



株式会社ドリコム

ウェブプランニング事業部 事業部長 長谷川敬起

連絡先: 03-5791-4588

メール: [hasegawa@drecom.co.jp](mailto:hasegawa@drecom.co.jp)

Copyright(C)2001-2006 Drecom Co.,Ltd. All Rights Reserved.

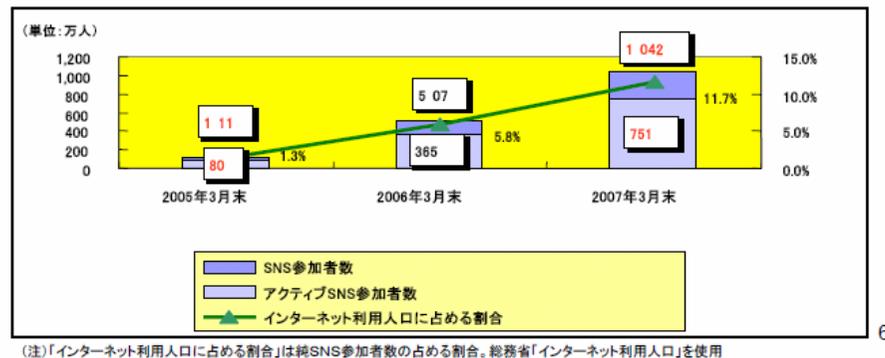
- SNS市場動向
- SNS活用事例のご紹介
  - SNSビジネスモデル分類
  - SNS、集客の秘訣
  - SNSのビジネス化
- まとめ

# SNS市場動向

# SNS人口は急増、市場規模の急拡大

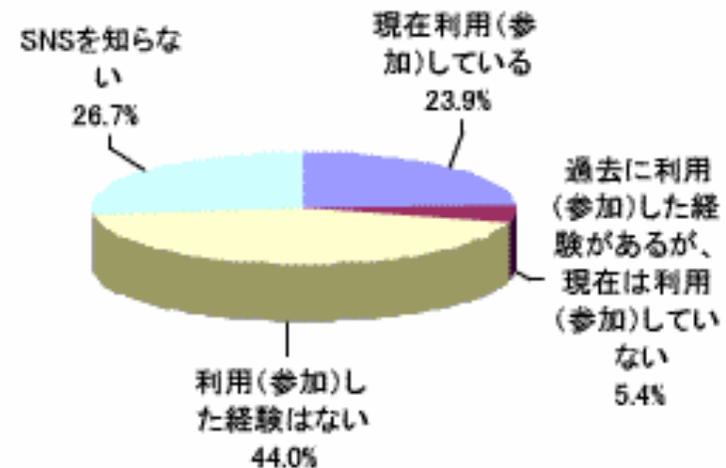
## SNS利用者数

2006年3月末  
SNS**利用者**数は**716**万人、  
利用者数は**直近半年で1.8倍**。  
2007年3月末  
**CGM閲覧者は3455万人**に到達。



## SNS利用率

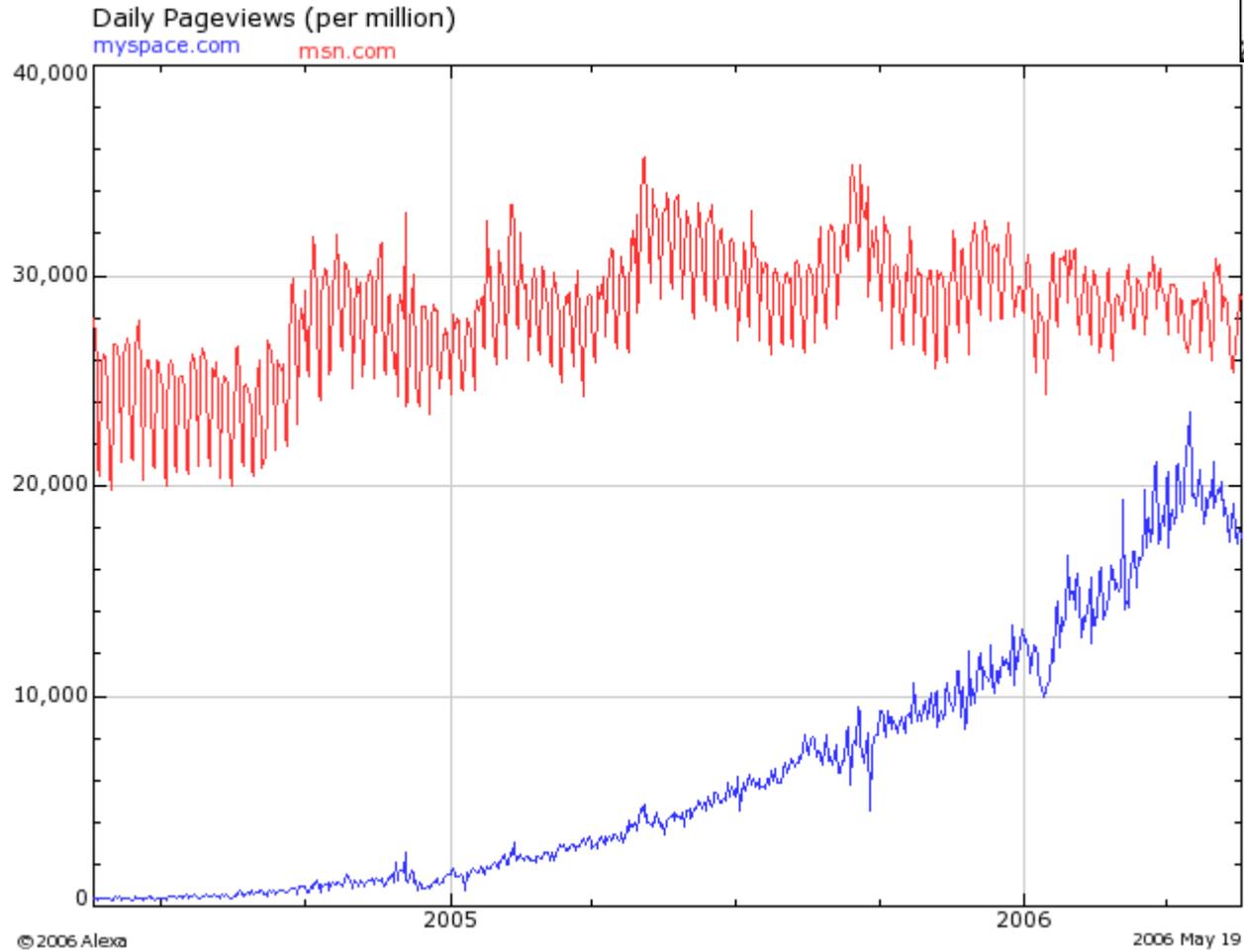
「SNSを知らない」人口は  
わずか26.7%。利用率は  
約25%だが、伸び率は大きい。



