「下北沢ブロイラーSNSを始めて4ヶ月が経ちました
～現状と将来に向けて～」

2008.10.31
堀北真希がかわいすぎる協会
名誉副総裁代理補佐
M.Kuroda (kuro[a]d4k.net)

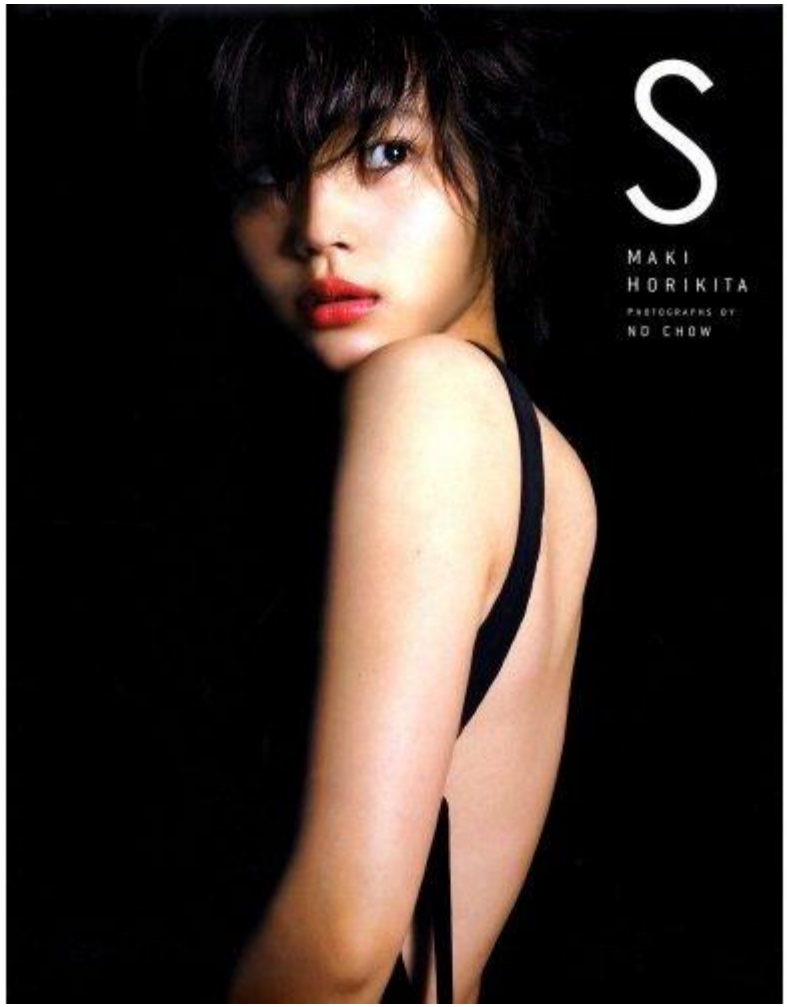
Q.堀北真希がかわいすぎる協会とは？

A.堀北真希の恐るべきかわういさについて、夜な夜な熱く語る会です

なんなんすか、これ？　人ですか、ほんとに？？

決して、過程を追い求めるモノではありません

堀北真希がかわいすぎる協会 会員絶賛募集中！



下北沢ブロイラーSNS　堀北真希がかわいすぎる協会 部まで

いくらなんでも、
最初から、
話がソレすぎです！

堀北真希部はフィクションです

下北沢ブロイラーSNSとは？

下北沢ブロイラーSNS(しもブロ)は、2008.8.20にオープンした、下北沢が好きな人たち、下北沢で働いている人たち、下北沢に住んでいる人たち、下北沢に住みたい人たち、下北沢に、、、と、下北沢に何らかの関わりがある人達のSNSです。年末までは、招待制に加え新規登録も出来ますので、興味 がある方はじゃんじゃか登録してください。

