



インフルエンサー キャスティング エージェンシー
株式会社スリーツープロダクツ

コスメ・美容系商品に特化した
一般インフルエンサー **Survey** のご提案



一般インフルエンサーに特化した、12期目のマーケティング支援会社です。

累計取引企業 **200** 社、施策商品 **1,000** 件以上、キャスティング **100,000** 人の実績・ノウハウでご支援させていただきます。

< 支援実績 一部 >

※順不同・敬称略

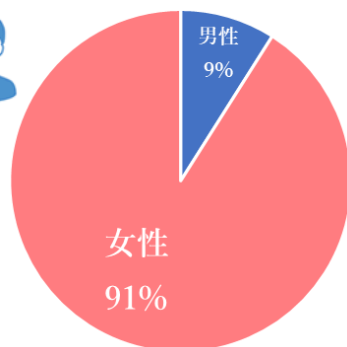
- ・新日本製薬株式会社
- ・株式会社ニールズヤードレメディース
- ・ザボディショップジャパン株式会社
- ・アンド・ナイン株式会社
- ・マルマンH&B株式会社
- ・UUUM株式会社
- ・C Channel株式会社
- ・株式会社マガジンハウス
- ・コンビ株式会社
- ・統一超商東京マーケティング株式会社
- ・株式会社リベルタ
- ・株式会社エリザベス
- ・株式会社アクシージア
- ・TBCグループ株式会社
- ・コスメテックスローランド株式会社
- ・インターコスメ株式会社
- ・株式会社クレア
- ・株式会社ビービーラボラトリーズ
- ・株式会社シズカニューヨーク
- ・株式会社多田
- ・株式会社かならぼ
- ・株式会社イシュア
- ・株式会社ミス・パリ
- ・株式会社Dr.高須英津子コスメ
- ・株式会社アリミノ
- ・株式会社ウテナ
- ・株式会社オージオ
- ・DASHING DIVA JAPAN株式会社
- ・株式会社大広
- ・株式会社ブリリアージュ
- ・スタージュ株式会社
- ・株式会社黒龍堂
- ・レディーメイト株式会社
- ・株式会社アグレックス
- ・株式会社ドクターケイ
- ・株式会社マートブル
- ・株式会社ハンズ
- ・ジェイピーエスラボ株式会社
- ・株式会社ユイット・ラボラトリーズ
- ・銀座ステファニー化粧品
- ・日華化学株式会社
- ・ロゼット株式会社
- ・株式会社ハイサイド・コーポレーション

一般インフルエンサー**Survey**のご提案

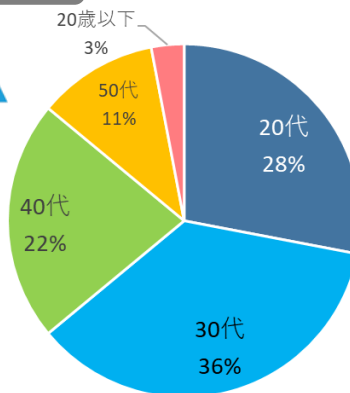


20代～40代の一般女性を中心に約16万人のインフルエンサーネットワーク

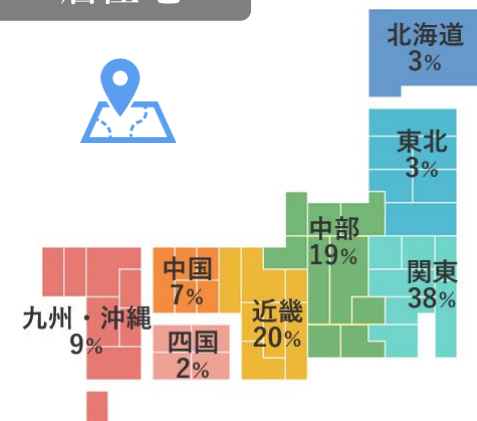
性別



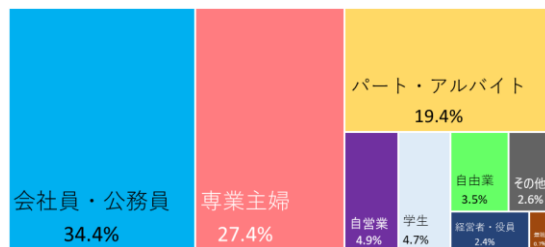
年代



居住地

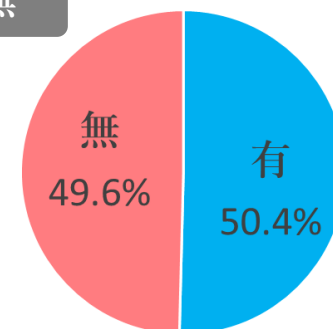


職業



会員数 **15.5**万人

子供有無



日本最大級の一般インフルエンサーネットワークでご提案が可能です

一般インフルエンサー**Survey**では、一般的な調査サービスとは違い、
普段SNSに様々な日用品を買ったり試したりした感想を発信している

インフルエンサー層にサーベイを行う事で

下記の**3**つの成果が期待できます

① 感度の高い方へのトライアルアプローチができる（見込み顧客獲得）

※一般の方より毎日アンテナを立てて生活し、商品に評価への情熱が強い

② 忖度のない商品評価を得られる（商品開発）

※ガチのほう为消费者の好意度がUPする

③ 気に入った商品は、任意でSNSにレビュー拡散をしてくれる（景表法・薬事法対応不要）

※インフルエンサーは発信するネタに困っている

再購入希望者 **87** %
国内シェア **2** 位の
推進力に

■背景・目的

小売店に展開する新シリーズを発売するので、商品使用者のリアルな声をデータとして蓄積し、店頭で活用したい。

■結果

再購入希望者が約9割と高評価に。リアルな評価データを販促・商品開発として活用。
高評価者が多く、任意でSNSに拡散してくれる一般インフルエンサーが多かったため、美容媒体での賞を受賞したり、SNSでも拡散され話題に。同ジャンルの商品で国内シェア2位まで伸びている。

S社
商品ジャンル：クレンジング系
販路：Web卸・バラエティ

商品の使用感、
デザインが刺さり
約 **3,000** 万円の売上

■背景・目的

Web卸、バラエティをチャネルとして新製品をリリース。費用はあまりかけられないが、商品に自信はあるので、良い販促を探している。

■結果

商品の使用感に対する評価が同ジャンルの中でも傑出して高く、デザインも人気ブランドと似ていたこともあり高い評価結果に。
2018年4月の発売後、2か月後に初期ロットが欠品。その後も欠品を繰り返し、1年後には平均月販5,000個まで伸びている。行った施策は女性誌への掲載が1回と同施策のみ。

K社
商品ジャンル：スキンケア系
販路：Web卸・バラエティ

来店客の **購入率** 上昇！
営業時活動の
後押しにも繋がる

■背景・目的

来店客への大規模アンケートで、体験談を参考に購入に至る割合が多いというデータが算出されたため、継続的に使用者の声を獲得したい。

■結果

購入率が上昇。
商品の評価も高く、任意でSNSに拡散された情報をみた来店客から人気ですよねと声を掛けられるように。
また、営業活動の際にもクライアントからクチコミに触れられることが増え、営業活動も行いやすくなっている。

M社
商品ジャンル：美容液、化粧水etc
販路：エステサロン

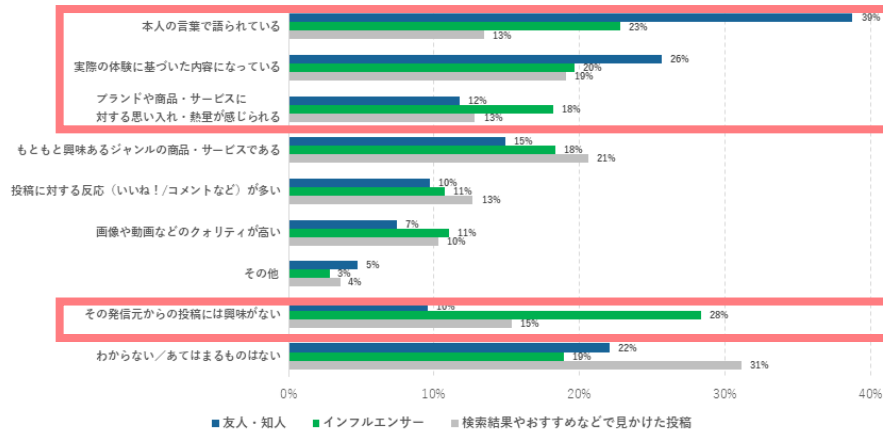
10年以上様々な消費者の行動データを分析している弊社。
令和最新の消費者の日用品の購買に影響する行動を
最もわかりやすくお伝えすると...

- 1日約136分はスマホで検索・SNSを使用
- お試しきっかけで、購入するつもりがなかった商品の購入経験は **7割以上**
- 商品購入前に検索やSNSでレビューを見ながら購入を決める人が **9割以上**
- 「**本人の言葉**で語られているか」「**PR**なのか」「**レビュー総数**」が重要

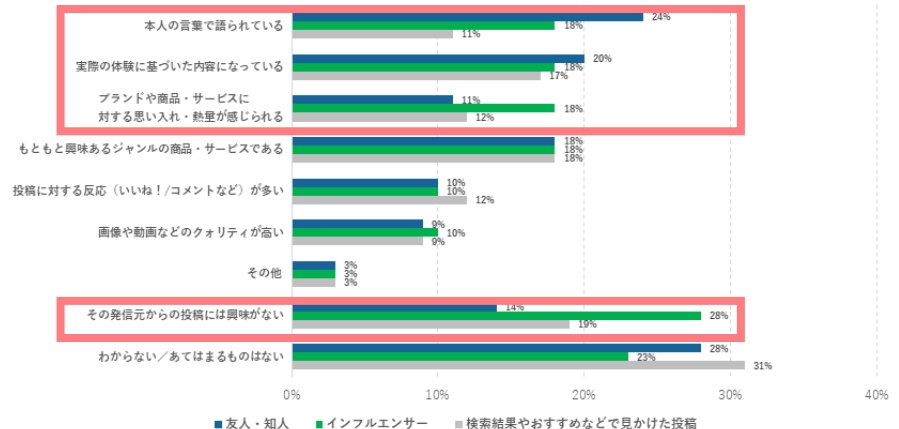
つまり、お試し & リアルなレビュー情報の獲得が出来れば、
御社の販促・営業・商品開発は効果的になります。
御社の現状はいかがでしょうか？

Q.ソーシャルメディア上の、どのような投稿に興味を持ちますか。
それぞれの発信元ごとにお答え下さい。（単一回答：n=671）

#PRなし



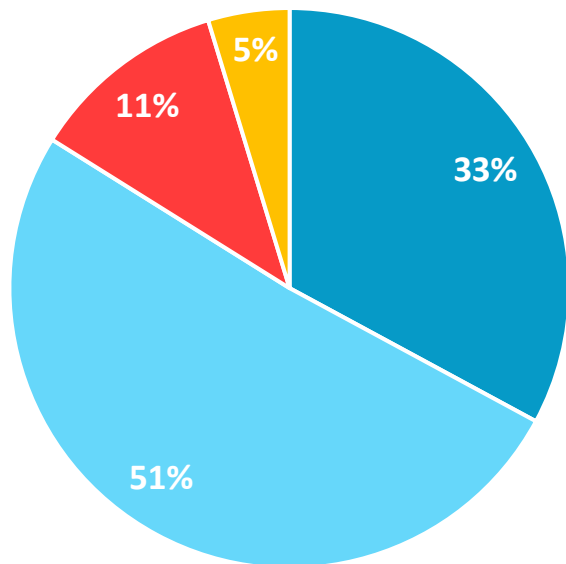
#PRあり



■調査概要
調査対象期間:2023年3月20日～2023年3月24日
調査元:アジャイルメディア・ネットワーク株式会社
調査手法:インターネットリサーチ
調査対象者:Twitter/Instagram/TikTokのいずれかを日常的に利用（閲覧または投稿）している方
※割付条件:性別（男性・女性）×年代（10代、20代、30代、40代、50代、60歳以上）で均等に割付
有効回答者数:671サンプル

- A. 「#PR」がついていても内容次第の層が多数派。
「本人の言葉で語られている」「実際の体験に基づいた内容になっている」
「#PR」がついていてると興味がない層は最大28%

Q.今後も実費で購入する可能性はありますか？ (149名回答)



- 購入したいと思う
- 購入する可能性はある
- 購入しないと思う
- わからない

購入したいと思う	49名
購入する可能性はある	76名
購入しないと思う	17名
わからない	7名

Q.今後も実費で購入する可能性はありますか？その理由 (149名回答)

リピートアンケート	理由	年齢	肌質
購入したいと思う	今まで色々なクレンジングバームを使用してきましたが、香り・伸びも一番良く購入してまた利用したいなと思いました。	36	普通肌
購入したいと思う	オイル系のメイク落としを使っていたのですが、顔への負担あり、変えたいと思っていました。そのタイミングで出会えて、使用感もよかったですので気に入りました。	31	乾燥肌
購入する可能性はある	毛穴の黒ずみがすごく気になるので、まずは無くなるまで使い続けてみて黒ずみに効果があるようなら購入も検討したい。	34	混合肌
購入する可能性はある	匂いと使用感(乾燥肌なので乾燥によいかつかうところ)がよかったから。	25	乾燥肌
購入する可能性はある	ダブル洗顔不要なのにやっぱり感もなくてズボラな私にピッタリでした！時短にもなるのも良かったです	27	乾燥肌
購入しないと思う	使用感が悪くさっぱりと使えていいですが、思ったより一回量が必要な点とスパチュラがない点がやっぱり気になります。	33	混合肌

※詳細データについては別途Excelをご確認ください。

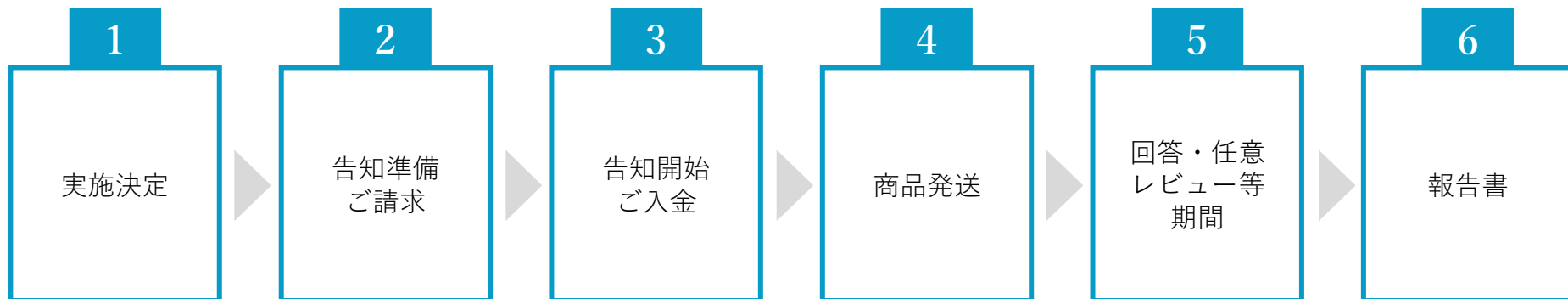
使用者の約84%の方が購入を希望・検討する結果となりました。



イベント出展

- ・ POP
- ・ 利用者の声
- ・ 動くSNSディスプレイ
- etc...

様々な場面で
2次活用が可能



< 準備事項 >

■商品画像と商品の紹介情報

告知する際に使用する素材をデータでご用意いただきます。

■WebサイトURL

告知時に御社のWebサイトに誘導をするため、見てほしいページのURLをご用意ください。

■製品の納品

告知開始日の5営業日前までに指定の配送センターに納品をお願いします。

■アンケート等

オプションでアンケートを実施する場合などは事前に設問の確定をお願いします。

■商品情報の準備

SNSアカウント、メディアへの商品登録など目的に合わせ事前に準備をお願いします

法改正に伴い、御社責任の対応幅が変更になります。

法対応できていないサンプリング施策の場合、**法律違反**になります。

10月法改正後の変更点

景表法	内容	※※ステマを行った場合、法律違反となる※※ ■投稿必須・保証 ・ #PR必須 関係性の明示 ・ PR表記必須により、すべての投稿で『薬機法』チェックが必須 ■投稿任意 ・ 投稿を促す運用をしてはいけない（※当選率アップ等）
	対応責任	■投稿必須・保証 ・ 商品メーカー ■投稿任意 ・ なし

プラン内容	4シーズン	2シーズン	1シーズン
活動期間	12か月	6か月	3か月
月間配布数	10名		
初期費用	10万円		
月額	9.9万円	12.9万円	15万円
配送・梱包・振込手数料	600円×1名 ※一部弊社負担	900円×1名 ※一部弊社負担	1,200円×1名
URL報告	3か月毎	3か月毎	3か月後
実施可能商品数	6商品まで	3商品まで	1商品のみ
商品登録サポート	付帯		
商品選定サポート	付帯		
商品KPI設定・確認サポート	付帯		
一括お支払特典	別商品10名分の人数追加 ※配送・振込手数料は ご負担をお願いします。	別商品5名分の人数追加 ※配送・振込手数料は ご負担をお願いします。	なし
毎月分割お支払手数料	5%		
備考	価格は全て税別となります。 施策の結果や投稿を保証するものではありません。		

※冷蔵など、特殊な配送の場合は別途実費のご負担をお願いする場合がございます

料金表

運用費 ※募集ページ作成・アンケート対応等	10万円
一般インフルエンサーsurvey ※100名～	3,000円/名
営業活動で使える施策URLレポート	○
記事の2次利用許諾	○
最大活動期間	3か月
配送・梱包費用	750円/名

オプション

名称	詳細	料金
商品追加	運用製品を2つ以上にしたい	5万円/回
同時募集	複数商品で同時に募集したい	
報告追加（週次・月次）	毎週・毎月などの頻度で報告書が必要	
指定アンケート追加5問迄(事前or事後)	詳細なデータが欲しい	
事前セグメント(肌質、髪質、年代、フォロワー)	細かく当選者を選びたい	
募集・発送分割(月2回)	一括配送ではなく分割にしたい	
商品使用期間延長	指定期間で効果が出る製品の場合	都度お見積
特殊配送	冷蔵、冷凍、指定梱包など	



特長① 調査対象者が他社とひと味違う

使用経験からの購入経験は70%
超！

弊社サービスでは、普段から様々な商品を使ったり、体験した感想をSNSでわざわざ発信している感度の高い女性に使用&試用してもらいます。平均1,000名以上のファンがいる一般インフルエンサーとも呼べる人たちに、発信内容やリサーチを行う事で、より感度の高い結果を得やすくなります。

是非、使用&試用経験をきっかけに、見込み顧客を増やしましょう。



特長② 忖度なしのこだわりリサーチ (自信のない商品の場合おすすめできません)

- ・御社内では当たり前になっていて気づけない消費者の気持ち
- ・商品を買ったお客様からは聞くことが出来ない、喜んだり失望した理由
メーカー様には中々届き難いです。

弊社の調査では忖度なしのガチンコ回答をしないと、アンケートの報酬対象にならない運用で、リアルな声をお届けいたします。

Step1 事前リサーチ 事前の認知状態・購買導線への質問

Step2 ネットで見ただけではなく、実際に商品を試用

※漠然としたイメージではなく「実際に商品を使用してもらう」形式。
商品の認知前や、イメージとのギャップがどこにあったのかという情報を得ることが出来るため、商品の感想や購入意向などを様々な視点でリアルな声を聴くことが出来ます

Step3 忖度なしで悪い点を必ず回答

必須回答の項目に、悪い点や、リピート購入をするか、もしオススメするならどんな人かといった設問を入れる事で、本当の商品評価を御社にお届けします。

生のデータを次の営業・商品開発に活かしていただくことで御社の拡大に寄与します



特長③ 任意でSNSに拡散

感度の高い一般インフルエンサーたちが、気に入った商品は任意でSNSに拡散してくれるケースがあります。

普段から日用品の体験を求めている彼女たちは、裏を返せば体験を発信するコンテンツを常に見ています。

御社の新作商品や人気商品の価値を感じてくれることが出来れば 得意のSNSやクチコミメディアでの拡散をしてくれるかもしれません。

この場合、任意レビューとなる為、景品表示法や薬事法の範囲外となり、表記やチェックという対応は不要になります。

※投稿指示をした場合は必要

消費者が重視する

「本人の言葉で語られている」「実際の体験に基づいた内容になっている」
レビューが拡散される可能性があります