

## 【ファン・コミュニティマーケティング事業強化】オウンドメディアを連携させた「オウンドコミュニティ」によるファンがファンを集客し育てるループを構築

『個人から集団の影響活用』 SNS・インフルエンサーマーケティングはパートナーフェーズへ。

SNS・インフルエンサーマーケティング事業を展開する LIDDELL 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役：福田 晃一、以下リデル）は、コア事業である SNS・インフルエンサーマーケティングの知見を活かし、独自メソドロジーを用いた、ファン・コミュニティマーケティング事業を強化いたします。



# 個人から集団の影響活用

## SNS・インフルエンサーマーケティングはパートナーフェーズへ。

# ファン・コミュニティ マーケティング事業強化

### 共通のコミュニティビジョンで顧客をつなげるマーケティング



オウンドメディアの課題を  
オウンドコミュニティで解決



部署横断と  
既存顧客のパートナー化



安心安全の  
コミュニティ構築



CDPと相性良好！  
掛け合わせが可能



多様性に対応！  
n対nのコミュニティ

### <強化・注力ポイント>

#### 目指すゴール：共通のコミュニティビジョンで顧客をつなげるマーケティング

- (1) オウンドメディアの課題をオウンドコミュニティで解決する
- (2) 会社組織の部署横断と既存顧客のパートナー化を行う
- (3) CDP と相性が良く、掛け合わせたマーケティングが可能
- (4) 安心安全のコミュニティ構築
- (5) 多様性に対応できる<n対n>コミュニティ

#### オウンドメディアの課題を「オウンドコミュニティ」が解決

多くの企業はオウンドメディアを運営し、自らのコンテンツを通じて顧客に直接情報を伝え、関係を築いてきました。これにより、ブランドイメージの強化、SEO 対策、顧客データの収集などの差別化と資産化が可能となります。しかし、定期的に質の高いコンテンツを制作することは、時間や

人材、予算が大きく必要とされます。さらに、トレンドを把握し、多様な価値観を持つ顧客に対応するためには、特定のニッチなコンテンツの提供が不可欠です。このような高品質なコンテンツの継続的な制作は、容易ではありません。

リデルが提供するファン・コミュニティマーケティングでは、この問題を解消するためにオウンドメディアのコンテンツを顧客やファンと協働し制作する「オウンドコミュニティ」を展開することで解決に向う支援を行っています。

## **リデルのファン・コミュニティマーケティング事業、3つの特徴**

### **1 | 「新規顧客獲得」と「既存顧客育成」を双翼で実現**

SNS・インフルエンサーマーケティングを中心に展開する「集客ファネル」と、顧客をファンにし、さらにパートナーとして活躍させる「パートナーファネル」の2つを並行して推進します。私たちのマーケティングのゴールは単なる消費や購入（コンバージョン）にとどまらず、消費の先をマーケティングすることです。そのために、購入者をファンにし、さらにパートナーへと昇華させるプロセスを重視しています。このような構造を「ファン・コミュニティ」と呼び、自社がこれを保有する場合は「オウンドコミュニティ」と定義しています。

顧客データを1つのデータベースに収集・保管し、データを統合し分析、アクティベーションを行うCDP（Customer Data Platform）との相性が非常に良く、新規顧客を獲得するためのPDCAサイクルと、コンテンツデータを用いた、既存顧客を活性化させるためのOODAループによって、データドリブンなオウンドコミュニティを構築・運営します。

### **2 | SNS・インフルエンサーマーケティングが根幹にある。再現性のある仕組み。**

リデルは、Instagramが日本に上陸した翌年からSNS・インフルエンサーマーケティングを展開し、パイオニアとしてビジネスモデルを確立してきました。

そもそも、SNSがこれほどまでに隆盛を極めた仕組みは、「コンテンツはユーザーが制作」「ユーザーがユーザーを集客」「ユーザーがユーザーをリテンション」という無償で運営を手伝うユーザーによって作られたプラットフォームであること。この本質的な仕組みを理解し、3万人のリアルインフルエンサー会員や6,000社以上のお取引企業において蓄積された知見を活かし、「個人の影響活用」から「集団の影響活用」をベースにファン・コミュニティマーケティングを展開しています。

