

CPA1/10を達成

コンプレックス系D2Cでも難しくない！インフルエンサー活用×SNS口コミ戦略

ADCATE

この資料では、こんなお悩みのヒントになる事例をご紹介いたします。

広告素材がなく
なかなか成果につながらない…

口コミがない段階の
効果的なSNS施策がわからない



今回のお客様と施策概要

- お客様　美容・ボディケア領域のD2Cブランド
- サービス単価　4,000円～
- ご支援内容　Instagramを中心としたインフルエンサー施策の設計・実行支援。
  認知拡大と口コミの蓄積、さらに広告活用も見据えた投稿設計までを担当。

施策実施前の課題

・SNSや検索時にリアルな口コミが見つからない
・広告に使える素材が不足し、CPAが高止まり
↓
CV獲得の障壁：実際に使っている人の声が届かず、訴求手段も限られていたこと

仮説

ユーザーの購入行動を後押しするには「実際に使っている人の声」が欠かせない
企業発信ではなく“第三者によるリアルな口コミ”をSNS上に増やし、「話題になっている」「自分も使ってみたい」と感じさせる空気感を演出

実際に行った施策

課題や仮説を踏まえ、2つの方針で施策を展開しました。

施策 01

インフルエンサーを活用し 自然な口コミをSNS上に蓄積

【Instagram】
インフルエンサーによる実体験ベースの自然な投稿

↓

「自分と同じような人が使っている」 リアルな口コミ

信頼感の醸成と情報の供給を両立させるため、Instagramを中心に複数のインフルエンサーを起用。“広告感”を出さずに、実体験ベースの自然な投稿になるようディレクションを行い、リアルな口コミを蓄積

施策 02

新規性のある商材だからこそ「分かりやすく伝える投稿設計」を意識

インフルエンサーの選定

使い方や効果などを具体的で丁寧に伝えられる

×

投稿内容の分かりやすさ →そのまま広告素材に

ユーザーにとっての判断材料になる

ユーザーが内容を正しく理解できるよう、**機能や特徴を分かりやすく伝える投稿設計**を重視。投稿をもとにした広告クリエイティブで、CVRの向上やCPAの大幅な改善といった成果も得ています。

施策成果

2つの方針で施策を実施した結果、以下の成果が得られました。

成果01

インフルエンサー施策を
約6ヶ月間継続した結果、広告配信再開後

CPA
約1/10に改善

その他の成果

検索時に信頼できる“実体験情報”が増加

「第三者の声」を安心材料にして
購入へ進むユーザーの動線を
作ることができた

広告で機能することも見越したうえで、ユーザーの不安や興味に寄り添った
「実体験ベースの投稿」を蓄積。UGCとしての信頼性と共感性がそのまま広告表現にも活き、
CVRの向上と広告効率の改善に寄与しました。

今回の事例からの学び

今回の事例で得た学びは、以下の3点です。
皆さまが抱えるお悩みを解決するヒントになれば幸いです。



学び01

センシティブな商材ほど、“第三者のリアルな声”が最大の広告素材になる



企業発信の情報だけでは届きにくい商材においては「第三者の声」が、何よりも説得力のある訴求になります。特に検索・比較検討のフェーズでは、口コミがあるかないかでCVRが大きく変わります。

学び02

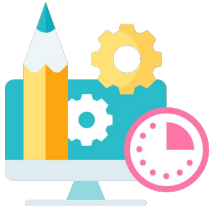
認知フェーズでは“共感”と“憧れ”の両軸が重要



「自分も使ってみたい」「周囲が使っているなら安心できそう」と感じてもらえる空気感の演出、SNSでは“流行っている感”を意識した演出がが購入行動につながり効果的でした。

学び03

インフルエンサーは“広告素材の生成手段”としても有効



単なる認知拡大だけでなく「広告に使える訴求力の高い素材が得られる」という視点で活用することも重要。
UGCを二次利用することで、広告表現の幅が広がり、CPA改善にも貢献しました。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました！

アドケイトでは、Webマーケティング支援から、SNSアカウント運用、
インフルエンサーキャスティングまで、一気通貫でマーケティング支援を行っています。

マーケティングのお悩みやご相談など、お気軽にお問い合わせください。

お電話でのお問い合わせ
06-6484-7810
受付時間　10:00~19:00（土日祝除く）

WEBからのお問い合わせ
https://adcate.co.jp

ADCATE

株式会社アドケイト
住所　大阪府大阪市中央区南本町2-4-8 ミズワンビル2F
HP　https://adcate.co.jp