



月最大10案件の YouTuberキャスティングを内製化！



株式会社メディカルフロンティアの kamui tracker 導入事例

日本全国に美容整形や医療脱毛の美容クリニックを展開する、TCB 東京中央美容外科。同社のマーケティングを担っている株式会社メディカルフロンティアでは、YouTube チャンネルの運用や YouTuber とのタイアップなど、YouTube を積極的に活用したマーケティング施策に取り組んでいます。

その一環として、動画 SNS データ分析ツールである「kamui tracker(カムイトラッカー)」を導入し、YouTuberのキャスティングに活用しています。

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。株式会社メディカルフロンティアの広報・PR 担当、梅原 良之氏にお話を伺いました。

株式会社メディカルフロンティア

広報・PR担当 梅原 良之氏

「美容医療をもっと世の中に広めていきたい」

— 貴社事業の概要をお聞かせください。

私たちの会社で美容整形や医療脱毛を全国で手掛けている美容クリニック、東京中央美容外科（以下、TCB）のバックオフィス業務を担っております。特に広告代理業を中心としており、オンライン・オフライン問わず、広告を含むマーケティング施策や SNS 運用全般のサポートが中心です。

もともと美容整形の院長先生であった創業者が長年医療業務に携わる中で感じた「医者は医療業務に専念し、それ以外の業務はビジネスマンに任せたい」という

考えに基づいてメディカルフロンティアは創業されました。私たちには「美容医療をもっと世の中に広めていきたい」という強い思いがあります。「自分自身が美しくあること」は人が幸せとを感じるために重要な 1 つの要素です。程度の差こそあれ、誰も服や髪型を気にするものであり、見た目をファッションや整形で変えていくことによって「中身も変わる」ということを、我々は身をもって知っています。そうした美容医療の力を、私たちの広報活動を通してより広く伝えていきたいのです。



「美容整形の YouTuber といえば TCB」というポジションの確立を目指して



— これまでどのようなプロモーション施策を実施されてきたのでしょうか。

創業当時から一番力を入れてきたのが、SNS を活用したインフルエンサーマーケティングです。よりリアリティのある美容整形を伝えるため、YouTube や Instagram で活躍するクリエイターさんに施術を受けてもらい、それを発信していただけてきました。

— 2018 年頃から YouTube に注力されているとのことですが、そもそも YouTube を活用し始めたきっかけについてお聞かせください。

世の中の広告のかけ方が変わってきたことが転機です。弊社にはまりこ先生（TCB 池袋院の井上真梨子院長）をはじめ、1～7 万規模のチャンネル登録者数をもつ美容整形外科医の YouTuber が在籍しており、これは他社にはない強みです。「美容整形の YouTuber といえば TCB」というポジションを確立すること、これが現在の戦略です。



— Instagram や TikTok など他の SNS と比べて、YouTube の強みはどのような点にあると考えられていますか？

クリニックや先生の雰囲気、特に人となりが伝わりやすいことですね。

限られた動画の尺で、どのように人柄や良さを引き出すか、そこはずつと模索している部分です。

「クリエイターファースト」を掲げ、ファンも企業も喜ぶ YouTube 企画を

— 貴社の YouTube 施策で最も大事にされている考え方についてお聞かせください。

私たちは「クリエイターファースト」を掲げて施策を行っています。企業案件となると企業側としてはどうしても色々と宣伝したくなるのが当たり前だと思いますが、それをやってしまうとクリエイターさんの個性が殺されてしまうと気がついたんです。企業色が強い動画はちょっと「やらされている感」がありますし、コメント欄が荒れてしまい、最悪ファンが離れてしまうこともあります。面白い動画にして視聴回数伸ばしていくためには、クリエイターさんの「好き」に任せることがベストだと私たちは考えています。だからこそ、私たちはクリエイターさんを信頼し、企画のほぼすべてをお任せしているのです。

— しかしその場合、企業がイメージしていたものと違っていたり、正しくメッセージが伝わらないという懸念もあると思います。

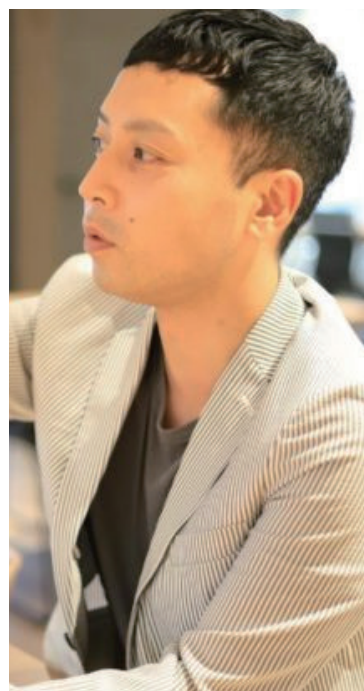
そうしたことになるように、お声がけ・キャスティングの段階で精査しており、その人がどのような動画を撮影するだろうかとイメージできてからお願いしていますので、これまで動画内容に関してクリエイター側との乖離が生まれたことはありません。

— 具体的にどのような基準を設けてキャスティングされているのでしょうか。

一番の基準は過去の動画内で「整形したい」と発言しているかどうかです。動画内でそうした発言があることで、案件として整形が実現した時に「クリエイターさんの夢が叶った！」とファンも祝福してくれるため、好評価になるのです。つまりすでに整形されているクリエイターさんより、整形になかなか手が出せないから毎日メイクを頑張っている人にお声をかけさせていただき、そのあと一歩を後押ししているイメージです。そういった動画の視聴者さんも美容整形に関心があると考えられるため、反応も良くなります。

— YouTuber さんをキャスティングされる中で、何か課題はあったのでしょうか。

YouTube 施策において最終的には全てを内製化していきたいと考えていたんです。そこでどのようなツールを導入して体制を作っていけばよいだろうかと悩んでいたときに「kamui tracker」のご提案をいただきました。海外のツールとも比較検討を行いました。手軽に YouTuber さんとそのチャンネルを定量的に評価できるというポイントが私たちの課題に刺さり、導入を決定しました。



月間最大 10 案件のキャスティングを内製することに成功！



— 「kamui tracker」はどのような体制で導入いただいているのでしょうか。

導入当初は自分が「kamui tracker」を使ってYouTuberさんをリストアップしていました。現在は現場の若いスタッフがピックアップを行い、自分がチェックを入れています。やはり若いスタッフの方が僕より動画を見るのも速いし、結論に至るのも速いのです。導入初期にはスタッフ向けの勉強会をエビリーさんが開催してくださり、そこで活用方法をレクチャーいただけたことでスムーズに導入できましたね。

— 「kamui tracker」の感想をお聞かせください。

「kamui tracker」で便利だと感じているのが、平均の視聴回数をはじめとした数値で YouTuber さんを判断できること。導入以前はチャンネル登録者数だけを見て判断していたのですが、エビリーさんのご担当者にアドバイスをいただき、現在は高評価と低評価のバランスや最近の投稿本数や勢いがあるかどうかといった

様々な数値からキャスティングを行っております。

また、「kamui tracker」は YouTuber 事務所さんと交渉する上でも重要なツールだと思っています。特に大手の事務所さんだと、こちらが YouTube に詳しくないだろうと踏んで、最初は足元を見てくるのです。そこで「kamui tracker」を導入していること、自社にも YouTube に対する知見があることを伝えると、ある種の牽制になります。つまりお互いフェアな状態で価格交渉ができるのです。

— 「kamui tracker」を導入した後、定量的な変化はありましたか。

現在では最大で月間 10 案件ほどは自分たちでキャスティングできるようになりました。クリエイターさんからタイアップの許可をいただき、金額交渉、動画の撮影、公開までを含めて、です。これはキャスティングの流れをツールでルーティン化できたことが大きいですね。

業界 1 位を目指して。医師のリクルーティングにも YouTube を活用

— 今後の貴社事業の展望についてお聞かせください。

TCB を美容クリニックの業界 1 位を目指していきたいと思っています。そのためにはクリニックの数を増やしていくこと、そしてお医者様のリクルーティングの強化が重要になります。

そのお医者様のリクルーティングに、今後は YouTube をより活用していきたいと考えています。お医者様が働きやすい職場環境であるということを YouTube によって伝え、「TCB で働きたい」と思ってもらえたら、と。

— 今後、YouTube をどのように活用されていくのでしょうか。

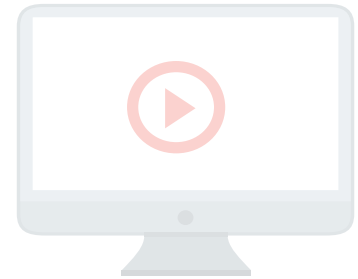
美容クリニック業界における YouTube 活用は、競合院に対してかなりの経験値を積んできたと自負していますが、抜かされるかもしれないという危機感は常に持ち続けていきます。今のポジションをキープしていくためにも、いち早く新しいクリエイターさんを「kamui tracker」によって見つけ、いい関係を築いていきたいですね。

— ありがとうございました。

株式会社メディカルフロンティア <https://medical-frontier.com/>

メディカルフロンティアは TCB 東京中央美容外科グループのバックオフィス（医療施設の運営サポート業 / 広告代理業）の役割を担い、医療従事者の皆様とは別の視点で、カスタマーに寄り添った経営支援を行っています。



