



YouTuber キャスティング業務を 半分以下までに効率化！



GROVE 社の kamui tracker 導入事例

メディアプロモーションや Web 動画制作を始めとしたインフルエンサープロダクションとして事業を展開する GROVE 株式会社。

急成長中の同社では、事業の柱の 1 つであるインフルエンサーマーケティング事業で、動画 SNS データ分析ツールである「kamui tracker (カムイトラッカー)」を導入、クライアント様への企画提案に活用しています。

どのような背景から同社は「kamui tracker」を導入し、そしてどのように活用しているのでしょうか。同社営業担当の島田 萌末 氏にお話を伺いました。

GROVE 株式会社

営業担当

島田 萌末 氏

クリエイティブ力に強み。 インフルエンサープロダクションの GROVE 株式会社

— 貴社の事業内容について教えてください。

弊社では、YouTuber やインスタグラマーといったインフルエンサーを起用した 3 つの事業を展開しています。

- ・インフルエンサーマーケティング事業
- ・プロダクション事業
- ・クリエイティブ事業

私は主にインフルエンサーマーケティング事業に携わっておりまして、営業担当としてクライアント様のご要望をヒアリングし、ご要望に沿ったインフルエンサーを起用した企画をご提案することが主な業務になります。

自社所属のインフルエンサーだけでなく、他事務所に所属されている方やフリーで活動されている方ともお仕事をさせていただきます。

— 貴社のインフルエンサーマーケティング事業の強みを教えてください。

クリエイティブ力の高さが弊社の強みです。グループ会社に音楽系番組を制作している会社があったり、過去にバラエティ番組を制作していた制作陣が所属していたりするため、それらの知見も併せて YouTube の企画から撮影、動画編集も行なうことができ、よりクリエイティブなご提案ができることが強みになっていると思っています。

また、弊社に所属しているインフルエンサーは、エンゲージが高いことも強みです。

一般的なインスタグラマーは 2~3% のエンゲージ率ですが、弊社では 10% を超えるコスメ系やファッション系のインスタグラマーが多数所属しています。

所属している YouTuber の中でも人気のグループや個人のインフルエンサーが急成長しており、各所で話題

性が出てきております。

データに基づいた提案と YouTuber のリサーチ業務に 課題感

— 「kamui tracker」を導入する以前に貴社が抱えていた課題についてお聞かせください。

インフルエンサーマーケティング事業では、YouTuber の細かい数値を把握して企画をご提案することが困難だったのです。

というのも、どうしても表面的な視聴回数やチャンネル登録者数までしか YouTube 上では確認することができず、それ以上の数値はインフルエンサー側に要望をしないと情報は得られませんでした。

しかしクライアント様には、広告費あたりの効果 (CPI、CPV) を含めた、より多角的な数値でご提案しなければならず、かなり苦戦していました。特に弊社ではゲーム系の YouTuber があまり所属していなかったため、



1 提案にリサーチで 3, 4 時間かかっていたものが およそ半分以下にまで効率化できました。

他事務所やフリーランスの方をキャスティングをする必要があり、ご提案の際にはそのリサーチとキャスティングに多くの時間と手間がかかっていたのです。

— 導入以前、どのように YouTuber さんを探されていたの でしょうか。

YouTube 内でひたすら検索したり、所属している YouTuber からのツテで紹介してもらったりと、人力作業でかなり非効率なやり方でした。そのため、クライアント様にご紹介できる幅がワンパターンになってしまいうことも少なくなかったのです。その方法では、やはりクライアント様が求めている KPI や数値に合わせた、データに基づいたご提案に限界がありました。他にも課題を感じていたのが、ご提案の企画部分です。どうしても個人の知識量だけでは YouTuber ごとの過去動画やコラボ動画の傾向を網羅し、最適な企画を立案するには、かなりの時間がかかってしまいます。YouTuber さんをご提案するたびに、一つひとつすべての動画を見ることはできませんので……。案件にもよりますが、1 提案あたり 20 名以上の YouTuber さんのリストを作成するために、少なくとも 3, 4 時間はかかってしまっていました。

リサーチにかかる時間が半分 以下に効率化。クライアント からは高評価も

— 「kamui tracker」を導入された 決め手についてお聞かせください。

YouTube 分析ツールの導入を検討しはじめ、さまざまな条件で YouTuber を探せることと、他社実施案件の検索ができることに魅力を感じ、「kamui tracker」の導入が決まりました。導入初期にはまずアカウントを発行し、カスタマーサクセス担当の方から営業チーム全体へ使い方が周知されました。

現在はインフルエンサーマーケティング事業の営業チーム、およそ 20 名が主に利用しています。具体的には、提案資料やご提案する YouTuber のリスト作成に役立てています。私をはじめ、営業担当はほぼ毎日使っていますね。また、別部署であるプロダクション事業では YouTuber のスカウトにも活用しています。

— ツール導入後の感想をお聞かせ ください。

クリエイター検索や商品動画の検索で活用することが多く、特にご提案する YouTuber さんのリスト作成ではかなり助けられています。例えば、ベンチマークとするゲームタイトルを検索欄に入れると、求めている条件に合う YouTuber さんが簡単にヒットします。それによって、より情報密度の高いご提案ができている実感はありますね。「kamui tracker」を活用して作成したキャスティングリストに対しては、クライアント様からも「丁寧に作っていただき、ありがとうございます」という感謝の言葉をいただくこともありました。

また、企画した動画を投稿してからの動画視聴回数の変動もグラフで表示できるので、クライアント様への事後報告もスムーズに実施できています。

— ツール導入後の定量的な成果に ついてお聞かせください。

具体的な数値は出せないのですが、ご提案する内容の情報密度が上がったことによって、提案が通りやすくなっただけでなく、アップセルの提案もしやすくなったと感じています。例えば、もともと 1 名のキャスティングでの依頼に対して、「複数の YouTuber さんによるコラボ企画だとより効果的です」と積極的なご提案が数字に基づいてできるようになりました。また、業務の効率化という側面では、1 提案にリサーチで 3, 4 時間かかっていたものがおよそ半分以下にまで効率化できました。

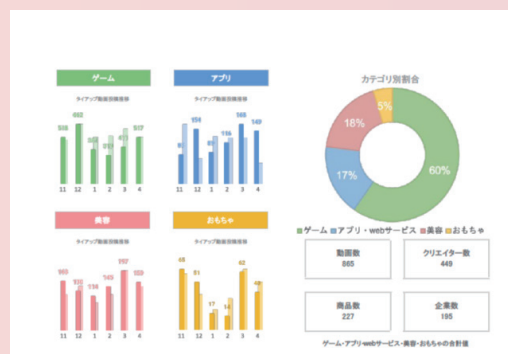


毎月発行される市場レポートも 営業チーム内で活用

「kamui tracker」のツールに関する感想ではないのですが、ユーザー会員限定で定期的に公開されている「YouTube タイアップ市場レポート」は、営業チームでよく活用しています。

毎回レポートではスポンサー動画を出している上位の企業を確認し、可能であればこちらからプロモーションのご提案をさせていただいています。

また、「ピックアップクリエイター」という今人気急上昇している YouTuber さんを確認し、いまトレンドのコンテンツやその傾向をキャッチアップ、社内で分析しています。いただいているレポートを通して、YouTube のトレンドが客観的な数値で把握できています。



変化の激しいトレンドを「kamui tracker」で分析していく



— 今後、「kamui tracker」を どのように活用していく予定で しょうか？

「kamui tracker」に関しては、まだ私の方でも把握しきれていない機能が多いと感じています。

もっと細かい機能を理解し、より精度の高い分析とご提案をクライアント様に実施していきたいですね。

また、YouTube はトレンドの移り変わりが激しいメディアです。動画を一つひとつ見ていたのでは、トレンドすべてを把握することはできません。こうしたツールを活用して急上昇キーワードを確認させていただき、これから流行る動画もより正確に予想できるようになればと思っています。

また、これは YouTube に限った話ではありませんが、ライブ配信コンテンツは今後より流行ってくると感じています。

新型コロナウイルスの拡大とともに、オンラインでの会話はかなり普及しました。

さらに 5G への変化で、リアルタイムで動画を通じたコミュニケーションが発達してくると思っています。実際、弊社へも「ライブ配信を定期的にやっていただける YouTuber の方はいますか？」というお問い合わせは増えています。そうした新しいトレンドに対しても「kamui tracker」を活用していきたいですね。

— 最後に、「kamui tracker」 の導入を検討されている方に向け てメッセージをお願いします。

YouTube 上の数値やアナリティクスの結果だと、どうしても分析できる範囲に限界がありますが、「kamui tracker」であれば、より自社の提案にあった YouTuber を探しやすく、また他の YouTuber さんとの比較検討も容易です。

ツールをうまく活用できれば、インフルエンサーマーケティングにおけるご提案の幅は間違いなく広がると思います。

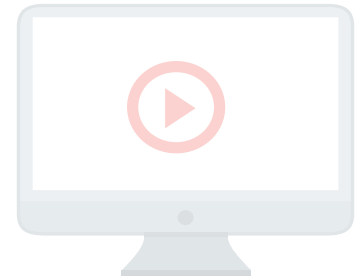
— ありがとうございました。

GROVE 株式会社

<https://grove.tokyo/>

約 150 名の専属クリエイター及び 750 名を超える登録クリエイターをかかえるインフルエンサープロダクション。インフルエンサーを活用したメディアプロモーションを主業とし、Web 動画制作、SNS アカウント運用、インフルエンサーマネジメント、ファンビジネス及びグッズ販売事業等を展開。



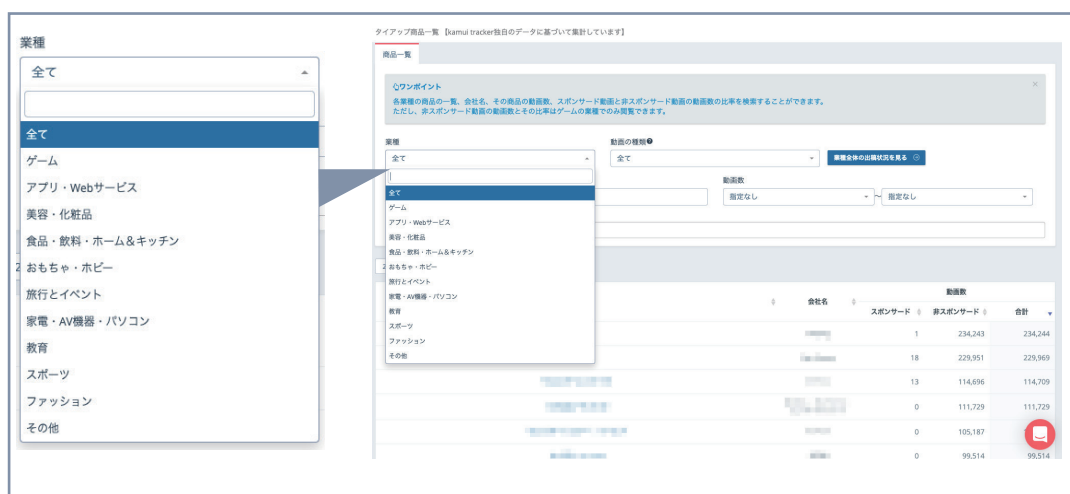


当社の運営する動画 SNS データ分析ツール「kamui tracker」は、
YouTuber キャスティング業務に役立つ機能を多数備えています。

1. 競合企業のタイアップ事例を簡単にリサーチできる

国内で実施された企業と YouTuber とのタイアップ動画がデータベースになっており、
競合企業や同ジャンルの企業の実施事例が簡単にリサーチできます。

事例はゲームや美容、食品や家電など 11 の業界ごとに独自分類されており、関連
ワードからも商品検索ができるので、必要な事例をすぐに見出すことができます。



2. タイアップ動画の企画立案に役立つ

タイアップ動画に限らず
YouTube 上で伸びている企画
をリサーチすることができ、
YouTube 視聴者に受け入れられ
やすい企画の立案に役立ちます。
動画検索機能では、

