

フル活用し、SNS集客を確立！



バクゾウ

B A K U Z O U

会社SNSを貴社集客マーケティングメディアとして資産化させます

ICK

会社概要



会社名 ICK株式会社

設立日 2020年8月24日

資本金 3,000,000円

所在地
■本社
110-0015 東京都台東区東上野2丁目13番11号 増田ビル4F

■幡ヶ谷オフィス
151-0072 東京都渋谷区幡ヶ谷1丁目1-5 第一岩田ビル705

■稲毛オフィス
千葉県千葉市稲毛区小仲台2丁目6-1 京成稲毛ビル2F

電話番号 03-5817-8781

従業員数 25名(アルバイト含む)

事業内容
SNSマーケティング事業
アパレル事業
イベント事業

主要取引先 アウモ株式会社 株式会社デジタルプラス

SNSに特化した事業展開を行っており SNSソリューションを提供

TikTok



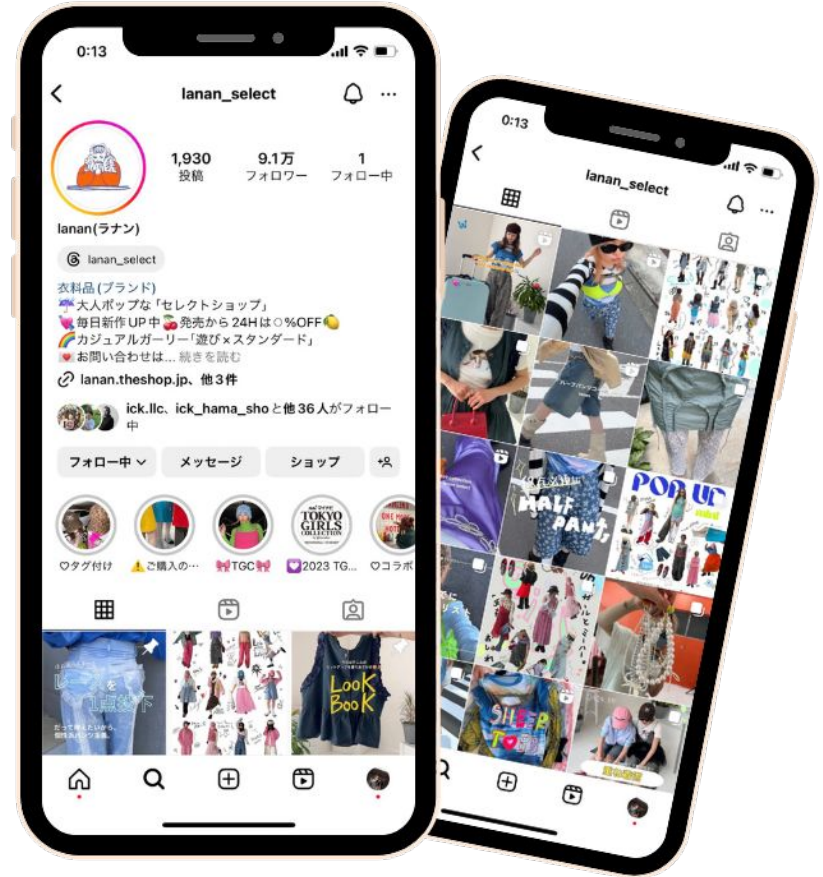
Instagram



LINE



広告代理事業、インフルエンサー事業など





小林 一太

アウモ株式会社(グリー株式会社子会社)にて、取締役を務めた後、SNSマーケティング運用の組織構築経験を活かし、2020年8月に独立。

【経歴】

2010年5月
グループン・ジャパン株式会社
名古屋支店営業部開設

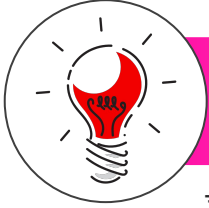
2013年8月
グループン・ジャパン株式会社
セールスマネージャー 就任

2015年6月
グリー株式会社入社
株式会社レッスンパス
(グリー株式会社子会社)に出向
大阪支店長 就任

2017年3月
アウモ株式会社
(グリー株式会社子会社)
取締役 就任

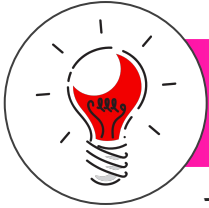


ICK株式会社の強み



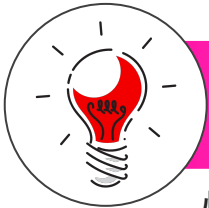
運用実績 **500**社以上の
SNSマーケティング

業界問わず大手企業との取引実績が豊富で安心



ブランディングと集客に強い
マーケティング会社

さまざまな情報実績から
お客様ごとのニーズにあった戦略



成果にコミットした提案に強い
マーケティング会社

情報のアップデートが早く
最先端の提案



ICK株式会社の強み



平均年齢 **25歳**

若い世代だからこそできる
**トレンドキャッチカ
バズらせノウハウ**
運用術
がある

総フォロワー **23.4万人**

総再生回数 **1300万回**

自社アパレルブランドは
3年でフォロワー **10.2万人**

取引実績

累計運用実績500社以上

WDIGROUP
WORLD DINING INSPIRATIONS

W
WOLFGANG'S
STEAKHOUSE

和洋料理
カリー街
Pizza

JR
JR九州ホテルズ

GREE

KOSÉ
BEAUTY ACADEMY




CENTURION HOTEL


Tameny


CNCTOR

人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス


いちやまマート
ICHIYAMA

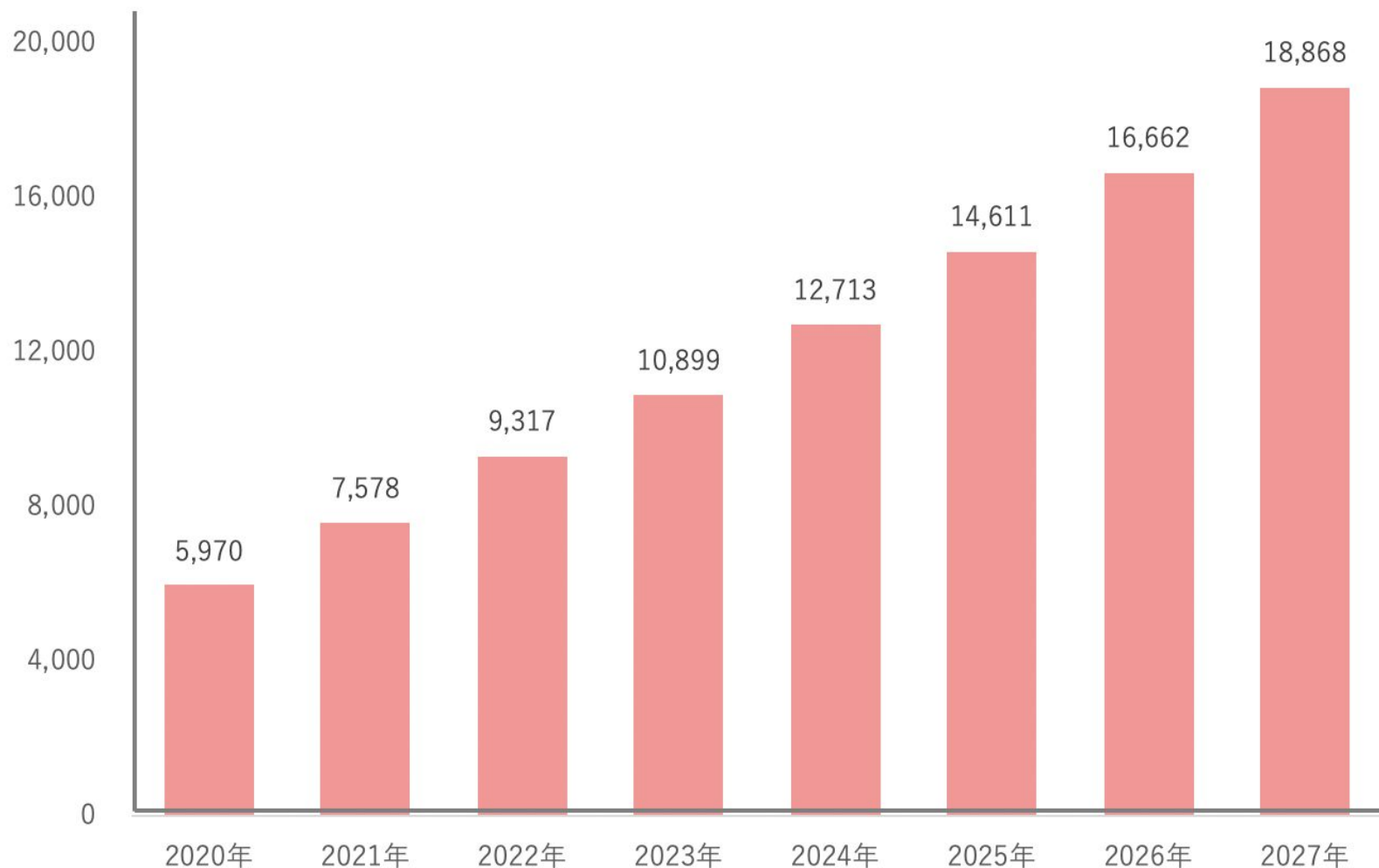
 青林松風産

Tes Tee

 Premium Co., Ltd.

※一部抜粋

SNSの市場規模は2027年に **1.8兆円** 突破と予測！



出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ (2022年11月発表)

検索行動の変化によって、SNSでの信用の蓄積が重要に

ユーザーは商品やブランドを知りたいと思ったら

SNSで調べる傾向に

検索エンジンで調べる 51.3%

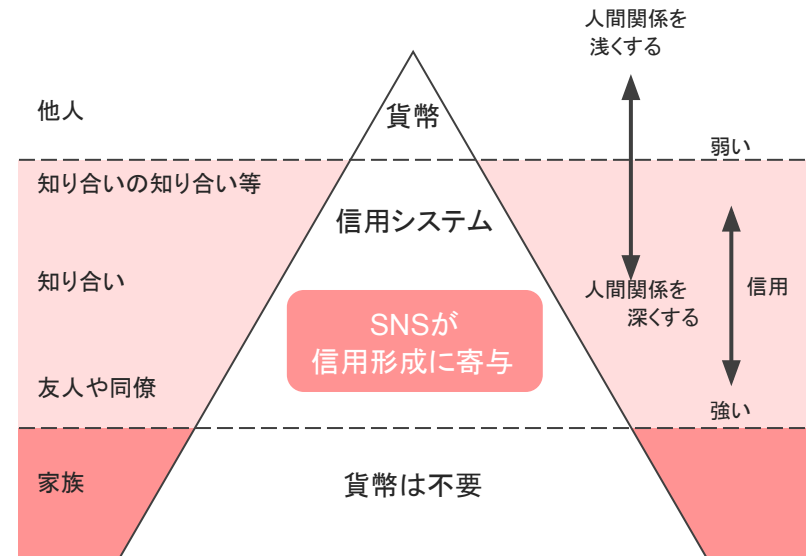
SNSで調べる 53.2%



Percentage of global internet users aged 16-24 who use each channel as a primary source of information when researching brands. Source: Hootsuite and We Are Social, Digital 2021

デジタルネイティブはSNSを通じて

信用形成を行う



信用経済と情報基盤/ Trust Economy and Information Infrastructure
2020年2月28日(金)、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科成果発表会
『サービスデザインシンポジウム2020』著 Kenji Saitoから追記作成

圧倒的な成長を遂げる TikTok

月間ダウンロード **世界No.1**

1位



2位



4位



3位



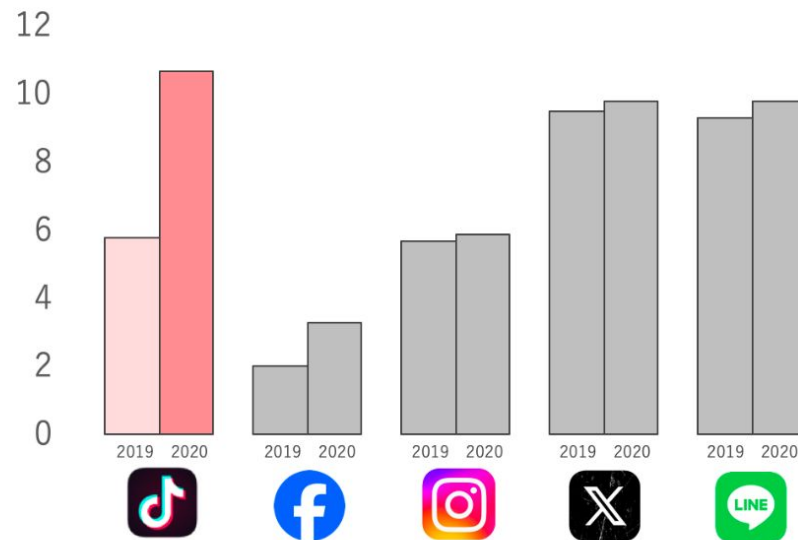
5位



グローバルダウンロードでTikTokが世界一に
累計インストール数は30億回を超えている

出典：Sensor Tower

SNS利用時間 **国内No.1**



X,LINEを抜きTikTokの利用時間が1位に
前年度からの群を抜いて成長

出典：APP ANNIEモバイル市場年鑑2021

市場環境



2023年 **日本における** TikTok 経由での
消費額は **1,772億円** と推計。






出典: TikTok Socio-Economic Impact Report 2024








実際、TikTokユーザーのうち30.5%が「TikTokで動画を見て商品やサービスの購入経験がある」と回答。若年層ほど購入経験の割合は高い傾向にあるものの、60代でも17.6%が経験があると回答しており、TikTokは広い世代の消費行動に影響を与えていると言えます。

市場環境

OVERALL REVENUE

- 1位  TikTok
- 2位  YouTube
- 3位  Google One
- 4位  tinder
- 5位  Disney+

APP STORE REVENUE

- 1位  TikTok
- 2位  YouTube
- 3位  tinder
- 4位  WeTV
- 5位  Disney+

GOOGLE PLAY REVENUE

- 1位  Google One
- 2位  TikTok
- 3位  Disney+
- 4位  ピッコマ
- 5位  HBOmax

グローバルDLランキング

1位

国内アクティブユーザー数

1,700万

世界のダウンロード数

30億以上

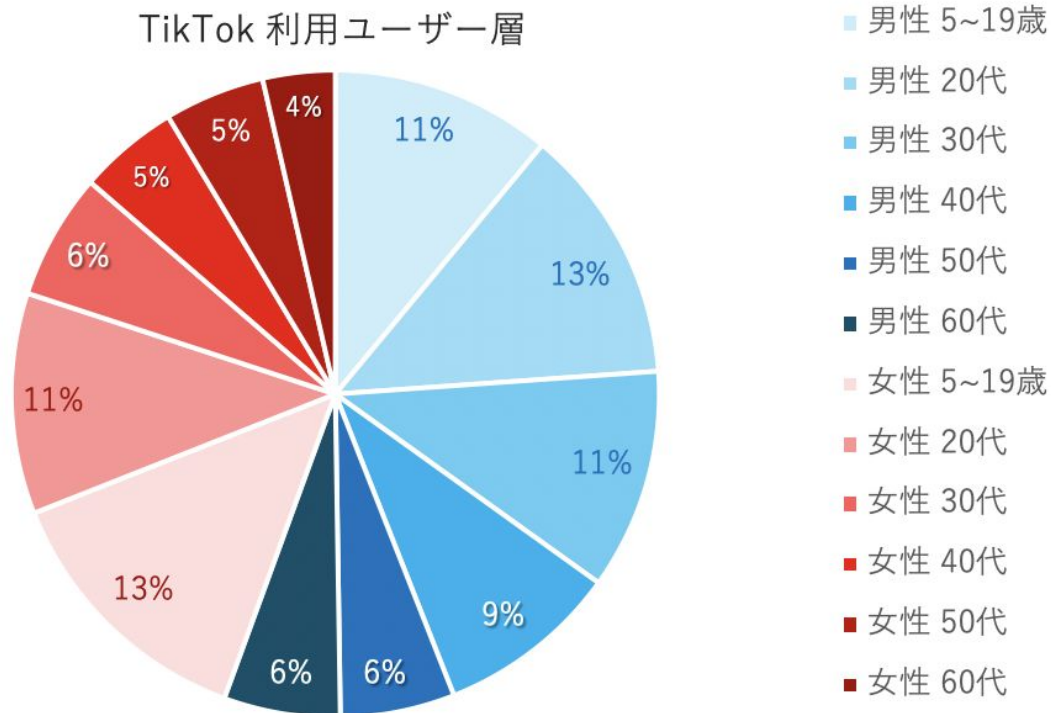
平均視聴時間/月

24時間以上

TikTok利用ユーザー属性

今では20代以上の利用が拡がり、主要購買層へのリーチも可能
TikTokは若年層 + 主要購買層に強いプラットフォーム

平均年齢**34.15**歳（30歳以上が半数以上）

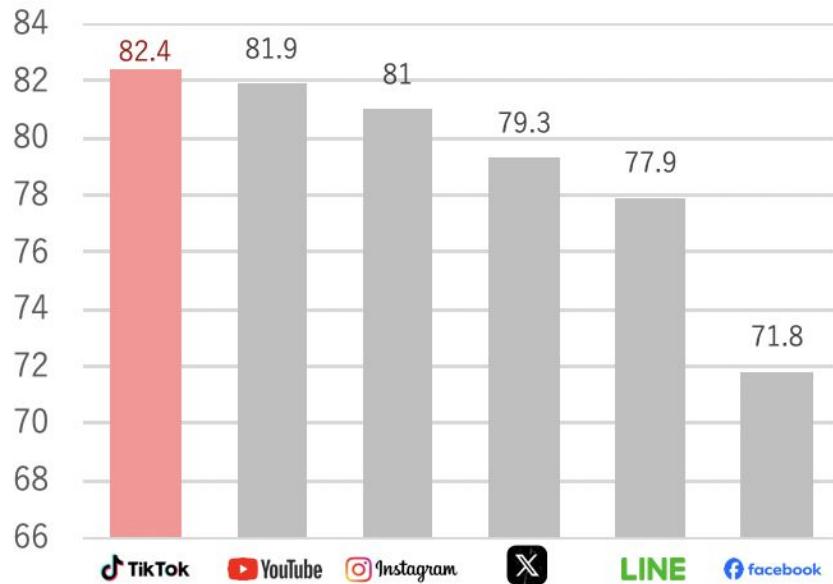


SNS利用満足度・SNS利用時間

TikTokが利用者満足度、利用時間増加で **No.1**

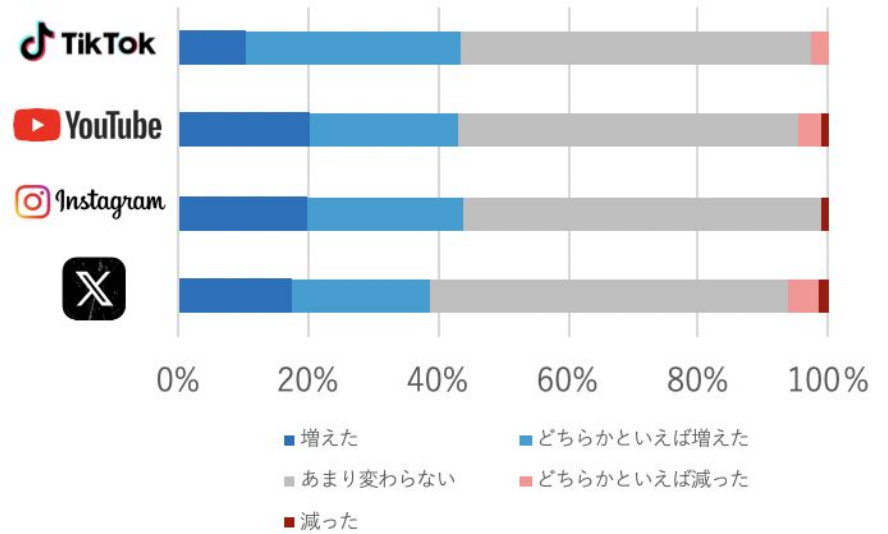
利用者満足度**1位**はTikTok

<主なSNSの利用者満足度>



TikTok利用者の**43.6%**が利用時間増加

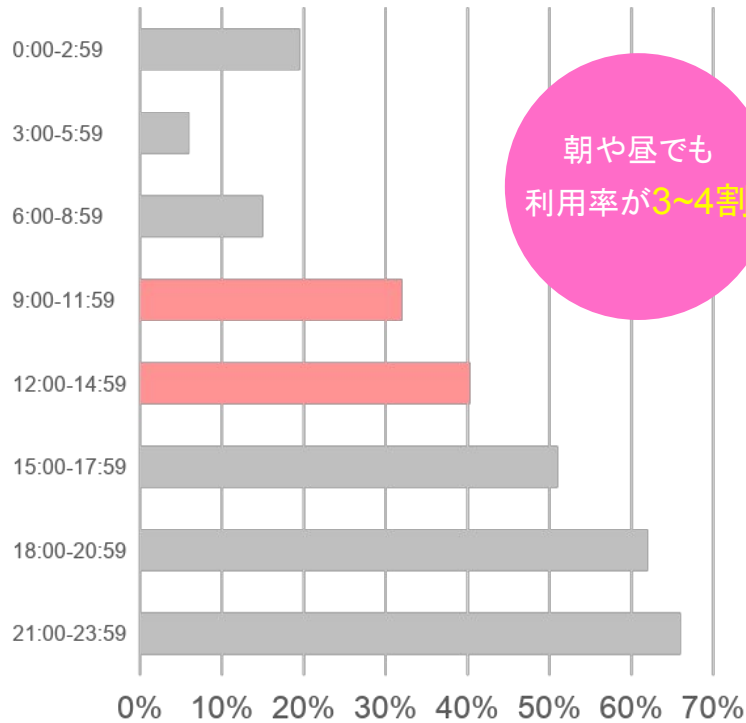
SNS利用時間の変化（1年前と比較）



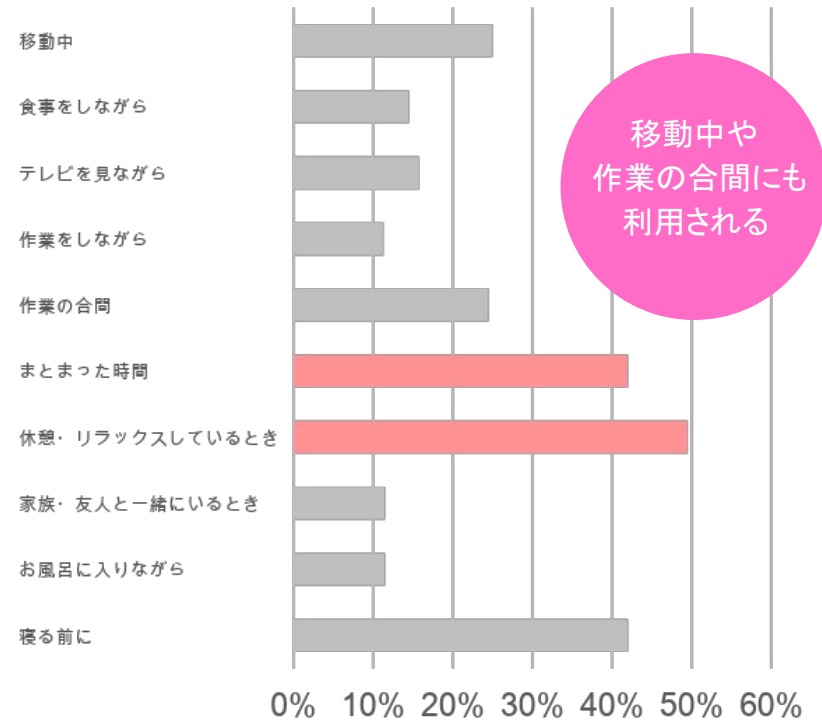
TikTokの利用時間帯・利用シーン

TikTokはすぐ簡潔する**短尺動画**だから、空き時間さえあれば見てしまう

TikTokの利用時間帯



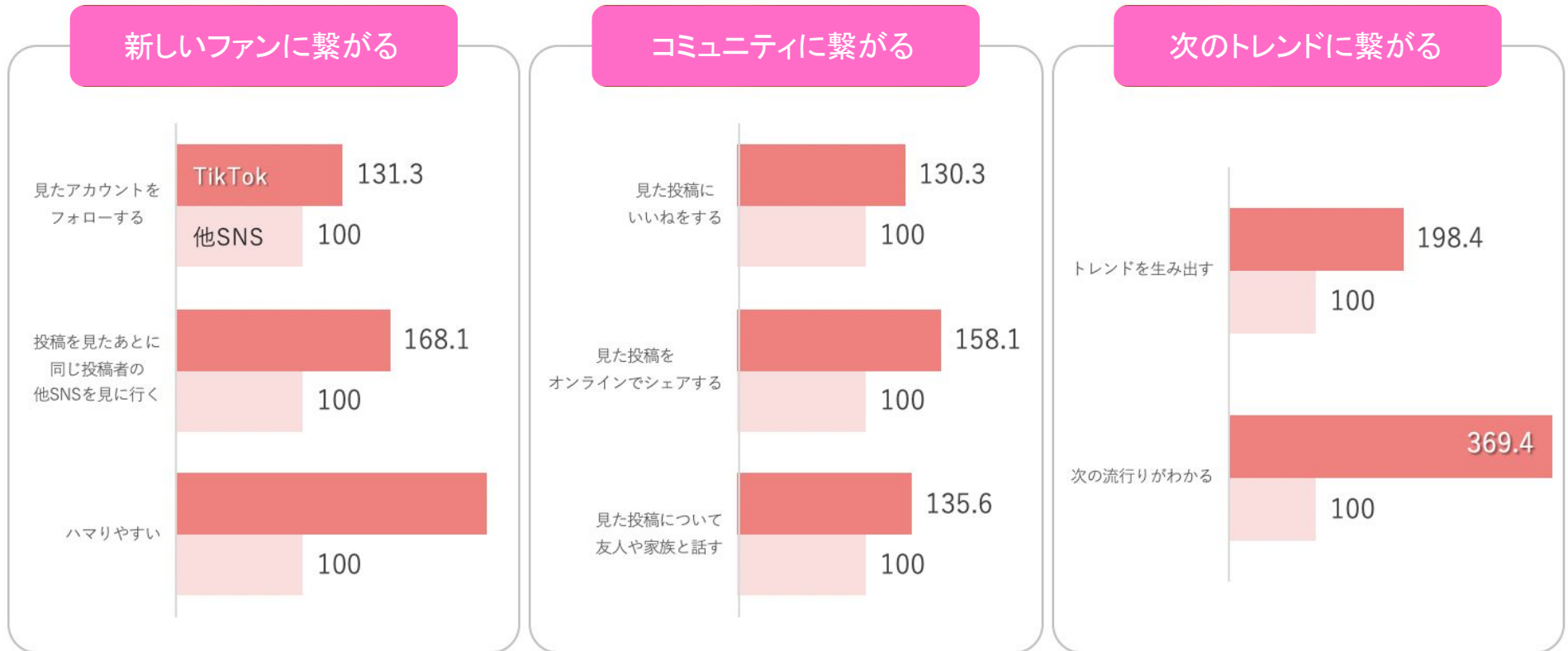
TikTokの利用シーン



TikTokを見た後のユーザーアクション

TikTokはポジティブにコンテンツを届けられます

そして、TikTokはフルアテンションで見られています



TikTokの特徴

無目的の利用が多いため、新たな情報に触れることを求めている



Z世代ユーザーにとって、TikTokはエンタメ目的ではなく、
生活上のヒントを探すための場所へと変化



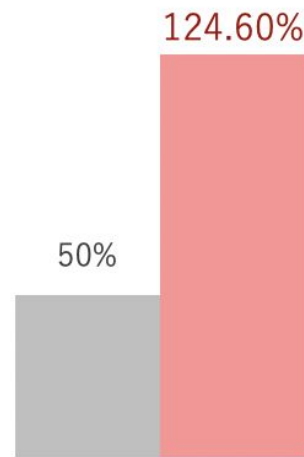
TikTokで好きなコンテンツ

商品開封（レビュー）系	アニメ・漫画	ゲーム	ファッション	メイク
150	148	142	139	135
映画・ドラマ	企業やブランドの発信	景色・旅行	How To 動画	料理・グルメ
142	123	120	113	112

