

2006年9月21日 [発行] 一番町インキュベーションセンター
 [制作者] ブレイクポイント株式会社 富岡 佳未

<menu>

【特集】バズメディア株式会社

- [What'sバズメディア] P.1
- [社長にインタビュー] バズメディア株式会社 石井 啓さん P.2・3
- [バズメディアのサービス] P.4
- [今月のピックアップ業界] クチコミメディア業界 P.5
- [vol.1資金調達] P.6



🔧 IICオープン1周年 🔧

一番町インキュベーションセンターは先日(9/12)オープン1周年を迎えました。無事1周年を迎えることができたのは後援をしてくださっている株式会社メガチップスさま、レオス・キャピタルワークス株式会社さま、関係者の皆様、そして入居者の皆様のおかげです。本当にありがとうございます。これからも一番町インキュベーションセンターをよろしく願いいたします。

<1ページ>

What's バズメディア株式会社

一番町インキュベーションセンター5F オフィスNO.505 代表取締役:石井 啓
 事業内容:クチコミメディア事業、クチコミプロモーション事業、マーケティングリサーチ事業、インターネット事業
 IIC入居日:2006年4月 設立年月日:2006年5月11日



今回は一番町インキュベーションセンター(以下IIC)5F,オフィスNo. 505に入居されているバズメディア株式会社さんにお話を伺います。

バズメディア株式会社さんでは、ブログ、コミュニティサイト、ECサイトなどの企画・制作やクチコミプロモーション、ネット広告代理などのサービスをワンストップでご提供されています。



バズメディア株式会社 石井さんの1日に密着

- 10:00 [出社]メールチェック、IICポータルサイトチェック
- 11:00~12:00 開発スタッフとミーティング
- ~13:00 売上計画表作成
- 13:00~14:00 スタッフと昼食
- 14:00~17:00 客先で打ち合わせ

—電車移動—

- 17:00~19:00 外注先パートナーとの打ち合わせ
- 19:00~22:00 企画書見積もり作成
- 23:00 [帰宅]メールチェック、朝まで企画書作成

バズメディア株式会社 社訓

- 1、働くときは一生懸命働き、休むときはしっかり休む。
- 2、楽しく仕事をする。(つらい事も楽しいと感じながら)
- 3、常に新しいことに挑戦する。

「自分が動かないと始まらない。」

常に次のフェーズを志向し続けるバズメディア株式会社・石井さんにインタビュー

—まずは事業内容についてお聞かせ下さい。

石井： ブログやSNSを構築し、それを使ってクチコミを広めていくクチコミメディアプロモーションを行っています。構築したクチコミメディアと大型ビジョンやポスターを使った広告とをからめてクチコミを広めていたり、最近では要望があってプログラマーのポータルサイト制作なども手がけています。



—石井さんはこれまでに音楽関連会社やコンサルティング会社、IT関連会社にお勤めになっていたんですね。

石井： はい。最初は大学を卒業してレコード会社に勤め、宣伝活動などをしていました。その後コンサルティング会社では採用やweb制作、大学生のコミュニティサイト制作などに携わり、IT関連会社ではフラッシュサイトの制作、ネット広告代理などをしていました。

—その中でクチコミメディアという領域に行き着いた経緯を教えてください。

石井： IT関連会社でビジネスブログ制作の仕事任せられ、そこでヒントを得ました。企業がブログに対して興味を持っていることを知り、ブログがメディアとして使えるというところにビジネスチャンスを感じたんです。プロモーションやコンサルティング、web制作などこれまでの経験がすべてからみあって現在の仕事につながっています。

—バズメディア株式会社では、さまざまなサービスを提供されていますよね。

石井： はい。クチコミメディアを構築するだけでなく、ブログキャンペーンやイベント企画などの広告展開、マーケティングリサーチなどのサービスをワンストップで提供しています。

—具体的にどのようなものですか。

石井： 大学生を対象としたプロモーションなどがあります。大学生協のポスターや構内の掲示板などを利用してプロモーションを仕掛けます。

—そういったサービスの中でバズメディアの優位性は何ですか。

石井： 広告と絡めてクチコミを発生させていることです。ネット以外の手段を持っていることがうちの強みのひとつですね。それとブログやSNSだけでなく、パンフレットなど「紙」の制作を行っていることも特徴のひとつです。

—制作会社としての機能も持っているというのは、クリエイティブな部分における強みのひとつですね。

石井： そうですね。

—ネット上のクチコミと従来のクチコミの違いは何なのでしょう。

石井： ひとつには、これまでのクチコミが1:1のものだったのに対し、ネット上のクチコミは1:多数のプロモーションが可能になったことがあげられると思います。SNSの利用者やブログを自ら立ち上げる人が増え、ブログを見る機会も多くなった。それにより情報の流れが双方向になりました。

—そうしたネットの流れをどう見ますか。

石井： 移り変わりが激しいネットの世界では、新しいアプリケーションが出てくるのは良いことだと思います。しかし、たとえば企業が個人に報酬を払ってブログを書かせるということになると、どうなのかと思います。本来ブログというのは、個人的な体験や意見なんかを書くものですよ。クチコミ広告であることを明記しないものが広まると、ブログを使ったクチコミメディアの信頼性が失われ、結果として消費者がだまされてしまうような事態にもなりかねません。

—そうしたネット業界において、バズメディアは事業としてどのような方向に向かっていくのですか。

石井: インターネット企業により、ネットの世界の1:1のやりとりがよりリアルなものになりました。そこで、これからは若者よりもむしろ奥の世代・高齢層に、インターネットによる便利なサービスを提案していきたいと考えています。

また、昨今のマーケティングは業界ごとにクチコミマーケティングを行い、確実に実績をあげています。バズメディアとしてもサービスを整え、クチコミを使ってビジネスを成功させることを目指します。

—具体的に現在考えていらっしゃることは何ですか。

石井: まだ具体的にはお話できませんけどね。ただネット業界は移り変わりが激しいので、常に何か違うものを仕掛けていくことを考えています。また一方で、ブログやSNSが今後ますますのびていくことにも大いに期待しています。

現実を見ながら常に次を志向することが重要

—石井さんはどのような思いで独立しようと思われたのですか。

石井: もともと独立心はあったのですが、去年の9月ごろ会社法が変わるなどの情報が入ってきたりほかにもきっかけとなるようなことがあったんです。おもに、

1. 会社法改正により起業の壁が低くなったこと
 2. 「ブログ」との出会い
 3. 個人的にサイトの依頼がくるようになったこと
- この3つが決断のきっかけになりました。

—独立をする上で悩みとなったことは何ですか。

石井: やはり資金面ですね。次のフェーズへ向かうための資金調達が悩みのタネです。それと会社設立当初は一人で孤独な上、初期投資も抑えなくてはいけないということで多少不安はありました。それを考えると、IICはお得ですね。敷金や保証金などが一切なく、日々のコストも抑えられるのでその分資金をビジネスに充てられるし、コンシェルジュがいることで精神的にも癒されています。何かIICという一つの会社のような気がして、疎外感がなくなるんですね。それと、サポートが充実しているので何かあったときにすぐ対応してくれるという安心感があるのも魅力の一つですね。

—では逆に良い点は何ですか。

石井: 自分で社風を作れること、自由に何でもできることがおもしろいです。それと、同業他社をはじめ金融関係やマスコミ関係など、会社に勤めていたときには出会えなかったさまざまな人と出会え、しかも自分自身で対応できるというのも魅力の一つかもしれません。

—事業を運営していく上で気を配っていることは何ですか。

石井: 事業というのはいつまでも同じことばかりをやっているのはダメだと思うんです。大体3か月ごとにフェーズが切り替わっていくイメージです。だから私は常に次のフェーズを志向しているんです。きちんと現実を見つつ、恒常的に次のフェーズを志向することが重要だと考えます。

—そういった恒常的な志向を支えているものは何ですか。

石井: リスクばかりを考えては何もできないという思いです。常に新しいことに挑戦し、そのために自分自身が動く。自分から動かなければ何も始まりませんから。もちろんそのためにはそれなりの覚悟も必要ですが。

—起業をする上でもそういったことが必要ですよ。

石井: はい。まずは決断をすること。それには周りの理解を得ることが必要です。さまざまなリスク、社会への貢献、そして自分自身の覚悟を理解してもらうことが重要です。起業は甘くありません。会社を作るのは簡単ですが、仕事をしお金をもらうということは並大抵のことではないのです。

—そんな石井さんの起業の心得をお聞かせ下さい。

石井: 何事も「嫌」から始めないことです。あれが嫌、これが嫌と言いつつ始めるといざと言う時結局責任転嫁してしまうと思うんです。それと本当に自分は一生これで食べていくんだというものが見つかったらから起業したほうが良いと思います。ちょっと会社でも作るかという気構えではうまくいきませんからね。

—では、今後の目標を教えてください。

石井: 5年以内の株式上場を目指します！それと違った事業にも取り組んでいきたいですね。

バズメディア株式会社石井さん、本当にありがとうございました。

◇バズメディアのサービス◇

1. クチコミメディア構築

プロモーションについてのコンサルティング・プランニングからブログやコミュニティサイト、ECサイトなどを企画・制作・運営し、クチコミメディアを構築する。インストール・設置・設定の代行やデザインカスタマイズ、RSSリーダーの開発なども行っている。

→クチコミが生まれるもとのメディアを構築→

2. クチコミプロモーション

検索エンジン登録やブログポータルサイト登録、※ping送信などの代行、さらにはプレスリリース配信やブログキャンペーン・イベントの企画などさまざまなプロモーションを行っている。

→クチコミが生まれる情報を発信→

3. マーケティングリサーチ

インフルエンサー（影響力）やリンクされている数、アクセスランキングなどの調査、さらには評判分析やアクセス解析により話題性のリサーチを行う。

→クチコミが広がる→

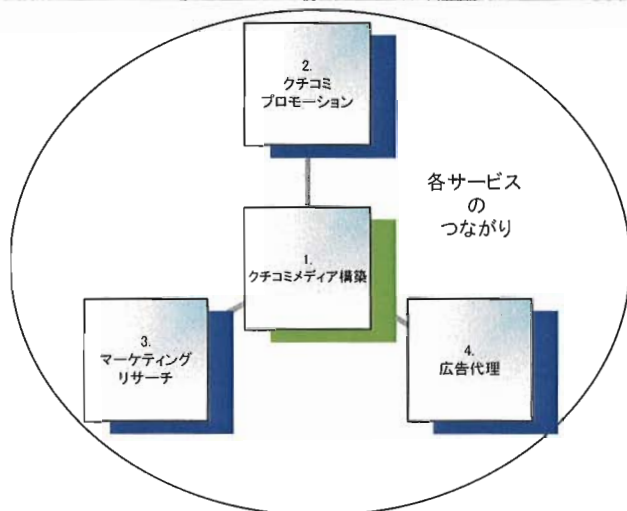
4. 広告代理

成果報酬型・保証型広告やインターネット広告、ブログ広告、屋外ボード広告、街頭ポスターなどさまざまなかたちで広告をする。

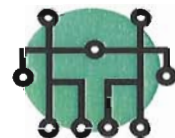
→クチコミをさらに拡散させる→

<バズメディアのサービスの特徴>

- **ブログ構築**: オリジナルデザイン、管理ツールの導入、ping送信先設定、ブログポータルへの登録
 - **コミュニティサイト**: オリジナルデザイン、検索エンジン登録、モジュール導入による機能強化、ブログ機能導入
 - **ショッピングサイト**: オリジナルデザイン、検索エンジン、ブログ機能導入、機能設定
- ◇ **ホスティング事業**
…自社サーバーでなくホスティングでブログを構築し提供、SEO対策やアクセス解析などもワンストップで提供
- ◆ **クチコミマーケティング**
…ブログやSNSで情報を発信した後、ストリートキャンペーンや地域限定キャンペーンを行う
→クチコミが発生



さまざまなサービスがクチコミメディアとつながっています



～ブログのメリット～

- ・記事が拡散され、さまざまな人の目に触れる！
- ・更新が簡単！
- ・※RSSフィードでの記事配信やping送信での情報発信ができる！
- ・コメントやトラックバックなどにより、双方向の情報発信ができる！
- ・ホームページより即時性・簡易性が高い！
- ・通常のwebサイトよりプロモーションが容易にできる！

