

ブログが変えたWebの活用方法



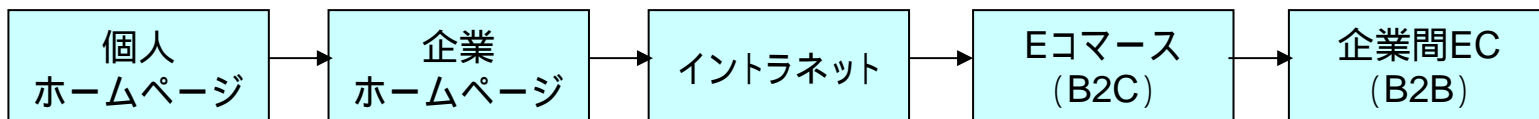
関 信浩

代表取締役
シックス・アパート株式会社

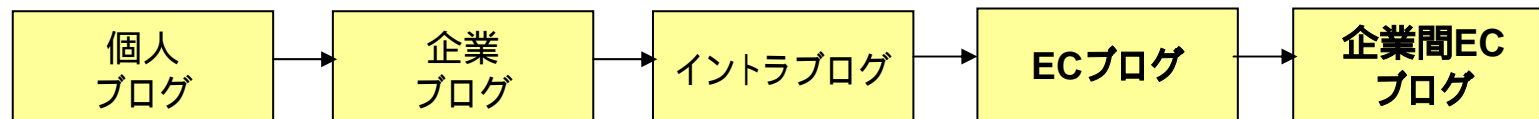
“歴史は繰り返す”

ブログがウェブで発信するすべての用途に広がる

1990年代



2000年代



•MT
個人ライセンス

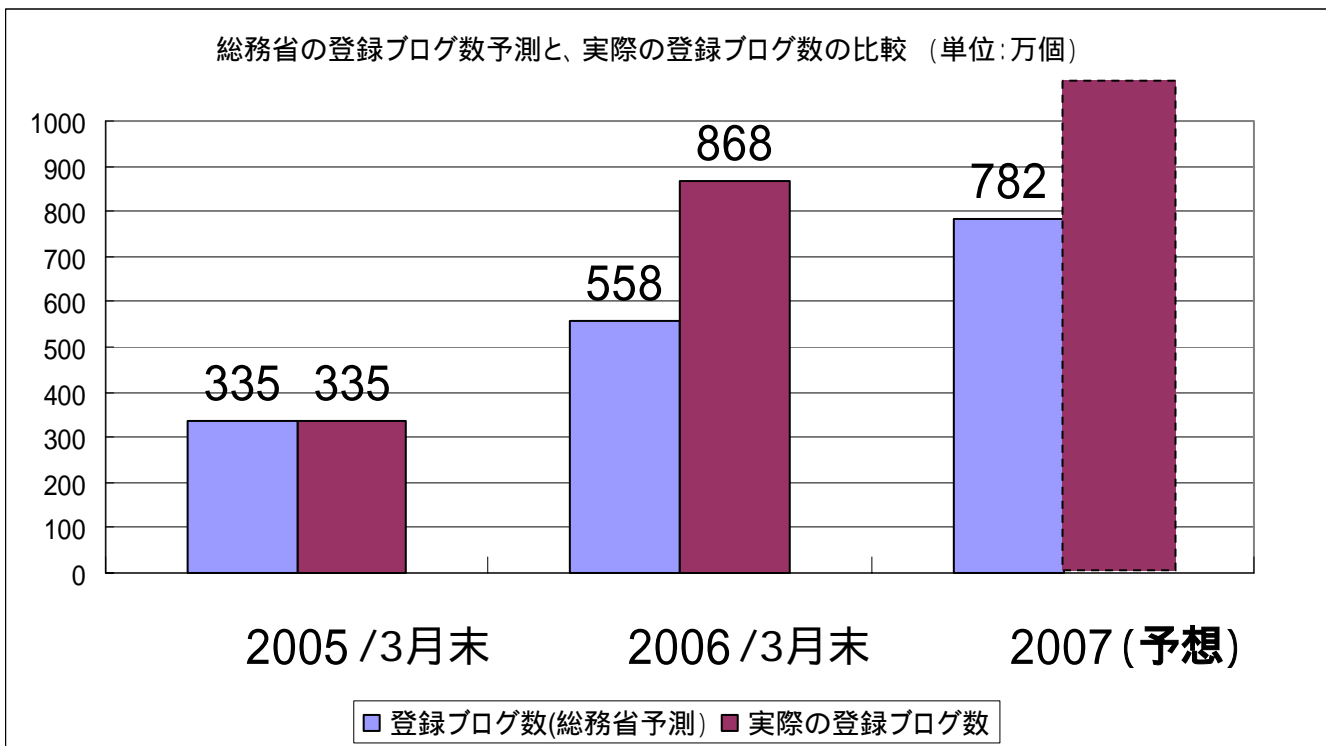
•MT
通常ライセンス

•MT
Enterprise

•MTE
Publishing Pack

ブログの数： 総務省の予測と、実際の登録数の差

- ・ 1年間で2.6倍に急増。
- ・ 予測を1.5倍強も上回るスピードでブログが普及。
- ・ 現在は、1,000万を超えるブログが存在すると推測できる。

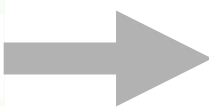


「簡単」に「更新」できるウェブ = ブログ

- 2003年には、ほぼゼロだったブログがなぜここまで爆発的に普及したのか？



文章を打ち込むだけで...



デザイン性が高いウェブを手軽に開設・更新できる

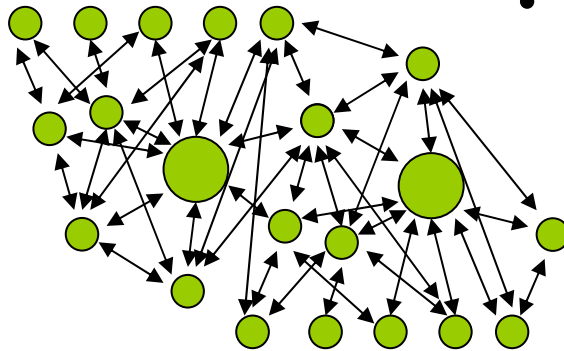
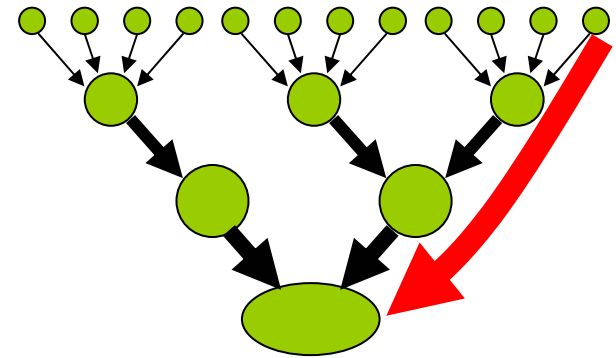
双方向ウェブサイト構築の基盤に

- カンタン
 - 小さい手間とコストでコンテンツを提供可能
- 見つかる
 - 検索エンジンで「欲しい人」に「欲しい情報」が届く
 - 過去のコンテンツも価値を生む
- 双方向
 - リンクやトラックバックによる類似情報の蓄積
 - ブログが「媒体」と「目的地」の二面性を持つ

