

[! × R]

コミュニティとリサーチの
コラボレーション事例

× R

2013年11月29日
楽天リサーチ株式会社
マーケティング企画部 白石章兼

アジェンダ

はじめに: 'MROC' とは

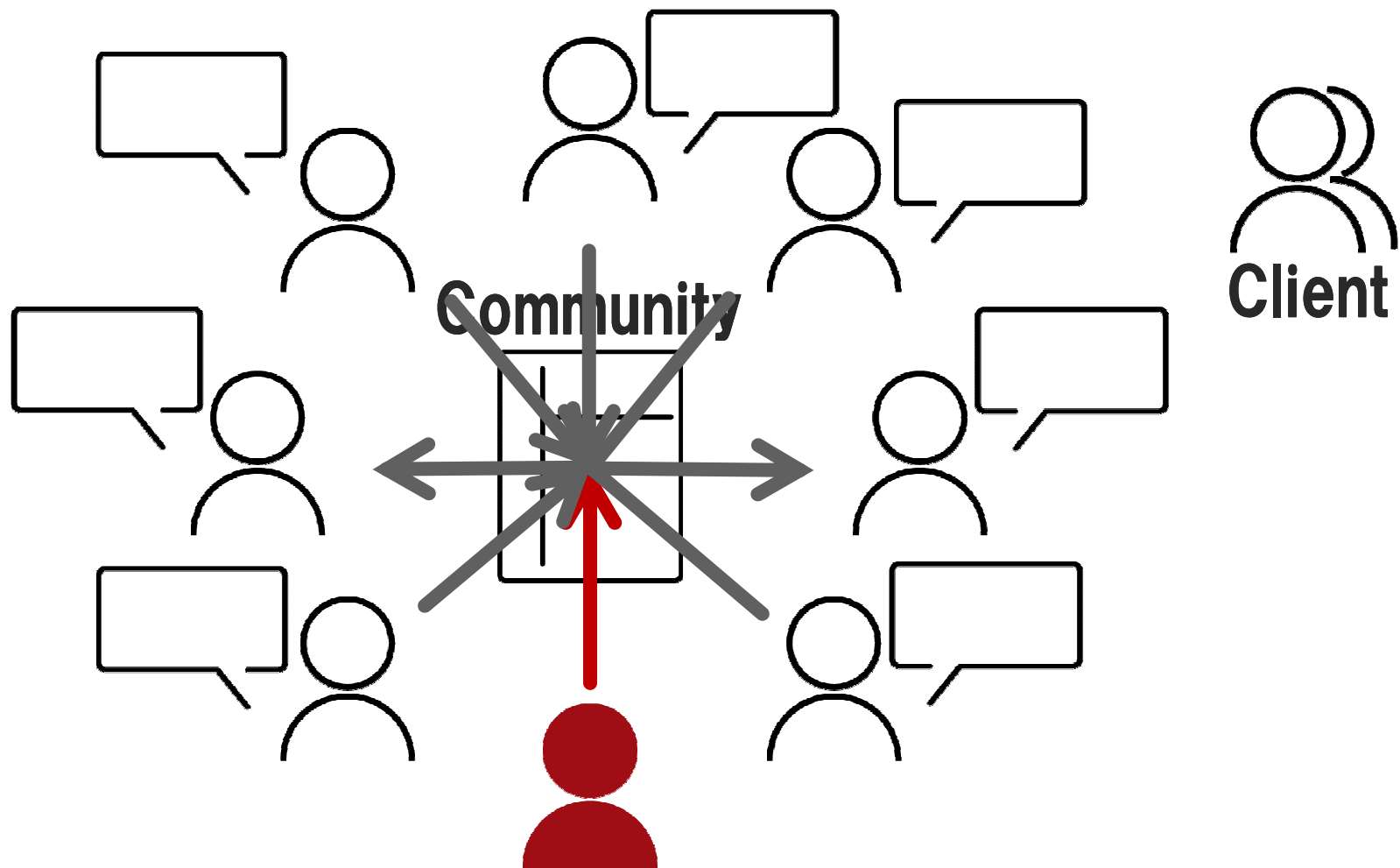
〈事例1〉
アンブランデッド・コミュニティ

〈事例2〉
ブランデッド・コミュニティ

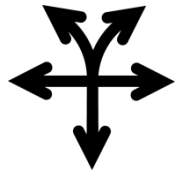
まとめ

MROC(Marketing Research Online Community)とは

- ・ある条件で選抜された対象者によるクローズドのSNS
- ・与えられたテーマについて書き込み等しながらリサーチを行う



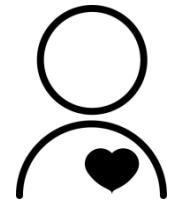
MROCの特長



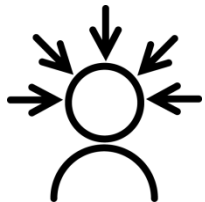
■多志向のコミュニケーション



■継続的



■参加者の意識



■多様な刺激の共有



■情報量の豊かさ

MROCのスケジュール

プランニング

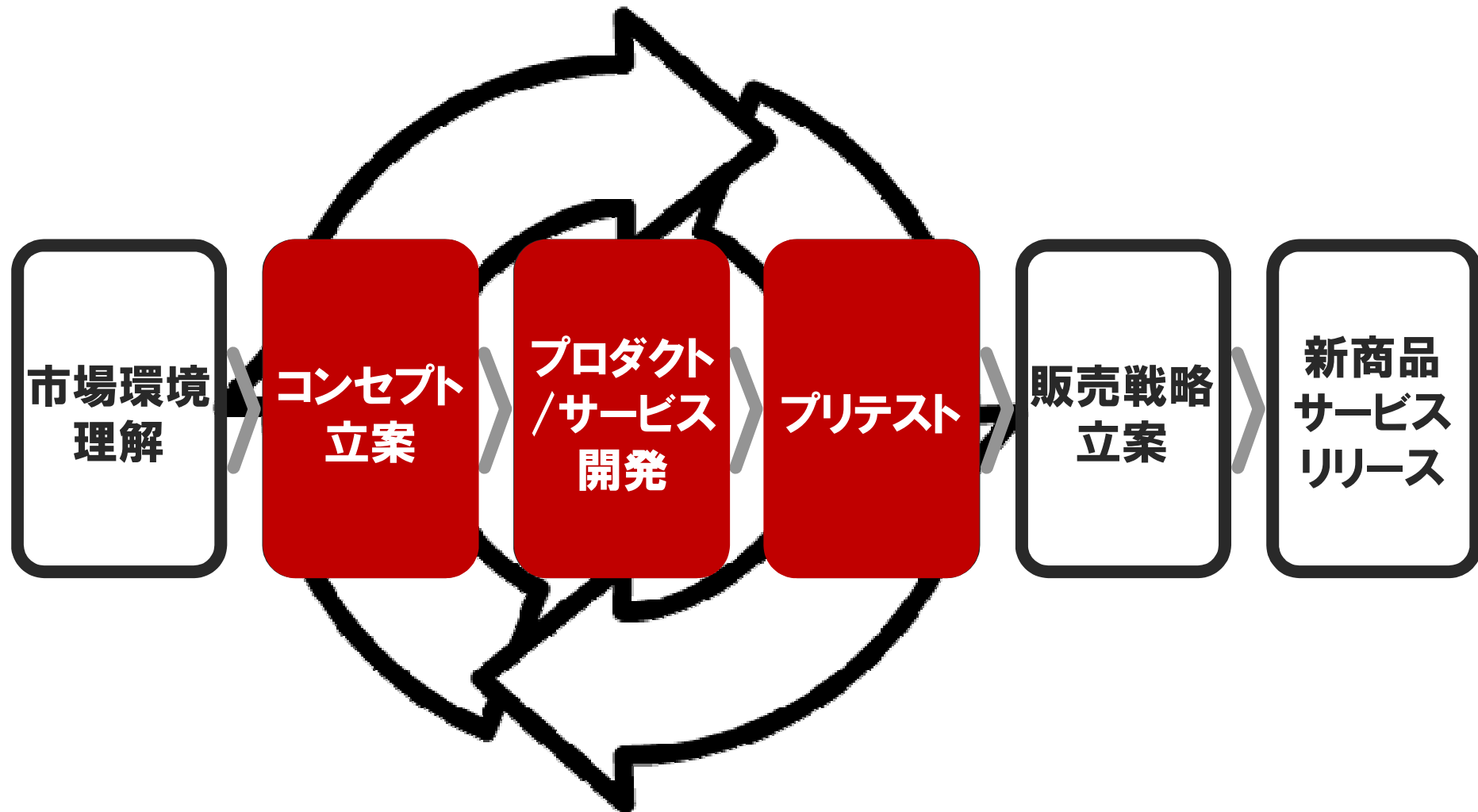
対象者設定(1w)

実施(2~4w)

まとめ(2~3w)

