



## 「Twitter 新たなコミュニケーションツール」(後編)



拝復 皆様新年明けましておめでとうございます。本年もよろしくお祈りします。

### m( \_ \_ )m

今年はカレンダーに恵まれず、あまり休んだ気がしませんでしたね^^;。恒例ですが、両実家を訪ねてお年玉を配り歩いてきました。幸い、双方の両親、4 人とも大きな病気もせず、**高齢化社会を満喫しているようです**。ま、戦後の混乱期に頑張って働いた人達ですから楽しんでもらいましょう(笑)。また、自分

←子供の頃のお楽しみでしたねえ。ほとんど貯金させられましたけど→



が高齢化しつつあるのですから仕方がないのですが、甥っこや姪っ子も大きくなり年々お年玉の出具合も少なくなっていきます。息子も独立して初めての一人暮らしを始めました。なにやら家が広く感じるのには気のせいではないでしょう。今でも住宅は余っているのですが(全国の空家率 13%)、今後はその傾向がますます強くなります。縮み行く日本をどうするのか。答えを出すのは我々です。

去年劇的な変化を遂げた政治ですが、**鳩山内閣の「子育て支援」**もあまり評判がよくないようです。私は賛成なのですが、**せめて所得制限だけは設けてほしい**。これをすると偽装離婚とかが増えるのでしょうか(笑)。一方、景気に目を向ければ、と行きたいのですが、正月早々気が滅入る話はやめて早速お題へと参りましょう。

昨年からの宿題「**Twitter 新たなコミュニケーションツール(後編)**」、をお届けします。

さて「Twitter」ですが、もともとの発祥の地は米国です。2006 年 7 月ツイッター社の前身である「Obvious」社のエヴァン・ウィリアムズ氏が、自身の関わっていた「バイク便などを問い合わせに応じて



←宅配便があれば別に郵便局は入りませんが^^

効率よく送る配車システム」の構築にヒントを得たといいます。そのときに「**リアルタイムでメッセージをルーティングするシステム**」と言うサービスコンセプトが出来上がった。ところでこの



←これ去年の大ヒット商品です。

会社ですが、未だに売り上げはゼロです。今の「Twitter」は会費の課金をするわけでもなし、広告も掲載されていません。ビジネスモデルが出来上がっていないのです。しかし、ユーザー数の順調な伸びに約 1 億ドルの資金調達を済ませ、その**企業価値は 10 億ドル**を超えられていると言われている。ざっと 1000 億円です。いかに将来価値が高いかを証明している数字ですね。

ここからは具体的な例をご紹介します。「Twitter」が社会に与えるインパクトを検証します。

## 「Twitter」と報道

日本でも大きく報道されましたが昨年1月 **ニューヨーク**でおきた**旅客機の不時着事故**が上げられます。米国では物凄い騒ぎだったようで、パイロットは一躍「英雄」とたたえられました。昨年末にはこの機長さ



←イメージ^^;

んのサイン入りパイロットキャップがネット・オークションで数十万円の値をつけていました。閑話休題。いち早くこの事態に気づき「報道」したのはハドソン川でたまたまフェリーに乗っていたジャニス・クルムス氏。川面に不時着した旅客機と、乗客の救出作業に当たっている様子を **iPhone** で撮影し、**ツイッター・アカウント**を通じて画像を投稿できる「**TwitPic**」に投稿した。この生々しいニュースはどのマスメディアよりも遥かに早く世界中に発信されました。

CGですがすごい [http://www.youtube.com/watch?v=iZPvVwvX\\_Nc](http://www.youtube.com/watch?v=iZPvVwvX_Nc) まさに奇跡の瞬間がほぼリアルタイムで「報道」されたわけです。これは**ツイッターの「リアルタイム性」**を世界に見せ付けた瞬間でした。また、中国の四川省の大地震（中国政府は極力情報を隠そうとした）での「つぶやき」やイランの



反政府デモの弾圧の様子を世界に発信した。イランも情報統制をしようとしたが、何しろ**事件がおきた瞬間にアップされてしまうので情報統制の手がなかった**。このときツイッター社のサーバーのメンテナンスが予定されていたのですが、なんと、**米国政府がツイッター社にメンテナンスの延期を要請した**という前代未聞の事態が発生した。これは美談ではなく現政権に不快感を持つ米政府が国益のために行った行動といえます。ただ、それほどの伝播力があることを米国政府が認めたこととなります。

## 「Twitter」とビジネス

09年8月に実施された調査では「**Fortune100社**」のうち**54%**が広報の手段として「**Twitter**」を活用しており、**ブログ (32%)**や**FACEBOOK (29%)**を上回っています。

最近、あまり話題に上りませんね。台湾勢にやられたかー



実際の売上に結びついた例としては「**DELL**」の例が名高い。デルは目的別に複数のアカウントを取り、08年9月時点までで合計**300万ドル**の売上を上げている。デルから、配信されるメッセージには**オンラインショップ**で利用できる**割引クーポンコード**が含まれるほか、**URL**リンクをクリックすることで**ツイッターユーザー専用のページにアクセスが可能**となっている。現在では**130万人**のフォロワーがいる。デルは従来メルマガを通じて限定販売情報を流してきたが、ストックされることの多いメルマガより、個々の日常に密接したタイムラインに突如「**お得情報**」が入ってくる**ツイッターの方が購入意欲**

年末年始も大活躍、私の高校の先輩でしたー



を喚起した可能性が高いという。通販における大原則は

「ユーザーに考える時間を

与えたら負け」だからです。購入までの確認画面を一つ増えるごとに購入率が落ちていく。道を歩いていたら、前から欲しいと思っていた PC の投げ売りをやっていた。「限定」品であり「タイムセールス」にはつい「財布の紐」がゆるくなるというのは分かりやすいですね。

アメリカの調査会社であるガートナー社は企業のツイッター活用法には四つのパターンがあるとしています。

- 1、 直接型 これはデルの例のように販売促進の道具として直接ツイッターと関わる
- 2、 間接型 社員個人がアカウントを持って情報発信を行う。それだけの先進企業と評価される
- 3、 内部型 企業が内部の情報共有システムのひとつとして利用する
- 4、 情報収集型 情報の発信はせず、ユーザーや競合他社のアカウントをモニターして自社の評判などの情報収集に役立てる。現在はこのタイプが一番多い。例えば 08 年から発売されているグリコ乳

この商品名を考え付き決断をした社員はエライ！ー



業の泥立地ではない「ドロリッチ」(笑) (よくこんな商品名付けられましたね^^;)

は 09 年に入って突如ツイッターユーザーを中心に人気の火が点いた。ツイッター上では「ドロリッチなう」と書き込む人が多数現れグリコ乳業と全く関係のないところで勝手に盛り上がった。グリコ乳業はユーザーに感謝のメールと新製品を贈り、さらに「クールな会社」として評判を高めた。

いかがでしょうか？なんとなく「ツイッターをやってみよう」という気分が盛り上がってきませんか？ただ私が思うには「事例としての DELL」の話は金額が小さすぎるし、グリコの例も一つ対応を誤れば逆の事態を招きかねない。ドロリッチがまさに泥沼に入る(笑) ような事態も想定できるのだ。情報収集型はたいしたコストもかからないしあまりリスクがないのだが、モニターするだけでなくそこに入っていき社員の質は吟味をする必要がある。人間力、対応力のある人間でないと危険です。システムの仕組み上、炎上は考えにくいのだが、それと似た事態を警戒しておく必要があると考えます。

さて津田さんの本はここまでが本編として構成されています。ところが、巻末の付録的な「勝間和代」



←今やツイッターの伝道師。日本で無敵です(笑)

さんとの対談がめっぽう面白い。直接お目にかかったことはありませんが、さすが当代随一の売れっ子。津田さんをも滅多切りしにします(笑)。

「私はツイッター万能論は避けたいと思っています。ネットこのコミュニケーション能力を養うのはツイッターだけやってもムリ！ツイッターはあくまでも現実の全局面のほんの一部。バリバリ使いこなしたいならブログをきちんと書けるようにするとか、オフ会に行ってもちゃんと話



をするとか。(中略)「現実社会ではコミュニケーションが下手でもツイッターで人気者とか」

(津田さん)「初期ならありえますけれど、最終的には淘汰されちゃいますよ」(勝間さん)。ぱっさり切って捨て。その上で、

「今のツイッターって「初期インターネット」って感じなんですよ。テキストベースでシンプルなやり取りをしている感じが。しかもユーザーが基本的に共存共栄な状態にあるじゃないですか」(勝間さん)

「みんなで育てているサービスなんですね。  
ある種共産主義的な原始インターネットに近いかも」(津田さん)。

なんかちょいと見えてきたような気がします。現実的には、ある程度以上のPCリテラシーがないとできない(ケータイメールとは根本的に違う)ものです。また始めたとしても自分にある程度(数百)のフ

分かりにくさという点でWEBサービスでは最強です(笑)→



ォロワーがいないとメリットを実感できない。これは参入障壁が高い。

ちょっとうがった見方をすると、ITリテラシーが高い人達が久々に手に入れたおもちゃって感じもします。ブログもホームページも自分たちが切り開いたのに今では誰でも出来る、面白くない、みたいな感覚が感じられるのですが、間違っていますか？(笑)。

メディアとしての魅力とか、素晴らしいポイントについては私には言及できません。よく分かっていな

i-PodTouchを持っていることが、いまひとつ購買意欲が(T\_T)→



いからです^^;。リアルタイムで見るには「iPhone」が必要みたいです(笑)。ただ、何とか追いつかなくちゃ、と言う焦りを感じる必要もないと思います。メール、ブログでカバーしきれない速報性や思いもつかないような interactive 性が今の「Twitter」を支えているように思います。サイト、SNS、ブログ、メールに新しいメニューが加わったと思えばよさそうです。そこから先に行くのか

どうかは自分次第。

仕事のパートナーで、ワインつながりのお友達です^^



私の友人であり仕事のパートナーでもある岩見さんは自身の**ブログ**の中で「もう半年もメルマガの配信をサボっています（中略）。**ツイッターで私をフォローしてくださっている方は、日々私が何をしているかほぼ丸見えなんですね。**私自身もこのツイッターという発信ツールを手に入れてから、**ブログやメルマガを構えて書かなくても、知りたい人に必要な情報は伝わるもので、その便利さにすっかりはまってしまったというわけです。**ツイッター一つで、**ブログもメールもチャットもミクシィも全部肩代わりしてもらっていると言う感じです**」う〜む。私もフォローしていますが、どうなのでしょう（笑）。

確かに先日岩見さんが勉強会を主催されたときに、今回の勉強会はメルマガでは案内しておらずツイッターで流しただけということでした。それで約 20 名の参加。これは素晴らしいですね。こんな感じで業務案件ごとに人々がどんどん集まれる、って言うのはいいかも。

突然ですが、ここに高らかに宣言します。**「私 iPhone を買ってツイッター始めます。」**なんか面白そうだもん。**小人数でやっている会社や個人事業主にとっては不可欠なツールになるかもしれない**

つぶやき君、君に流れが来ています。もう一度一発芸を（笑）



いと感じます。さて、皆さんはどうしますか？どうもブレイクしそうな感じがしてきました。それ以上にこれから社会にでてくる**デジタル・ネイティブ第二世代はこれをデフォルトで使う**ような気がしているのです。

最後に必殺の**若者の一言**、以前に岩見さんのタイムラインから引用しましたが再掲します。

**「上の世代の IT リテラシーの低さにはデジタル・ネイティブとしても閉口させられる。どうやってボトムアップを図っていけばいいのかよく分からない。そもそも関与すべきかどうかなのかも。」**（20代男性）



さあ、どうしますか？ ←ツイッター・パーフェクトガイド(インフォレストムック 980円) (笑)

とすることで、今年もよろしくお願ひします。客観的な情勢は厳しいけれど、やせ我慢して頑張っていこうと思ひますぜひ、応援をよろしくお願ひします。m(\_ \_)m

株式会社アール・リサーチ 〒271-0051 千葉県松戸市馬橋 1896-1 ヴィレッジ K・I 馬橋 3 F

Tel 047-342-3181 mobile 090-7428-8999 mail : [ryubon@kkd.biglobe.ne.jp](mailto:ryubon@kkd.biglobe.ne.jp)

<http://r-research.co.jp/> ブログ、毎日更新しています→<http://rresearch.blog103.fc2.com/>