

“ヒラメキ”からはじまる  
企業ストーリー

『未常識の発見ービッグデータから本音を導く株式会社ボンディック』

文 牛久保洋次

text by Yoji Ushikubo

【未常識】今は常識ではない、でも未来に常識となる事…これは私が作った造語です。

ITコミュニケーションツールの代表格ともいえる「ソーシャルネットワークキングサービス（以下SNS）」はわずか数年で劇的に世界中に広まってきました。

2016年11月のアメリカ大統領選ではドナルド・トランプ氏がSNSを有効に活用し、勝利をおさめました。ビジネスにおいてもその影響力は無視することは出来ません。

新聞発行部数やテレビ視聴率が年々減少傾向にある中、SNSは単なるコミュニケーションツールの域を超え、ひとつのメディアと化し拡大しているのです。

今回は、SNSデータを駆使したマーケティングリサーチを実施する株式会社ボンディックをご紹介します。

SNSは影響力のあるメディアであるという事に加えて、消費者の“本音”を集めた巨大なデータベースであるという側面もあります。

これまでもアンケートなどを通して顧客の“意見を聞く”ことはできましたが、“生の声”を集めることは大変でした。

しかし、SNSには自動的にその生の声が集まってくる。それも、SNSでの活動の反応だけでなく、企業の様々な活動に対して、消費者が生活の中で感じたことがそのまま集まってきます。言い換えれば（SNSは現代のマーケティングの映し鏡）という事ができます。

さらに、今や消費者はSNSや口コミを重要視して購入を決めています。つまりSNSでの評価が競合より優れ、差別化ができていくという事が、マーケティング上非常に重要なポイントであると言えます。

SNSのデータは取り扱いを間違えると、現実が見えなくなる可能性があり、注意が必要です。株式会社ボンディックでは長年のデータ分析のノウハウを生かして大量のデータを巧みに活用し、競合とのポジショニングとその要因を的確に把握する手法を確立しました。

SNSデータの活用は広がりを見せ、商品開発のヒントやクリエイティブ表現の差別化にも活用されています。

今月の一言 消費者の“生の声”を大量に集めて、現実を見つめ差別化戦略を図る  
これが則ち【未常識の発見】



Profile

慶應義塾大学商学部 卒業  
株式会社友アンド愛（レコードレンタルビジネスの開発者）を創業し、代表取締役就任。約700店舗をFC展開する。株式会社ビザカリフォルニアを創業し、代表取締役就任。約400店舗をFC展開する。日本CDビデオレンタル商業組合 初代理事長（社）ニュービジネス協議会 理事等を歴任。  
現在、株式会社いかしい隊長、その他顧問数社。