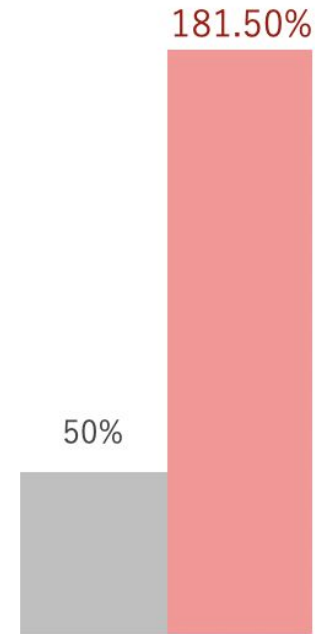
TikTokを導入する目的

TikTokは潜在的な顧客へのアプローチが可能

目的を持たない回避こそ、TikTokの真骨頂。



目的もなく開く

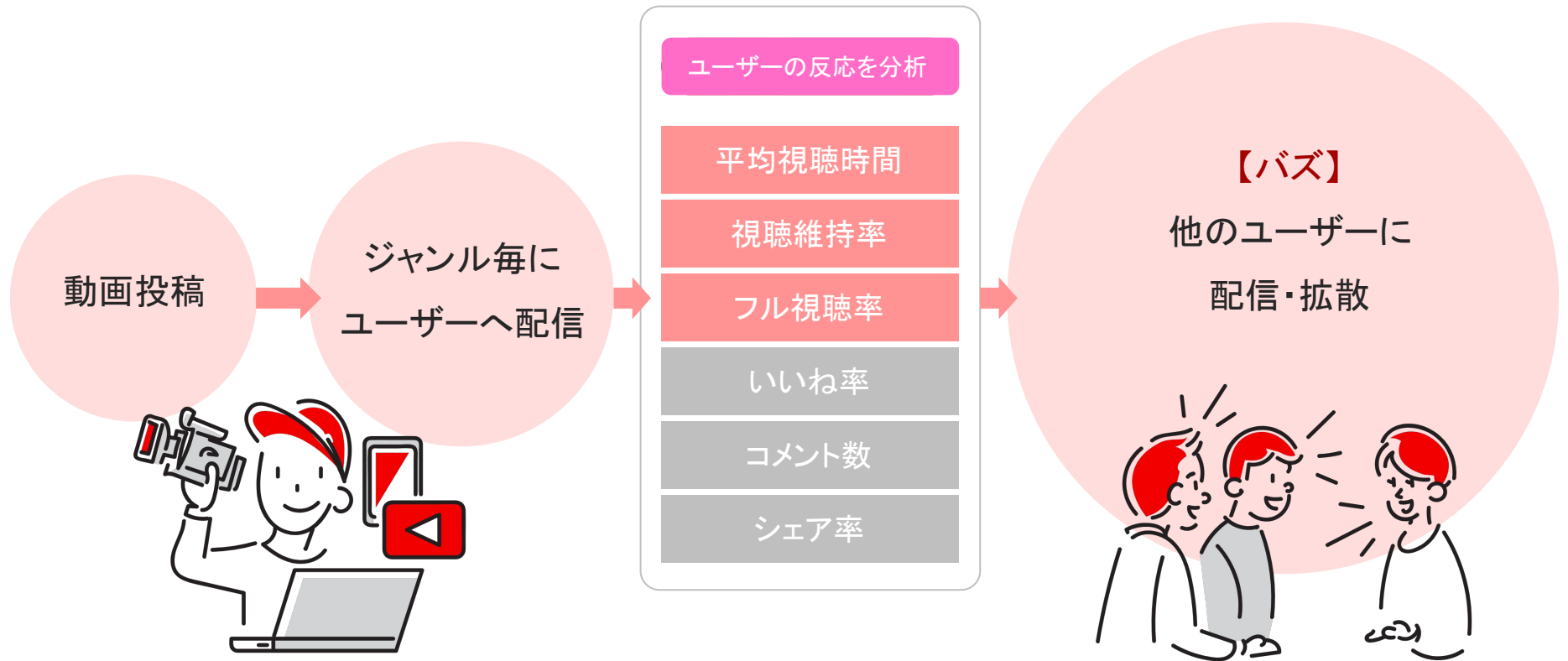


たまたま面白い動画に出会えるから開く

TikTokのアルゴリズム

アカウントの初期段階でも、全ての投稿が一定数のユーザーに表示されるアルゴリズムです。

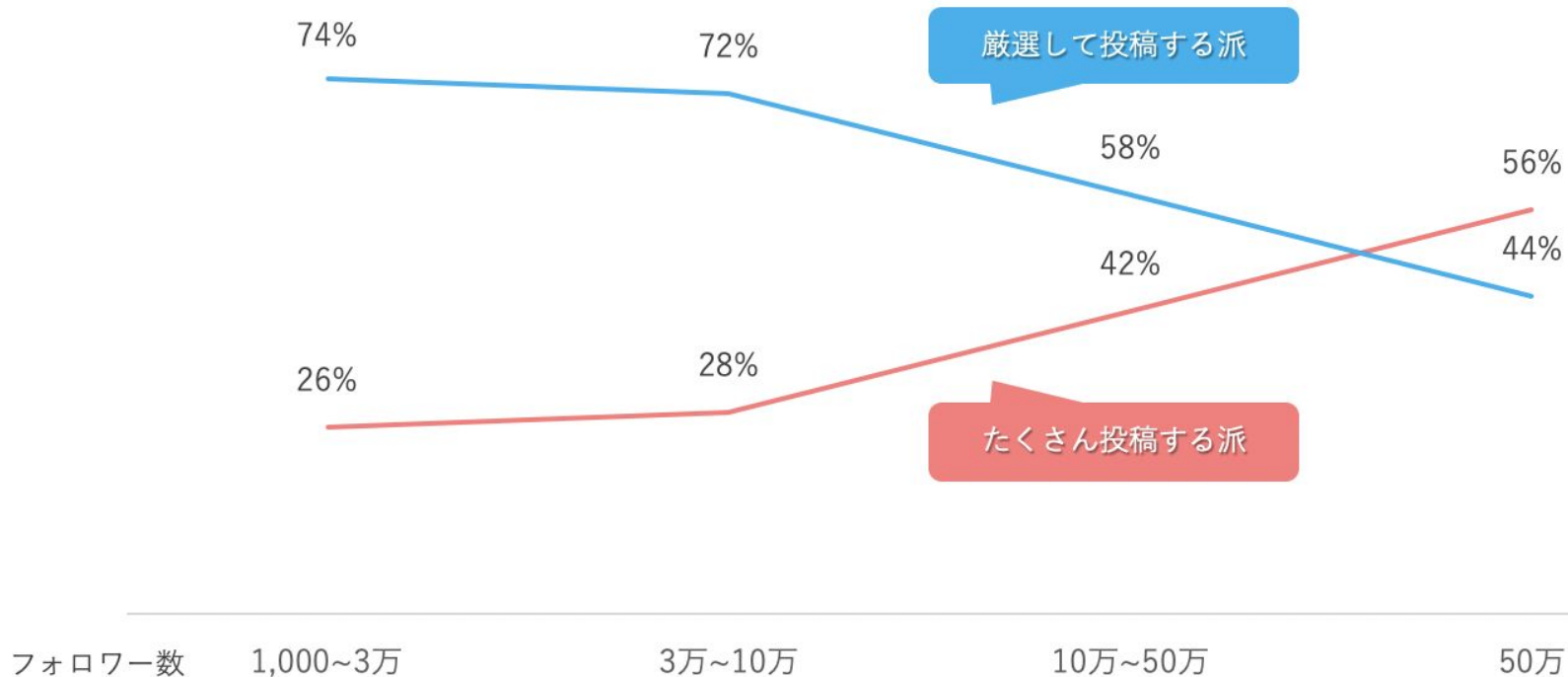
コンテンツが拡散されると、膨大な数の個人にリーチすることが可能です。



TikTokの投稿頻度について

たくさん投稿して**バズる確率**をあげる

100%満足したものしか投稿しない！というこだわりも、長く続けるにはなかなか大変。
たくさん投稿することで、バズる確率もあがる。

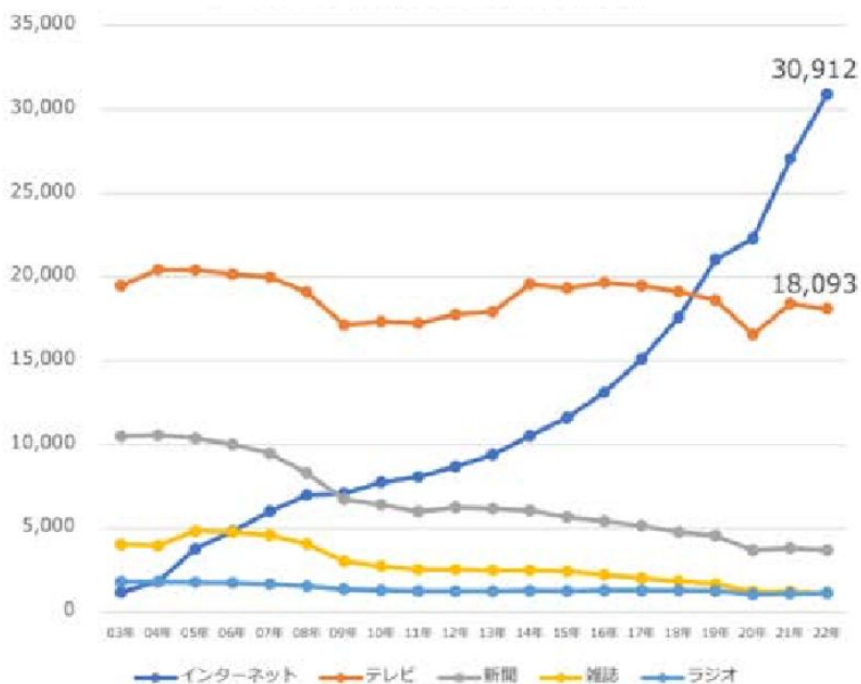


日本のマーケティングにおける SNS の立ち位置

日本の広告市場の変化

消費活動全般がSNS中心へ移行していくという社会的潮流において、
企業のマーケティング活動も**SNSへと主戦場を変化**させている

2022年 日本の広告費(億円)

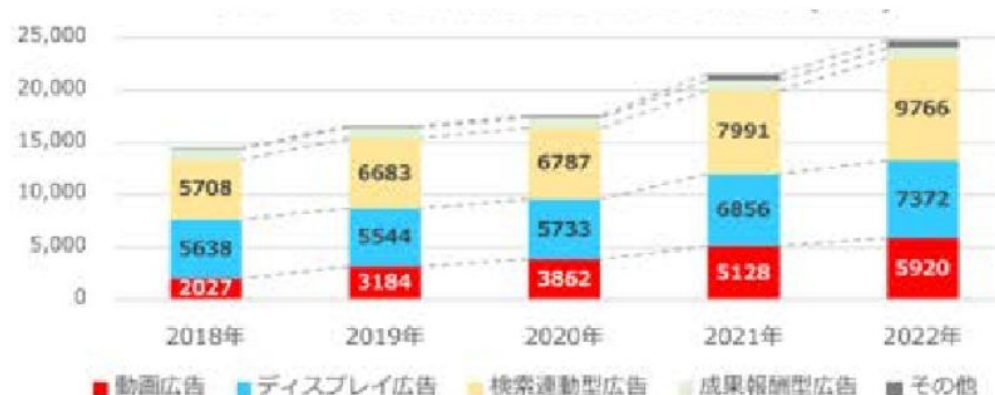


(出典) 電通「日本の広告費」

ソーシャル広告の構成比推移(億円)



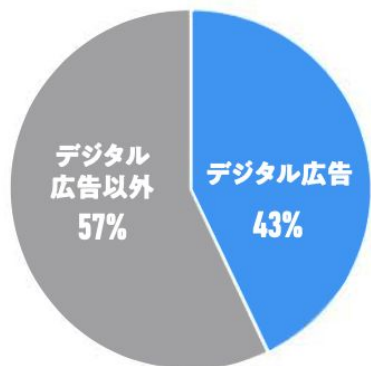
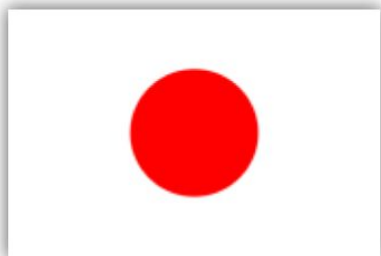
インターネット広告媒体費の広告種別構成比(億円)



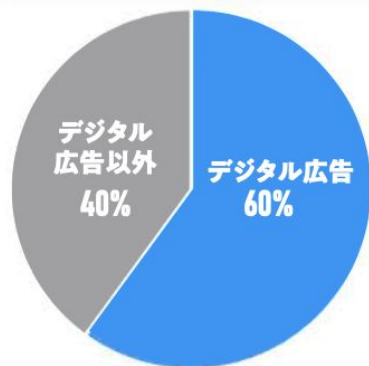
日米の広告・集客手法の違い

IT先進国のアメリカでは、SNSがテレビ広告を上回る

日本の広告費内訳

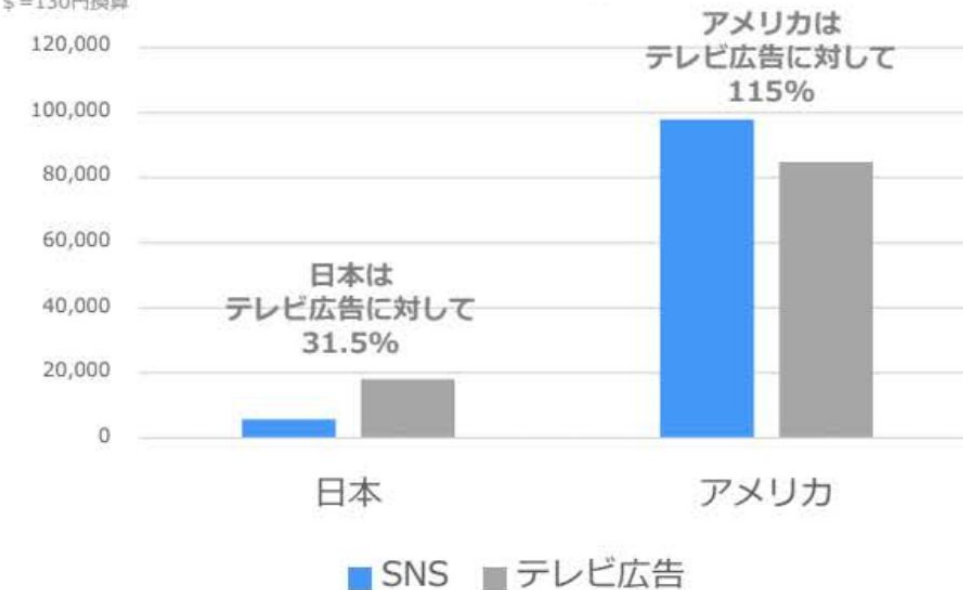


アメリカの広告費内訳



日米広告費比較(2022年)

(単位)億円
\$ = 130円換算



集客コストを抑えて、売上増・事業成長を目指せる

無料で使える



口コミ重視
勝手に拡散される



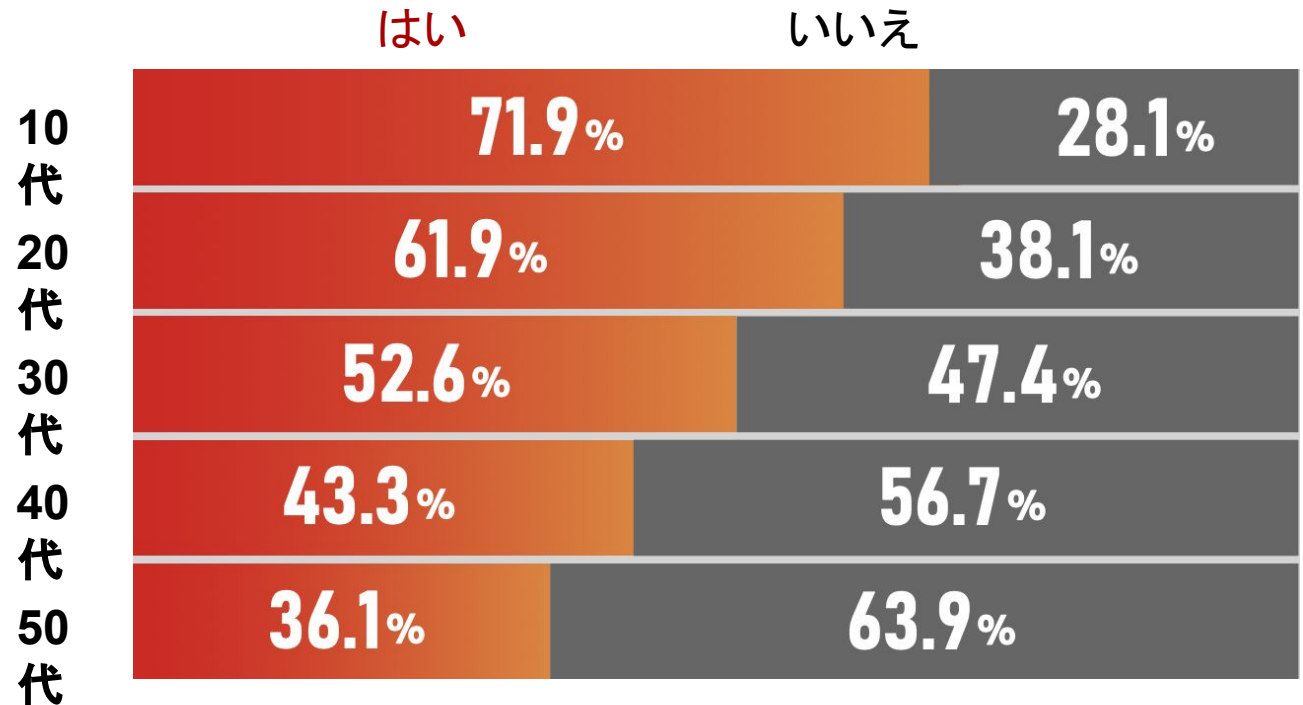
新規顧客に
アプローチできる



なぜSNSと集客は相性が良いのか？

10代~30代の半数以上が
商品やサービスを購入する際に SNSを参考にしている

Q.
商品やサービスを購入する際
SNSを参考に
していますか？



SNS集客に期待できる効果



サービス概要

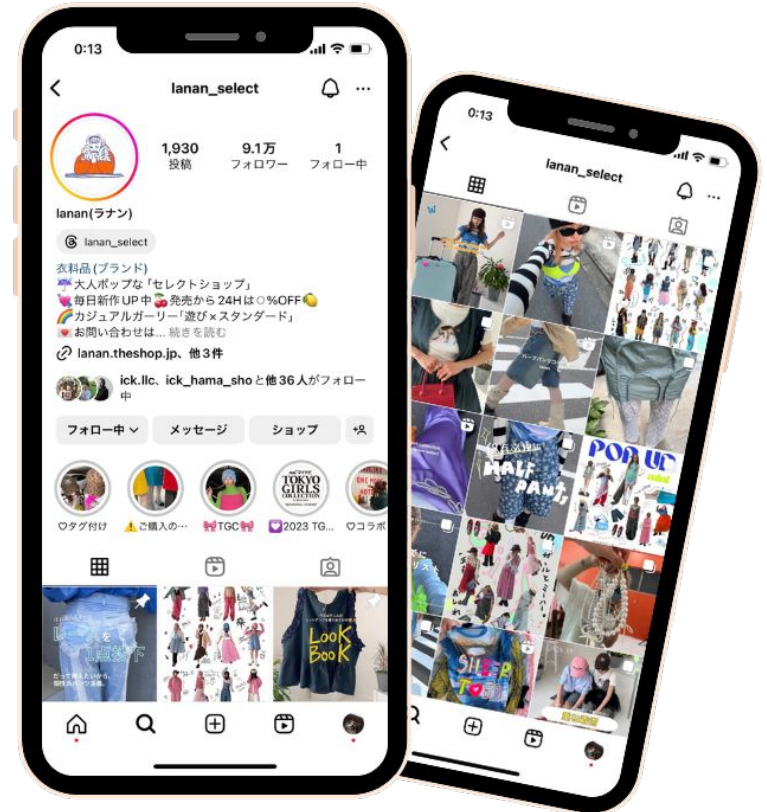
バクゾウとは？

集客特化型 SNS運用代行

バクゾウ

とは？

ショートムービーを皮切りに
商品やサービスの認知拡大・集客を行う SNS
の自社アカウント運用サービスです。



01

資産性のある形でコンテンツを蓄積することが可能

バクゾウなら、予算単位で出稿される期間限定の広告とは異なり、コンテンツがプラットフォームに残り続けるため、中長期的な集客・認知拡大を実現します。

02

潜在層へのアプローチの最大化を実現

積極的に商品やサービスを探していない人たちとつながることが出来ます。無意識・余暇で視聴するSNSで、あなたの商品・サービスの魅力を伝えます。

03

広告費を大幅削減

従来の広告よりも圧倒的な低価格・拡散力で認知獲得を実現できます。SNSで資産性のあるメディアを持ち、顧客と日々つながることでより効果的かつ効率的なマーケティング活動を実現します。

なぜSNS運用？

現在、TikTok/Instagram/LINE/HP(Lit.Link)の全てを組み合わせた集客手法が**主流**になっています。

自社商品やサービスをSNSを通じて発信していくことで、
自社のメディアとして機能させることが可能になります。

みなさまの会社の
ファンを獲得できます！



この商品を購入したい！
このサービス良さそう！



こんなサービスあったんだ！
自分も利用してみんなに共有したい！

貴社じゃなきゃいけない**“理由”**を作ります。

各媒体の目的

各媒体には、それぞれの特色に応じた**目的**があります。



SNSアカウント運用の比較

TikTok



Instagram



公式LINE



フォーマット	動画のみ	画像・動画が中心	テキスト・画像・動画
リーチ	動画単体評価のため 拡散力(バズ)が高い	フォロワー中心	友達のみ
利用目的	無目的・余暇として	興味・関心のある事柄に ついての投稿を見る	有益情報の獲得 コミュニティの形成
特徴	投稿の多様性や 人間観察が共感と呼ぶ	購買意欲の高いユーザーに 発信することができる	外部から見えない 閉じた環境

SNSアカウント運用の比較 - TikTok

TikTok



フォーマット	動画のみ
リーチ	動画単体評価のため 拡散力(バズ)が高い
利用目的	無目的・余暇として
特徴	投稿の多様性や 人間観察が共感と呼ぶ

TikTokアカウントの3つのポイント

01 TikTokとは、15秒から1分ほどの短い動画を簡単に投稿・視聴できる、短尺動画プラットフォーム。

02 ユーザーはおすすめ動画を回遊視聴するため、再生回数はフォロワー数に依存しない。

※過去の投稿動画を資産化することで、TOPページに回遊したユーザーへ他の動画を見てもらうことが可能に。

03 TikTokのアルゴリズム上、ユーザーの潜在的に興味のある動画を届けることができるため、採用ターゲットへの認知拡大に向いている。

SNSアカウント運用の比較 - Instagram

Instagram



フォーマット	画像・動画が中心
リーチ	フォロワー中心
利用目的	興味・関心のある事柄についての投稿を見る
特徴	購買意欲の高いユーザーに発信することができる

Instagramアカウントの3つのポイント

- 01 Instagramとは、画像を中心としたビジュアル要素でのコミュニケーションに特化したツールである。
- 02 ユーザーはフォロワーの投稿を回遊するため、より興味関心の高いユーザーに投稿を届けられる。
- 03 今やInstagramはGoogleの次に検索ツールとして使われており、興味関心の高いユーザーをフォロワーにすることができる。

lit.link(リットリンク)構築例



lit.linkの3つのポイント

01 lit.linkは、ユーザーに対して、1つのURLで、豊富な情報を発信することができる。

02 HPIは、改修作業がスピード遅くなりがちだが、lit.linkの場合、早急な改修作業が可能。

03 LINEへの友達登録を促すために、バナーを作成し、掲載可能。それぞれのリンクへのクリック数も計測可能。

SNSアカウント運用の比較 - 公式LINE

公式LINE



フォーマット	テキスト・画像・動画
リーチ	友達のみ
利用目的	有益情報の獲得 コミュニティの形成
特徴	外部から見えない 閉じた環境

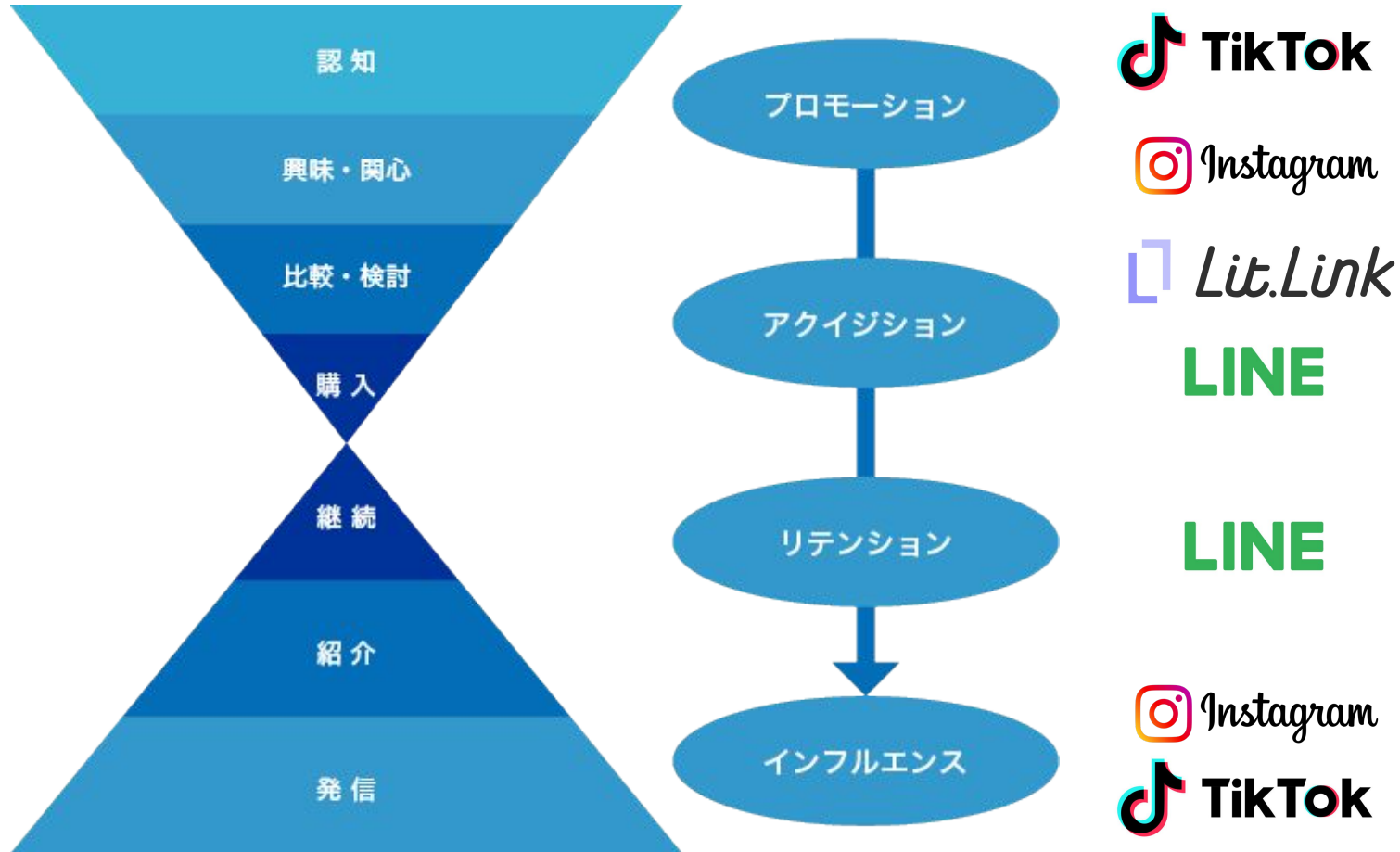
公式LINEアカウントの3つのポイント

01 公式LINEとは、友達追加をしたユーザーに対して、顧客リストの作成を行うことができる。

02 登録ユーザーへコンテンツの一斉配信や、特定のユーザーに対して専用の配信を行うことができ、コンテンツ配信対象のカスタマイズ可能。

03 より感度の高い顧客リストの作成、CVRの向上に貢献。

集客マーケティングとは？



各媒体に役割があるので、点ではなく、
面で対策することにより、成果が最大化します。

想定される経路

顧客獲得への想定される経路は以下です。



各経路ごとに、ウォッチするKPIは異なります。
それぞれ、モニタリングを行い、PDCAを回します。

最終的なGoalは、有効顧客となるLINE友達を増やすことです。

サービス詳細

進行スケジュール

弊社サービス利用時の標準フロー

Step.1

企画案・擦り合わせ



Step.2

ネタ提出



Step.3

台本提出



Step.4

撮影作業



Step.5

編集作業



Step.6

投稿・分析



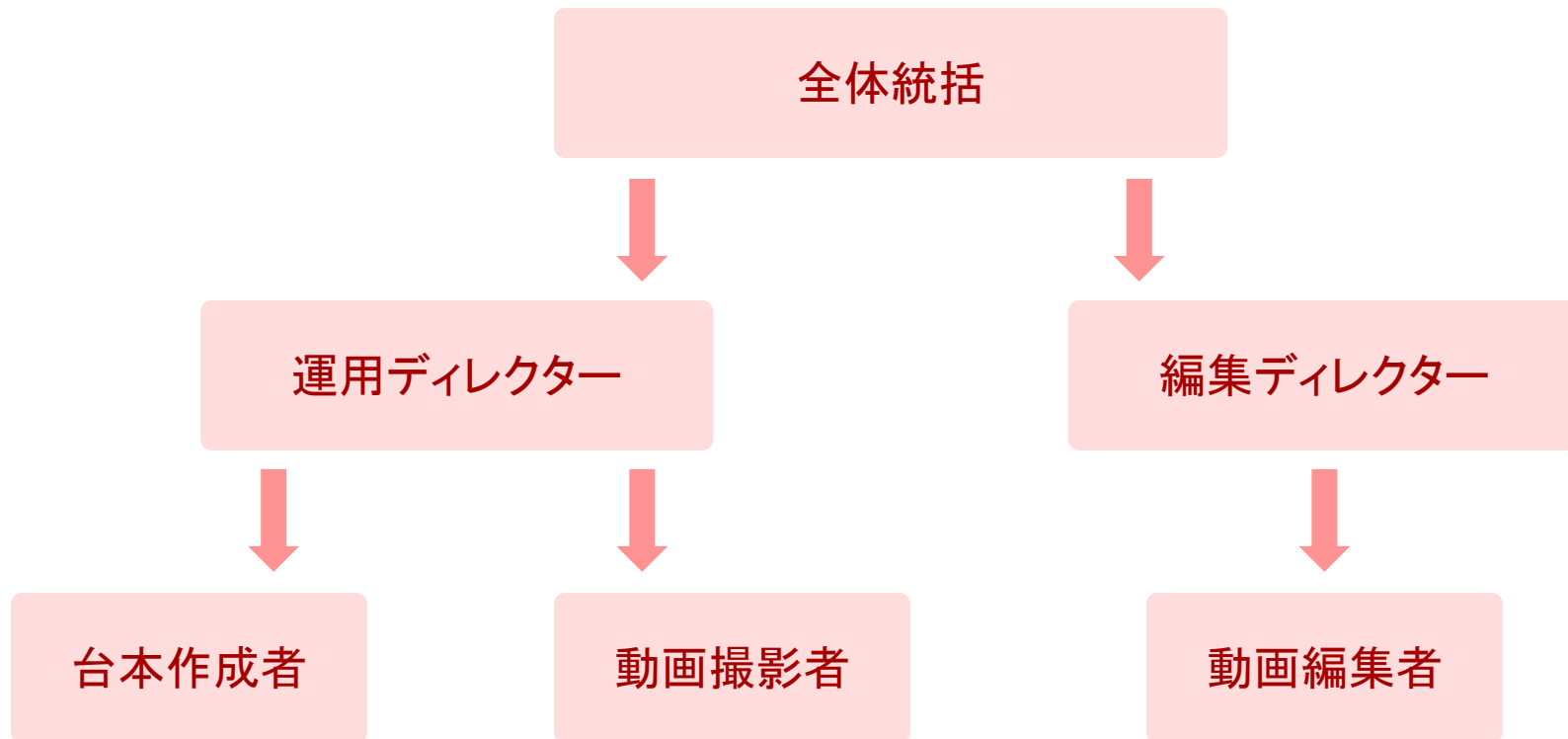
運用代行スケジュール

下記は弊社サービスを導入いただいた場合の標準的なスケジュールとなっております。

		1	2	3	4	5
		企画案・擦り合わせ				
6	7	8	9	10	11	12
ネタ提出						
13	14	15	16	17	18	19
台本提出						
20	21	22	23	24	25	26
撮影①	編集					
27	28	29	30	31		
投稿・分析						

運用代行体制

SNS総フォロワー23.4万人超えの当社ディレクターを中心に
貴社のアカウントを運用する体制を整えております。



実店舗事業者様向け より集客を加速させたい方へ

実店舗様ができる3つの集客チャンネル

WEB・SNS・MAPこの3つが主な集客チャンネルとなります。



(例)
飲食→予約ポータルサイト
宿泊→OTA



(例)
TikTok
Instagram
X

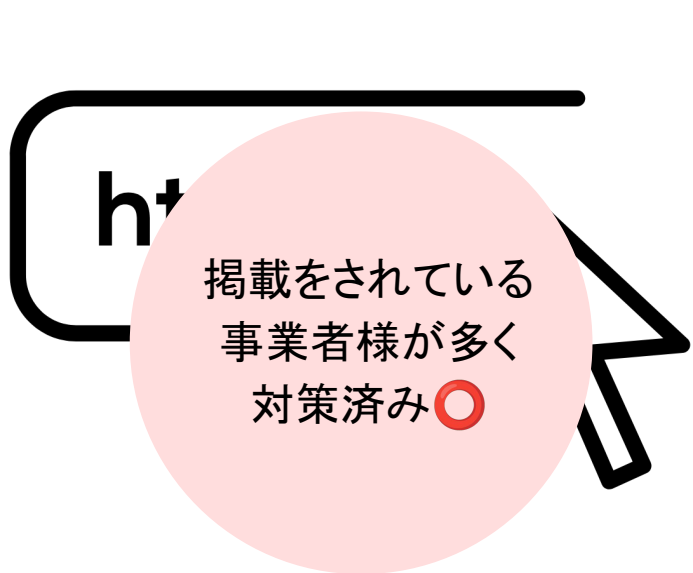


(例)
Google Map

MAPは対策が不十分になりがち

まだMAPの対策が十分ではない

電話・ルート検索ができる Google Mapは実店舗様の集客にとって必須



(例)
飲食→予約ポータルサイト
宿泊→OTA



(例)
TikTok
Instagram
X

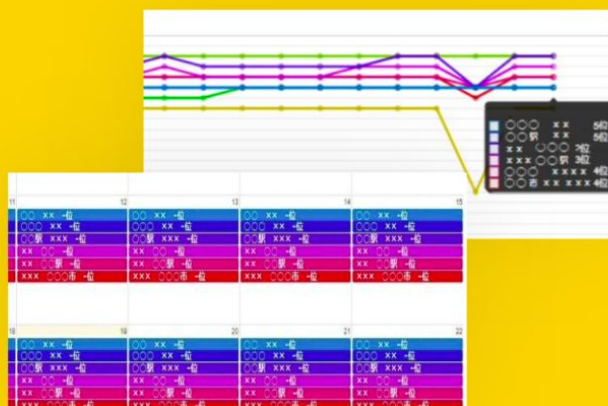


(例)
Google Map

Google Map運用の詳細

Google ビジネス プロフィール(以下GBP)の自動連携機能提供に加え、電話・ルート検索・ウェブサイトクリックなど集客に直接繋がる数値を伸ばすことが出来るMEO対策を実施可能です。

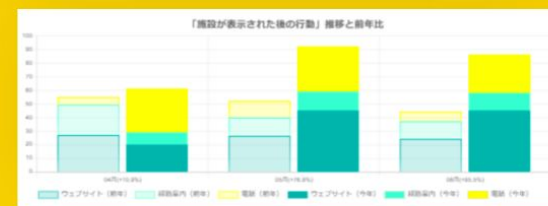
上位表示を狙うキーワード6つに関して、最適なものをご提案します。
順位・インサイトデータ推移を専用システム画面でモニタリング可能。



地図上、検索画面上の表示数推移



ユーザー行動数
(電話・経路案内・WEB訪問) 推移



- 「地域名_00」の6パターンのキーワードを上位表示させる施策を実施します
- 各キーワードの日次のMEO順位推移をグラフ形式、カレンダー形式でご確認いただけます

- キーワード順位だけでなく、アクセス数やアクション数等のインサイトデータの推移もご確認可能です
- GBP上でユーザーが店舗に興味を持ってもらえるように網羅的に対策を行うことで、見込み客損失を防ぐことができ、更なる店舗集客に繋がります

MEO対策と掛け合わせて、今すぐ集客を加速させたい方へ

P-MAX広告

広告費用に対して、1,000%以上すなわち10倍の売上が見込める 広告。
今すぐ集客を加速させたい事業者様におすすめです。

Googleのあらゆる配信面に自動で配信して効果を最適化・最大化してくれるプロダクト

Googleのあらゆる配信面に自動配信



リスティング広告
(検索連動型広告)



ディスプレイ広告



Google Map広告



Gmail広告



YouTube広告

P-MAX広告

リスティング広告
ディスプレイ広告
Google Map広告
Gmail広告
YouTube広告

効果を最適化・最大化する仕組み

ユーザーからの様々なアクション・シグナルを蓄積・機械学習し、来店確度の高いユーザー、タイミング、配信面、クリエイティブを自動的に選定し最適化配信する仕組みです。



飲食業態の1ヶ月のクリック数、来店組数、売上予測

18,000円/月

クリック数: 517回

31組来店

売上予測: 31組(93人) × 5000円 = 465,000円

ROAS : 2583%

50,000円/月

クリック数: 2231回

52組来店

売上予測: 52組(156人) × 5000円 = 780,000円

ROAS : 1560%

100,000円/月

クリック数: 3993回

73組来店

売上予測: 73組(219人) × 5000円 = 1,095,000円

ROAS : 1095%

※Google広告のシミュレーターで算出
※想定効果はあくまで目安であり保証はいたしかねます

宿泊業態の1ヶ月のクリック数、来店組数、売上予測

18,000円/月

クリック数: 3241回

32組来店

売上予測: 32組(64人) × 10,000円 = 640,000円

ROAS : 3500%

50,000円/月

クリック数: 5377回

53組来店

売上予測: 53組(106人) × 10,000円 = 1,060,000円

ROAS : 2100%

100,000円/月

クリック数: 7596回

75組来店

売上予測: 75組(150人) × 10,000円 = 1,500,000円

ROAS : 1500%

※Google広告のシミュレーターで算出
※想定効果はあくまで目安であり保証はいたしかねます

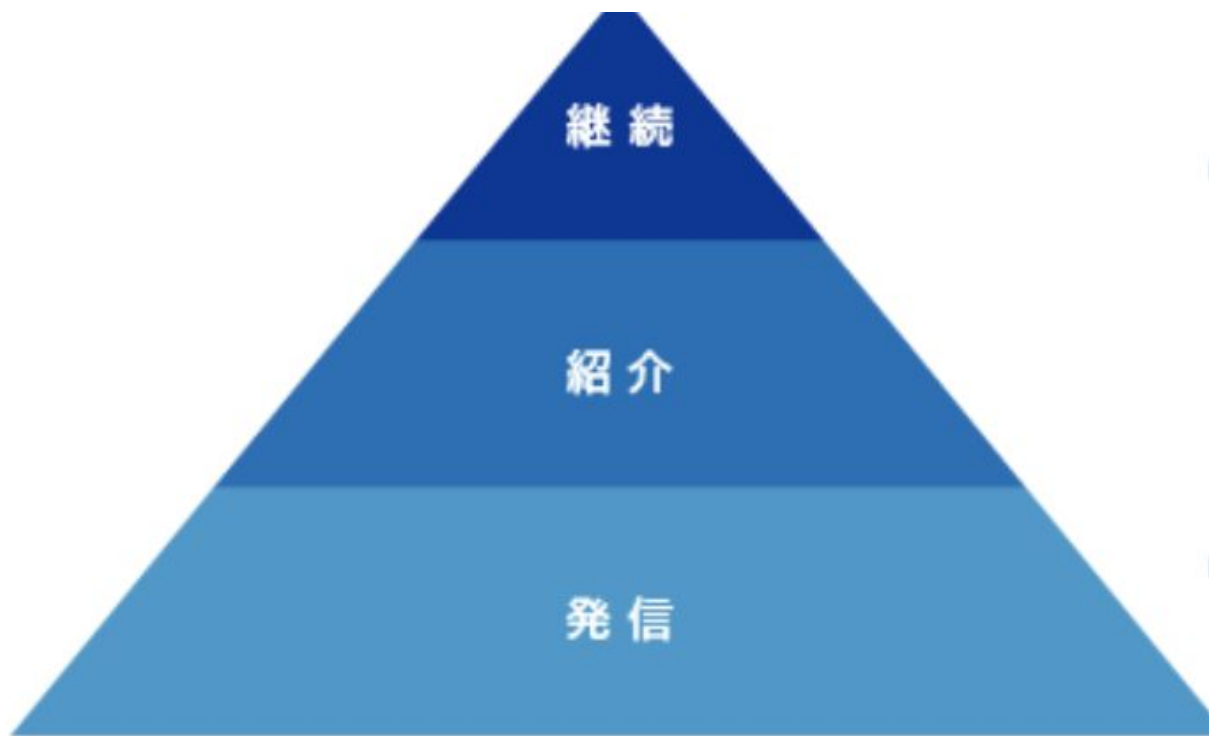
GBP運用(MEO対策)との違い

MEOとP-MAX(Googleおまかせ配信)は仲間です。
組み合わせることで、**短期的～中長期的な集客施策**が可能です。

項目	MEO	Googleおまかせ配信
ターゲット	広く多くのユーザーに自店を認知してもらいたい場合に最適	半径1km以内にいるユーザーに対してなど、エリアを決められる。
集客	短期+中長期スパンの集客に繋がる	今すぐの集客に強い
地図検索	SEOよりも上に表示される地図検索で最大の効果を発揮する	一時的にSEOとMEO(地図検索)の両方で効果を発揮する
費用対効果	低コストで検索への露出をカバーできる	MEOと組み合わせれば、費用に対しての売上が期待できる

顧客利用後のメディア戦略

顧客利用後のメディア戦略



SNS戦略での顧客利用後、そのまま普通に利用してもらうだけでは、勿体無いです。

商品・サービスへの愛を育む・紹介を生む意図で、

顧客へのUGC戦略を促進しましょう！

(Instagramがハードル低いのでおすすめ)

当社の方で、ノウハウのご提供できるので、別途ご相談くださいませ。

顧客利用後のメディア戦略 -当社事例-

LANAN_SELECT
タグ付けされたコンテンツ



lanan_select nizu_artist_official nizu_info_official

「いいね！」を見る
sunf_lower_s .
初のファンミ 🏠🏠Nizi "U"niversity 🌟
Nizoo ちゃんたち踊ってるの愛しいすぎた 🥰

悠季が Blue moon の時のみいひお団子似合うと思うからってプレゼントしてくれた可愛すぎるリボンつけたの 🎀❤️
トップスも誕プレで貰ったやつ着てたありがとう 🥰🌟
#niziu#withu#riopen#riohanabashi#niziu好きな人と繋がりたい#withuと繋がりたい#niziuグッズ#

LANAN_SELECT
タグ付けされたコンテンツ



いいね！ 70件
_uw_109 yeal!!!!!!
コメント 4件をすべて見る
1日前

LANAN_SELECT
タグ付けされたコンテンツ



いいね！ 82件
_yukisa__ .
liveで連写すると繋がって動画にもなるの初めて知った 🥰
#picnic#picnicoutfit
#ピクニックコーデ

