

ホットリンク、執行役員 CMO 飯高悠太による  
初となる著書「僕らは SNS でモノを買う」が8月29日より発売  
～発売前に重版決定！SNS マーケティングの新法則を公開～

## 【概要】

SNS マーケティング支援を行う株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、証券コード:3680、代表取締役会長:内山幸樹、以下ホットリンク)は、ホットリンク執行役員 CMO である飯高悠太が執筆した書籍「僕らは SNS でモノを買う」が、ディスカヴァー・トゥエンティワンより8月29日に出版されることを発表します。

## 【背景および内容】

2018年、インターネットの広告費は1兆7,589億円(電通「2018年(平成30年)日本の広告費」より)、5年連続2桁成長となり、2019年は遂にインターネット広告費がテレビの広告費を抜くと言われていました。しかしその一方で、「ネット広告がきかなくなってきた」という声が広まっています。

そこで SNS が浸透した現代では、企業において消費者とのタッチポイントを持てるだけでなく、情報を広く伝播する上で SNS マーケティングの重要性は高まっています。しかしながら、再現性のある施策が確立していないのが実情です。ホットリンクでは、「SNS マーケティングのスタンダードを創る」をミッションに、SNS 時代の購買行動プロセス「ULSSAS(読み:ウルサス)<sup>※1</sup>」を基とした SNS マーケティング支援を行っています。

本著は、「SNS マーケティングは、今が一番面白い時代」と断言するホットリンク執行役員 CMO 飯高が、“UGC<sup>※2</sup>”と“ULSSAS”をキーワードに、消費者がどのような方法で情報を収集し、どのような情報を好み、どんなシーンで購買を決めるのかというユーザー行動を読み解き、それらを理解した上で、自分たちが届けたい情報を、届けたい人に伝えるための SNS マーケティングの新法則についてまとめた1冊です。

また発売を記念して、書籍の一部内容を note やその他メディアなどで順次オンライン公開します。

今後もホットリンクは、「SNS マーケティングのスタンダードを創る」というミッション実現に向けて、ホットリンクが保有するソーシャル・ビッグデータや SNS マーケティングのノウハウ、自然言語処理・画像処理など AI 技術を活用し、お客様のニーズにこたえるマーケティング活動支援を展開してまいります。



※1 ULSSAS・・・UGC(ユーザー発信のクチコミ)→Like(いいね)→Search1(SNS での検索)→ Search2(検索エンジンでの検索)→Action→Spread(拡散)という一連のユーザー行動を表したもの。ホットリンクは、企業の Twitter マーケティング支援を通して、UGC を起点に拡散されるアカウント基盤を構築し、ULSSAS が回っていく状態を作り上げることができると、『売上アップ』『事業の成果につながる』『再現性がある』ことを検証しています。

※2 UGC・・・User Generated Contents(ユーザー生成コンテンツ)の略称。SNS での投稿やブログ商品レビューなどのユーザー発信のクチコミを意味します。

## 【書籍概要】

「ULSSAS」というユーザー行動を知り、活用していくための SNS マーケティング入門書！  
SNS によって、誰もがメディアになり、誰もがコンテンツの作り手になれる時代がやってきました。  
このことを、どのようにして商品やサービスの購入につなげていくことができるのでしょうか？  
その鍵となるのが、「UGC」と「ULSSAS」。  
小手先のテクニックではなく、本当に良いものを、それを必要とする人へ届ける。  
本著では、その方法をご紹介します。

## 【書籍情報】

タイトル： 僕らは SNS でモノを買う -SNS マーケティングの「新法則」-

著 者： 飯高 悠太

出版社： ディスカヴァー・トゥエンティワン

発売日： 2019 年 8 月 29 日

定 価： 単行本 1,620 円(税込) / Kindle 版 1,166 円(税込)

目 次： **第 1 部 僕たちのメッセージは、どうすれば届く？ SNS 活用編**

- 1.SNS でモノが売れるの!？/2.企業は SNS でガンガン宣伝すればいい？/3.じゃあ、企業アカウントで、何をすればいいの？/4.UGC はなぜ大事？/5.最終ゴールはフォロワーを増やすこと？/6.なぜアカウント運用だけじゃダメなのか/7.つまりバズらせればいいのか？/8.SNS で売上を出しやすい商品、出しにくい商品/9.SNS 時代の購買は ULSSAS になる/10.ULSSAS を回すポイント 1 スモール・ストロング・タイの法則/11.ULSSAS を回すポイント 2 UGC を発生させる仕掛け/12.Twitter 以外の SNS マーケティング/13.炎上はどう防ぐ？

### 第 2 部 僕たちのメッセージは、どのように作ればいい？ コンテンツマーケティング編

- 1.UGC が発生しないときこそコンテンツマーケティング/2.どうしてコンテンツマーケティングが注目されているの？/3.まだ PV で消耗してるの？/4.誰のどんな悩みを解決するの？/5.ユーザーはどんな人？/6.メディアは量なのか、質なのか？/7.コンテンツって、そんなにたくさん作れるもの？/8.どの数字をチェックすればいいの？/9.マーケターにとって一番大事な考え方

Amazon: <https://www.amazon.co.jp/dp/4799325485>

その他、各ネットストア、全国の書店などでお買い求めいただけます。

## 【オンライン公開】

### ■note

公開内容： 目次/はじめに/第 1 部 8 章「SNS で売上を出しやすい商品、出しにくい商品」

掲載 URL: <https://note.mu/yuta10/n/nd75ac45e29c4>

### ■Books&Apps

公開内容： 第 1 部 9 章「SNS時代の購買はULSSASになる」

掲載 URL: <https://blog.tinct.jp/?p=61572>

### ■ガイアックスソーシャルメディアラボ

公開内容： 第 1 部 10 章「ULSSAS を回すポイント 1 スモール・ストロング・タイの法則」

掲載 URL: <https://gaiax-socialmedialab.jp/post-68819/>

## 【著者プロフィール】

### 飯高 悠太 株式会社ホットリンク 執行役員 CMO

広告代理店やスタートアップ企業で複数の Web サービス・メディアの立ち上げ、50 社以上のコンサルティングを経験。

2014 年 4 月、「ferret」の立ち上げに伴い株式会社ベーシックに入社後、「ferret」創刊編集長、執行役員を務め、2018 年 12 月末に退職。2019 年 1 月より現職となる。2019 年より株式会社ホットリンクで執行役員 CMO(マーケティング責任者)を務め、支援企業の SNS コンサルティングを実施。



#### 著者 飯高悠太のコメント

約 8000 万人の人が利用する SNS において、企業活用の事例と言えば「キャンペーンによってフォロワーが何人増えた」「投稿のエンゲージメント率が何%になった」など、手前の指標ばかり。なぜ SNS を活用したことで売上が何%あがったなどの事例がないのでしょうか？それはまだまだ企業が部分最適をしているなどの問題があります。

これまでのデジタルマーケティングの多くが CPA で語られます。同じように SNS も CPA や CPI でやるとそれは難しくなります。多くの企業がフォロワー数や IMP などわかりやすいとこを KPI に置くわけです。

ただ本当にそれでいいのでしょうか？企業運営していく上で売上はとても重要なことですし、売上がなければ会社は潰れてしまいます。消費行動も変化し、ユーザーは多くのプラットフォームを使っているので、企業は部分最適思考でなく全体最適思考を持つべきなのです。

今回の書籍はなるべくわかりやすく伝えることを意識しました。手にとってくれた方々にとって有益な本になることを願っています。

※著者の出版にあたっての想いはこちらをご覧ください：<https://note.mu/yuta10/n/nc699fab98654>

## ■株式会社ホットリンクについて(証券コード:3680 東証マザーズ)

ホットリンクは、「データと AI で意思決定をサポートする」企業です。最先端の AI(人工知能)技術を搭載したソーシャル・ビッグデータ解析ツールやレポートサービスにより、ビジネスにおける意思決定をサポートします。また、AI によるソーシャル・ビッグデータ分析を軸にクライアントの販売促進・認知拡大に繋がるプロモーションサービスをはじめとしたソリューション提供を行い、ソーシャルメディアマーケティングをワンストップで支援します。

さらに、国内事業で培った AI 技術をクロスバウンドマーケティング領域へ適応し、今後さらなる成長を実現します。

設立日：2000 年 6 月 26 日

資本金：2,357 百万円(2018 年 7 月末時点)

代表者：代表取締役会長 内山 幸樹

企業サイト：<http://www.hottolink.co.jp/>

サービスサイト：<https://service.hottolink.co.jp/>

公式ブログ：<http://www.hottolink.co.jp/blog>

Twitter：[http://twitter.com/hottolink\\_pr](http://twitter.com/hottolink_pr)

Facebook：<https://www.facebook.com/hottolink.inc>