※RSSフィード…サイト内の新着記事一覧や、個々の記事の更新日、本文の要約などをデータで配信すること。

※ping送信…ブログの更新情報をping受信者に通知するためのもの。

クチコミマーケティング業界

近年、ブログユーザーの増加に伴いクチコミメディアの影響力が拡大しています。

日経ビジネス(2005年5月9日発売)は、クチコミの影響力が強くなった4つの理由を次のようにあげています。

1. マス広告の効果減退(広告に対する不信感)
2. 消費行動の保守化(買い物で失敗したくないという意識)
3. 商品の複雑化(商品の見極めを他人の評価や体験に頼る)
4. ネットが生活の一部に(ネットの情報検索、ブログ、製品評価サイト)

昨今の情報過多は人々の懐疑的態度(ただ商品売りつけようとしているのでは?)を促進し、その結果メディアの地位は相対的に低下してきています。つまり、従来の消費者向けマーケティングの手法の効果は薄れてきてしまっているのです。

そこで今クチコミマーケティングに注目が集まっています。クチコミマーケティングとはその名の通り、クチコミを利用したマーケティングの手法で、今回お話を伺ったバズメディア株式会社さんが提供なさっているサービスのようにブログやコミュニティサイト、mixiなどのSNSを利用してクチコミを生み出し、利用者を広げるマーケティングのことです。

日本総研「研究員のココロ」はクチコミの効果を次のようにあげています。

1. マーケティングコミュニケーションとしての効果
 - …商品の認知度の向上や好意的な情報提供、購買への導入が期待できる。
2. 消費者行動の理解向上
 - …クチコミを分析することで、消費者がなぜその商品を買ったのか、どのくらい満足しているのかなどの理解・洞察が深まる。
3. 商品・利用方法の開発
 - …ユーザーのリードによって商品・利用方法を開発できる。それにより企業や商品へのユーザーの思い入れが深まる。
4. コミュニティ活性化と付加価値
 - …ユーザーコミュニティが活性化することで顧客ロイヤリティの向上や顧客のファン化につながるだけでなく、コミュニティそのものが商品に付加価値をつけることにつながる。
5. ロングテール現象
 - …継続的な販売による息の長い売上がクチコミを支える。



ブログ&SNS利用者数

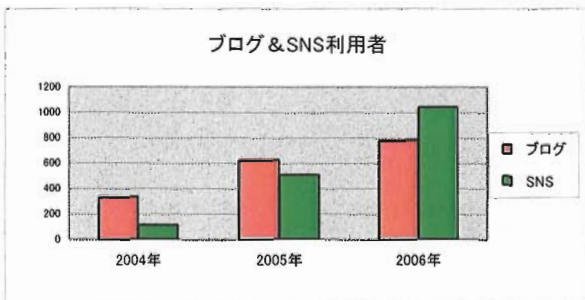
	2004年	2005年	2006年
ブログ	335万人	621万人	782万人
SNS	111万人	507万人	1042万人

ブログ市場規模<事業者数:115社>

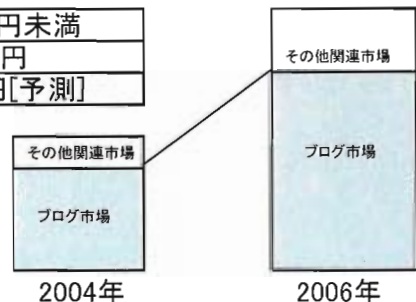
	ブログ市場	全ブログ関連市場
2004年	約6.8億円 (うちブログ広告市場約3.3億円)	約34億円
2006年	約140.6億円 (うちブログ広告市場約70.2億円)[予測]	約1377億円

SNS市場規模<事業者数:75社>

2004年	1000万円未満
2005年	約1.6億円
2006年	約5億円[予測]



ブログの利用者数はここ2年でおよそ2倍、SNSの利用者にいたっては10倍にまでなっています。また、ブログの市場規模は20倍、関連市場も合わせると40倍という急成長を遂げています。このことは個人が開設するブログのページに広告としての機能がより高まったことを示しています。クチコミマーケティングはそんな時代に即したマーケティング手方と言えるのではないのでしょうか。

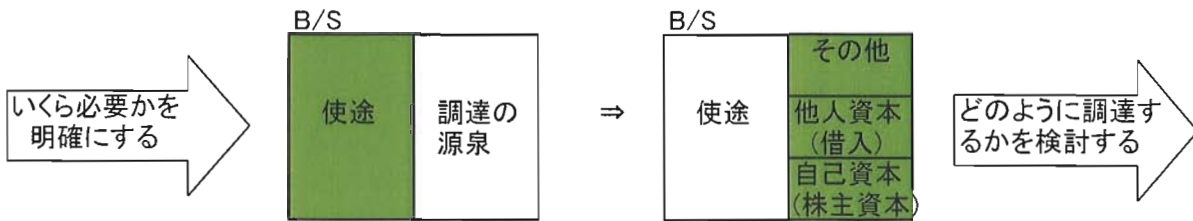


出典: 総務省

vol.1 資金調達

起業にあたり、事業形態や事業計画などとともに考えなければならないのが資金調達についてです。いくら資金が必要かを明確にし、どこから、どんな条件で、いくら調達するのかといった資金計画を検討します。

では資金とはいったいどのようなものなのでしょうか。資金と一言で言ってもいろいろと分類することができます。ここでは資金をどうやって集めるか？(調達源泉)とそれをどのように運用するか？(使途)に分けて考えてみます。



資金の使途はおもに次の2つに分けられます。

【**運転資金**】日常の営業活動で必要になる資金。

【**設備資金**】事業の創設・拡張・改良などの際に必要な設備に要する資金。

調達の源泉はおもに次の3つに分けられます。

エクイティ…返済の定めがない資金です。一般的にエクイティの比率が高いと財務基盤は安定的といえます。

負債…返済条件、金利などがあらかじめ定められた資金です。

その他…買掛やリース、割賦などもスタートアップのベンチャー企業にとって重要な調達源泉となります。

	自己資本	他人資本	その他
【形態】	株式 (新株予約権付社債発行、新株発行など)	借入 (融資、投資)	買掛、リース
【出し手】	株主	銀行、VC、政府系金融機関、民間金融機関 信用協会、スポンサー、エンジェルなど	取引先
【メリット】	・財務体質が強固になる。 ・利益が出ていない間は配当の必要がない。	金融機関等であれば法律上経営に介入されない。	・調達が比較的容易である。
【デメリット】	出資者が経営に介入して来る可能性がある。	・スポンサーやエンジェルの場合、経営に介入されることがある。 ・利益の有無にかかわらず、元本返済と利息支払いの義務を負う。	・しっかり管理しないと支払えなくなる。 ・コストが割高になることもある

● IICからのお知らせ ●

【第7回 一番町塾開催】

10月26日(木)に第7回一番町塾を開催いたします。今回は、株式会社メガチップス・会長 進藤晶弘氏(一番町塾塾長)にメインスピーカーをお願いし、お話をいただきます。参加費は無料です。定員が30名となっておりますのでお早めにお申し込み下さい。



(株)メガチップス・会長
進藤 晶弘氏

詳しくはIICポータルサイトをご覧ください。

→<http://iic.incubation-center.com/portal/>

【会議室について】

会議室やミーティングスペースの予約・キャンセルは基本的には各自で行っていただいておりますが、受付をお通りになったときなどお声をかけていただければ手配します。

なお、会議室等の予約・キャンセルはこちらからできます。

→<http://wiz.incubation-center.com/reserve.php?>

ICHIBANCHO
INCUBATION
CENTER

一番町
インキュベーションセンター DATA

運営:ブレイクポイント株式会社
後援:レオス・キャピタルワークス株式会社
株式会社メガチップス

住所:〒102-0082
東京都千代田区一番町17-6
一番町MSビル4・5F

TEL:03-5210-3210

FAX:03-5210-3240

E-mail: info@breakpoint.co.jp

URL: <http://iic.incubation-center.com/>

アクセス:東京メトロ半蔵門線

「半蔵門駅」5番出口 徒歩3分

東京メトロ有楽町線

「麴町駅」3番出口 徒歩5分