

会 社 名 株 式 会 社 ピ ア ラ  
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 飛 鳥 貴 雄  
(コード番号：7044 東証プライム)  
問 合 せ 先 取 締 役 管 理 本 部 長 下 川 剛 司  
(TEL 03-6362-6831)

## SNS で本当にリーチしたい層を捉える

質の高い見込み顧客づくりに最適なインフルエンサーの起用を可能にする

### 独自のスコアロジック「influence」を構築

ヘルスケア、ビューティ、食品領域を中心に、様々な業界の企業に対しブランディングから LTV 向上までの ALL データを一元管理し、通販 DX（マーケティング DX）サービスを展開する株式会社ピアラ（本社：東京都渋谷区、代表：飛鳥貴雄、以下「当社」）は、様々な SNS プラットフォームをベースに、運用型インフルエンサー事業や公式アカウント運用代行事業を行っていましたが、これまでの実績を元に、費用対効果の高いインフルエンサーを起用するためのスコアロジック「influence」を構築したことをお知らせします。



#### ■ 数字で計測しにくいインフルエンサーの影響力を分析

「influence」は、当社が提供する運用型インフルエンサー「Buzz Minutes」の実績と、業務提携先である株式会社 A が提供しているマーケティングツール A STREAM(エーストリーム)の分析データを独自にスコアリングし、費用対効果の高いインフルエンサー選定のプランニングを行うことができるスコアロジックです。

運用型インフルエンサー「Buzz Minutes」とは、数字で計測しにくいインフルエンサーの影響力を分析し、最適なキャスティングを実施するものです。実際に、アクティブフォロワー率やエンゲージメント率からインフルエンサーの影響力を測定したり、フォロワーやいいねを押した人のデータからインフルエンサーの属性を把握することで、商品とインフルエンサーの相性の良さを測り、効果を最適化しています。

当社の「influence」を利用することで、これまでのプラスアルファとして、各インフルエンサーのターゲット到達率(見込み顧客になり得そうな人々への到達率)とブランドリフト単価を算出し、見込み顧客を最大化するために最適なインフルエンサーを選定することが可能になります。

## ■ クライアントの目的に合わせて、費用対効果の高いインフルエンサーをご提案

認知度を上げたい、ブランディングをしたい、見込み顧客を作りたいなど、様々な目的に応じて最適なインフルエンサーをキャスティングするために、当社の「influence」の独自指標が効果を発揮します。

商品やサービスをPRする上で、キャスティングはとても重要なポイントの1つです。しかしながら、フォロワー数やエンゲージメントなどの単純な指標は、クライアントの求める効果に直結するかどうかの判断基準としては不十分です。

リーチできる人数や領域は、インフルエンサーごとに異なります。当社の「influence」では、フォロワー数の検知、属性調査、拡散力、アクティブフォロワー率、エンゲージメント率から多角的にインフルエンサーの質を分析し、フォロワー内外に見込み顧客になりそうな人々がどのくらいいて、その中の何パーセントにリーチできるのかを算出し、1人当たりの情報到達単価を計測します。これらを算出することで、質の高いインフルエンサーかどうかを判断する指標となり、結果的に費用対効果の高いキャスティングをご提案することが可能となります。



**見込み顧客層に情報を伝達できる  
質の高いインフルエンサーの起用を実現！  
費用対効果の高いキャスティングの提案が可能に。**

## ■ 「influence」導入事例

実際に、「influence」で算出された数値を元にキャスティングをしたインフルエンサーのPR施策による費用対効果が、格段に高くなることが確認できています。

事例 Influence × リーチ単価			
	GroupA	GroupB	GroupC
FW数	147,621	118,841	215,633
ブランドリフト単価	<b>100円以下</b>	100円台	300円以上
COST	¥442,863	¥356,523	¥646,899
リーチ数	<b>71,493</b>	24,254	39,296
リーチ単価	<b>¥6</b>	¥15	¥16

**Influenceと費用対効果の相関性には一定の再現性あり**

検証は、「influence」で、購入確度の高いと想定される人々1人あたりに対し、各インフルエンサーがどのくらいの単価で情報を発信できるのか(ブランドリフト単価)を算出し、単価が近しかったインフルエンサーを3つのグループに分けて実施しました。実際に全てのインフルエンサーにPR投稿を行ってもらったところ、「influence」で算出したブランドリフト単価が1番低かったグループが、最も低いコストで最も多いリーチ数を獲得できるという結果となりました。

フォロワー数が多いからといってそれに伴い、リーチ数が増えたり、見込み顧客を多く獲得できるとは限りません。当社は、なんとなく良さそうという曖昧なキャストイングではなく、「influence」を1つの判断基準として、複合的なデータ分析のもと、最適なインフルエンサーのご提案を行います。

## ■ SNSでの施策をトータルプランニング「Buzz Create」



当社は、運用型インフルエンサー事業「Buzz Minutes」や、公式 SNS アカウントの運用「BuzZeal」など、SNSプラットフォームをベースとした様々なサービスを展開しております。この度、SNSにおけるブランディングや見込み顧客の獲得、波及効果の可視化までをトータルプランニングするパッケージプラン名を「Buzz Create」とし、2022年1月より専門部署を新設してサービス強化を図っております。

制作が難しい、運用戦略が分からない、企画が追い付かない、どのように拡散するべきか分からないなど、SNS運用にまつわる全てのお悩みをサポートいたします。実際に、運用型インフルエンサー「Buzz Minutes」では、クライアントのKPIに合わせて、活用するインフルエンサーの属性や拡散力を調査し、それに伴った企画立案などを行います。さらに、公式 SNS アカウントの運用「BuzZeal」では、アカウントの立ち上げから、アルゴリズムを捉えた運用戦略立案、企画検討立案、クリエイティブ制作、アカウント運用改善分析、レポートなどトータルでサポートいたします。

当社は今後も SNS でのあらゆる施策においてクライアントを支援、売上向上に貢献してまいります。

## ■ influence に基づいたサンプルリストの提供も行っています。お気軽にご連絡ください。

市村 : [info@piala.co.jp](mailto:info@piala.co.jp)

### 【株式会社ピアラ 会社概要】

商号 : 株式会社ピアラ  
代表者 : 代表取締役社長 飛鳥 貴雄  
所在地 : 〒150-6013 東京都渋谷区恵比寿 4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー 13 階  
設立 : 2004 年 3 月  
事業内容 : 1. EC マーケティングテック事業 2. 広告マーケティング事業  
資本金 : 850 百万円 (2022 年 3 月末)  
証券コード : 東京証券取引所プライム市場(証券コード : 7044)  
関連会社 : 比智(杭州)商貿有限公司、PIATEC (Thailand) Co., Ltd.、  
株式会社 PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、  
CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam) Co., Ltd.  
株式会社ピアラベンチャーズ、株式会社 P2C  
URL : <https://www.piala.co.jp/>