

報道関係各位

2019年11月25日

アライドアーキテツ株式会社

モニプラを導入し、「ニッタバイオラボ」のマーケティング施策に活用 ユーザーボイスを活用し継続率80%を実現し、安定成長させる事業モデルを構築

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役会長:中村壮秀、代表取締役社長:豊増貴久、証券コード:6081)は、コラーゲンサプリ、コラーゲン食品・飲料、コラーゲン化粧品など、コラーゲン商品を幅広く展開する株式会社ニッタバイオラボ(大阪府大阪市、代表取締役社長:小田義高、以下ニッタバイオラボ)に対し、当社のクチコミ生成・活用サービス「モニプラファンブログ(以下モニログ)」を提供しています。これにより、生活者の体験をベースにしたクチコミが、商品開発や顧客サポートの材料となり、顧客満足度と購入意欲向上に成功しました。その結果、サブスクリプションモデルで展開する商品の新規購入者を含めた顧客の購入1年後の継続率80%を実現し、顧客満足度を高めることで安定成長させる事業モデルを構築しました。



■背景:サブスクリプション型のビジネスモデルの成長

サブスクリプション型サービスの国内市場規模は、2018年時点で5,627億3,600万円まで達し、さらに2023年には約8,623億円にまで成長が見込まれており、現在のサブスク市場の攻勢が伺えるだけでなく、今後の成長も期待されています。(※1)ここ数年、サブスクリプション型のビジネスモデルが急速に進化し、食品、衣服、インテリアなど衣食住に関わるものから、音楽、教育、情報サービスや車まで、その領域は多岐に渡り、多くの企業がサブスクリプション型サービスへの取り組みを開始しています。

※1 出典:株式会社矢野経済研究所

■「モニログ」がクチコミを通して生活者と企業のつながりを提供

当社が提供するクチコミ生成・活用サービス「モニプラファンブログ(以下モニログ)」では、約30万人の生活者(SNSユーザー)のクチコミ創出・発信の場として、生活者と企業をつなぐ支援をしています。企業の商品・サービスを体験した生活者の声をSNSへ発信することで、クチコミとしての活用はもちろん、商品を体験したユー

ザーの声として企業のマーケティング活動に活用することができます。これにより、生活者の声を基にPDCAサイクルの質を高め、マーケティング施策のさらなる成果向上につなげることができます。

<「モニブラ ファンブログ」とは>

モニブラ ファンブログとは、企業がWeb上に「ファンサイト」を作成し、ブロガーやInstagramユーザーを中心としたソーシャルメディアユーザーを「ファン」として集めることができるプラットフォームサービスです。ファンサイト上で商品モニター募集やアンケート調査など様々な「イベント」を実施し、ユーザーと直接的な交流を重ねることで、商品開発や販売促進などに繋げることが可能です。2008年の提供開始以来、これまでに3,000社超の企業に導入されています。

サービス詳細ページ：<https://service.aainc.co.jp/product/fanblog/>

■成功事例：ニッタバイオラボ社～ユーザーボイスの活用で80%の継続率を実現～

ニッタバイオラボでは、「自分たちが毎日摂りたいものを商品にすること」、「自分たちの言葉で商品の良さをお伝えし、共感していただいた方に購入していただくこと」、そして、「購入していただいた方にご満足いただきご家族やお友達に広めていただくこと」を理想に商品を企画・販売してきました。

宣伝活動において、マス広告は出さず、Web広告にもあまり予算をかけずに、モニログを活用した「クチコミ生成」を続け、生活者がコラーゲンに興味をもち、調べていたタイミングで同社商品を使用したクチコミに出会い、商品購入意欲を向上させることを目指しました。



▲モニブラファンブログのファンによるブログ投稿画像

電話注文が注文全体の5割ほどを占める同社では、モニログを活用するなかで生まれたユーザーのブログをお客様センターにも共有し、購入前の質問から、購入後の使い方までの問い合わせをモニターのブログを参考にすることで、自信を持って案内できたり、より詳細な説明が可能になりました。その結果、購入後の「思っていた商品と違った。」というミスマッチの減少に成功し、購入1年後の継続率80%を実現しました。

また、ユーザーのブログに書かれた丁寧で正直なクチコミを商品企画、製造、販売促進の担当者に共有、また商品の使いづかった点を書いてあった際には、問題点を掘り下げることで、品質維持や品質向上、さらには次の商品企画などに活かされています。

ニッタバイオラボのクチコミ活用から現在に至るまでの詳細はこちら：

<https://service.aainc.co.jp/product/fanblog/article/2019/nitta-biolab.html>

■ご担当者様のコメント

株式会社ニッタバイオラボ 代表取締役社長 小田義高 様

モニログユーザーのブログは、モニターとして企業から商品を渡されて書いたブログ記事ですので、少しバイアスがかかって良い風書いているのではと思われる読者もいらっしゃるようですが、実際には良いことだけでなく使いづらかった点なども書いてくださる方が多いと思います。

そして、モニターの方々の丁寧で正直な感想が書かれたブログを見て購入に至る方が多いためか、購入後に思っていたのと違ったというミスマッチが少なく継続率が大変高いです。初回購入を含めたアクティブ顧客の1年後の継続率が約80%もあり、これは業界内でもトップクラスではないでしょうか。



ブログに掲載されている写真や動画はそのクオリティの高さに驚かされることが多々あり、高い継続率に繋がっているのではと思っています。一眼レフで商品の宣材写真のような綺麗なイメージ写真を撮ってくださる方や、コラーゲン飲料の粉を溶かして飲む様子をHowTo動画にしてくださる方など、とても手間をかけて素材を用意してくださいます。綺麗な写真は商品のイメージアップに繋がりますし、HowTo動画はこれから購入・使用したいと思っている人の役に立つものばかりです。

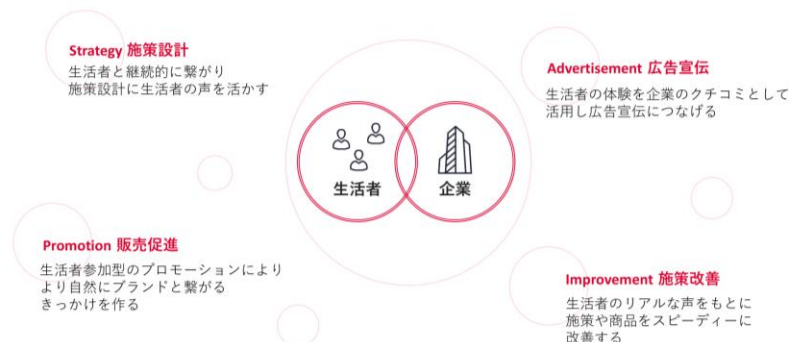
モニログのモニターの方々の写真や動画は自社の広告やWebサイトなどに使用する許可を事前にいただいているので販促にも活用させていただいており、広く商品理解に役立っています。

<アライドアーキテクトが考える「生活者マーケティングとは」>

生活者マーケティングは、企業が持つ潜在的なニーズや課題「生活者の多様化により、マーケティング活動の成果がでにくい(でない)」を解決するためのものです。従来の消費者を「顧客」とらえたマーケティングから全ての企業が、生活者を「味方」につけるマーケティングを行えるようになり、生活者がより良い商品・サービス体験が得られる世界を目指します。そのために、アライドアーキテクトは、顧客に生活者を味方につけてそれを施策に落とし込むマーケティング活動をソーシャルテクノロジーを通して実行を支援いたします。

生活者マーケティングとは

4つの軸をベースに”生活者を味方につける”ことで マーケティング施策の効率が向上する



<アライドアーキテクト株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役会長 中村壮秀、代表取締役社長 豊増貴久
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目19-15 ウノサワ東急ビル4階
- ・URL : <http://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005年8月30日
- ・事業内容 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

<アライドアーキテクトとは>

アライドアーキテクトは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、世界中の生活者と企業をつなぐを創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクト株式会社 広報室
TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp