

報道関係各位

2015年6月5日
アライドアーキテクト株式会社

「Social-IN」のサービスコンセプトを「ハッシュタグキュレーションツール」に刷新、Instagramに対応開始

－ 味の素株式会社「みんなの#アジパンダ®^{※1}」サイトに採用、生活者主導型のブランド価値向上を支援 －

戦略的SNSマーケティングを手がけるアライドアーキテクト株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:中村壮秀、証券コード:6081)は、このたび、ソーシャル情報エンジン「Social-IN(ソーシャルイン)」(<https://www.aainc.co.jp/service/social-in/>)のサービスコンセプトを「ハッシュタグキュレーションツール」に刷新するとともに、Instagramの対応を開始しますのでお知らせいたします。

サービスコンセプト刷新後の導入事例として、味の素株式会社の「みんなの#(ハッシュ)アジパンダ®」サイト(<http://www.ajinomoto.co.jp/kfb/ajipanda/>)における採用事例を紹介いたします。



■コンセプト刷新の背景

Social-INは、FacebookやTwitterなどSNS上に散在している自社アカウントの投稿やユーザーのクチコミ投稿を特定のキーワードで集約し、企業サイトなどへ手軽に出力できるツールとして2013年にサービスを開始しました。

これまでに大手メーカーや地方自治体など多数の企業サイトに導入される中で、近年、特に若年層で、SNS上において「ハッシュタグ」^{※2}と呼ばれる機能が情報収集の手段として活発に利用されていることが分かりました。

当社の調査によると、女性SNSユーザーのうち3割以上がハッシュタグを実際に利用し、さらにその6割が「商品や情報の検索」を利用の目的として挙げています^{※3}。こういった背景から、ハッシュタグがSNSユーザーの新たなコミュニケーション手段として急速に浸透しつつあるとともに、この勢いは今後さらに加速していくものと推測できます。

当社では、このような生活者のコミュニケーション行動の変化をいち早く捉え、サービスに反映していくことで、さらに多くの企業/ブランドのニーズに応えていきたいとの考えから、Social-INのコンセプトを「ハッシュタグキュレーションツール」に刷新し、ハッシュタグを通じたユーザー生成コンテンツ(UGC)の集約・活用に機能を特化します。

加えて、SNSの中でも特にハッシュタグと親和性が高いとされているInstagramへの対応を新たに開始いたします。

■機能詳細

今後、Social-INでは、TwitterやInstagramの投稿を特定の「ハッシュタグ」によって自動収集し、企業サイトやキャンペーンサイト等で活用することが可能となります。

投稿されたコンテンツの選定や表示・非表示の選択は管理画面からワンタッチで行えるため、誰でも手軽かつ安心して利用することができます。また、限られたテンプレートではなく、商品のコンセプトに合わせて自由にデザインカスタマイズを加えることができるため、ブランドの世界観を崩さずにUGCを活用することが可能です。

加えて、SNSキャンペーン支援プラットフォーム「モニプラ」と連携することで、ハッシュタグを起点としたUGCの「生成」と「集約・活用」をワンストップで行えるため、施策にかかる期間や予算を大幅に軽減することができます。

■味の素株式会社の「みんなの#アジパンダ®」サイトに採用

コンセプト刷新後、初の事例として、味の素株式会社の「みんなの#(ハッシュ)アジパンダ®」サイトにSocial-INが採用されました。

本サイトは6月7日(日)に味の素スタジアム(東京都調布市)で開催されるイベント「味の素スタジアム感謝デー2015」と連携しており、会場内に設置されている様々な「アジパンダ®」や、場内を回遊する「アジパンダ®」と一緒に写真を撮影し、ハッシュタグとともに「#アジパンダ」と記しTwitterまたはInstagramで投稿すると、「みんなの#アジパンダ®」サイトに写真が集約されて表示される仕組みです。

また、イベント終了後、平常時においても、自宅などにある「味の素®」75g瓶、通称「アジパンダ®瓶」や「アジパンダ®」関連グッズの写真を撮影し投稿することで様々な「アジパンダ®」の投稿画像を楽しむことができます。「アジパンダ®」のビジュアルに訴えるキャラクターの特性を活かし、本サイトをプラットフォームとした、生活者とのコミュニケーションを図る狙いです。

<「みんなの#アジパンダ®」サイトのリンク : <http://www.ajinomoto.co.jp/kfb/ajipanda/>>

■生活者主導型の企業／ブランド価値向上を支援

アライドアーキテックでは、SNS上で日々生み出される膨大なユーザー生成コンテンツの中から、企業／ブランドに対して生活者が自発的に発信する「応援」や「好意」といったポジティブな「声」をすくい上げ、マーケティングに活用していくことで、「生活者主導型の企業／ブランド価値向上」が実現できるものと考えています。

今後も、Social-INをはじめとした各種サービスを通じて、企業／ブランドにおけるSNSマーケティングの最適化を支援するとともに、生活者と企業の新たなコミュニケーションの形を提案してまいります。

※1 「アジパンダ®」は味の素株式会社のうま味調味料「味の素®」の商品キャラクターです。

※2 SNS上でユーザー投稿のタグ(付箋)として用いられる、ハッシュマーク(#)が付いたキーワードのこと。日本語や英語のワードと自由に組み合わせることで投稿内容が何に関するコメントなのかを一言で表すことができ、特定の話題や同じ興味・関心を持つユーザーの投稿を効率よく閲覧することが可能。

※3 出典:アライドアーキテック調べ「女性SNSユーザーのハッシュタグ利用実態調査」(<http://www.aainc.co.jp/news-release/2015/00834.html>)

■アライドアーキテクト株式会社 会社概要

- ・代表者 : 代表取締役社長 中村 壮秀
- ・本社所在地 : 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 : SNSキャンペーン支援プラットフォーム「モニプラ」等の運営、SNSデータマネジメントプラットフォーム「BRANDCo(ブランコ)」の運営、アドテクノロジーサービスの提供 等

* 「Facebook」はFacebook Inc.の商標または登録商標です。

* 「Twitter」はTwitter,Inc.の商標または登録商標です。

* 「Instagram」はInstagram, Inc.の商標または登録商標です。

* その他、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 社長室 広報チーム

TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp