

第13章 ニュービジネスモデル

プロファイリング (iMiネット)

▶ 「聞く」マーケティングを電子メールで ◀

DOさんに「聞く」

そもそも株式会社ドゥ・ハウスは、DOさんと呼ぶ主婦をコアにしてアナログマーケティングを展開してきた。首都圏と大阪圏で660名を数えるDOさんは、1人当たり友人・知人を100世帯、買い物に行く店50店をカバーしている。ドゥ・ハウスのマーケットリサーチは、彼女たちのこの幅広いネットワークを武器にしてきた。「しゃぶしゃぶを月に一度以上食べる人100人」という比較的簡単なスクリーニング条件はもちろん、「ここ1年で一戸建てを新築した10人」など出現率が極めて低い条件でもクリアしてきたのだ。DOさんが条件に該当する必要はない。彼女たちのネットワークから、該当する人を見つけてくればいい。だから、DOさんの元気なネットワークこそはアナログマーケティングにおけるプロファイリングの要なのだ。

そして現在、DOさんネットワークにとどまらず、高校生の「ギャラクシーネット」、有職女性の「ライブネット」、全国展開の「C-ステーション」と、ネットワークは拡大中である。

サーチングで検索する

企業と生活者間のコミュニケーション（プロモーション&リサーチ）を取り持つという構図を、ドゥ・ハウスはそのままデジタルマーケティングの世界にも応用している。98年5月現在で9万人の生活者メンバーを擁するiMi（いみ）ネットがそれだ。生活者メンバーとクライアントは、iMiネットというメディアを介して、インターネット&NIFTY SERVE上でつながっている。

ただし、アナログマーケティングの場合、クライアントはDOさんのネットワークを介して生活者と向き合っていたが、iMiネットでは、クライアントはダイレクトに生活者と向き合うことになる。ここでプロファイリングをサポートするのが、生活者メンバーが入会の際に行うiMiネットへの登録情報だ。そのデータベースは主に、3つの柱から構成されている。

【属性】年齢、性別、郵便番号、職業、未婚、などの基本属性

【意識】44の興味ジャンル

【行動】よく行くお店（コンビニ、スーパー、百貨店）、興味のある街など。

この登録情報をベースに、たとえば『「自動車・バイク」に興味のある首都圏の20代男女』、「セブンイレブンによく行く30代OL」などの検索が可能になる。

このデータベース上の絞り込みを私たちはサーチングと呼んでいる。サーチングによって、全国の生活者を、属性だけでな

く興味やアクションのレベルでプロファイリングすることができるのだ。

ファインディング

しかし、サーチングにも限界はある。個々の興味を把握していても、普段お酒を飲まない人でも飲みたくなるときがあるように、気分のような時間軸で容易に変動するものには対応できないし、コンビニに行くだけがアクションの全てではないからである。どんなにデータベースを精緻にしても人の意識、行動全領域をカバーすることは不可能だ。こうしたデータベースのプロファイリングの限界をiMiネットではファインディングによってクリアしている。要は、直接、生活者に聞いてしまうのである。「デジタルCS放送加入者いませんか?」「1か月前に新発売のシャンプーを使った人に聞きたいことがあります」などなど。後はメールに返信してくれた該当者にアンケートメールを送ればいいのである。こうすることで、データベースの限界をやすやすと超えることができるわけだ。

ファインディングという「聞く」プロファイリングによって、難しく肌理細かなスクリーニング条件に対応できるようになったのである。

電子メールでリサーチする

98年5月現在、インターネット上のマーケットリサーチは、iMiネットのほかに、「KNOTs（ノッツ）」「くらしネット」「ナビプラス」「レディネット」などが挙げられるだろう。これらはいずれもモニターや会員に電子メールでアンケートを告知し、WWWで回答してもらうという手法上の共通性を持っている。ところでiMiネットもメール告知+WWW回答という手法を持たないわけではないが、メインは、電子メールによるアンケート票の送付と電子メールによる返信というメールオンリーのリサーチだ。

この対比で言うなら、WWWが半ば公開されたアンケートにならざるをえないのに対し、電子メールなら、「サーチング」にしても「ファインディング」にしても確実にプロファイリングを実行できるメリットがあると言える。

（喜山荘一・株式会社ドゥ・ハウス）

※iMiネットは富士通株式会社が運営し、その推進をドゥ・ハウスと行っているものです。

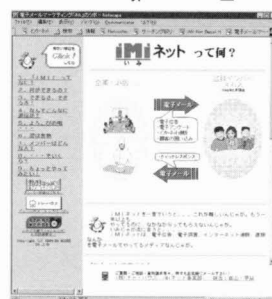
図1 iMiネット・生活者ホームページ

<http://www.imi.ne.jp/imi/>



図2 iMiネット・営業ホームページ

http://www.dohouse.co.jp/imi/imi_index.html





[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp