

ソーシャルアプリ x マーケティング の考え方と課題への取り組み

Applim ソーシャルアプリxマーケティングコンテスト
キックオフミーティング

ブレークスルー パートナース株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com
www.b-t-partners.com

2010年6月5日

自己紹介

KOMATSU

1978～1986年、コマツにて
超大型ダンプトラックの設計





1983～1985年、スタンフォード大学大学院で機械工学修士を取得

シリコンバレーの空気に初めて触れる

McKinsey&Company

1986～2000年、マッキンゼーにて日本企業、韓国企業の経営改革、新事業創造にパートナーとして14年間取り組む

10年間500週、ソウル往復

世界二十数カ国からコンサルタントを動員



**2000年以降、日本発の世界的ベンチャーを
1社でも多く生み出すべく、ブレイクスルー
パートナーズを創業**

ベンチャー共同創業9社、経営支援10数社

ブレイクスルーパートナーズは

- 「**日本発の世界的ベンチャー**」を1社でも多く生み出し、日本をもう一度元気にしたい
- ただし、どこの国の方とでも（現在、中国、韓国、米国、フランスの方々と）
- ベンチャー共同創業、徹底した経営支援
- ソーシャルアプリ、スマートフォンアプリ・サービス開発企業を共同創業

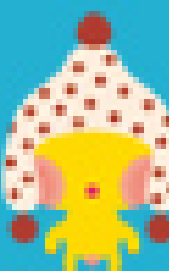
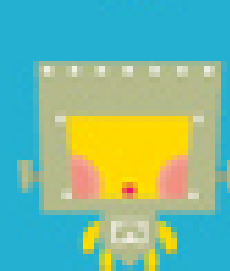
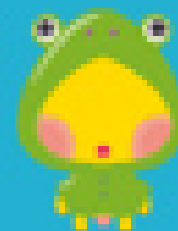
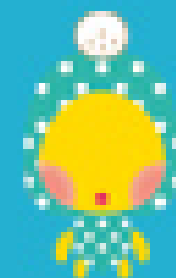
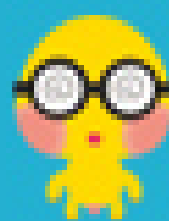
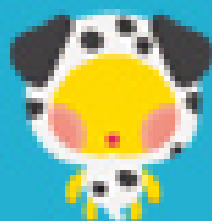
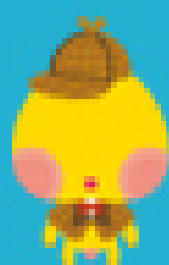
ソーシャルアプリ
といえは...







ケータイで飼える不思議なペット♡



踊り子【タリタリ】
Cinoppe

で、ソーシャルアプリ
の本質とは？

2000万人～何億人
もの人が集まってい
るところに

看板を出し、

お店を始める

通りがかった人が

どんどんのぞきに来る

楽しそうなので、もっと
と人が来る

お店の中では買い
物したり、遊んだり、

ちょっかいを出したり。

友達を連れてくると
クーポンがもらえる
ので、

友達をいっぱい
連れてくる

お店にしていることを、
友達全員に生放送
で伝える。

呼ばれて来た友達、
気になって寄った
友達も

とっても楽しいので

またそれを友達に伝え、
ますます人が集まる

口コミがあつという
間に広がります

1週間で数十万人
～数百万人もざら

お店が繁盛します。

これって、何かに使
えない？

ところで...

マーケティングって何？

マーケティングは、商品
・サービスのよさをお客
様にどう伝えるか？

「商品、価格、チャネル、販促を決める」

ちょっとむずかしそう..

でも、一言で言えば

これ、すごくいいよ！

って、伝えるだけ。

だったら、ソーシャル
アプリをうまく使って
みようよ！

何か、とっても
新しいことがで
きそうだよ！

ホンダ Ole! Ole! CR-Z

締め切りまで
21 05 50 07
CFLG HCLPS MINUGG GGGGTC

Ole! Ole! CR-Zとは? 賞品

ニックネームを変えて、CR-Zをもらおう。

Ole! Ole! CR-Z

今すぐ応募する

さふ さふ さふ さふ さふ さふ

さふ さふ さふ さふ さふ さふ

市川 さふ さふ さふ さふ さふ さふ

ナカジー さふ さふ さふ さふ さふ さふ

あす さふ さふ さふ さふ さふ さふ



「マイミクと参加」、「CR-Zがもらえるかも？」

Coca Cola Zero



「友達と競争する」、「ポイントゲット！」

Nike + Running

毎日のランを記録しよう/バーチャルのラン・ゲームで楽しもう!

Nike+ RUNNING

このアプリの楽しみ方

RUN GAME 「ラン+ゲーム」で毎日のランがもっと楽しくなる!

LUNAR
LUNAR 計画 2009
WE FAILED
ゲーム画面へ

世界同日開催のバーチャルレース
the Human Race 10K
nikeplus.comへ

RUN NOTE 毎日のランデータをUPして「RUN GAME」に参加!

入力欄を固定 ・ Nike+入力 ・ 手動入力

原田和英 10月10日

TOTAL RUN	
距離 (km)	タイム
1	1:01:01

What's Nike+?

ランデータを入力



マイミクや世界中のランナーと一緒に

SUBARU レガシィ B4



Love Drive
ラブ ドラ

NOW LOADING...

期間限定 4月末まで

SUBARU B4



恋愛ゲームで引っ張りつつ、商品理解を

mixi 年賀状

mixi mixi

マイミクの住所がわからなくても、
年賀状を「郵送できる」。

2009 happy new year

紙で届くと、
やっぱりうれしい。

マイミクに、郵送できる。

mixi 年賀状

マイミクの住所がわからなくても、年賀状を「郵送できる」。

11月下旬より
受付スタート!

あけましておめでとう!
いつもお陰を蒙ってくれてありがとうございます!
今年もコメントヨロシクです!
あやこ

あけましておめでとう!
新年が楽しみですね!
今年もよろしく!
あやこ

手順は簡単! デザインは100種類以上!
2009年のお正月はマイミクに年賀状を。

step 1 デザインする

step 2 マイミクを選ぶ

step 3 お正月に届く

mixi Inc. / Hakuhodo DY Media Partners Inc.



住所を知らないマイミクに年賀状を

ソーシャルアプリ×マーケティング

①マーケティングで達成したい要素

	認知 拡大	理解、 商材体験	ブラン ディング	会員 獲得	購買直結 販促
楽しむ	サンシャイン牧場× 爽健美茶	レガシィB4 ラブドラ	なでねこオ ロニヤイン	アキュ ビュー× 豆しば	ヤッターマン× モバゲータウン 「焼きたて直送 便」
便利		mixi 年賀状			1 Dunkin' Run 2 Domino's App
得する	Ole! Ole! CR-Z	Whopper Sacrifice	Cola Zero Wild Pinball	HONDA マイミくじ	
参加 する	Democracy UK		日産 空想くるま		Vitaminwater “Flavorcreator”
共有 する	ELM日本 全国にLED	Nike+ Running	Iida calling Ver.3.1		Levi's Facebook“Like”

②ソーシャルアプリの特徴

参考資料

iPadの爆発的成長：全世界



- 世界9カ国、2ヶ月で200万台以上
- 今年の販売予測**800～1000万台**
- **iPed**も中国から早速登場(1万円以下)

iPadの爆発的成長：国内

- 国内の出版社、新聞社、コンテンツホールダーが非常に積極的
- 毎日新聞社は「ビューン」を通じて夕刊を配信
- 30以上のコンテンツのさをりを月450円で
- 電子書籍関連のアプリ、サービス、インフラ等の事業機会が急成長
- 株式会社コニットのコンテンツ課金ASPサービス等



Twitter: 日本はツイート数世界一

家庭と職場のPCからのアクセス	訪問者数 (2010年4月)	リーチ(%)
Twitter(米国)	1932万人	9.8%
Twitter(日本)	988万人	16.3%
mixi	934万人	15.4%

- 2010年6月1日時点のツイートの国別シェア
 - 1位: 日本 25.6% (一気にトップに)
 - 2位: 米国 21.2%、 3位: ブラジル 9.4%

出典: <http://japan.cnet.com/news/business/story/0,3800104746,20414363,00.htm>
<http://blogs.itmedia.co.jp/saito/2010/06/post-4bfd.html>

Nielsen Online Netview 2010年4月 家庭と職場のPCからのアクセス

ソーシャルゲームの特長： 友達とのやりとりを促進する

- **友達と**遊ぶ、誘う、話す、一緒に戦う、一緒に集める、一緒に見る、一緒にでかける...
- **友達を**ほめる、自慢する、からかう、探す...
- **友達に**贈る、お礼をする、何かを送る、ちょっかいを出す、足跡をつける...
- **友達に**挑戦する、質問する、試練を与える...
- **友達に**紹介する、勧める、教える、世話をしてもらおう、面倒をみておいてもらおう...