ブログ = 双方向性を備えた初のメディア

- 新聞、テレビ、ラジオ、インターネット

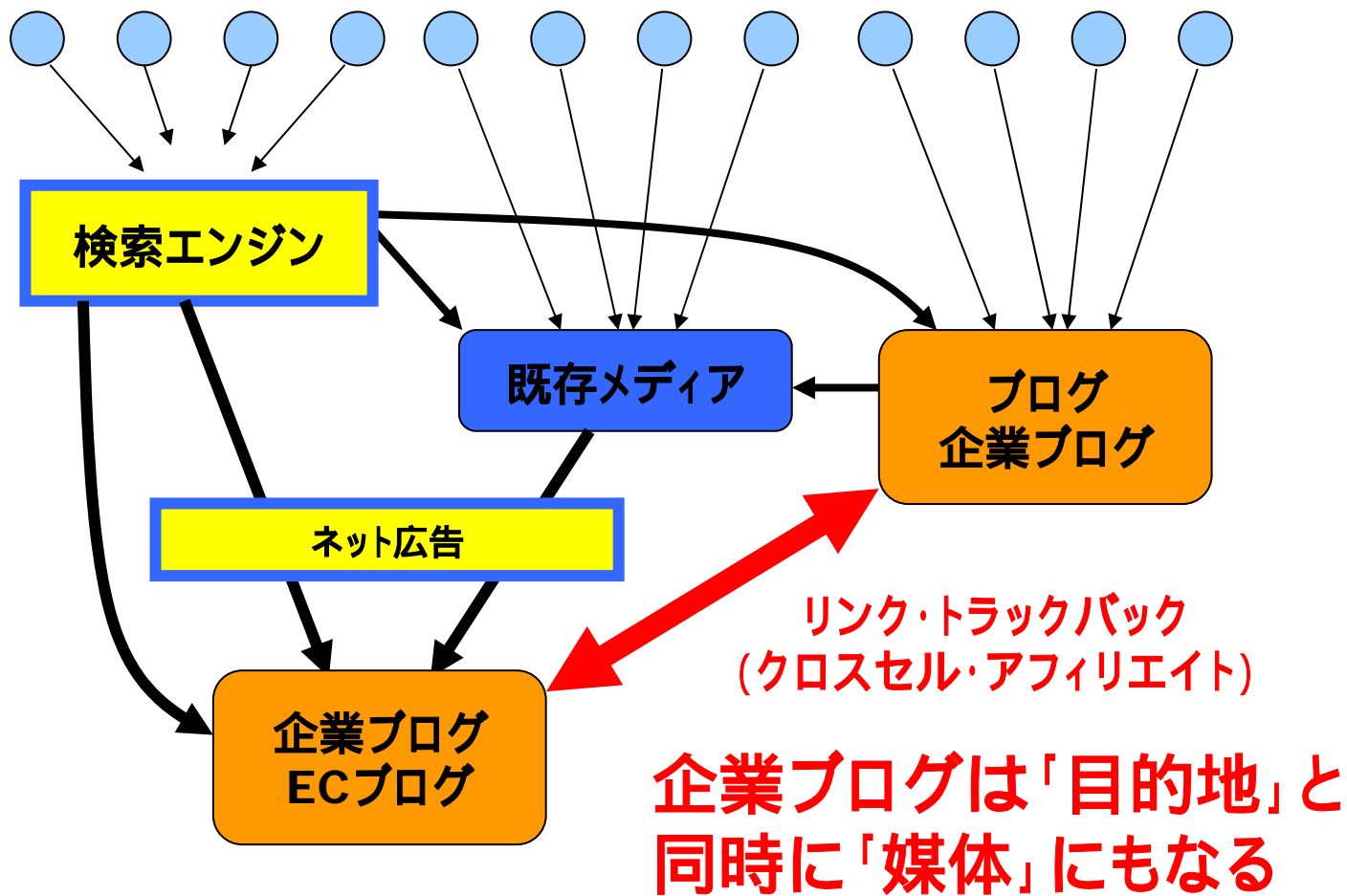
- すべて「一方向」のメディア
- 情報(リンク)の流れが一方向



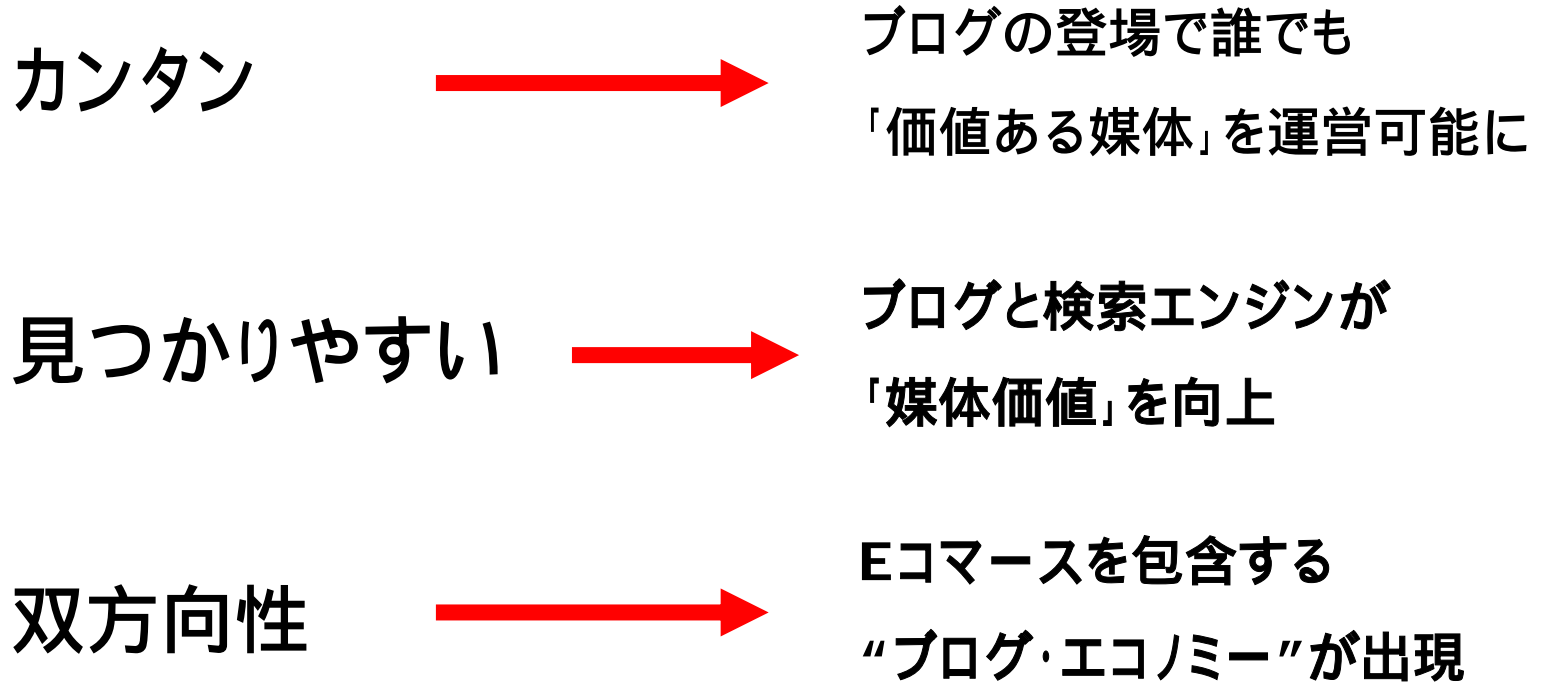
- ブログは単なるネット媒体の一つではない

- はじめての「双方向性」メディア
 - トラックバックが双方向性を強化
- 情報が緩やかに偏在
 - 影響力のあるブログの存在

ブログ・エコノミーがEコマースを一層進化させる



ブログを起爆剤に、ネット経済が大きく発展



ブログは、ECにも影響を及ぼし始めている。

止まらない「企業のブログ活用」

- 「ブログ・オン・マーケティング」では25事例をご紹介します
 - 担当者ブログ ~ 現場の視点で商品の魅力を伝えたい
 - リコー、日産、松下、不二家など
 - 読者参加ブログ ~ ブログ・キャンペーンをしかけたい
 - ナイキ、P&G
 - 販促ブログ ~ ブログ・プロモーションをしかけたい
 - てるくにでんき、ロイズ、味の素
 - 広報ブログ ~ きめ細かい情報発信を効率よく行いたい
 - マネックス証券、大阪マルビル、青山学院
 - 社内ブログ ~ コミュニケーションを充実させたい
 - カシオ計算機、カシオ日立モバイル
 - 中小企業・個人事業ブログ ~ 幅広く顧客にアプローチ
 - 医院、会計事務所など