by 公式サイトトップ

運営者の有限会社第四企画としては、、、

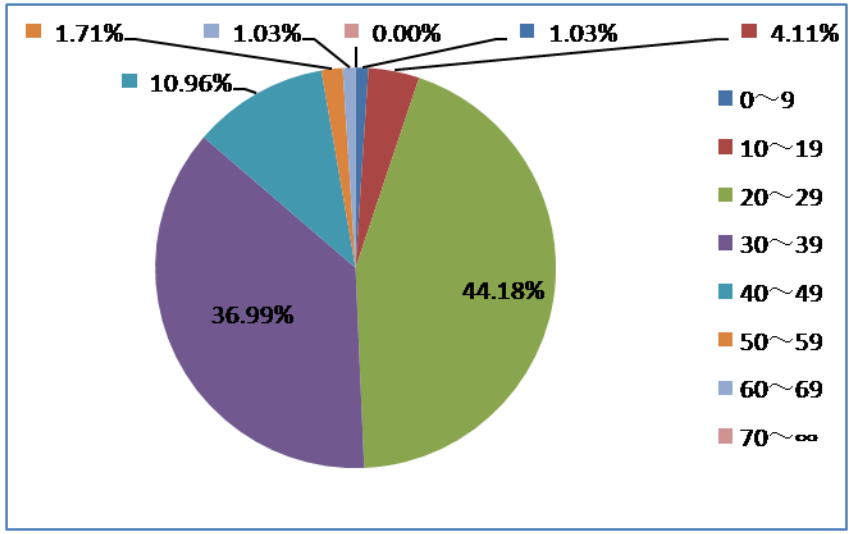
- 下北沢に居を構えるWeb製作会社としての下北沢活性化
- 下北沢の街に何かを還元できないか
- 下北沢の人たちに何かを還元できないか
- ミュージシャンとか役者等が、売り込みできる場に

- ~~酔っぱらった勢いでOpenPNEをインストールしちゃった~~
- ~~ひねくれ者の代表(ヲレ)が、SNSブームが沈静化したのを見計らって始めた~~
- ~~商店街外商店街の野望~~
- ~~もしかしたら儲かるかもしれないと思ってしまった~~
- ~~なんか、うまいことして女子大生とかに接近できないか~~
- ~~下北沢・モータースポーツパブ計画~~

現状分析 2008.10.31 13:33

◆総メンバー数　292名
◆総コミュニティ数　62コミュニティ
◆アクティブ率　28.77%
◆平均フレンド数　2.71人
◆今日の日記数　2件（前日9件）
◆世代別メンバー数　平均年齢 30.2歳

- ●0～9歳　3名
- ●10～19歳　12名
- ●20～29歳　129名
- ●30～39歳　108名
- ●40～49歳　32名
- ●50～59歳　5名
- ●60～69歳　3名
- ●70～∞歳　0名



開設コミュニティ

◆公式
- 店舗公式(6)
- アーティスト公式(0)

◆一般
- 総合情報(3)
- お店(19)
- 演劇(9)
- 音楽(3)
- 生活(6)
- 人(2)
- その他(10)

◆部活
- 部活一般(4)

アクティブ率28.77%って、、、

2-2 SNS利用者の特徴及び活動状況

総務省

1 SNS利用者の特徴

・大手サービスでは年齢は20代後半から30代前半が多く、大学生・大学院生の利用者が

2 SNSの利用目的

・出会いの場や同じ趣味を持つ人のコミュニティとして利用しているユーザは1～2割程度で、ユーザの8割は知り合いとの間のコミュニケーションツールとして利用

「インスタント・メッセンジャーやメーラーに近づいていく」との期待

・掲示板やメール、日記などの機能が統合された「ポータル」的なものとして利用

3 ブログとの違い

・ユーザが同じサービスを利用しているという一体感

・友人に誘われて参加するため、ブログに比べると比較的参加しやすい

・「受動的に続ける」ことが可能

4 利用頻度

・大手サービスでは最終ログインから3日以内に再ログインするユーザ割合が7割を超える。
また、1日に約10万の日記が更新

5 SNSの認知度

・「聞いたことがない」人が55.3%と過半数を越えている

7

（出所）㈱イー・マーキュリー・プレスリリース（2004年11月30日）、IT Media News（2005年4月6日）、C-NEWS・日経産業新聞「ネット100人調査」（2005年2月4日）、事業者ヒアリング等

