画を投稿中!! 素人にも関わらず、プロも認める包丁さばきで視聴者を驚かし人気を轟かせている。 ジャンル: 料理、食	-		
7		E-DGE	MEORIN	男	42歳	<a href="#">YouTube</a>	男性: 47.1% 女性: 52.9%	13-17歳: 7.3% 18-24歳: 42.3% 25-34歳: 24.6% 35-44歳: 13.6%	99万人	40	5千人	-	日本のコメディアン、YouTuber、実業家でインターネット向け動画作成を事業とした株式会社MEORINの代表取締役社長を務める。 ジャンル: 食べ物、ゲーム	-		

## ◆動画メディアでの圧倒的なシェア

 YouTube	・ 検索される動画	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 蓄積型コンテンツ(アーカイブ)</li><li>・ 検索機能による</li><li>・ 視聴を増やす関連動画機能</li></ul>
 Twitter	・ シェア目的・ライトな動画	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 自動再生</li><li>・ RTやいいねによる拡散機能</li><li>・ 雑でニッチなコンテンツの創出</li></ul>
Facebook 	・ シェア目的・少し固めな動画	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 自動再生</li><li>・ バイネームに近いプラットフォーム</li><li>・ ポジティブなコンテンツの積極的拡散</li></ul>
 Instagram	・ センスの良い動画(おしゃれ)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ ファッションやフードを始めとしたオシャレコンテンツが中心</li><li>・ 女性インフルエンサーがメイン</li></ul>
 TikTok	・ ライトな動画・真似する動画	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 自動/ストリーミング再生</li><li>・ 音楽や振り付けごとにコンテンツを探す</li><li>・ バイラルからトレンドが生まれる</li></ul>

## ◆時代背景：YouTubeの可能性

従来から変わる5つの変化



### 個人の変化

- ・ マイクロインフルエンサーの増加  
(個人でYouTubeやインスタグラムで発信する人が増加し理解されてきた)

### 視聴者の変化

- ・ スマホでの視聴が増加 (移動しながら視聴など)
- ・ インフルエンサーと視聴者の距離が近くなり、ファンの満足度向上

### 社会の変化

- ・ コロナの影響でYouTube利用率が1.5倍増加
- ・ ソーシャルディスタンスを保つため、コミュニケーションも映像に変化

### 時代の変化

- ・ 通信回線の進化 (5G)
- ・ 画質の進化(4Kや8Kの普及)
- ・ AIの加速によりエンタメに使う時間が増加

### 業界の変化

- ・ 映像の在り方の変化 (スマホで見たときに1~2名が見やすい等)
- ・ YouTubeへの参入 (著名人・企業)
- ・ 広告費がネットがテレビを超えた(2019年)

# インフルエンサーなどのキャスティング実績

## ◆パナソニック イベント 二子玉川 パナソニックショールーム インスタグラマー 星玲奈 (38)

美容関連会社の経営者として、モデルとして、活躍している星玲奈がゲスト。働く女性として、ママとして、活躍している星さんの仕事のことやプライベートのことなど、様々な“心地よい暮らし”のこだわりをMCとのトーク形式で展開。

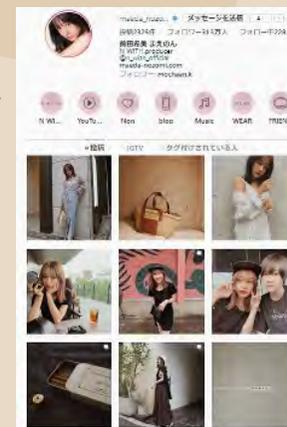
Instagram 450,000 フォロワー



## ◆fromアイズ カラコン イメージキャラクター インフルエンサー 前田希美 (27)

モデル、タレントとしてはもちろん、インフルエンサーとして幅広いジャンルでマルチに活動中。コスメコンシェルジュの資格を取得し、ファッションだけでなくビューティアイコンとしても注目を浴びている。日々、SNSを使用してファッションやビューティなどの情報を発信しており、総フォロワー数は60万人を突破。

Instagram 310,000 フォロワー  
Twitter 310,000 フォロワー  
Youtube 210,000 フォロワー



## ◆アクアクララ ウォーターサーバー「アクアファブ」子育てアクアプラン」PR Youtuber るうきい夫婦 田南輝一 (21)、RUI (20)

Mix Channel で人気に火が付いた"るうきい夫婦"。夫婦の仲良し動画だけでなく、メイクやファッション、ドッキリ動画などマルチに動画を投稿している。

Youtube 登録者数 350,000 人  
男女比：女性；76.90%、男性23.10%  
年齢層：13-17歳：21.40%  
18-24歳：41.80%  
25-34歳：18.40%  
35歳以上：18.40%

視聴単価：9円



## ◆fromアイズ カラコン イメージキャラクター インフルエンサー 市川莉乃 (19)

AbemaTV「今日、好きになりました。」7弾へ出演し話題となり、その後もAbemaTV「もう一度好きになってもいいですか 特別編」テレビ東京『親愛なる、あだ名様』など多く出演

Instagram 92,000 フォロワー  
Twitter 49,000 フォロワー



## ◆アクアクララ ウォーターサーバー「アクアファブ」子育てアクアプラン」PR Youtuber ゆきちゃんねる (30代)

妊婦～6歳以下の未就学児を持ち家庭をターゲットに「アクアクララ」の更なる認知率向上ならびに他社との差別化を狙いPR。3人のお子さんを持ち子育ての情報を中心に発信しているママYoutuberを起用。ライフスタイルを中心とした動画を投稿しており、日常生活を参考にしている視聴者が多くいる。

Youtube 登録者数 7,464 人  
男女比：女性94.7%、男性5.3%  
年齢層：13~17歳：0.6%  
18~24歳：8.5%  
25~34歳：40.8%  
35~44歳：31.6%  
45~54歳：13.2%  
55歳～：4.2%

視聴単価：9円



## ◆fromアイズ カラコン イメージキャラクター インフルエンサー 田向星華 (18)

せいせいという愛称の元ポップティーンモデル。AbemaTV「恋する週末ホームステイ」やファッションイベント等へも出演。個性的なファッションで10代女性に人気のモデル。インフルエンサーとしても活躍する。

Instagram 69,000 フォロワー  
Twitter 47,900 フォロワー  
TIKTOK 142,600 フォロワー



## YouTube運用実績（タレント・法人企業）

タレントや法人企業は特にブランディングを意識するためYouTubeは慎重になりますが、そのブランディングを尊重し、チャンネルコンセプトから目的まで一緒に考え、コミット致します。



為末大学 Tamesue Academy

チャンネル登録者数 2.94万人

陸上の元オリンピック選手  
男子400メートルハードルの日本記録保持者

スポーツ選手は特にブランディングが大切。  
他のチャンネルとは異なる、教育を主体に見やすいコンテンツの提案を行っている。



股関節の柔軟性を高めるストレッチ

7万回視聴・2か月前



効率よく減量する方法【為末大学】

5.9万回視聴・2か月前



アグヘア-Ch

チャンネル登録者数 1330人

全国で480店舗の美容室を運営する  
美容室最大級のAgu hair

企業イメージを下げずにバズる動画を作り認知していきたいという希望に対して企業チャンネルのコンセプトから手掛ける



【美容室に行けない方に伝えたい】おうちで毛量を減ら...

10万回視聴・3か月前



「美容室にいけない人に」バリカン一本 おしゃれボウズ

1.2万回視聴・2か月前