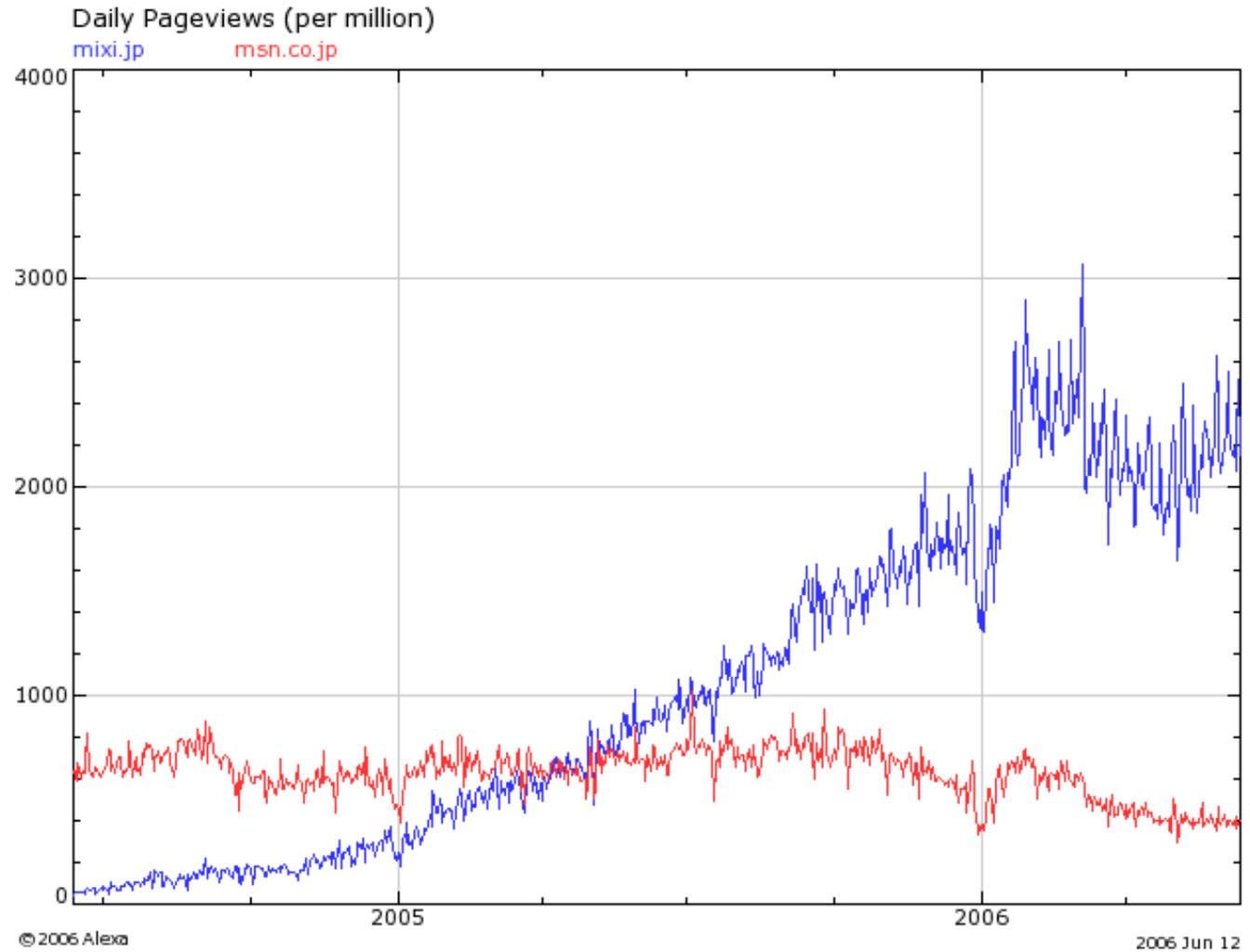


# SNSのトラフィック

< myspace.com >



myspace.com vs msn.com



会員数500万人突破。日本最大のSNS。

## 1-5 ブログ事業の今後の動向

○ 我が国では2005年5月現在、小規模な事業者を含め115社の事業者が一般ユーザ向けにブログサービスを提供

### 【ブログサービス事業者の類型】

- ・ISP系事業者
- ・ポータル・EC系事業者
- ・その他周辺サービス系事業者(ホスティング・広告等)
- ・専門系事業者

◇ 大半のブログサービスは無料。収益モデルの確立が課題

→ 収益化課題

◇ ポータル・EC系事業者、その他周辺サービス系事業者は引き続きブログ事業に注力する見込み

→ ポータル/ECは右肩上がり

◇ 一部有力ISPを除き、ISP系事業者、専門系事業者にとっては、ブログ運営は負担

◇ 今後、ユーザによるサービスの選別が起こり、事業者の淘汰・集約が進む可能性

→ 総数としては頭打ち

## 2-3 SNS事業の今後の動向

○ 我が国では2005年5月現在、小規模な事業者を含め、**75社**の事業者が一般ユーザ向けにSNSサービスを提供

### 【SNSサービス事業者の類型】

- ・ 専業系事業者(大半)
- ・ ポータル・EC系事業者
- ・ 一般事業者

- ◇ 大手事業者も含め、収益モデルが確立していない
- ◇ 今後、中小の**専業系事業者を中心に、淘汰**が進む見込み
- ◇ 一方、**一般事業者**が顧客囲い込み等の観点から、**会員組織等をSNS化**するケースは増加すると予想

➡ **・収益モデル未確立**

➡ **・会員囲い込みを目的とした自社SNSは増加傾向**

出典：総務省「ブログ・SNSの現状分析及び将来予測」



# SNS活用事例分析

## SNSのビジネスモデルは以下のように分類できる。

大分類	小分類	成功の指標	事例
収益追求型	EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• PV</li> <li>• EC本体のPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDO</li> <li>• DHC</li> <li>• ムトウ</li> </ul>
	課金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用課金 会員数</li> <li>• トランザクション課金 当該ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• オリコン</li> </ul>
	広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• プロト</li> </ul>
特定ユーザー囲い込み型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤクルト球団</li> <li>• TBS</li> </ul>
社内利用型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用社員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NTTデータ</li> </ul>

# SNSのビジネスモデルは以下のように分類できる。

大分類	小分類	成功の指標	事例
収益追求型	EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• PV</li> <li>• EC本体のPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDO</li> <li>• DHC</li> <li>• ムトウ</li> </ul>
	課金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用課金 会員数</li> <li>• トランザクション課金 当該ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• オリコン</li> </ul>
	広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• プロト</li> </ul>
特定ユーザー囲い込み型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤクルト球団</li> <li>• TBS</li> </ul>
社内利用型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用社員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NTTデータ</li> </ul>

# ECビジネス成功の秘訣。

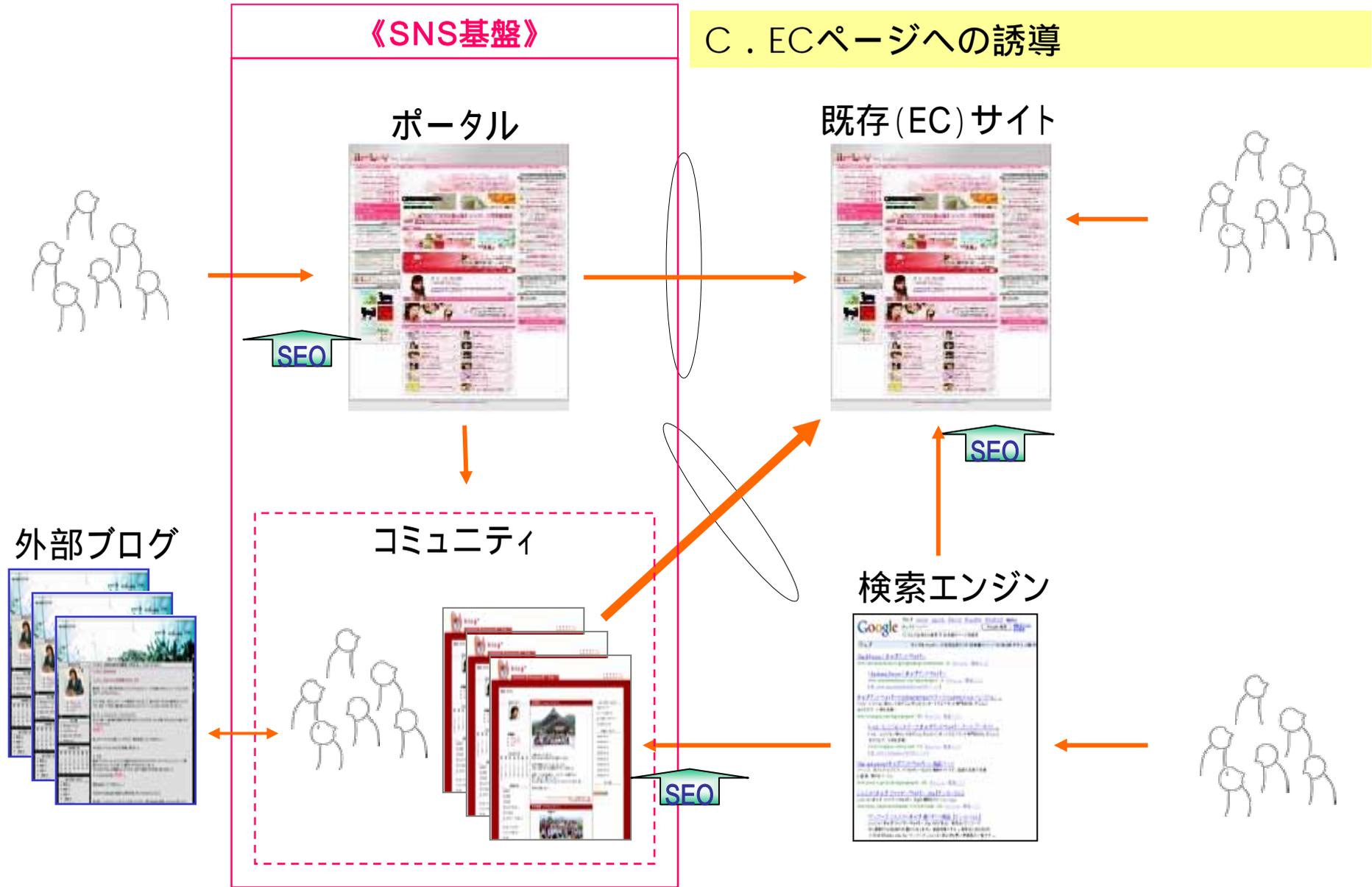
それは、以下に“個”をフランチャイズ化していくか。

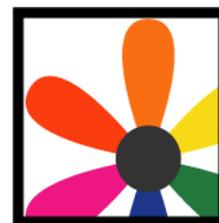
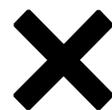
“個”をフランチャイズ化するための3 Steps。

## A . ユーザー参加型アーキテクチャー(CGMM)の構築

## B．参加者数の増大(によるトラフィックの増大)

## C . ECページへの誘導





DRECOM  
with entertainment

ゴルフアーズコミュニティ。

2500万PV/月

1000万円/月の売上。

その売上を担保する以下の仕組み

1. コミュニティ基盤構築
2. サークルブログによるユーザーの囲い込み
3. キーワードリンクによるECへの誘導

## GDO(ゴルフ・ダイジェスト・オンライン)の事例

ゴルフをするユーザーのストーリーに合わせて提供される機能群。

ECとコミュニティを別にするのではなく、ユーザーのストーリーの中で一体化して機能提供するため、非常に使いやすい。

ユーザ行動	スコア把握	ギア選択	プレイ	検証
提供機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>スコア分析</li> <li>ランキング</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ECギア販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サークル機能</li> <li>ゴルフ場予約</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ギア評価</li> </ul>

