

# コミュニティサイトと新しいマーケティング手法 ~ @cosmeのコンセプトと活用事例 ~

株式会社 アイスタイル

吉松 徹郎

1. **アイスタイルのご紹介**
2. **@cosmeのサイト紹介**
3. **@cosmeからの人気商品**
4. **クチコミってなに？**
5. **クチコミからみえてくるもの**
6. **@cosmeのコンセプト**
7. **現在の課題**
8. **今後の展開**

# 1. アイスタイルのご紹介

## 1 - 1 . 会社概要

会社名	株式会社 アイスタイル
設立	1999年 7月
資本金	1億8,321万円
業務内容	化粧品のクチコミサイト 「@cosme ( <a href="http://www.cosme.net">http://www.cosme.net</a> )」の企画・運営
従業員	90名 ( 契約社員・アルバイト含む)
取引先企業	資生堂、P & G、花王、広告代理店 その他350社

## 1 - 2 . ボードメンバー



吉松 徹郎 代表取締役兼CEO

東京理科大学基礎工学部 卒業

- 1996年 4月 アンダーセンコンサルティング(現アクセンチュア)入社
- 1999年 7月 アイスタイル設立に参画、CEOに就任
- 2003年 9月 日本広告主協会 Web広告研究会主催  
第1回Webクリエーション・アワード Web人創業賞受賞



山田 ムコミ @cosme主宰

東京理科大学基礎工学部 卒業

- 1995年 4月 化粧品原料メーカー入社 研究開発部勤務
- 1997年 5月 化粧品メーカー入社 商品開発部勤務  
プランナーとして商品の企画・開発を担当
- 1999年 7月 @cosme(アットコスメ)立ち上げに参画、@cosme主宰
- 2000年12月 日経ウーマン「Woman of the year 2001 ネット部門」に選出される
- 2003年12月 日経ウーマン「Woman of the year 2004 リーダー部門」に選出される<sup>5</sup>

