



I n f l u e n c e r G r a n d M e n u

＜お問い合わせ＞
株式会社エイスリー
インフルエンサーマーケティング事業部
TEL:03-3475-6042 担当:高山裕加里

株式会社エイスリーは、タレント・芸人・俳優・モデル・歌手等の有名人、
 アスリート・専門家・文化人等のプロフェッショナル、
 Instagram・twitter・YouTube等オンライン上で活躍するインフルエンサー、
 そして、アニメや漫画のキャラクターまで、様々な案件に最適なマッチングを行う
 『キャスティング×プランニング』の専門会社です。



About Influencer

インフルエンサーネットワークについて

幅広いジャンルに対応可能なインフルエンサー約5,000人をネットワーク

FL数万人単位のライト・ミドルインフルエンサーから、

FL数十万人単位のトップインフルエンサーを中心にネットワーク。

About Influencer

- Talent
- Model
- Instagrammer
- Creator
- Professional
- Artist
- Performer

etc...

芸能人・著名人
トップインフルエンサー

マス等に出演する一般的に認知があり、著名度が高い。
SNSフォロワーも多く、世間に及ぼす影響力も大きい。

ミドル
インフルエンサー

雑誌専属モデル・人気読者モデル等で、流行やSNS感度が高い。
また一般生活者であっても特定の分野において人気を誇る。

ライト
インフルエンサー

読者モデルやブロガーなどより一般生活者に近い層。
一般生活者よりはフォロワー数も多い流行敏感層。

一般生活者

友人とのコミュニケーション活用や情報収集に利用する
一般生活者。
※弊社では一般生活者はネットワークしておりません。

Case Study

インスタグラムの投稿写真をキュレーションメディアなどへ2次使用。
オンライン上で情報がバイラルすることで、更なる話題化や流行感の演出、
SNSユーザー層以外のターゲットにもリーチが可能です。

MEDIA Sample



クライアント様の商材にマッチングするメディアの選定・プランニングを行います。

CASE STUDY. 1

ヘアケア商材 × ヘアアレンジ動画

インフルエンサー × キュレーションメディア事例①

クライアント：ヘアケアメーカー

美容系インスタグラマー4名（土田瑠美・たくぽん・西川瑞希・平木愛美）に
商品を使用したヘアスタイルアレンジを動画で投稿してもらう。
キュレーションメディア「Locari」で投稿写真を2次使用～記事化、情報を更に拡散。


<https://instagram.com/p/BGWPI5rq4oI/>

<https://instagram.com/p/BG6z-oQEsU7/>

<https://instagram.com/p/BG4MBmBzMXq/>

<https://instagram.com/p/BG391cph1r/>

<https://locari.jp/posts/58260>

CASE STUDY. 2

女子向けの車 × DIY体験

インフルエンサー×キュレーションメディア事例②

クライアント：車メーカー

ライフスタイル系インスタグラマー（高山直子）をアサインし、30代女性に向けてベランダのDIYの提案と、買い出しにも最適な女性向けの車種の特長や利便性などキュレーションメディア「Locari」のタイアップ記事で紹介。

https://locari.jp/posts/66955?utm_content=content-tagged



CASE STUDY. 3

期間限定キャンペーンPR

インフルエンサー×キュレーションメディア事例③

クライアント：飲料メーカー

同窓会仲間を募集できるオリジナルサービス「同窓会メーカー」の期間限定キャンペーンのPR。人気プロガーのはあちゅうと、実際に仲の良いメンバーを集めて実際に同窓会を開き、女性向けメディア「モデルプレス」のタイアップ記事で紹介。

<https://mdpr.jp/column/detail/1643912>



<https://dosokai.kirin.co.jp/top.html>



SNS Contents styling

SNSコンテンツ制作

企業のSNS公式アカウントをより魅力的にみせ、ユーザーからの共感、ファンを増やし、エンゲージの高いSNSコンテンツのスタイリングを行う
「Instylist」（インスタリスト）をご提案いたします。

Instylist Sample

発想力豊かなクリエイティブセンスを保有

企業（ブランド）の世界観をより魅力的に表現

SNS広告の
クリエイティブ素材に！



特定の日、シーズン毎の
イベント時などに！



投稿コンテンツの
まんねり化対策に！



立ち上げからの
初動コンテンツに！



CASE STUDY. 1

SNS Contents styling

SNSコンテンツ制作事例①

クライアント：情報通信

Facebookの公式アカウントページのエンゲージをアップするために、
企業キャラクターのざっくうと、ハリネズミのInstagramアカウントとコラボ。
通常の投稿の3倍以上のいいね！と高いエンゲージを獲得。



いいね！ 1,860件以上 シェア 38件 コメント 14件

CASE STUDY. 2

SNS Contents styling

SNSコンテンツ制作事例②

クライアント：飲料メーカー

ウィスキーブランドのコンセプトを男性へPRするために、クリエイター系インスタグラマー2名（田中達也、クッキーボーイ）とコラボ作品を制作。作品はクライアント公式SNS上のコンテンツやfacebook ADのバナーとしても2次使用。



https://www.instagram.com/p/_i4AQqr_r/



<https://www.instagram.com/p/BBuxOHAfH4a/>

ブランドの認知拡大・話題作りを目的とした、効果的なキャンペーンの企画、
PRイベント制作、メディア周知まで、ワンストップで実施いたします。
ニュースに取り上げられる・効果が期待できる施策をプランニングいたします。

PR EVENT menu

1. 企画立案、KPI設定
2. PRイベント・キャンペーン制作運営
3. メディアキャラバン、インフルエンサーアサイン
4. 実施後の効果分析



CASE STUDY. 1

PR EVENT

PR イベント実施事例

クライアント：脱毛サロン

脱毛サロンPRイベントで、タレントりゅうちえるが目隠しをして、1分間に何足の靴下を脱がせられるか？のギネスにチャレンジ。キー局 7 番組、ニュース250媒体に取り上げられるネタとストーリーをプランニング。



CASE STUDY. 2

Online to Offline

O2O施策 実施事例

クライアント：飲食店

都内ピザ店頭への集客を目的に、20~30代の女性からブログなどのエンゲージが高い舞台俳優を起用したマストバイキャンペーンを展開し、1ヶ月で1,000食以上を売上げる。わずか1週間の応募期間内で、キャンペーンには500人以上の応募が殺到した。



SPONTINI
MILANO 1953

× 廣瀬智紀
上陸1周年記念
コラボメニュー

2016.9.26.mon - 10.31.mon




<p>Aset</p> <p>Pizza Margherita マルゲリータ</p> <p>※廣瀬さんおすすめのトッピング/ Pancetta & Zucchini パンチェッタ&ズッキーニ</p> <p>Set Drink セットドリンク</p> <p>¥1,150 (税別)</p>	<p>Bset</p> <p>Pizza Margherita マルゲリータ</p> <p>※廣瀬さんおすすめのトッピング/ Pancetta & Zucchini パンチェッタ&ズッキーニ</p> <p>Set Drink + Salad セットドリンク + サラダ</p> <p>¥1,300 (税別)</p>
---	---

+ Postcard ※なくなり次第終了
ポストカード (5種類のうち1枚)



※ポストカードはAセット、Bセットのどちらにも含まれますが、なくなり次第終了となります。また、数量限定のポストカードの抽選はランダムとなり、一時的に抽選結果が不明な場合があります。



Influencer Relation

インフルエンサーリレーション

ブランド・サービスのPR戦略に沿ったインフルエンサーの
高レベルなマッチングと、同じ属性のファンの取り込みを目的とし、
ブランドと寄り添った長期的なリレーションを構築していきます。



1. インフルエンサーリサーチ

ブランド・サービス、PR戦略を考慮したインフルエンサーの調査、コンタクト・コミュニケーション設定。

2. インフルエンサーサンプリング

ナチュラルな口コミ・SNS発信・ファン化を目的とした商品サンプリング。インフルエンサーへのリリース作成・商品発送代行。

3. PR活動報告書

発信確認、体験コメント収集、効果分析、レポートニング。

CASE STUDY. 1

Influencer Relation

インフルエンサーリレーション事例

クライアント：アパレルハイブランド

ブランドロイヤリティの高いインフルエンサーを抽出し、継続的に各種パーティー、イベント、展示会などに参加してもらい、インフルエンサーが自主的にSNSで発信。低コストで良質な口コミ作りと、ブランドにマッチしたファンを拡大。



