

ガーラフレンドの特徴と強み

コミュニティは、大きく分けて情報発信が主体のタイプと情報交換主体のタイプの2つに分かれる。また、無料メンバーリストサービスのようにツール性が強いグループウェア的なもので、すでにあるコミュニティが主体であるものと、ネット上で人間関係が形成されるタイプという区分も可能だ(図1参照)。

この2つの軸をもとにインターネット上の無料会員制コミュニティサイト「ガーラフレンド」を見ると、情報交換主体＝横のつながりが強い、かつネット上で人間関係が形成される、すなわち図の右上に位置付けられる。これがガーラフレンドの特徴であり、強みである。ガーラフレンドは掲示板、チャット、名刺交換といったコミュニケーション機能のみを提供するコミュニティだが、ジオシティーズなどの無料ホームページサービスとは、その性格は大きく異なっていることがわかるだろう。

会員の付加価値が高い理由

現在ガーラフレンド会員はユニーク数(重複分をのぞいた数)で15万人、そのうち毎日3万人がログインして書き込みを行っている。ガーラフレンド会員には「我々意識」(自分たちは仲間であるとい

う意識)、「役割意識」(ガーラフレンドの中でどんな役割を演じているか)、「依存意識」(ガーラフレンドを生活の一部として依存する)というコミュニティ感情が醸成されている。また、入会時の登録項目が多いため、いいかげんな登録者が存在しない、会員の詳細な属性が把握できる、という質を重視したコミュニティであることで、会員一人当たりの生み出す付加価値を最大限に高めている。

ガーラフレンドの収益構造

ガーラフレンドの収益はどこから生まれるのか? ガーラフレンドのビジネスの特徴は、ベースを広告収入においていない点である。ガーラのコミュニティは会員の高い再訪率と滞在時間の長さという点で一般的なコンテンツ情報提供サイトとは異なっているため、広告のみに依存するビジネスモデルでは不適當なのだ。

コミュニティを核とした事業

「コミュニティは生活空間であり、マーケティングの場である。メディアではない」という基本的認識はガーラフレンド立ち上げ準備の収益モデルの検討段階からすでに明確に存在していた。

コミュニティにおける掲示板の投稿内

容やチャットの会話を分析してニーズの発掘する「チャットマーケティング」、そしてそれをコミュニティの外部にある一般的なホームページやメールマガジンにまで拡大してデータ分析をする「eマイニング」。両者はインターネットに掲載される情報をどのように分析し、傾向やルールを見つけ出すかというノウハウの蓄積から可能となったビジネスで、ガーラフレンドにおける会話分析という地道なプロセスがその成立の背景にある。

一方、ガーラフレンドではオープン当初からターゲティングメールのデータベース構築を開始しており、そのボリュームが一定規模になった時点で「インフォ@メール」というサービスを開始した。これはオプトインメール(ターゲットが受信を許可した場合に送られるメール)という概念が日本に導入される前のことで、このビジネスの成立にはガーラフレンドの会員獲得が不可欠の要素だった。もちろん、一般的なバナー広告、メールマガジン広告による収入も一部を成しているが、レスポンス率が高いインフォ@メールのビジネス規模には遠く及ばない。また、ガーラのコミュニティ運営における実績から生み出されてきたのが、ガーラフレンド内への企業コミュニティの誘致(「エンタープライズコミュニティ」と大手サイトに対してのコミュニティの提供サービスである。さらにコミュニティ運営のノウハウから生み出された掲示板「サイバーコップス」(投稿監視システム)に代表される各種ツールのASP事業も大きな事業分野を形成し始めている。

(村本理恵子 株式会社ガーラ代表取締役会長)

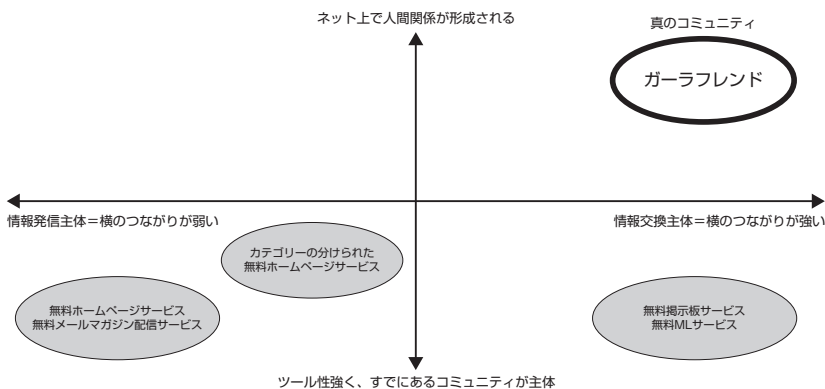


図1 コミュニティの分類

企業データ

1. URL : <http://www.gala-net.co.jp>
2. 設立 : 1993年9月3日
3. 資本金 : 4億7900万円
4. 従業員数 : 21名



[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