LANAN_SELECT
タグ付けされたコンテンツ



「いいね！」を見る
yumena_suzuki .
ご無沙汰ぶりな投稿 🥰
引越してバタバタ5月を終えてやっと新生活スタート 🥰

落ち着いたのでまたinsta投稿がんばる

このちゃんブランドの帽子かわいい。
夏ヘビロテ確定 🥰

@lanan_select
#150cm#150cmコーデ #低身長#低身長コーデ #lanan
#ラム#ビーニー #リボン#sibuya



まとめ

実際に、**SNS運用**を導入・実践することで、

Z世代への
認知が広まった！



企業や店舗に
ファンがついた！



新規顧客獲得の
コスト削減ができた！



などの喜びのお声を多数いただいております。

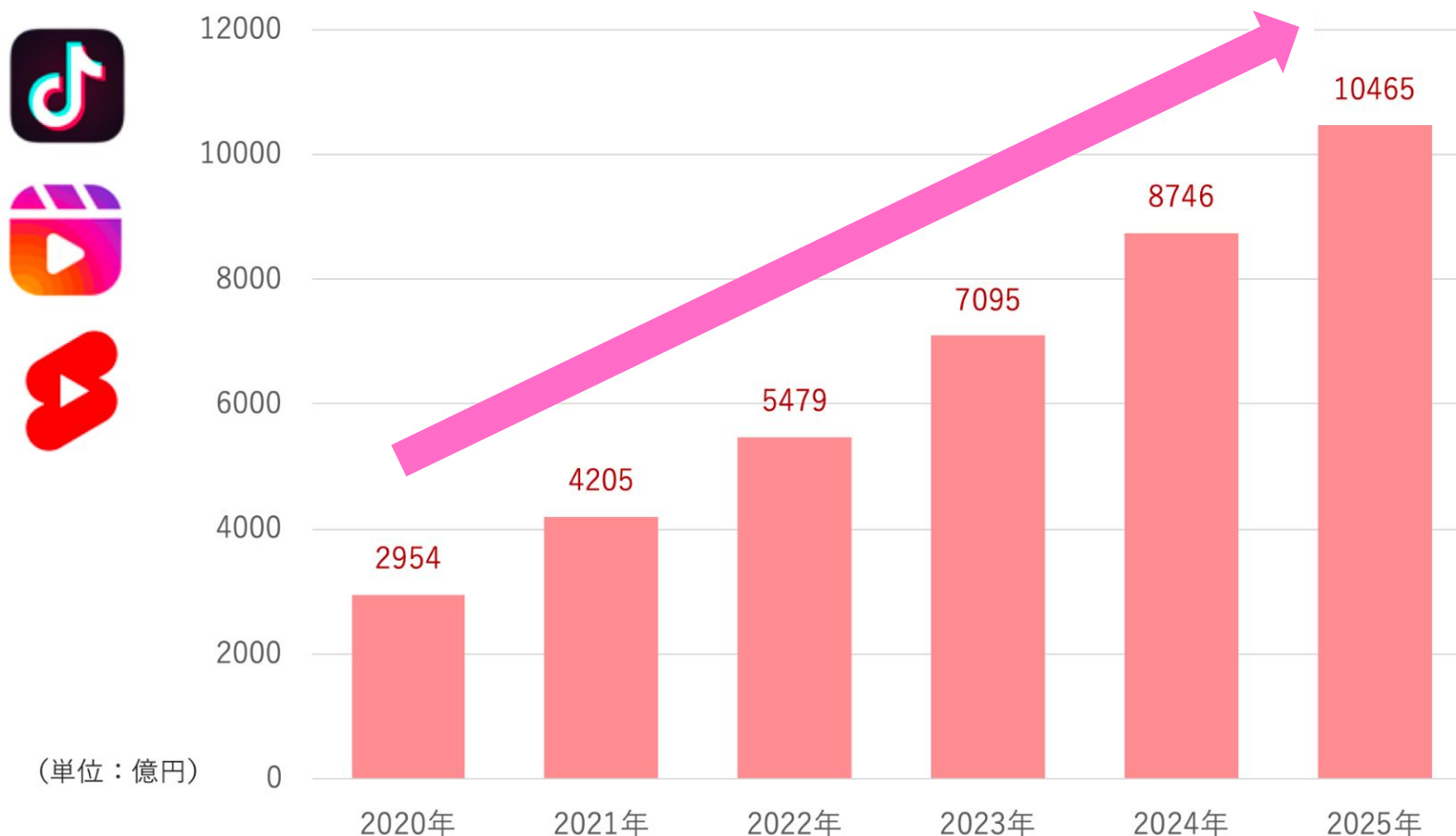
ユーザーのライフスタイルや行動が多様化されてきている今、
SNS アカウント運用がうまくいけば長期的に大きなメリットが見込めるのは間違いありません。

自社の状況や課題などを踏まえて、

効果的な SNS の活用方法 について、一度検討してみてもはいかがでしょうか。

【ご参考】ショートムービー市場動向

TikTokを起点にスタートした「ショート動画」コンテンツのトレンドが他媒体を巻き込み、
動画広告市場が大きく成長。2025年には1兆円規模まで拡大する見通し。



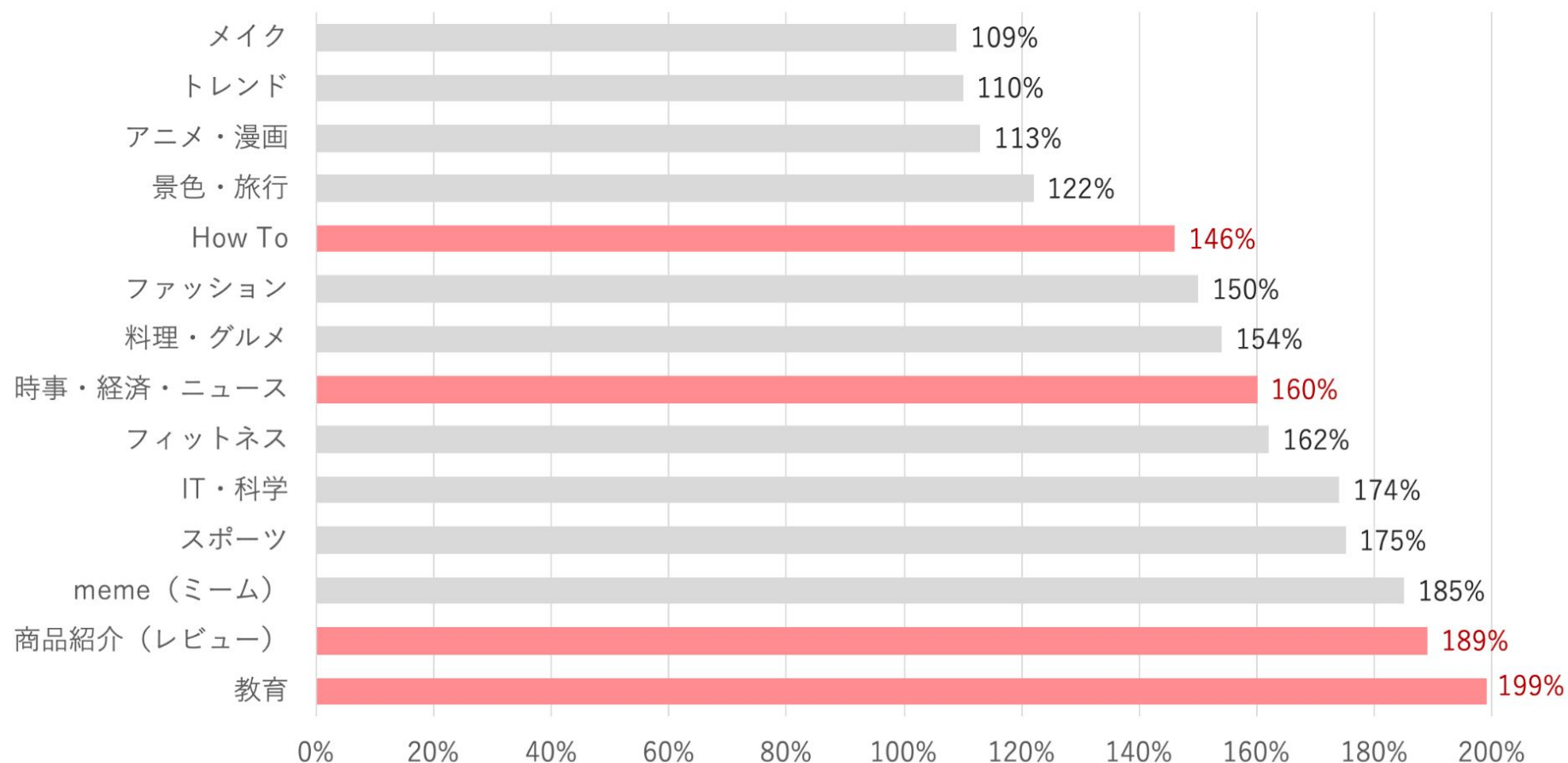
(単位：億円)

(参考)：サイバーエージェント オンラインビジオ総研／デジタルインファクト調べ

【ご参考】TikTok人気カテゴリについて

商品やサービス購入に役立つ情報や、知識に繋がるコンテンツの人気の高まっている。

TikTokで好きなコンテンツジャンル



【ご参考】アカウント運用における分析事例

< TikTok運用後の分析事例 >

投稿後にインサイトを
確認し、データ管理。

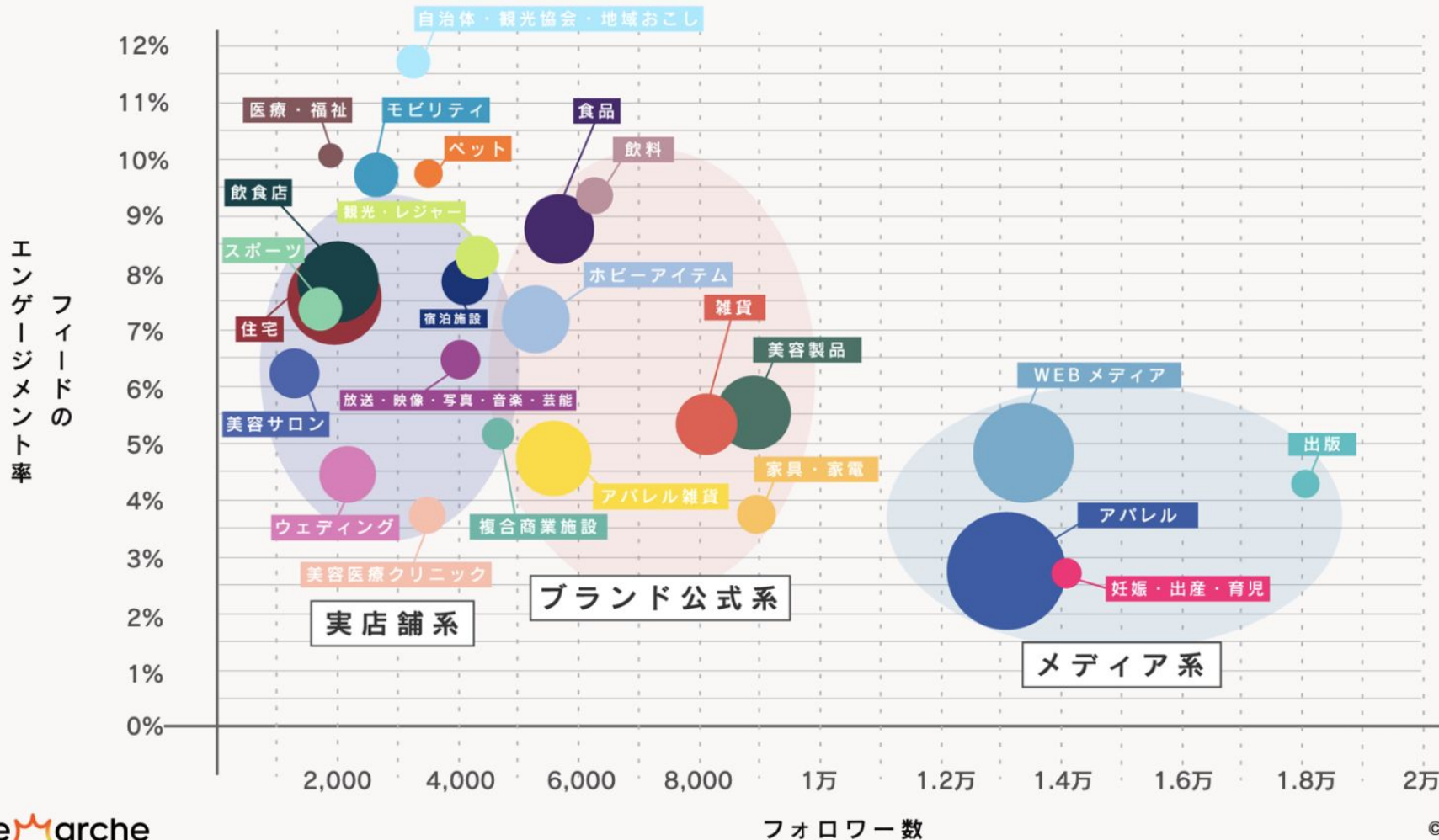
その時のアルゴリズムに
最適な動画作りを意識して
次回施策を組んでいく。



改善点や良かった点等も別途報告して、PDCAを回していきます。

【ご参考】Instagram業界ごとの中央値比較

フォロワー数・エンゲージメント率 | 中央値 (バブルチャート)





増助

BAKUZOU