

ビジネスブログ活用事例

# 「相鉄Style」にみる コミュニティブログの可能性

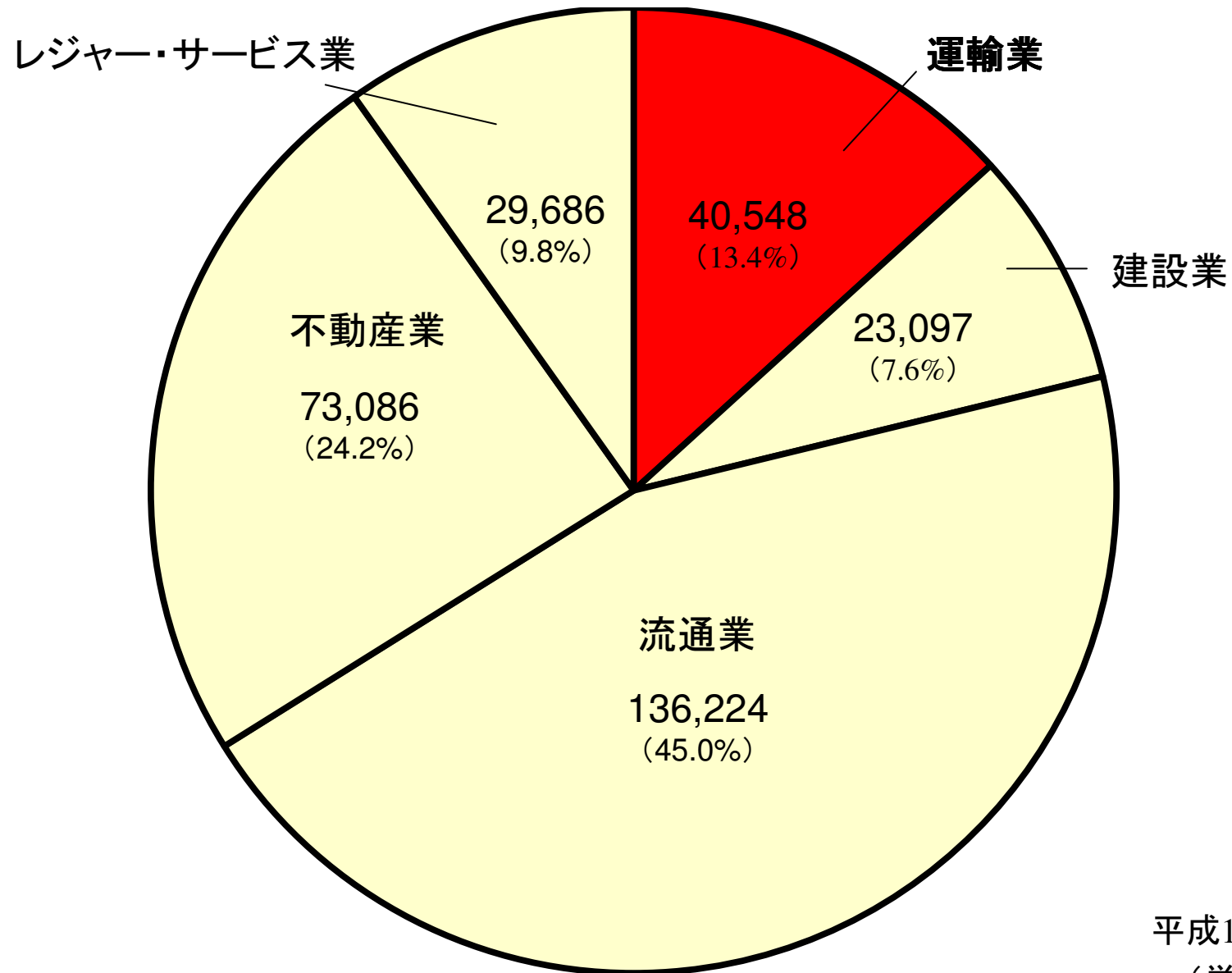
2007.10.15





- 社名 : 相模鉄道株式会社
- 設立 : 大正 6年12月18日
- 資本金 : 311億6,243万円
- 関連事業会社 : 35社
  
- グループ従業員数 : 5,962人
- グループの主な事業 : 運輸業 ・ 建設業 ・ 流通業  
不動産業 ・ レジジャー・サービス業 …

平成18年度実績



平成18年度実績  
(単位:百万円)



- 相鉄グループと相鉄沿線住民を営業情報を切り口に結び付けたかった。

- 沿線の付加価値向上を目指す必要があった。

- 沿線エリアのリサーチ機能を持ちたかった。(CRMへの取り組み)



## メインターゲットは相鉄沿線に住む20~30代の主婦

理由1. 沿線で行動する割合の高い層である。

理由2. 商品決定に関する影響力が大きい。

理由3. グループ会社の顧客層との親和性が高い。

■ サブターゲットは主婦以外の沿線のお客様、相鉄沿線外から来訪のお客様とする。



- ◆ 発信する人は、社員ではなく、沿線住民。
- ◆ 発信する情報は、相鉄グループ営業情報に限らない。
- ◆ 検索エンジンのキーワードヒット数を基にコラムを作成頂いている。
- ◆ 「ローカルでコアな情報」に徹している。



**沿線住民によるクチコミ発生を狙う！**



- ◆ プロのライターじゃなくても誰でも歓迎
- ◆ 50日間で5本のコラムを掲載すると5,000円分のパスネットを貰える(継続可能)
- ◆ 募集は公募  
(電車、駅、バス、SC、Webなど)
- ◆ タウンライターは約200名
- ◆ 構成比率は男性23.0%、女性77.0%
- ◆ コラムは週に約30本掲載





- ◆「相鉄Style」のコラムを読んで店舗へ行ったことがありますか？

|          | 割合    |
|----------|-------|
| 良く行く     | 5.1%  |
| 行ったことがある | 65.3% |



70.4%

- ◆どこかに行く前に「相鉄Style」をチェックしますか？

|           | 割合    |
|-----------|-------|
| 絶対にチェックする | 8.4%  |
| たまにチェックする | 72.5% |



80.9%

- ◆「相鉄Style」のコラムは役に立ちますか？

|         | 割合    |
|---------|-------|
| 非常に役に立つ | 7.4%  |
| 役に立つ    | 73.6% |



81.0%

「相鉄Style」内実施アンケート(2007年2月9日～2007年3月11日)結果より





### ◆ 広告効果

- ・ 新築マンションのモデルルーム来場促進や成約
- ・ 飲食店での来店促進（「相鉄Style」のコラム、クーポン持参）

### ◆ リサーチ効果

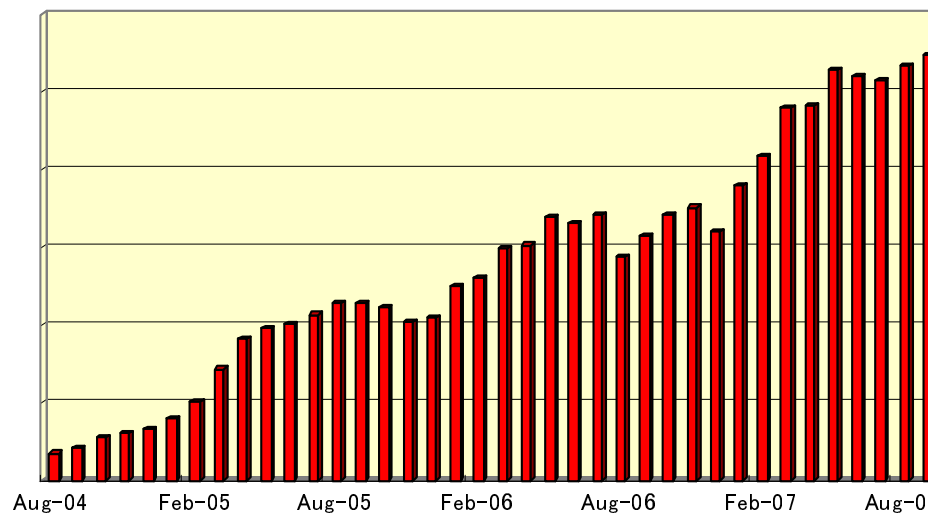
- ・ 閲覧者に意見を聞ける。  
（定量的調査：Webフォームアンケート）
- ・ タウンライターに意見を聞ける。  
（定性的調査：GIの実施・ユーザビリティテスト・ユーステスト）

### ◆ 好感度アップ、その他

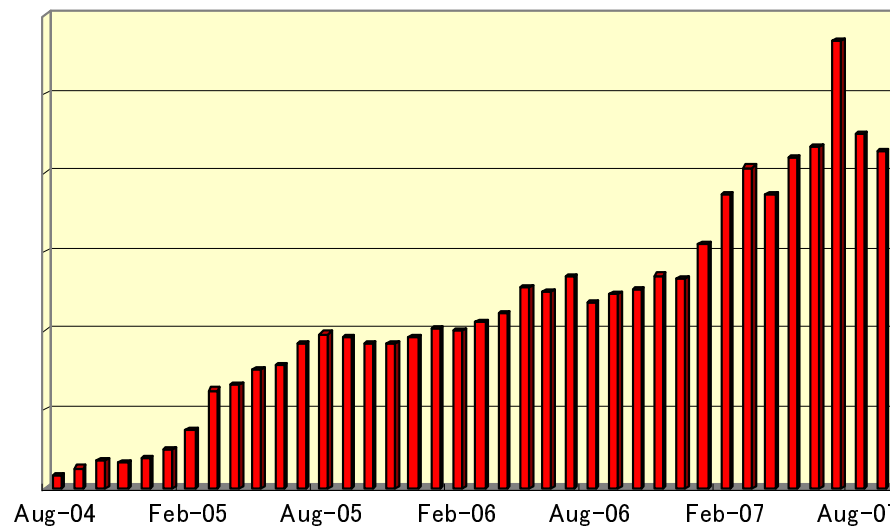
- ・ タウンライターは相鉄グループ、相鉄線の街（駅）のことが好きになった。
- ・ 地元TV局とタイアップして番組制作



## ◆ ページビューの推移



## ◆ ユニーク訪問者の推移



ページビューは開設当初の約16倍に！

ユニーク訪問者は開設当初の約35.8倍に！

「働く」、「30代の」、「既婚女性が」、「家で」  
「相鉄Style」を見ています！

## ■住まいの沿線内外は？

相鉄沿線内 540人(42.3%)  
相鉄沿線外 738人(57.7%)

## ■職業

会社役員 29人(2.3%)  
会社員 715人(55.9%)  
公務員 33人(2.6%)  
自営業 41人(3.2%)  
主婦 271人(21.2%)  
学生 69人(5.4%)  
その他 120人(9.4%)

## ■家族構成

既婚(子供あり) 564人(44.1%)  
既婚(子供なし) 258人(20.2%)  
未婚(家族と同居) 271人(21.2%)  
未婚(一人暮らし) 146人(11.4%)  
未婚(その他) 39人(3.1%)

## ■通勤・通学で相鉄線をご利用ですか？

利用している 507人(39.7%)  
利用していない 771人(60.3%)

## ■利用場所

自宅 1,182人(92.5%)  
職場 87人(6.8%)  
学校 9人(0.7%)

## ■インターネット環境

光ファイバー接続 390人(30.5%)  
ADSL接続 666人(52.1%)  
CATV接続 159人(12.5%)  
一般電話回線 63人(4.9%)

## ■性別・年齢別比率

|      | 人数    | 割合     |
|------|-------|--------|
| ～10代 | 12    | 0.9%   |
| 男性   | 4     | 0.3%   |
| 女性   | 8     | 0.6%   |
| 20代  | 277   | 21.5%  |
| 男性   | 84    | 6.5%   |
| 女性   | 193   | 15.0%  |
| 30代  | 489   | 38.0%  |
| 男性   | 213   | 16.6%  |
| 女性   | 276   | 21.4%  |
| 40代  | 327   | 25.4%  |
| 男性   | 204   | 15.9%  |
| 女性   | 123   | 9.6%   |
| 50代  | 135   | 10.5%  |
| 男性   | 91    | 7.1%   |
| 女性   | 44    | 3.4%   |
| 60代～ | 38    | 3.0%   |
| 男性   | 31    | 2.4%   |
| 女性   | 7     | 0.5%   |
| 合計   | 1,287 | 100.0% |

「相鉄Style」内実施アンケート(2007年2月9日～2007年3月11日)結果より【サンプル数:1,287】

## ◆「タウンライター参加規約」について（当社⇔タウンライター間）

- ・誹謗・中傷や広告目的は禁止。
- ・コラムの著作権はタウンライターに帰属。
- ・コラムを掲載中止、削除する権限は当社が有する。

## ◆著作権・免責事項について（当社⇔ユーザ間）

- ・コラムはタウンライターの主観的な評価情報、時間の経過による変化、伝聞情報が含まれることから・・・当社は保証しない。
- ・コラムを使用する権利は当社が有する。

## ◆コメント・TB機能について(当社⇔タウンライター ⇔ユーザ間)

- ・ 当初はコメント、TB機能共に未対応。(CMSとしての活用のみ)

コミュニティ未活性  
リスク低

- ・ ライター、コラムの管理が落ち着いた。
- ・ ライターが集まってきた。
- ・ 閲覧者も増えてきた。
- ・ ライターもコミュニケーションをとることに好意的だと分かった。

- ・ TB機能の開放  
当社による掲載前確認を実施

- ・ コメント機能の開放  
“Type Key”機能を活用

- ・ “Type Key”機能を外しての運用を実施中。

コミュニティ  
の活性化



### ◆現在予定している事項

- ・ コミュニティ機能の活性化
- ・ MTのテンプレート複製によるモバイルサイト構築

### ◆将来像

- ・ 相鉄グループの顧客囲い込みツールの一翼を担う。
- ・ 相鉄沿線でプロモーション、リサーチで実績ナンバー1になる。

### ◆MTの良い点

- ・ 情報発信、情報管理のプラットフォームとして低コスト
- ・ タウンライター、コラム管理が容易
- ・ 使いやすいインターフェイス(主婦層が多いタウンライターでも楽々)

### ◆サイト構築で苦労した点

- ・ 規約作成
- ・ ライター募集
- ・ 検索エンジンのキーワードヒット数調査

得する！ 役立つ！ みんなのスタイル！！

相鉄Style 

ご清聴ありがとうございました。

お問い合わせ：薬袋 (minai\_m@sotetsu-group.jp)