## 2 . @cosmeのサイト紹介

## 2 - 1 . @cosmeとは

@cosmeとは、日本最大の「化粧品専門コミュニティサイト」



ページビュー数 : 月間7,000万PV以上

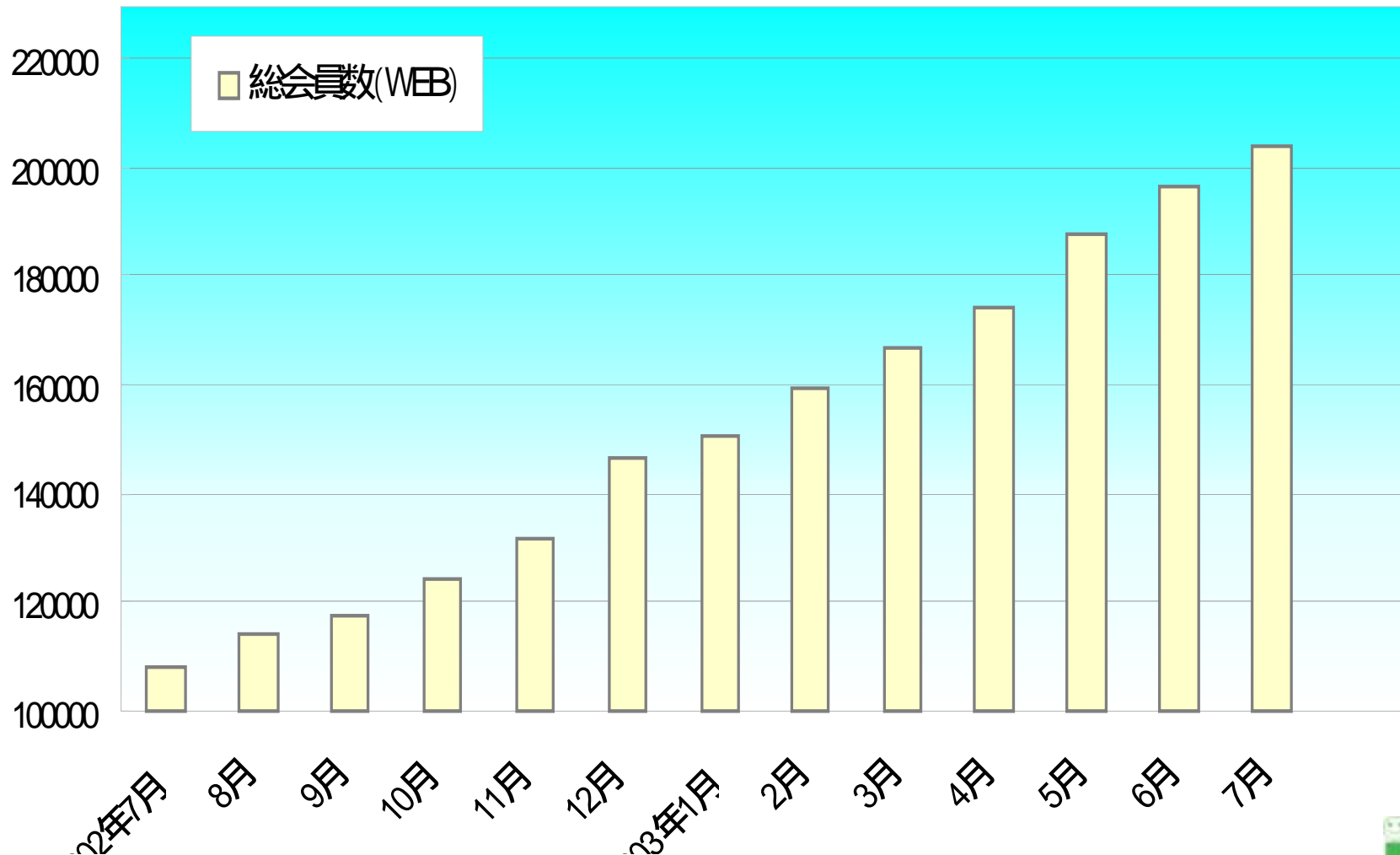
@cosme会員数 : 450,000人

1カ月の訪問者数 : 700,000人

登録商品数 : 85,000件

総クチコミ件数 : 約2,000,000件

### 成長している@cosme

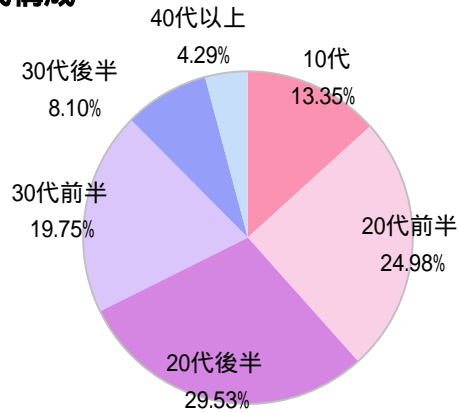




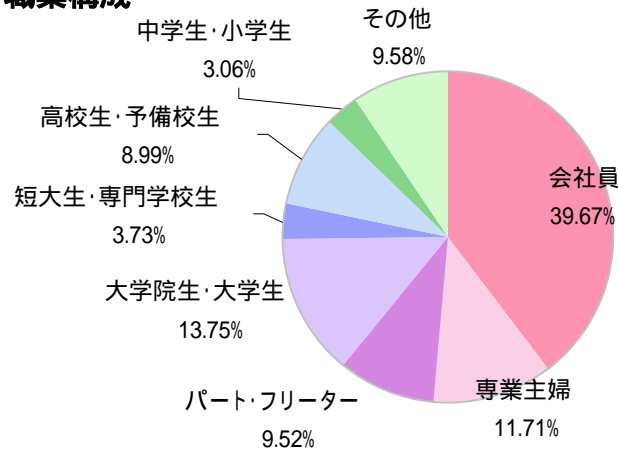
# 2 - 3 . @cosmeのユーザー

## インターネット使用人口と同じユーザー構成

年代構成

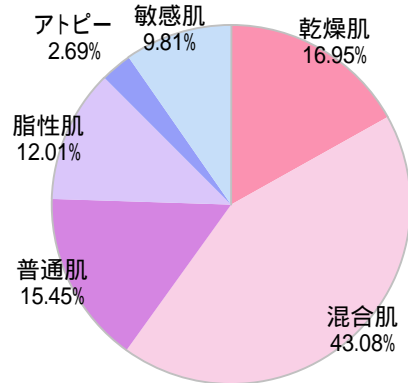


職業構成

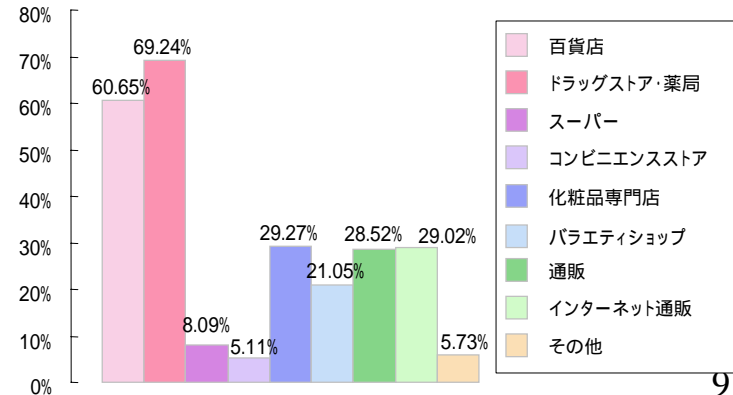


**男女比** 女性:99% 男性:1%  
**未既婚** 独身:64% 既婚:36%

肌質構成



化粧品購入経路



## 女性ネットユーザーの100人に1人が書き込み

ユーザー



クチコミを  
書き込む

istyle

@cosme



クチコミ  
データベース

- ・「0点～7点」までの8段階で評価
- ・評価は商品別
- ・商品数は8,000ブランド  
/ 80,000アイテム



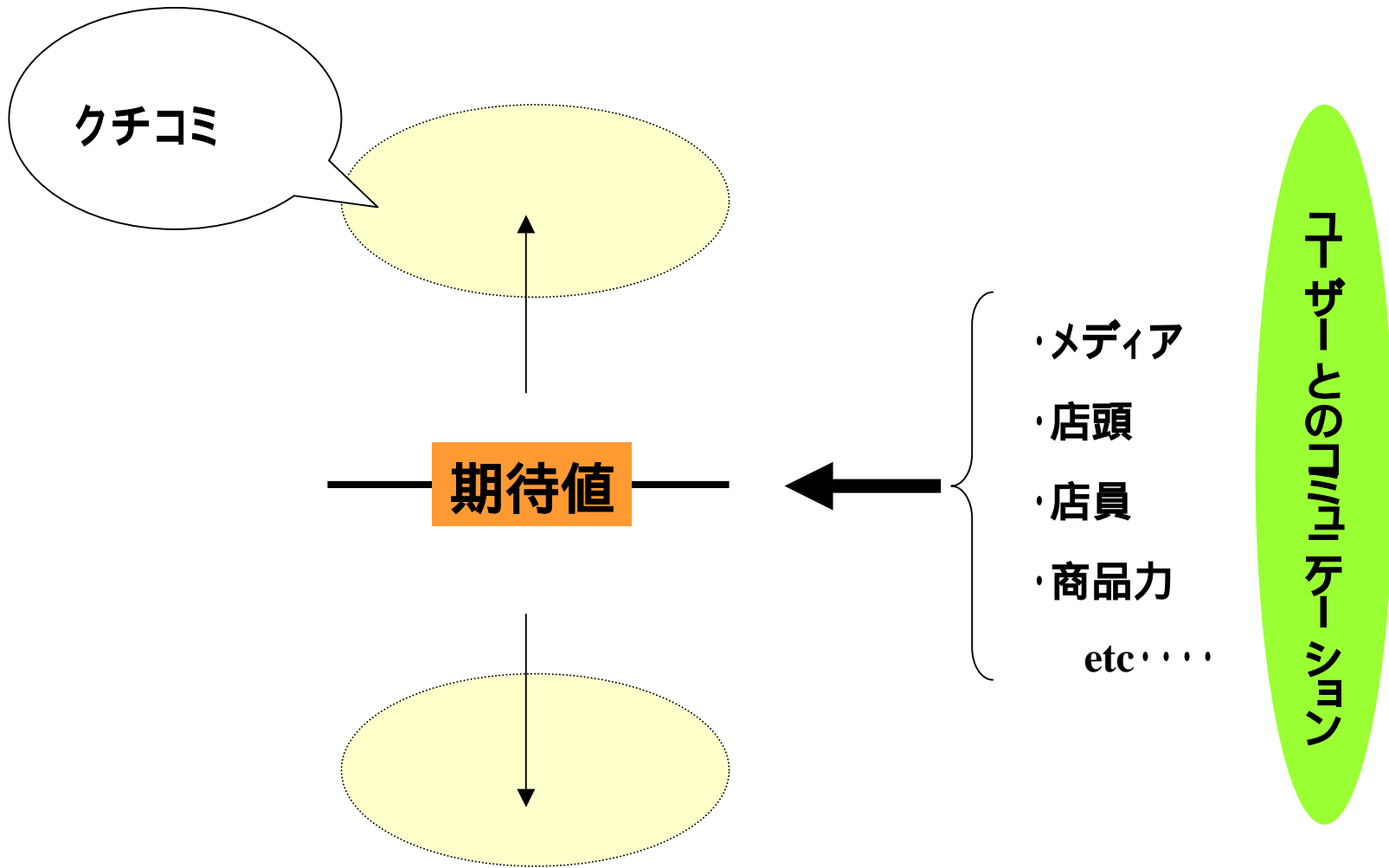
- ・クチコミ件数200万件  
(1日3,000件以上)
- ・クチコミユーザー20万人以上

## 3 . @cosmeからの人気商品

## 4. クチコミってなに？

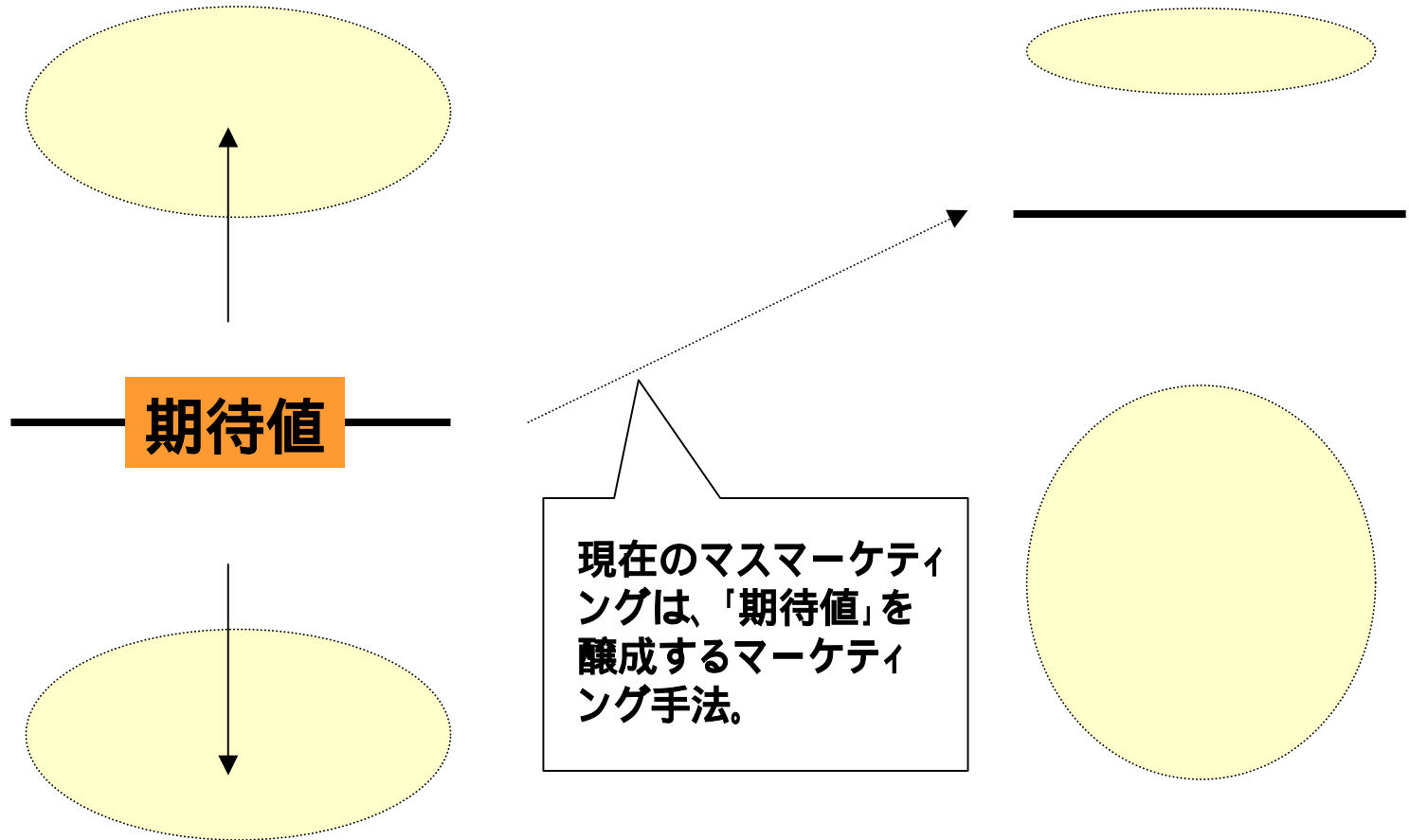
# 4 - 1 . 期待値とのギャップ

## ユーザーの評価は「期待値」とのギャップ



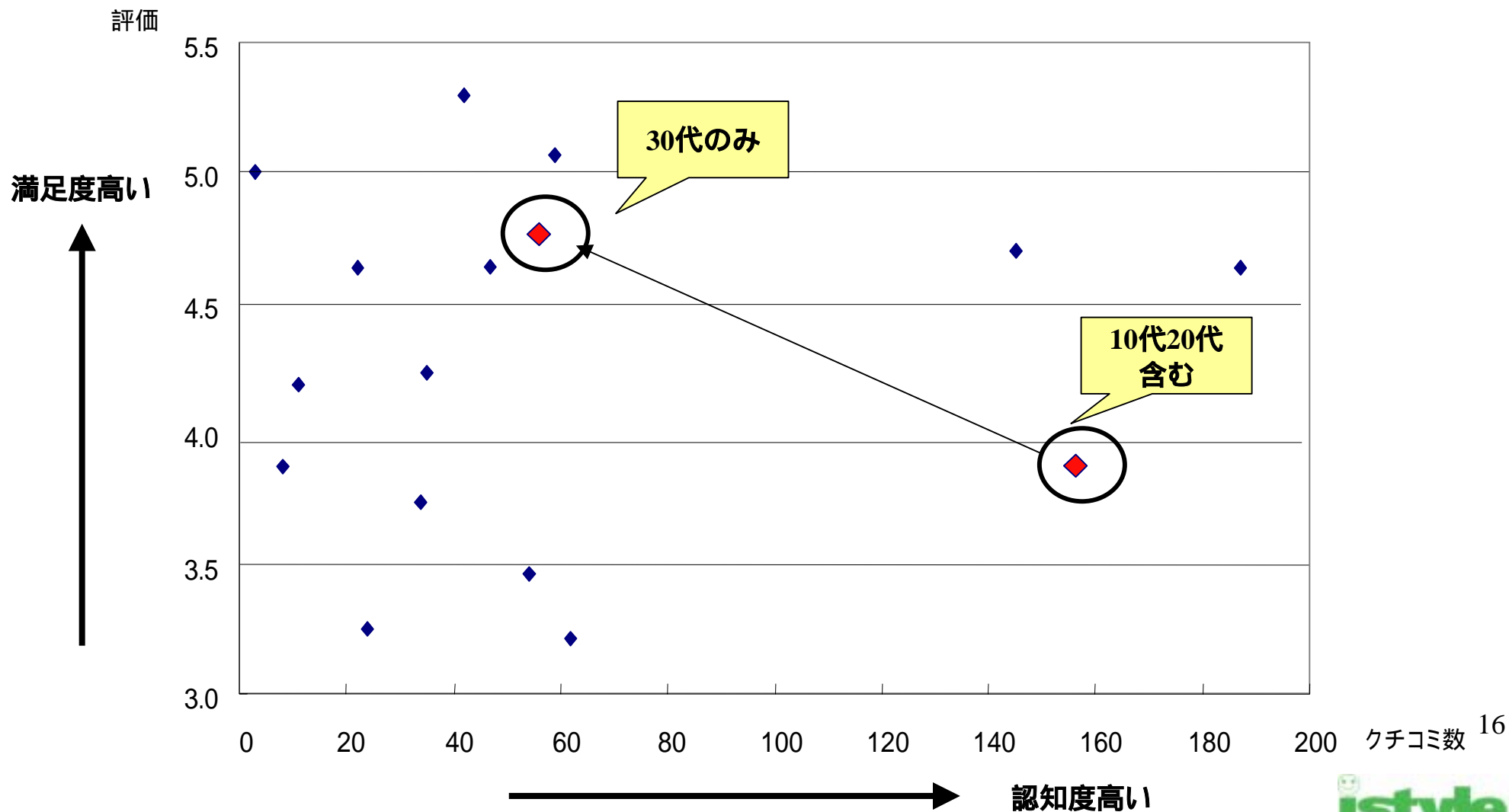
# 4 - 1 . 期待値とのギャップ

## 今のマーケティング



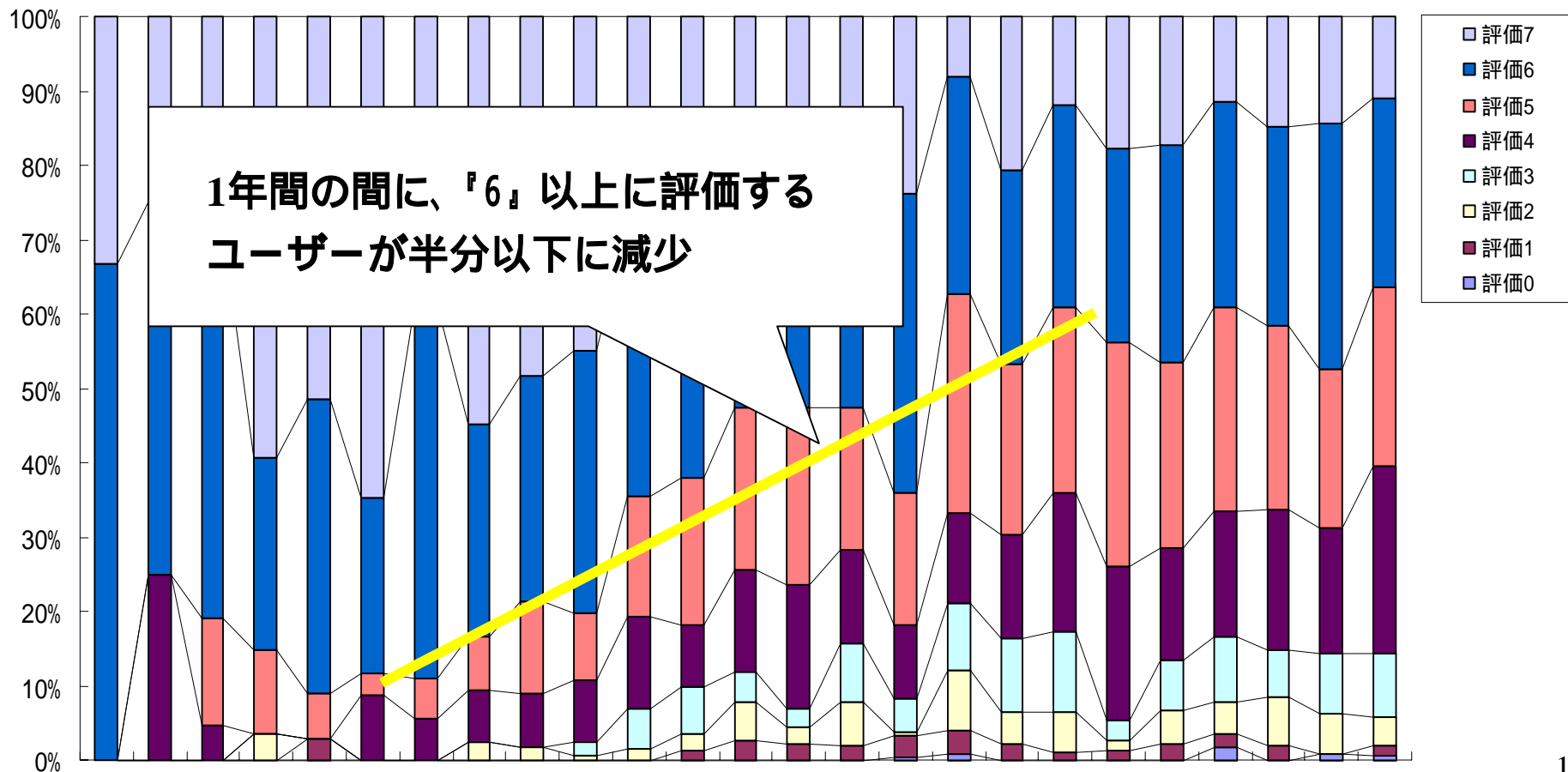
## 5 . クチコミから見えてくるもの

## ユーザー評価のマッピング



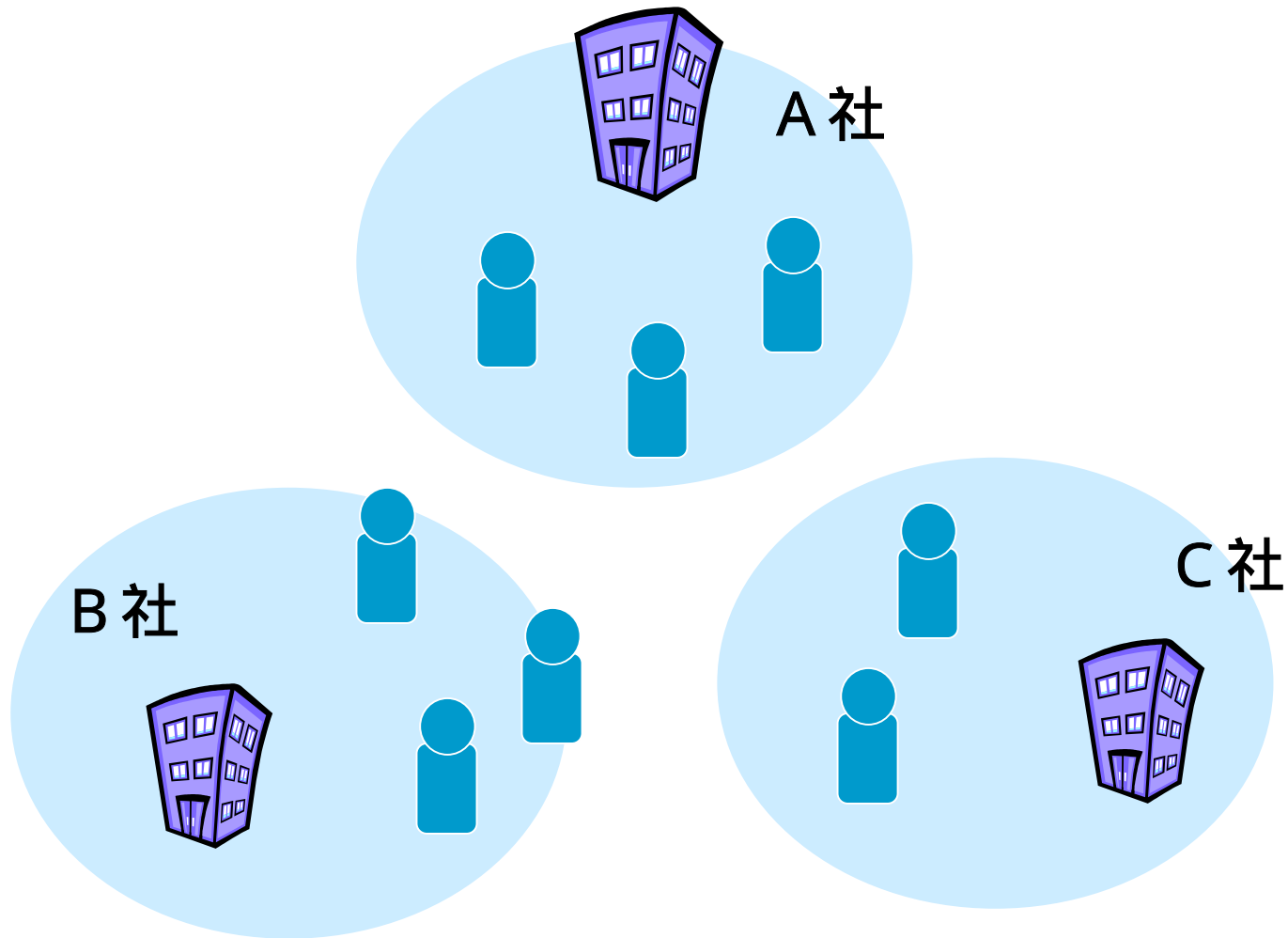


## 時間と共に変化するユーザーの期待値



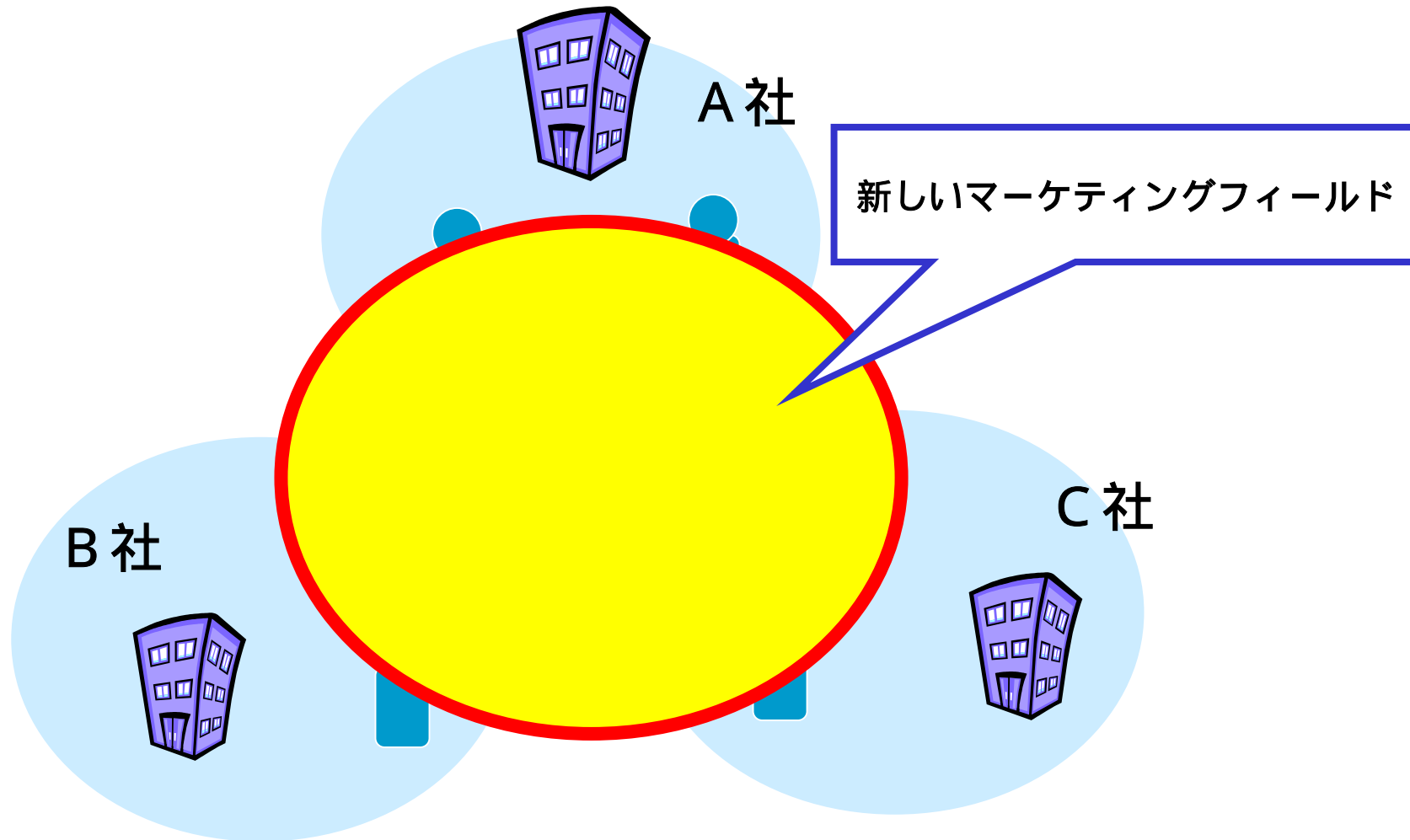
## 6 . @cosmeのコンセプト

## 6 - 1 . 現在のユーザーコミュニケーション

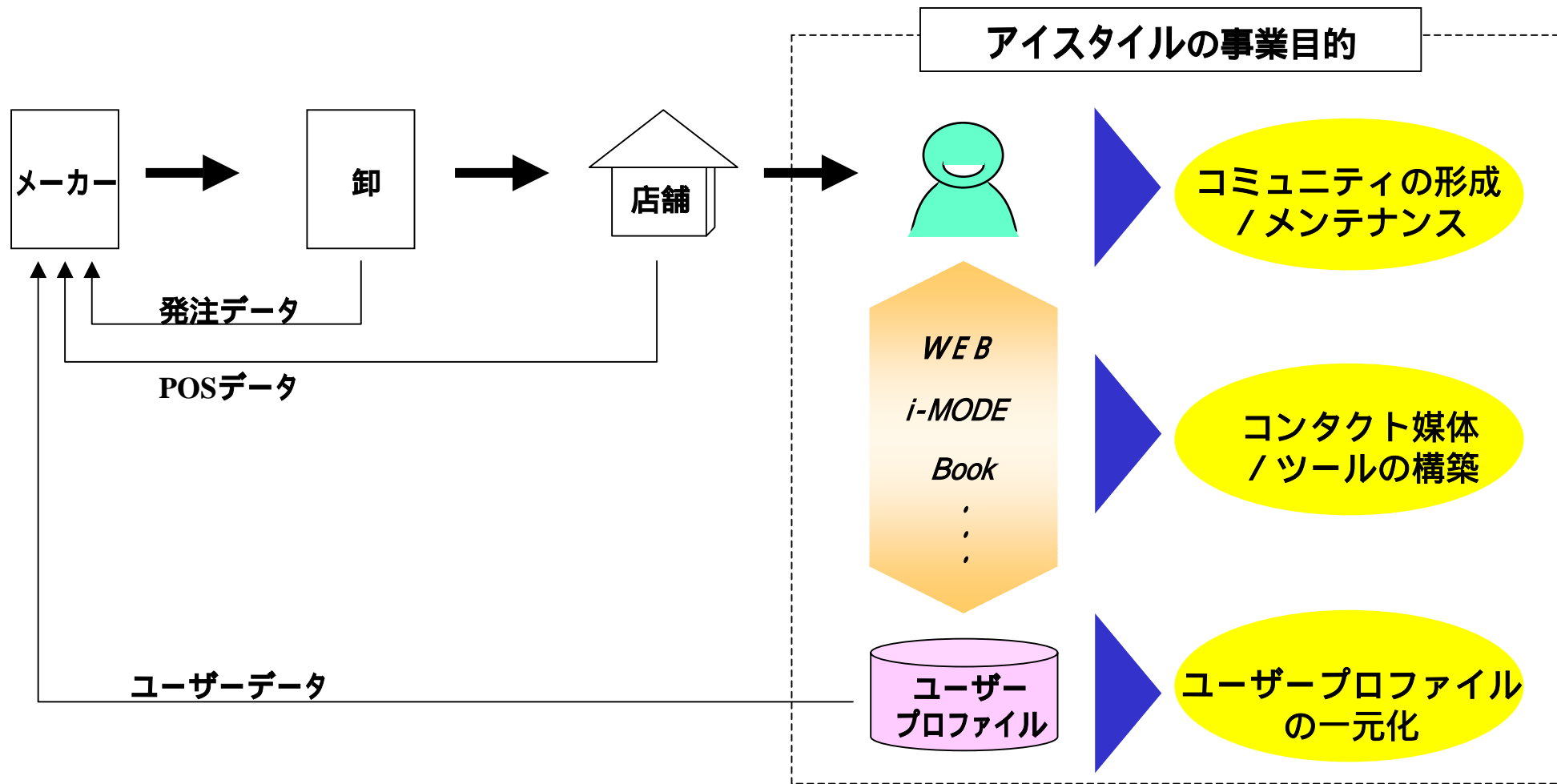


各企業が独自にユーザー情報を集めて活用

## 6 - 2 . 新しいマーケティングフィールド



CmRM ( Community Relationship Management ) の実現



## 業界特化型ユーザーDBの構築

## 「人」に紐づく情報

## ユーザー情報



肌質 乾燥肌  
年齢 27歳  
住所 東京都

## クチコミ情報

月 日 社の 商品を使用。	評価点 7点。最高！おすすめ！
月 日 社の 商品を使用。	評価点 3点。普通。可もなく不可もなく。
月 日 社の 商品を使用。	評価点 4点。まずまず。好感度あり。
×月×日 ××社の ××商品を使用。	評価点 6点。おすすめ。好感度高い！

- ・自社の商品だけではなく、他社の商品の使用状況もユーザー別に把握。
- ・時系列の情報も保有。

## 評価の理由・原因を記述

## ユーザー情報



肌質 乾燥肌  
年齢 27歳  
住所 東京都

## クチコミ情報

月 日 社の 商品を使用。

評価点 7点。最高！おすすめ！

月 日 社の 商品を使用。

評価点 3点。普通。可もなく不可もなく。

月 日 社の 商品を使用。

評価点 4点。まずまず。好感度あり。

×月×日 ××社の ××商品を使用。

評価点 6点。おすすめ。好感度高い！

「なぜその商品を買ったのか？」「その商品をどう感じたのか？」  
などの理由・原因を把握する為のデータ。  
ユーザーのもつ期待値とのギャップを把握する。

## 6 - 5 . イノベーションのジレンマ

**アイスタイル**

顧客情報をコアコンピタンスとしておきながら、  
顧客そのものを利益の源泉としていない。

**既存企業**

顧客情報が企業としての競争力の1つになっている為、  
競合他社と積極的にシェアするには、ハードルが高すぎる。



新しいビジネスモデル / 企業の可能性



## 7. 現在の課題

## 8. 今後の展開

ネットユーザー以外への情報伝達



- ・ムック形式
- ・5万部発行
- ・全国の書店、  
コンビニで発売

# @cosme EXPO★2004

出会えて良かった！ 通販コスメフェスティバル



# 店頭へユーザー情報をデリバリー

