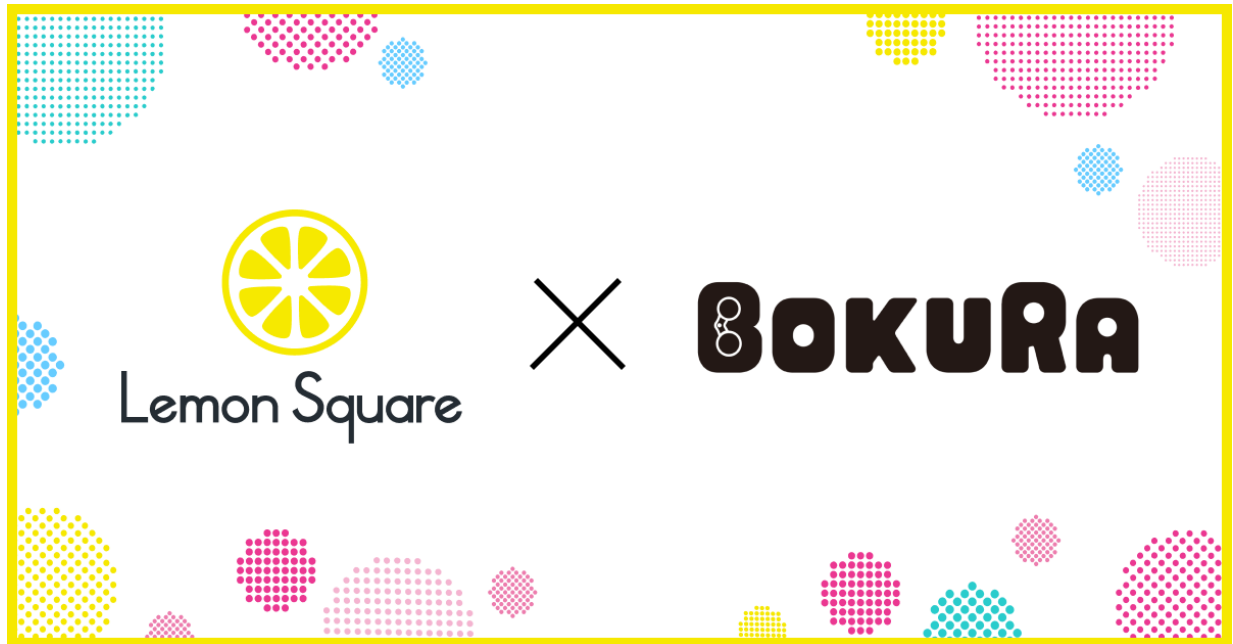


Lemon Square、BOKURAと協業し SNSを使ったマーケティング支援を強化

C Channel株式会社(本社：東京都港区、代表取締役社長：森川 亮、以下「C Channel」)が運営する企業とファンフルエンサー(※1)が出会い、関係を深めることができるプラットフォーム「Lemon Square(レモンスクエア)」はSNSを活用したファンマーケティング支援をおこなう株式会社BOKURA(本社：東京都武蔵野市、代表取締役：宍戸崇裕、以下「BOKURA」)を戦略的パートナーとし、ソーシャルメディアマーケティング支援を強化いたします。

(※1) ファンフルエンサーとはFanとInfluencerを足した造語です。



■両社について

C Channelが運営する「Lemon Square」は、ナノ・マイクロインフルエンサーが3,000人以上参画することを強みとしたマーケティングプラットフォームです。ナノ・マイクロインフルエンサーはエンゲージメントの高さや、親近感が湧きやすいことを特長としており、SNSに商品の口コミ投稿をすることで、その商品の新規ファンを増やすことに長けています。

BOKURAはSNSを通じたファンマーケティングの実績が300社を超えており、SNSアカウントの戦略立案～立ち上げ、運用、目的達成までの一気通貫した支援を強みとしています。ファンづくりを通じたコスト削減と売上拡大の実績が特長です。

■協業の目的

この度の協業により、新規ファンの獲得から、既存の企業SNSアカウントの運営強化、ファンの育成まで両社の強みを活かしたファンマーケティング支援が可能になります。Lemon Squareが新規のファンを獲得し、BOKURAが新規のファンをコアなファンへと導く流れを確立することを実現し、より一層、企業の販売促進支援を目指してまいります。

■協業の背景

総務省が作成する「情報通信白書令和元年版」によると、スマートフォンを保有している世帯が初めて8割を超え、スマートフォンの利用は増加傾向が続いています。SNSの利用状況も引き続き増えており、平成28年は51%でしたが、平成29年には54.7%、平成30年には60%、令和元年には69%となりました。

同時に、14歳から34歳のソーシャルメディアユーザーの約6割が信頼性担保のためにニュースの情報源を重視していると回答。SNSにおいては情報の発信源が重視されていることもわかりました。またSNS利用者はニュースソースよりもシェアした人に影響されているという海外の研究結果も存在するとあります。このような背景からユーザーの好感度が高く、信頼が厚いインフルエンサーがシェアした内容こそ消費者の心を動かす傾向にあることが伺えます。延いてはインフルエンサーを活用したプロモーションのニーズが急激に高まり市場が拡大する要因の一つでも考えられます。

SNSやインフルエンサーマーケティングの普及、そして新型コロナウイルス感染拡大による家時間の増加や外出の自粛が進んでいる今だからこそ、企業により効果的なソーシャルメディアマーケティング活動をご提供できると踏み今回の協業に至りました。

参考) https://www.soumu.go.jp/main_content/000689454.pdf

参考) <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r01/html/nd114120.html>

■BOKURAの概要

商号：株式会社BOKURA(<https://bokura.biz/>)

所在地：東京都武蔵野市吉祥寺本町1-34-11本橋ビル201

代表者：代表取締役 穴戸 崇裕

事業概要：ファンマーケティング事業、SNSマーケティング事業、スポーツマーケティング事業

■C Channelの概要

商号：C Channel株式会社(<https://corp.cchan.tv/>)

所在地：東京都港区三田1-4-1

代表者：代表取締役社長 森川亮

事業概要：メディア事業、eコマース事業、海外事業

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。