### **3 | 炎上・ステマなどコンプライアンスを意識したセキュアで健全なコミュニティを運営**

消費者庁「ステマ検討会」への協力実績。コンプライアンス徹底の体制構築とスタッフ・インフルエンサーの教育に定評があり、健全なコミュニティを展開するための、ルールとスタッフ教育、体制構築の実績があります。

コミュニティのコンテンツ検閲やユーザー間のコミュニケーショントラブルなどをユーザー自治によって秩序を形成する運営方法など安心安全なオウンドコミュニティを創り出せます。

## 多様化と持続可能性が求められる企業のコミュニケーション

現代は情報過多の時代で、よりパーソナライズされた情報が求められています。また、SNS でのパーソナライズされた情報への慣れから、従来のマスマーケティングの影響は低下傾向にあります。この多様化する環境の中で、企業と顧客間の<1対n>のコミュニケーションの持続性に関する懸念が増しています。

## リデルが手がける<n対n>オウンドコミュニティの重要ファクター「コミュニティビジョン」

オウンドコミュニティでは、顧客と顧客、企業スタッフと顧客など<n対n>のカスタマイズやパーソナライズされたコミュニケーションとコンテンツが生まれます。

多様な価値観を持つ顧客をひとつのコミュニティにするためには、「共通目的：コミュニティビジョン」が欠かせません。この同じ「共通目的」を抱く顧客の集団が、企業と協働して経済を築く「CVM：コミュニティ・ビジョン・マーケティング」を強化事業として、今後は SNS プラットフォームなどと連結も計画しています。

リデルは「個人の影響力を、人々の未来のために。」をミッションとして掲げ、人と人の間に生まれる本質的かつ普遍的な力に着目し、個人の影響力を最大化するプラットフォームによって、経済活性化に寄与してまいります。

### 【本件に関するお問合せ】

リデル株式会社

担当：貫（ぬき）

メール：[pr@liddell.tokyo](mailto:pr@liddell.tokyo)

-----  
[LIDDELL INFLUENCER WORKSPACE / LIW：SNS 課題を数値化し、効率的に解決できるワークスペース]

URL：<https://service.liddell.tokyo/>

[「VINYL MUSEUM（ビニールミュージアム）：共感型フォトジェニック・アート展」]

URL：<http://vinyl-museum.com/>

Instagram：[https://www.instagram.com/vinyl\\_museum/](https://www.instagram.com/vinyl_museum/)

[福田 晃一代表取締役 CEO 書籍]

「影響力を数値化 ヒットを生み出す“共感マーケティング”のすすめ」

著者名：福田 晃一 発行：日経 BP 社/発売：日経 BP マーケティング

定価：本体 1,500 円+税

ISBN：9784296101313

<Amazon 購入ページ>

<https://www.amazon.co.jp/dp/4296101315/>

[インフルエンサーアワードジャパン：インフルエンサーの感性や才能を応援し、その影響を称える。]

第7回IAJ特設サイト：<https://lp.spirit-japan.com/iaj/2022/>

[企業情報]

会社名：リデル株式会社/LIDDELL Inc.

代表者：代表取締役 CEO 福田 晃一

本社：東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー12F

事業内容：

- (1) SNS・インフルエンサーマーケティングプラットフォームの運営
- (2) ファン・コミュニティマーケティング戦略および実行支援
- (3) WEB3・生成AIマーケティングおよびシステム開発

コーポレートURL：<https://liddell.tokyo/>

採用に関して：<https://www.wantedly.com/companies/liddell/>

【本件に関する報道関係のお問合せ】

リデル株式会社 担当：貫（ぬき）

メール：[pr@liddell.tokyo](mailto:pr@liddell.tokyo)

電話：03-6432-9806