



일본 진출에 특화한 전문 플랜

bibin Casting 자료

주식회사 bibin



대표이사

仲 大輔

Daisuke Naka

피부 콤플렉스로부터 한국 미용을 접해, 2020년에 사이타마에서 창업.
본인이 한국 제품으로부터 감명을 받은 「충격적인 실체험」로부터,
『전 세계의 소비자에게 “K-style”을 전하는 다리가 되는 것』을 목표합니다.

창업까지의 걸음

- 여드름 흉터 등의 피부 콤플렉스를 해결하기 위해, 일본에 있는 웬만한 스킨케어 제품을 사용 해 보지만, 가격이 높은 데다가, 자신에게 맞는 제품을 찾지 못했다.
- 일본 대비 저렴한 한국 스킨케어 상품을 사용해보니, 피부 고민 개선 조짐이 보였다.
「저렴한데 효과가 좋은 이유」는 대체 무엇인지? 하고 생각한다.
- 이유를 알기 위해, 한국의 주요 화장품 제조 공장인 COSMAX사의 공장을 견학하니,
기술에 의한 자동화가 진행되고 있어, 개발 체재에 감명을 받았다.
- 한국 스킨케어 상품이나 스킨케어에 관한 도움되는 정보를 일본에 더 넓히고 싶다고 생각하여,
인스타그램 계정 「bibinews」를 2020년 4월에 개설
- 계정 개설로부터 반년 후, 팔로워 수 1만명 돌파. 해당 월에 회사 설립.



代表取締役 仲 大輔

회사 개요



Anua

NATURE REPUBLIC

COSRX

Torriden

SAM'U

SKIN1004
THE UNTOUCHED NATURE

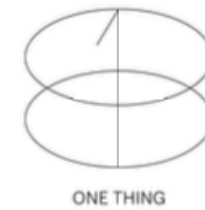
KUNDAL

Abib

NAMING.

One-day's you

P.CALM®



INGA

papa recipe



woolilwooò

Connect Wave

celimax

ISOI

JMsolution
피부를 위한 자구상의 모든 뷰티 솔루션

KOPHER

Seapuri

VODANA

H'ar



ClearDea.

