

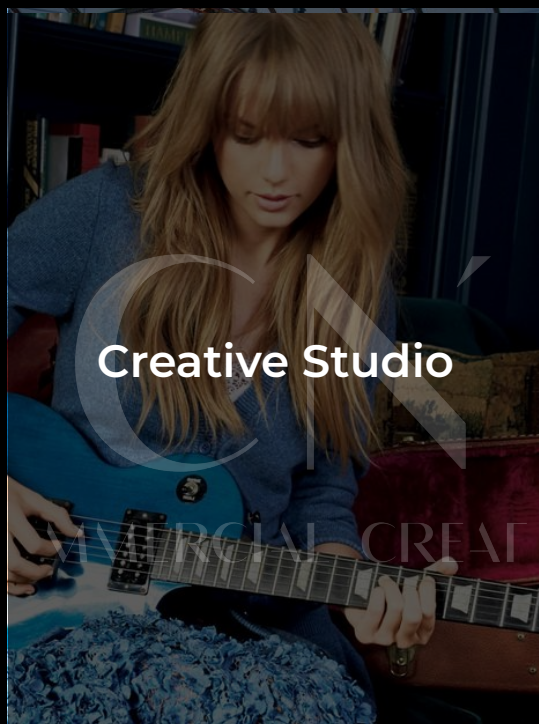


CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY

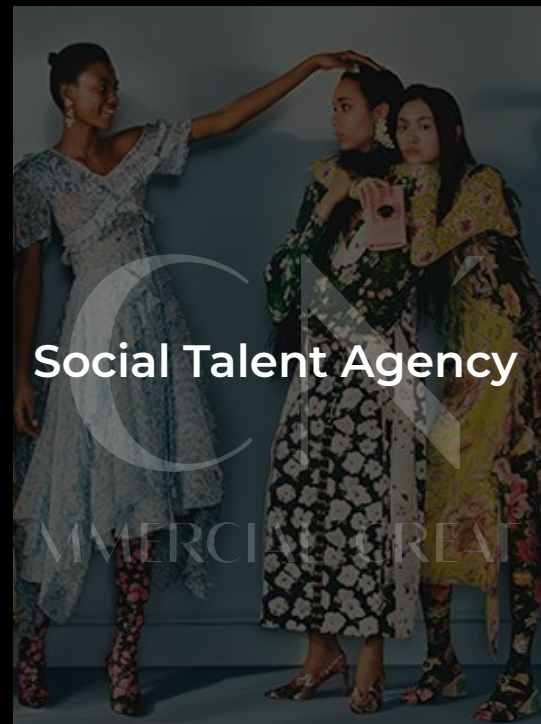
2023 CREDENTIAL

# CN Commercial Creative JAPAN has

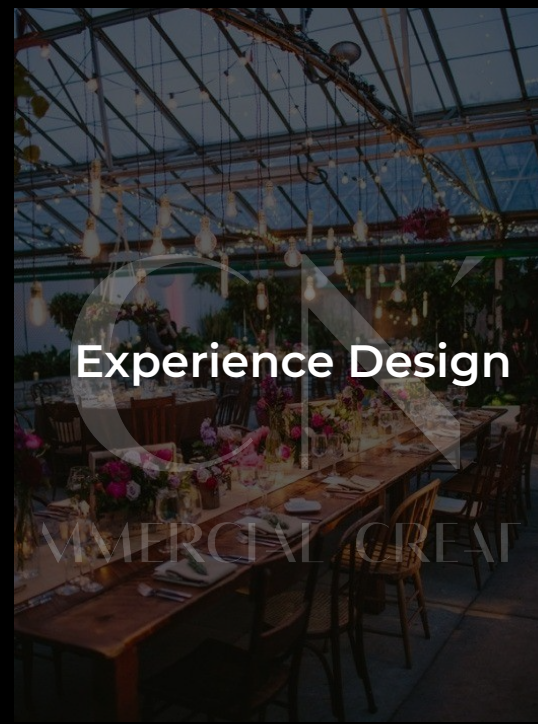
CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY



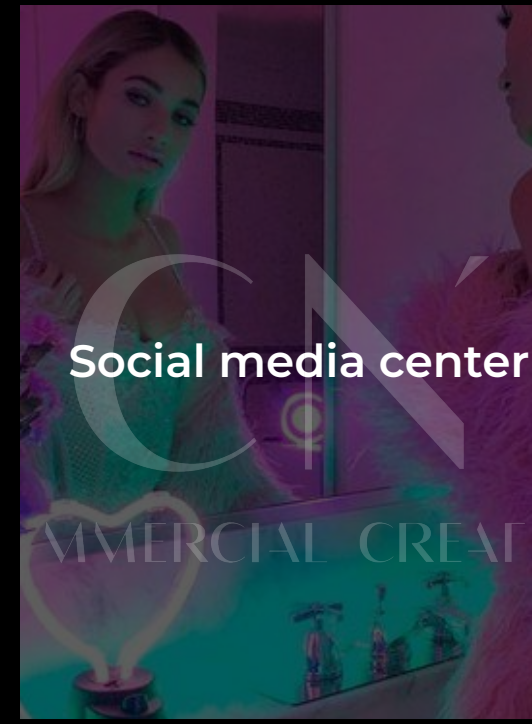
Creative Studio



Social Talent Agency



Experience Design



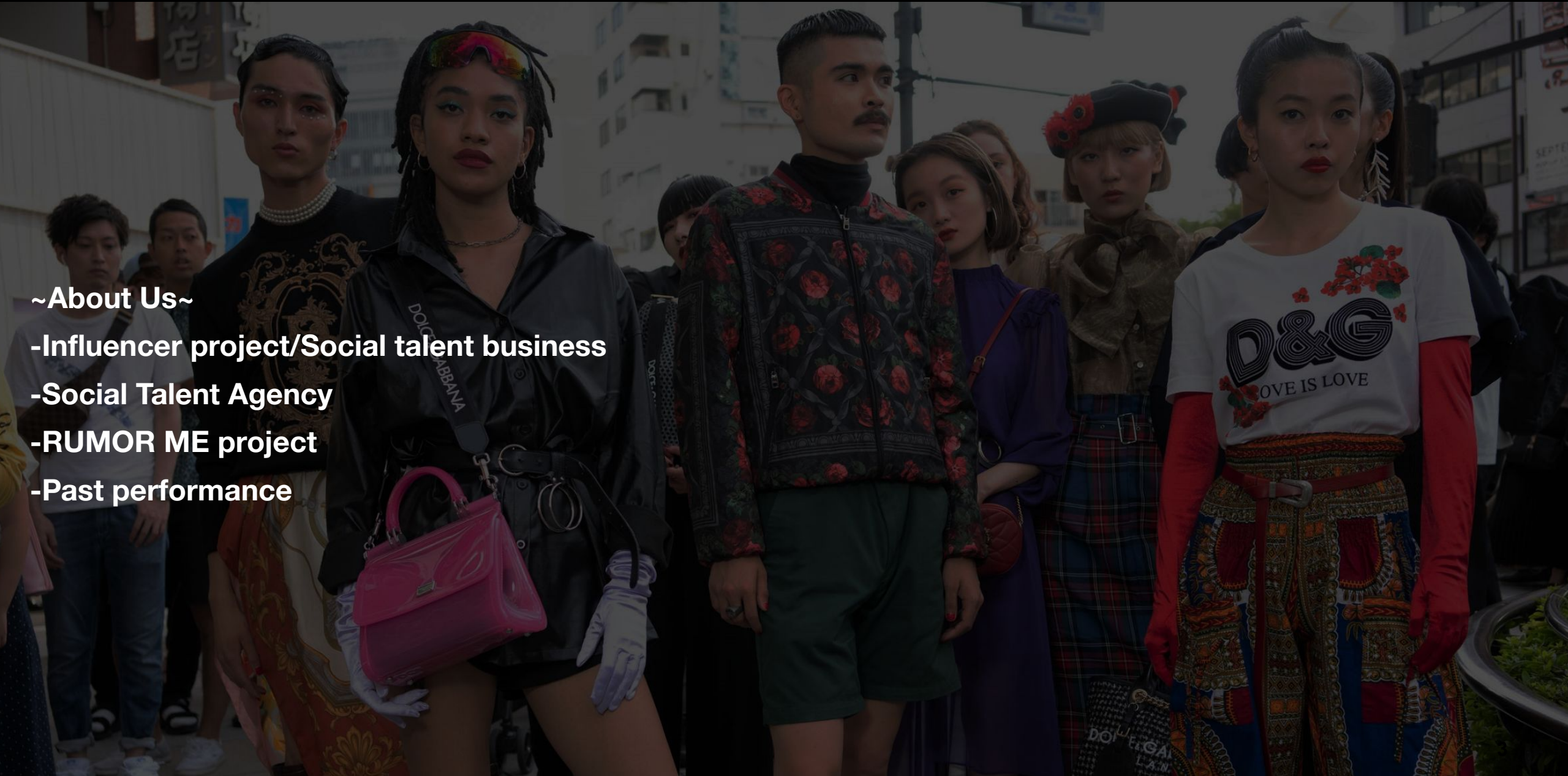
Social media center

# 4 Departments



~About Us~

- Influencer project/Social talent business
- Social Talent Agency
- RUMOR ME project
- Past performance





CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY





# Social Talent Agency

## Social Talent Agency

### Casting for promotion

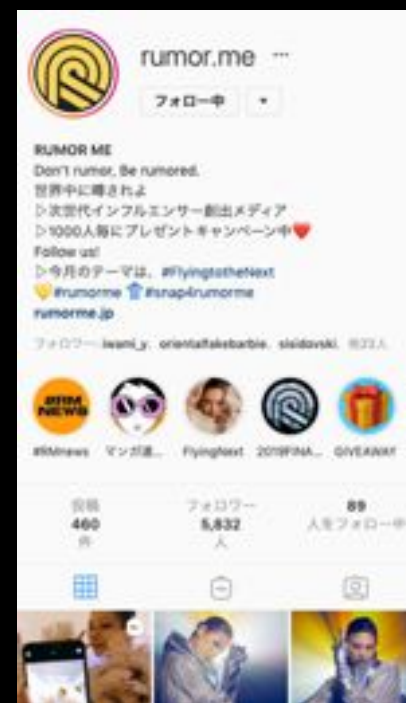
多様なプラットフォームを横断してのキャスティングを行う部署。インフルエンサーからセレブリティのキャスティングを幅広く行う



## RUMOR ME project

### influencer nurturing

新時代を担うZ世代の感性に磨きをかけSNS時代をリードする新世代のクリエイティブインフルエンサーの育成をするプログラム



# Casting

クライアント様の目的・フェーズに応じてキャスティングが可能となります。今までのキャスティングの知見を経てクライアント様のニーズに合わせ、効率・効果の良いキャスティング方法のご提案をさせていただきます。  
(プロダクション・カメラマンからのアサインも可能です)

## Celebrity



目的: 企業様・商品のブランディング  
実績: WEBCM/新聞広告/年間キャンペーン/  
イベント登壇・MC等

## Influencer



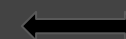
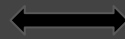
目的: (新しい商品発売時の) 宣伝告知・集客・認知  
実績: イベント来場・商品ギフトイング



# Social Talent Agency



Client



talent/influencer

Casting talent/influencer and marketing with various SNS



タレント・インフルエンサー・所属クリエイターのキャスティングと多様なSNSを組み合わせ  
様々なキャスティング企画・インフルエンサー育成・ワークショップ等独自のメニューに基づいて最適なプロモーションプランをご提案します。



## Social talent agency Strong point

独自クリエイターの  
キャスティング

クリエイター育成による  
クリエイティブの担保

ファンマーケティング  
の設計

SNS  
キャンペーン設計・運用

ラグジュアリーブランド  
での実績

# Influencer connection

CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY

今年で4年目となるSocial Talent Agency ではインフルエンサーのネットワークを広げております。  
実績と、信頼関係を兼ね揃えているためクオリティの良いインフルエンサーを全国・全世界でキャスティング可能となります。

01

全国ネットワーク

ラグジュアリークライアントのイベント実績による  
国内の質の良いインフルエンサー  
のキャスティング。

02

CNXネットワーク

全世界12カ国のクリエイティブエージェンシー  
CNXとの連携による  
全世界横断での企画・キャスティング・ディレクション

03

RUMORME  
ネットワーク

RUMORMEインフルエンサーによる  
海外インフルエンサー、タレントとの  
横とのつながり



# Influencer marketing

インフルエンサーマーケティング市場が伸びるにつれて、インフルエンサーキャスティングの重要性が増しております。 Social Talent agencyでは「クオリティ担保」のため、以下の項目を重視しキャスティングをしております。



商品とインフルエンサー  
のマッチング度

インフルエンサーの元々の投稿内容  
と商品の相性が良いか。  
インフルエンサーのプロフィールと  
商品がマッチしているか

エンゲージメント

既存の投稿で  
どのくらいのフォロワーが反応して  
いるか。熱量を持つファンがどれだ  
けいるか

投稿

投稿クオリティ

フォロワーを魅了できる  
投稿内容か。自然に  
商品が溶け込んでいく内容か

## 多展開SNS

一つのプラットフォームのみではなく、  
複数のプラットフォームで展開。各SNSに合わせた作品  
のディレクション

## ファンマーケティング


インフルエンサーと商品の距離を縮め、  
ロイヤリティを向上させる仕組みを作る  
(ブランドインフルエンサー)

# Talent Agent

CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY




日本トップクラスのフォロワー  
Djapanese

 3,0200,000



プロのダンスインフルエンサー  
Kazuho Monster

 313,000

 570,000



日韓MIXのTiktoker  
Kotoha

 19,000

 390,000



元フルーツ奏者のハリウッド女優  
Riria

 75,000



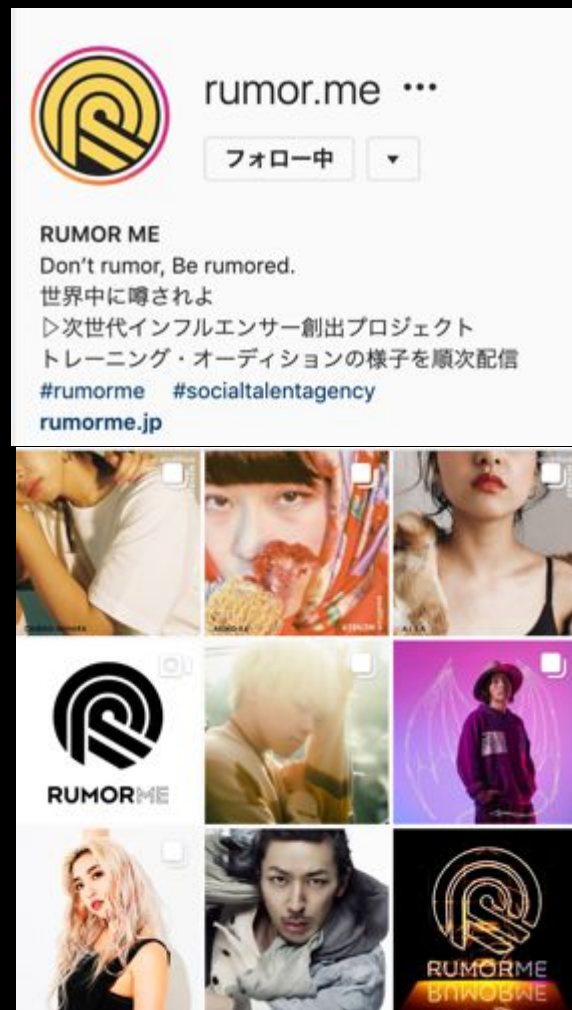


RUMORME



# RUMOR ME

CONDÉ NAST  
SOCIAL TALENT  
AGENCY



VOGUEやGQのファッション誌を出版する  
コンデナスト独自のZ世代に向けた  
Instagram上で実施するプログラム

**FASHION** × **CREATIVE**

を軸に  
世界中で噂されるような  
若手クリエイティブインフルエンサーの  
発掘、教育

Instagramアカウント「@RUMORME」

<https://www.instagram.com/rumor.me/?hl=ja>



# PROJECT MEMBER

SOCIAL TALE  
AGENCY

Creator

performer/dancer



KASUMI:25k follower



おちびのよっちゃん25k follower



松岡 歩武22k follower



小源寺 亮太20k follower



KOTOHA:390k follower



Lisako:23k follower



Marina15k follower



Misato 2k follower



中山萌花 23k follower

CONDÉ NAST



# PROJECT MEMBER

SOCIAL TALE  
AGENCY

MODEL/INFLUENCER



友永京花:10k follower



Megumi 4.4k follower



小森りお 22k follower



NASA 4k follower



大沢 明花23k follower



YUDAI 21k follower

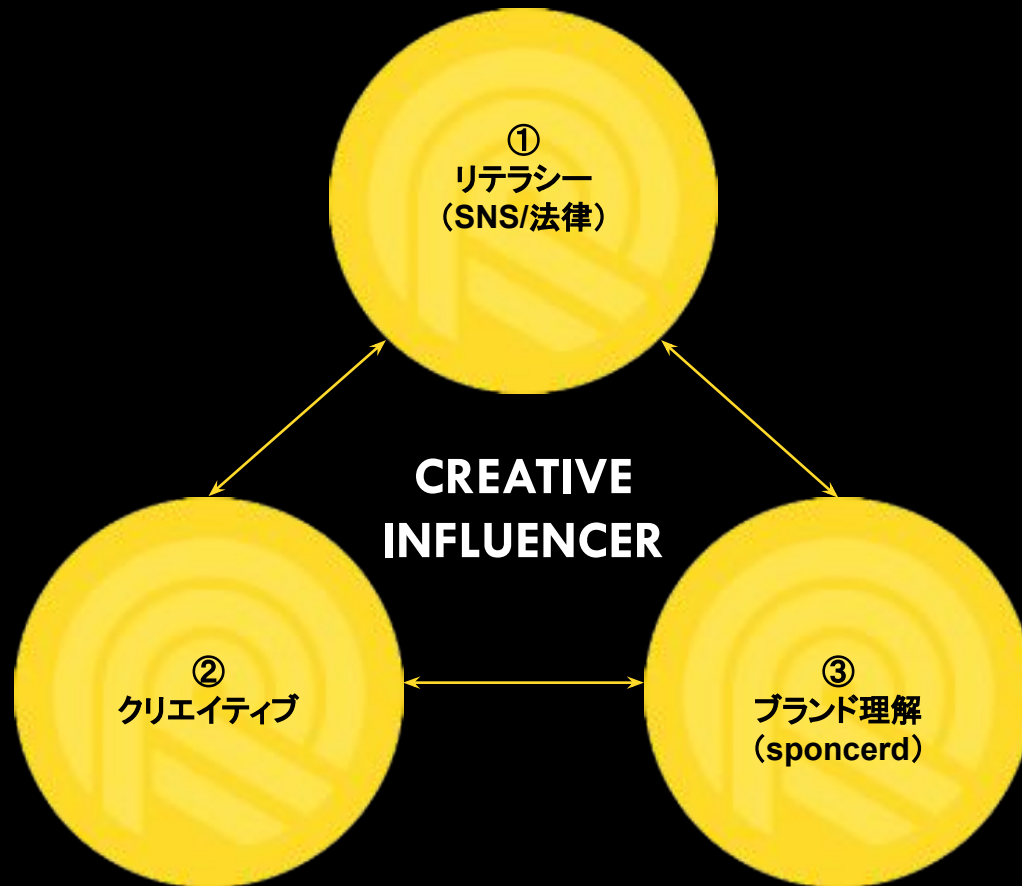


金子 実祐2k follower



# Nurturing program

「NEW CREATIVE CLASS=頭、体、感性を刺激するトレーニング」を軸にクリエイティブインフルエンサーを育成



## リテラシー

長年編集者経験のある、弁護士によるInstagramを投稿する上でのメディアリテラシーインフルエンサーとして活動する際の注意  
(基礎～応用編)

## クリエイティブ

コンデナスト・ジャパン社と長年仕事をされてる動画クリエイターや、コンデナストクオリティを現場で体験してる編集部を呼びクリエイティブについてのトレーニング

## ブランド理解

コンデナストと取引のあるブランド様のPR担当をお呼びし、ブランドパーパスやSDGs・ブランド側の注目しているインフルエンサーを経験を元にお話いただく

### ◆2021年度講師

- ・VOGUE GIRL副編集長・GQ・『WIRED』日本版 編集長
- ・GQ マネージングエディター
- ・弁護士/コレオグラファー/ビデオグラファー 等

伊勢半様協賛の元、RUMOR MEでのトレーニング  
伊勢半様のブランドストーリーを学び、且つGIのようなディスカッションを交えたトレーニングを実施  
トレーニングの事前・事後での投稿してもらい、インフルエンサーへブランド理解度が上がった投稿をもらう



事前投稿(一部)

<https://www.instagram.com/p/CZ56kWmFSPQ/>



# Schedule

本年度の年間プログラム  
※下記スケジュールは変更する場合がございます

WIRED

6月

ORIENTATION

本トレーニングの  
オリエンテーション。  
初回課題の提供

7月

MEDIA  
LITERACY

SNSで投稿における  
法律・炎上リスクについて

8月

PHOTOGRAPY

縦動画の編集  
(Reel Tiktok)  
動画編集ツール・加工  
ツールのワークショップ。  
映える写真の撮り方

9月

CREATIVE

WIRED  
コンデナスト・クオリティの  
アウトプットの仕方。

10月

BRAND

ブランド様提供可能枠

11月

CREATIVE

GQ  
コンデナスト・クオリティの  
アウトプットの仕方。



12月

BRAND

ブランド様提供可能枠

1月

CREATIVE

VOGUE  
コンデナスト・クオリティの  
アウトプットの仕方。



2月

総括

全体の総括

# RUMOR ME

## 企業と才能溢れる若者の化学反応を コンデナスト的なスキルや物の考え方で広げていく

各編集部からの Theme に対して、独自の感性でクリエイティブ(写真、画像、テキスト)を作成。  
作成された作品に対して、編集長・クリエイティブからのフィードバックをして SNSクリエイティブ力を磨いていく

### 2023 Schedule

年に3回テーマに対して、メンバーがクリエイティブを作成  
全クリエイティブを評価し、年間を通しての成長を見届ける  
見込みのあるメンバーに関しては、  
Condénast Talent Agencyと契約後、引き続き案件をオファー



20名前後を育成

### ex WIRED

気候変動を生き抜くツールを独自で考え、自分なりのクリエイティブを制作





# RUMOR ME sponso

RUMOR MEの協賛をする際は以下がおります

01

SNS投稿

トレーニングの前後  
※MAX2回



Before

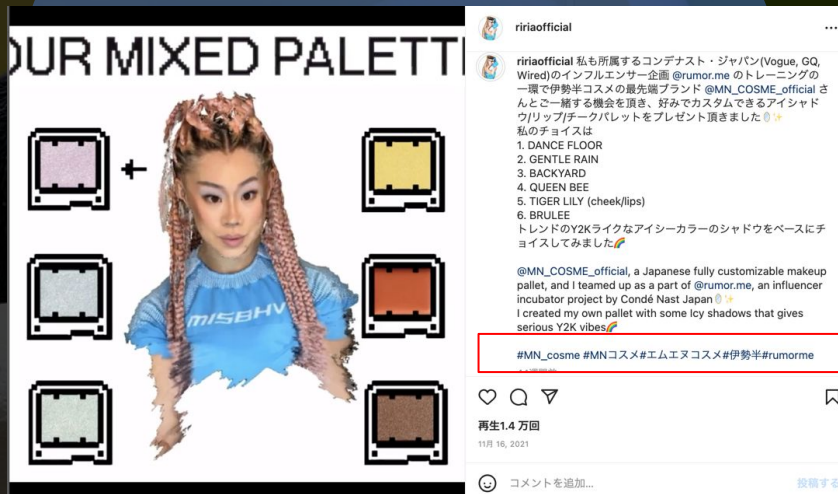
After

同じ商材で2回の投稿が可能

02

PR表記

トレーニングに対しての協賛のため不要

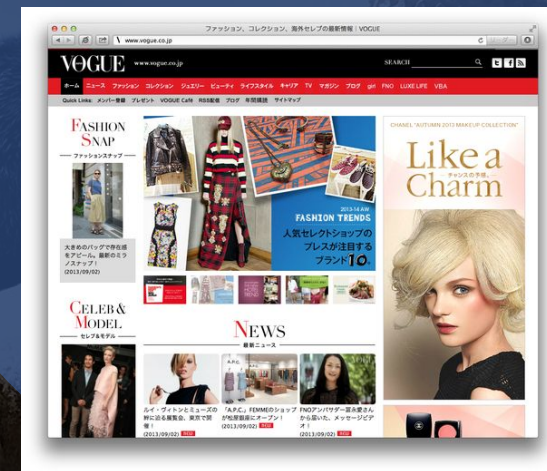


広告色が強くなるPR表記が不要  
ハッシュタグとメンションの指定は可能

03

二次使用可能

インフルエンサーの投稿を自由  
にご利用いただけます



二次利用込の金額となるため  
追加費用は不要となります。  
(ただしメンバーがRUMORMEに  
所属している間のみ)

# RUMOR ME sponsonord

以下の用途によって、目的に合わせたRUMORMEのワークショップを設計することが可能です。

01

## ブランド理解

Z世代のインフルエンサーへ  
ブランド理解を深めさせる

Brand  
Story

Product  
Develop  
ment

Other  
CSR/SDGs

貴社がZ世代に向けて伝えたい内容を授業を通じてインフルエンサーにインプット(より深い理解)

02

## クリエイティブ制作 (貴社広告用)

クリエイティブディレクター監修の投稿素材の制作



Z世代目線ならではの新しいプロモーションへのアプローチ  
クリエイティブアイデアの創出

03

## 調査・FGI

Z世代のインフルエンサーへの  
調査・FGI



最新情報に関心度のあるZ世代との意見交換



# RUMOR ME Training program【クリエイティブ制作について】

## クリエイティブ制作

クリエイターの好きなように作品を制作してもらい、制作する上での意図もテキストに起こしてもらおう



この動画だとシューズに目がいかなくなってしまうので、シューズメインの尺を追加

再度見てもらうためには全体の尺の長さを調整した方が再生数が回る

シューズ+ダンスの組み合わせなので、BGMのBPMはテンポが速いように調整



## 監修 フィードバック

プロのクリエイターからの制作意図を汲み取った上でのフィードバック

## 修正

フィードバックを元に修正し最終盤として作品を仕上げる



# FYI:RUMOR ME Training program Schedule

RUMOR MEメンバーとのワークショップは以下の手順を想定

2ヶ月～1ヶ月前

2週間前

当日

2週間以内

1ヶ月後

オリエン



※後日、弊社より具体的な  
トレーニング構成をご案内致します

事前投稿



※事前投稿を集計し、  
ワークショップ前位に提出致します。  
※PR表記は付きません。

ZOOMを活用した  
ワークショップ



事後投稿



※SNSキャンペーンの  
投稿として活用可能です。  
※PR表記は付きません。

レポート提出

KPIs estimados

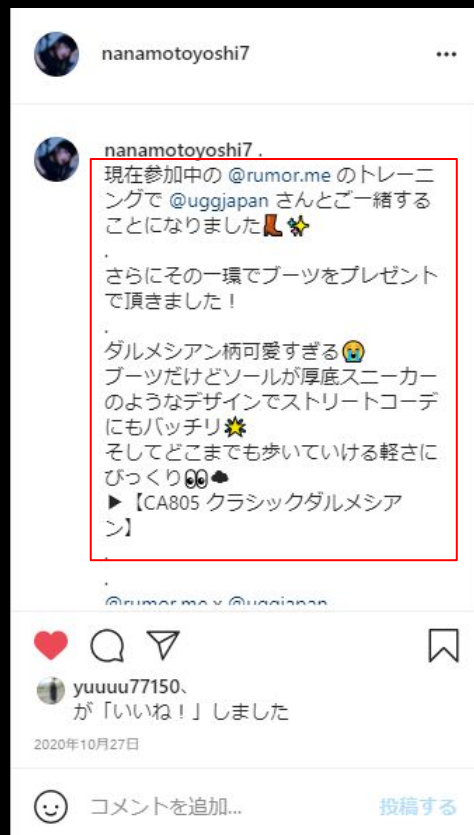
Producto	Cantidad	Plataforma	KPI Estimado	Indicador	Objetivo
Producto de moda (camiseta)	20	Facebook	1,000,000	Impresiones	Alcanzar 1,000,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	4	Twitter	500,000	Impresiones	Alcanzar 500,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	4	Facebook	1,000,000	Impresiones	Alcanzar 1,000,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	4	Instagram	500,000	Impresiones	Alcanzar 500,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	10	Facebook	1,000,000	Impresiones	Alcanzar 1,000,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	10	Facebook	1,000,000	Impresiones	Alcanzar 1,000,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	2	Facebook	500,000	Impresiones	Alcanzar 500,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	2	Facebook	500,000	Impresiones	Alcanzar 500,000 impresiones
Producto de moda (camiseta)	100	Twitter	500,000	Impresiones	Alcanzar 500,000 impresiones

