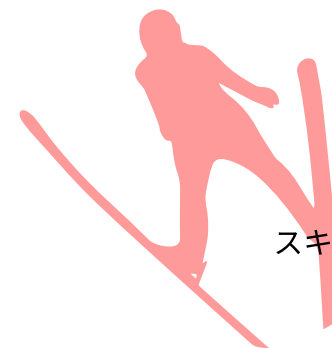




中村直幹



スキージャンプ選手 中村直幹
SNS セールスシート

プロフィール

中村直幹 なかむらなおき
1996年9月19日 27歳
日本国籍 札幌生まれ
競技歴16年

過去実績

- 2017年 アジア大会 ラージヒル 優勝
- 2017年 ユニバーシアード カザフスタン大会 優勝
- 2019年 ノルディック世界選手権 日本代表
- 2021年 ノルディック世界選手権 日本代表 団体4位
- 2022年 北京オリンピック 日本代表 団体5位
- 2023年 ワールドカップフィンランド大会 3位





スキージャンプへの情熱

11歳からスキージャンプを始め、最初は1番2番を競うような選手でした。当時とても太っていて、あだ名がおにぎりくんと言われるほどでした。しかし、スキージャンプでもっと遠くに飛びたい、もっと綺麗に飛びたいと思えば思うほど、自分で痩せるためにどうすればいいのか考えて実践するようになりました。心も体も修練を重ね、今ではオリンピックに出られるレベルに達しましたが、もっと遠くへ飛びたいという欲は持ち続けています。2026年イタリアオリンピック29歳、2030年33歳とスキージャンプ選手としては心身ともにとても挑戦できる数年になると感じます。

選手としての責任

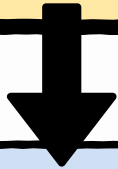
小さい頃から、父親が気象系の仕事だったこともあり、環境問題に興味関心がありました。自分の好きなスキージャンプで生きていくと決めた以上自分の好きなことで誰かや未来が不幸になることは、絶対に嫌だと感じます。2019年の会社起業時から、毎年その1年試合のために乗った飛行機や車などで排出したCO2をオフセットしたり、1m10円を持続可能な活動をするNPOに寄付したりしています。

提供価値



露出

欧米を中心に年間10億人以上の人がスキージャンプという競技をテレビや現場などで、目にしています。



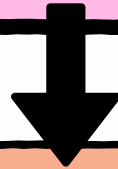
企業認知

企業認知はブランドの信頼性を高め、市場競争力を増強し、新たな顧客を引き付け、既存の顧客の忠誠心を高めます。高い認知度はブランド価値を向上させ、成長と持続可能性に貢献します。



SNS

インスタグラムやYouTubeなどでプロモーションを選手と一緒にすることができます。2024年1月の総インプレッション数は400,000を超えています。



共感性

共感性は顧客の忠誠心を促し、ブランドの信頼性と影響力を高めます。企業のミッションや価値観に共感する顧客は、長期的な支持を示しやすく、ブランドにとって重要な資産となります。



コミュニティ

中村直幹が運営するオンラインサロンとファンクラブに直接プロモーションをすることができます。また、中村直幹が企業との関わりを共有することで個人の価値が高まります。



ファン化

ファン化は顧客の忠誠心を高め、ブランドの影響力と収益を増加させます。忠実なファンは購買行動を促進し、ブランドの広告効果や口コミで新たな顧客を獲得します。

SNSで広告を出しませんか？



スポット広告

テレビ広告のようにユーチューブ動画上に15秒ほどの広告を出すことができます。広告の映像も面白く作ることでより興味を引き立てます。

参考価格 1広告 2万円～ お問い合わせください

Shorts, Reels, Tiktok広告

30秒ほどの短い動画で商品の説明や体験を広告することができます。また、定期的に複数回投稿することで、何度も視聴者の目に留めることもできます。

Instagram 18,000フォロワー Tiktok 6000フォロワー /グローバル発信

Youtube 3800登録者 /日本へ発信

小紅書RED 11000フォロワー /中国へ発信

参考価格 1投稿 5万円～ お問い合わせください

パートナー広告

トレーニングウェアに起業ロゴの広告を出すことができます。トレーニング時からSNSやメディア対応時など多くの場面で選手が着用します。

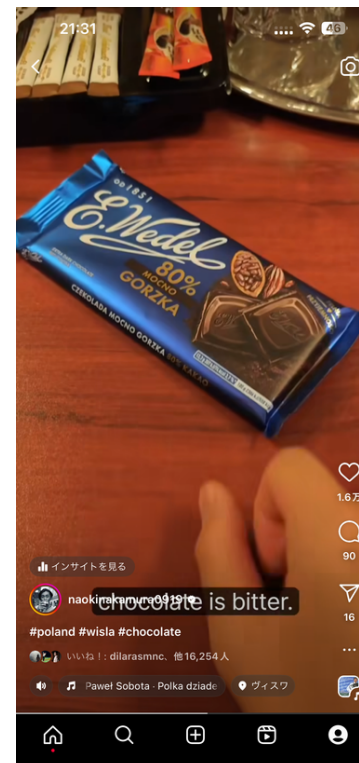
参考価格 60万円～ お問い合わせください

オンラインサロン広告

選手が主宰するオンラインサロン、なおきのFLYINGLABORATORYで本人が直接サロンメンバーに使用感や体験して感じたことなどを伝えることができます。

参考価格 月1万円 サロンサイトをご確認ください

※2024年4月1日より10月1日まで受付分





連絡先

メールアドレス

・プロデューサー 本間駿介
syunsuke.9026@gmail.com

DMMオンラインサロン

「なおきのFLYINGLABO」

