

# 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キャスティングのご提案



## 01. 広告費高騰・低スコア悪循環

競合激化でCPC/CPAが急上昇（37%超影響）、出荷遅延・レビュー不足が順位低下を招き広告依存の負のループを生みます。

## 02. 検索順位が一向に上がらない

キーワード選定ミスや販売実績不足で、せっかくの商品ページが埋もれて新規流入ゼロ。競合のスコアに負け、出荷遅延率のわずかな悪化で一気に順位急落します

## 03. 月次購入実績が表示されない

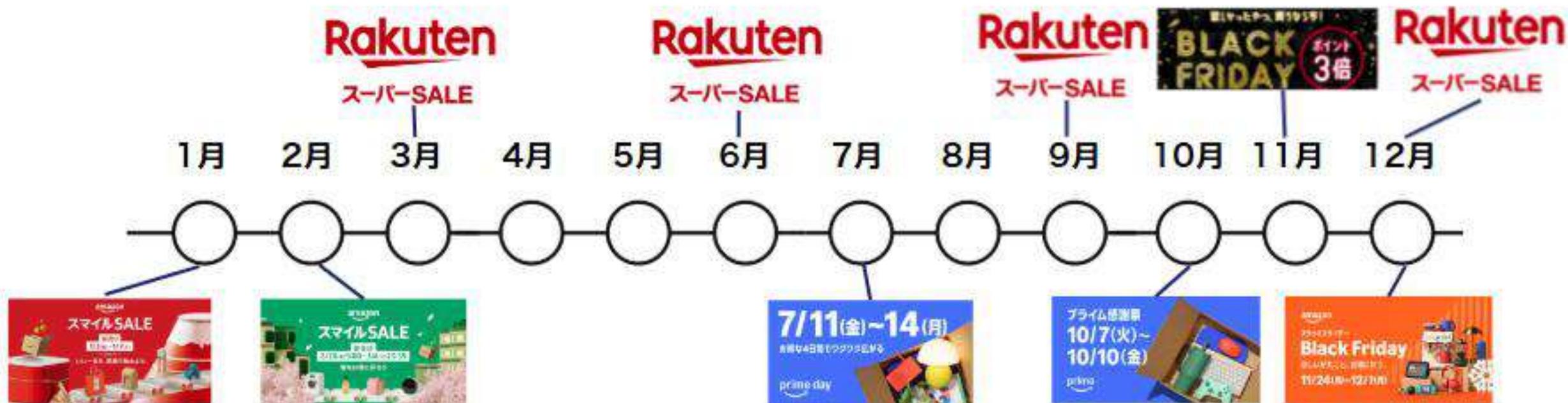
集計閾値未達や登録不備で売上データがモール画面に反映されず、分析不能に。在庫切れ・初期販売ゼロが続き、広告依存を強いられます。

## 運用経験の有無と広告効果



Amazon、楽天ともに、年末商戦・春商戦の売上UPに向けて、広告の実施、新商品の投入、SNS販促など、さまざまな販売戦略を行います。

提携しているポイント経済圏と連携した集客なども行うため、モールにやってくるユーザーも多くなり、高い流通の山場となり、出店ストアも売上が見込めます。



弊社は美容業界に特化し、15年間で延べ250社以上、2,000件を超える販促施策を支援してまいりました。お取引企業様は化粧品メーカー・広告代理店が全体の96%を占めており美容領域における確かなノウハウを蓄積しております。

1



## SEO（検索露出）対策

ECモールでは、直近の購入実績・購入率・外部流入が検索順位に影響。弊社のインフルエンサーが実際に貴社の商品ページで商品を購入するから、販売実績が付きます。

2



## SNSで話題の状態を作る

消費者が新しい商品を知るきっかけの52%はSNS、44%は口コミサイト。そこで「話題になっている商品」を知り、リアルな声を重要視しながら情報収集→比較検討段階に移行しています。

3



## 購入時の“決め手”を作る

比較検討段階では、実際に使った人の声「クチコミ」が購買の決め手。「比較」「不安」「決め手不足」を埋める情報の質がCVRを左右します。

大手企業様をはじめ、お二人で事業をされている企業様など  
幅広い支援実績がございます。

< 支援実績 一部 >

※順不同・敬称略



Cyber Buzz



Liberta!



TADA



STEFANY  
GINZA TOKYO



TIRTIR



BCL  
Beauty Creative Lab.



OZY/O

Combi

子育てに、イノベーションを。

ARIMINO

A X Z I A

Science  
I feel

UNITED ARROWS LTD.

COSMETEX ROLAND  
ROLAND®

これからも、ずっと、輝く未来。  
Activate Your Life  
日華化学株式会社

MT  
METATRON

TBC  
GROUP

i-mobile

NATURE REPUBLIC

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）**

※ガチのほうが消費者の好意度が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**

※インフルエンサーは発信するネタに困っている

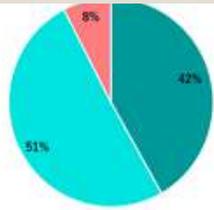
実際にインフルエンサーが貴社の商品を購入・使用し、アンケートに回答。

任意でSNSや美容メディアに投稿してくれるため、PR表記のない、消費者目線のリアルな口コミが自然に広がります。これにより、外部での話題化とモール内販売実績が連動し、

「検索で見つかる」→「比較で勝つ」→「迷わず買われる」導線を作ることが可能です。



利用者アンケートで  
高評価されてます！



購入したいと思う	33名
購入する可能性がある	40名
購入しないと思う	6名
わからない	0名

バズってトレンド入りも！



Xアカウント  
@official



午前10:31 · 2022年9月29日 · Twitter for iPhone  
1,737 件のリツイート 2,614 件の引用ツイート  
1,285 件のいいね

