

2009年12月17日

三起商行株式会社

株式会社デジタルブティック

12月17日、「ミキハウス」コミュニティが誕生。
育児サイト「ベビカム」上でスタート、初コラボレーション。

ミキハウス×ベビカム = ミキハウスBCP(ピーシーピー)

育児サイトのノウハウが、企業のメリットを拡大。コラボレーションの相乗効果で、
ユーザーの子育て準備がもっと楽しく。

ミキハウスブランドを展開している子供服メーカーの三起商行株式会社（本社：大阪府八尾市、代表取締役社長：木村皓一、以下ミキハウスとする）は、株式会社デジタルブティック（東京都中央区、代表取締役：安西正育）が運営する、会員数12万人の育児サイト「ベビカム」と提携した、「肌着・ベビー服」のコミュニティサイト「ミキハウスBCP」を本年12月17日（木）にオープンします。

BCP（ベビカム・コミュニティ・パートナーズ）とは、「ベビカム」を12年以上運営するデジタルブティックのサービスで、妊娠・育児関連企業が「ベビカムコミュニティ上で」安心して、しかも安価に自社コミュニティを立ち上げられるよう開発されたしくみです。その第1弾が、「ミキハウスBCP」となります。

妊娠中の潜在顧客へのアプローチを強化したいミキハウスとしては、コミュニティサイトを立ち上げるにあたり、経験豊富なデジタルブティックが運営するベビカムの育児サイトのクオリティの高さが、ミキハウスのブランディングに適していると判断しました。

【背景】

BtoC企業によるコミュニティサイトの運営には、課題が多いとされています。顧客の意見や考えを「掲示板」などを通じ直接投稿してもらう仕組みは、商品やサービスの評判を、口コミ効果により高めることができるというメリットが大きい一方で、「荒らし」や「炎上」など、企業側が期待しないような事態に発展する可能性もあり、対応によっては企業価値を損ないかねないといったデメリットもあります。

そのため、企業側にとっては、コミュニティサイト管理体制の強化が必要になり、コスト負担とともに、大きな課題となっています。

一方で、妊娠中の女性や、育児中の若い母親や父親の中には、インターネットを通じて出産や育児に関する情報を得る人や、インターネットを使った育児サイト上のコミュニティなどを活用している人が増加しているという傾向があります。

20代、30代の母親への調査では、84.6%が子育てにインターネットは必要と回答し、コミュニティサイトの利用は週に平均 3.7 回、3.9 時間にものぼっています(「子育てへのインターネット活用実態調査『いまだきママの育児白書』」 2009年7月 NTT 西日本調査)。

【コラボレーションのメリット】

そこでミキハウスは、今回、ユーザーとミキハウス(企業)にとって、以下のメリットがあると考え、「ベビカム」とのコラボレーションに取り組むことになりました。

ミキハウスのメリット

1ヶ月間の来訪者50万人のうち、3割が妊婦というベビカムユーザーは、ミキハウスの潜在顧客と合致しています。このユーザーとのサイト上での直接的コミュニケーションにより、これまでの広告とは異なる、2Wayのコミュニケーションが可能になります。「ユーザーの子育てをお手伝いする」という視点で、ブランド担当者やショップスタッフなどが親しみやすい内容を展開します。あわせて、ベビカムがコミュニティ運営(デイリーでの発言チェック等)を担うことにより、企業単独で直接コミュニティサイトを運営するリスクを回避できます。

ユーザーのメリット

「ベビカム」内で、豊富な育児情報と共に、ミキハウス商品の情報や、評判など口コミ情報を得ることができます。また、これから始まる子育てや毎日の子育てに使うベビー服についての、ふとした質問なども、気軽に書き込みができます。

【ミキハウス BCP について】

「ベビカム」の中にある<ミキハウス>コミュニティ



妊婦・母親が集まるコミュニティサイト「ベビカム」

<ミキハウス>メーカーサイト

子育て準備中の母親や父親に向けて、「肌着・ベビー服のこと、話しましょう！」と題し、コミュニティを立ち上げます。「肌着って何？」といった、基本的なトピックスや、「夏生まれの赤ちゃんにも肌着は必要なの？」など、ミキハウスと潜在ユーザーとの距離が近くなるような内容と、赤ちゃんのことを第一に考えたミキハウス商品の品質について紹介します。