- ・キーワード
- ・YouTuber 名
- ・動画投稿期間

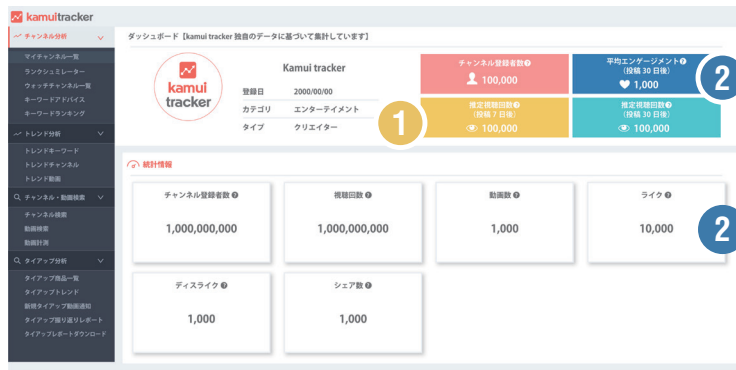
などを絞り込んで
検索することができます。



右例→
YouTuberA さん、B さん、C さんの
ダイエットに関する最近 1 カ月の
動画を、視聴回数順に調べたい場合

3.どんな YouTuber を起用したらいいのかわかる

YouTuber ごとのチャンネル登録者数はもちろん、想定視聴回数やエンゲージメント数（コメント数＋高評価数）などの数値、またこれまでに出したすべての動画のデータも見ることができます。そのため、その YouTuber とタイアップしたときにどの程度の効果が期待できそうか、簡単に予測が可能です。



1 「想定視聴回数」がわかるから、タイアップ動画を出したときにどの程度見られるかがわかる



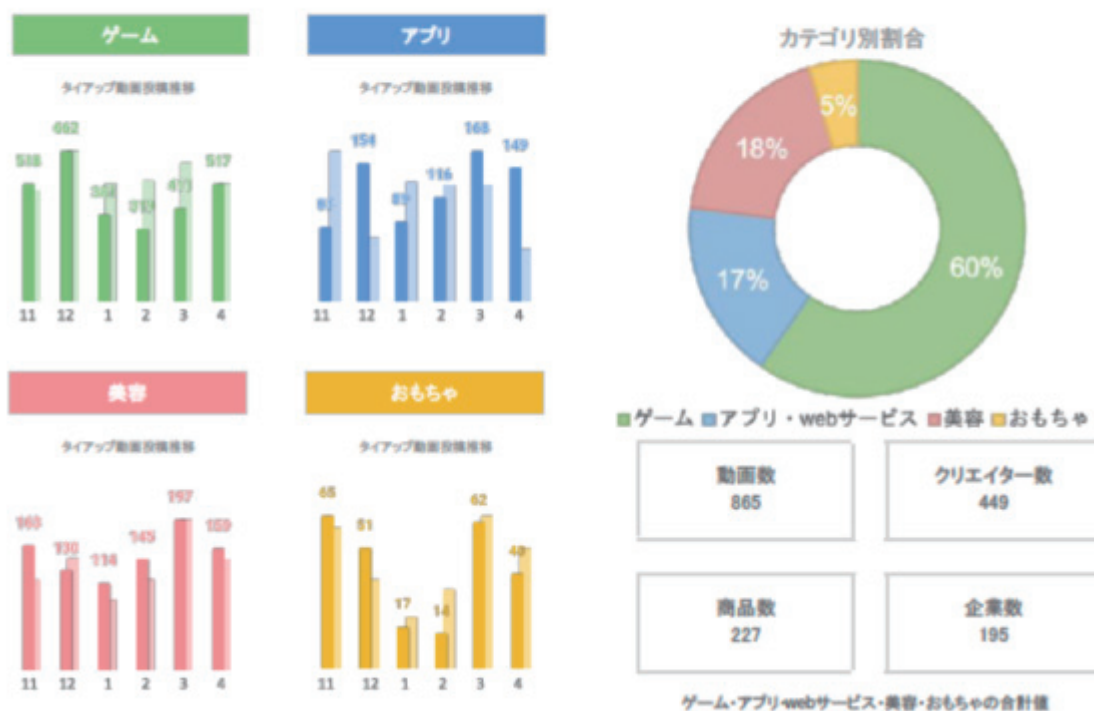
329,447 回視聴

2 「高評価」「低評価」など、動画にどの程度の反応がつくかわかる

👍 2500 👎 48

4.YouTube 市場のトレンドがつかめる

毎月更新されるタイアップ市場レポートで、YouTuber タイアップ市場全体のトレンドがわかります。各ジャンルの推移や視聴回数の多かった動画、注目ニュースや成長中の YouTuber などを紹介しており、自社のタイアップ戦略のヒントとなる情報が詰まっています。





お問い合わせ先

YouTube 施策にご興味のある方は下記へご連絡ください。

株式会社エビリー kamui tracker 営業担当

- ①「URL よりお問合せ」 または
- ②「メール／お電話にてお問合せ」にて
ご連絡いただければと思います。

✉ **kamuisales@eviry.com**

☎ **03-6452-8917**

お問合せ URL :

<https://kamuitracker.com/contact>

お問合せ URL



メール

