

インターネットを活用した リサーチ情報提供サービス

TVや新聞・雑誌などのメディアにとって生活者調査や世論調査は、番組などコンテンツづくりに欠かせないものです。また企業にとっても生活者調査はマーケティングの一環として欠かせません。こうしたメディアや企業の調査に対するニーズに、インターネットを活用してスピーディーかつローコストで応えているのがインフォプラントです。82,000人の会員データベースを保有し、あらゆる属性を対象とする調査に対応できるのがセールスポイント。さらには自社発の独自の生活者情報の提供や上記リサーチのASPサービスも展開しています。同社が構築したインターネットのビジネスモデルによって消費者や視聴者が主役となる新しいプラットフォームが動き始めているのです。



大谷 真樹 代表取締役

24時間365日対応の速報性が武器

インフォプラントが行うリサーチ情報提供サービスのうち、メディア向け商品が「mp@ck」(エムパック)であり、企業向け商品が「dp@ck」(ディーパック)です。2001年7月からは、同社自身が調査情報を発信する生活者情報配信サービス「C-NEWS」を開始。さらに10月からは「mp@ck」のASPサービスとして「mp@ck-i」をスタートさせました。

これらのリサーチ事業を支えているのが82,000人(以下、数字は2001年11月現在)の会員属性データベースです。たとえば、TV局や企業から「〇歳から〇歳の女性〇〇人について〇〇の調査をしたい」という依頼があったとします。同社では即座に、データベースから調査対象の会員をセグメントし、

メールで調査依頼を配信。会員は専用Webサイトにアクセスして、ID・パスワードを入力し、調査内容についての質問に答えるサイトに移動します。そこで調査データが入力されると、自動的に集計を行い、結果はクライアントに納品されます。

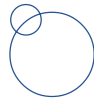
調査の依頼から納品までに45分という選挙の際の最速記録があるそうです。このシステムはメディアの場合、緊急調査など速報性を要するコンテンツに威力を発揮し、しかも24時間365日対応であるため、TV局や新聞社、雑誌社から同社が高く評価されるものなぞけず。同社のサービスが登場する以前は、この種の調査は街頭インタビューなど手作業で行われ、時間と労力が莫大にかかっていたのです。

「インターネットとデータベースを組み合わせ

れば、素早く人々の声や情報を収集できると考え、最初はメディア向けにリサーチ情報の提供サービスを実験的にスタートさせました。mp@ckをビジネスとして開始したのは1998年夏。1999年夏から本格的なビジネスモデルになるという手応えを感じ、ローコストでスピーディーなサービスを追求した研究を進めました。その結果として、口コミで顧客が急速に増えていきました」と大谷真樹代表取締役。

起業家を表彰する世界的に著名な「アントレプレナー・オブ・ザ・イヤー」で2001年度、大谷代表取締役が表彰されたのも、こうしたインターネットを活用したマーケティングリサーチ事業の革新性におまます。同社の顧客はすでに101番組、67雑誌、137制作会社、4大新聞、一般企業500社以上におよんでいるのです。

インターネットと 会員属性データベースが連動



インフォプラントのリサーチ情報提供サービスを支えている基幹システムは、インターネットと会員属性データベースが連動し、Webがフル活用できるように設計されています。24時間365日体制で休みなく稼動しており、システムのメンテナンスをNECソフトが担当。日々の運用で現場からの改善要求が次々に飛び込んでくるため、小さな改造は毎日行われ、システム自体が日々進化しているのです。

改善点を社内のシステム開発チームが整理して、NECソフトの担当者がプロジェクトリーダーとしてほぼ常駐体制で対応しています。会社の成長に合わせて、顧客ニーズにもスピーディーな対応を要求されるため、改善現場ではアプリケーションの開発を迅速に行う必要があります。NECソフトのサポートが、情報の収集配信を中心とするシステムの安定した運用を実現させているのです。

「打ち合わせや緊急のサポートなどが四六時中発生するため、業務がスムーズに流れることで顧客の満足度が確保されます。スピード感や理解力、未来への洞察力など

で、NECソフトは同じ歯車で動いてくれるため、よいシステムが実現でき満足している」と大谷代表取締役。

「次々に生まれてくる企画を現実化する毎日で、楽しくて仕方がないのが実感です。大谷代表取締役との密なコミュニケーションを繰り返しながら、システムに関しては全面的に任せていただいています。事業内容は今後ますます多様化していく予定で、システムもそれに伴って進化していきます。現有体制で売上の増大を実現するために、より有効なシステムを追求して取り組んでいきたい」とNECソフト第三SI事業部第二ソリューション部の三浦康英主任は同社の事業拡大に期待を寄せています。

ASPサービスの「mp@ck-i」は、NECソフトをビジネスパートナーとする共同事業としてスタートしました。このサービスは、それまで同社が調査の設計から集計までを行っていたものを、発注するメディアが同社のサーバーにアクセスして自分たちで調査を実施する仕組みを提供するものです。

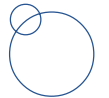
「システムだけを構築しても現場では動かないこともあります。TV番組づくりなどの現場をよく知っているわれわれの知識が付



NECソフト(株)第三SI事業部
第二ソリューション部 主任
三浦 康英

加されてこそシステムがうまくいく。だからNECソフトのシステム構築力とインフォプラントの現場ノウハウとをミックスさせて、よいパートナーシップを組んでいきたい」と大谷代表取締役は語っています。

視聴者のメディア参加型 プラットフォームとして



インフォプラントの事業の革新性は、これまでの企業やメディア側が優位に立った構造を逆転させ、生活者や視聴者が主役となるパワーシフトが起きる可能性を秘めていることです。生活者が調査を通じて自分たちの意見や意識を述べ、視聴者が自ら番組に積極的に参加するシステムを同社の事業が提供するからです。

視聴者が自分のIDとパスワードを持ちさえすれば、各種番組に共通して参加することができ、参加するたびに自分のポイントが溜まっていくようになっています。番組に積極的に参加しようというインセンティブが強力に働く仕掛けが組み込まれているわけです。視聴者のメディアへの主体的な参加がもたらす視聴者・メディアが一体となった双方向性プラットフォームを構築することが、同社のねらいなのです。

同社の経営理念は、「あらゆる人々が、社会とフェアに対話できる未来を提供する」こと。同社のチャレンジ精神が社会の仕組みまでを変えようとしています。



生活者情報配信サービス「C-NEWS」編集部