ユーザーは、ミキハウスBCPに登録すると、前述に加え、ユーザー間の口コミ情報や商品の評判などをチェックできると同時に、ユーザー自身が、いろいろな質問をしたり、感想を書き込んだりできます。また会員には、月1回のメールマガジン配信や会員限定プレゼントも企画します。直接対話を通し、店舗でのコミュニケーションが主だったミキハウスとユーザーとの関係性が、より深まることを期待しています。

【BCP(ベビカム・コミュニティ・パートナーズ) 概要】

BCPトップページ

その企業のブランドイメージに合わせて制作

BCP会員登録

BCP会員(=ベビカム会員の一形態)として登録された会員の個人情報は、規約により企業側(今回の場合ミキハウス)でも有効活用できる

企業からのお知らせ

専用管理画面により、企業側がいつでも簡単に、新製品情報や会員への特典をBCPトップページで告知できる

充実のコミュニティテーマ45

ベビカム既存の45のコミュニティテーマを内蔵

「妊娠初期」「妊娠中期」「妊娠後期」「ベビ友トーク」「もうすぐ出産!」「リサイクル市場」「仕事と育児の両立」…等

ベビカム内での、コミュニティ告知

BCPの最新記事を、ベビカム内の各ページでリアルタイムに表示し、BCPへの誘導を図る

【今後の展開】

ミキハウスとしては、より気軽に、より幅広いお客様に、自社の商品に触れてもらえるように、プレゼント企画なども予定しています。ミキハウスBCP会員登録数、初年度2万人を目標にしています。

デジタルブティックでは、このBCPサービスを「ベビカム」ご協賛企業のほか、各育児関連企業様にご提案中で、2010年度のコミュニティパートナー数を約30件と見込んでいます。

【関連情報】

「ベビカム」 <http://www.babycome.ne.jp/>

株式会社デジタルブティックが運営する、妊娠・出産・育児の情報サイト。

1998年開設。コミュニティやオリジナル育児日記サービスのほか、最新の医療、生活、商品情報を

提供。育児分野を中心とした大手企業からの継続的な協賛により運営されています。
2007年より、妊娠・育児中の女性約2万人を対象に毎週実施している「ベビカムウィークリーリサーチ」は、2008年「キッズデザイン賞」審査委員長特別賞 社会貢献メディア賞を受賞。
月間ユニークユーザ数:約50万人 / 月間総アクセス数:約600万ページビュー以上

三起商行株式会社(ミキハウス)

<http://www.mikihouse.co.jp>

大阪府八尾市若林町 1 76 2

子供服メーカー。「子どもと家族の毎日を笑顔でいっぱい」というビジョンのもと、子供服及び子どもを取りまくファミリー関連商品の企画・製造・販売、及び出版・教育・子育て支援などの文化事業を行っています。また、卓球の全日本チャンピオンの全日本チャンピオン平野早矢香や柔道金メダリストの野村忠宏などの支援や、若手スポーツ選手育成にも力を入れています(卓球の石川佳純や平野美宇などをサポート)。2009 年新生児向け肌着とファーストシューズが「キッズデザイン賞」を受賞。

株式会社デジタルブティック

<http://www.digitalboutique.jp>

東京都中央区築地4 - 5 - 9 築地安田第2ビル8F

1996年2月20日設立 代表取締役:安西正育(あんざいまさやす)

「ベビカム」や「ベビカムケータイ」の企画・運営のノウハウを活かし、本田技研工業、日本経済新聞など、大手企業のサイト企画・開発・制作・運営を行っています。

【この件に関するお問い合わせ / ご取材申込先】

三起商行株式会社

社長室 広報部:高坂一子 k-kousaka@mikihouse.co.jp

TEL:072-920-2111(代) FAX:072-920-2001

株式会社デジタルブティック

広報担当:倉本淑子 prs@digiboutique.or.jp

TEL:03-5148-5541 FAX:03-5148-5542

以上