

[iCON CAST] YouTuberタイアップ動画の効果検証

【NO.1 フリマアプリ「メルカリ」の実施事例】

YouTuberとのタイアップ動画経由でメルカリをダウンロードしたユーザーは、
購入・出品への転換率が通常よりも30-40%高いという結果に

アジア最大のYouTuberマッチングサービス『iCON CAST』を運営するTHECOO株式会社(代表取締役CEO:平良真人)は、日本国内最大のフリマアプリ「メルカリ」とYouTuberを起用したプロモーションを実施いたしました。

フリマアプリ「メルカリ」を紹介するYouTuberの動画を見た後に、メルカリをダウンロードしたユーザーは、その後、メルカリ内で商品を購入したり出品したりする転換率が、通常の広告経由でアプリをダウンロードしたユーザーよりも、30-40%ほど高い結果だったことが、メルカリ社のデータにより明らかになりました。



2016年6月より実施されたメルカリのYouTuberタイアッププロモーションでは、一度に10名を越えるYouTuberを起用した大規模なインフルエンサーマーケティングを実施し、動画の総再生回数は約100万回を達成しました。しかしそれ以上に顕著だったのが、動画を見てアプリをインストールしたユーザーの実際のサービス利用率の高さです。一般的な動画広告では動画を最後まで見せる事自体が難しいとされますが、YouTuberの動画は、そのファンが強い関心を持ってしっかり動画内容まで見るという傾向があります。そのため、今回の施策でもYouTuberの動画を見て共感したファンの多くは、実際にメルカリをダウンロードして商品を購入、出品する行動に至りました。

株式会社メルカリ 鋤柄直哉氏には「CPIについても良い結果が出ました。オンラインの広告メディアで設定している目標CPIよりも安く獲得でき、結果としては大満足です。」と、獲得効率の圧倒的高さを実感していただきました。

今回のYouTuberタイアップによるインフルエンサーマーケティング施策の責任者である、株式会社メルカリ 鋤柄氏へのインタビュー詳細は、「インフルエンサーとマーケティング」について考えるRIPPLY (<http://rippy.biz/mercari-influencer-marketing/>)にてご覧頂くことができます。



[写真]

右：株式会社メルカリ プロモーショングループ

シニアマーケティングスペシャリスト

鋤柄直哉 氏

左：THECOO株式会社 執行役員

中山顕作



「メルカリ」は実際のフリーマーケットのように、出品者はスマートフォンのカメラを使い簡単に出品でき、購入者はそれらを安全に買物できるスマートフォン向けフリマアプリです。ダウンロード数は日米合算5,500万、月間の流通額は百億円超に達し、日本最大のフリマアプリとなっています。

会社名 : 株式会社メルカリ
本社 : 東京都港区六本木6丁目10-1 六本木ヒルズ森タワー18F
設立 : 2013年2月1日
代表者 : 山田 進太郎
事業内容 : フリマアプリ「メルカリ」の運営



THECOO株式会社は「できっこないに挑み続ける」をビジョンに掲げ、ウェブを使ってお客様が抱える様々な問題に取り組んでいます。YouTuberと企業を繋ぐ”iCON CAST”、インフルエンサーキヤスティングツール”iCON Suite”を通じて、様々な企業とインフルエンサーマーケティングにチャレンジしています。

会社名 : THECOO株式会社
本社 : 東京都目黒区2-9-6 目黒ベガタワー8F
設立 : 2014年1月20日
代表者 : 平良 真人
事業内容 : YouTuberと企業を繋ぐiCON CAST (<https://icon-cast.com>)
インフルエンサーキヤスティングツールiCON Suite (<https://icon-suite.com>)
インフルエンサーマーケティングについて考えるRIPPLY (<http://rippy.biz>)



【サービス提供開始】 2015年1月26日
【利用方法】 広告主企業は、iCON CAST内に募集要項を入力するのみで、様々なジャンルの登録YouTuberから応募が集まる仕組みです。
【URL】 <https://icon-cast.com>
【登録YouTuber数】 2,550名以上(国内最大)
【登録YouTuberの総登録者数】 3,000万人以上(国内最大)
【実績】 これまで業種を問わず600社以上の様々な広告主企業様にご利用いただいております。(参照: <https://icon-cast.com/showcase>)