

SNS動画メディア企画書　-　DoFull

01

潜♡らぶ
とは？

ギャルが仕事のリアルに潜入！

＝潜(もぐ)♡らぶ

ギャルタレントが企業・店舗の現場に「スタッフとして」潜入し、実際の仕事を体験。その様子を一人称視点（POV）のショート動画で届ける、仕事のリアルを伝えるメディアです。

仕事のリアルを伝えながら
企業のPRに繋げるメディアです。



01

潜♡らぶ　チャンネル概要

開設

2026年5月

TikTok / Instagram / YouTube Shorts

フォロワー数

12.1万人

3媒体合計

総再生回数

約1億回

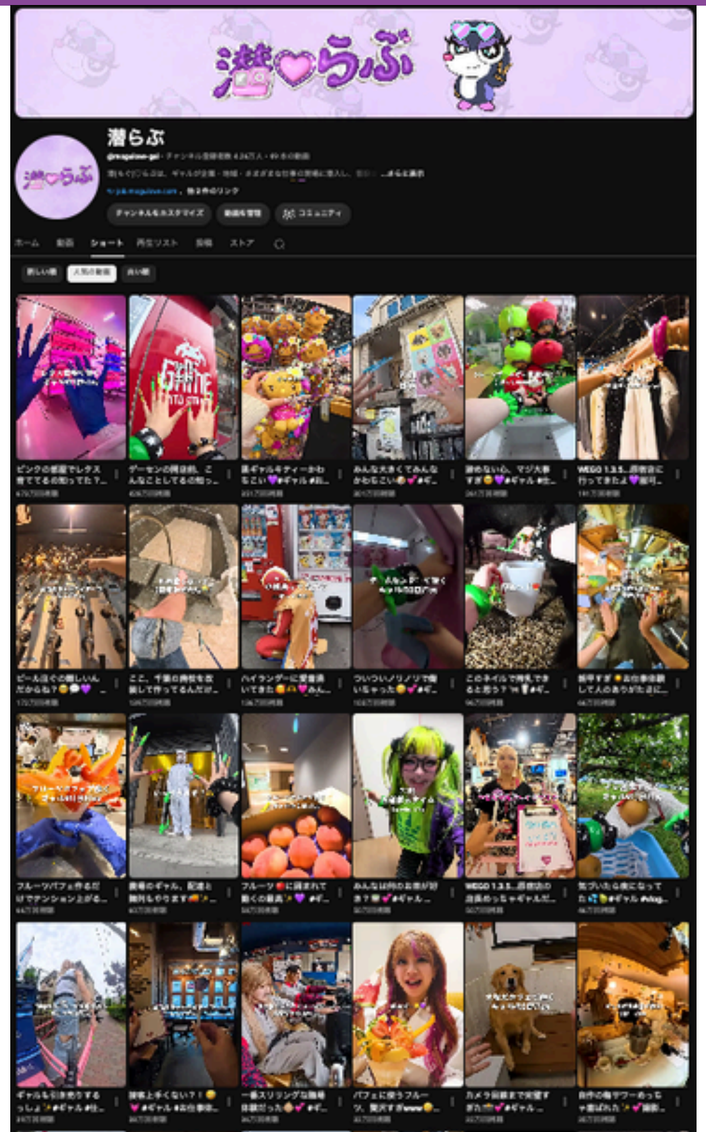
3媒体合計

平均再生回数

220万回超

1本あたり・3媒体合計

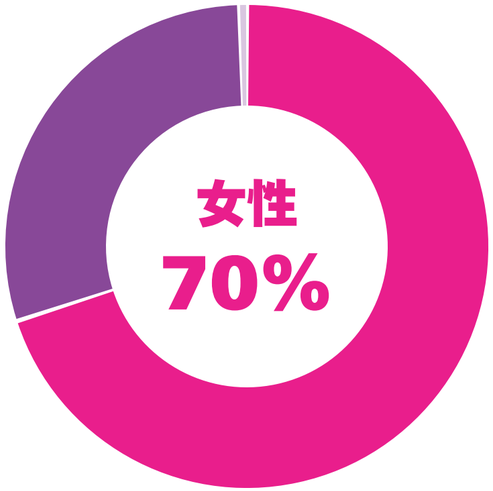
※数値は2026年11月時点



01 視聴者層と視聴モチベーション

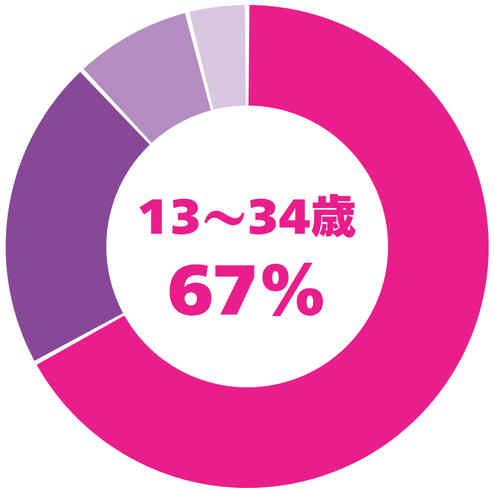
若年層の女性に一番届くメディアです。

性別



- 女性　約70%
- 男性　約30%
- その他　1%未満

年齢



- 13〜34歳　約67%
- 35〜44歳　約21%
- 45〜54歳　約8%
- 55歳以上　約4%

見られる理由

01 ギャルへの好感・ギャップ

「礼儀正しいギャル好き」
「ちゃんと仕事するために人差し指のネイル外してるの尊敬」
「この人にできない仕事ないと思う。」

02 お店・商品への興味

「店員さんがこんなに神対応だったらもう毎日行くかもしれないw」
「この服買いました！！可愛くてお気に入りです！」
「食卓に運ばれてくる食材たち、絶対美味しく食べようーて思った」

03 仕事・裏側への興味

「これみてWEGOの店員になりたいと思った」
「一度は ゲームセンターで働く夢 あるよね」
「ずっとゲームセンターで働きたいと思ってたから裏側見れて良き」

※性別・年齢はTikTok・Instagram・YouTubeの各デモグラフィック（2026年10月時点）の単純平均をもとにした概算。コメントは公開動画（YouTube・TikTok）から原文のまま抜粋

01

キャスト

若年層に支持されるギャルタレント・インフルエンサーが出演。企画内容・撮影先に合わせて出演者を選定します



今井アンジェリカ

SNS総フォロワー 約30万人

（TikTok約15.9万人・Instagram約13.7万人）
Z世代のトレンドを生む、今勢いのあるギャルタレント



中村りおん

SNS総フォロワー 約40万人

（TikTok約30万人・Instagram約11.3万人）
関西出身の明るいキャラクターと多彩な特技で活躍



すしくわせろ碧

SNS総フォロワー 40万人超

（TikTok約30万人・Instagram約12.2万人）
月曜から夜ふかしに出演して話題、潜♡らぶでも複数ヒットを記録

＋ 他にも多様なギャルタレントが在籍｜貴社に合う出演者は打ち合わせでご提案します

02

若年層への届け方は、もう変わっている

01｜広告は飛ばされる

69%

18〜24歳が動画広告を即スキップ

「配信すれば届く」という前提は、
もう崩れている

02｜ショート動画が行動を動かす

49.6%

ショート動画で行動した人

発信者が購入に影響した人は70.6%
（Z世代では78.5%）

03｜ギャル、めっちゃ来てます

いま、ギャルが再燃中

- **平成ギャルメイク**がZ世代トレンド（メイク部門）3位｜Trepo 2026年上半期
- **ギャル誌『egg』の流行語大賞**が毎年話題に。ギャル発の言葉が若者に広がる
- **「小学生ギャル」**が地方で増加｜現代ビジネス
- **大手企業の会議にギャルが呼ばれる**時代に

**届け方が変わった今、必要なのは広告を出すことではなく、若年層が見ている場所で、
信頼される形で現場を見せること。潜♡らぶは、そのためのメディアです**

出典：Z-SOZOKEN 没入型広告意識調査（2025）／ショート動画白書 vol.8／Trepo「2026年上半期Z世代トレンドランキング」／egg（株式会社HJ）／現代ビジネス

02

潜♡らぶが生み出す成果 － 集客と採用へ

01
リーチ
認知拡大

若年層に“届く”

平均220万回超
1コンテンツあたりの再生

02
興味・好意
の形成

PR感の薄い“リアル”

