

インフルエンサー事業が事業内容を拡大 外部クリエイター「フミカナ【FUMIYA to KANAMI】」と提携を開始

大丸松坂屋百貨店では、発見に溢れる楽しい世界を創ることを目的に“人の力”を活用した社員インフルエンサー事業を立ち上げ、運営しております。昨年手掛けた TikTok アカウント「お菓子食べすぎ会社員」では、これまでクライアント企業の商品 PR 動画投稿の受託、インフルエンサーコラボ商品の開発、企業アカウントコンサルティングサービス等を展開してまいりました。社内で発掘したインフルエンサーを育成、インフルエンサーマーケティング案件を多数受託することにより得たノウハウを活かし、この度当社としては初めて、外部クリエイターとの提携を2023年1月26日（木）から開始、さらなる事業拡大を目指します。



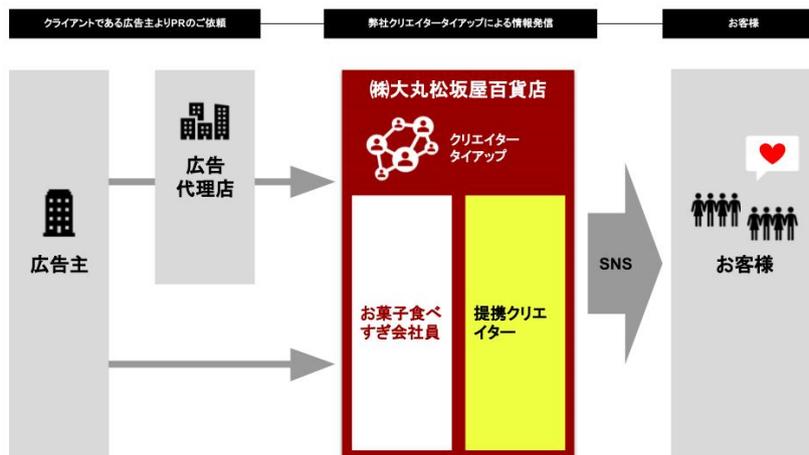
外部クリエイターとの提携開始の背景

インフルエンサーの価値を高めるプロダクションエージェンシーを目指す取組みの一環として、各領域の著名なインフルエンサーとの提携を開始いたします。新たにエージェンシー機能を強化することにより、受託する案件の領域および商品・サービスの認知拡大を目指します。

第一弾として、夫婦の日常を切り取った等身大の動画投稿で幅広い層から人気のクリエイター「フミカナ【FUMIYA to KANAMI】」（総フォロワー数 150 万人）と提携し、支援領域を広げてまいります。

今後も外部クリエイターを起用することにより、現在カバーしている食やお菓子だけではなく、ファッションや旅・エンタメなどへ領域を拡大、さらに幅広い企業のニーズに対応いたします。

百貨店の強みを活かしたインフルエンサーマーケティング活動支援とは



インフルエンサー事業では、長年商品の価値をお客様に伝達してきた百貨店の強みを活かし、社員インフルエンサー（=人の力）を介して、商品の新たな価値を伝達していくことをミッションに新規事業を開発してきました。

初めて社員を起用した TikTok アカウント「お菓子食べすぎ会社員」は、演者の知名度ゼロの状態からスタートし、アカウント開設1年でフォロワー数 17 万人（1/16 に 17 万人に到達）、総再生回数 1.5 億回を超える、たくさんの方に応援していただけるアカウントに成長しました。

子供の頃からお菓子が大好きでその分野で（=百貨店で）キャリアを重ねた社員が、オフィスで大好きなお菓子を紹介する姿（偏愛力）がお客様・企業の皆様の間で話題となっています。

大手食品メーカーなど食品関連企業からも TikTok でのプロモーションの依頼が増え、コラボ商品のディレクションを手掛け、さらにアカウントを育成したノウハウを活かして、他企業の公式 TikTok のアカウント運用コンサルタントサービスも開始しております。

今後も百貨店で培った商品に対する偏愛力や正しい情報を伝える信頼感を活かしながら、「人の心をつかみ魅了する」インフルエンサーとともに成長し、幅広い活躍の場の提供を目指してまいります。

「フミカナ【FUMIYA to KANAMI】」プロフィール

SNS total follower 150 万人の夫婦モデル兼インフルエンサー。

2019 年からインフルエンサーとしての活動をスタートさせる。その後、インフルエンサー活動だけにとどまらず、モデルや企業の広告塔として活躍の場を広げる。これまで数多くの TikTok 企業タイアップを手掛け、各方面からの注目が集まっている。

【TikTok】 <https://vt.tiktok.com/ZS8SjE8r9/>

【YouTube】 <https://www.youtube.com/@FUMIYAtoKANAMI>

お問い合わせ先

大丸松坂屋百貨店 広報担当

長野・西尾

E-mail : kouhou@jfr.co.jp