大手サービスでは最終ログインから3日以内に歳ログインするユーザー割合が7割を超える。

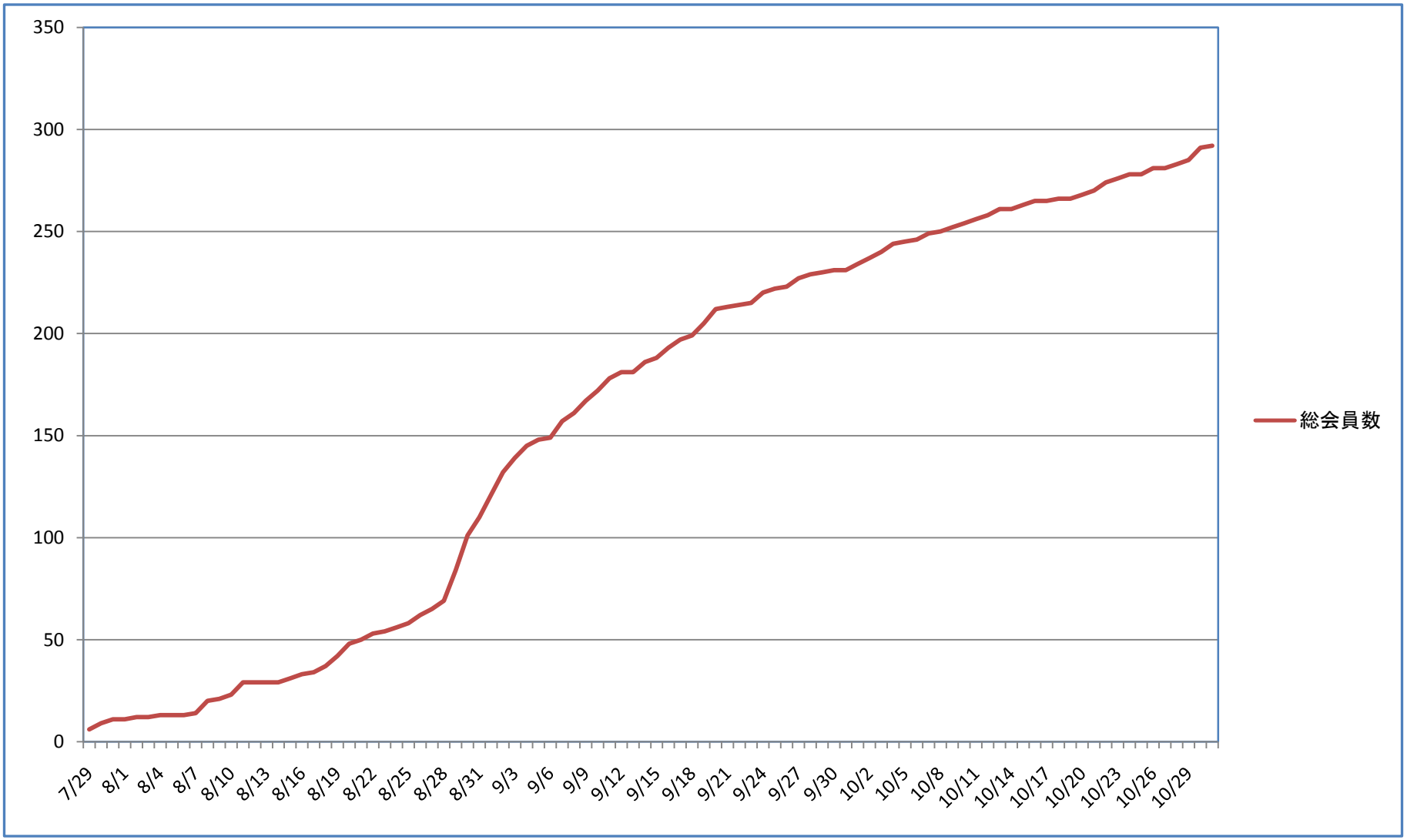
by ブログ・SNSの現状分析及び将来予測(総務省) 2005.5

でも、最近のmixiは