## GDO(ゴルフ・ダイジェスト・オンライン)の事例

ブログの記事から指定の単語を自動リンク。ブログのPVを、ECサイトのPV増へ。

【会員ブログ】

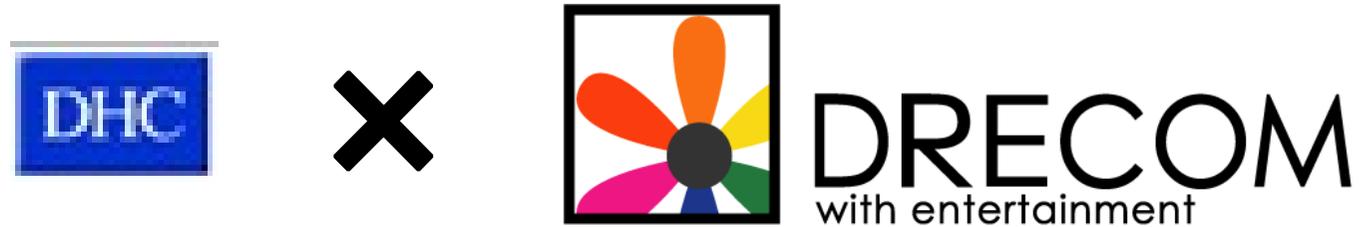


ドライバーの調子が良くて…今日の

【ECページ】



キーワードから自動リンク



DHCブログ。

化粧品ECのロコミコミュニティが、  
6/13にオープン。

1. ブログコミュニティ基盤構築
2. 商品情報連携によるECへの誘導

EC商品ページからワンボタンで商品紹介。  
記事更新頻度の増大 売上向上

【商品ページ】



最高!肌がツルツル! hanako  
まるでお姫様になった気分

ワンクリック

相互リンク

【ブログ編集画面】

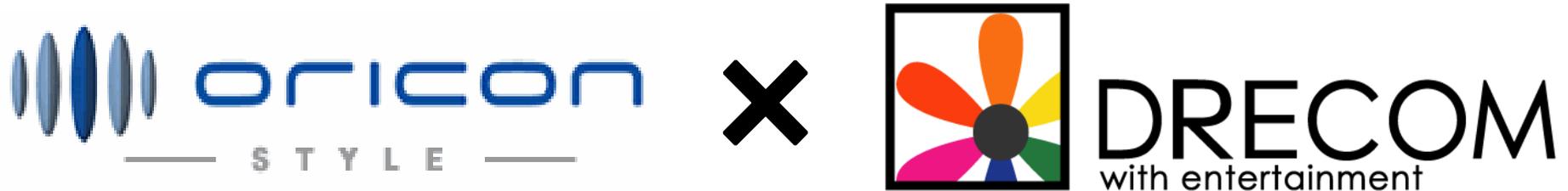


【ブログ画面】




SNSのビジネスモデルは以下のように分類できる。

大分類	小分類	成功の指標	事例
収益追求型	EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• PV</li> <li>• EC本体のPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDO</li> <li>• DHC</li> <li>• ムトウ</li> </ul>
	課金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用課金 会員数</li> <li>• トランザクション課金</li> <li>• 当該ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• オリコン</li> </ul>
	広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• プロト</li> </ul>
特定ユーザー囲い込み型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤクルト球団</li> <li>• TBS</li> </ul>
社内利用型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用社員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NTTデータ</li> </ul>



オリコンブログ。

3000万PV/月

楽曲ダウンロード売上向上

売上を支える以下の仕組み

- 1 . コミュニティ基盤構築
- 2 . カテゴリ別記事検索によるユーザーの囲込み
- 3 . トラックバックサイト構築による誘導

## オリコンの事例

本当の音楽好きは、友達繋がりのない相手でも、いい音楽を知っている人の紹介に耳を傾ける。  