●総リーチ数  
●アンケートデータ  
●クリエイティブ一式  
等

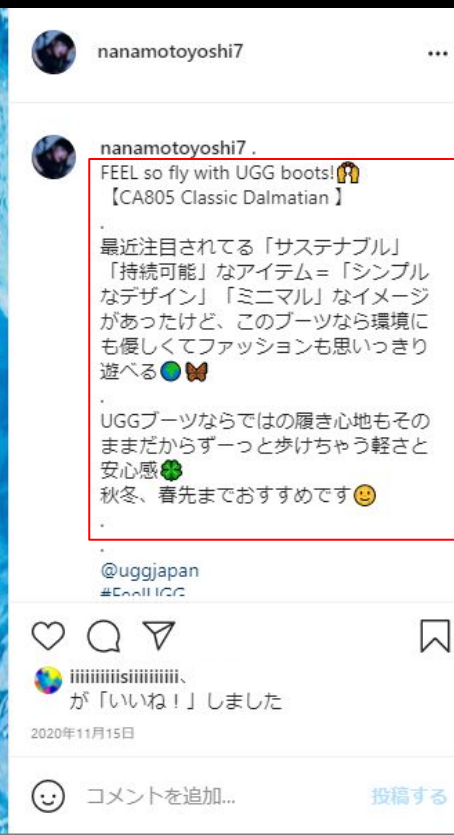


トレーニングの前後で投稿を行うことで、インフルエンサーが違う角度から発信  
インフルエンサーの理解度の違いを測れる

トレーニング前【コーディネートに関するテキスト】



トレーニング後【SDGsに関する内容】



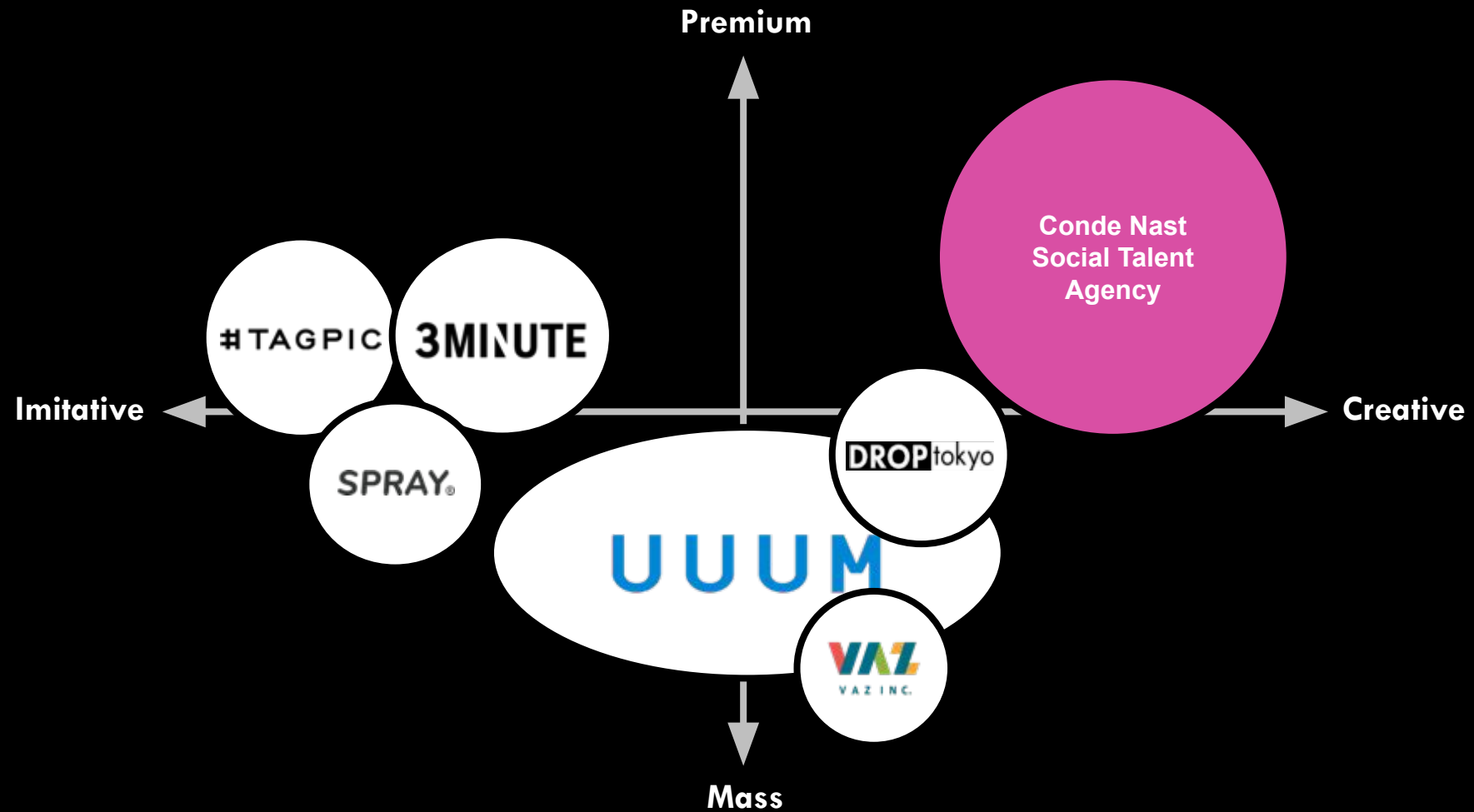
## トレーニング協賛 ¥2,500,000 (NET)

項目	回数	内容(協賛イメージ)	金額	備考
コーディネート	—	トレーニングのカリキュラム構成企画	¥700,000	
ワークショップ	1	FGI	¥800,000	詳細要調整
	2	クリエイティブ制作・投稿(出席メンバー数×2回)	¥1,000,000	詳細要調整
	—	二次利用	—	

※ギフトによる商品発送費は別途発生します  
※弊社ディレクション費用は上記金額に含まれます



RUMORMEAUDITIONのクリエイティブインフルエンサーはクリエイティブでプレミアムなタレントとして育成



**Past performance**

**CONDÉ NAST**  
SOCIAL TALENT  
AGENCY



# 実施までの流れ

## ヒアリング・プランニング

- ・実際のターゲットの行動調査
- ・どのようなコンテンツに興味関心を持っているか



PRしたい商品、イベント、目的、課題、ターゲット層、ご予算 KPIをヒアリングのもとインフルエンサーリストや投稿案 / 施策などをご提案

## キャスティング

- ・ターゲットの観ているコンテンツに基づいたキャスティング
- ※質の精査



リスト、投稿案に基づき、インフルエンサー、タレントへ弊社よりリコンタクト  
PRしたい商品のブリーフィング

## 企画実施・レポート

- ・ターゲットにより深く刺さるような企画
- ・Instagramの投稿内容方向性の提示



- ・投稿内容ディレクション
- ・リーチ数等をまとめた簡易レポート提出

※あくまでも例のためご要望に合わせ相談可

# Casting: プラチナ・ギルド・インターナショナル様



2020年

クライアント: プラチナギルドインターナショナル

キャスティング: 多部未華子

内容: アンバサダー契約



2021年

キャスティング: 西野ななせ

目的: ブランディング





# “KIHIN” to the future

ものづくりの誇りを未来へつなぐ



“KIHIN” to the future  
ものづくりの誇りを未来へつなぐ  
～江戸切子職人の三澤世奈さんの動画公開中～



動画の再生回数に応じて、  
女性の若手職人や後継者の育成を支援する活動に  
寄付いたします。

Photo by Miki Chujo

# Influencer casting

## 富士フィルム: インスタックス (WEAR & Instagram)



目的: ブランディング・キャンペーン認知  
 キャスティング人数: 12名  
 リーチ: 480,000  
 Instagram・WEAR

## PGI (Instagram)



目的: ブランディング・キャンペーン認知  
 キャスティング人数: 8名  
 リーチ: 900,000  
 Instagram



# Influencer casting

## ITRIM様 ギフトイング+投稿



aoioa · フォローする

aoioa 以前もご紹介した夏になってから開始したスキンケアブランドITRIM新商品「シオンコウ」を使い始めて早一ヶ月が  
お見せするのが恥ずかしいですが  
せっかくなのでシオンコウをご紹介しながら  
洗顔からスキンケアまでをリアルにご紹介。  
スクラブ成分も入っているから洗い上がりの  
ツルツと感が気持ちいい。  
そして、専用のオーガニックコットンが  
大判で肌触り抜群なので  
私は大好きなコットンバックで締めてます👉  
大人になってからの毛穴ケアって  
なにを選べばいいかわからないって方に  
オススメしたい商品👉  
とっても使いやすいくて使用感もよかったです  
引き続き楽しみながら続けてみます👉

@itrimbeauty

#ITRIM #シオンコウ #毛穴ケア #いと凜と生きる #PR  
#美容 #スキンケア #毛穴ケア #敏感肌 #トーンアップ #ホームケ

yuuki\_\_0226\_、その他が「いいね！」しました  
9月 24

コメントを追加... 投稿する

目的:新商品発表時PR投稿  
人数:7名  
リーチ数:326000

## PWS様 イベント来場+ギフトイング+投稿



yuyukmt · フォローする

yuyukmt new skin care 🍃👉 #Reinca

新しく誕生したReincaは肌の生まれ変わりに着目したスキンケア  
🍃  
新時代の身体感覚の心地よさも追及されているということで  
気になり発表会にお邪魔しました👉

私のお気に入り『リズムトリートメント デュアルリペアクレ  
レンジング』

メイクを落としながら「角質ケア」と「カーミングケア」を叶  
うクレンジングバーム！  
今まで使ってたオイルだとメイクは落ちるけど乾燥が気になっ  
ていて。このバームは乾燥も気にならず、使い心地もふわふわで感  
動！👉👉👉

しかも違う成分が2層で入ってて、なんかお得感👉  
使っていくうちに次の成分が現れるのが楽しみ！

他にも炭酸泡の洗顔、水ゼロの化粧水と乳液、ニードルパッチ

yuuki\_\_0226\_、その他が「いいね！」しました  
9月 24

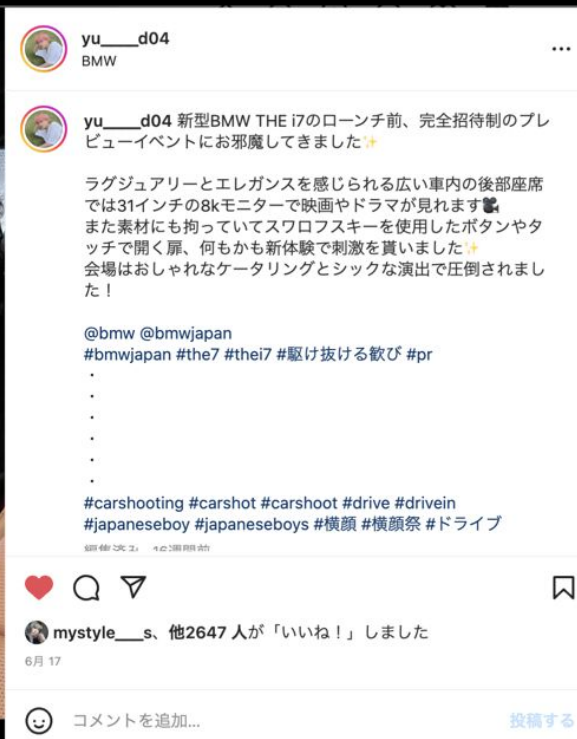
この投稿へのコメントは制限されています。

目的:新商品発表時PR投稿  
人数:21名  
リーチ数:2,044,600

# Influencer casting

## BMW様 イベント来場+投稿 (横浜・大阪・名古屋・福岡)

## BMW様 イベント来場+投稿



目的:新商品発表・新規顧客への認知  
人数:39名  
リーチ数:1053704



目的:ブランディング・集客  
人数:16名  
リーチ数:1125900



# インフルエンサーキャスティング



ochibi\_yocchan  
オリジナル音源

ochibi\_yocchan ドゥカティのアーティスティックな世界を日本の古都京都で体感できる「DUCATI Brand Night in KYOTO」へ招待して頂きました！

国宝・重要文化財の建物で構成されている東福寺を舞台に全12台の🏍️がライトアップ❤️カッコ良すぎたあ！！

・  
・

#ドゥカティ #バイク #バイク女子 #イベント  
#bike #ducati #ducatibrandnight  
#京都 #東福寺 #PR  
編集済み · 1週間前

masumi\_3pics 可愛い🥰❤️よっちゃんもドレスも可愛い🥰🥰  
1週間前 返信  
— 返信1件を表示する

s0126\_ 可愛いしお肌ツツヤ🥰❤️  
1週間前 返信  
— 返信1件を表示する

haluna0313 よっちゃん、カッコいいー🥰🏍️💕🌟  
1週間前 返信  
— 返信1件を表示する

neko\_cycle これはもう美麗🥰

ys.life.style.innovation、他946人が「いいね！」しました  
5月 19

コメントを追加... 投稿する

**Ducati様**  
**@東福寺**

目的:オーナー向けイベントでの  
ブランディング向上  
関西在住の40名インフルエンサーキャスティング

## Dyson beauty event イベント来場+投稿

目的:ホリデーシーズンの拡散  
人数:12名  
リーチ数:77万follower以上

# dyson





# Casting: ディアジオジャパン様 イベントキャスティング



**Diageo  
Luxe  
Cocktail  
Month**  
1 Nov. - 30 Nov.



Rising Aroma VOLT-AGE Negroni Blanc Highball



Hidden Bitter THE TWO TOWN Speyside Sour The Oldest Julio Smokey JULIO Mary Toffee aux Julio

当日の様子



DJ



目的: イベント集客  
人数: 10名以上



TWO ROOMS GRILL | BAR 5F

TEL: 03-3498-0002  
<https://tworooms.jp>

# Casting: Nespresso様



**\_katojun\_** • フォローする  
nespresso.jpとのタイアップ投稿

**\_katojun\_** ボタンひとつでクイックに美味しくコーヒーを飲めるのが朝の嬉しい時間になった

マグのサイズもエスプレッソもいるんなカップサイズで楽しめるヴァーチュオ ポップ

熱々のエスプレッソをアイスクリームにかけてアフォガードにしてよく食べる

@nespresso.jp #ヴァーチュオポップ #ネスプレッソ  
編集済み · 3週間前

**mi5dg\_** こんにちは！1枚目に写っているラグはどこのものでしょうか？  
3週間前 返信

— 返信1件を表示する

**saucetasteface** ストーリーで紹介されていたtazoのトロピカルティー買ってみました@QOLが上がろうで楽しみです♪素敵なものを紹介！ありがとうございます😊

**yuuki\_\_0226\_**、その他が「いいね！」しました  
3月 30



## Nespresso様 VERTUO POP



**kazuhomonster**  
nespresso.jpとのタイアップ投稿

**kazuhomonster** 「ヴァーチュオ ポップ」が @nespresso.jp から3/1に発売になりました🎉

エスプレッソからマグなどラージカップまで、カプセルに印字されているバーコードを読み取って様々なコーヒーの特徴を生かして自動で美味しく抽出してくれます  
さらにデカフェまで！  
「コーヒーの味は好きだけどカフェインが苦手、でも市販のデカフェコーヒーは味が薄い…」  
と思っていたのですが、ヴァーチュオのデカフェは味がしっかりしていてとても美味しいです🎉

たっぷりとしたクレマ(コーヒーの表面にできる泡の層)も特徴で、自宅写真撮っている間も泡立ちがキープされていてすごかったです🥰

気になった人は是非探してみてください👉

#ヴァーチュオポップ  
#ネスプレッソ  
4週間前

**babyb\_mari**、他843人が「いいね！」しました  
3月 27

コメントを追加... 投稿する

目的: 商品発売に合わせたPR  
TVCFに合わせてインフルエンサーに投稿  
10名インフルエンサーキャスティング





# Casting: BMW様 (2シリーズ貴社発表会動画)



## BMW様 2シリーズ記者発表会

目的: 記者発表会のサマリー動画の制作・納品  
撮影から数時間で制作し納品

全国のディーラー用にも動画を展開



G-Shockグローバルアカウントローンチ時の納品目的のアセット制作  
LA在住のクリエイターをアサインし、現地でストリートスナップ撮影



# ファンマーケティング・ブランドインフルエンサー



花王様  
ines

ブランドインフルエンサーの育成  
ブランドとインフルエンサーの距離を縮めるために、年に3回の座談会を開催

自発的な投稿、より商品を理解した状態での投稿を促す





伊勢半様協賛の元、RUMOR MEでのトレーニング  
伊勢半様のブランドストーリーを学び、且つGIのようなディスカッションを交えたトレーニングを実施  
トレーニングの事前・事後での投稿してもらい、前後でのクオリティ差を体現



事前投稿(一部)



## Dolce&Gabbana @FASHION'S NIGHT OUT

時期: 2019年9月14日

場所: 表参道周辺

協賛や広告といった従来の概念にとらわれず、クリエイティブ活動に積極的なRUMOR MEオーディションメンバーの活動をサポートする形で実施。施策を通してブランドに対するロイヤリティを醸成。

参加者は、アイテムに直接触れることで、プロダクトと向き合うブランドロイヤリティを深めた。

総フォロワー数58,743に対し総アクション数11,090で、エンゲージメント率18.8%だったことから、約220,000人のフォロワー数で5%のエンゲージメント率を誇るアカウントと同等の影響力だった。



モデル 11名

サイガ、EVA、AILLY、Hirakicks、RYO、MINORI、Sakura、Satsuki、AKIHO、RURI、Cuma（総計 約65,000フォロワー）