

RICHKA

Switch to the Rich.

クリエイティブで、世界を豊かに。

会社概要

社名 株式会社リチカ

設立 2014年10月

役員 代表取締役 松尾幸治
取締役 中西佑樹
社外取締役 橋本聡
監査役 松尾知良
監査役 松本高一

資本金 1億円（資本準備金含む）

認証等

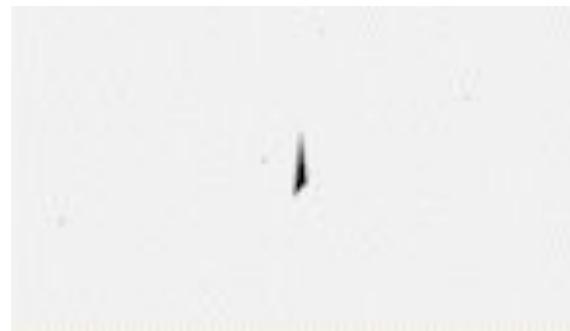
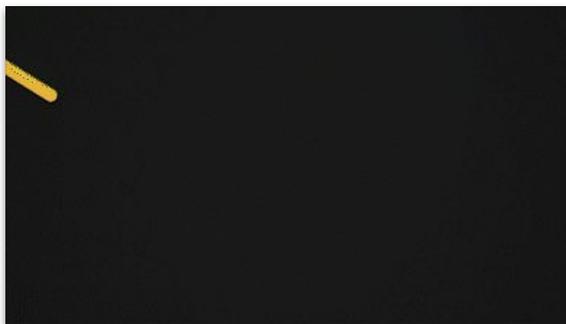


情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)の
国際規格である「ISO/IEC27001」の認証を取
得



元CM制作会社として、

10,000本以上、動画制作の実績あり





400社以上導入&公式パートナーの強みを生かして 運用をサポート



※上記、主要媒体が対応可能

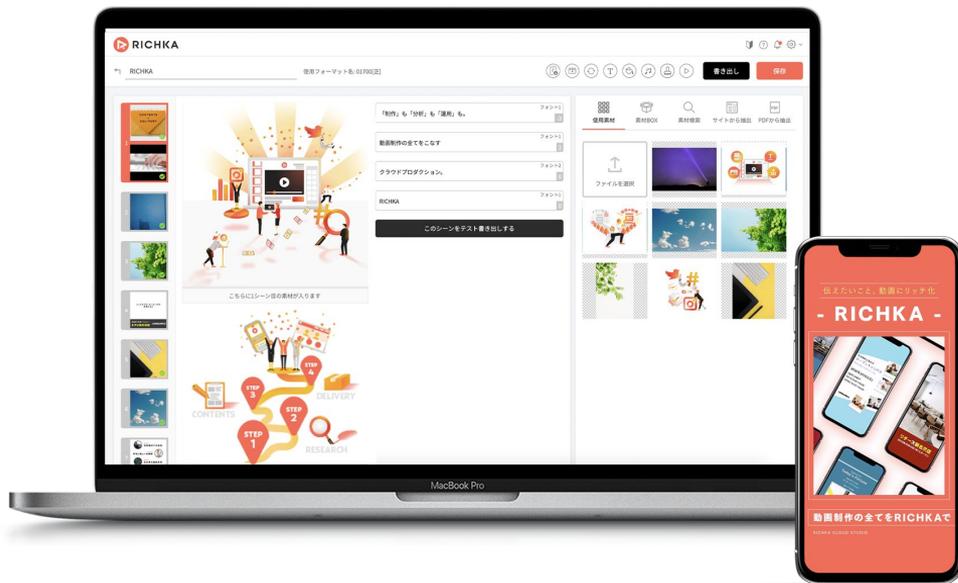
動画生成ソフト
2年連続
シェア
No.1

マーケターが
おすすめする
動画クラウド
サービス
No.1

主要メディアプラットフォーム
認定パートナー
YAHOO! JAPAN FACEBOOK
Marketing Partners

SNSの企画・運用・分析まで
SNSで成果をあげるならリチカ

大手からスタートアップまで **400**社以上に導入



動画生成ソフト
(SaaS/SaaS/無料)
**2年連続
シェア
No.1**

マーケターが
おすすめする
動画クラウド
サービス
No.1

主要メディアプラットフォーム
認定パートナー
YAHOO! JAPAN | FACEBOOK
Marketing Partners

大手事業会社中心に400社以上の導入実績

サービス	金融	小売・店舗	広告代理店	メディア・プラットフォーム
SoftBank free Benesse LIFE and Mutual Group 生涯学習のユーキャン 食べログ Net Protections Sony Music RIZAP JALPAK LINE	セブア銀行 王島信用金庫 多摩信用金庫 YJFX! <small>by YAMAGUCHI</small>	ビックカメラ Q Dixysグループ 蔦屋書店 <small>TSUTAYA BOOKS</small> UNITED ARROWS LTD. BOOK-OFF 宝石広場 UNITED CINEMAS カラオケルバーティー PASELA KOMEHYO STRIPE UR <small>URBAN RESEARCH Co., Ltd.</small>	onestar★ trans cosmos PLAN-B Listing+ ADK opt Speee Digital Garage	YAHOO! JAPAN 日経ビジネス KADOKAWA 日経BP KODANSHA FASHION HEADLINE WWD TELASA GMO MEDIA ORICON NEWS MERY Hatena イープラス Fm yokohama 84.7
メーカー	不動産・インフラ・宿泊			
MORINAGA REGZA LIXIL SECURITY DESIGN KIRIN 太陽建機レンタル	MOL 商船三井 DAIICHI JUKEN GROUP 東急リゾート&ステイ お存ぶき興産			

Meta社(Facebook社)との登壇実績

公式パートナーの強みを生かして運用をサポート



Instagram logo

About Agenda FAQ 登録締切

House of Instagram

JAPAN



@maika797 @john.so1



14:05

株式会社リチカ
事業開発責任者
妹尾 浩充 様

「好きと欲しい」を動画でつくる

Instagramはビジネスとのつながりをつくる動画プラットフォームへ進化。最新動画メニュー「リール」の事例等をご紹介しながら、動画広告で成功するための方法をわかりやすくお話しします。

スピーカー詳細はこちら
→



動画生成ソフト
2年連続
シェア
No.1

マーケターが
おすすめする
動画クラウド
サービス
No.1

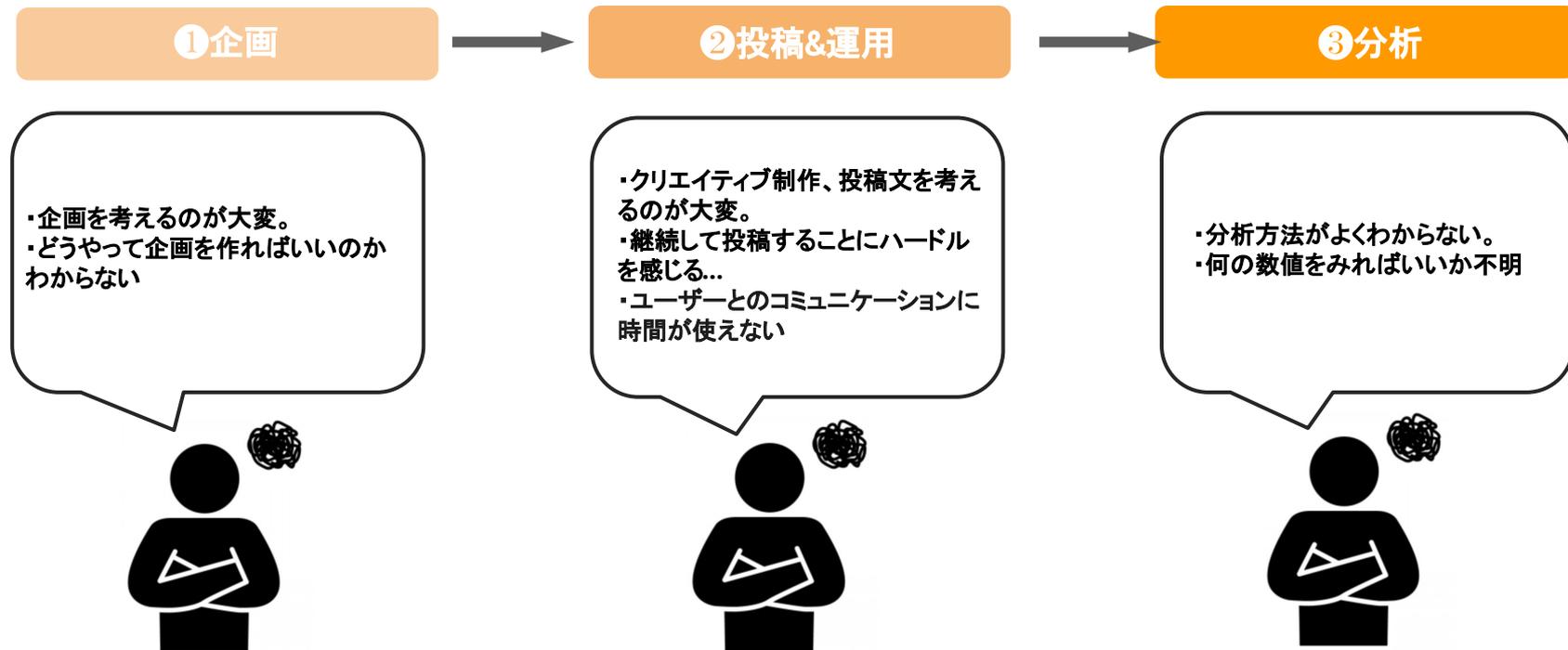
主要メディアプラットフォーム
認定パートナー

YAHOO! JAPAN FACEBOOK Marketing Partners



担当者は投稿するだけ！
誰でもかんたんにプロのSNS運用ができる！

インハウス化しているSNS運用担当者はやることが多すぎて大変 こんなことはありませんか？



担当者は届いたクリエイティブを投稿するだけ！ 誰でもかんたんにプロのSNS運用ができる！

①企画

対象アカウントの企画、
クリエイティブのデザイン方針を
決める



②投稿&運用

投稿メッセージ&クリエイティブ
を弊社で制作。
あとは担当者が投稿するだ
け。

ID	投稿日時	投稿種別	投稿内容	ステータス	リーチ	エンゲージメント	コメント数	共有数	いいね数	反応数	反応率	リーチ率
1001	2023/10/01 10:00	テキスト	こんにちは！	公開	1000	50	10	5	100	120	12%	10%
1002	2023/10/01 11:00	画像	秋の風景	公開	2000	100	20	10	200	220	11%	11%
1003	2023/10/01 12:00	動画	犬の動画	公開	3000	150	30	15	300	330	11%	12%
1004	2023/10/01 13:00	テキスト	お昼です！	公開	1500	75	15	7	150	165	11%	10%
1005	2023/10/01 14:00	画像	秋のフルーツ	公開	2500	125	25	12	250	275	11%	11%

やることは、たっ
たこれだけ

③分析

配信データをもとに、
PDCAを回す。

ID	配信日時	配信種別	配信内容	リーチ	エンゲージメント	反応率	リーチ率
2001	2023/10/01 10:00	画像	秋の風景	1000	50	5%	10%
2002	2023/10/01 11:00	動画	犬の動画	2000	100	5%	11%
2003	2023/10/01 12:00	テキスト	お昼です！	1500	75	5%	10%
2004	2023/10/01 13:00	画像	秋のフルーツ	2500	125	5%	11%
2005	2023/10/01 14:00	動画	犬の動画	3000	150	5%	12%



月次のサポート

共有いただいた配信データから簡易分析

月次の推移

主要データ	2022年6月	2022年7月	2022年8月
総フォロワー	1,000	2,000	4,000
フォロワー純増数	65	43	100
平均フォロワー数	65	78	89
フォロワー率	65%	76%	65%
投稿本数	30本	30本	30本
総リーチ数	17,000	15,000	13,000
平均リーチ数	600	699	900
総プロフィールアクセス数	89	579	788
平均プロフィールアクセス数	70	100	890
プロフィールアクセス率	3.5	5%	6.5%
総エンゲージメント数	204	1,000	19,000
平均エンゲージメント数	15,000	13,000	14,000
エンゲージメント率	10%	11%	13%

Sample

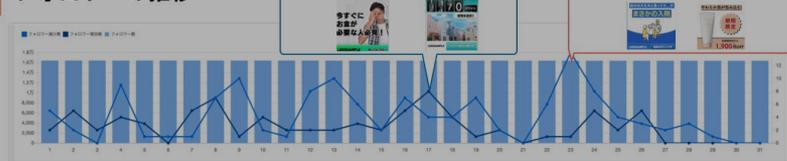
傾向

- ① フォロワー率が3ヶ月連続で向上している結果に。6月からは14%のフォロワー率が向上している。
- ② 純増フォロワー数も向上している傾向にある。
- ③ エンゲージメントの成長率は減少傾向にある。
- ④ 投稿本数は3ヶ月連続で変更なし

仮説

- ① コンテンツの企画とターゲティングに成功していると考える。
- ② リールを配信したため潜在層へのリーチが獲得できたのでは結果これまでアプローチできないように接触したと考える。
- ③ 1シーンの改善の結果リーチは獲得できたが2シーン目以降の構成は変更しないためエンゲージメントへ影響した。

フォロワーの推移



Sample

傾向

- ① 23日のコンテンツが最もフォローを獲得している。さらにリーチ数も最も高い傾向に。
- ② 17日のコンテンツが最もアンフォローされた結果に。1投稿で11人フォローを外れたためマイナスの結果に。
- ③ ①が伸びている前日にはリールを2本配信。リーチ数の高い状態で配信した結果になっている。

仮説

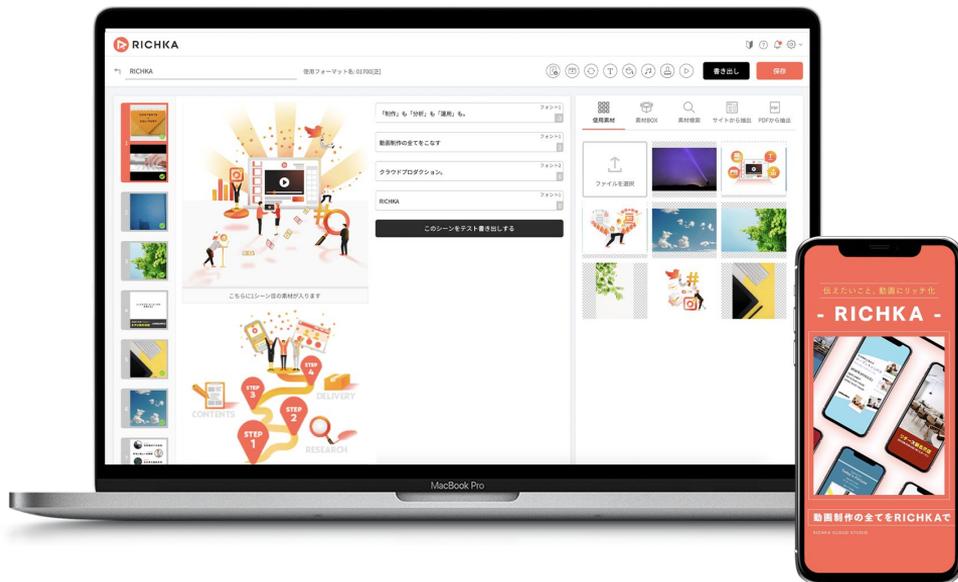
- ① 前月から有益コンテンツはフォローを獲得できる傾向に。当アカウントでは勝ちの企画とデザインを判断する。
- ② これまで配信しなかった企画をトライした結果アンフォローの結果になったと考えるため次月の配信は停止とする
- ③ 恐らくリールが発見タブに露出されフィードコンテンツの露出率にも影響を与えたと考えるためリールの配信は継続。

※データを共有いただける企業様に限ります。

動画内製化ツール

RICHKA Editorで動画制作の内製化も可能

SNS運用に必要な動画制作も内製化が可能。また、デジタル広告用のクリエイティブも制作可能。各広告配信面の成果データに基づき、クリエイティブを研究開発。成果が出やすいクリエイティブ制作を実現。