友達経由・コミュニティ経由という人と人の繋がりを辿るのではなく、楽曲ジャンルやアーティストカテゴリを辿って、欲しい情報に辿りつきたいはず。

オリコンでは、楽曲ジャンルやアーティストカテゴリを一元管理。ユーザーは記事登校時に、カテゴリを選ぶだけ。  
だから、情報が整理される。  
閲覧者は、簡単に欲しい情報が手に入る。

ORICON STYLE

+

= ORICON BLOG

 DRECOM



## オリコンの事例

ブログの記事から楽曲ダウンロードページへトラックバック。ブログのPVを、ダウンロードサイトのPV増へ。

【会員ブログ】



Number7110

profile biography blog

ペンタージュ2004KANSAIで講演してきました。 (2004年11月10日)

ペンタージュ2004KANSAI

ペンタージュ2004KANSAIの開催について

講演は、テレビ大阪の取材もあったので多方面のニュースで着実に報じられていまして、良かったです。

さて11月8日、10日とのイベントが開催されてまして、来週本日は講演日だったので、前日、11月9日は関係者ばかりの閉じたセッションチームのみでの開催です。

あいて、といわれたので、ってみたわけですが、それなら一人参加者で観覧が許可されたのですが、そんな事にもうちょっと詳しく聞いておきたいです。

詳しくは、こちらをご覧ください。講演会録ってありません...

そのままだが、その一部を公開しています。

で、本日、講演「ディスクッション」として参加させて頂いたのですが、ディスクッションに韓国の方がいらしたこともあって、観覧させて頂いてました。

それはそれで、人の気配も良いのですが、途中で観覧の方がお退席に出ました。

で、打ち合わせが急に英語に...

講演会録ってありません...

今日は、その講演会の必要を感じてお入れしました。

最近お人におかしく感じることが多いので、その一環で講演会録も公開しようかなと思ったり。

【楽曲ダウンロードページ】



Be My Last

山崎みお

タイプ: 東京交響楽団の管弦楽

発売日: 2004/09/29 発売

規格元: 東宝SAM

品番: TOCT-602

[ATRAC形式]

三島由紀夫原作、新井大祐、竹内結子主演の話題作映画の音楽監督として、自ら作曲を担当する山崎みおの、みおの音楽活動、ライブの活動、そして音楽の楽しさを伝えるためのアルバム。

「Be My Last」は、山崎みおの、人生、そして音楽の楽しさを伝えるためのアルバム。映画で描かれた音楽と併せて、「Be My Last」として三島由紀夫の音楽の世界を再現した。また、山崎みおの音楽活動の軌跡を辿る。

トラックバック

Feedback URL: <http://www.drecom.jp/feedback/>

[Be My Last/山崎みお](#)

[山崎みおの音楽活動の軌跡を辿るアルバム](#)

[Be My Lastと山崎みおの音楽活動](#)

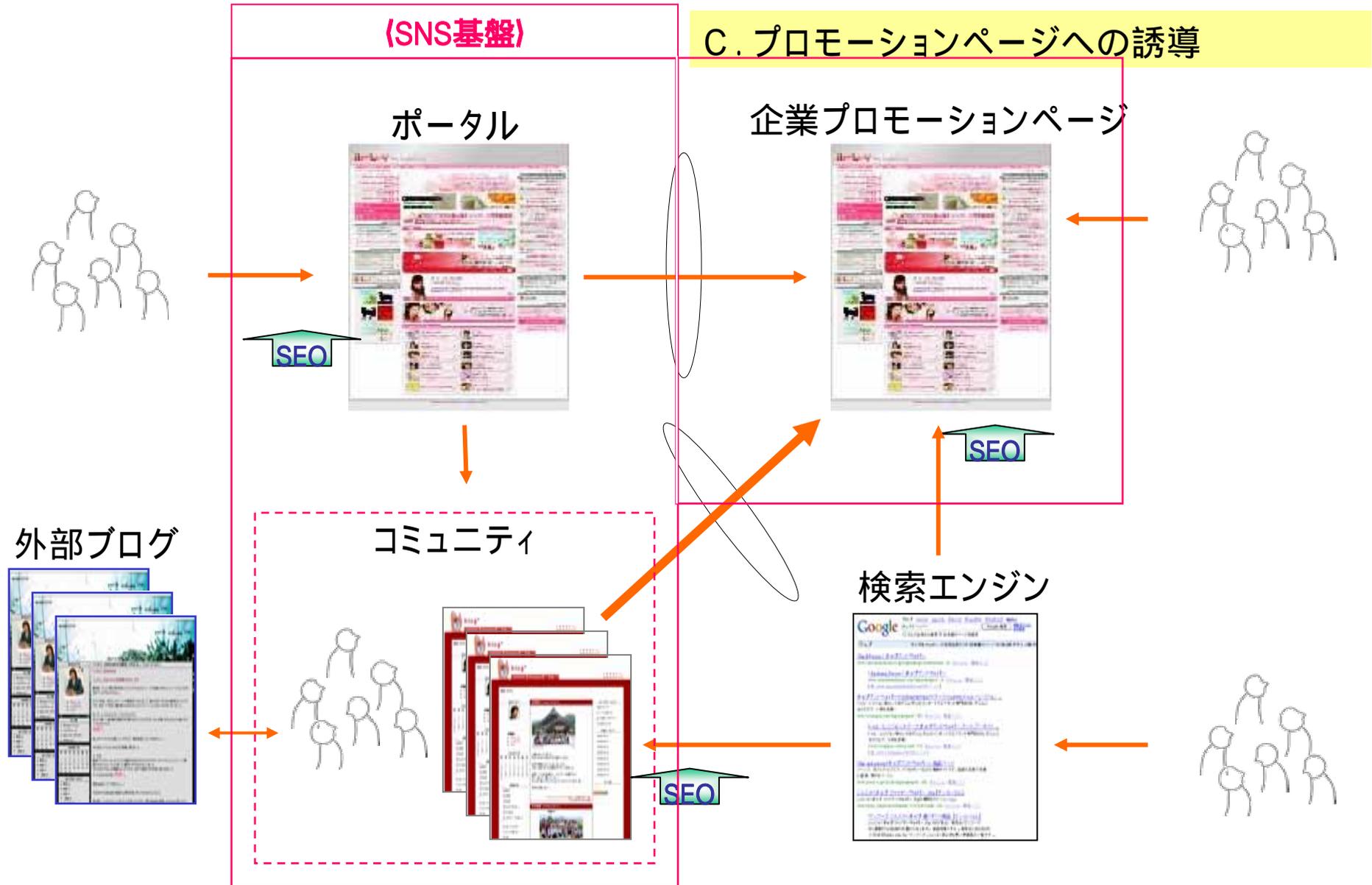
[山崎みおの音楽「Be My Last」について](#)

[山崎みおのBe My Last](#)

楽曲口コミ  
情報を  
トラックバック

# SNSのビジネスモデルは以下のように分類できる。

大分類	小分類	成功の指標	事例
収益追求型	EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• PV</li> <li>• EC本体のPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDO</li> <li>• DHC</li> <li>• ムトウ</li> </ul>
	課金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用課金 会員数</li> <li>• トランザクション課金</li> <li>• 当該ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• オリコン</li> </ul>
	広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• プロト</li> </ul>
特定ユーザー囲い込み型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤクルト球団</li> <li>• TBS</li> </ul>
社内利用型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用社員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NTTデータ</li> </ul>



## 広告ビジネス – ビジネス化



プロトコーポレーション。

会員数わずか800名ながら、収益化に成功。

車好きをターゲットにするカーディーラーなどに、コミュニティ内でのプロモーションブログを提供。

とんがった、粒の揃ったユーザー群を囲い込むことが重要となる。



GOOWORLD.jp Blog 



中古車情報Gooを発刊するプロトコーポレーションのGooworldブログは、車いじり好きのユーザーが集まるコミュニティサイト。現在、60社のカーディーラーに月額課金でプロモーションブログを提供。

# SNSのビジネスモデルは以下のように分類できる。

大分類	小分類	成功の指標	事例
収益追求型	EC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• PV</li> <li>• EC本体のPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GDO</li> <li>• DHC</li> <li>• ムトウ</li> </ul>
	課金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用課金 会員数</li> <li>• トランザクション課金</li> <li>• 当該ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• オリコン</li> </ul>
	広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 広告ページのPV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mixi</li> <li>• プロト</li> </ul>
特定ユーザー囲い込み型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ヤクルト球団</li> <li>• TBS</li> </ul>
社内利用型		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用社員数</li> <li>• 記事投稿数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NTTデータ</li> </ul>

## 特定ユーザー囲い込み



3/31よりヤクルトスワローズのファン公式コミュニティを開始。

ヤクルトのコアファンが、ご近所仲間、職場仲間コミュニティ内でサークルを形成し、球場に足を運ぶ一助となっている。

すべてのサークル (33)

1 2 3 4 次へ>>		
	名前	神宮美化計画所 <input type="button" value="APPLY"/>
	紹介	各球場にて観戦中に排出されるゴミの分別を周囲に呼び掛け、少しでも衛生的な環境下で観戦・応援を楽しもうと云うサークル。観戦しながら、有志でゴミの自主回収も。勿論、拠点は神宮球場。
>>参加申請する		
	名前	rarara <input type="button" value="APPLY"/>
	紹介	明日もrarara
>>参加申請する		
	名前	燕軍 東京ドーム満員化計画！ <input type="button" value="FREE"/>
	紹介	東京ドームをスワローズファンで満員にしましょう！ =東京ドームのレフトスタンド = レフトスタンドのスワローズファンに与えられた座席数は1750席！ ○レフトピッチャー応援席 約700席...
>>参加申請する		
	名前	ファミスタ「ス」ワローズ <input type="button" value="FREE"/>
	紹介	ファミスタが好きの人。



# 特定ユーザー囲い込み



The screenshot shows the ObiRaji website interface. At the top, there's a navigation bar with links for TOP, 日記, オビガールズ, コミュ, ガールズコミュ, アンケート, and レビュー. Below this, there are several content blocks:
 

- 今日のオビラジ**: A section for the daily broadcast, including a checklist and a featured Obi Girl.
- 人気オビガールランキング**: A list of popular Obi Girls with their names and photos.
- 人気日記ランキング**: A list of popular diary entries.
- 最新たてホヤホヤお誕生日**: A section for recent birthdays.
- 注目！コミュニティ★**: A grid of community posts with images and titles.
- みんなのワケコト**: A section for sharing interesting facts or stories.
- オビガール6写真館**: A photo gallery for the Obi Girls.

TBS。

この秋より開始されたバラエティ番組、オビラジR。

番組のテーマは、通信と放送の融合。

その一環で、番組に出演する一般女性「オビガール」達だけの公開SNSを構築し、ファンは彼女らの交友関係や日々の行動を、放送時間外でもSNSを通じて観覧できる。

選ばれた一般人たちだけのコミュニティ、というブランディングメディアとしての考え方は、会員を増やせば増やすほどサービスの質が向上する、多くのCGMの考え方に一石を投じるのでは。



# まとめ

## -SNSの集客における成功のポイント

- ユーザーがその仕組みを利用する**ストーリー**が明確になっているサービスであること
- ユーザーが「**共有**」する**情報が明確**であり、その情報が蓄積されやすいサービスであること

## -SNSの収益化における成功のポイント

- ユーザーが**ランディング先**にタッチできる**入り口が多い**こと
- ユーザーの挙げる**コンテンツとマッチするランディング先**を**提示できる仕組み**があること