

PRESS RELEASE



報道関係各位

2020年1月28日

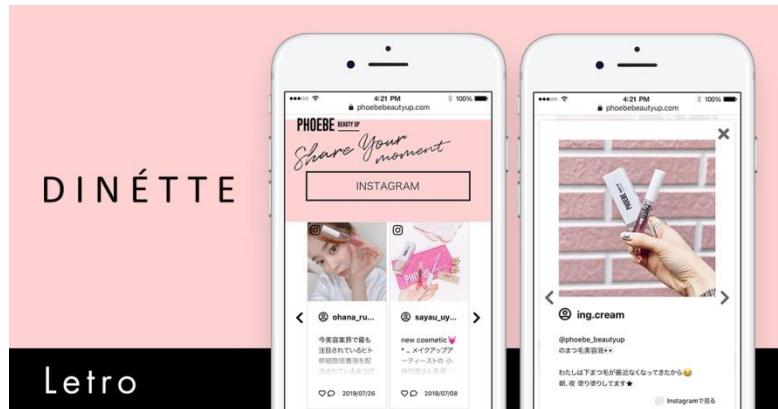
アライドアーキテクツ株式会社

D2Cコスメブランド「PHOEBE BEAUTY UP」が「Letro」を活用

— UGCの効果検証から最適化を続け、CVR1.27倍を実現 —

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援するアライドアーキテクツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役CEO 中村壮秀、証券コード:6081)はビューティー特化型動画メディア「DINETTE」を運営し、D2Cコスメブランド「PHOEBE BEAUTY UP」を立ち上げたDINETTE株式会社(東京都渋谷区、代表取締役社長CEO: 尾崎美紀)に対し、当社のダイレクトマーケティング特化型UGC活用ソリューション「Letro」の提供を開始しました。Letroを使用し、商品ランディングページ(LP)にUGC(※)を活用することでUGCが生活者の購入意欲向上に作用し、CVR1.27倍を実現しました。

※ User Generated Contentsの略称。企業ではなく、一般ユーザーによって制作・生成されたコンテンツのことを指す。



■D2CでUGCの活用が進む背景

昨今美容・コスメ業界や、アパレル業界を中心に大きな注目を集めている「D2C(Direct to Consumer)」というビジネスモデルは、生活者に対して製品を直接販売するビジネスモデルを指し、顧客から得た声をすぐに商品や販促の施策に反映して改善していくことが特徴です。

美容・コスメ業界や、アパレル業界の新たなブランド運営の手法として注目されるD2Cにおいて、「企業と顧客の関係性」が改めて重視されており、企画の段階から顧客との接点を持ち、商品企画にフィードバックをもらうなど、関係を構築しながら製造・販売を進めるブランドも出てきています。その中で、ブランドが顧客や生活者と接点を持つ手段の一つとして利用されているのが、SNS上のUGCです。個人から寄せられるブランドに関する投稿に対して、顧客の声として商品改善に利用するほか、直接コミュニケーションをとる企業も増えています。さらには広告素材としてUGCを活用するブランドも少なくありません。

当社が提供するLetroにおいても、美容・コスメ業界のD2Cをはじめ、様々なD2CブランドにおけるInstagram上のUGCのクリエイティブへの活用を支援してきました。ECサイト、ブランドサイトなどのクリエイティブとして活用し、効果測定を行うことで、どのようなUGCが成果に繋がりやすいかを可視化することができ、UGCの中から効果の高いクリエイティブを見極め、PDCAサイクルの質を高め、マーケティング施策のさらなる成果向上に繋げることができます。