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

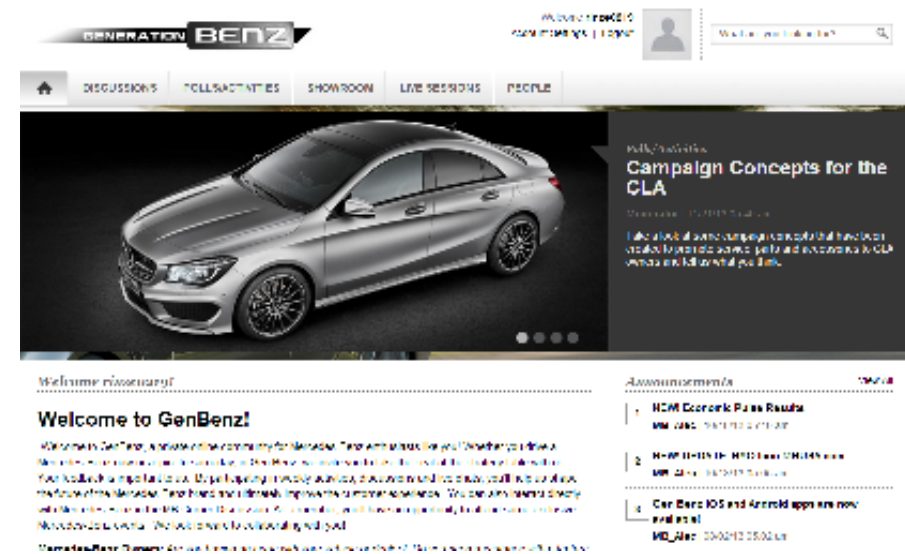
MROCの活用シーン:新商品・サービス開発



コミュニティの種類



アンブランデッドコミュニティ



ブランデッドコミュニティ

アジェンダ

はじめに: 'MROC' とは

〈事例1〉
アンブランデッド・コミュニティ

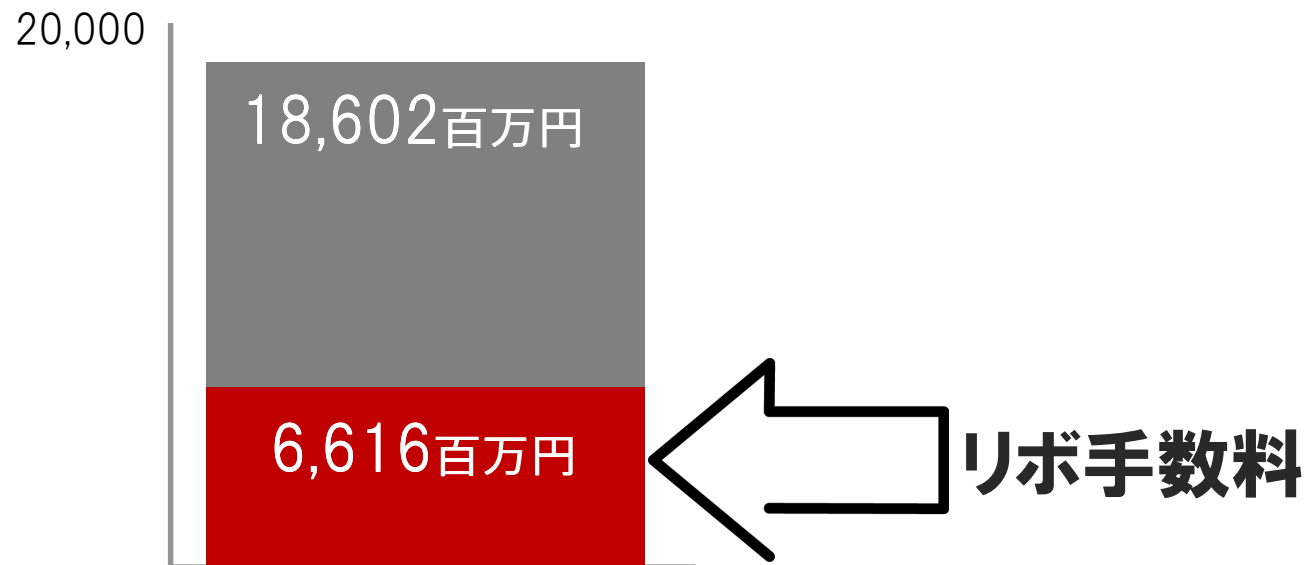
〈事例2〉
ブランデッド・コミュニティ

まとめ

《Case1》調査概要：楽天カードの事業課題

‘リボ手数料’は楽天カードの売上で36%を占める。
この取扱高を増やす施策を考えたい。

2013年第2四半期：楽天カード売上収益



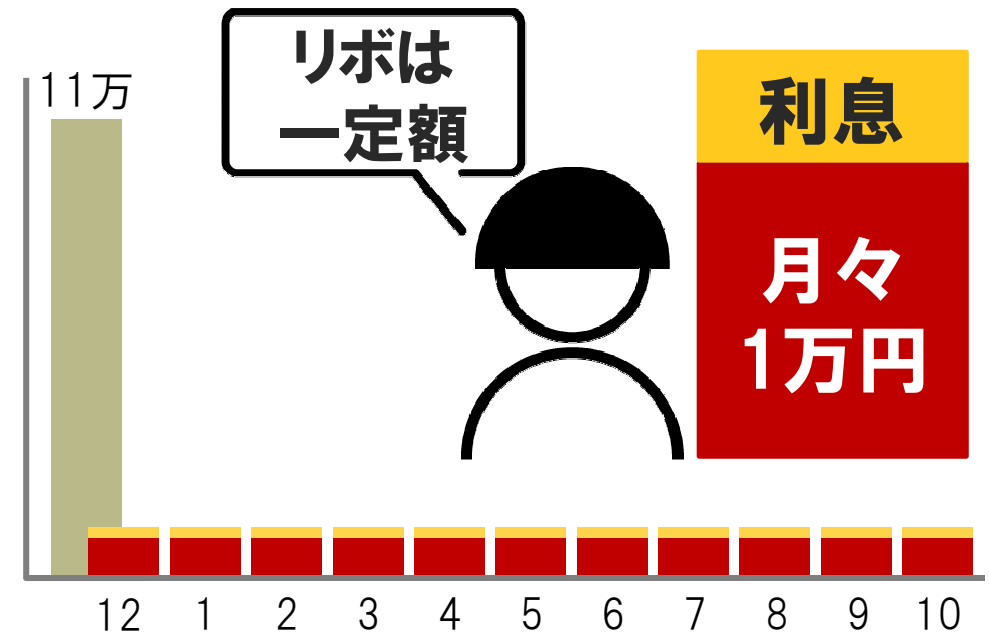
出所：楽天(株)2013年度第2四半期決算発表資料より

《Case1》調査概要：楽天カードの事業課題



11月分のご利用明細

コート	54,000円
マフラー	10,000円
携帯電話	8,000円
旅行代金	38,000円
合計	110,000円



《Case1》調査目的 & キークエスチョン

Retention

リボ利用経験あり

- ◆どんな使い方してるの？
- ◆満足点・不満点は？
- ◆もっと使ってもらうには？

Acquisition

リボ利用経験なし

支払い調整ニーズあり
ポテンシャル層

- ◆お金が苦しい時
どうやってやりくりしているの？
- ◆どうしてリボを使わないの？
- ◆リボを使ってもらうには？

《Case1》調査目的 & キークエスチョン

Retention

リボ利用経験あり

28ss

Acquisition

リボ利用経験なし

支払い調整ニーズあり
ポテンシャル層

21ss

《Case1》実施上の仕掛け

《Point1》招集時の適正チェック

- ☑ 自分を表現するチカラ
- ☑ 対人バランス

《Point3》事例の提供

- ☑ 書き込みの質・量
- ☑ 写真投稿
- ☑ メンバー間のやり取り

《Point2》ご挨拶 & ご依頼

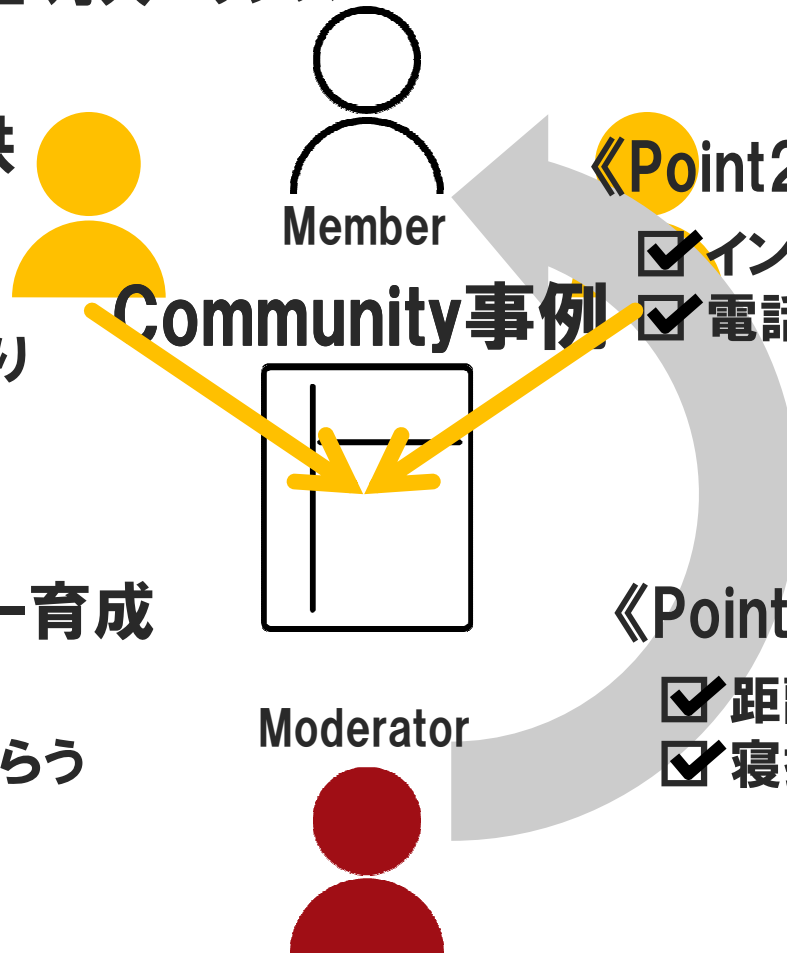
- ☑ インビテーションの送付
- ☑ 電話による依頼 & 確認

《Point4》ナビゲーター育成

- ☑ 種火として機能
- ☑ 率先して投稿してもらう

《Point5》ムード創り

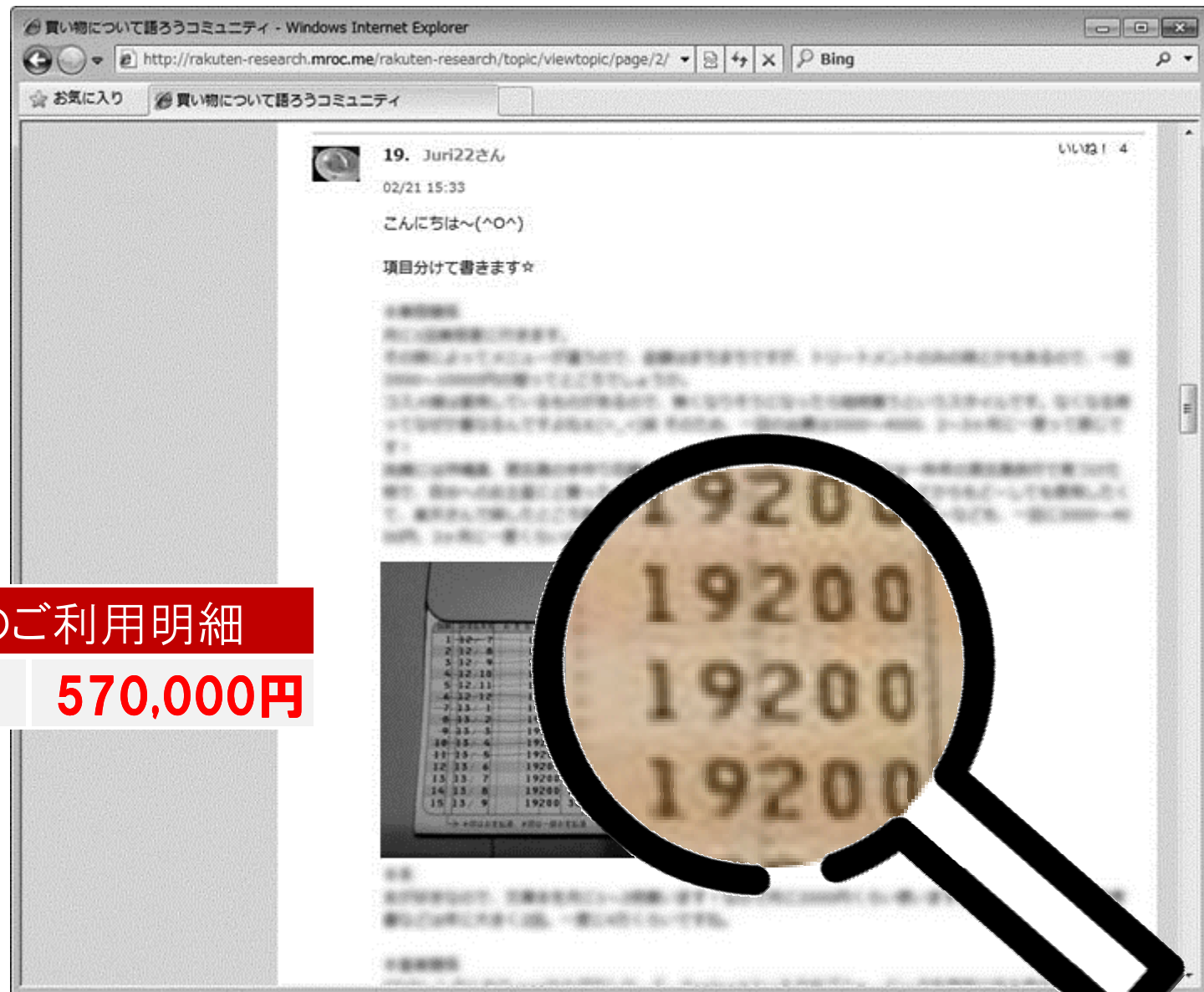
- ☑ 距離感の切り替え
- ☑ 寝技攻撃



《Case 1》MROC画面事例



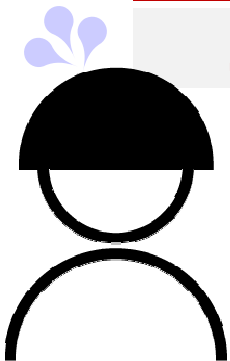
《Case1》MROC画面事例



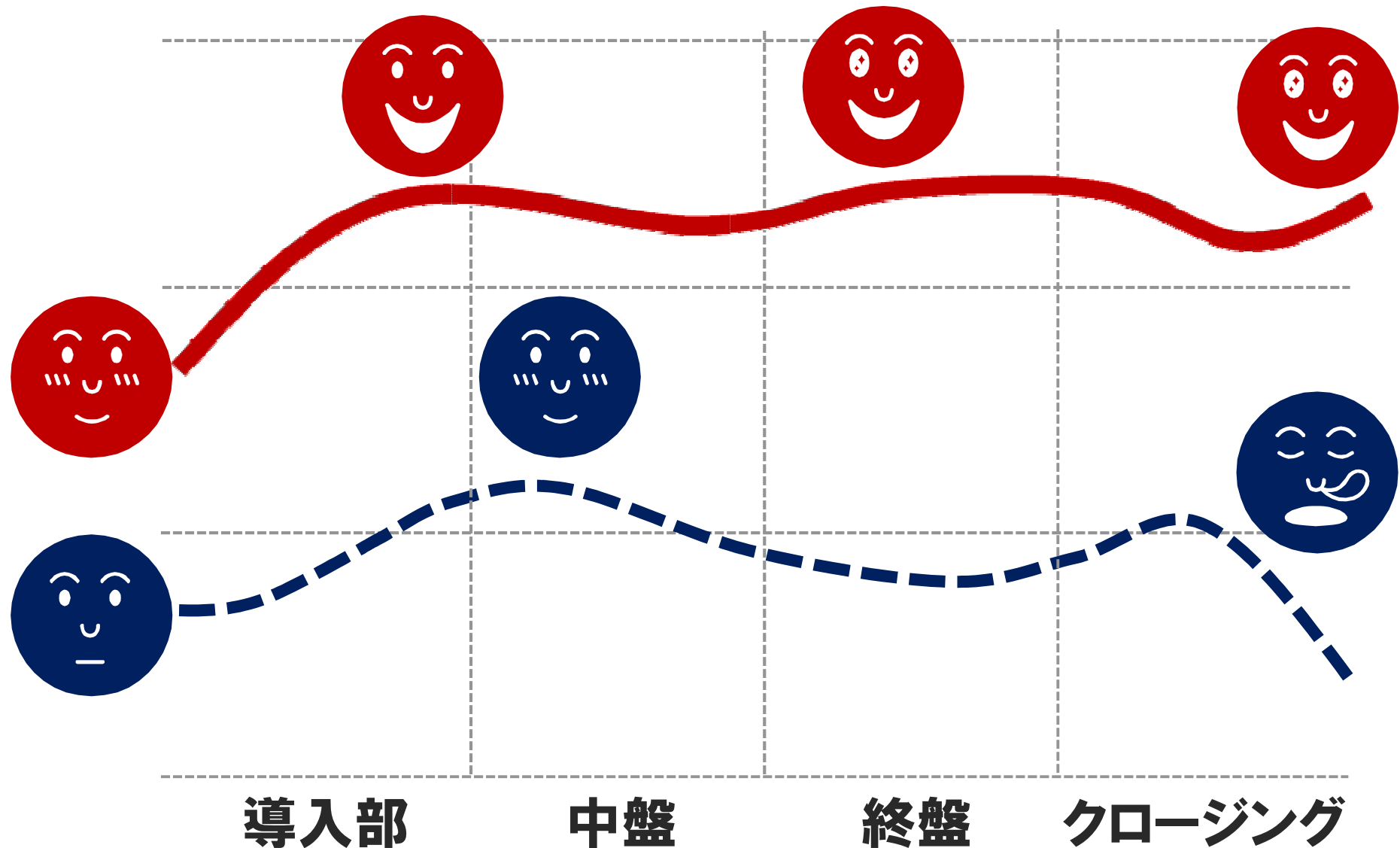
12月分のご利用明細

エステ

570,000円



《Case1》参加者マインドグラフ



《Case1》まとめ

- 1 **生活者が話しやすい場作りが大事**
- 2 **参加者同士の関係づくりが大事**
- 3 **無意識を意識させる工夫が必要**
- 4 **バックルームはもうひとつのMROC**

アジェンダ

はじめに: 'MROC' とは

〈事例1〉
アンブランデッド・コミュニティ

〈事例2〉
ブランデッド・コミュニティ

まとめ

《Case2》プロジェクト概要

ようこそ shiraishi01
[アカウントの設定](#) | [ログアウト](#)

[ホーム](#)
[トピックス](#)
[アンケート](#)
[HOME'S情報](#)
[セッション](#)
[アイデア](#)
[メンバー](#)
[管理](#)

トピックス

トピックス③HOME'Sのイメージについて教えてください！

モデレーター: えりこ | 2013年08月21日 17時05分

HOME'Sのイメージについて教えてください！

ようこそ shiraishi01!

『暮らしとっしゅマイホームライフ』へようこそ！

皆さんの住まい探しを少しでもお手伝いすることができればうれしいなと思い、この度本コミュニティを立ち上げることになりました！
 こちらのコミュニティには、戸建の住まいを探している100名の方と、既に戸建を購入した10名の方にご参加頂いております。たくさんコミュニティに遊びに来て、情報収集をして頂けるととてもうれしいです！

Produced by HOME'S (←こちらまでぜひご覧ください！)

おすすめのイベント (4)

トピックス

トピックス④HOME'Sのイメージについて教えてください！

[有効回答者に 50ポイント] 回答者: 物件購入検討者 / 物件購入経験者 みなさん、こんにちは！今回のトピックスは、「HOME'Sのイメージについて」です。■HOME'Sに、どんな印象を持たれていますか？良い印象...

トピックス

トピックス④物件見学会・体験記(期間中常時オープン)

[有効回答者に 1投稿あたり50ポイント] 回答者: 物件購入検討者 [回答期限: なし(期間中常時オープン)] みなさん、こんにちは！こちらのトピックスでは、物件見学会に行ったら体験記を作成いただき、投稿をお願いします。

お知らせ [すべて表示](#)

- HOME'S厳選☆住まい情報(8月1週目)～大手ハウスメーカー物件特集！
HOMES_Kai | 2013年08月23日 19時20分
- HOME'S厳選☆住まい情報(7月4週目)～暮らしやすくエコな家特集！
HOMES_Ogino | 2013年08月23日 19時16分
- HOME'S厳選☆住まい情報(7月3週目)～6月に人気の高かった物件とは...！？
HOMES_Kai | 2013年07月31日 15時01分
- HOME'S厳選☆住まい情報(7月2週目)～最寄り駅徒歩圏・駐車場完備のお勧め物件
HOMES_Kai | 2013年07月19日 10時44分
- 7月1週目 金曜日配信～HOME'S厳選☆住まい情報
管理人_May | 2013年07月12日 15時36分
- 6月4週目 金曜日配信～HOME'S厳選☆住まい情報

《Case2》コミュニティの目的

■ロイヤリティ向上施策におけるコミュニティの役割把握

⇒ユーザーがスタッフと会話できる‘場’を提供することが
‘ロイヤリティ’にどのような影響を与えるのか検証する

■資料請求意向・請求数とロイヤリティの関係把握

⇒ロイヤリティの変化と資料請求意識の関係を検証する

■消費者インサイトを得るためのコミュニティの活用

⇒ロイヤルユーザーをコミュニティで囲い込むことにより、
HOME'Sのサイト運営に有益な生活者インサイトを
得られるか検証する

《Case2》仕掛け:face to face

暮らしとらっしょ | マイホームライフ | HOME'S

ようこそ shiraki
アカウントの設定 | ログ

トピックス アンケート HOME'S情報 セッション アイデア メンバー 管理

一覧を表示 / ショールームを編集

コミュニティの運営メンバーのご紹介です

モデレーターへりこ | 2013年06月21日 18時53分 | スライドショーで閲覧

『暮らしとらっしょマイホームライフ』を運営していくメンバーをご紹介します。みなさんと2か月間お付き合いさせていただきますので、お顔を覚えていただきますととってもうれしいです！運営メンバーは全部で5名となります。左から「モデレーターへりこ」「HOMES_Arakawa」「HOMES_Kai」「HOMES_Ogino」「HOMES_Watanabe」です！ぜひ、名前のタイトルをクリックして、それぞれの自己紹介をご覧くださいね！！

HOME'S情報 (5/5)

並び替え 日付時刻 ④ リンク ① Select Files to Upload



みなさんこんにちは！モデレーターへりこです。
作成者/更新者: モデレーターへりこ
① 編集 ② 削除



HOMES_Kaiです！
作成者/更新者: HOMES_Kai
① 編集 ② 削除



はじめまして！HOMES_Oginoです。
作成者/更新者: HOMES_Ogino
① 編集 ② 削除



HOMES_Arakawaです！
作成者/更新者: HOMES_Arakawa
① 編集 ② 削除



HOMES_Watanabeです！
作成者/更新者: HOMES_Watanabe
① 編集 ② 削除

一覧を表示 / ショールームを編集

コミュニティの運営メンバーのご紹介です

HOMES_Kaiです！

HOMES_Kai | 2013年06月21日 22時31分 | スライドショーで閲覧

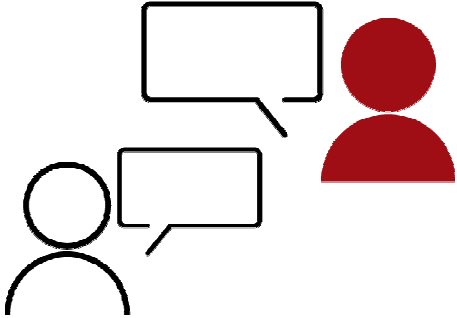
このコミュニティでは「HOME'S情報」での情報発信を担当させていただく、HOMES_Kaiです。「HOME'S新築一戸建て」サイトの企画・運営全般に携わっており、私自身も昨年来に新築一戸建てを購入したのですが、その過程で様々な悩みや壁に直面しました。この経験を活かし、皆さんの新築戸建ての購入のために、少しでもお役に立てるよう頑張ります！



《Case2》仕掛け: グループینگ

The screenshot shows the HOME'S website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'トピックス', 'アンケート', 'HOME'S情報', 'セッション', 'アイデア', 'メンバー', and '管理'. Below this is a large banner featuring a cartoon detective character holding a magnifying glass over a cityscape. To the right of the banner, a white speech bubble contains the text: **戸建購入経験者 10名 (リサーチモニター)**. Below the banner, the main content area includes a 'ようこそ shiraishi01!' message and a 'HOME'Sスタッフ 5名 (モデレーター含む)' callout in a white speech bubble. To the right, a yellow speech bubble contains the text: **戸建購入検討者 94名 (楽天会員)**. The background of the website features a colorful cityscape with houses and trees.

《Case2》コミュニティ・プランニング(A~C案)

	コンテンツ	内容	主な目的
A		ディスカッション (MROC)	①調査 ②資料請求促進
B		HOME' Sからの お役立ち情報 (コラム形式)	①ロイヤリティ向上
C		厳選！住まい情報	②資料請求促進

《Case2》コンテンツA:ディスカッション

トピックス③HOME'Sのサイトについて教えてください！



33
0
163

投稿者 モデレーターエリコ | 最終更新日時 2013年08月10日 19時40分



[有効回答者に50ポイント]

回答者:物件購入検討者/物件購入経験者

みなさん、こんにちは！

今回のトピックスは、「HOME'Sのサイトについて」です。

HOME'Sのサイトをご覧いただき、ありがとうございました。

また、資料請求もたくさんしていただき、本当にありがとうございます。

改めて、HOME'Sのサイトをご覧ください。

HOME'Sのサイトをご覧になって、他の住まい情報ポータルサイトと比べて、良い点や悪い点や改善点について、ぜひご意見をお願いします！どんなことでも結構です。

HOME'Sのサイトをより良いものにしたいため、ぜひご自由にご意見をお願いします。

また、SUUMOを使っている方、もう少しだけ教えてください！

HOME'Sと比較して、SUUMOの好きなところや嫌いなところはどこですか？

メインに使っているのはどちらですか？そうしている理由も併せて教えてください。



購入経験者_きうい | 2013年08月26日 08時09分 | 2回答 | 1いいね

HOME'Sは見やすいと思います。初めて使おうと思っても迷う要素がないと思います。ちなみに掲載物件総数が載っていて物件数に自信があることがわかりますが、数字を見てもピンと来ません。。。

SUUMOについてもそれほど違いがあると思えませんがカラーがグリーンなので落ち着いた印象があります。

どちらも、悪い点や改善してほしいとまでいく点はないと思います。

この投稿にコメントする | いいね！ | 問題を報告 | 削除

▼コメント(2)も開じる



モデレーターエリコ | 2013年08月26日 22時16分 | 0いいね

きういさん、コメントありがとうございます。みなさん、物件総数が乗っけていてもピンとこない…参考になります！HOME'Sで他にこういったことはありますか？

ちなみにきういさんは、HOME'SとSUUMO、どちら派でしょうか？

いいね！ | 問題を報告 | 削除



購入経験者_きうい | 2013年08月26日 14時14分 | 0いいね

えりこさん

私は前からHOME'S派です。1ヶ月前からサイトがある印象です。

SUUMOは比較的新しい印象があります。10年前にこまなかったような…？(知らなかっただけかもしれませんが)

いいね！ | 問題を報告 | 削除

《Case2》コンテンツB:お役立ち情報

暮らしとっしょ | HOME'S
マイホームライフ

ようこそ shiras
アカウントの設定 | ログアウト

HOME'S情報 セッション アイデア メンバー 管理

公開済み 未公開 終了 問題報告済み 並び替え 新着順

HOME'S情報④:みなさんの理想の住まいについて

HOMES_Kai | 2013年08月20日 11時22分

HOME'S情報みなさんの理想の住まいについて
こんにちは、HOMES_Kaiです。
先日、みなさんの理想の住まいについてお伺いしました。
今回のHOME'S情報では、当トピックス内でみなさんに挙げて頂いた、理想の住まいのキーワードをまとめてみました。
みなさんの理想の住まいは、どんな住まいなのでしょう？
早速ですが、ご紹介いただければと思います！

