YouTubeインフルエンサーマーケティングプラットフォーム ViewReward のご案内

2019/5/13Release

株式会社音圧爆上げくん 代表取締役 福勢 晋

会社概要

| 企業名 | 株式会社音圧爆上げくん | |
|-------|---|--|
| 設立 | 2018年9月 | |
| 代表 | 福勢 晋 | |
| 事業内容 | 音楽系Webサービス「音圧爆上げくん」 Web/iOS/Android インフルエンサーマーケティングプラットフォーム 「ViewReward」 | |
| 問い合わせ | sales@bakuage.com | |
| 代表略歴 | 2013年 東京大学工学部卒 2015年 東京大学大学院工学系研究科卒 2015-2018年 株式会社DeNAゲーム事業部 2018年- 創業以後、現職 | |

ViewRewardとは?

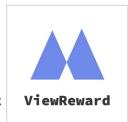
ViewRewardは広告主様が直接YouTuberに動画投稿を募り、

インフルエンサーマーケティングを行えるプラットフォームです。



PRを依頼する

動画内容確認後、 再生回数に応じた 報酬を支払う



企業案件を探す

動画投稿する







....





インフルエンサーマーケティングの課題

施策失敗リスク

コストパフォーマンスの 担保

ブランドセーフティー

- ・キャスティングや企業側の施策PRボリュームで再生回数が決まる為**再 生回数が増えないリスク**。
- ・ YouTuberの得意ジャンル×ファンの組み合わせが多様化し、キャスティングによってはエンゲージメントや新規ファンの再生が伸び悩み、企画目標を下回る事例も多い。
- ・キャスティング会社経由の場合、**企画やディレクションフィーが上乗** せされて高額になってしまうケースが多い。
- ・事務所未所属のマイクロインフルエンサー起用の場合、ディレクションの工数×起用した人数分発生するため、予算の割りにはマーケティング担当者の工数が大きな負担に。
- ・動画内容がサービスの価値やバリュー、訴求ポイントを正しく伝える 内容になっているかどうかを担保するには、**事前に詳細条件を定めた契 約の取り交わしが必要**。
- ・動画の事前確認がない場合、ブランド棄損のリスクが懸念
- ・優良なインフルエンサーと長期的な契約を行い、YouTube上のファンを醸成することが必要だが、広告主⇔1YouTuberの定期的な投稿でファンの醸成を実現するツールが存在しない

ViewReward利用メリット



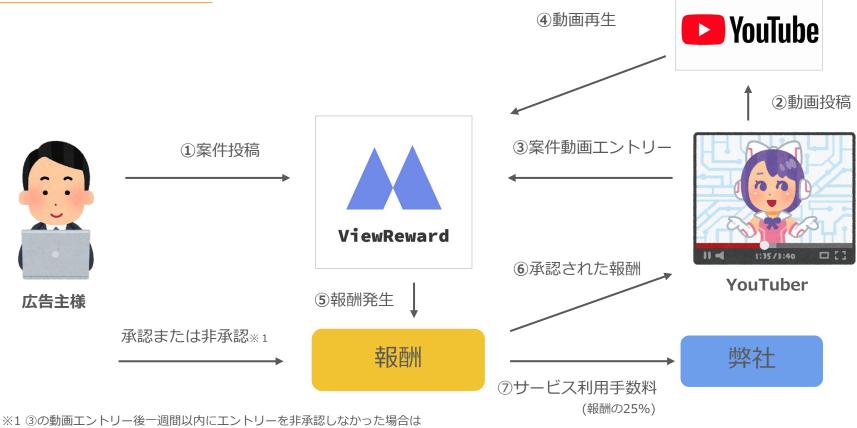
ViewRewardではYouTubeの再生回数に応じて費用が発生します。 広告主様が非承認にした動画は費用が発生しないので、目的に沿った動画にのみ報酬を支払えます。 コストをかけたのに思ったほど再生回数が増えない、期待していた動画が上がってこないリスクがありません。



- ・公募型となりYouTuberを探すコストや依頼するコストがかかりません。
- ・初期費用、月額費用は無料。成果報酬額の25%が手数料となります。
- ・予算上限と1再生あたりの報酬は所定の範囲内で自由に設定でき、予算3,000円から依頼が可能。少額からテストを重ねて最適なプロモーション方法を見つけることができます。

- **グ** ブランドセーフティ
- ・YouTuber選定機能でジャンルやチャンネル登録者数を元にYouTuberを 選べます。
- ・案件限定公開機能で特定のYouTuberのみ案件を公開することが可能です。 **案件情報が不必要に広まることによって発生するブランド既存リスクを回** 避できます。
- ・事前承認機能で動画が一般公開される前に、**広告主が動画を事前チェック**できます。

利用の仕組み



^{※1} ③の動画エントリー後一週間以内にエントリーを非承認しなかった場合は 自動的に承認され、報酬が発生します。

^{※2} お取引ルール詳細 https://viewreward.net/rules

案件投稿例

2019年8月時点で、主にソーシャルゲーム、美容、キッズ向けWebサービス、YouTuberチャンネルの相互送客等、多様な案件が募集中です。



料金体系

初期費用と月額費用は無料で完全成果報酬型となります。

| 項目 | 金額 |
|-----------|-----------|
| サービス利用料 | 成果報酬額の25% |
| 初期費用 | 無料 |
| 月額費用 | 無料 |
| 1再生あたりの単価 | 0.1円~10円 |

▽料金シュミレーション

総コスト = 1再生単価 ×動画再生数× 1.25 (サービス利用手数料)

(例) ゲームアプリ案件

再生単価3円×動画再生数100,000回+手数料25%

広告主様は目標再生回数(CPV)から計算した予算上限設定が可能です。

ViewRewardまとめ

ViewRewardは広告主様が直接YouTuberに動画投稿を募り、

インフルエンサーマーケティングを行えるプラットフォームです。

- ☑ 公募型、再生回数に応じた成果報酬型、事後承認型
- ☑ 月額費用、初期費用無料、サービス利用手数料は成果報酬の25%
- ☑ 広告主様が低コストでYouTube施策のハンドリングが可能
- **ビ** ブランドセーフティー機能が充実



こんな利用方法があります

①YouTube公式チャンネルの認知獲得

(例) サービス公式YouTubeチャンネルのフォロワーを増やしたい
→ViewRewardで公式チャンネルの宣伝動画を募集できます。

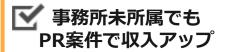
②動画企画の参加YouTuberの補完

(例)YouTube上の動画企画の実施をオウンドメディアやTwitterの告知したが、動画投稿に至るYouTuberの集客が難しく、目標動画投稿数に満たない。

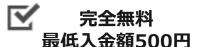
- →ViewRewardの非公開案件でYouTuberに動画投稿を依頼できます。
- ③インフルエンサーオーディション
- (例) 未来のスターYouTuberを発掘してサービスアンバサダーに任命したい →オーディション条件をViewRewardに投稿するだけでYouTuberを募集できます。
- ④YouTube施策のテストマーケティング (例)ゲーム実況動画、ガチャ動画、アテレコ動画等、訴求ポイントを変えてYouTube施策をテストし、 周年の本施策につなげたい
- → ViewRewardは動画投稿募集を3000円からスタートできます。

YouTuberのViewReward利用メリット

日本に約2-3万人存在するYouTuber。そのうちフォロワー数1000人以上が上位10%。 残り90%はチャンネル登録者数1000人未満のマイクロインフルエンサー。 彼らには主に3つのメリットでViewRewardを活用いただいております。







事務所内でも上位YouTuberの みPR案件が集中しており、PR 案件キャスティング、企画・撮 影・進行のフォローが受けられ るYouTuberはさらに一握り。

再生回数を伸ばす以外の手段として、YouTuber自らがPR案件が獲得できるアップセルツールとして活用いただいております。

YouTubeアドセンス(再生回数 に応じた報酬)平均単価は、 0.03円~0.1円。1000回の再 生で100円という厳しい条件。

ViewRewardは、平均単価3円 〜最大10円。1000回の再生で 3000円。

約10~100倍の単価基準となりViewRewardを活用する強烈な動機となっています。

YouTuberの方は完全無料でご 利用いただけます。

企画を考えるコストを減らしたいタイミング、新規チャンネル登録者を増やしたい、収入を増やしたい等、YouTuberそれぞれのニーズとタイミングによって、PR案件の動画投稿が可能です。

