

## 1. 担当 PM

藤井 彰人 PM

(KDDI 株式会社 サービス企画本部 クラウドサービス企画開発部長)

## 2. 採択者氏名

チーフクリエイター：Perez Hernandez Daniel

(東京大学 大学院情報理工学系研究科 創造情報学専攻)

コクリエイター：林 佑磨

(早稲田大学 大学院基幹理工学研究科 情報理工・情報通信専攻)

コクリエイター：曾根岡 侑也

(東京大学 大学院工学系研究科 技術経営戦略学専攻)

## 3. 委託金支払額

2,304,000 円

## 4. テーマ名

意思決定に資する解析システム付きの共創プラットフォームの開発

## 5. 関連 Web サイト

- 本システムのサイト  
<http://voisee.jp/>
- 本システムを用いてリリースされた Google Play 上のアプリ一覧  
<https://play.google.com/store/apps/developer?id=Daniel+Perez>

## 6. テーマ概要

近年の消費者行動の変化から、消費者をパートナーとして捉えて、中長期的な関係を築き、エバンジェリストやコアカスタマーと呼ばれる層を厚くする共創マーケティングが注目を浴びている。

北米では数年前から、中長期的な関係を築く場として、共創コミュニティと

呼ばれる顧客と対話するオウンドメディアを持つ企業が増えてきている。これらの共創コミュニティの中に、消費者が改善点やアイデアを自由に投稿・投票するユーザサポートコミュニティがある。「どの顧客の声をサービスに反映するか」という意思決定を速やかにし、多くの実績を残すことがコミュニティ活性化の上で必要となる。当然ながら、このような意思決定は容易ではなく、蓄積したデータを解析し、いかに意味情報を抽出するかが重要となる。しかし、現状として、収集したデータに対して、簡単な集計は行われているが、テキストマイニングやアクセスログを用いた高度な解析は行われていない。

本プロジェクトでは、ユーザサポートコミュニティのプラットフォームと、そのプラットフォーム上で蓄積したデータから意思決定を補助する解析結果をリアルタイムに出力するシステムを開発する。

将来的には、企業と消費者の橋渡しになるだけでなく、企業の商品開発・改善のスピードを加速させ、マーケティング面からサポートしていくことを目指す。

## 7. 採択理由

コミュニティドリブンのマーケティングや、共創マーケティングなど、インターネットやウェブテクノロジー、モバイルテクノロジーの発展と、ユーザ行動の購買までの行動パターンの変化によりマーケティング手法は大きく変化している。

本プロジェクトは、企業や団体が共創マーケティングを活用・実現するための SaaS の開発を目指しており、市場ニーズやビジネスへの発展性が高く、採択すべきと判断した。

クリエイターの開発能力の高さは過去の実績からも明らかであり、実用性の高いグローバルに通用するサービスの開発をめざしてもらいたい。

## 8. 開発目標

本プロジェクトでは、ユーザサポートコミュニティのプラットフォームと、そのプラットフォーム上で蓄積したデータから意思決定を補助する解析結果を表示するシステムを開発することを目的とした。このシステム開発を通して、フィリップ・コトラーが共創マーケティングを提唱してから5年経った今でも、未だ成功モデルが確立されていない共創コミュニティ、更には共創マーケティングの新たな可能性を探ることを目標とした。

## 9. 進捗概要

本プロジェクトでは、最初にターゲット策定を行い、既存の共創コミュニテ

サービスがターゲットにしておらず、なおかつ意思決定が早い中小の実店舗を持つ企業、特に飲食業をターゲットにした。

中小の飲食店に特化して開発した共創コミュニティである本システムには、下記の2つの特徴がある。

### ① お店ごとの共創コミュニティのスマホアプリ作成機能

お店に来たお客さんが外出先で気軽に共創コミュニティに参加できるように、本システムでは、ダッシュボードからお店ごとのスマートフォンアプリ (iOS/Android) を作成する機能がある。作成するための所要時間は1分ほどであり、作業としては、画像や色を選ぶだけでよい (図 1)。デザイン選択後は、自動的に iOS と Android にビルドされ、アプリの状態を確認できる。その後、ダッシュボード上から登録申請ボタンを押すと、Google Play や App Store に登録申請され、アプリが並ぶようになる。

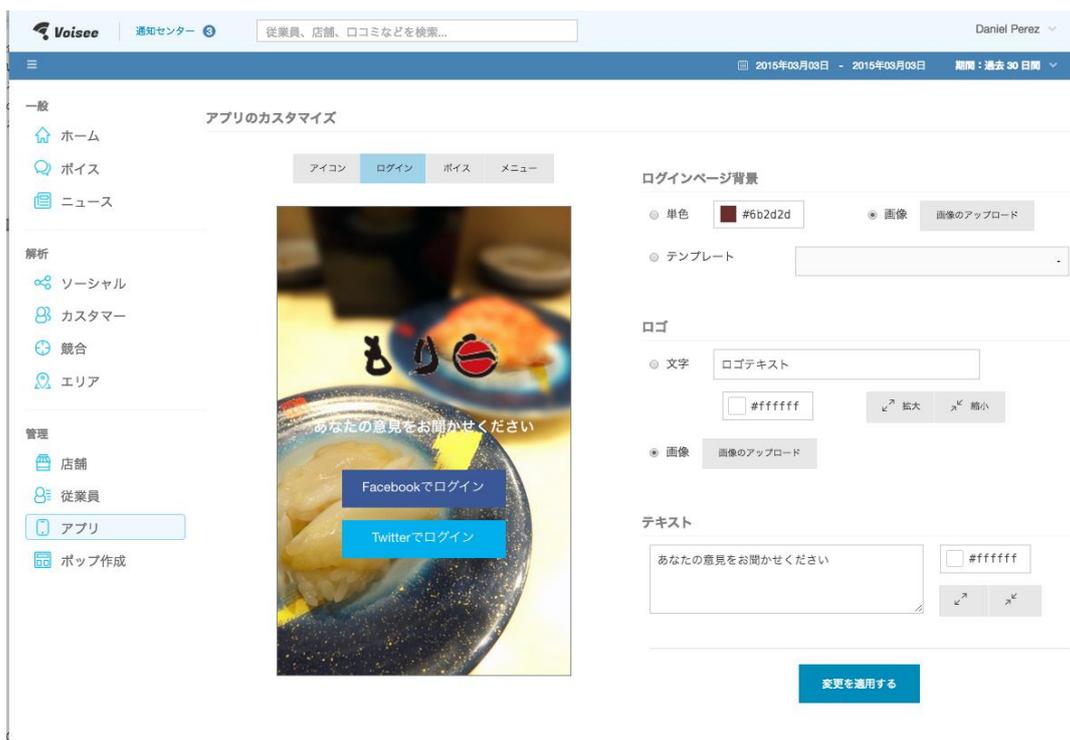


図 1 本システムのアプリ作成画面

アプリをインストールして開くと、Facebook ログインまたは Twitter ログインができる (図 2-a)。ログインをすると、他のお客さんが書き込んだ声の投稿一覧が表示され (図 2-b)、それらの声に対して、コメントの投稿や賛成/反対ができる (図 2-d)。このコミュニティ上では、「好き」「アイ

デア」「質問」の3つのカテゴリから当てはまるものを選び、自分の意見等を写真と共に投稿することができる（図 2-c）。また、このアプリは、共創コミュニティ以外にも機能があり、店舗の基本情報ページや位置情報、更にはニュース配信やクーポン発行ができる（図 2-e）。

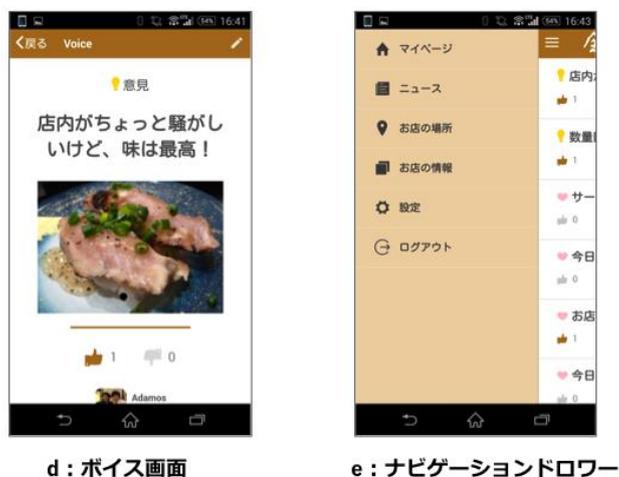


図 2 本システムを用いて作成されたアプリ画面

一方、お店の人は、ダッシュボード上でコミュニティの簡単なスタッツを閲覧でき、各投稿に返信したり、ニュースやクーポンを配信したりして、コミュニケーションを取ることができる。

また、本システムでは、アプリへの動線もサポートしている。お店の人は、ダッシュボードでテンプレートを使うことで、店内に貼るための QR コード付きのポップを簡単に作成することができる。

## ② 飲食店に特化した解析ツール

本システムでは、共創コミュニティで蓄積したログデータを解析し、意思決定をサポートするツールを目標にしている。しかし、その解析にとどまらず、本プロジェクトでは、飲食店経営者が知りたい情報を全て Web 上から収集・解析し、それらのデータを一括管理するための飲食店に特化した解析ツールの開発を行った。

また、解析に関しては、下記のような情報を出力する。下記の情報を出力する上で、テキストマイニング、教師あり機械学習、アソシエーション分析などを用いた。

- 近況分析  
最近のお店の評判はどうか
- 顧客分析  
実際に来店しているお客さんはどういう人なのか
- 競合分析  
よく比較されるライバル店はどこなのか
- エリア分析  
お店の周りにどんなお客さんがいて、どんなライバル店があるのか

上記の情報を出力する上で、テキストマイニング、教師あり学習、アソシエーション分析等を用いた。

## 10. プロジェクト評価

スターバックスを始めとする一部グローバルな先進企業で活用されている、ユーザの声を取り入れサービスを共に作り上げる「共創活動」に着目したサービスの構築に取り組んだ。プロジェクト当初はターゲットカスタマーをどこに絞り、どのような価値を提供するべきかの論点が定まらず迷走した感があるが、最終的に中小個店にしぼり、ユーザにモバイルアプリの形態で利用してもらうサービスを開発した。数年で中小個店のビジネス、特に2年で約半数が廃業する飲食店においては、周辺リピーターを確実につかむことが大変重要であり、ITリテラシが高いとはいえない中小企業にシンプルに利用可能なサービスを展開できるモバイル・アプリ・プラットフォームサービスを開発したことは高く評価したい。

本プロジェクトメンバーの実装力が非常に高かっただけにターゲットユーザの絞込が遅くなったことが悔やまれる。

## 11. 今後の課題

本システムは、プロジェクト期間終了時点で $\alpha$ 版としては完成している。しかしながら、まだ $\beta$ 版としてリリースするまでには至っていない。開発を続けて $\beta$ 版リリース可能な状態にした上で、実際の企業との連携をした実績を作っていく必要がある。