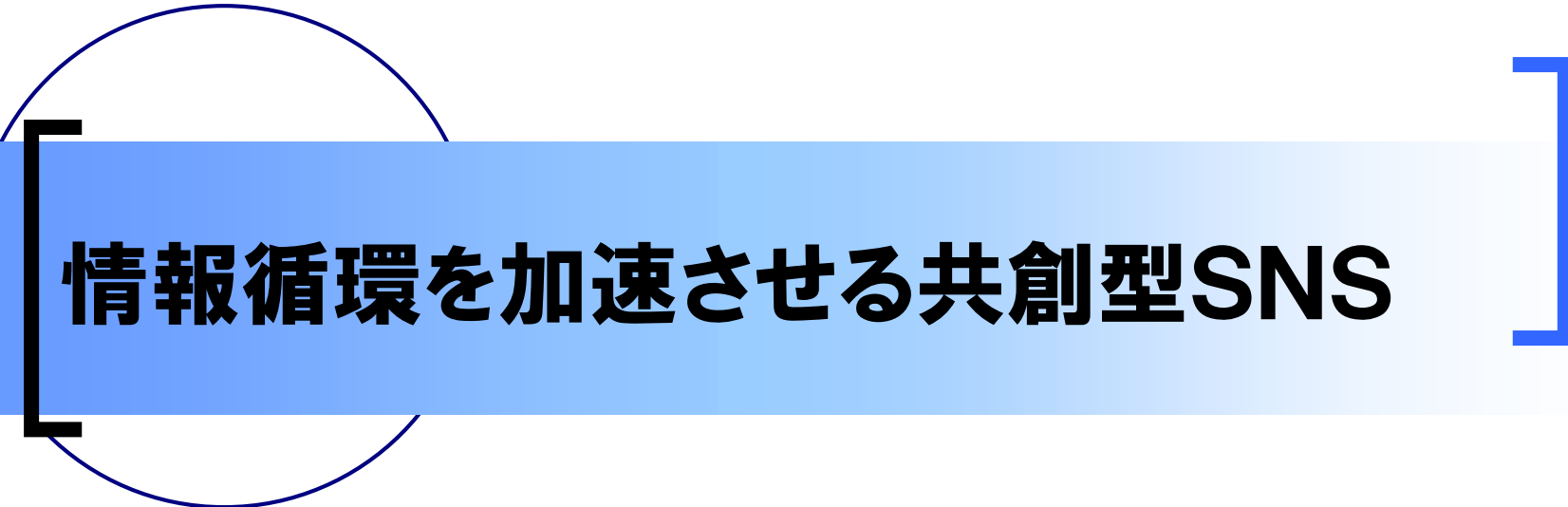


A decorative graphic on the left side of the slide features a blue circle. A thick blue bracket is positioned to the left of the circle, and a thinner blue bracket is to the right. A horizontal blue bar with a gradient from dark blue on the left to light blue on the right spans across the middle of the slide, containing the main title.

情報循環を加速させる共創型SNS

2016年11月15日
株式会社インテージ
小島 賢一

突然ですが...

5年前に「スマートフォンを活用した次世代リサーチの創造」で発表しました

The JMRA Annual Conference 2011

1. アプリ概要 MyReco(生活実態記録)

記録を誘導。アウトプットの閲覧性も配慮



その後の展開

① スマホ記録型調査 レコーディングリサーチ

翌年リリースし、国内で
利用盛況
「MyReco」で海外展開



記録するタイミング
を事前に伝える

行ったとき 使ったとき
買ったとき 食べたとき
etc...

事前依頼

そのタイミングのたびに
スマホで回答



記録期間中



② 消費生活のSNS みんなレポ

3年前にサービス提供を開始
共創プラットフォームとして進化



今年のテーマは「集合知」

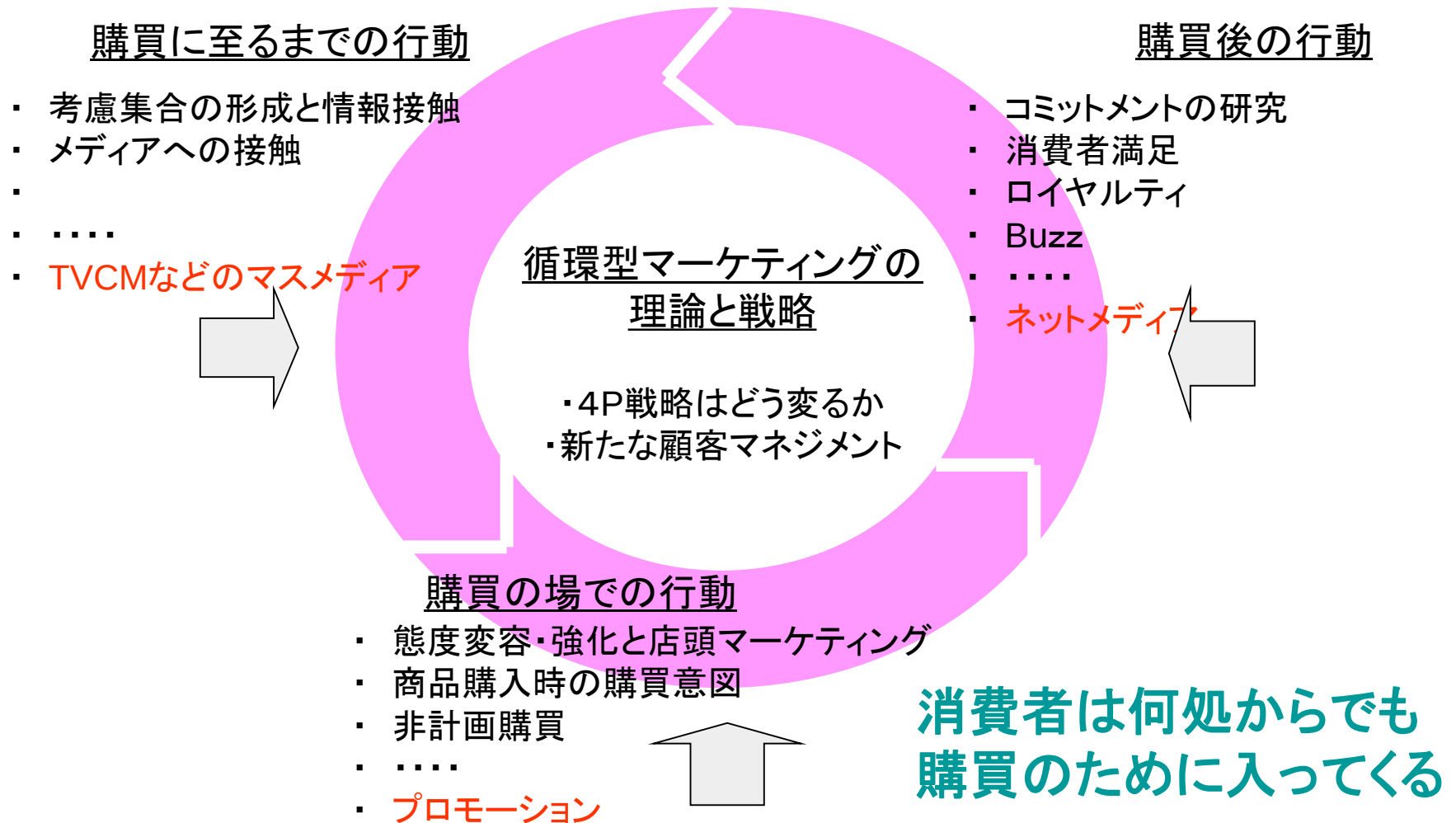


みんなレポ

会員7万人の共創型SNS
会員同士のつながり、企業とのつながり

情報の循環を加速させる「集合知」を紹介

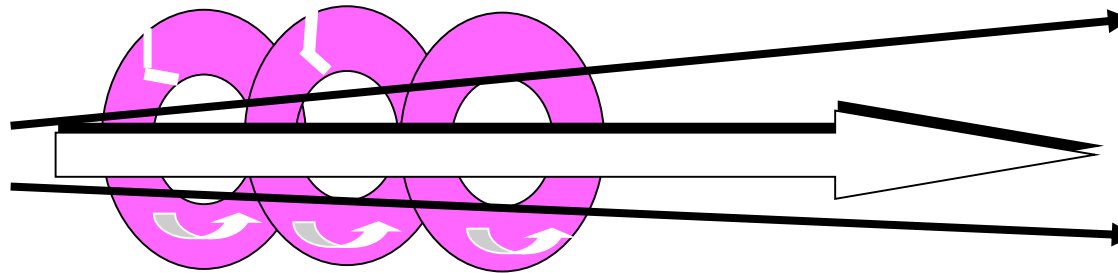
循環を考えたコミュニケーションの枠組み



クチコミの効果을考慮した、新しいマーケティングの考え方

最終的なゴール：情報循環と商品の普及

マス→売場→Buzz→マス→売場→Buzz→・・・のリレーを
上手につくり、話題になるかどうか市場に残れるカギになるのでは？



導入



成長・成熟期

最適な循環をつくるコミュニケーションの提案や商品開発が重要

自らの体験を発信し、情報を活発に循環させる
⇒消費者ひとりひとりが優良なメディアに



企業はどう活用していく？
⇒コミュニケーション領域での「共創」



インテージが推奨する共創マーケティングのプログラム

影響力のある生活者と開発、コミュニケーション ⇒ **魅力を生み広げる**

開発

生活インサイト抽出

コンセプトへの落とし込み

テスト・改善

— 発売 —

**影響力のある
生活者を最後まで
巻き込み、納得す
る商品作り**

薦め、発信

ファン化

SNS上でのキャンペーン「体験」
共感される表現抽出

**自分事化
ブランド価値作り**

拡散

共感される表現をコミュニケー
ションへ反映
メディアを通して外部へ拡散

**話題化
購買行動**

みんなレポとは

7万人の会員が
消費・生活のエピソードをシェア



生活者の話題を見える化

どんな投稿が多くあがっている？

よく共感される投稿は？

よく発信する人は？

魅力を伝えるのが上手な人は？

なんで話題になったの？

⇒ SNSでは分かりにくいことも
みんなレポでは簡単に可視化

累積40万件の投稿を多彩な機能
でスピーディーに分析が可能



みんなレポアプリの紹介 (無料提供 アプリストアで「みんなレポ」検索)

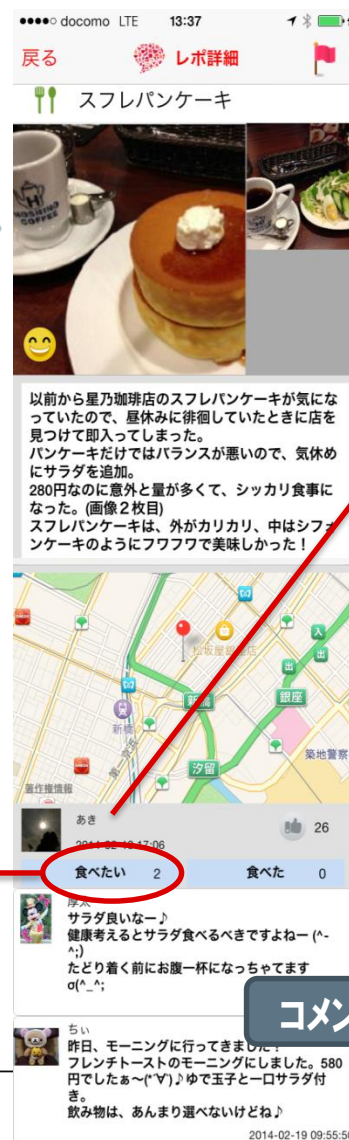
投稿



タイムライン シェア



詳細 いいね、ウィッシュ



履歴 フォロー



ウィッシュリスト

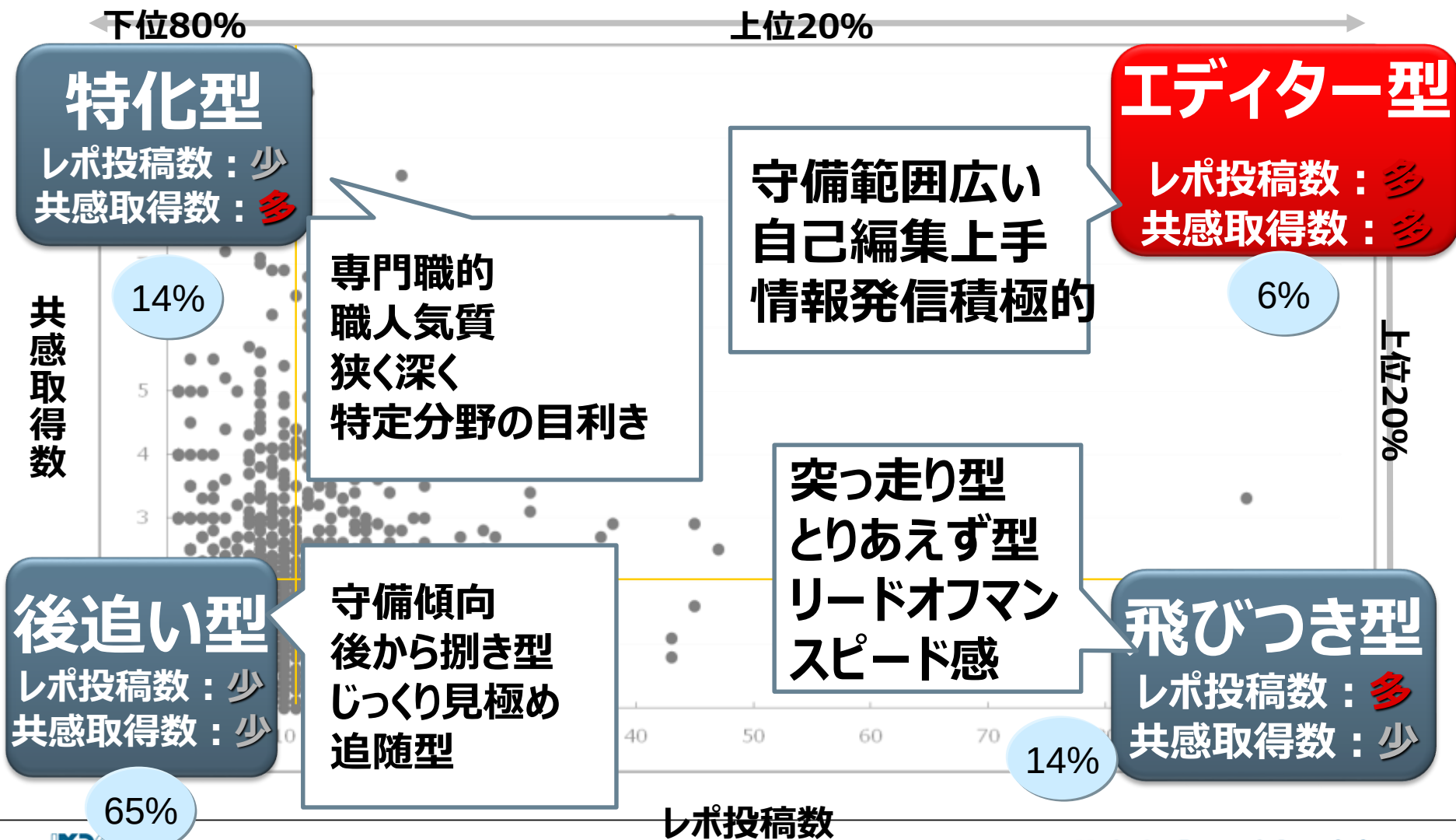


実行

他SNSへ投稿

実態から作られた、みんな独自の「共感セグメント」

- ・投稿数×共感数での実態から作られた、リアルに活動する人のセグメント
- ・編集能力に長け、周りへの影響力が強いエディター型の活用が共感を得られやすくする



みんなレポの特徴 情報循環の可視化

みんなレポ＝自分の生活にフィットした新しいモノコトとの出会い

消費感度が高い、「伝えたい」「知りたい」人が集まる

→生活者目線の共感されやすい投稿が集まり、情報が回りやすい



〇〇さんのレポ見てたら
すごく食べたくなって・・

みんなレポのを真似して作っ
てみました♪



みんなレポ

刺激を受け合い、
行動してさらに広め
るといった循環の場
ができている

体験した人のロイヤリティアップだけでなく、
みんなレポを閲覧している人が投稿を見て行動を起こす

⇒拡散の検証として使える

みんレポで情報循環した事例 OIKOS

2015年4月

いいね数

1日



13

小腹を黙らせるヨーグルト、OIKOSお昼前に小腹が空いたので食べてみた(´▽`)ノ パッケージの説明書きによると、通常のヨーグルトの3倍の乳原料を使った濃密な食感。100kcal未満、脂肪0、だそう。フルーツソースとヨーグルトの二層仕立。下にソースが入ってます。...



2日



5

小腹を黙らせるというキャッチフレーズに触発され買ってみました。ヨーグルトの濃厚さとフルーティなソースが確かに美味しくて腹持ちが良い感じがします。とはいっても200カロリー位ですが(^○^)どちらかというとパッションフルーツが私は好きです。



7日



はづきさん

27

小腹を黙らせるヨーグルトこのコピーに惹かれて購入。ダノンOIKOS 脂肪ゼロ パッションフルーツ...171円 110g/92kcalストロベリーもありましたが大好きなパッションフルーツを迷わず選びました♪店頭では見なかったけどブルーベリーもあるようです。水切りヨーグルトのようなもったりしたテクスチャだなあと思ったらやはり「水切りヨーグルト製法」だそうです(*´▽`)甘みも酸味もグッと抑えめ。開封して、どこにパッション?と思ったら底にパッションフルーツソースが仕込んでありました。故に、スプーンですくって逆さにしても落ちないくらいの粘度なのに持ち帰りの際に横にするとすぐぐちゃっとなります、いや、なりました(笑)底がユルいからね。個人的にはパッションフルーツソースの酸味がもう少し欲しいかな~マイルド過ぎるのです。好き嫌いが分かれる独特の風味もだいぶ抑えてありました。ストロベリー、ブルーベリーも試してみようと思います♪2枚目...こんな風に底にソース。



みんなレポで情報循環した事例 OIKOS

2015年4月

いいね数

8日



29

10日



はづきさん

37

10日



7

11日



8

11日



はづきさん

27

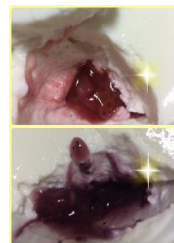
今日は、はづきさんのレポで知った、ダノンのオイコスヨーグルトを買ってきました。...



...今朝食べたブルーベリー。甘さを抑えた分、酸味も抑えてあるからかな、パッションフルーツの時と同様にフルーツソースがマイルド。たぶんストロベリーもそうなのかな。



はづきさんのレポ見て一つ追加で買いました (*^o^*) ...



はづきさんレポで知って、イオンで見つけて買いました ¥(o^)/パッションフルーツを買いましたが、美味しかったです(≧▽≦)



...買ってあったオイコスのストロベリー食べました。パッションフルーツが好きなんですけどオイコスはストロベリーが1番美味しかったかな



みんなレポで情報循環した事例 OIKOS

2015年4月

いいね数

11日



5

はづきさんのレポで買いました。初めて見たときはどこのメーカーかしら、と素通り。レポでダノンと知って、改めて手にしました。...



13日



8

ダノンヨーグルトの新商品、「オイコス」の試食品を頂きました！脂肪分0とのことですが、濃厚でとても美味しいヨーグルトでした♪「小腹を黙らせるヨーグルト」と蓋に書いてありますが、まさにその通り☆満足感のあるひと品でした。



13日



10

はづきさんのレポを見て購入しました。『小腹を黙らせるヨーグルト』ってなアピール的大胆不敵なところが、なーんか格好いい(・ω・)b水切りヨーグルトにフルーツソースだからカロリーも抑え目だし、ぽってりとした口当たりで、たしかにお腹に溜まります。わかってる大人の食べ物って感じですねー！



16日



8

駅前で無料配布してました。【通常ヨーグルトの3倍の乳原料を使った濃密な食感。2層式のフルーツソースも楽しめて、100kcal未満、脂肪0。三大栄養素と言われる、タンパク質が通常のヨーグルトの2倍！】とのことでした



16日



21

はづきさんのレポを見て、購入したオイコスヨーグルト。パッションフルーツ味です(*^^*)。パッションフルーツはこの濃厚なヨーグルトと合いますね(^0^)/美味しかったです(^-^)/



みんなレポで情報循環した事例 OIKOS

2015年4月

17日



3

脂肪0カロリー100未満でも、これってヨーグルトなの？



17日



11

以前にもレポしましたが、最近のお気に入りがこの、小腹を黙らせるヨーグルト。オイコス パッションフルーツ甘くなくてモッタリしたのが大好きです・・・



27日



13

今朝は食べてみたかったオイコスヨーグルト！100Kcal未満で脂肪0、タンパク質はフツのヨーグルトの2倍フルーツソースの酸味がきいていて美味しかったです小腹なら黙るかな？もちろんこれだけじゃワタシの大腹は黙らないのでフルーツグラノーラに豆乳をかけて食べました



5月

4日



9

昼食にデザートで食べました(o^^o)ダノンが好きで普段から食べていますが、この商品は他の人のレポで気になっていたもので、今日やっと見つけ即買い！・・・



いいね数

続く

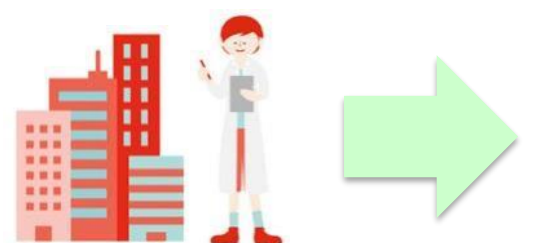
マーケティングにどう活かしていくか

- ① 話題を観察し、ツボを見つけて自社商品に転換する
⇒どんな情報が回りやすいか研究済
コミュニケーションのプランニングの際に活かす

- ② みんなレポ会員に商品を体験してもらい、周囲に影響を与える投稿を集め、効果を測り、コミュニケーションに活用
⇒サービス化に向けてテスト検証を実施

共創型コミュニケーションサービス 概要

検証しながら拡散に繋げる



体験&投稿の機会提供
投稿キャンペーン・コンテストなど

課題が見つかったら…

**影響層と
商品やコミュニケーション
施策の改善策検討**



**みんなレポ
未来会議**



影響層

写真とコメントで
商品をより魅力的に
表現できる人達

**生活者目線での
共感を生む投稿**

みんなレポ内での波及検証



共感を得た投稿を記事化

個人と企業がつながる
ポータルサイト
「minnano」での掲載
記事の反響検証



外部への拡散

サービスの事例

AsahiKASEI 旭化成ホームプロダクツ × みんなレポ

油なしでもくっつかない！

ノンオイルで赤ちゃんにも安心！

クックパー®
フライパン用ホイルを
使ってレポしよう！

キャンペーン

シリコーン樹脂加工の
つるつるホイルで料理を便利に！

甘辛ダレでもこげつかない

先着 **100** 名様に
EJOICAセレクトギフトをプレゼント！

Calbee × みんなレポ オリジナル企画

カルビーフラスに行って
ジャガイモの美味しさを
体験＆表現しよう

対象商品（一部）

ポテリコ サラダ味	揚げたてポテトチップス スイートチヨコ味 アーモンド	オリーブオイル ポテトチップス アンチョビガーリック味	和じゃが 香ばし醤油味	エッセンポテト (4袋入り)
--------------	----------------------------------	-----------------------------------	----------------	-------------------

カルビーフラスの対象商品を買って食べてレポをした
先着 **300** 名様に
セレクトギフトをプレゼント

検証ポイントと結果

生活者とのコミュニケーションに有効な投稿が抽出されるか

⇒生活者目線の興味を惹く投稿があがった

皆で投稿することに対するメリットは得られるか

⇒様々な活用例から興味を喚起された

まわりへの影響がみられるか

⇒約4割の人の購入意向が高まり、
2～3割の人が買ったり薦めたりした

クックパー®フライパン用ホイル 実投稿例

みんなレポの影響層が機能価値を生活価値に変換



クックパーを使ってお餅のピザを作りました。フライパンの上にクックパーを敷いて、お餅を並べて焼きます！そのあとは普通のピザと一緒に、とっても簡単で美味しいです(o´▽`o)