reinahoshi
Fendi Ginza

フォロー中

いいね！ 4,145件 5日前

reinahoshi 昨夜は、FENDIのPolicromia Watch Eventへ🌟🌟🌟

#fendipolicromia #fendiginza #fendi #フェンディ

rococo39 可愛いーきれいー🌟🌟🌟ストラップユーがまたいいね❤️

mikelopoi Beautiful

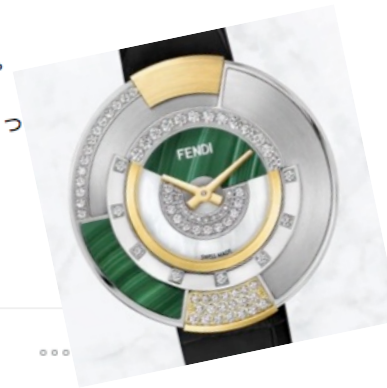
1027lizzyhoney Elegance 🌹🌹🌹

clemvergneau とても素敵ですね。

dwmelody0509 🌟🌟🌟

yuremi31 お肌もプルプル卵肌で、つです〜🌟

❤️ Add a comment...



mtmmaki

フォロー中

いいね！ 1,552件 5日前

mtmmaki デザイナーのデルフィナ・デレトレイズ・ファンディさん一瞬にお写真を撮って頂きました🌟

昨日のトップスはUN3DさんのORIGAMI TACKベアトップ

伊勢丹のPOP UPで見つけて一目惚れでした🌟

6日までやってるそうですよ🌟

全身はブログにアップしました。

#FENDIGINZA #fendipolicromia #UN3D

mtmmaki @yum51976 くみさん❤️久しぶりにおめかししてお出かけしました🌟

ありがとうございます🌟

mtmmaki @haruna25 可愛いはるなさんからお返しのお写真🌟ありがとうございます🌟

🌟 はるなさんの可愛いお写真🌟

❤️ Add a comment...

CASE STUDY. 2

Tweet Package

Twitter事例

クライアント：健康食品メーカー

食べたい気持ちをシェアしようキャンペーンにて、20～30代の男女100名に
キャンペーンサイト内のシズル感満載のグルメ動画をTwitter上でシェア。
低コストで、一定期間内でのネットユーザー間での話題化をはかった。

<http://kenja-gifoods.com>


秋野 涼香 @cccc026
こんなときにすいません。ホットケーキの時間です。 kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #パンケーキ #メープルシロップ #デザート #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓 家でも、お店でも、どこで食べても美味しいですね 🍴



町田 晴来乃 @missot_veranon
このピザ美味しそう 🍕 お皿の上のナイアガラやああ！ kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #ピザ #チーズ #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



27 ツイート 41 いいね
19:46 - 2016年12月30日
👍 5 🗨️ 27 ❤️ 41 ...

みやぎたくみ @TkmMyg
お腹すいた 🤤 今日のお昼は天井かなー
タレよ届け。井ぶりの最下層まで。 kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #天丼 #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



小林由依 ◆ミスオブサークル No131 @yuiing01
嗚呼、天使の涙が降り注いでる... kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #牡蠣 #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



15 ツイート 27 いいね
22:02 - 2016年12月30日
👍 4 🗨️ 15 ❤️ 27 ...

shogo @shoohgo
唐揚げうまソオオオおおお (≧▽≦)！ お腹空きすぎてるうだからやばい、

kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #唐揚げ #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



山下珠 ◆ミスオブサークルno.172 @masa_no172
寝前に見るんじゃなかった 🤤 炙り的大トロなんて反則すぎますね！ 昨日お寿司食べたのにもう食べたい 🍣

kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #お寿司 #大トロ #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



40 ツイート 59 いいね
21:42 - 2016年12月29日
👍 13 🗨️ 40 ❤️ 59 ...

shunsuke oki (パンナ) @31_shunsuke
これめっちゃ美味しそう！ これ作れるになりたいわ〜〜！
卵ってこんなに優しいんですか...。好きになっても、いいですか... kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #オムライス #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



池田瑞晴 ◆ミスオブサークルNo.332 @rainnori_oka
寒い冬はお鍋料理が食べなくなる...鍋囲んでワイワイするの好きだなあ 🍲
すぐ「鍋バしょ」って言う人が、周りに3人以上いる。 kenja-gifoods.com #どんなときも賢者と #鍋 #チゲ鍋 #飯テロ #foodporn #gifoods #賢者の食卓



16 ツイート 22 いいね
16:39 - 2016年12月28日
👍 1 🗨️ 16 ❤️ 22 ...