Q&A-よくある質問

| 質問 | 回答 |
|-----------------------------|--|
| 設定予算を超えた再生された場合は? | 予算額だけ請求され、超過した再生回数分は請求されません。 |
| 商品やキャンペーン施策を複数登録することはできますか? | 可能です。案件エントリー毎に施策に応じた訴求ポイント、ターゲットを記載してご利用いただけます。 |
| どのようなYouTuberが登録されていますか? | ゲーム系、美容系、ガジェット系、VTuber、歌い手系等、幅広いジャンルのYouTuberが登録しています。 |
| 案件内容を非公開で掲載できますか? | 可能です。広告主様が選んだYouTuberにのみ案件を公開することが可能です。 |
| 動画の事前チェックはできますか? | 可能です。具体的には下記のフローで対応いただけます。 1. YouTuberが限定公開で動画投稿 2. ViewRewardにエントリー (限定公開以外は投稿不可の仕様) 3. 広告主様が限定公開動画をチェック後、承認 4. 承認後、YouTuberが公開設定に変更 |
| 案件の終了タイミングはコントロールできますか? | 広告主様が案件終了すると、承認された動画の再生回数が伸びていた としても、案件終了時点で報酬発生が停止されます。 |
| ViewRewardの決済方法は? | クレジットカード払い または 請求書払い(月末締め翌月末払い) |

Q&A-よくある質問

| 質問 | 回答 |
|---|--|
| 動画の二次利用は可能でしょうか? Twitter公式アカウントで動画をシェアしたり、キャンペーンサイト 上に動画を表示するケースを想定しています。 | 広告主様が案件説明に案件へのエントリー条件として何らかの契約 条項を記載していただきViewReward上でYouTuberの方と自由に契 約していただく分には構いません。 |
| | ViewRewardの利用規約上は特に動画の二次利用について定めていません。注意点として弊社はその契約について責任を負いませんが、どの案件にいつ誰がエントリーしたか?の記録は開示可能です。 |
| | 詳細は利用規約の第8条、第16条をご覧ください。 利用規約: https://viewreward.net/tos |
| 動画の再生回数の定義を教えてください。 | ViewRewardではYouTube上に表示される再生回数を表示しています。YouTubeの再生回数の定義は非公開ですが、不正カウント対策が適用されています。そして、再生回数のカウントに関連する視聴時間が考慮されます。例えば同一IPアドレスからの再生は1再生としてカウント、投稿者の再生は未カウントになります。 |
| CV(商品購入等) による成果報酬型の利用は可能ですか? | 案件投稿欄にASPリンクを貼っていただくことで利用可能です。 YouTuberが動画概要欄にASPリンクを記載することで「商品訴求」 +「ASPリンク」の提供が可能です。 つまりViewRewardはYouTuberを集めるツールとして使っていただ くイメージになります。 |

お問い合わせ

ご質問やご要望等は、こちらの連絡先までお気軽にご連絡ください。

sales@bakuage.com

- ・案件投稿の仕方が分からないので電話でフォローして欲しい
- ・YouTuberの動画企画を相談したい
- ・複数商品の登録ってどうやるの? …etc お気軽にどうぞ!

参考:インフルエンサーの定義

A.メガインフルエンサー

- 100万人以上のフォロワーを持つソーシャルスーパースター。 有名事務所所属やタレントなどの有名人の場合が多い、 一本数百万円のオファー条件にも関わらず、PR動画を嫌うユーザーの低評価でエンゲージメントが低くなる場合も。

B.マクロインフルエンサー

- 10万から100万人のフォロワーを持つインフルエンサー PR案件の再生回数とエンゲージメント数のバランスがいい。

C.マイクロインフルエンサー

- 1,000人から100,000人のフォロワーを持つインフルエンサー。 複数人のキャスティングで「フォロワーの質×好意度UP」の総和が最大化する。 AとBの企画をコピーして投稿する等、再生回数UPに貪欲。

D.ナノインフルエンサー

- 1,000人未満のフォロワーを持つインフルエンサー。

→ViewRewardはB・C・Dのインフルエンサーキャスティングを得意としています。 動画施策は全階層の動画投稿で生まれる立体的なエンゲージメントがファン育成に効果的です。

参考:フォロワー数とエンゲージメント率の関係

TwitterとInstagramでは、フォロワー数が少ないほどエンゲージメント率が高い

Instagramで1万人フォロワーと100万人フォロワーの**エンゲージメント率は3.36倍異なります**。 YouTubeにおいても、同じ合計再生数であればトップYouTuber一人に依頼するよりも、 複数のYouTuberに分散して依頼したほうが、 平均エンゲージメント率が高くなりやすい傾向にあります。

ユーザーの会話やリアクションが生まれ、購買意欲やプレイ意欲につながるファンマーケティングは**インフルエンサーの 複数キャスティングによるエンゲージメントの質の高さが重要**となります。

トップYouTuber1名





マイクロインフルエンサー複数名