約12.1万人
総フォロワー

03 行動へ — 2つの出口

集客・PR

来店・購入へ

実際の視聴者コメント

「この服買いました！！可愛くてお気に入りです！」
「この前行ってきました♡すごい楽しかったです!!」

採用

応募へ誘導

自社応募サイトで一括対応

求人の掲載から応募の管理まで、自社の応募サイト（job.mogulove.com）で対応しています

認知で終わらず、「行きたい・働きたい」まで届ける

※成果は企画・業種により異なり、保証するものではありません

02

インフルエンサーPR/広告配信との違い

	潜♡らぶ	一般的なインフルエンサーPR	SNS広告
期待される効果	認知に加え、「行きたい・働きたい」から来店・応募まで 仕事体験がコンセプトなので、広告感が薄い	話題化・認知と、本人ファンからの送客	短期間のリーチと、クリック・CVの最適化
再生・リーチの規模	1コンテンツ平均再生220万回超 総フォロワー約12.1万人	本人のフォロワー規模に依存 （フォロワー数＝到達ではない）	出稿予算・入札で決まる （配信量に比例）
広がり方 （拡散の仕組み）	メディアの視聴者に加え、おすすめ表示でフォロワー外にも広がる	本人のフォロワーを起点に広がる	設定したターゲットに表示。配信停止で止まる
影響力の源泉	「ギャル×現場体験」の型。制作実績3,000本以上の知見で構成	本人の人気・世界観に左右される	クリエイティブとターゲティングの精度
残り方	TikTok・Instagram・YouTube Shortsに残るストック型	本人の投稿として残る（契約による）	配信期間中のみ表示

※公開情報と社内実績にもとづく整理です。各施策の効果の優劣や成果を保証するものではありません。再生数はTikTok・Instagram・YouTube Shortsの合計