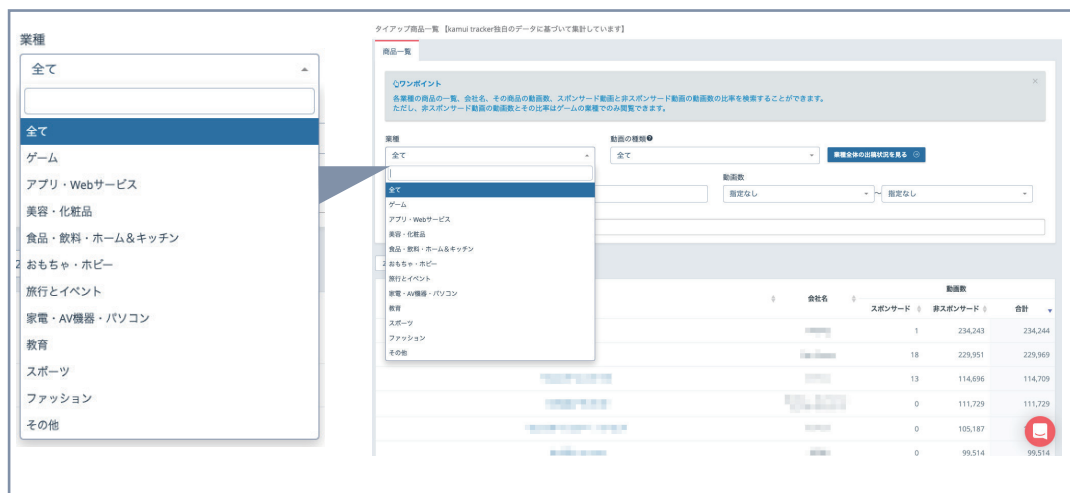


当社の運営する動画 SNS データ分析ツール「kamui tracker」は、
YouTuber キャスティング業務に役立つ機能を多数備えています。

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

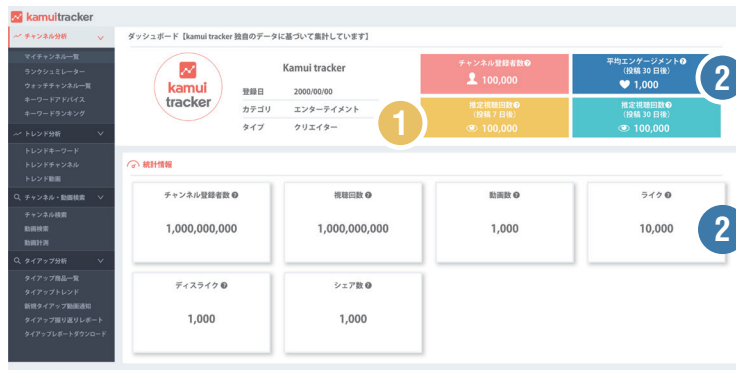
タイアップ動画に限らず
YouTube 上で伸びている企画
をリサーチすることができ、
YouTube 視聴者に受け入れられ
やすい企画の立案に役立ちます。
動画検索機能では、
・キーワード
・YouTuber 名
・動画投稿期間
などを絞り込んで
検索することができます。



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



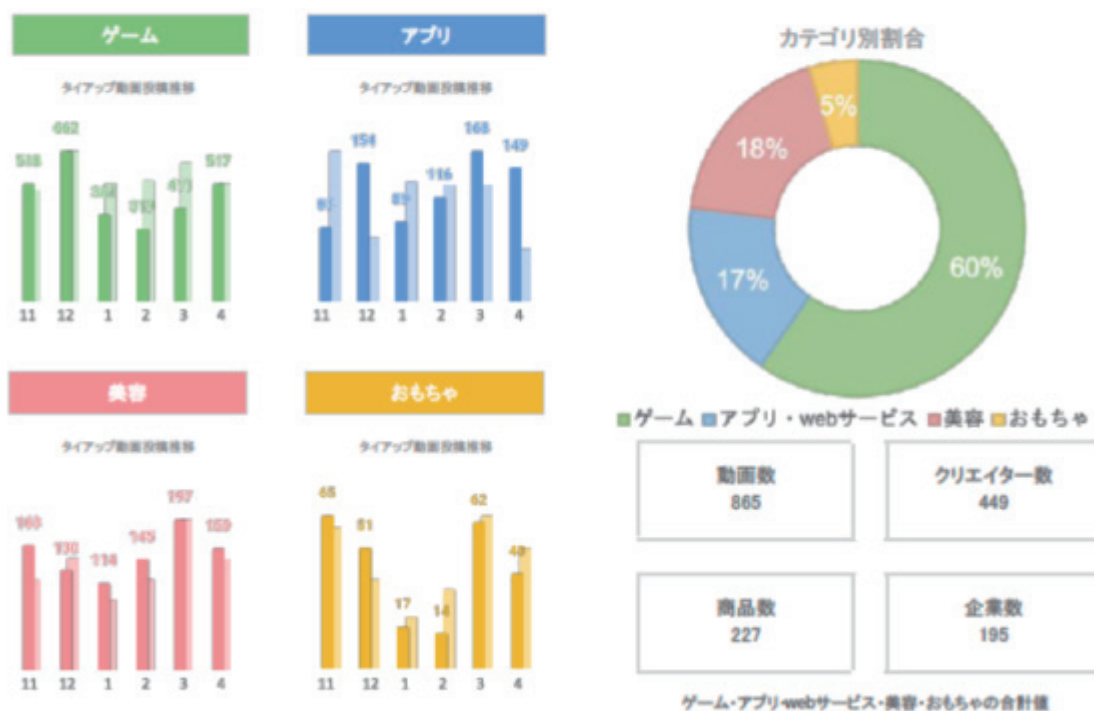
329,447 回視聴

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

