

『インテージ共創支援プログラム』提供開始

「共感」される魅力を「共創」し、「共有」を拡げるマーケティングプラン

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃、以下インテージ)は、生活者共創プラットフォーム「みんなレポ」を基軸とした、『インテージ共創支援プログラム』を2017年6月1日より提供開始いたします。

■背景と目的

ソーシャルメディアやスマートフォンアプリの普及により、生活者の行動は大きく変化しています。生活者は自身の体験や思いを画像やコメントでソーシャルメディア上に発信・共有するようになりました。それらの情報は、マスメディアやネット上のまとめサイトなどを媒介して、さらに多くの生活者へと届き、共感を呼ぶことで、日々の生活行動にも影響を与えています。そして影響を受けた生活者も情報を発信・共有することで情報は循環し、生活者全体の生活や購買に影響を及ぼし続けています。生活者一人ひとりが優良なメディアとなる時代において、企業は、生活者の「共感」を生み、自分ゴト化して体験から推奨へ導くニーズが高まっています。そうした背景から、生活者により「共感」される商品づくりやコミュニケーションを実現できる共創型のマーケティングを独自にプログラム化しました。

インテージは2016年8月より、ウィーバーズ株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:平本 義人、以下ウィーバーズ)と資本・業務提携を開始し、共創支援メディア・生活者行動データ事業を進めてまいりました。この取り組みにより、「みんなレポ」が強みとしていた『消費の達人』との共創をベースとした商品開発領域のサービスに加え、みんなレポ会員が体験、投稿をすることで、より共感が得られるクチコミを生み、コンテンツを生成し、情報を拡散する「みんなレポキャンペーン」を開発。商品開発領域からコミュニケーション領域までを共創で実現し、より多くの生活者に共感されるマーケティングプランとして提供できるようになりました。

(図1参照) → <https://www.intage.co.jp/service/minrepo/>

(図1)



■みんなレポの特長

「みんなレポ」はアプリをインストールした会員約 8 万人(2017 年 5 月現在)が、買った、食べた、行ったなどの消費生活を写真付きでシェアする SNS です。他の SNS と違い、企業とつながり、マーケティングに参与できるため、モノ・コトに対する意識が高い生活者が多く、「伝達力」「選ぶセンス」「創意工夫」を兼ね備えた『消費の達人』が集まっており、共感を導く良質な投稿が発信されています。そうしたみんなレポ会員と共創することで、アイデア開発のクオリティアップや、購買行動を誘導する体験価値の創造を実現しています。

■インテージ共創支援プログラムで提供する主なサービス

1. 消費の達人のロコミから生活者のインサイトを抽出「みんなレポ・SNS 分析」

企業は集まった情報を ASP サービスを通して、レポートを閲覧したり、様々な視点から情報を分析したりすることができます。また、お題を提示し、テーマに対する投稿を集めることも可能です。マーケティングに活用するために設計されており、整理された情報に SNS の利点であるリアルタイム性と臨場感を加えたデータを分析することでインサイトを導きます。さらには、Twitter やブログなどの SNS データを合わせることで、全体の傾向を反映した分析をすることも可能です。

→<https://www.intage.co.jp/solution/minreposns/>

2. 消費の達人との共創でコンセプトに落とし込み「みんなレポ未来会議」

みんなレポに集まる人と情報の価値を最大限活かすことで、これまでにない新しいアイデアを生み出す共創型ワークショップです。幅広い情報感度を持ち、魅力的な発信ができる消費の達人と一緒に商品やコミュニケーションのアイデアを考えます。また、みんなレポ上に投稿された生活者のコトバなど様々な生活者データを刺激としてアイデアを広げます。企業の担当者とはみんなレポ会員で組んだチームでみんなレポのデータを刺激にアイデアを発散させ、収束させたアイデアを、画像やイラストを使ったアウトプットに落とし込みます。

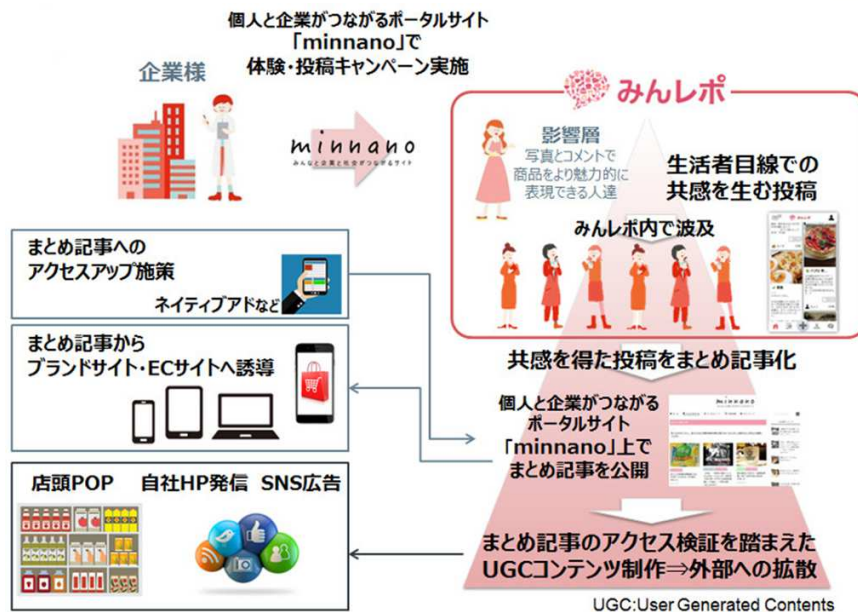
→<https://www.intage.co.jp/solution/minrepomirai/>

3. 消費の達人による発信から共感を得る表現を抽出し拡げる「みんなレポキャンペーン」

共創プラットフォーム「みんなレポ」の約 8 万人の会員向けに商品体験・投稿キャンペーンを実施。共感を集めた投稿の表現内容を分析し、生活者目線の心を動かすコンテンツとして個人と企業がつながるサイト「minnano」*1 でまとめ記事を公開したり、店頭 POP やデジタル広告などで UGC (User Generated Contents) として活用し共感を拡げていきます。さらには、よりターゲットにリーチするためのメディアへの拡散も行い、共感から購買へと導くプロモーションを展開します。共創によるコンテンツ開発からプロモーションの実行まで、一気通貫でサービスを提供いたします。

(図 2 参照) →<https://www.intage.co.jp/solution/minrepopcp/>

(図 2)



インテージ共創支援プログラムは、メディアとオフラインイベント(「みんなレポ未来会議」ほか)を通じて、生活者と企業がつながる場を提供し、新しい商品・サービスの“共創”を実現し、新しいかたちでの win-win の関係を築くことを目指します。

*1 minnano とは

ウィーバーズが提供する WEB サイト。みんなレポ投稿のまとめ記事や、企業開催の体験・投稿キャンペーンやコンテストの参加者募集、投稿結果記事を掲載。掲載された情報はEC サイトや企業サイトとの相互リンク、デジタル広告との連携によって、より多くの生活者に魅力を届け、購買を喚起することができます。
→<http://minnano-mag.jp/> 参照

【株式会社インテージ】<https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、「Create Consumer-centric Values ~ お客様企業のマーケティングに寄り添い、共に生活者の幸せを実現する」を事業ビジョンとして掲げ、様々な業界のお客様企業のマーケティングに寄り添うパートナーとして、ともに生活者の幸せに貢献することを目指します。生活者の暮らしや想いを理解するための情報基盤をもって、お客様企業が保有するデータをアクティベーション(活用価値を拡張)することで、生活者視点に立ったマーケティングの実現を支援してまいります。

【報道機関からのお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当:小林(こばやし)／石渡(いしわた)
TEL:03-5294-6000
サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>

【本サービスに関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 「インテージ共創支援プログラム」お問い合わせ窓口
Mail: minrepo-team@intage.co.jp