

ログリー、成果保証型インフルエンサーマーケティング支援サービス「バズリスタ」を提供開始

ログリー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：吉永浩和、証券コード：6579、以下、ログリー）は、2024年4月8日（月）に成果保証型インフルエンサーマーケティングを支援するサービス「バズリスタ（BUZZRISTA）」を正式リリースしました。

サービスサイト：<https://buzzrista.logly.co.jp/>



東証
グロース
上場

100%
BUZZ
保証

成果保証型インフルエンサー
マーケティング

BUZZRISTA

50万円～ 50万再生保証

ご予算750,000円の場合

再生回数	900,000回	LPアクセス	15,000clk (CPC換算11円)
エンゲージメント	♡ 4,600いいね	💬 300コメント	👍 220ブックマ

■バズリスタとは

「バズリスタ」は、キャスティングから動画制作、その後の広告配信と成果分析までをワンストップで支援するインフルエンサー施策のトータルソリューションです。

一般的にインフルエンサー施策は、タレントをキャスティングし構成案を企画、その後オーガニック投稿するところまでがサービス対象となっていますが、バズリスタでは主にマイクロインフルエンサーを起用することで、制作に係る初期投資を抑えつつ、その後の素材の二次利用と広告配信までをパッケージに含んでいるため「必ずバズらせる」ことが可能です。

< 特徴 >

最大の特徴は、ご予算に応じて「再生回数」を保証（最低保証）していることです。

インフルエンサー施策において広告主が求めることは、インフルエンサーからファンに届けることによる態度変容、ブランド認知度や信頼性の向上などがあります。

さらに近年では「TikTok売れ」や「ミーム化」のように、購買効果やキャンペーンの終了後もポジティブな投稿が生まれ続けるという事例も出てきていますが、インフルエンサーと広告主の相性、投稿タイミング、トレンド、ソーシャル全体の動きや波などさまざまな外部因子があり、それらの要素を踏まえ狙ってヒットさせることは非常に難易度が高いと考えています。

そこで、インターネット広告を長く取り扱っている当社では、0か100かのアイデア頼りの企画ではなく、投下コストに相応した再生回数を達成することがスタートラインであると考え、最低限保証するデータドリブンなパッケージを開発しました。例えばご予算が50万円なら50万再生を最低保証します。

<4つの機能>



①キャストイング

広告主やサービスに最適なインフルエンサーをアサインします。キャストイングはマイクロインフルエンサーを中心としてラインナップした中から2~10名の複数人を起用、一人任せにしてしまうことによるスケジュールの遅延を防ぎつつ、男性vs女性、エンタメ寄りvs機能訴求など、複数の検証軸で成否要因を明らかにします。現在、AIによるインフルエンサーの最適なアサインとプライシングを実現するためのツールも開発中です。

②動画制作

トレンドやハッシュタグ等を解析した上で高い効果を見込める構成案の作成とプランニングをご提案します。ただしすべての構成案を絵コンテレベルで決め打ちにするよりも、大まかな枠組みは整えたうえで程度インフルエンサーにお任せすることを推奨しています。

③広告配信

クリエイティブの二次利用許諾取りを行ったうえで、Instagramであればブランドコンテンツ広告、TikTokならSparkAdsをもちいて広告配信を行います。各プラットフォーム独自の各種セグメントに加えて、当社ではポストCookie対応のインテントデータプラットフォーム「LOGLY Sphere (ログリースフィア) *1」を用いて関心の高いユーザーをセグメントすることが可能です。

④成果分析・改善提案

購買に至ったあるいは興味関心が薄かったユーザーの行動やインサイトを明らかにし、次のプランニングに活用した改善提案を行います。

■インフルエンサーマーケティング市場の概観と課題

サイバー・バズ／デジタルインファクトの最新の調査によれば、2023年の国内ソーシャルメディア市場は1兆899億円に達し、それに伴い2024年の国内インフルエンサーマーケティング市場も884億円に拡大すると予測されています。

広告予算の投下先として注目を集めているインフルエンサーマーケティングですが、プロモーション施策としての「広告価値を評価する仕組み」が未整備であることが大きな課題です。