Dr. Althea

HOLIKA
HOLIKA

SKIN & LAB



jmella

YNM

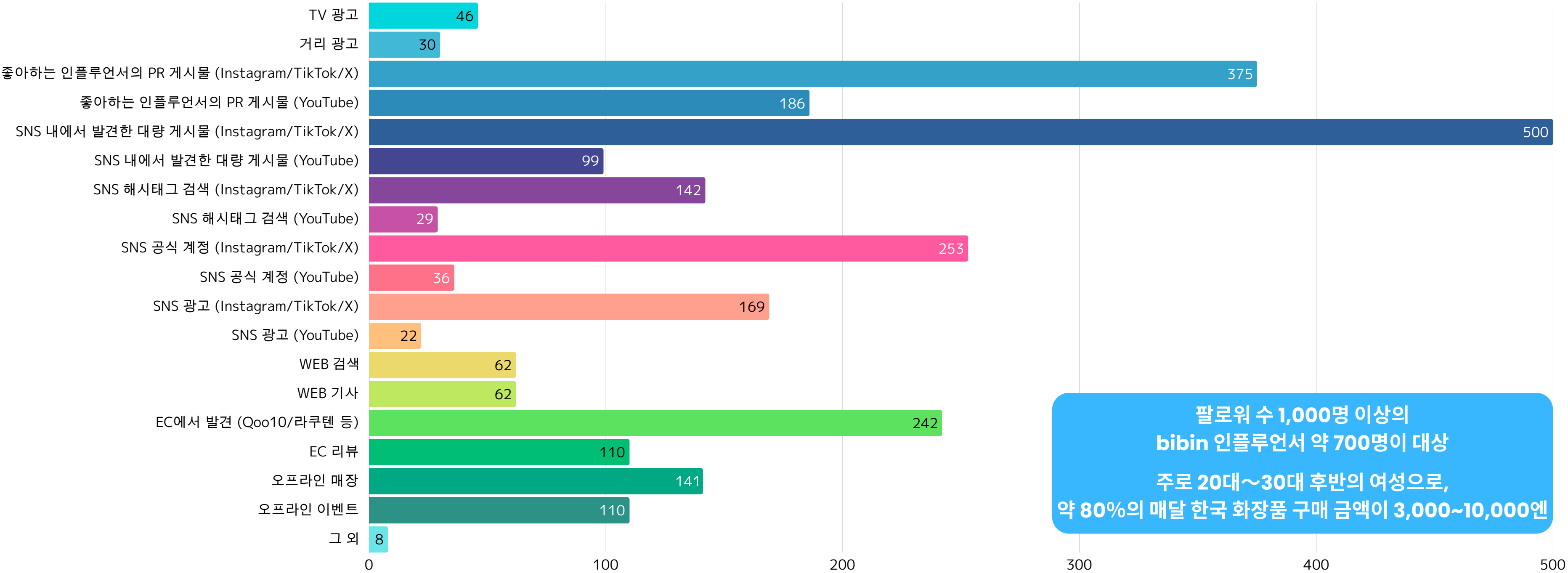


VELY VELY

Neker

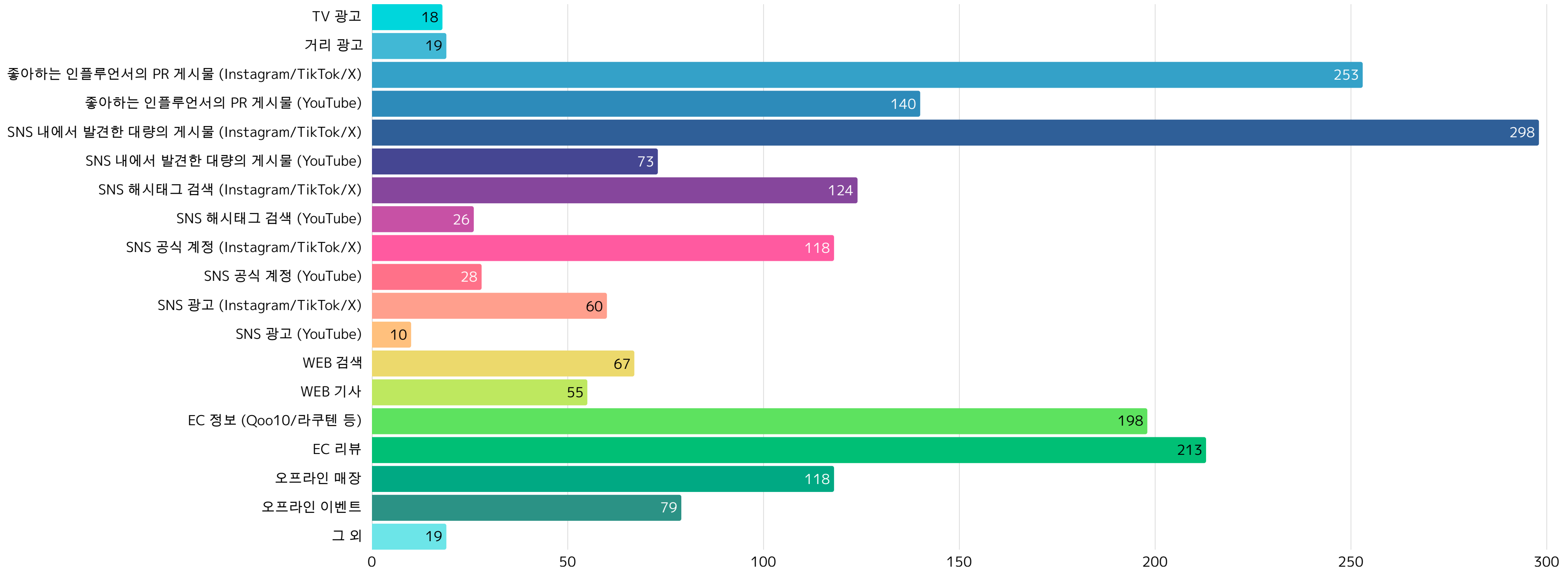
5년간 300사 이상의 한국 브랜드와 거래하고 있습니다!





팔로워 수 1,000명 이상의 bibin 인플루언서 약 700명이 대상
주로 20대~30대 후반의 여성으로, 약 80%의 매달 한국 화장품 구매 금액이 3,000~10,000엔

〈「몰랐던 한국 화장품을 처음 알게 되는 계기는?」에 대한 답변〉
상품의 인지도에 대하여 SNS 내에서 발견한 대량의 게시물이 압도적으로 높은 수치
메가와리 등의 타이밍에 「상품을 상기시킨다」에도 효과적입니다.



〈「처음 한국 화장품을 구입할 때 결정에 도움 되는 것은?」에 대한 답변〉

구입 결정에 도움이 되는 것도, EC 정보나 EC 리뷰 보다
SNS 내에서 어쩌다 발견한 대량 게시물이 가장 참고되고 있습니다.

인터뷰 조사로부터, 한국 브랜드의 과제는 아래 내용으로 정의할 수 있습니다.

달성하고 싶은 목적

- ① 오프라인에서의 판촉 강화
→ 예시 : **loft** 에서의 판매 증가
- ② 온라인에서의 판촉 강화
→ 예시 : **Qoo10**에서의 판매 증가



해결해야 하는 과제

【인지도 획득】
애초에 모르는 상품은 사지 않는다.
소비자가 알 수 있게 하기 위해서,
우선은 인지도 획득!

정의한 과제에 대하여, bibin가 할 수 있는 해결책은 다음과 같습니다.

해결해야 하는 과제

인지도 획득
→ SNS에서 발견하는 상황을 만들고,
우선은 상품을 알게 한다.



bibin에 의한 해결책

「인지도 = 영향력」으로 정의
영향력 있는 인플루언서 기용

→ 인지도 = 영향력으로 정의하여,
영향력 있는 인플루언서 활용



bibin Casting

인지에 특화한 캐스팅



실시 가능 매체



팔로워 수 1만명 이상의 인플루언서를 기용하여,
인지를 확대하고 싶은 상품의 지명도를 폭발적으로 증가시키는 시책입니다!

영향력 중시의 시책

팔로워 수 1만명 이상의 인플루언서 기용

인플루언서마다 다른 요금ی 결정 (Fw 수×0.9엔~)

독자적인 인플루언서 네트워크 + 일본의 전 소속사 연계

업로드 1회 (복수 매체 업로드 등도 대응 가능)

오리엔시트 · 가이드라인 지정 · 약기법 확인 · 초안 확인 · 효과 측정 포함

2차 활용한 물에서의 「**OOpick**」도 가능

서비스 내용 | 요금 예상표



매체	요금
 Instagram feed	팔로워 수×0.9엔~
 Instagram reels	팔로워 수×0.9엔~
 TikTok	팔로워 수×0.9엔~
 X	팔로워 수×0.9엔~
 YouTube	일본 전 소속사 대응 가능
서비스 내용	업로드 1회/가이드라인 지정 가능/약기법 확인/ 2차활용 (별도 비용)/효과 측정

+α로 「인지도 획득」 을 가속하기 위해, 광고 발신도 중요한 시책입니다.



1. 신뢰성 높은 제작물

인플루언서가 자신의 말로, 표현으로 소개한 상품은, 「PR감」 이 열고, 유저의 신뢰를 얻기 쉽다.

2. CTR · CVR의 향상

광고용 소재보다도 실제로 상품을 사용하는 리뷰형식의 영상이 클릭율이나 전환율이 높다.

3. 광고비의 효율화 (ROAS 개선)

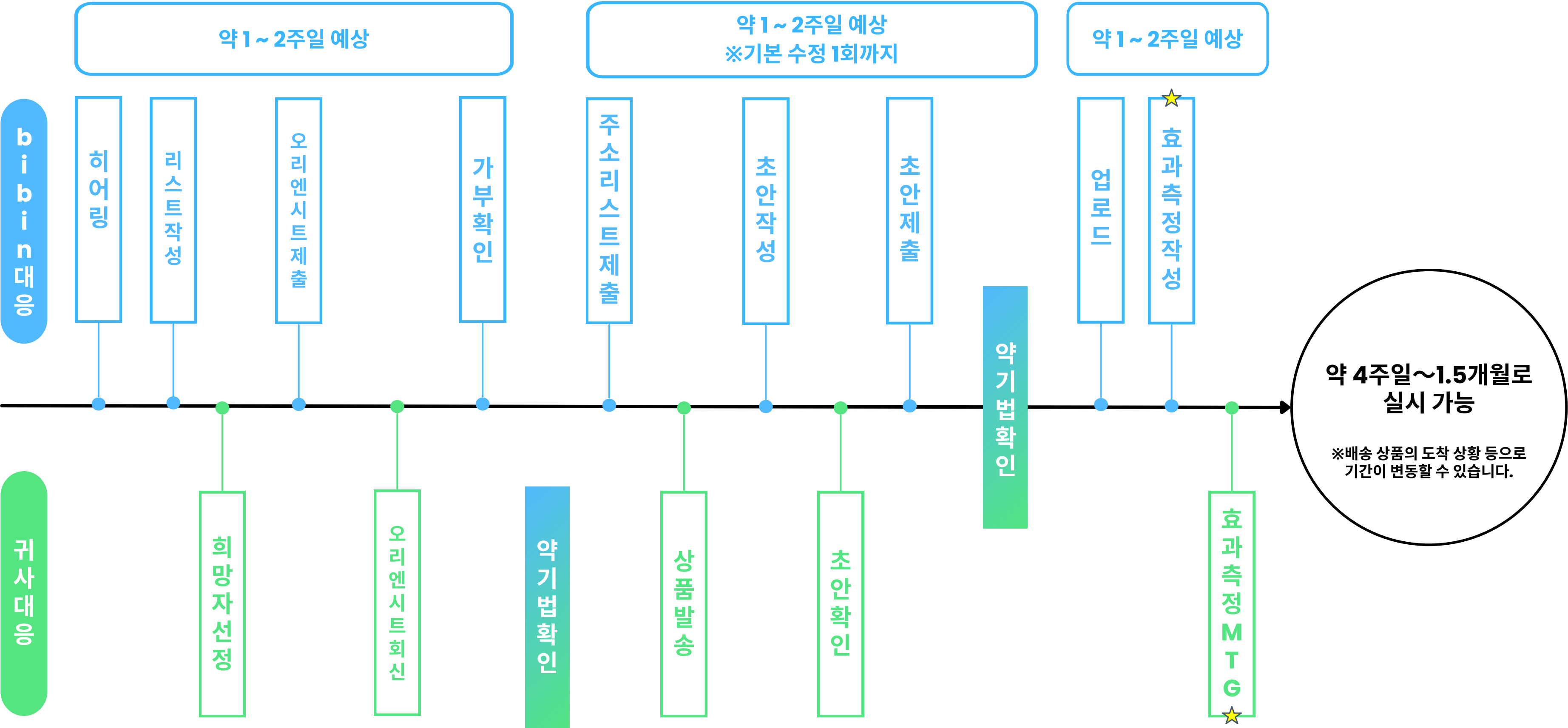
인플루언서 소재를 활용하는 것으로, 초기 제작 비용 절감+광고의 A/B 테스트에도 사용하기 쉽다.

4. 타겟과의 친화성

인플루언서의 팔로워층과 타겟층이 일치하고 있다면, 광고로써의 소구 정밀도가 확연하게 올라간다.

실제 활용 예시 (예시 : 한국 색조 브랜드)

인플루언서 업로드 → 허가 받은 후 Meta 광고로 소재 이용 → 통상 광고 소재에 비해 CVR가 1.8배 UP





せいろ姫 ユナ

美容と毎日せいろ生活🌻

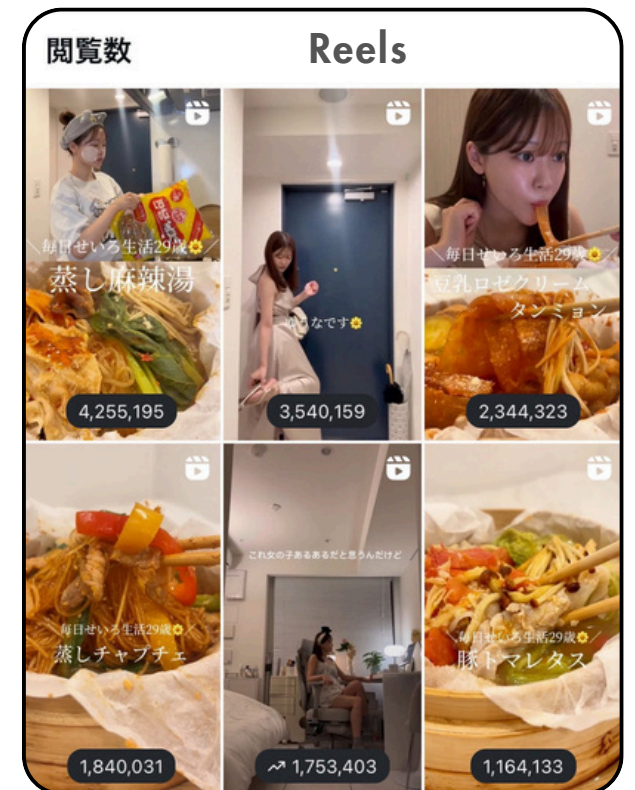
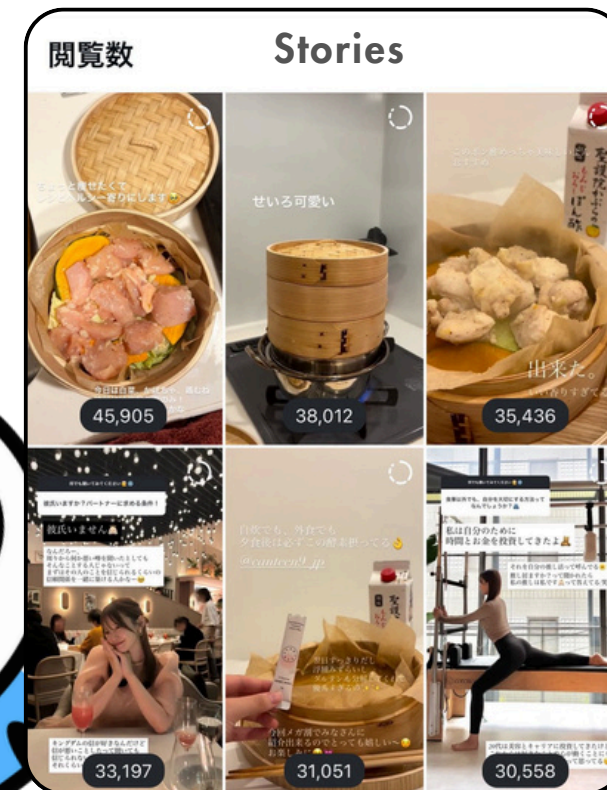