<ダイレクトマーケティング特化型UGC活用ソリューション「Letro」とは>

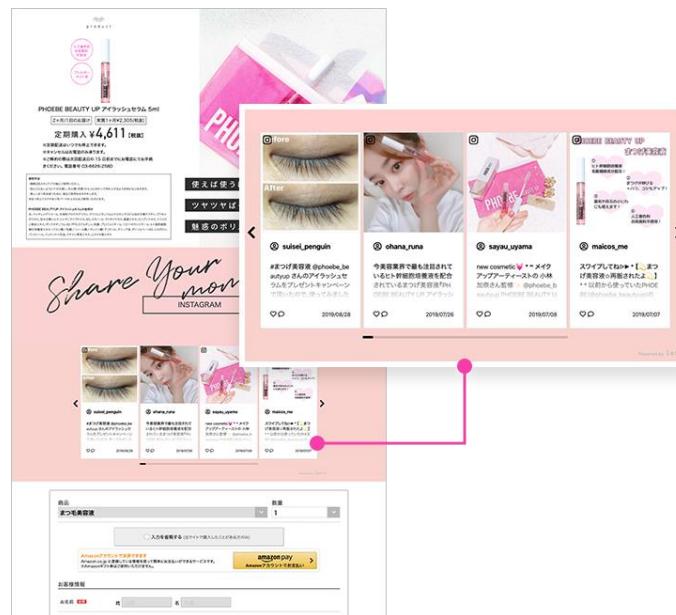
「Letro」は、Instagram上にユーザーが投稿した写真や動画(UGC)を収集し、投稿者の許諾を得た上でSNS広告やECサイト、ブランドサイトなどのクリエイティブとして活用できるSaaS型プラットフォームです。生活者視点である「ユーザーファースト」なクリエイティブを活用することで、ユーザーの視覚・感覚に違和感なく馴染むマーケティング施策が可能となり、施策全体の成果を高めることができます。2016年のサービス開始以来、食品や化粧品の大手メーカーをはじめとする多数の企業に導入されており、2017年11月にはInstagramおよびFacebookの公式マーケティングパートナーに認定されています。

サービス詳細ページ:<https://service.aainc.co.jp/product/letro/>

■成功事例:DINETTE社～ブランドの世界観を壊さずUGCをLPに活用し、CVR1.27倍を実現～

D2Cコスメ業界を牽引するコスメブランド「PHOEBE BEAUTY UP」を立ち上げたDINETTEでは、「ファンとのコミュニケーションを重視し、共にブランドを育てたい」と考え、SNSでのユーザーとの活発なコミュニケーションを重視したマーケティングを行なっています。その中の施策の1つとして、UGCの活用にも積極的に取り組んでいます。

これまででは、プロダクトと顧客を繋ぐきっかけとして、Instagramの同社関連のハッシュタグをつけたUGCに対してコミュニケーションをとり、既存顧客や未来の顧客との接点を創出していました。UGCの商品LPやブランドサイトへの活用は、ブランドの世界観を壊す恐れから抵抗があった同社でしたが、当社が提供するLetroを使用することで他と比べて遜色のないデザインを実装できることから商品LPとブランドサイトにおけるUGC活用を開始しました。



これまで同社では、Instagramの投稿キャプチャを画像として広告LPに貼り付けることで顧客の声を紹介していましたが、現在はLetroを使用し、Instagramから収集したUGCを顧客の声として掲載しています。またUGC掲載後も、Letroが提供する「UGC効果測定機能」により、どのUGCがクリックされたのか、どのUGCが購買に影響を与えているかを可視化でき、数値的に貢献しているUGCを判別できるようになりました。これにより、動画を含めたUGCの様々なパターンや組み合わせを試すことができるため、効果を検証しながら施策をまわし新規顧客向け広告LPのCVR1.27倍を実現しました。

DINETTEのUGCの活用から現在に至るまでの詳細はこちら:

<https://service.aainc.co.jp/product/letro/article/2020/dinette.html>

■ご担当者様のコメント

DINETTE株式会社 代表取締役社長CEO 尾崎 美紀様

Letroの導入によって、CVRやCTRが高いUGCがわかるようになったので、今ではInstagramのUGCを広告クリエイティブに使う動きが出ています。広告運用は、クリエイティブ制作を含めて代理店さんにお願いしているのですが、代理店さん側で気になったUGCをこちらに共有してもらうと、すぐにLetroの管理画面でコンバージョンに繋がりやすいものか確認を行うことができるため、スピード感をもちながら、成功確度高く施策を回せています。これまでたくさんのお客様のUGCがありました。購入を迷っているお客様の後押しとなるような投稿がどんなものなのかは分かりませんでした。Letroの導入後は、各UGCの成果が可視化され、広告クリエイティブにも活用できるのでとてもいいなと思います。



UGCにはお客様の深層心理的な部分、例えばもっとこんな商品があつたらいいなというような要望や、他のお客様の共感を呼べるようなお客様目線のプロダクトの良さが表現されていると感じています。こうしたUGCのもつ価値をまだ完全には活用できていないと思っていますので、これから取り組んでいきたいです。

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役CEO 中村壮秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

<アライドアーキテクツとは>

アライドアーキテクツは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、世界中の生活者と企業のつながりを創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクツ株式会社 広報室

TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp