

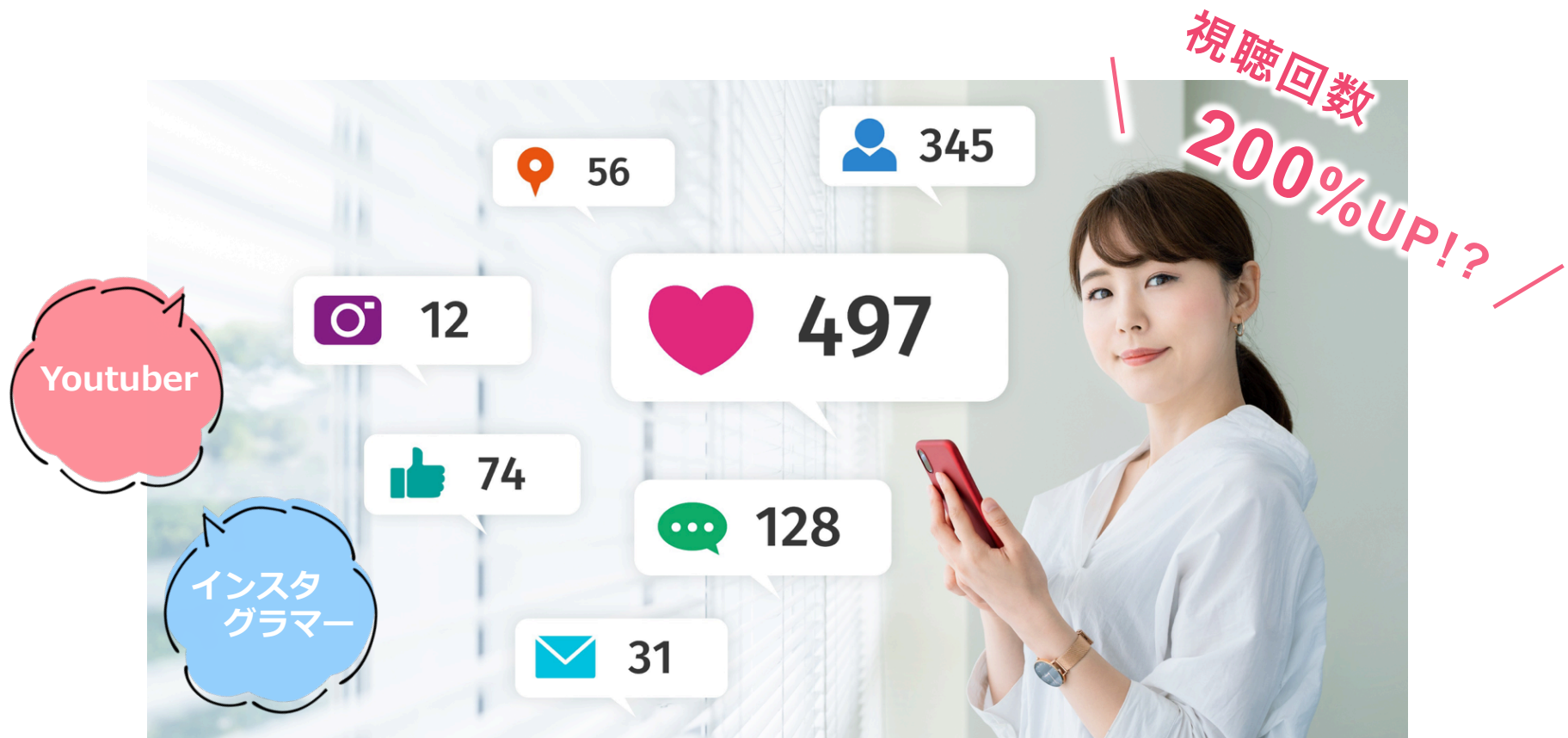
SNS account Produce

現役人気youtuber/インスタグラマーがおくる
企業アカウントサポートサービス

株式会社 MissWH

Copyright © 2020 misswh Inc. All Rights Reserved.

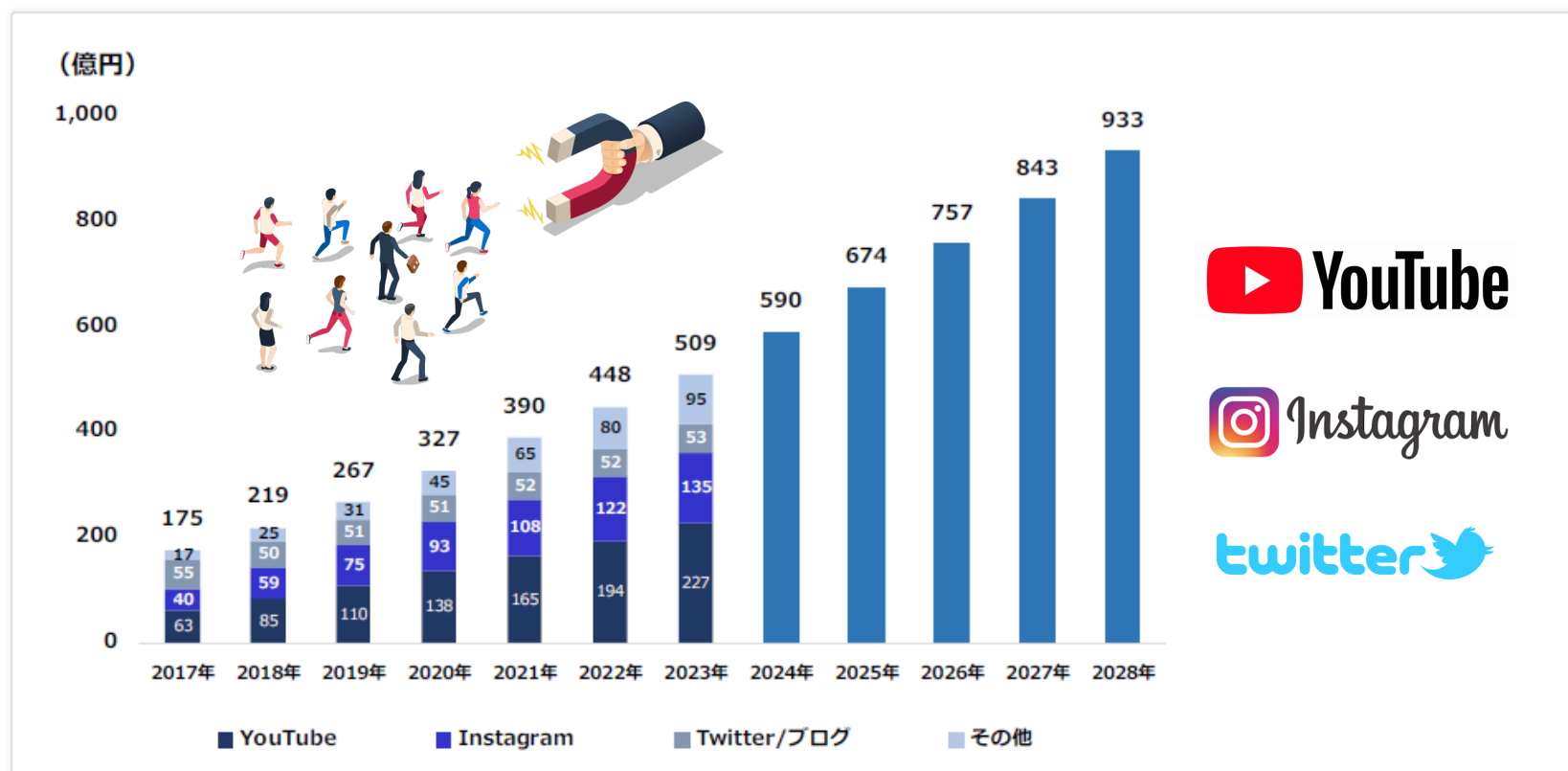




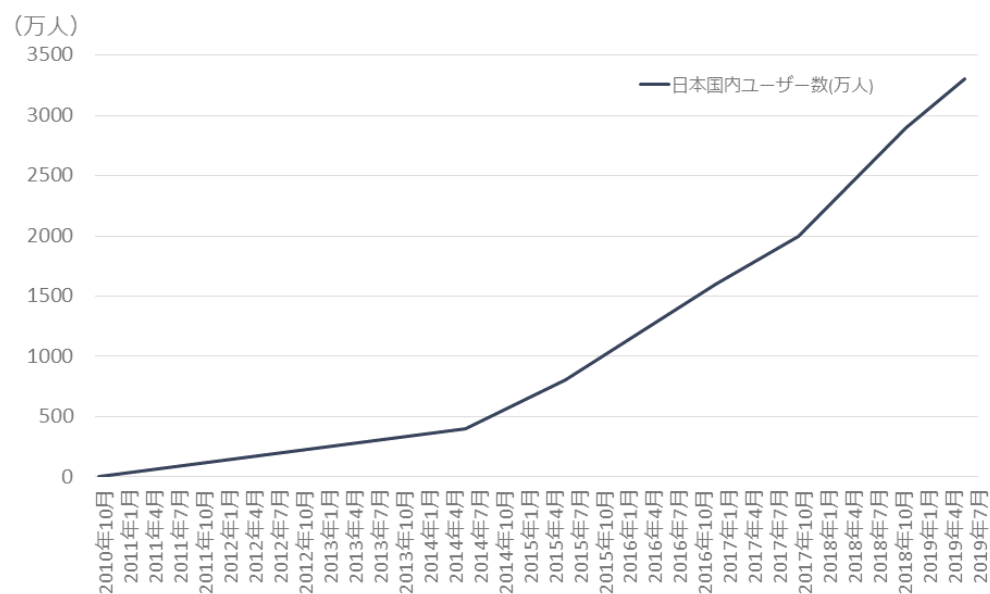
御社のアカウントを企画からキャスティング、編集までフルサポート！！

業界動向

SNSプロモーションの可能性



ユーザー動向



全てインスタグラムの公式発表の数値をベースに、その間を推定値として記載。

SNS利用者数

- 2015年06月 810万人
- 2016年03月 1200万人
- 2016年12月 1600万人
- 2017年10月 2000万人
- 2018年11月 2900万人
- 2019年06月 3300万人



