

マストドンを用いた顧客コミュニケーション戦略 ～コミュニケーションによる顧客インサイト形成～

[2017・FW] 21421075 瀧澤亮斗

1. 研究の背景と意義

近年、Facebook や Twitter、Instagram などが代表されるソーシャルネットワーキングサービス(以下、SNS)の利用者数・利用率が年々増加傾向にある。そのため、SNS は生活者に影響を与えやすくなっている。企業は SNS を活用することによって、より生活者と近い接点を持ち、企業活動の活発化を図ることができるようになる。SNS が企業にもたらす影響も現れ始めた。この時代の流れで、2016 年 12 月に「マストドン」という SNS がリリースされた。従来の SNS ではサーバーを特定の企業が管理し、ユーザーに提供されてきた。しかし、マストドンは従来の SNS と違い、インスタンスと呼ばれるサーバーの構築はユーザーに委ねられている。また、個別に構築したインスタンスはそれぞれが連合することにより、それぞれに登録しているユーザーの交流が幅広くすることができる。独自の機能を持ったマストドンは、日本経済新聞や東洋経済、各 Web メディアに取り上げられ、実際に日本の企業も活用している。しかし、マストドンを活用したマーケティング活動の可能性について明らかになっていない。こうした背景から、本研究を進めるに至った。

また、マストドンに関する先行研究が無いことや、秘めている可能性を明示し、活用方法の提案をすることで、本研究には意義があると考えられる。

2. 研究目的・方法

本研究の目的は、第一に、マストドンを活用したマーケティングの可能性を明らかにすること。第二に、企業におけるマストドンの活用方法を提案することである。以上、二点を明示することによって、企業の SNS 活用がより効果的に進めることができると考える。

研究方法は、企業の SNS 活用の先行研究と事例研究を主に行う。各 SNS の特徴を整理し、マストドンの特徴に見合った活用方法を提案する。

3. 研究結果・考察

先行研究より、従来の SNS では「情報拡散力」や「情報集約力」、「情報が一方的」といった特徴がある。マーケティングの一環として活用しているため、「顧客と企業がゆるく長く繋がるコミュニケーションを取る場がない」ことが課題として明らかになった。マストドン活用事例として、日産自動車と株式会社ピクシブを取り上げた。日産自動車は「1 ユーザーとして運用している企業」であり、ピクシブは、「インスタンスを自社で立ち上げた企業」である。

事例研究から、マストドンが持つ企業のマーケティングにもたらす可能性として、「日常的なコミュニケーションを通じたファンの拡大」が考えられる。マストドンでは、オンラインのユーザーとのコミュニケーションがリアルタイムで進行する。さらに、リプライではなく、通常の投稿によってコミュニケーションが行われている。このことにより、他のユーザーも相互のコミュニケーションを閲覧できるため、ユーザーが参加しやすい環境が形成されている。そのため、双方向コミュニケーションが促進されやすい。株式会社電通がソーシャルメディア時代におけるマーケティングとして提唱している「SIPS モデル」と合わせて考えると、マストドンは 3 つ目の Participant(参加)を促進できると言える。参加を促し、企業とユーザーとのコミュニケーションがグループで成立することによって、双方のコミュニケーションが促進される。マストドンでは、従来の SNS よりも顧客と近い接点でコミュニケーションを取ることができる。このことから、従来の SNS ではできなかった「顧客と企業がゆるく長く繋がること」が解決される。マストドンは、「顧客とのコミュニケーション」において、可能性が見出される。

4. 結論

マストドンには、従来の SNS ではできなかった、「コミュニケーションを元としたゆるく長く繋がり」ができる。これを基に、マストドンの活用方法を 2 点提案する。第一に、「顧客とのコミュニケーションを通じたブランディング」である。本提案におけるブランディングとは、「顧客インサイトを変え、ごひいきにしてもらうこと」である。顧客との「ゆるく長い日常的なコミュニケーション」によって、顧客インサイトを変え、ごひいきという付加価値が生まれ、差別化を図ることができる。通常のテレビ CM や日常的に目にする広告と違い、コミュニケーションを起点としているため、ユーザーとの長い信頼関係を形成する必要がある。第二に、「インスタンス立ち上げによるファン集め」である。企業がインスタンスを自社で立ち上げ管理する場合の提案である。インスタンスを自社で管理することによって、ファン同士の交流を促すことができることやマストドンの特徴である「他のインスタンスとの連合」を活かし運用ができる。他のインスタンスと連合することによって、ファンが発信する情報が外部に拡散されやすくなる。マストドンの可能性は未知数であるため、今後の動向に注目したい。