1 | 67

HOME'S情報⑤:耐震性能について(地盤編)

NEWS | HOMES_Kai | 2013年08月05日 15時57分

こんにちは、HOMES_Kaiです。
前回は「建物構造」からの耐震性能に関して触れましたが、今回は建物構造と同等、それ以上に重要と言われる地盤と基礎に関して触れていきます。
早速ですが、ご紹介いただければと思います！

1 | 128

HOME'S情報⑥:耐震性能について(建物構造編)

NEWS | HOMES_Kai | 2013年07月29日 13時15分

こんにちは、HOMES_Kaiです。
住宅ローンと並んで、阪神・淡路大震災、東日本大震災から住宅の耐震性能に関しては皆さんの関心が高まる内容だと思います。

地震に強い家、地震に弱い家とは、どう違うのでしょうか。

HOME'S情報⑥:耐震性能について(地盤編)

HOMES_Kai | 2013年08月05日 15時58分 | %album.launch.in.slideshow%

HOMESからの情報⑥

地盤編

地震に強い家、地震に弱い家とは、どう違うのでしょうか。

今回は「地盤と揺れ」についてお話ししたいと思います。

地盤と揺れ

建物や地盤が揺れると、建物や地盤が傾いたり、沈み込むなどの被害が発生します。

傾いてしまった場合、地震によって建物自体に被害がなかったとしても、地盤が沈み込んで傾いてしまった場合どのくらいの補修費用が必要でしょうか。

建坪15~20坪の2階建てを例に挙げると・・・

- ✓ ウレタン樹脂などの薬剤を注入する工法の場合は350万円～
- ✓ 建物(基礎)をジャッキアップするアンダーピニング工法の場合は600万円～

と、莫大な補修費用が必要になります。

《Case2》コンテンツC:厳選住まい情報

HOME'S厳選☆住まい情報(8月1週目)～大手ハウスメーカー物件特集!



登録者 HOMES_Kai | 最終更新日時 2013年08月19日 12時05分

こんにちは、HOMES_Kaiです。

6

0

70

ここ最近、猛暑かと思えば過ごしやすい気温になったり、急に雨が降ったりなど不安定な天気が続いていましたが皆さんいかがお過ごしでしょうか。気象庁の季節予報では8月は平年並みの気温と晴れの日が多くなりそうとのことです。

さて今週は、HOME'S新築一戸建て掲載物件の中から、**大手ハウスメーカーの物件**をピックアップしてご紹介していきたいと思います。

■東京エリアのオススメ物件

【パナホーム】エコライフタウン春日町

<http://kodate.homes.co.jp/s/detail/17021830000020/o1273h-shrw4WmO-0>

東京都練馬区／東京都大江戸線「練馬春日町」駅徒歩10分／5850万円(1区画)～7180万円(1区画)



【ダイワハウス】フローラルアベニュー目黒祐天寺(分譲住宅)

<http://kodate.homes.co.jp/s/detail/17000130003733/o1273h-shrw4WmO-0>

東京都目黒区／東急東横線「祐天寺」駅徒歩6分／8890万円(1号地)

【ミサワホーム】上井草3丁目全4区画中1棟

<http://kodate.homes.co.jp/s/detail/17003570000020/o1273h-shrw4WmO-0>

東京都杉並区／西武新宿線「上井草」駅徒歩10分／6450万円(B棟)



akku | 2013年08月06日 11時41分 | 0 いいね

祐天寺の物件は場所最高ですね。

お値段もやっぱりそれなりなんだなあ。。。と思いましたが、資産としては価値が下がらなそう。

ただ、郊外の物件と比べると、やはり開放感という点では少し劣るのかな。

収納などもたっぷりあるし、間取りも上手く作ってあるとは思いますが。

この投稿にコメントする | いいね! | 問題を報告 | 削除

コメントなし



メビウス | 2013年08月05日 20時37分 | 1 回答 | 0 いいね

船橋の「トヨタホーム ザ・コートデイズ第2期」に興味を惹かれました。

ただ、東葉高速鉄道って、確か日本一電車の高い電車なんですよ...

東西線への乗り継ぎは便利ですが、毎日の交通費を考えると、非常に痛い出費です。

この投稿にコメントする | いいね! | 問題を報告 | 削除

▼ コメント(1)を開じる



akku | 2013年08月06日 11時39分 | 0 いいね

メビウスさんこんにちは

電車で、これって結構盲点なんですけど、ばかりにならないですよ!

私は東急線沿いからJR線沿いに越したのですが、運賃が高いうえ、主要駅までの運賃が、私の最寄り駅からワンランク高くなるので、これから生涯分を計算するとすごい額になってしまいます。。。><

その辺りもよく検討して決めた方がいいですね!

私は、購入後、失敗したなあと思った点の一つですので...

いいね! | 問題を報告 | 削除

《Case2》効果比較:アクティブ率

謝礼 あり



7日間平均 41.1%

参加率
(投稿数/UU) 63.9%

謝礼 なし



7日間平均 67.3%

参加率
(投稿数/UU) 15.5%

《Case2》ディスカッションから生まれる‘アイデア’

サービス開発・改善

**WEBサイトの
改善**

販売戦略立案

満足度調査

《Case2》コミュニティが育む‘ロイヤリティ’

コミュニティに参加したことによって、

74%

の人が
「**住宅検討が進んだ**」と回答

住宅購入を検討する際に、

79%

の人が「**このような
コミュニティが必要だ**」と回答

N=39

《Case2》コミュニティが育む‘ロイヤリティ’

回答者**33**名

コミュニティ
開始前

コミュニティ
終了時

上昇率

HOME'S
利用意向

97%

100%



3PtUP

HOME'S
好意度

76%

97%



21PtUP

NPSスコア
(顧客ロイヤリティ指標)

-42.4Pt

12.1Pt



55PtUP

購入検討レベル
(10段階)

平均

3.5Pt

平均

4.7Pt



1.2PtUP

《Case2》コミュニティが育む‘ロイヤリティ’

このいい所は

一方的に情報を得るだけでなく、質問形式で自分が参加して発言するからこそ、自分の考えもまとまって、購入に前向きになれたところです。これからもこんなコミュニティがあったらどんどん参加したいです。