「友達」との関係がより重要に

- 「友達」との関係、友達からの情報がこれまで以上に個人の考え方、購買行動に影響する
- 「リアル友達」によるソーシャルグラフ(人間関係)が注目されているが、会ったことのない人からの情報、アドバイスに基づく購入決定も実は大きい(詳しい人、専門家のお勧め)
- 「ゲーム友達」、「コミュニティ友達」も、多くの人にとっては、いきがいとも言えるほど重要(モバゲー、GREEも)

「友達」の拡大：広義のソーシャル グラフ

- 「リアル友達」、「リアル知りあい」
- 「コミュニティ友達だったリアル友達」
- 「ゲーム友達だったリアル友達」
- 「コミュニティ友達」、「コミュニティ知りあい」
- 「ゲーム友達」
- 「ゲーム内カリスマ、専門家」(一方的)
- 「あこがれている、尊敬している人」(一方的)
- 「カリスマ、専門家」(一方的)

ソーシャル化というのは

- 友達との関係強化、多層・多様化
 - 常につながっている意識
 - 「リアル友達」、「ゲーム友達」、「コミュニティ友達」の使い分けとシームレスな関係
- 個人の意思決定への影響拡大
- 個人からの情報発信の激増
 - 自分の思いを伝える、自分の作品を
 - リアルタイムフィード、Twitter、Likeボタン等により、個人の情報発信が非常に楽に
 - よいサービス、商品は一瞬で広がる

マーケティングへの活用

- SNSからのリアルタイムフィード、ウェブのLike情報、Twitter、位置情報、統計情報等をソーシャルアプリのゲーム性、コミュニケーション性と組み合わせ
- あふれかえる情報の選別、情報整理
 - 「自分あての特別な情報」
 - 「大事な情報の方から自分を探してくれる」
 - 「友達を買った、使っている」
 - 「専門家からのお勧め」
- リアルタイムフィード、Twitter等により、個人の情報発信が非常に楽になった。しかも加速度的...爆発的に口コミが発生する多重的仕組み：バイラル性
- 認知度を上げる vs 購買意向を強める

特に、「**購買決定**」と「**情報発信**」を

- 個人の購買決定行動（情報収集のしかた、選択肢の絞り込み、最終決定、購買）を考え抜く
 - － 誰のアドバイスを聞くのか
 - － どういう瞬間に購買を決定するのか
- 個人の情報発信行動（人に勧める、伝える、見せびらかす、自慢する）を考え抜く
 - － どういう時、人は発信するのか、RTするか
 - － どういう手間なら発信するのか



人の根本的な行動様式を深く、深く研究

ソーシャルアプリ x マーケティング は全く新しい分野

原点に立ち、柔軟・斬新な発想で！

日本発の世界的ベンチャーを！

いつでもご相談ください

24時間365日サポート

ブレイクスルー パートナーズ株式会社
マネージングディレクター
赤羽 雄二

akaba@b-t-partners.com

www.b-t-partners.com

略歴： 赤羽 雄二

- 東京大学工学部を1978年3月に卒業後、小松製作所で建設現場用の超大型ダンプトラックの設計・開発
- 1983～1985年、スタンフォード大学 大学院に留学
- 1986年、マッキンゼー入社。経営戦略、組織設計、マーケティング、新事業立ち上げなどのプロジェクト多数を14年間にわたりリード
- シリコンバレーのベンチャーキャピタルをへて、2002年、創業前、創業当初からの非常にきめ細かな支援を特徴とするブレークスルーパートナーズ株式会社を森廣弘司と共同創業し「日本発の世界的ベンチャー」を生み出すべく活動。ベンチャーの投資、育成経験多数
- 実体変革、スキル構築を主とするコンサルティングと、シリコンバレーのトップクラスのベンチャーキャピタルのノウハウを合わせ持つ。技術・事業の両面への深い理解に基づき、きめ細かく、かつ徹底した支援を提供
- 経済産業省「産業競争力と知的財産を考える研究会」、総務省「ITベンチャー研究会」委員、「ICTベンチャーの人材確保の在り方に関する研究会」委員、「事業計画作成支援コース」の企画立案および講師、「事業計画作成とベンチャー経営の手引き」著者
- ソーシャルアプリデベロッパー数社を共同創業、経営支援