 - 有名人ブログ
 - 芸能人、漫画家など



リコー「GR BLOG」

- ・「熱烈な愛用者の意見を受け止める場が欲しかった」



テレビや雑誌の広告に頼らず、ブログ中心のプロモーションで、目標の月5000台の販売を実現。コミュニケーションを継続することで、人気を持続し、発売後半年が経過した現在でも実売価格が下がっていない



てるくにでんき「お客様の事例集blog」

- ・「よく売れるのは、事例集に掲載されている商品」

【PR】 てるくにでんきの商品を販売してみませんか？ アフィリエイトプログラムスタートしました！

照明器具の専門店
てるくにでんき

? よくあるご質問 ✉ お問合せ 🛒 カートの中身を見る

☎ 0120-510692 (受付 9時~18時)
携帯電話の方は TEL 03-5383-3276

●お届け日時ご指定OK ●領収書発行OK ●お買上1万円以上送料無料

VISA Mastercard JCB American Express Discover FamilyMart BANK

ホーム シャンデリア シーリングライト ペンダント フラットライト

▶ てるくにトップページ
会員登録 ▶ ログイン

このブログ内で検索
 検索

▶ このブログの内掲載一覧

カテゴリー

- ▶ シャンデリア(228)
- ▶ ペンダント(104)
- ▶ 和風ペンダント(11)
- ▶ シーリングライト(231)
- ▶ 和風シーリングライト(39)
- ▶ スタンド(13)