一般的なインターネット広告では、Impression (Imp)、Click、Conversion (CV) などのKPIとそれらのコストを日次、週次で厳密に評価・比較することがスタンダードである一方で、インフルエンサー施策ではそもそも成果分析や改善案を提案する報告書が提供されていないケースも少なくありません。

費用対効果の観点では、TVCMであればGRP、WebメディアであればPV数、SNS広告においてはリーチやClickなどが該当し、対応するコスト指標として、リーチ単価やPV単価、CPMがあり、プロモーション全体で横断的かつ定期的に相対評価する指標として運用されています。

インフルエンサーマーケティングでは、「フォロワー単価」が一般的なコスト指標のひとつです。例えば、フォロワー単価が3円、フォロワー数が10,000人、インフルエンサー数が10人の場合、トータルコストは300,000円となります。

しかし、同じ1万人のフォロワーであっても、1年間に一度しか投稿しないアカウントと毎日投稿するアカウント、希少な分野でのスペシャリスト、炎上経験があるアカウントでは、それぞれ広告媒体としての価値が異なるにも関わらず、コスト計算が「ひと山いくら」となっていることは課題として捉えています。

また、メガインフルエンサーにとっての企業案件がタイアップ（固定報酬型）中心に対して、マイクロインフルエンサーはアフィリエイト（成果報酬型）が中心となっています。

「マイクロインフルエンサーはリスクなく稼働できる」というのはひとつの価値ではあるものの、今まで当社がお仕事をご一緒させていただく中で、それに留まらないさまざまな独自の強みを日々発見しています。

<マイクロインフルエンサーの強み>

- ・フォロワーは少ないが濃いファンを抱えている
- ・ファンの属性に他の媒体でリーチできない顕著な偏りがある
- ・広告主が求めるメッセージを齟齬なく伝えられるコミュニケーション能力がある
- ・編集技術が高くわかりやすく広告主のベネフィットを伝えられる

このような強みを可視化・評価・計測できる仕組みを作ることで、マイクロインフルエンサーのプレゼンス向上と広告主への価値提供、ひいては市場の拡大につながることを確信しました。

今後も、当社のコアコンピタンスである、自然言語処理、機械学習、データ解析、最適化技術などを用いて、「インフルエンサーというメディアの価値を正しく評価し、適正なギャランティを設計する」ことを志し、業界課題の解決とインフルエンサーの価値向上に向けて、さまざまなサービスを開発してまいります。

■用語説明

*1 LOGLY Sphere（ログリー スフィア）

検索キーワードや行動データなどから購買行動を予測するポストCookie対応のインテントデータプラットフォームで、ポストCookie時代におけるデータを活用したマーケティング施策を支援いたします。

「大規模な行動データ・購買データの活用」・「AIによる言語解析技術を活かしたインテントデータ」・「パートナーとの連携によるデータ拡充」を特徴とし、購買行動を予測することで行動履歴やアンケートなどでは予測しづらい購買活動を可視化することができます。なお、個人を特定する個人情報は取り扱わず、ユーザーのプライバシー保護を最優先

に考えた上で行動履歴や購買履歴を活用しております。

URL：<https://corp.logly.co.jp/20240124/4844>

■会社概要

ログリーは、自然言語処理、機械学習、データ解析、最適化技術などを得意とするテクノロジー企業です。独自の「文脈を理解する技術」をコアコンピタンスにマーケティング関連のサービスを開発しています。なかでも、「LOGLY lift」は日本初のネイティブ広告プラットフォームとして主力事業となっています。

会社名：ログリー株式会社（東証グロース：証券コード6579）

代表者：吉永 浩和

本社所在地：東京都渋谷区道玄坂1-16-3 渋谷センタープレイス2F

事業内容：メディアテクノロジー事業、アドテクノロジー事業、データマーケティング事業

URL：<https://corp.logly.co.jp/>

■本件に関するお問い合わせ先

企業名：ログリー株式会社

担当者名：クリエイティブ・プランニング事業部 藤澤

TEL：03-3770-3287

Email：creative_planning@logly.co.jp

ログリー株式会社のプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/6043