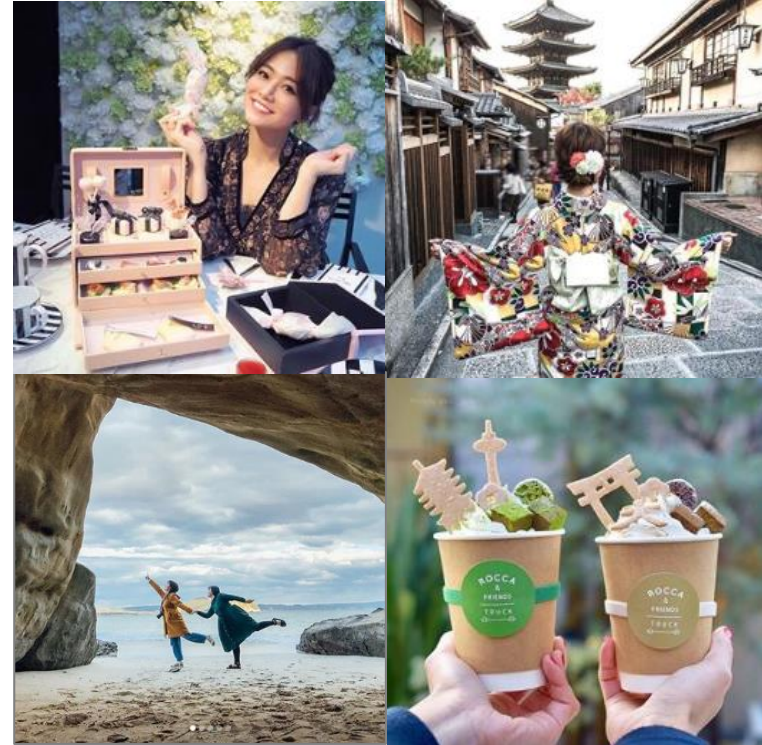




OZmall

東京  
女子部  
Produced by OZmall



オズモール「東京女子部」インフルエンサーマーケティング

# 東京女子部ご説明資料

【2019年5月】

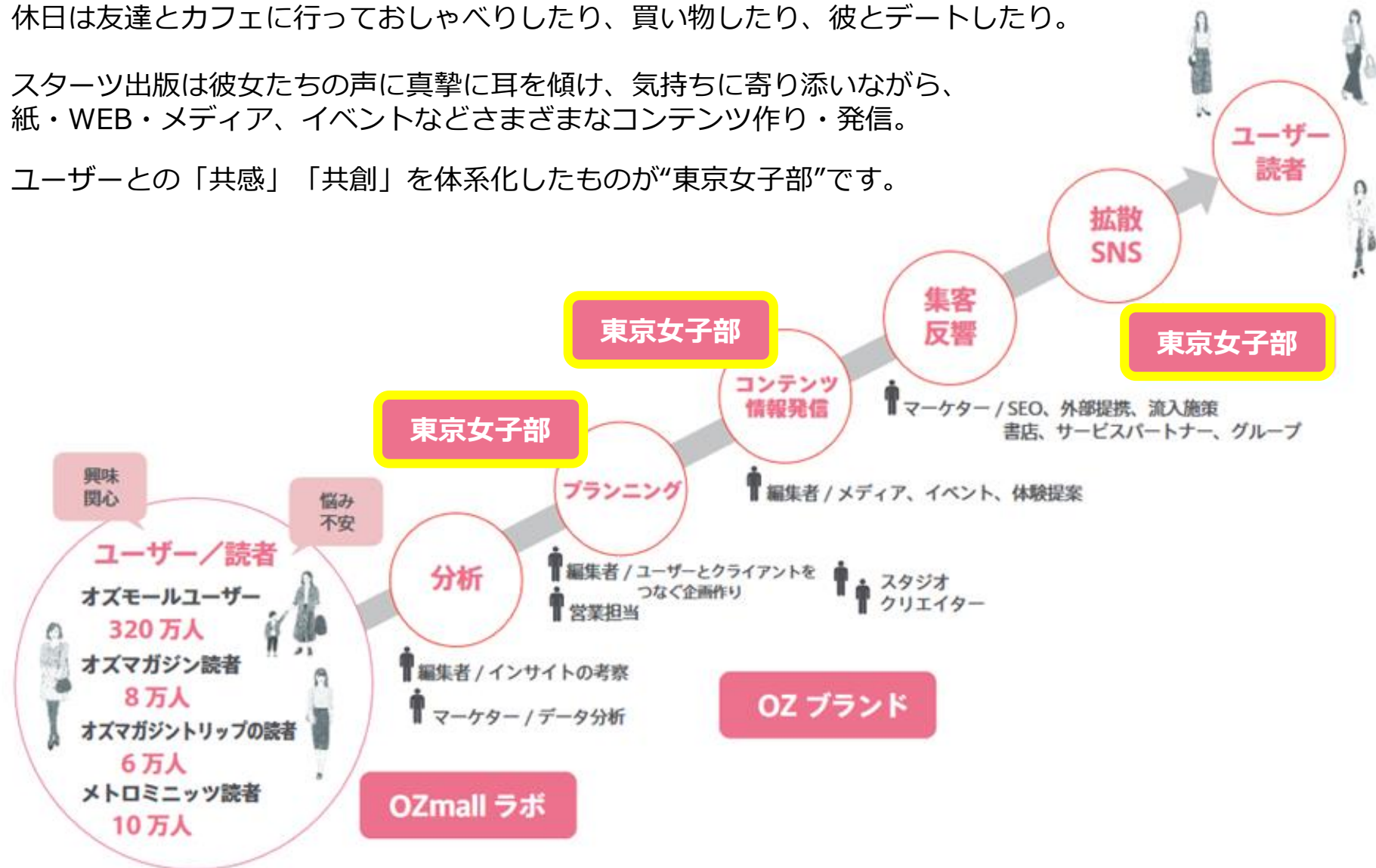
STARTS スターツ出版株式会社

## 私たちがターゲットにしているのは、東京で働く普通の女性

平日はコツコツまじめに働いて、仕事帰りにちょっとよりみちして、休日は友達とカフェに行っておしゃべりしたり、買い物したり、彼とデートしたり。

スタート出版は彼女たちの声に真摯に耳を傾け、気持ちに寄り添いながら、紙・WEB・メディア、イベントなどさまざまなコンテンツ作り・発信。

ユーザーとの「共感」「共創」を体系化したものが“東京女子部”です。



心ときめく“おでかけ体験”を一緒に

# OZmall

1996年10月にサービス開始。編集部によるオリジナル記事&予約サービスを併せ持つ東京女性向けメディアです。

**ユーザーを「かけがえのない女友達」と考え、**

**東京女性に寄り添うコンテンツを常に生み出し提案しています。**

OZmall会員数 **320万人**



OZのプレミアム予約



年間 **220万人**

行動喚起型の記事



年間 **2500本**

OZ限定イベント



年間 **50本**

リアルなコメント掲載



年間 **35万人**



OZmall・OZmagazineの世界観に共感する、おでかけが大好きな女性たち

# 女友達代表の“おでかけ体験コミュニティ” 東京女子部

## OZmall

### “おでかけ体験メディア”

編集部が東京女性 = 女友達の「興味・関心」に寄り添った、情報発信や予約サービスを提供する媒体

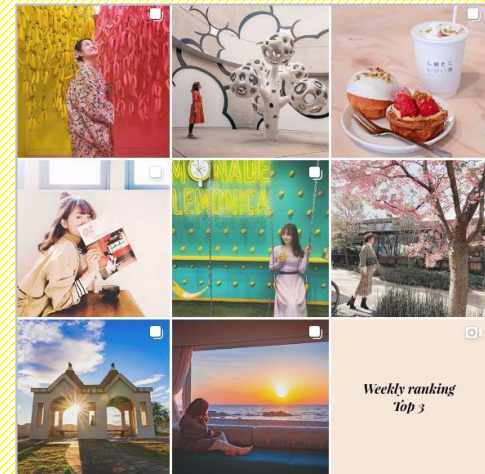
## 共感

### “おでかけ発信コミュニティ”

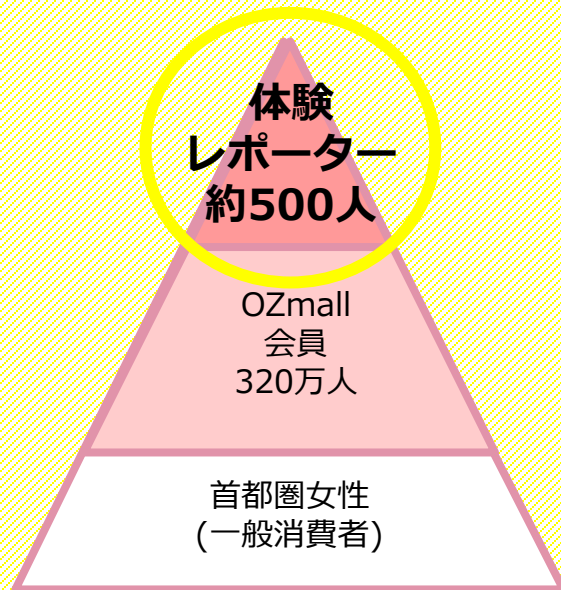
OZmallファン = 女友達代表の体験レポーターたちがおでかけ体験 & SNS拡散する組織

## 体験

## 拡散



## OZmall読者であり、女友達代表として活動する「体験レポーター」



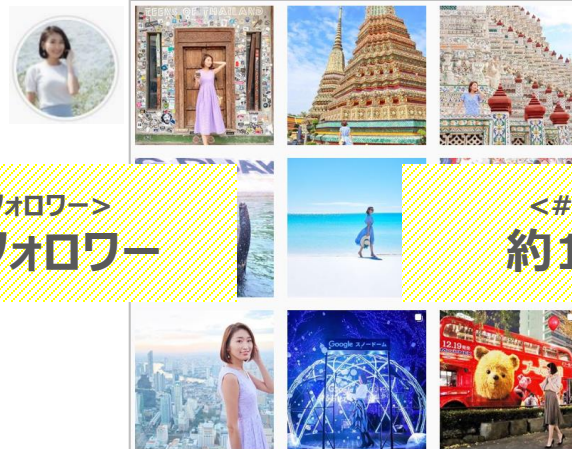
- \* **信頼のおける女性 約500人の組織**
- \* OZmallを積極的に活用し、実際に体験&口コミをする “東京”に住む・働く・遊ぶ人たち
- \* SNS(Instagram)上で「おでかけ情報」を活発に投稿する情報感度の高い女性
- \* **発見力・行動力・表現力・拡散力** の高いユーザー

※数字は全て2019年5月現在

<街・グルメ>



<旅>



<ライフスタイル>



<レポーターの総フォロワー>  
約250万フォロワー

<#東京女子部の投稿>  
約18,000投稿

体験レポーター×編集者で企画・情報発信,認知,行動・体験,拡散・共有を**一気通貫**で実現

## ① 企画・情報発信

体験サポーター×編集者  
による“コト”起こし

オズマガジン

オズマガジン

オズモール

トリップ



体験レポーター

×

編集者

## ② さらなる認知

メディアを活用して  
多くの消費者にリーチ

オズモール掲載

ニュース  
サイト  
外部配信



## ④ 拡散・共有

一般ユーザーを巻き込み  
さらなる情報拡散

SNSキャンペーン



## ③ 行動・体験

体験レポーターの活動を  
コンテンツ化

Instagram

オウンドメディアで  
体験情報活用



## ロイヤルパークホテル様 レストラン新メニュープラン試食体験

新メニュー「いちごパフェ」プランPRを目的に、メニューに合わせ“スイーツ好き”の体験レポーターによる試食会を実施。試食会の投稿拡散によるSNS上での認知拡大+OZmallコンテンツ掲載で更なる認知拡大

### Step.1 体験レポーター

PR内容に合わせOZmallが  
体験レポーターを選定



### Step.2 イベント体験

体験レポーターが  
試食イベントを体験



### Step.3 投稿拡散

レポーター自身&  
東京女子部Instagram投稿



東京女子部  
---OZmall

### Step.4 OZmallコンテンツ展開

レポーター素材を活用し  
OZmallタイアップ掲載





一般社団法人 高知県東部観光協議会様 ひがしこうち魅力発見ツアー体験

ひがしこうちのPRを目的に、“旅好き”の体験レポーターと編集部が「絶景女子旅」をテーマにツアーを考案。  
 ツアー体験の投稿拡散に加え、OZmallコンテンツ掲載と共にコンテンツをひがしこうちHPに提供

**Step.1**  
 体験レポーター×編集部  
 ツアープランニング

旅好き体験レポーターを  
 選定し、編集部と共に  
 ツアーコースを考案



**OZmall**

**Step.2**  
 ツアー体験

体験レポーターが  
 ツアーを体験



**Step.3**  
 投稿拡散

レポーター自身&  
 東京女子部Instagram投稿



東京女子部  
 @tokyo\_women

**Step.4**  
 OZmallコンテンツ展開  
 & オウンドメディア提供

OZmallタイアップ掲載  
 & オウンドメディア提供



## OZmagazine&OZmall「横浜特集」 SNS投稿キャンペーン

「横浜特集」PRを目的に、特集ハッシュタグ「#オズハマラブ」Instagram投稿キャンペーンを開催。横浜のおでかけ情報の投稿拡散に加え、優秀作品はOZmagazine本誌および特集連動イベント会場にて展示

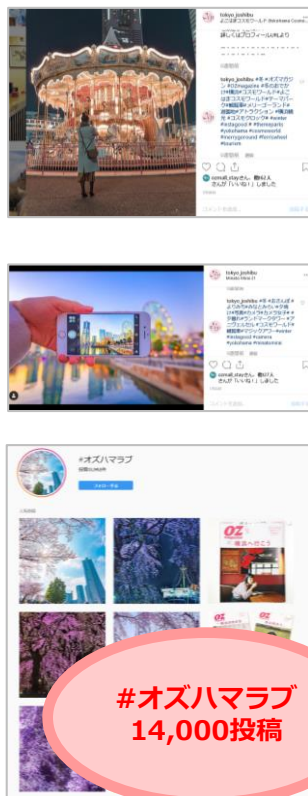
### Step.1 SNS投稿キャンペーン

#### OZmall横浜特集で 投稿キャンペーン実施



### Step.2 投稿拡散

#### 東京女子部でもキャンペーン告知 & 投稿作品取り上げ



#オズハマラブ  
14,000投稿

### Step.3 誌面展開

#### OZmagazine横浜特集にて 優秀作品を掲載



### Step.4 イベント実施

#### 特集連動イベント開催 会場優秀投稿作品を展示

