

2021年2月10日

報道関係各位

GMO NIKKO 株式会社  
GMO ユナイテックス株式会社

## 複合的なマーケティング施策を実現する 「トップクリエイタープロモーションパッケージ」を提供開始 ～GMO NIKKO がサムライパートナーズと業務提携～

GMO インターネットグループの GMO アドパートナーズ株式会社の連結会社で総合インターネット広告代理事業を展開する GMO NIKKO 株式会社（代表取締役社長：佐久間 勇 以下、GMO NIKKO）はこの度、トップクリエイターを起用したプロモーション事業などを展開する株式会社サムライパートナーズ（代表取締役社長：本田 直裕 以下、サムライパートナーズ）と、トップクリエイターを起用したプロモーション事業の強化を目的として、業務提携を締結いたしました。

本業務提携のもと、GMO NIKKO は本日 2021 年 2 月 10 日（水）より、サムライパートナーズが契約するトップクリエイターを起用したプロモーションが可能となる「トップクリエイタープロモーションパッケージ」（URL：<https://www.koukoku.jp/service/creator/>）を提供開始いたします。なお、本パッケージは、ソーシャルメディアに特化したマーケティングサービスを展開する、GMO ユナイテックス株式会社（代表取締役社長：稲葉 裕一郎 以下、GMO ユナイテックス）と共同で企画を行います。

広告主は本パッケージを利用することで、サムライパートナーズが提携する、ヒカル、宮迫博之、手越祐也、板野友美、エミリンなどトップクリエイターを起用したプロモーション企画の策定が可能となります。トップクリエイターが持つ数百万人規模のフォロワーと、広告・SNS・PRなどを掛け合わせることで、ターゲット層へのリーチの最大化を図ることができます。

また、プロモーション企画の各フェーズにおいてその効果を可視化することができるほか、既存のマーケティング施策と連動させることができます。そのため、動画投稿サイトや SNS、WEB 検索エンジンなどの複数のツールを活用しながら、効果的なデジタルマーケティング施策の実現につなげることが期待できます。



ヒカル



エミリン



ねお



門りょう

### 【「トップクリエイタープロモーションパッケージ」提供開始の背景】

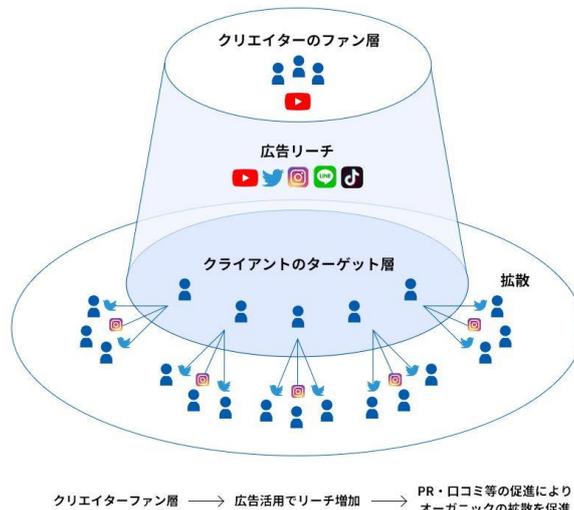
昨今、幅広い世代において SNS の利用率が増加傾向にあるほか、10 代や 20 代においては約 8 割が動画投稿・共有サイトを利用しています。<sup>(※1)</sup> こうした中、動画を用いたプロモーションを行う広告主にとっては、「本当に売り上げにつながっているのか」といった成果を可視化するとともに、プロモーション期間前・期間中・期間後の各フェーズにおいて効果を最大化することが求められています。

一方、GMO NIKKO は、検索連動型広告やディスプレイ広告といった運用型広告を中心に、デジタルマーケティングの強みを活かし、広告主の課題解決につながるマーケティングソリューションを提供しています。また、2018 年 5 月には、ミッドファネル<sup>(※2)</sup> 向けの広告展開を強化するべく、ソーシャル広告に特化した戦略

会社として GMO ユナイテックスを設立し、総合的なマーケティング施策を企画・提案してまいりました。

そこで、GMO NIKKO はサムライパートナーズと業務提携を締結し、著名なクリエイターを起用したプロモーションを可能にする「トップクリエイタープロモーションパッケージ」を提供開始することといたしました。

本パッケージを利用することで、動画のみを用いたプロモーション施策にとどまらず、既存のデジタルマーケティング施策と連動したプラン設計が可能なため、トップクリエイターの多くのファン層に加えて、商品・サービスのターゲット層へ向けた広告リーチを図ることができます。



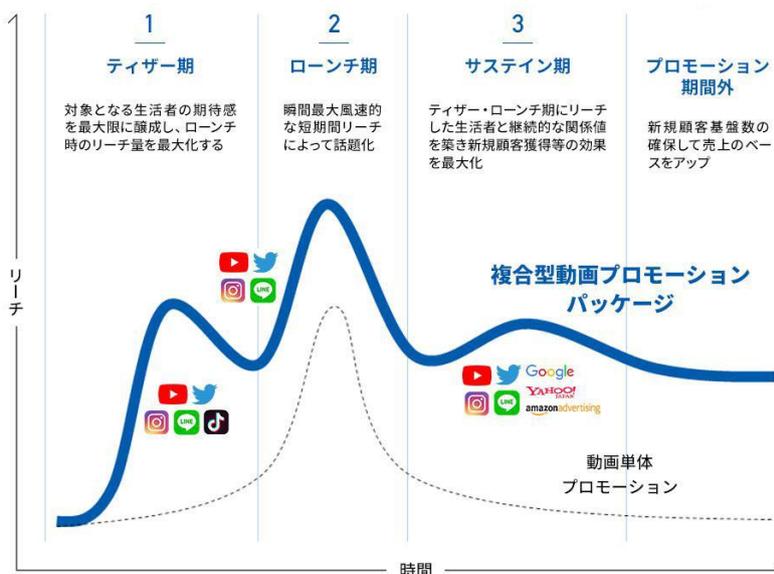
(※1) 総務省『令和元年版 情報通信白書』:

URL : <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/pdf/n3200000.pdf>

(※2) ファネルとは「漏斗」のこと。商材・サービスに対して、消費者の認知から購入（申し込み）に至るまでのプロセスをフェーズに分けて表すマーケティングの考え方のひとつ。

## 【「トップクリエイタープロモーションパッケージ」について】

「トップクリエイタープロモーションパッケージ」は、トップクリエイターを活用したプロモーション企画を、(1) プロモーション期間前の『ティザー期』、(2) 期間中の『ローンチ期』、(3) 期間後の『サステイン期』の3つのフェーズに分けて設計しています。



各フェーズにおける効果を可視化できるため、フェーズに応じた最適なプロモーション設計が可能となり、一時的ではなく継続的なプロモーション効果の最大化が期待できます。また、既存のマーケティング施策と連動させることもできるため、広告主は、動画以外のデジタルマーケティング施策の全体設計をすることが可能です。



**【GMO インターネット株式会社】(URL : <https://www.gmo.jp/>)**

会 社 名	GMO インターネット株式会社 (東証第一部 証券コード : 9449)
所 在 地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代 表 者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事 業 内 容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■暗号資産事業
資 本 金	50 億円

Copyright (C) 2021 GMO NIKKO Inc. All Rights Reserved.

Copyright (C) 2021 GMO Unitex Inc. All Rights Reserved.