

平本 哲也

可愛く、面白く、リアルに。 柔軟なデジタル手法でZ世代へ強く訴求します！



デジタルトレンドの目まぐるしい潮流の中で、NET ViViは日々試行錯誤を繰り返してきました。

一つだけ決めているルールは、「型を決めないこと」です。

どんなに一度バズった投稿でも、同じものがまた受けるとは限りません。

だからこそ、**NET ViViはターゲットとするZ世代へ届ける方法や見せ方を、今の空気に合わせて柔軟に変化させています。**

雑誌メディアでありながら、動画制作にいち早く力を入れてきたのもその一環です。NET ViViが女性誌メディアの中で**最大規模のリーチ、エンゲージメント力**を持つのは、可愛いだけでなく、時代にあった“リアル”なものを追求してきた結果かもしれません。

NET ViViが得意としてきた領域は、ファッション、コスメ、エンタメですが、近年はフード、自己啓発、旅のほか、ViViの名物企画「国宝級イケメンランキング」から派生した男性アーティスト動画企画がヒットするなど、多岐にわたる方面からZ世代へアプローチを続けています。

そしてコロナ禍にもかかわらず、中国Weiboのフォロワー数も300万を超え、**アジア中のZ世代への存在感を強めています。**

Z世代へ強く訴求をしたい、そんな時はぜひNET ViViを思い出してください！