男女別ユーザー構成は

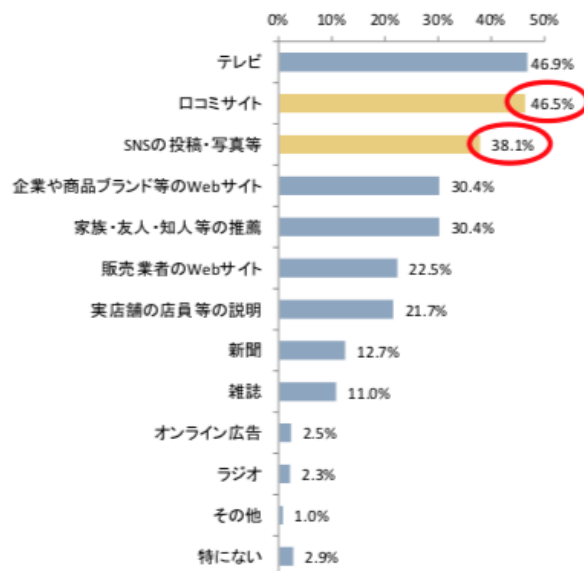
女性が57%、男性が43%

最も多いといわれているユーザー層は

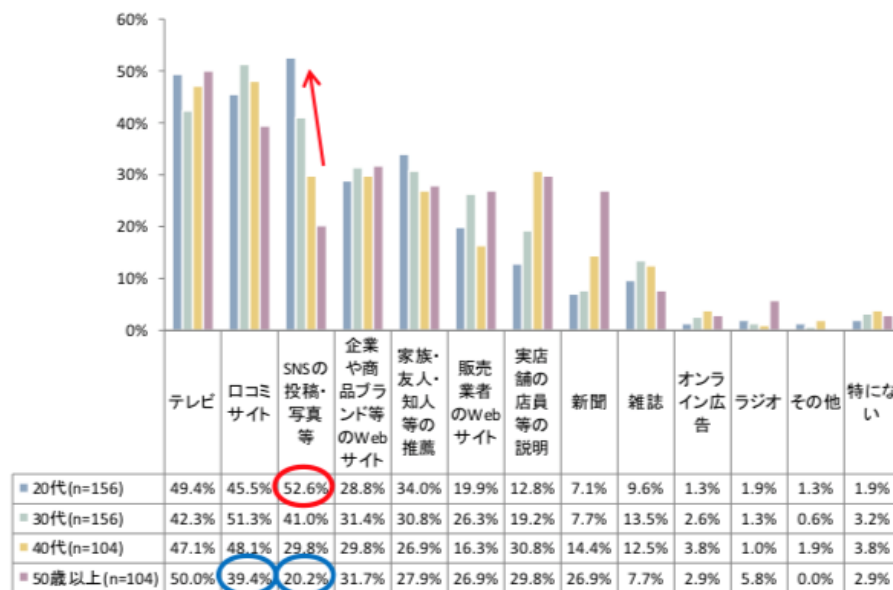
20~30代の女性ユーザーです。

ユーザー動向

SNS経由での購買

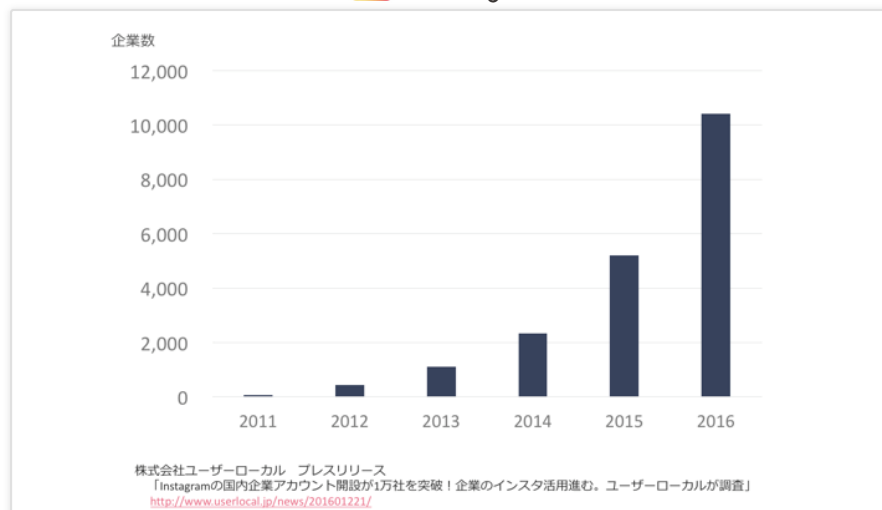
商品やサービスの購入時に重視している情報源
(3つまで) (n=520)

商品やサービスの購入時に重視している情報源(3つまで) (年代別)



(注) 調査票では「販売業者のWebサイト(オンラインショップ等のサイト含む)」「口コミサイト(価格.com、食べログ、@cosme(アットコスメ)等)」「SNS(InstagramやFacebook、Twitter等)の投稿・写真等」としている。

SNSと企業



Instagramを活用する国内企業は1万社を突破

ユーザー数の拡大とともに企業利用も活発になっています。投稿内容に共感したユーザーがInstagramでの投稿をTwitterなどの他のSNSで共有させる、口コミを拡散といった動きをとるようになるため、まだ自社のことを知らない潜在的なターゲットに自社を認知してもらえる可能性も高まります。つまり、Instagramの利用者数の多さは、自社の発信する情報がターゲットに受け取られる機会と、ターゲットによって潜在的なターゲットの元へ情報が拡散される機会が多いことを意味しています。



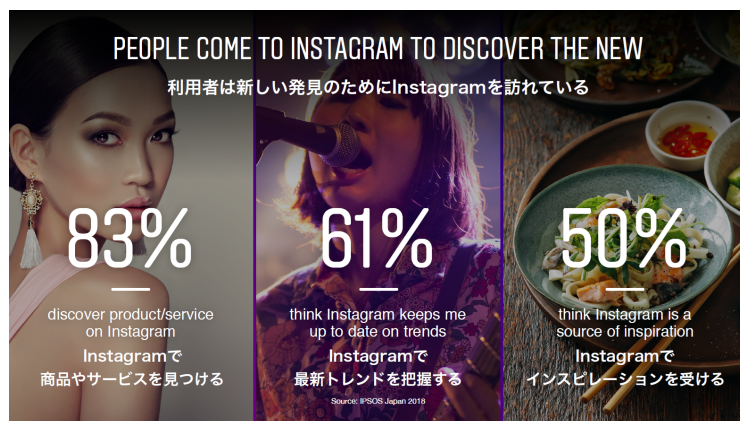
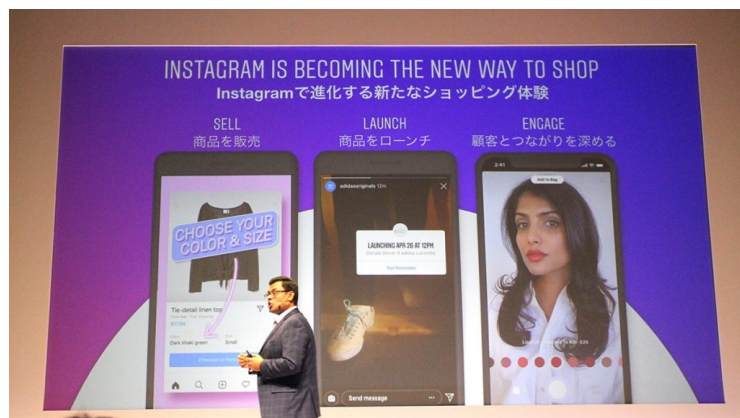
#	ページ名	ファン数	投稿数	Egmt数
1	PlayStation Japan	347,600	47	5,510,345
2	タカラトミー TAKARATOMY	314,742	36	730,370
3	バンダイ公式チャンネル	267,931	47	2,289,016
4	au	220,426	20	485,001
5	KONAMI公式	211,530	28	331,448
6	Google Japan	195,026	27	5,366,861
7	wacomwci	167,927	6	36,148
8	Bobbi Brown Cosmetics	155,930	5	135,581
9	toyotajpchannel	154,511	41	406,500
10	TDRofficialchannel	153,435	7	526,705
11	サントリー公式チャンネル (SUNTORY)	153,321	22	1,734,205
12	Sony	136,786	29	39,534
13	ワーナー ブラザース 公式チャンネル	135,741	94	5,417,104
14	docomoOfficial	120,118	24	590,480
15	日産自動車株式会社	119,636	14	2,919,668

国内企業のチャンネル登録者数TOP15

投稿数が10を超えて且つチャンネル登録者数が1,000を超えている企業は100社程度しかない状況です。



SNSの今後と企業アカウントの必要性・メリット



- ・ 「映え」から「リアルを知る場所」へシフト
- ・ ショッピング機能等ビジネス分野の強化が進む



Instagramは若年層にとってマスメディアとっていい影響力を持っていますが、ここ数年でその使われ方に変化が起っています。

今求められているのは「作り込まれた世界観」ではなく、「自分が実際に使う時の様子がイメージできるようなリアルな姿」です。その中で「ストーリー機能」は国内デイリーアクティブ利用者の70%が利用。さらに、最も見られたストーリー投稿の中でビジネスが占める割合は3分の1に及びます。この機能をうまく活用し、自社商品やサービスの「リアル」が伝わるコンテンツを用意することで、現在のユーザーにマッチしたコンテンツになります。

Instagram Day Tokyo 2019において、今後もInstagramは日々進化し、とりわけショッピング機能を含むビジネス分野の強化への取組を強化すると発表されました。ググるよりタグる（google検索よりもInstagramのハッシュタグを用いて検索する）と言われている様に、ユーザーは自身の興味のある商品やサービスをInstagramのタグを用いて見つけており、そのユーザー数は実に全体の83%にも及んでおります。今後はこの興味から実際の購買行動へシームレスな連携をすべくシステムの開発に力を入れると発表。