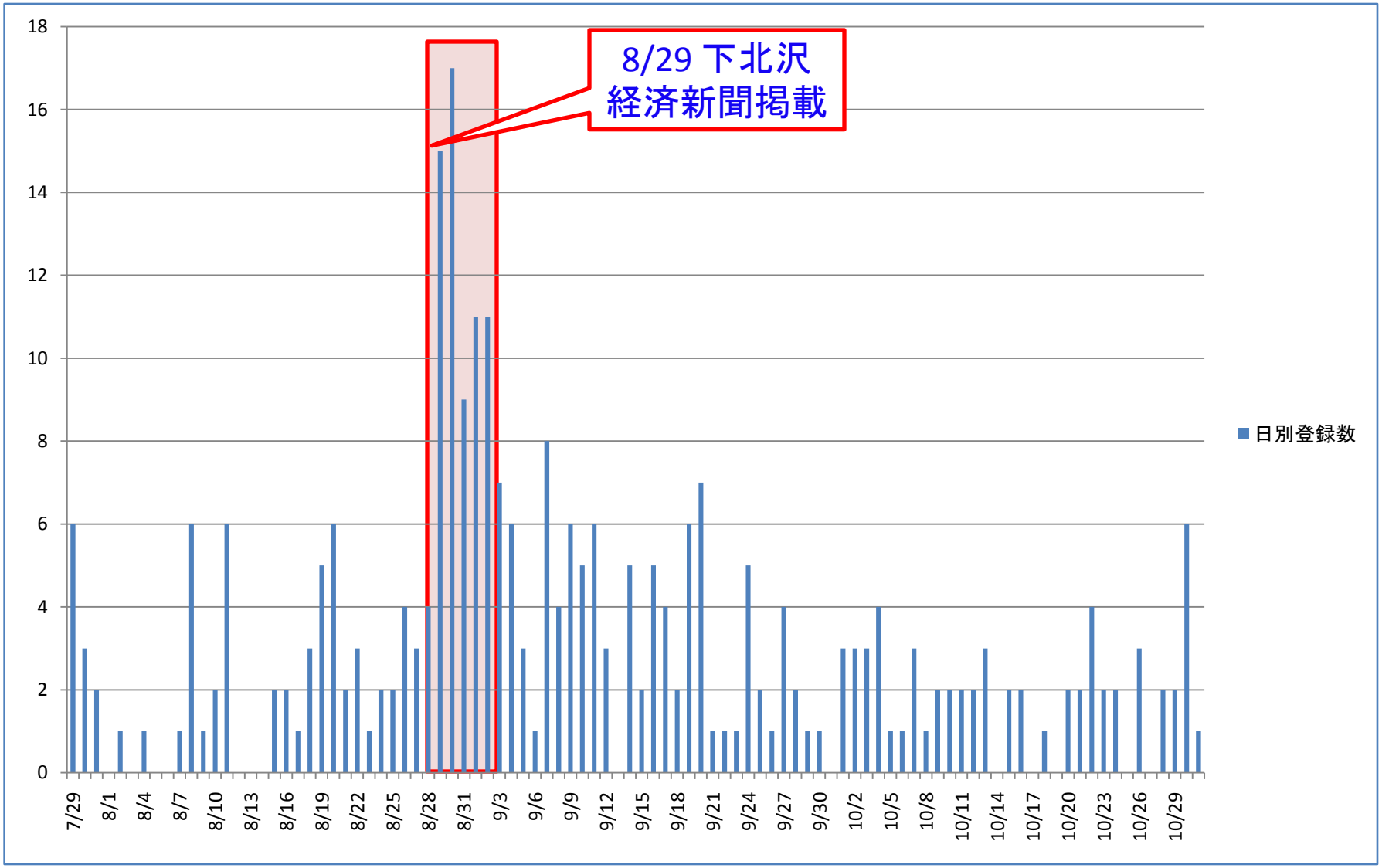
mixiのアクティブ率(3日以内にログインしたユーザーの割合)低下が止まらない。2006年11月までは7割を維持し、笠原社長も「アクティブ率の高さが売り」と公言していたが、昨年末に58%まで落ち込んだ。

by「危機感あるが、頭打ちではない」 mixi笠原社長に聞く成長戦略
http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0802/08/news013.html

登録会員推移


350
300
250
200
150
100
50
0
7/29
8/1
8/4
8/7
8/10
8/13
8/16
8/19
8/22
8/25
8/28
8/31
9/3
9/6
9/9
9/12
9/15
9/18
9/21
9/24
9/27
9/30
10/2
10/5
10/8
10/11
10/14
10/17
10/20
10/23
10/26
10/29
総会員数

日別登録会員数


8/29 下北沢
経済新聞掲載
日別登録数
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
7/29
8/1
8/4
8/7
8/10
8/13
8/16
8/19
8/22
8/25
8/28
8/31
9/3
9/6
9/9
9/12
9/15
9/18
9/21
9/24
9/27
9/30
10/2
10/5
10/8
10/11
10/14
10/17
10/20
10/23
10/26
10/29

下北沢経済新聞

[東京] 広域下北沢圏のビジネス＆カルチャーニュース

下北沢経済新聞
SHIMOKITA KEIZAI SHIMBUN

2008年10月31日（金）

トップ | ヘッドライン | 写真ニュース | ニュース地図 | 特集一覧

みん経トピックス
心療内科のマンガが人気に
京橋のネイルサロンが移転
鼠先輩が初のクラブイベント
東京モノレールが早朝運行
横浜で国際的映像展開催決定
赤坂でハロウィーンパレード
逗子の移動ワンコインピザ店
韓国料理とモツ鍋扱う宵ノ子
那覇に上海ヌードル店
マハラジャ福岡お立ち台復活
身障者と健常者のライブ企画
「ほろ酔い」トークイベント
もっと見る

みん経ネットワーク
北海道 札幌経済新聞
岩手 盛岡経済新聞
宮城 仙台経済新聞
秋田 秋田経済新聞
群馬 高崎前橋経済新聞
東京 シブヤ経済新聞
東京 六本木経済新聞
東京 赤坂経済新聞
東京 市ケ谷経済新聞
東京 亀有経済新聞 NEW
東京 上野経済新聞
東京 アキバ経済新聞
東京 銀座経済新聞
東京 新橋経済新聞
東京 品川経済新聞
東京 羽田経済新聞
東京 新宿経済新聞
東京 吉祥寺経済新聞
東京 立川経済新聞

ヘッドラインニュース

下北沢に特化した地域SNS開設－参加条件は「下北が好きなこと」

（2008年08月29日）

写真を拡大

サイト画像より。「プロイラー」には「脂の乗った若鶏」の意から転じて、「まだ世にでていないアーティストを育てる」という思いが込められているという

インターネット関連の企画などを行う第四企画（世田谷区）は8月20日、下北沢に特化したSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）「下北沢プロイラーSNS」を開設した。

同社は、ウェブサイトの運営・制作などを手がけるほか、下北沢南口のレンタルボックス店「ハコウリ」（世田谷区北沢2）の運営も行っている。「下北沢が好きな人、下北沢のことをもっとよく知りたい人が集まるようなサイト」（同社ディレクターの平林さん）をテーマに2年前から構想を始め、下北沢に関する情報サイトを立ち上げるなど模索を続けてきた。ユーザーに積極的に参加してもらう最適な形を検討した結果、SNSに落ち着いたという。

