

Facebookの活用

ウェディング業界において、以前よりも IT を積極的に活用する事例が見られるようになってきたが、今以上に活用することで、集客効果が UP したり、業務効率が改善するのではないかと。そこで、「結婚を、もっと幸せにしよう。」という企業理念のもと、約 10 万件の口コミを掲載するサイト「ウェディングパーク」を運営する日紫喜誠吾氏が、IT メディア活用術について分かりやすく解説していく。



(株)ウェディングパーク 代表取締役社長 日紫喜 誠吾



ウェディングパーク公式 Facebook ページ

Facebook のユーザー数は 世界人口の約 10 分の 1

最近、ますます国内で利用者数を伸ばしているネットサービス Facebook (フェイスブック)。書店に行っても Facebook の活用本がたくさん販売され始めており、国内でも今後、一気に普及が進むものと思えます。ここで改めて Facebook について整理してみましょう。

Facebook とは、世界人口の約 10 分の 1 に当たる 6 億 7892 万 8320 人 (DATA: Socialbakers.com ※ 2011 年 5 月 6 日時点) のユーザーを抱える、今、世界で最も注目されている SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) です。ちなみに、中国、インドに次ぐ第三の「巨大国家」とも言われています。

ユーザー to ユーザーの情報拡散が Facebook の主な特徴で、ユーザーの情報発信や逐一のアクションが、Facebook 上で「友達」に共有される仕組みになっています。米国ではアクセス数、滞在時間共に

Google を抜いており、米国企業の 7 割がマーケティングに活用しているようです。

一方、日本における Facebook ユーザー数は約 300 万人で、日本で一番大きな SNS サイト「mixi (約 2000 万人)」と比べると全体のユーザー数は少ないですが (2011 年 2 月現在)。しかし、2010 年 9 月ごろから急速にユーザー数が増加しており、Facebook の日本ユニークユーザー数は月間 15 万人ペースで増加しています。ユーザーの年代ボリュームゾーンは 25 ~ 34 歳。日本では男性のユーザーがやや多いのですが、世界的には女性の方が多い傾向にあります。

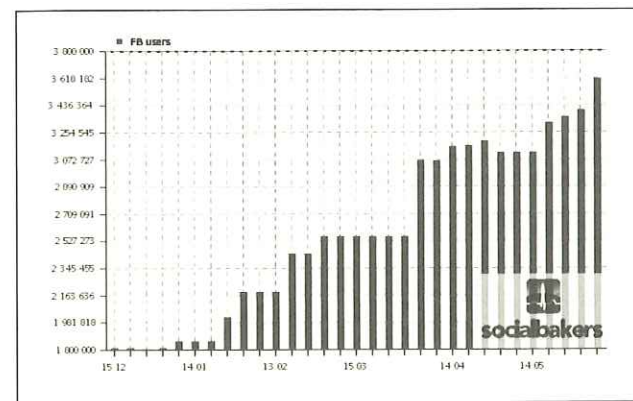
企業の Facebook 活用の 三つのメリット

Facebook の機能の中には、個人ページのように企業が Facebook 上に企業ページ

を持つことができる「Facebook ページ」と言われる公式ページがあります。Facebook ページを利用することでの特長は、ウェブページとほぼ同じレベルでの顧客施策の実現が可能であることです。

Facebook がウェブマーケティングにもたらす効果として、次の 3 点が挙げられます。

- ①ユーザー/顧客との新たな接点が築ける
 - 全世界 6 億 7 千万人の海外ユーザーへの容易なアプローチ
 - 新規顧客の獲得 Search → Social 「ユーザーの検索待ち」から、自ら積極的にアプローチするスタイルへ
- ②「リピート顧客の増加」
 - 何度でも繰り返しユーザーに情報発信できるプラットフォーム
 - ユーザー自身による情報再発信：急速かつ広範囲の情報リーチ



日本におけるユーザー推移 (facebookers.com 調べ)

③ファンの醸成とブランディング

- ユーザー一人ひとりと、直接的かつ双方向のコミュニケーション
- ユーザーからの好意、愛着、親近感、信頼の醸成

ウェディング業界での成功事例 ~フラワーアーティスト KAORUKO さん~

アメーバブログや twitter (ツイッター)、さらに Facebook まで、ウェディング業界の中でも積極的にネットプロモーションを使いこなしていることで有名な、フラワーアーティスト KAORUKO さん。

5 月後半からはじめた twitter は 500 フォロワーを超え、Facebook は 1 週間で 1000 「いいね！」を突破するなど、ネットをうまく使ったプロモーションに関して成功実績を積み重ねています。

2006 年に「ソロモン流 (テレビ東京)」に賢人として出演したことをきっかけにブログでのプロモーション効果を実感し、きちんとした情報をユーザーに提供していくべきだと、ブログに力を入れるようになったのが始まりとのこと。

日々ブログを更新した後に、ブログ更新内容を twitter でツイート、さらに twitter でつぶやいた内容が Facebook に自動反映される連動サービスも利用されています。

その他の更新は、移動などの空き時間を利用して、iPhone から行っているなど、細やかかつ積極的な情報発信が、ますますユーザーの共感を呼び込んでいるようです。「ソーシャルメディアをプロモーション活用することで手応えを感じることは？」との問いに対して、「Facebook をしていなければ知り合うことはなかったかもしれな

い人たちとつながることができ、その人たちが自分の作品を見て「いいね！」やコメントを残してくれていたときに手応えを感じます。Facebook をプロモーションに活用するようになって世界が広がりました」と、KAORUKO さん。

「最初は Facebook をすること自体、分からないことだらけだったので難しいんじゃないかと思っていましたが、やってみるといろんな人とつながれてとてもいい。重宝しています」と、確かな手応えを感じているようです。

KAORUKO さんの Facebook 活用は徹底しており、申請をくれた人やメッセージをくれた人には必ず返信。返信内容は自分のブログや twitter の告知と、「いいね！」数を促進するための案内をしています。

「ウェディングも同じですが、一つひとつ自ら手を動かし、お客さまにきめ細かいサービスをして満足いただくことが大事。ソーシャル周りのプロモーションも同じで、



KAORUKO こと、杉本薫子さんの Facebook ページ

知り合いの画像やコメントは細かくチェック。『いいね！』や、コメント投稿を積極的にを行っています」とのこと。

現在 Facebook 上で 1000 いいね！を超えている KAORUKO さんの Facebook ページ。どのようにしてそこまでファンを増やしたのか聞いてみると、最初はウェディング業界の知り合いを 100 人ほど探して、「いいね！」数が 150 人になってから一旦更新するのをストップ。それから状況が一変し、1 日約 200 人から「いいね！」が、来るようになったそう。そして、なんと Facebook 開始からたった 1 週間で 1000 「いいね！」を超えることに成功したようです。

「Facebook のプロモーションはとってもいい。人とのつながりを感じることができると、また自分たちの活動を Facebook を通して、文字や画像、動画で伝えることによってドキュメンタリー形式で自分の作品のよさを伝えることができる。今後も活用していきます」と KAORUKO さん。

今後ウェディング業界でも、KAORUKO さんのように柔軟かつスピーディーにネットサービスを活用する方がユーザーとの新しい関係を構築していき、ひいては時流に乗ったサービスを提供していくことができると思っています。

また、Facebook を立ち上げた経営者マーク・ザッカーバーグ氏は現在 27 歳。会社の時価総額は約 5 兆円とも言われていることを考えると、まだまだ若い私たちにできることはいっぱいあるのではないのでしょうか？ 負けてられませんね！

日紫喜 誠吾 Seigo HISHIKI 1976 年生まれ。98 年に同志社大学工学部エネルギー機械工学科を卒業後、(株)キーエンスに入社。その後、将来の起業を目指し、急成長のネット業界へ転職を決意し、2000 年 (株)サイバーエージェントに入社。インターネット広告代理事業のマネージャー、事業局長を経て、04 年に 100% 子会社である (株)ウェディングパークへ出向。05 年に代表取締役就任、現在に至る。 Ameba ブログ: <http://ameblo.jp/hikky/> Twitter: @seigoishiki Facebook: 日紫喜 誠吾 (Seigo Hishiki)