動画生成ソフト
(広告・マーケティング専用)
2年連続
シェア
No.1

マーケターが
おすすめする
動画クラウド
サービス
No.1

主要メディアプラットフォーム
認定パートナー

YAHOO! JAPAN | FACEBOOK JAPAN
Marketing Partners

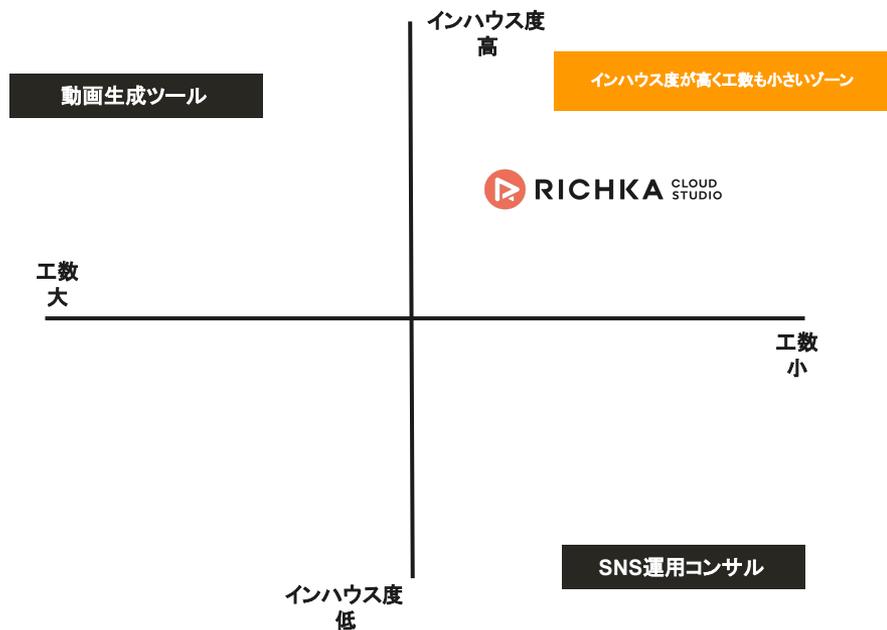
他社比較ポイントは、 安価で楽にプロの運用ができるか？

	SNS運用コンサル	動画生成ツール	リチカ SNSプラン
価格感	×	○	◎
運用担当者の工数	ディレクション	企画、制作、分析を全て 担当者が実施	投稿するだけ <small>※ユーザーとのコミュニケーション含む</small>
クリエイティブ制作	別途費用必要	担当者が実施 ツールの使い方サポートあり	プラン込み 8本/月
企画	プラン込み	担当者が実施 簡易サポートある場合も	プラン込み 初回企画提案付き
素材	別途費用必要	なし	プラン込み 撮影チケット1回分込み
分析	プラン込み	担当者が実施 簡易サポートある場合も	プラン込み 1ヶ月1回

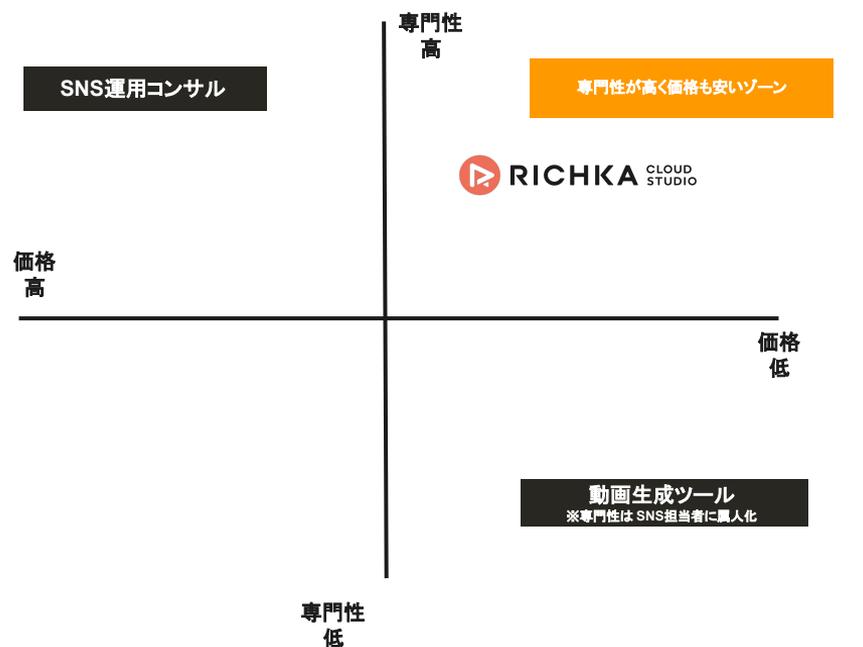
インハウス、運用工数、価格、専門性全てにバランスが良いのがリチカ SNSプラン

RICHKAのポジショニング

インハウス度×運用工数



専門性×価格



広告運用く 運用型クリエイティブ 〉

デジタル広告施策に対して、400社の導入実績・累計20万本以上の動画制作支援からのナレッジと、認定パートナーであるMeta / Yahoo!等との共同研究からのナレッジを活かした運用型クリエイティブサービスをご提供。配信媒体に最適化したクリエイティブを量産、高稼CAを回し、成果を創出する。また、成果を出す上で以下2つのポイントをおさえ、クリエイティブの運用”を継続的に実装することが重要。

Contentsでユーザーの 이슈を仮説立し、Deliveryで配信媒体に最適化。
制作→配信→分析→改善を繰り返していく。

Contents (内容)

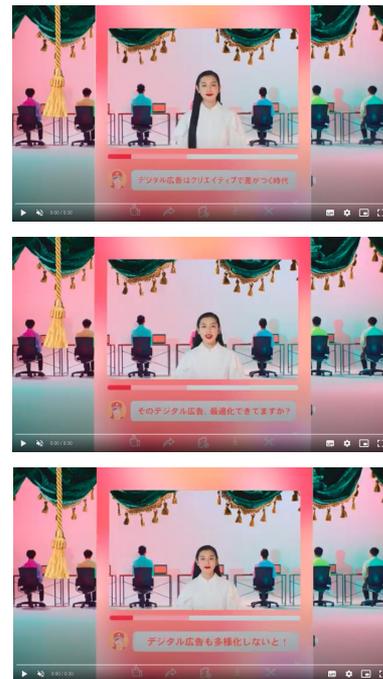
誰に
伝えるか？

何を
伝えるか？

Delivery (届け方)

配信面に
最適化

デザインの
最適化



Creative Members



谷本 佑

Creative Director/Art Director

日系×外資のブティック系広告代理店でアートディレクターとしてキャリアスタート。2017年JWT(現Wunderman Thompson Tokyo)に移籍し、国内外の幅広いクライアントを担当。統合型コミュニケーションを見据えた、あらゆる顧客接点における企画立案・アートディレクションを得意とする。2021年、株式会社リチカ参画。



梶原 健裕

Creative Director/Planner

株式会社LDH JAPANへ入社し、アパレル事業部にてPR兼マネジメント職に従事。その後、各種クリエイターの育成を行う専門学校を運営する株式会社バンタンへ入社し、創設50周年を迎える学校のリブランディングを実施。その後、フリーランスとしてファッションブランドの立ち上げ、SNSのデジタルマーケティングなど定性・定量両軸からのクリエイティブディレクションを経験し、リチカ参画。



鳥居 薫

Creative Director/Copywriter

クリエイティブエージェンシーでコピーライター/ディレクターとして、ナショナルクライアントのコミュニケーション戦略を担当。CI、商品コンセプト、ネーミングの開発から、TVCMやWebCM等の動画コンテンツ、ポスター、新聞・雑誌広告、カタログ、POP、Webサイト等を企画・制作。2022年、株式会社リチカ参画。

Support Members



大島 翠

SNS Media Planner

大学卒業後、株式会社 InterFM897に営業として入社。株式会社リチカでは約1年間セールスを担当。現在はカスタマーサクセスとして大手事業会社から大手代理店まで幅広く支援。セブン銀行様の Twitter 立ち上げをサポートし1年間で3万人のフォロワーを獲得。また、LIXILの新品目における SNS コミュニティ運営を担当中。



堀川 達也

Creative Planner / Producer

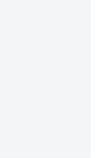
アプリ開発運営の会社にてマーケティングコミュニケーションやクリエイティブディレクターを経験。その後、三菱 UFJ銀行に入行し決済アプリのプロモーションプランニングを担当。2021年にリチカに参画し、デジタルブランドコンサルタント&プロデューサーとして大手事業会社を中心にご支援。



妹尾 浩充

Business Development/Producer

株式会社IMAGICA(現 株式会社IMAGICA GROUP)のデジタルメディア営業職として、キャリアをスタート。その後、Amazonプライムビデオにて「ドキュメンタル」「バチエラー・ジャパン」などオリジナルコンテンツを中心にマーケティングマネージャーとして携わる。2019年、株式会社リチカにジョインし、事業開発責任者としてFacebook・Yahoo! JAPANとの公式クリエイティブパートナー事業に従事。



Case Study

Instagram事例

プロダクトに合わせたコーディネート

企業名:LIXIL

<概要>

猫の飼育に関するノウハウを提供し、販売したい「キャットウォール」の見込み客を獲得する施策。

Instagramのアカウント設計から投稿、分析までをすべて担当。

<6ヶ月運用後のSNS数値>

エンゲージメント率:約4倍

リーチ率 :約4倍

プロフィールクリック率:約4倍

※弊社によるアカウント運用前との比較

Instagram



Instagram事例

プロダクトに合わせたコーディネート

CHILL OUTの場合

<概要>

企画~撮影~コーディネートまで一貫でき、プロダクトイメージに合わせてInstagramの中で映えるようなスタイリングが可能

<実施内容>

- ・スタイリングコーディネート
- ・Instagram用の写真撮影
- ・写真レタッチ

6~8時間の撮影で10~12枚納品

※作品の二次利用可能 ※人物のアサイン可能



Instagram

Instagram事例

プロダクトに合わせたコーディネート

理研ビタミンの場合

<概要>

動画と写真を1日の撮影に組み込むことで圧倒的なコストカットを実現

また、使用用途によって撮影方法を変え、商品のポップや店頭販売のクリエイティブも同時に使用できるように撮影

<実施内容>

- ・Instagram用の写真撮影、動画撮影
- ・スタイリングコーディネート
- ・写真レタッチ、動画編集

8時間の撮影で動画6本、写真24枚納品

※作品の二次利用可能

Instagram



TikTok事例

TIKTOK

アプリDLを目的とした運用

フィットネス企業の場合

<概要>

TikTokの特性を活かした下記のような見やすい動画制作で、ユーザーの反応を獲得

- ・動画の切れ目を無くしてループ再生
- ・楽曲をトレンドのものに変更
- ・映像の明るさ・彩度をTikTokウケするものに変更
- ・事前トレンドでのタグ設計

<3ヶ月運用後のSNS数値>

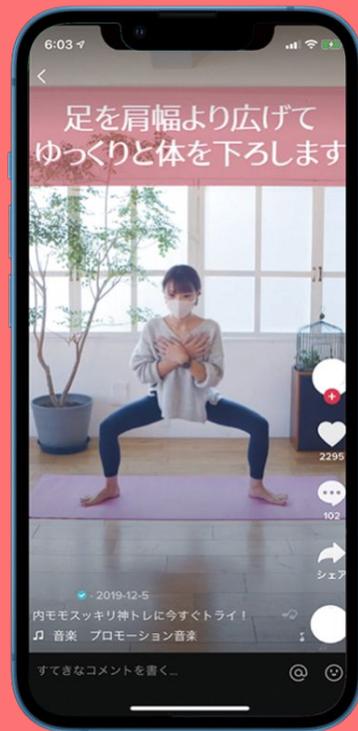
最大再生数 : 約**2,800,000**回

平均再生数 : 約**80,000**回

フォロワー数: 約**6,100**人

<SNS外の成果>

アプリDL数: 運用開始前より約**1.5**倍



TikTok事例

TIKTOK

ニッチコンテンツで魅せる

企業名:アマトリウム

<概要>

TikTokではまだ珍しいアートという点を活かし、出演者を切り抜いて

背景にアート作品を合成してイメージが湧きやすいように構成。

フィード画面での統一感と惹きのあるタイトルを作ることで高い視聴継続率を獲得。

<6ヶ月運用後のSNS数値>

総再生数 : 約**2,300,000**回

平均再生数 : 約**65,000**回

フォロワー数: 約**11,000**人

認知拡大と発信力を目的にしていたため、社長自身が表立って発信し

フォロワーを獲得することで両方を達成している



TikTok事例

TIKTOK

他媒体とリンクした見せ方

企業名:THE BINARY

<概要>

VtuberとしてのYouTubeチャンネルと並行してTikTokでも新規ユーザーを獲得する施策。
顔出し無しのVFX技術を用いたVtuberとは別の世界観を創ることで、Vtuberを知らない新規ユーザーも惹きやすく、集客に効果を高めた。

<3ヶ月運用後のSNS数値>

総再生数 :約**5,000,000**回

平均再生数 :約**100,000**回

フォロワー数:約**24,000**人

<集客成果>

ライブ集客:**250**人(完売)

グッズ販売:**6**回再販



TikTok事例

集客を目的とした運用

教育企業の場合

<概要>

TikTokの特性を活かした下記のような見やすい動画制作で、見込み顧客を獲得

- ・冒頭コピーをTikTokウケするものに変更
- ・グリーンバックを用いて撮影し、背景にインパクトのある画像を使用
- ・TikTokらしいオチを用意

<1年後運用後のSNS数値>

最大再生数 : 約**4,100,000**回

平均再生数 : 約**150,000**回

フォロワー数: 約**110,000**人

<SNS外の成果>

塾への問い合わせ数: 約**4**倍

※弊社によるアカウント運用前との比較

TIKTOK



スケジュール

申し込みから利用開始までは**最短1営業日**



支払いサイトについて

- ・ ご契約日から365日のご契約となるため、日割り計算はございません。
- ・ お支払いサイトは、当月末締め・翌月末払い になります。
- ・ 弊社は債権管理をネットプロテクションズ社に委託しております。
- ・ 請求書払もしくは口座引落がご選択可能です。
- ・ お支払いは「銀行振込」となります。
- ・ 郵送でのお届けをご希望の場合は、お申し付けくださいませ。

例：ご契約が2021年6月14日からの開始・月額でのお支払の場合

RICHKA契約期間	： 2021年6月15日～2022年6月14日
初回請求額	： 初期コンサルティング費 + 初月利用料 (2021年6月15日～2021年7月14日分)
請求書のお届け	： 2021年7月3日～5日
初回お支払い期日	： 2021年7月31日

よくある質問

▼撮影について

Q: 素材撮影を行う際、キャスティングなどもしてくれますか？

A: キャスティングは別途費用をいただきます。

Q: 素材撮影のチケットはどのように使用できますか？

A: 契約期間内であればいつでも使用可能です。ただし、利用後日程調整が発生するので、即日での対応はできません。納品まで 1ヶ月ほどみていただいています。

Q: 撮影した素材の著作権はどうなりますか？

A: プランによって異なりますので、担当者に確認をお願いします。

▼クリエイティブの修正について

Q: 月8回修正可能とのことですが、翌月に持ち越すことは可能ですか？

A: 持ち越しはできません。

Q: 修正はどの範囲まで可能ですか？

A: 企画時に合意しているテンプレートベースでの変更のみ(文字修正、フォント修正など)となります。大きくデザインを変更することはできません。

▼媒体について

Q: サポート媒体を増やす場合どのようになりますか？

A: 企画費用と、月額サポート費用をいただきます。

▼投稿用のクリエイティブについて

Q: 投稿用クリエイティブを増やしたいのですが、可能ですか？

A: 可能です。基本的には5本ずつの追加が可能で、追加費用となります。契約期間は本契約に準ずる形となります。

Q: 投稿用クリエイティブの追加契約をしましたが、途中で解約は可能ですか？

A: 契約期間は本契約に紐づくため、途中解約はできません。

Q: 月の納品本数が間に合わなかった場合どうなりますか？

A: 弊社の責に帰すべき事由の場合、翌月に不足本数を納品します。一方で、御社の責に帰すべき事由の場合は持ち越しはできません。