クックパーは全くくっつかないので、油を使わないで作れたのすごくヘルシー！



クックパーでミニスパニッシュオムレツを作って添えました。クックパーでお茶碗を包むように型を取って、そこに卵と具を流し込みます。少し固まってきたらクックパーの上部分で包むように蓋をして更にフライパンに蓋をして焼きます。少し水を入れて蒸し焼きにしました。やっぱりくっつかないってストレス無くていいですね。厚焼きホットケーキとかにも応用できそうかな。クックパー使い切りしました。また買いに行かなきゃ～！



クックパー®フライパン用ホイル 実投稿例

様々な視点の投稿がブランド力を高める



会社で手羽先を頂いてきて、『名古屋風にしてくれる？お酒飲みたいから…』と。家では殆んどお酒飲みませんが、前に名古屋に行ったときに食べた手羽先を思い出したみたいです(*^-^*)



中華風オムレツを作りましたこれは便利です簡単にオムレツも出来ました(*^^*)うまい～☆



ホットプレートだと1種づつしか焼けないけど、クックパーで分けると色んな味のんが食べれて嬉しい！うま～い♪o(≧～≦)o食べ終わってもホットプレートが汚れないから片付けも楽ちん♪フライパンだけでなくホットプレートも使えると知れば、これからいろいろと重宝しそうです



クックパーを使って◎ナスとトマトのチーズ焼きを作りました(^^)オリーブオイルにニンニク、アンチョビを入れて香りが出てきたら、ナスを焼き、トマトを入れと上にとろけるチーズをのせて蓋をします。チーズが溶けたらバジルソースをかけて出来上がりです^^今までそのまま作ってたから、クックパー使うとフライパンにチーズがくっつかなくて良いですね～！！やっぱりクックパー便利です(^v^)

みんなの投稿を見て購入する人が続出 香りに関する表現が興味を惹いている



評価の高かった和じゃがだけ、買ってきました。香ばし醤油味の名前だけあって、カリッと香ばしく、しっかりめの醤油味で美味しいです。濃い味好きの方にはオススメです(*^_^*)



和じゃがは、皆さんのレポで気になり、食べたかったので、イメージ通りの味に満足です。



息子様を買って来てもらいました。感謝です。こちらも、みんなのレポのみなさんのクチコミ通り、美味しかったです。まだ美味しいものがたくさんありますね。



「和じゃが」も購入しました♪こちらは職場へのお土産の予定でしたが、皆さんのレポを読んだら食べたくなくなってしまい、1袋食べちゃいました(笑)食感はカリッとして、名前の通り醤油が香ばしい濃いめの味です。お土産に便利な小袋入りです(^-^)

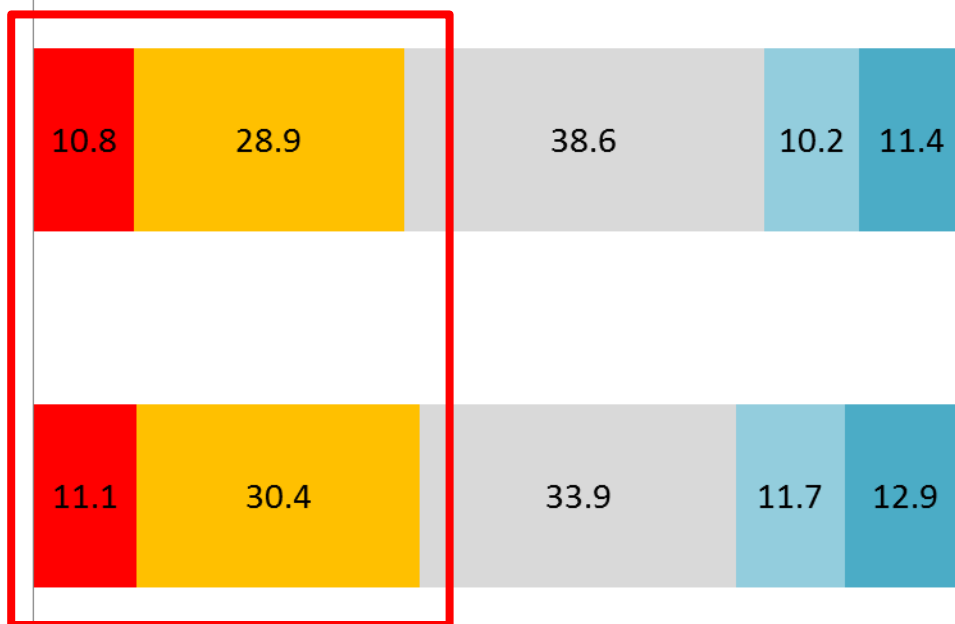
キャンペーンの検証結果 購入意向の高まり

投稿を見た人の約4割は気持ちが高まっている

みんなレポをきっかけに、商品を購入したい気持ちが高まりましたか

■ 高まった ■ まあ高まった ■ どちらともいえない ■ あまり高まっていない ■ 高まっていない

クックパーフライパン用ホイル
n=171



カルビープラス箱商品 和じゃが
香ばし醤油味、オリーブオイルポテ
トチップスアンチョビガーリック味
n=166

キャンペーンの検証結果 購入意向が高まった理由

生活者目線の伝わる投稿が購入喚起を引き起こす

＜クックパー®フライパン用ホイル＞

レポートをみて、**自分にあった使い方**を思いついたため。

すでに使っているが、**様々な使い方**を知ることができ今後も使い続けたいと思った。

実体験に基づくレポートなので、信ぴょう性が高いです。

クックパー®フライパン用ホイル



＜カルビープラス箱商品＞

リアルな声を見て、美味しそうと思える

読んでいて**食欲をそそられた**

新商品の**写真つき投稿**に興味がありました。

自分の好きそうな味に思えて、食べたくなった。



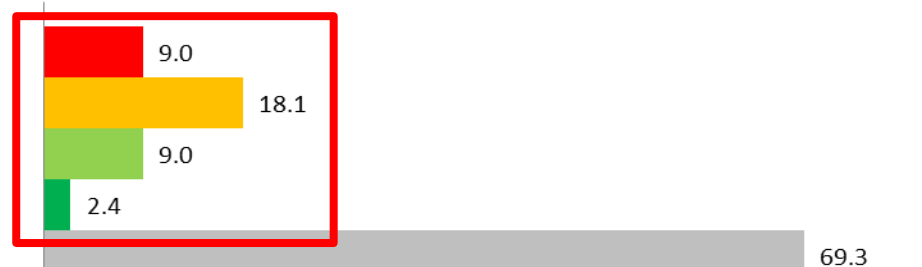
キャンペーンの検証結果 起こした行動

キャンペーン認知者の約2～3割は 自ら購入または薦める行動をしている

それぞれの商品について、あなたの行動にあてはまるもの

- みんなレポのキャンペーンに参加または応募した
- 購入した
- 家族、友人、知人など、まわりの人に薦めた
- SNSや掲示板、ブログなど、ネット上で薦めた
- あてはまるものはない

クックパーフライパン用ホイル
n=171



カルビープラス箱商品 和じゃが香ばし
醤油味、オリーブオイルポテトチップスア
ンチョビガーリック味
n=166



得られた情報の活用例

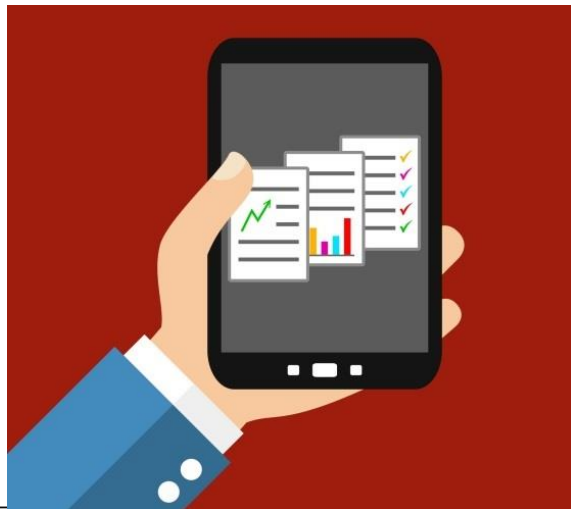
店頭 P O P に使う



エッセンスを広告に盛り込む



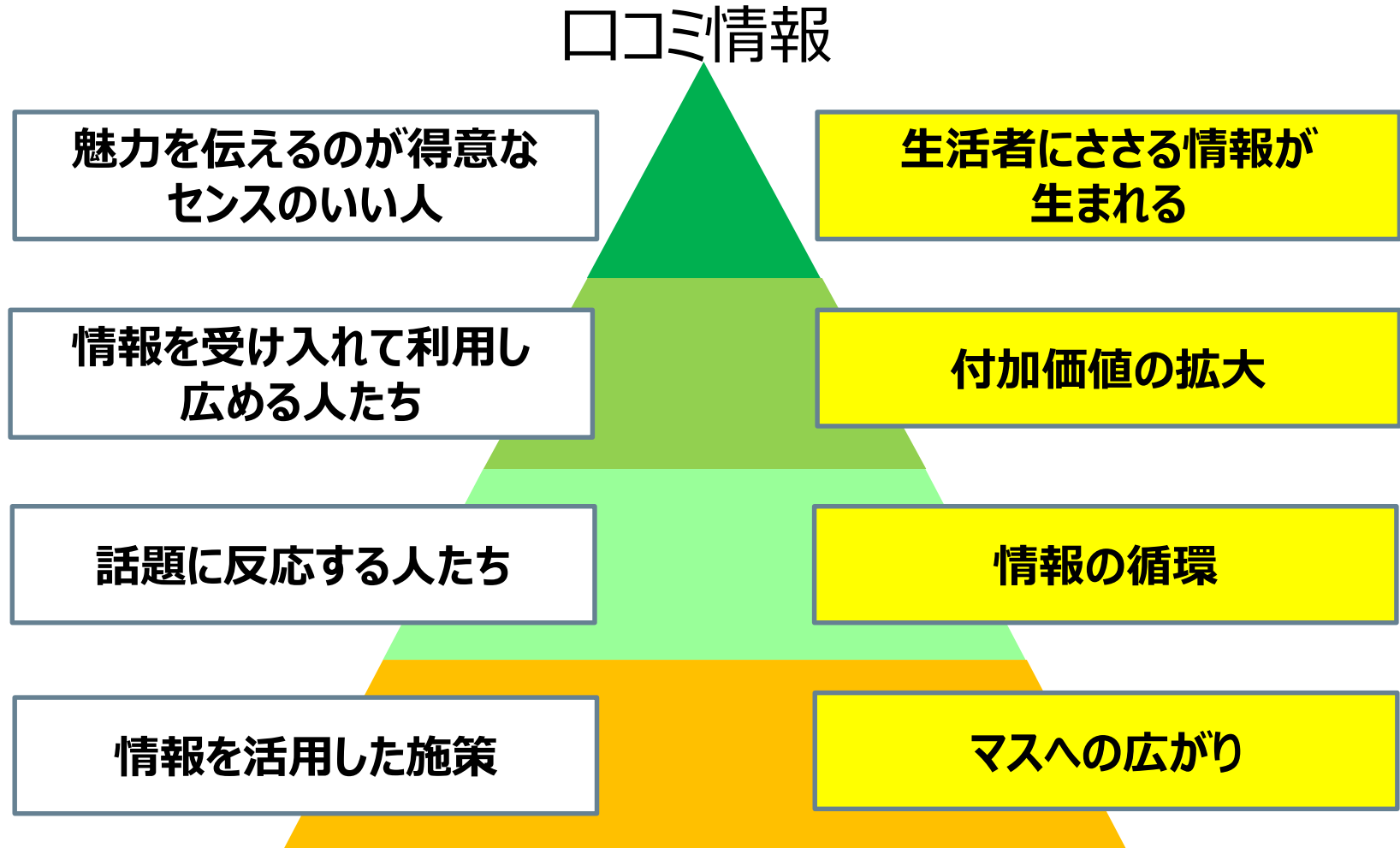
まとめ記事を作成



商談資料として使う



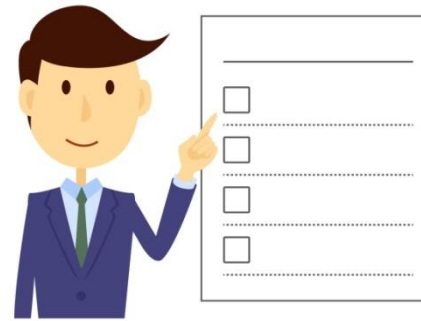
まとめ 共創型SNSの集合知



費用対効果の高いコミュニケーションの実現

まとめ 従来のリサーチとの違い

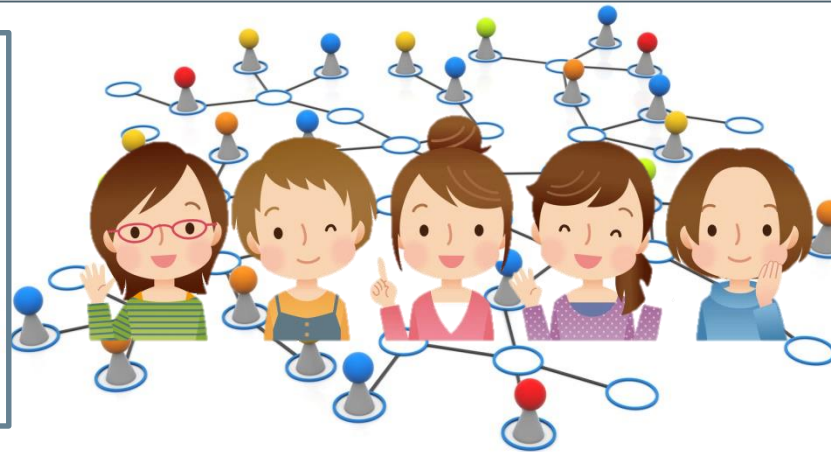
従来のリサーチ



聴取

実態把握
意見の吸い上げ

共創型 SNS



口コミの現場

伝える情報
影響の可視化

+

共創による集合知

企業と生活者それぞれに便益をもたらす