ショッピング機能の実装により、興味関心のあるユーザーとのインタラクティブなコミュニケーションを伴う新たなショッピング体験が可能となり、顧客と企業の新たなつながりが生まれることが期待されています。

SNSの今後と企業アカウントの必要性・メリット

平成29年 主なソーシャルメディア系サービス/アプリ等の利用率(全年代・年代別)

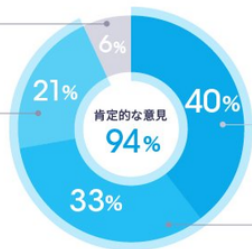
	全年代(N=1500)	10代(N=139)	20代(N=216)	30代(N=262)	40代(N=321)	50代(N=258)	60代(N=304)	男性(N=757)	女性(N=743)
LINE	75.8%	86.3%	95.8%	92.4%	85.4%	67.1%	39.8%	72.4%	79.3%
Facebook	31.9%	21.6%	52.3%	46.6%	34.9%	26.7%	10.5%	33.7%	30.0%
Twitter	31.1%	47.6%	70.4%	31.7%	24.3%	16.3%	5.9%	32.9%	29.3%
mixi	4.3%	3.6%	8.8%	5.3%	5.3%	2.7%	1.0%	4.5%	4.2%
Mobage	4.9%	9.4%	10.2%	5.0%	4.7%	3.1%	1.0%	6.5%	3.4%
GREE	2.5%	2.9%	4.6%	2.7%	2.5%	3.1%	0.3%	3.0%	2.0%
Google+	93.3%	90.6%	96.6%	94.8%	91.6%	96.6%	13.8%	96.6%	91.4%
YouTube	72.2%	93.5%	94.0%	87.4%	80.4%	54.0%	32.2%	74.9%	69.4%
ニコニコ動画	18.9%	31.7%	34.7%	18.3%	15.3%	16.7%	7.9%	23.1%	14.5%
Snapchat	2.1%	5.0%	9.3%	0.8%	0.3%	0.0%	0.7%	1.3%	3.0%
Instagram	25.1%	37.4%	52.8%	32.1%	23.7%	14.7%	4.3%	19.4%	31.0%

10~30代に圧倒的なシェアを持つYouTube

Q7. 現在、SNS上での企業のプロモーション活動について思うことで当てはまるものを一つのみ選んでください。

企業はトピックや商材に限らず、プロモーション活動を自粛すべきだと思う(不快感がある)

企業はこれまでとプロモーション活動の方針を変更する必要はないと思う。



感染拡大に繋がる行動(外出など)に関すること以外なら、企業がプロモーション活動をしていてほしいと思う(不快感はない)

感染拡大に繋がる行動(外出など)に関すること以外なら、経済を回すためにも、企業のプロモーション活動をどんどんすべきだと思う(好意的に思う)

(n=4,157)



- ・ 圧倒的情報量で効果的に自社ブランドを表現
- ・ 5G導入により動画消費に一層の加速
- ・ 企業発信でリーチが難しい層には「インフルエンサーマーケティング」が有効



動画投稿サイトYouTubeのチャンネル運営では、動画ならではの圧倒的な情報量で効果的なマーケティングが展開が可能であるため、企業アカウントの必然性は今後も飛躍的に増大すると見られております。

特に5Gと呼ばれる超高速・大容量のモバイル通信が導入されると、いわゆる「ギガ＝通信容量」の不足問題が解消され、モバイル環境での動画消費に一層の加速が見込まれます。それを見越して現在国内外を問わず多くの企業がマーケティング強化に力を入れています。

さらに企業がYouTubeに力を入れていくべき理由として、SEOによる検索上の効果が期待できたり、営業用のツールとしても期待できます。また、商材とうまくマッチしたYouTuber(インフルエンサー)を登用し、企業発信ではなかなかリーチできない層までアピールでき、高いプロモーション効果が期待できます。

SNS全体のマーケットとしては、新型コロナウイルス拡大以降、「SNS上での企業のプロモーション活動」に関して、実に9割以上が肯定的な意見を持っているということがわかりました。様々な制約下で企業経済活動をする上で、今後はオンライン上でのマーケティング活動は企業にとって必要不可欠なものになると予想されます。

SNSアカウント活用事例



事例1 A社（スマホ関連機器販売会社）

インスタフォロワー

SNS経由での通販売上



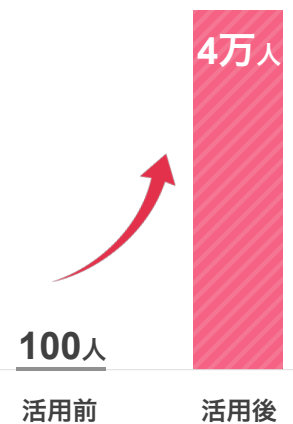
問い合わせからの売上
+
SNSのリンクからの売上



事例2 B社

youtube登録者

youtube経由での売上



プラン (youtube)



人気youtuberがおくるアカウントサポートサービス

動画編集おまかせプラン

- 企画立案
- 分析
- 動画編集 (月4本まで)を行います



※撮影頂いたデータを元に編集を行います。
また月に1度MTGにて企画案と分析を行います。
これ以上の本数が必要な場合はご相談下さい。

月**35**万円 / 3ヶ月~

撮影有りの場合70万円/月

サポートプラン

- 企画立案
- 分析
を行います
(月1回MTG/リモート
の場合もございます)



月**10**万円 / 3ヶ月~

セミナープラン

- 1回：1.5時間~2時間
(50名まで)



月**50**万円 / 回

プラン (Instagram)



インスタグラマーがおくるアカウントサポートサービス

運営代行プラン

- 企画立案
- 分析
- 更新代行



※下記以上の更新が必要な場合はご相談くださいませ。

※画像は企業様にてご用意頂きます。

※文章・タグ設定の上更新致します。

※月1度リモートでのMTGを行います。

- 月10枚更新 **25**万円 / 3ヶ月~
- 月15枚更新 **35**万円 / 3ヶ月~

サポートプラン

- 企画立案
- 分析
を行います
(月1回MTG/リモート
の場合もございます)



月**10**万円 / 3ヶ月~

セミナープラン

- 1回：1.5時間~2時間
(50名まで)



月**50**万円 / 回

クリエイター (Creatot)



所属のクリエイターをご紹介します

**HANNAH**

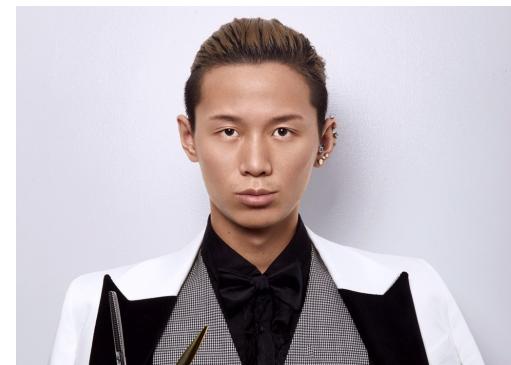
- ch登録者数：5.68万人
- 総視聴回数：13,754,880
- 得意ジャンル：美容系全般
ファッション / ジャニーズ

毎月ファンレターが届くほど女性からの支持が高い。美容全般の知識も豊富で、動画の伝え方や編集も分かりやすく、身近に感じ、共感されやすい。

**Ami Morita**

- ch登録者数：6.04万人
- 総視聴回数：12,315,227
- 得意ジャンル：海外コスメ
海外ファッション

海外コスメやファッションを配信しているアジアンビューティー。フォロワーからの支持率も高く、驚異のエンゲージメント50%を超える。

**Ryu Kyogoku****Mai Kuzuhara**

お問い合わせは、下記までお願いいたします。

ご相談からでも、お気軽にご連絡ください

03-5413-6067

info@misswh.jp

SNSアカウントプロデュース担当：岸本

Company

株式会社MissWH

〒107-0063 東京都港区北青山2-12-7
ビューテジオビル3F

代表：橋本若奈

事業内容

PR・広告代理事業
マネジメント事業
イベント事業
プロデュース事業

Contact

TEL 03-5413-6067

Mail info@misswh.jp

URL <http://www.misswh.co.jp/>