02

選ばれる理由と、それを支える制作力

ショート動画 制作実績

3,000本以上

※潜♡らぶ以外の制作を含む

仮説検証を繰り返し、再生・反応につながる構成をフォーマット化

01 冒頭設計
02 視聴維持
03 コメント誘発
04 ファン化
05 行動を促すテロップ・構成

理由 01

ギャルの仕事体験だから実現する

PR感の薄さと仕事理解

仕事を体験する流れの中で商品・サービスを紹介するため、訴求を入れても広告っぽくなりにくい

理由 02

“行きたい・働きたい”が集まる

視聴者の高い熱量

若年女性が中心の視聴者層。コメントには「行きたい」「働きたい」の声が集まる

理由 03

左の制作ノウハウを全動画に

再生につながる型

冒頭・視聴維持・コメント設計まで構成を型化。1コンテンツ平均再生220万回超

理由 04

公開後も見られ続ける

ストック型コンテンツ

動画はTikTok・Instagram・YouTube Shortsに残り、公開後も視聴機会が続く。二次利用もご相談可能

※再生回数はTikTok・Instagram・YouTube Shortsの合計

03 制作事例



ゲームセンターで働くギャルのvlog

タイトーステーション

総再生回数

1,500万回

ゲームセンターの開店前から営業中の仕事の裏側を体験！
来客に繋がっています



アパレルショップ店員の1日vlog

WEGO

総再生回数

1,070万回

アパレル店員のオープン前から営業中の視点を配信。
「行きたい」「働きたい」の声が多く届いた。



レタス農場で働くギャルのvlog

スマイル農場

総再生回数

1,490万回

埼玉にある屋内LEDでレタスを栽培する工場に潜入！
レタスの特徴・栽培方法をPR！

平均再生数 200万回超え！ ※3媒体合計

※数値は2026年10月時点。

03

導入事例①　タイトーステーション



株式会社タイトー｜アミューズメント施設

開店前の“裏側”にギャルが潜入
開業直後の新店を、いつもと違う角度で発信

総再生数	いいね数	コメント数
約 1,500万回	約 34万	約 2,600件

課題

・新店舗の認知向上
・スタッフの仕事や接客のこだわりなど、裏側を違う角度で発信したい

こだわりポイント

撮影の工夫や、反応が大きかったシーンの作り方は、打ち合わせで動画を交えて詳しくご紹介します

成果

コメントは好意的なものばかりで再生回数も伸長し「大成功」との評価。反応が最も大きかったのは開店前のパート

視聴者コメント

「『いい人に取られてね！』が感動したぁぁぁ！」

「ずっとゲームセンターで働きたいと思ってたから裏側見れて良き もっと働きたくなった」

ご担当者様の評価・コメントは2026年10月のインタビューより

03 導入事例② 大型犬カフェ ほっとひと犬



実際の応募フォーム / job.mogulove.com

大型犬カフェ｜アルバイト採用

開店前～営業中の仕事をPOVで体験
「ここで働く自分」を想像させ、応募につなげた

総再生数	いいね数	コメント数	応募数
約 635万回	約 12.1万	約 560件	20件以上

課題
- アルバイトスタッフの応募を募集
- 店舗PR

こだわりポイント
応募につなげるための構成や演出の工夫は、打ち合わせで動画を交えて詳しくご紹介します

成果
投稿から1週間で、潜♡らぶ応募フォーム経由の応募20件以上

視聴者コメント
「え、このネイルで？？？？って思ったけどちゃんと取ってて安心したデカワンコかわええ」

「いいなぁ…働きたい」

「何このバイトめっちゃ羨ましい」

※応募数は潜♡らぶ応募フォーム（job.mogulove.com）経由・投稿から1週間の集計。動画の数値は3媒体合計（2026年10月時点）。コメントはYouTube公開動画より原文のまま。フォーム画面は2026年10月15日時点

04

掲載プランのイメージ

掲載プランの内容

- 潜♡らぶの3媒体（TikTok／YouTube／Instagram）で配信
- Instagram共同投稿で、ギャルと貴社のアカウントに同時掲載
  ※キャストによっては対応できない場合があります
- ストーリーズでの告知（2〜3回程度）

→ 掲載条件・プランの詳細は、打ち合わせでご案内します

集客

クーポン発行や1日店長イベント、成果報酬プランなど
目的に合わせたプランをご用意しています

採用

ご希望に応じて、求人票の作成と掲載も対応

期間限定で無料

05

制作スケジュール／進め方

ご担当者様のご負担は最小限。撮影前・撮影当日・公開前のそれぞれに、確認ポイントを設けています

STEP 01 ヒアリング ▶ STEP 02 企画・構成のご提案 ▶ STEP 03 撮影準備 ▶ STEP 04 撮影本番 ▶ STEP 05 編集・公開前チェック ▶ STEP 06 動画公開

撮影準備まで	撮影	公開まで
1〜2週間	3〜4時間	1〜2週間

撮影前（STEP 01〜03）

- 訴求内容・NG事項を事前にすり合わせ
- 撮影範囲も事前に確認

撮影当日（STEP 04）

- ご担当者様の立ち会いのもと撮影
- お客様・従業員の映り込みに配慮

公開前（STEP 05〜06）

- 公開前に動画をご確認いただけます
- 修正は1〜2回まで対応

詳しくは打ち合わせで

撮影範囲やスケジュール、ご準備いただくことなど細かな進め方は、貴社に合わせて打ち合わせでご説明します

株式会社DoFull / 事業紹介・実績



ミッドナイトチケット

ショートドラマアカウント運営（企画〜配信まで）

総フォロワー数	再生回数（合計）	1000万再生超え
50 万人	3億 回	13 本

再生回数（平均）	制作本数	取引企業
166 万回	200 本超	50 社以上

取引先

SBI証券　文部科学省　三菱地所　マイナビ

SHISEIDO　CyberAgent　SonyMusic　KODANSHA

エッセンシャルショート

縦型動画制作サービス
エッセンシャル ショート

縦型ショート動画広告制作。
トレンドを捉えた企画から撮影・編集まで、
エンゲージメントを高めるクリエイティブを
提供します。

その他（webCM,漫画動画）





企業ブランディングムービー,webCM制作等。
目的に応じて企画から制作まで一貫して、
高品質な映像コンテンツを制作します。

お問い合わせ先

運営会社

株式会社DoFull

総合プロデューサー

加藤 弘樹

info@dofull.jp

この資料ではお伝えしきれなかった事例の詳細・進め方・掲載条件は、打ち合わせでご説明します。まずは15分、貴社に合うかだけでも。企画の押し売りはしません。貴社の課題（集客／採用）を伺い、潜♡らぶが合うかどうかをご説明します。その場での発注判断は不要です。お気軽にご連絡ください。