2次利用可能なSNS投稿！



※投稿は任意です  
※内容のコントロールは不可

ググっても(検索)  
タグっても(Insta)流行ってます



Web記事や人気のクチコミメディアで賑わってます



消費者視点：人気ブランド（貴社）が気になる！一回購入してみよう

事業者視点：自信を持った営業活動で事業拡大に寄与

アンケート結果の社内共有だけでなく、統計データやUGC活用で  
**消費者にささるコンテンツ**を作成することも可能です。

1 リポート率等を数値化し  
LPやPOP等のクリエイティブ作成

2 フォロワー、いいね数を可視化。  
任意の投稿をUGCとして活用

3 商品の実力を数値化。  
乗り換え推定率から販促に必要な数を分析

例

使用者の  
**90%**が  
リピートしたい  
と回答した  
化粧水



# 消費者の目を引く、二次利用の活用方法



## 自社HP・EC・LPに

ターゲット層にとって参考になるインフルエンサーがSNS上で紹介している様子は、商品の説得力が増して購入の後押しになる！



## 店頭POPの素材

目立つPOPをご作成いただき店頭棚のフェイス増加！  
ゴールデン獲得！



## WEB広告として配信

SNSで実績のある投稿をWEB広告に活用することで高いエンゲージメントが期待できる  
広告からのCVRの向上につながる！



## 自社SNSで投稿

投稿を新しく作成する手間を省略して安定したSNSアカウントの運用、高品質な投稿などを実現！  
手軽にアカウントを成長させたい場合に有効な方法！

# 影響力が高いインフルエンサー（上位3名）の任意投稿が すぐにご覧いただける資料付き

報告書例)

③UGCをサイトやLP、店頭ポップ等のコンテンツで使用する		
フォロワー多い 1位	フォロワー多い 2位	フォロワー多い 3位
 <p>アスコホレーション 夢幻の舞エッセンス</p> <p>ヒト幹細胞エキスをベースに、 肌に結果を出すと言われる量の3倍を超える 美容成分を高配合</p> <p>March 28, 2025, 60 likes, 0 comments - lan_2460: "@dnlabo様の夢幻の舞 エッセンス 30mL ➡</p> <p>すべての悩みに対応する 夢幻を継承した美容液</p> <p>全ての悩みに対応ってすごくない?!</p> <p>砂漠の神秘エクトイン、 命の神秘卵殻膜やプラセンタなどに加え 植物の還元力で色艶まで整えます。</p> <p>美容液の名前をさすだけだ</p>	 <p>MUGEN ESSENCE</p> <p>February 20, 2025, 11 likes, 0 comments - withall08: "@dnlabo様の商品</p> <p>夢幻の舞エッセンス</p> <p>30ミリ</p> <p>3900円</p> <p>植物の力を生かして作られた美容液です♡</p> <p>天然由来成分100%なので肌が弱い方も安心して使うことができます ♡</p>	 <p>天然由来成分のみ配合!</p> <p>究極の美容液</p> <p>February 21, 2025, 63 likes, 0 comments - nitomincho2: "夢幻の舞エッセンス</p> <p>こちらは、全ての悩みに対応する 夢幻を継承したエッセンス♡♡♡</p> <p>砂漠の神秘エクトイン、 命の神秘卵殻膜やプラセンタなどに 加えた植物の還元力で色艶まで 整えられるんだって♡</p> <p>なんだか、吾ながらっほい ♪♪♪</p>

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、バラエティをチャン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アンケートで高い評価結果に。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

SNS上で話題になりインスタシェア

**1位**になる商品も！



## ■背景・目的

前職で立ち上げたブランドがSNSやクチコミの影響力で爆発した経験があるので、絶対に必要。自社で中途半端に取り組むとステマ・炎上などのリスクが発生する為、良い会社を探している。

## ■結果

SNS上での情報が増え、人気のランキングにも複数商品がランクイン。更にLoftのベストコスメも受賞し、取り扱い店舗も大幅に増加。毎年1ブランドずつリリースを行いながら拡大していく予定なので、今後も施策を継続していく。

A社  
商品ジャンル：ヘアケア  
販路：Web卸・バラエティ

新商品発売のタイミングで認知度  
UP！

大手メディアで**上位に露出！**



## ■背景・目的

人気のシャンプー・トリートメントに新ラインが登場。アンケート調査と共に、消費者の声をメディアで拡散したい。競合商品が多い中で消費者が購入しやすい状態を創出したい。

## ■結果

人気YouTuberとのタイアップを行ったこともあり、商品認知や購買への後押しになっている。情報拡散は任意になるが、質の高い口コミが拡散されたため、大手メディアのシャンプー・トリートメントランキングで上位に露出。効果を実感できたので、新商品でも引き続き施策を実施したい。

O社  
商品ジャンル：ヘアケア  
販路：EC、ドラック・バラエティ

最新の規制をしっかりキャッチアップし、  
適切な体制を構築しております。



定期確認



協会加盟



弁護士顧問契約  
業務工程チェック

健全なPR基準で、消費者と企業をおつなぎします。

まずはお気軽にご相談ください



無料相談会を予約する

株式会社スリーツープロダクツ

〒106-0032 東京都港区六本木7-21-24 THE MODULE roppongi 3F

☎ [03-5775-5624](tel:03-5775-5624) (平日9時～18時)

✉ [mk@32products.com](mailto:mk@32products.com)

🌐 <https://32products.com/landing/survey01/>