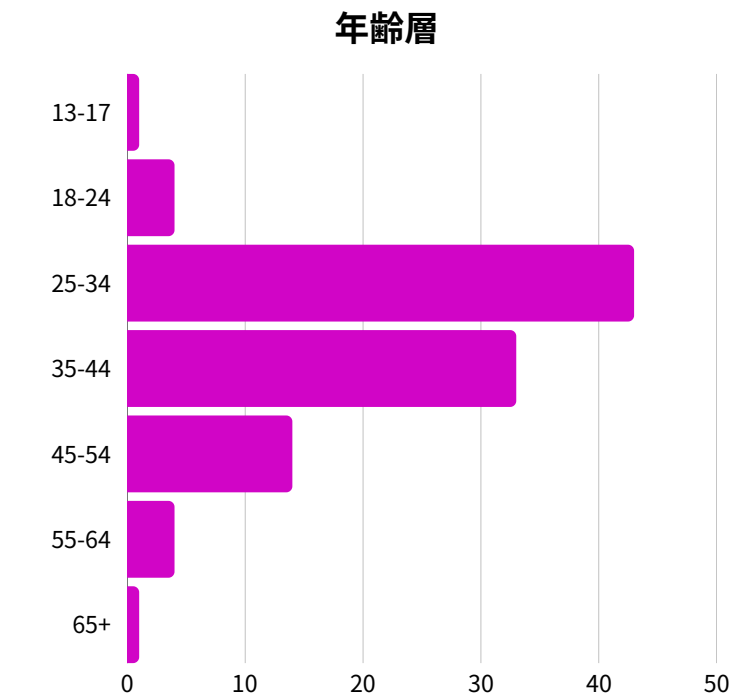
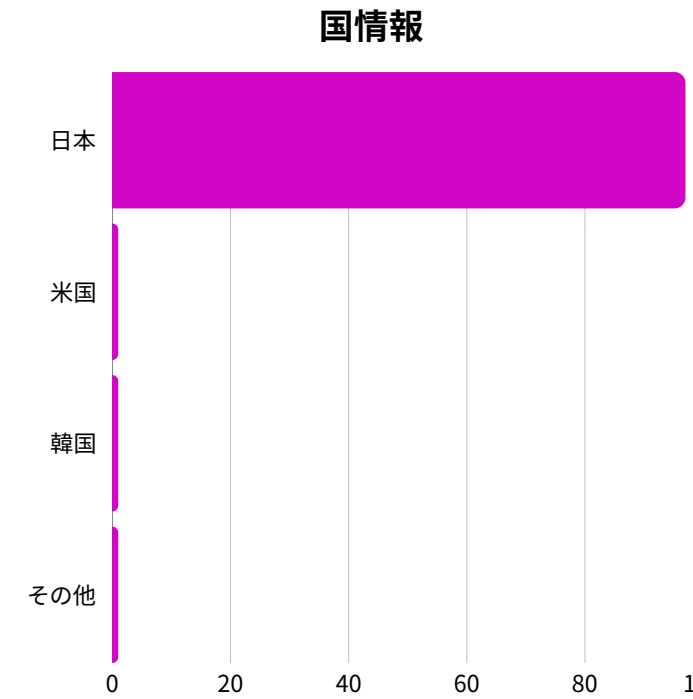
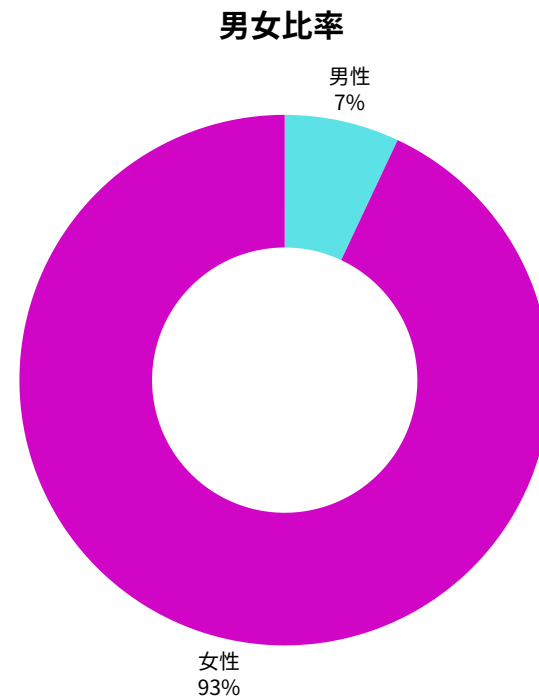
음식 × 뷰티 × 일상생활을 통해
 “무리 없이 지속하는 예쁜 습관”을 제안하는 뷰티 크리에이터