カタログの写真だけでは部屋に取り付けたときのイメージがわからないので、事例を紹介することで購買意欲を喚起。「インターネットでは簡単に価格比較ができるので、価格だけではない自社の強みを見つける必要に迫られた」結果、施工サービスまで行う強みを生かして、事例集を掲載することに

ブログの「簡単」「奥行きが深い」をECサイトに

- ブログのインタフェースで簡単に情報を更新
 - ブラウザ、専用クライアントソフト、携帯電話から
- 自由なフォーマットでコンテンツを構成
 - 思い入れのある商品やオススメ商品をハイライト
 - 急なプロモーションにも即座に対応(特設ブログ)
 - 外部へのリンクや外部の商品情報も自由に配置
- SEO/SEM
 - まずは「プロモーションサイト」として
 - 「書き続ける」ことが自社ブランド構築につながる

ECブログの特徴 & 優位性とは？

1. 口コミ効果：

- トラックバック & コメントにより、波及効果が期待できる

2. チャンネル開拓：

- 別店舗としての役割
- ウェブ上の露出増加

3. 訴求コンテンツの増加：

- ウンチク & 裏話といった、異なる語り口
- タイムリー & こまめな情報発信

ECサイトがECブログに取って代わられるのではなく、
“ブログとECが融合した、柔軟で効果的な新しいECサイト”

monoONLINE「店長フジタの物欲ブログ」

- ・「16%のコンバージョンを記録したオススメ商品も」

mono ONLINE
お買い物大好き!

店長フジタの物欲ブログ

今月も購入ボタンが止まらない! モノ・オンライン店長フジタのおすすめ商品

FUJITA'S SELECT BLOG

プロフィール
モノ・オンライン店長:フジタ
お買い物大好き物欲人間。最近はお買い物のためにコートを買ったことでバカにされまくり、だって欲しかったんだもん。

商品カテゴリー

NEW ARRIVAL [新商品]

- 2006年1月
- 2006年2月
- 2006年3月
- 2006年4月

「ストーリーがあるものや、素材の特徴がある商品の紹介はブログが適しています。ネットは自動販売機になりがちです。ブログで商品の特徴を言葉で説明すると、お客様から反響があります。ブログを利用するとネットに接客というファクターを盛り込むことができます」

ベストECショップ大賞2006「和座本舗」

- ・ 独自ドメインへのトラフィック誘導に専門ページ充実



<http://www.wa-za.net/>

エムアウト「Wish On Dish」

- ブログなら現場のスタッフでも更新できる、という強み

Wish on Dish

WoDで買う WoDで楽しむ WoDについて はじめてガイド 困ったときは

マイページ (ログイン/ログアウト) カートを見る

もっと知りたい

Wish on Dishのある生活

「本物のおいしさを手軽に、あなたらしく」をコンセプトとした、忙しいひとのためのオンラインデリカテッセンです。

無料!

週間ランキング

1位	クラシックビーフシチュー
2位	鮭のホワイトシチュー
3位	きんぴら
4位	ついに解禁! ポジョレーゼット
5位	石狩汁

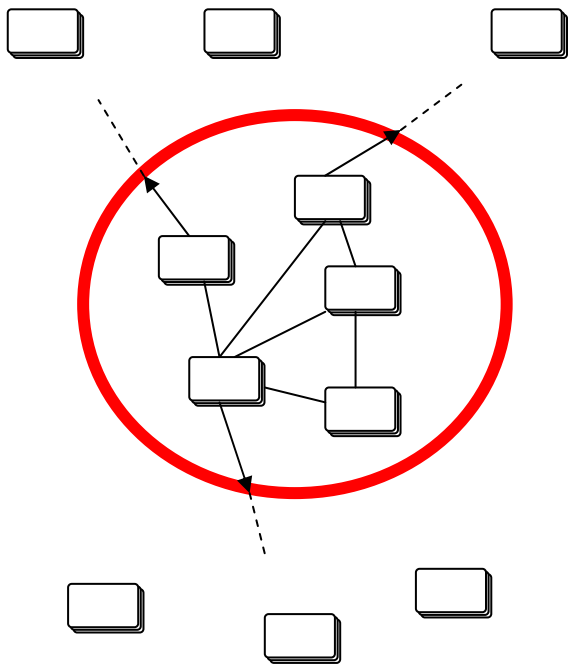
「“安く、早く”やろうとしたらブログという選択になりました。週に一回くらい新しいメニューを開発しており、そのたびに本社のウェブマスターに更新を依頼していたら更新が遅くなる。でも、ブログなら現場のスタッフでも更新できる、という強みがあります」

<http://www.wishondish.com/>

CGMとしてのブログ

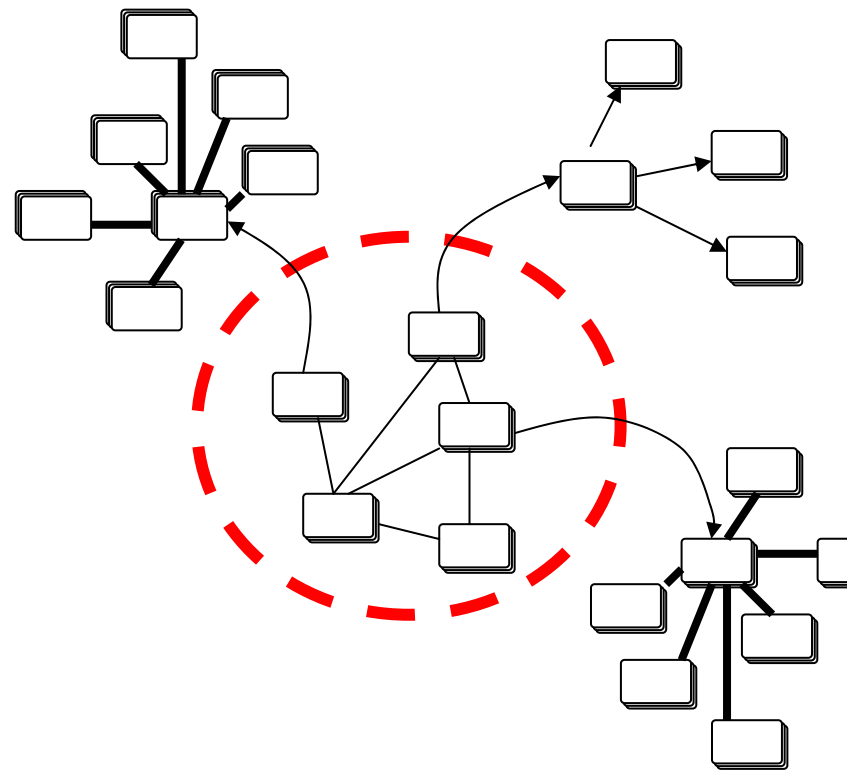
- CGM = ユーザー主体のメディア
 - 既存のマスメディアとは違い、参加するユーザーが作り上げるメディア
 - 人と人のコミュニケーションや、その結果としてのコミュニティが中心
- 企業もコミュニティのメンバーの一人
 - 企業や担当者は、コミュニティのメンバーとして行動する
 - 困り込まない
- 「宣伝」ではなく「広報」に近い感覚
 - 「広告主」ではなく「スポンサー」「パトロン」

既存顧客を超えて話題になるブログ



会員制SNS

話題が広まるのは既存顧客であったり、知り合いの間に限定される



ブログ

話題が知り合いを超えて広まる

次世代ブログVoxは「簡単」「プライバシー」



- **カンタン**
 - 「お母さんに使ってもらいたい」(創業者Mena Trott)
- **プライバシー**
 - 「友達だけに公開」など公開範囲をアイテムごとに選べる
 - この写真は友達だけ、この動画はこのグループだけ、など
- **マルチメディア**
 - 写真、動画などリッチメディアをカンタンに扱える
 - AmazonなどとAPI連携できる
 - Voxのデータを他のサービスで利用できる
- **楽しい**
 - 「今日の質問」に答えるだけでブログが書ける
 - 友達のブログをまとめて読むリーダー機能
- **モバイル**
 - 閲覧・投稿や新規ユーザー登録もモバイルで可能



- 2001年10月、Movable Typeを発表
 - ベンとミナのトロット夫妻が設立

- 2003年4月、TypePadの開発を開始
 - 日本のVC、ネオテニーが出資



- 2003年12月、ニフティがTypePad採用
 - ニフティ「ココログ」をスタート

- 2004年7月、Movable Type日本語版
 - 企業向けの販売を本格化

- 2006年3月、Movable Type Enterprise日本先行発売
 - 大規模な企業内イントラネット利用をターゲット



- 2006年10月、新ブログサービスVoxの世界同時公開
 - 口コミマーケティングなどのCGM関連事業を強化

ご清聴ありがとうございました