I n f l u e n c e r E v e n t M e n u

限定6社

4月後半開催予定！@原宿



Influencer popup event 2017

トークセッション×体験会
with ライトインフルエンサー50名

今ユーザーからの支持が熱い人気インフルエンサーを集めた
リアルトーク&体験イベント開催。
参加インフルエンサーの合計フォロワー40万人以上！最大6社まで参加可能！
最新のインフルエンサーマーケティングがここにあります！



■想定メンバー：村田倫子・高山直子・二宮こずえ・佐藤優里亜（※メンバーは現状仮となりますので、変更になる可能性があります。）

■募集企業様：ファッション・ジュエリー・時計・香水・調理器具・美容家電・ヘアケア・旅行・雑貨・女性向けサービス・食品・スイーツ等

1社あたり **120万円**（ネット）・競合排除有り **200万円**（ネット）

トークセッション&タイムテーブル

インフルエンサーへ最近のトレンドや、SNS活用のHow toをヒアリング。

SNSの“今”が聞ける貴重な機会です！



【共通インタビュー内容】※下記は想定内容になります。

Q. フォロワーの属性は？

(自分のフォロワーはこんな人が多いと思う)

Q. SNSで情報発信する際のオススメポイントは？

(投稿時間・投稿数・ハッシュタグの使い方)

Q. 投稿する内容・写真（静止画・動画）へのこだわりは？

(PR投稿におけるフォロワーからの要望・意識していること)

Q. カテゴリー別！反応の良い写真（静止画・動画）の見せ方は？

(企業様にも知ってもらいたい！実はこんな写真はNG！？)



【インフルエンサー別インタビュー内容】※下記は想定内容になります。

Q.使っているカメラや、スマホアプリは何？

Q.次に流行りそうなものは？

Q.日頃チェックしているインスタアカウントは？

Q.インスタグラムを始めたきっかけは？

※時間次第では、クライアント様からの質疑応答時間も設ける予定です。

午
前
の
部

10:30～11:30 体験会
(1社30分ずつプレゼンテーション×2社)

休憩～60分～

12:45～13:15 トークセッション

午
後
の
部

13:30～14:30 体験会
(1社30分ずつプレゼンテーション×2社)

休憩～30分～(写真撮影)

15:00～16:00 体験会
(1社30分ずつプレゼンテーション×2社)

メディア展開

イベント後は、イベント実施レポートをマイナビウーマンの記事で紹介。
インフルエンサーのフォロワー以外のターゲットにも情報を幅広く周知。

マイナビウーマン

スマートフォン

PC



A3スペシャルタイアップ企画

掲載期間	4週間
想定PV数	10,000~15,000PV
想定クリック率	3~6%
誘導枠	①ダイレクトリンク ②新着情報 ③TOPページタイアップ告知枠（PCのみ） ④カテゴリTOPタイアップ告知枠（PCのみ） ⑤カテゴリページ新着情報 ⑥メールマガジンテキスト2行 8回 ※マイナビウーマンのオンライン広告出稿を行っているため、 他メディアからの流入がございました。
記事公開時期	平日
備考	イベント内容に加え、クライアント様の商品・サービス情報、リンク先、インフルエンサーのコメントが各社掲載されます。

イベント協賛メリット

インフルエンサーマーケティングを活用されている、
これから活用予定の企業様必見の内容です！

- ①. リアルイベントにより、商品・サービスのベネフィットを直接インフルエンサーへPR可能
- ②. トークセッションに出演したインフルエンサー4名の強力なSNSアカウントから、クライアント様の商品・サービスについて個別発信（フォロワー数：40万人以上）
- ③. マイナビウーマンの記事広告により、参加インフルエンサーのフォロワー以外にもリーチ可能（10,000～15,000PV保証）
- ④. イベントでの様子を撮影したオフィシャル写真（集合写真）を2次使用可能
※インフルエンサーの個別の投稿写真の2次使用は別途費用
- ⑤. 弊社ネットワークのライトインフルエンサー50名（午前の部・午後の部25名ずつ）もイベントに参加するため、出演者だけでなく、イベントに参加したインフルエンサーからの情報拡散も期待できる

会場案

明治神宮前から徒歩1分のカフェが会場です。

店内のプロモーションスペースも豊富に用意しています！



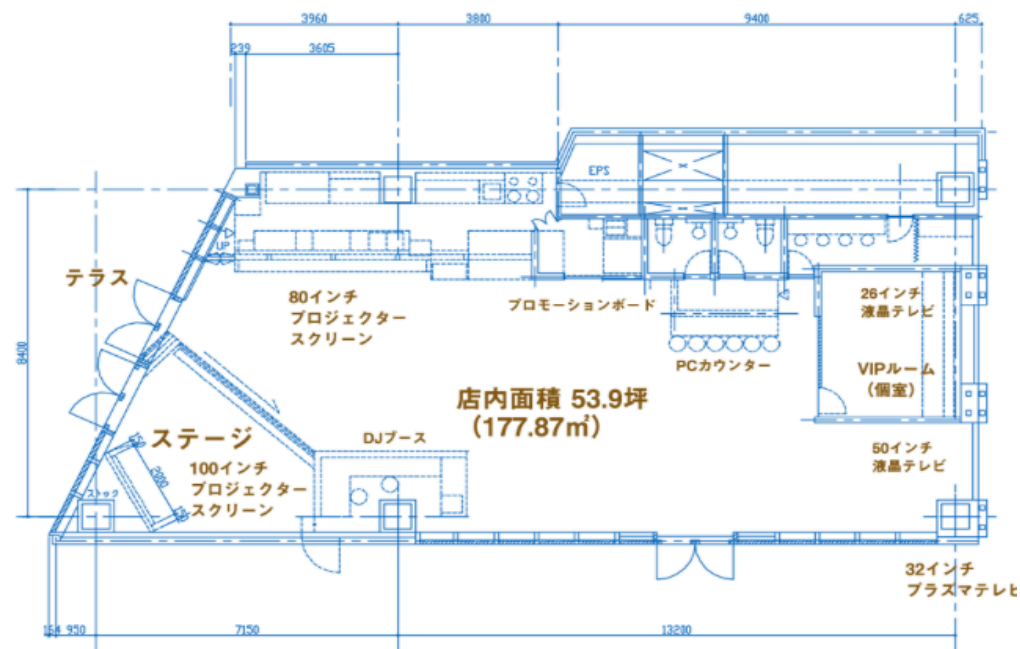
Harajuku café STUDIO

東京都渋谷区神宮前 4-31-10 YM Square HARAJUKU1F

www.cafe-studio.jp



天井が高く、開放的でくつろげる店内は原宿の中心にありながら落ち着けるオアシスです。



店内プロモーションスペース

お申し込み頂いた順に、店内プロモーションスペースをお選び頂けます！

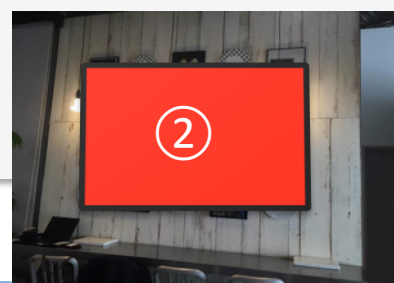
ブース用テーブル×3 使用可



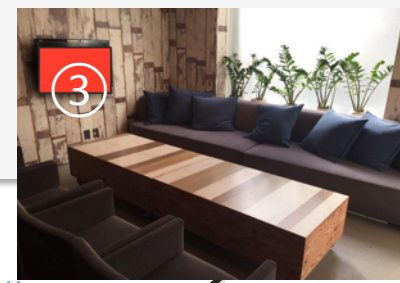
バーカウンター上 プロジェクター



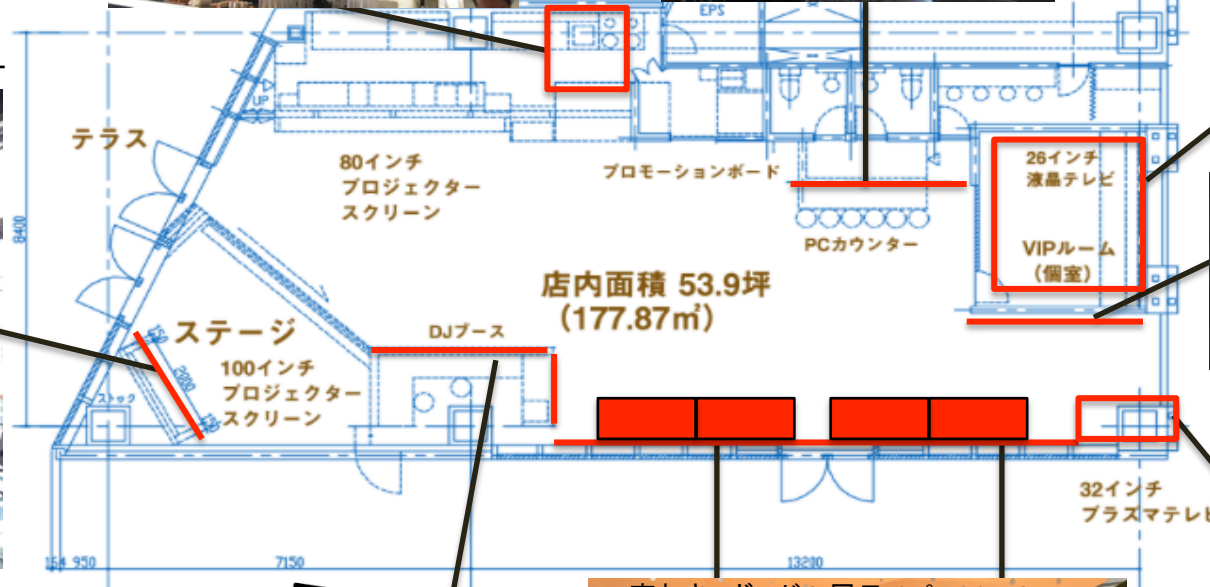
PCカウンター上 スペース



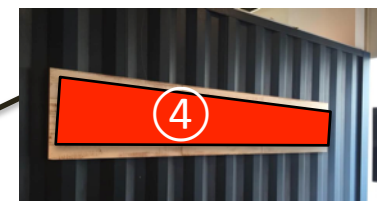
VIPルーム内 液晶テレビ



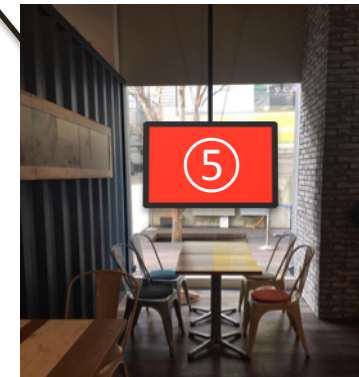
トークショーステージ プロジェクター



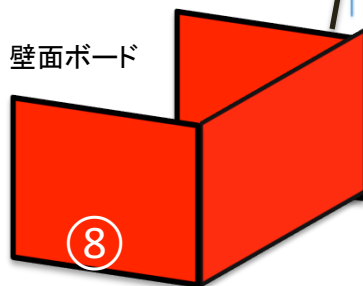
エントランス付近 壁ボード



エントランス付近 プラズマテレビ



DJブース 壁面ボード



窓わき ボード&展示スペース×2



注意事項

【体験会について】

- インフルエンサーに対し、クライアント様より30分間商品の説明・体験の場として自由にお使い頂けます。