実際の体験者の意見も聞けて、検討の進め方など参考になりました。

家探しは一生ものなので失敗は無いようにしたいものです。人の意見や考えていることを共有していきたいです。有義な情報ありがとうございました

皆さんがここに投稿した内容は家を探している人にとってとても貴重な内容だと思います。

また、このコミュニティに参加していない購入検討者さんたちにも今後閲覧してもらえるように、何かしらの形で残していただけるととても嬉しいです！

ネットで勉強しようと思っても、実際に経験した人の声をこれだけピンポイントで聞けることは無いと思います。非常に有意義な経験でした。
かなり得した気分です。

《Case2》まとめ

- 1 コミュニティの初期プランニングが重要**
- 2 コミュニティはロイヤリティ向上の有効ツールである。**
- 3 ロイヤリティを向上させれば、多くの生活者インサイトを取得することができる。**

アジェンダ

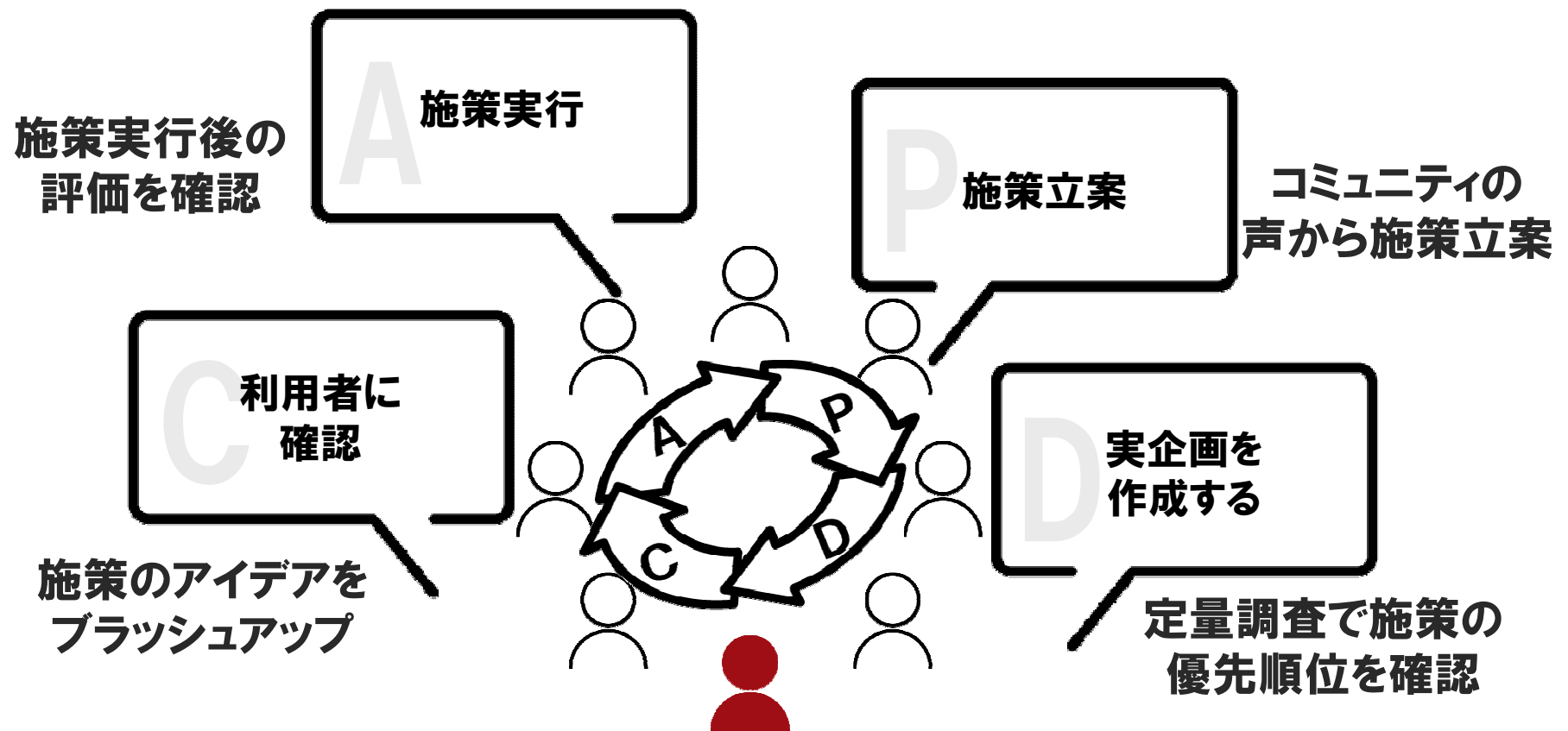
はじめに: 'MROC' とは

**〈事例1〉
アンブランデッド・コミュニティ**

**〈事例2〉
ブランデッド・コミュニティ**

まとめ

コミュニティはPDCAを回す最高のツール



コミュニティ運営におけるリサーチ会社の存在価値

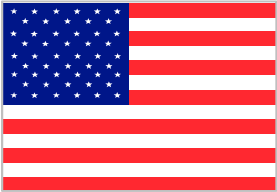
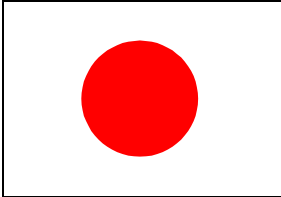
コミュニティ運営に必要なノウハウ

- 話しやすい場作り
- 会話が進むファシリテーション
- 参加者の選定
- 抜け漏れのないコメント収集
- 個人情報の管理
- 発言したコメントの整理

リサーチ会社が保有しているノウハウ

- FGIのモデレーションノウハウ
- 適切な対象者を設定する技術
- 必要なデータを取得するための調査設計スキル
- パネル管理など個人情報管理ノウハウ
- 定性情報を構造化する技術

米国におけるMROC市場規模

	リサーチ市場 規模	MROC 市場割合 (弊社推計)
	約8,500億円	3.5%
	約1,800億円	0.8%

※米国のMROC市場は当社調べ

コミュニティの今後

2013年9月末
携帯電話契約者種別
(単位:百万台)

11,877

6,862

5,015

Smart Phone
契約者比率

42%

出所:MM総研

2013年3月
日本の各SNS利用者数
(単位:万人)

facebook

1,751万人

twitter

1,315万人

Google+

431万人

m mixi

446万人

出所: Nielsen Netview