現在のユーザー数は約60人。今後、同社に関連するウェブサイトで告知を行うほか、下北沢のショップや街頭でチラシを配布するなどして認知を広め、来年12月までに25,000人のユーザー登録を目指す。既会員ユーザーからの招待に加え、年末までは「下北沢が好きな人」なら誰でも可能な新規登録も受け付けている。下北沢に特化することで、「本当に下北沢が好きなコアなユーザーを獲得し、既存の大手SNSにはない濃密な双方向のコミュニケーションを目指す」（平林さん）という。

平林さんは「下北沢にはたくさんの劇場、ライブハウス、服屋、カフェ、レストランなどが狭いエリアに集中していて熱気あふれる魅力的な街。人づてに新しくリアルな情報を共有できるようなサービスを目指せたら」と期待を寄せる。

下北沢プロイラーSNS
第四企画

✓ほっといても取材依頼が来なかったので、たれ込んだら、2日くらいで取材依頼が来た
✓来年12月までに25,000人とか言ってしまった、、、
✓なんか、ビジネス色ゼロの記事だ
✓実は、このネタのランキングはあんまりよくなかった
✓SNSってのが、もう既にだめなのかなぁ

✓でも、会員登録の影響はあったからいいか

プレスリリース

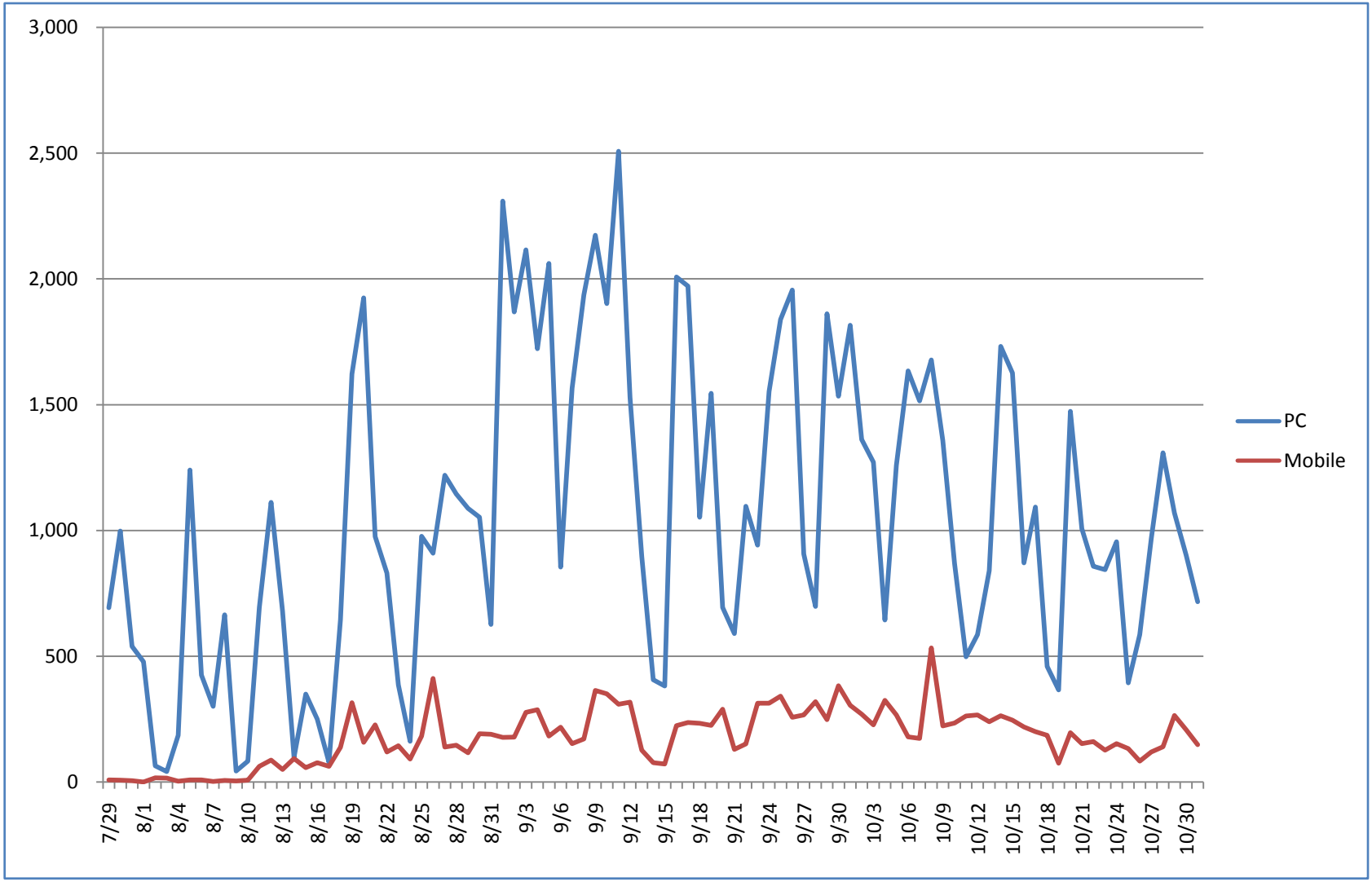
✓DreamNews(¥10,000/month)を利用

✓しかし、効果はあまり見られず、、、

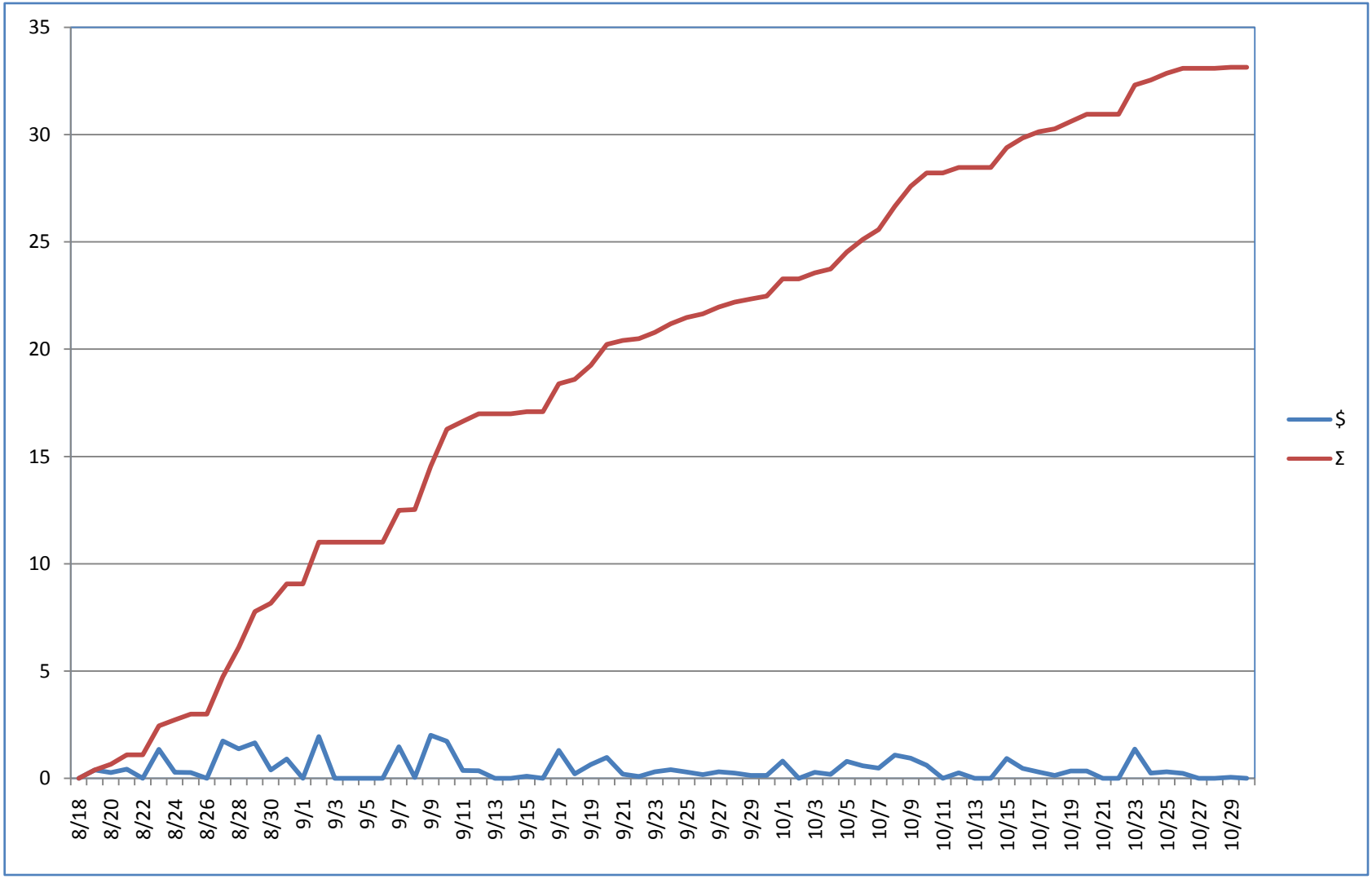
✓数名、配信ネットワークのニュースサイト経由で登録してくれた方もいた

✓プレスリリースを流すと、営業電話がうざいが、今回のリリースはなぜか問い合わせが全くなかった、Why？

アクセス数推移


3,000
2,500
2,000
1,500
1,000
500
0
7/29
8/1
8/4
8/7
8/10
8/13
8/16
8/19
8/22
8/25
8/28
8/31
9/3
9/6
9/9
9/12
9/15
9/18
9/21
9/24
9/27
9/30
10/3
10/6
10/9
10/12
10/15
10/18
10/21
10/24
10/27
10/30
PC
Mobile

極秘データ


35
30
25
20
15
10
5
0
8/18
8/20
8/22
8/24
8/26
8/28
8/30
9/1
9/3
9/5
9/7
9/9
9/11
9/13
9/15
9/17
9/19
9/21
9/23
9/25
9/27
9/29
10/1
10/3
10/5
10/7
10/9
10/11
10/13
10/15
10/17
10/19
10/21
10/23
10/25
10/27
10/29
$
Σ

今後の目標について

- さらなる会員増、2009.1.15に1000人！
- ショップ系公式コミュニティの拡充
- アーティスト系公式コミュニティの拡充

- しもブロのたまり場、発掘
- ボランティアスタッフの募集

- どっかの不動産屋と組んで、物件情報配信
- アルバイト・求人情報配信
- しもブロ登録ショップによるキャンペーンイベント

- 下北沢全域を使った、リアルイベント

OpenPNEへの還元

現時点では、OpenPNEの基本機能のみを使用して運営されていますが、OpenPNE3のリリースに合わせて、対応が予定されている【OpenSocial】[1]及び【symfonyプラグイン】[2]による、OpenPNEソーシャルアプリケーションを開発予定。積極的にOpenPNEコミュニティ及び、OpenPNEユーザーへアピールする。

[1] http://code.google.com/intl/ja/apis/opensocial/
[2] http://symfony.xrea.jp/

地域SNSとして

下北沢ブロイラーSNSは地域SNSのウチの一つと考えることが出来ます。（地域SNSの定義については、諸説あると思いますが、地名や地域名をSNSのテーマとして掲げているものは全て地域SNSと勝手に定義。）

地域SNSというと、行政やNPO等が主催し、地域活性化などを掲げるものが多く見られます。当SNSは一般企業が母体となっており、あくまで企業ビジネスの一環として行い、利益を上げることを目的としています。

下北沢という街の特殊性があることは事実ですが、他の地域SNSの運営にプラスになるべく、当SNSで成功した事例などを積極的に開示します。

そんな、堅苦しい話しはよしとして

下北沢ブロイラーSNSを使って、やってみたいこと等のアイデアを大募集中です！

堀北真希がかわいすぎる協会部、作っていいですかぁ～