- インフルエンサーとの名刺交換などは一切不可とさせていただきます。

【競合排除について】

- イベント参加企業様については、同業種のクライアント様は可、同カテゴリーの商材は不可となります。※決定優先となります。
- イベント前後の本人のアカウント上での投稿については、競合排除不可となります。

【SNS投稿について】

- インフルエンサー4名からのインスタグラム（またはブログorTwitter発信）のみとなります。
- 投稿内容については、事前のお申し込みフォーマットに記載頂きます。
- 投稿日程については、ご希望をお伺いすることが可能です。

【2次使用について】

- イベント内でオフィシャルで撮影した（弊社から提供した）スチール写真は使用可能です。
- ※インフルエンサーによる個別投稿写真の2次使用については、不可となります。
- 使用範囲・期限によって別途お見積りとなりますのでご注意ください。

【備考】

- ※お申し込みいただいた時点で受領と致します。
- ※申込書受領後の途中キャンセルの場合は全額お支払いいただきます。
- ※申込書内容について、決定後の変更はお受けしておりません。
- ※投稿した写真・テキストの著作権は、所属事務所、またはインフルエンサー本人が所有します。
- ※納品形式：SNS投稿URL、マイナビウーマン記事URL
- ※申込については、口頭での決定連絡、ファクシミリまたは電子メールにより送付した場合も有効とします。
- ※イベント実施後、弊社サイトや弊社を告知する印刷物、展示会などで制作した企業様のロゴを用いてご紹介させていただく場合がございます。
- ※弊社都合によりSNS公開が完了しなかった場合は、全額返金とさせていただきます。