세이로 요리를 중심으로 몸의 안쪽에서부터 정돈하는 이너케어,
 일상에서 도입할 수 있는 스킨케어 습관 등을 등신대 시선으로 발신.

따라하기 쉽고, 도입하기 쉬운 게시물이 지지받아,
 건강과 뷰티의 양축으로 여성의 일상을 업데이트하는 존재로서,
 인기 급상승 중인 크리에이터입니다.

팔로워 수

17.4만명





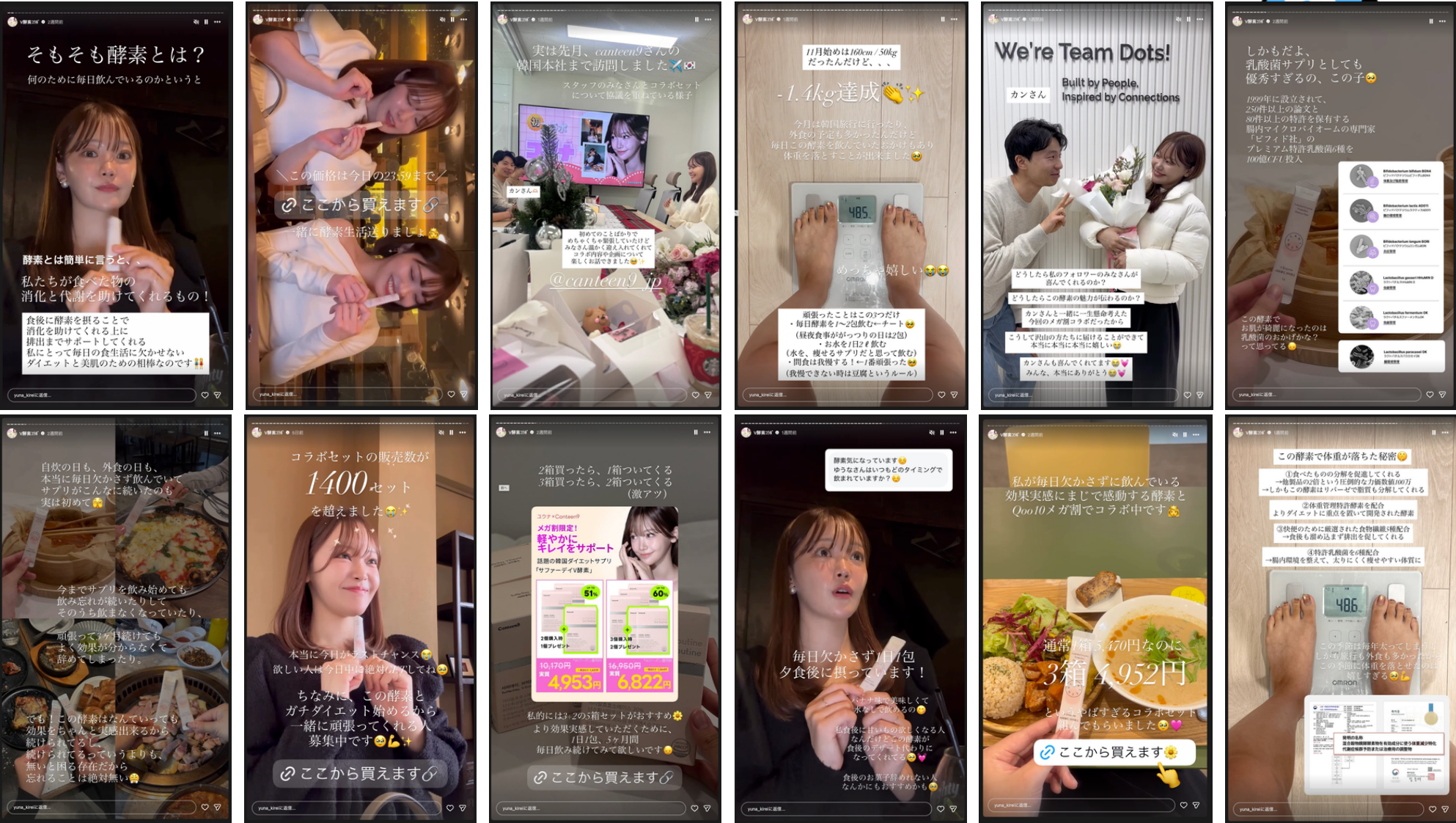
과거 실적 Qoo10 메가와리 콜라보 판매 (이너케어)

총 매출 : 13,296,792엔

총 판매 수량 : 1,840세트



View this post on Instagram



한일의 힘으로 세계에.

한일 인플루언서와, 한일의 기업을 연결하여,
전세계의 고민이 있는 사람들에게
한국의 상품을 일본의 서비스로 전하고 싶다.

한일의 문화를 세계로 넓히고 싶다.