

**3者間コミュニケーションを達成する ACTION SNS とは**

ACTION SNS を活用した！

**地域活性化・テーマ活性化**

**コミュニケーションシステム**

**個人・団体・事業者の3者間交流を実現する**

**新たな収益型、地域～全国コミュニケーションモデルを目指して**

**アイ・オーシステム株式会社**

# 商 号 アイ・オー システム株式会社

所在地 京都府宇治市木幡陣ノ内46番地（JR六地藏徒歩3分）

代表者 代表取締役 井上 恵介

資本金 1,000万円

設立年月 1990年1月24日

保有資格 「電気通信主任技術者」第一種電送交換主任、線路主任  
「第一級陸上無線技術士」  
「工事担任者資格」 総合種・アナログ一種・デジタル一種  
情報処理技術者、ORACLE MASTER、XML MASTER

業務内容 アプリケーションソフト開発販売業務  
ソフトウェア受託開発業務  
制御ハードウェア受託開発業務  
電気通信事業システム構築コンサルタント業務  
事務機器・コンピュータ関連機器販売業務

取引銀行 京都銀行・三室戸支店/京都信用金庫・宇治支店/中央信用金庫・黄檗支店

## 主要取引先

（公益法人）財団法人宇治市観光協会／宇治商工会議所／宇治市役所／京都市役所／京都府弁護士協同組合／滋賀県弁護士協同組合／社団法人システム科学研究所

（学校法人）大阪歯科大学／慶應義塾大学／京都大学／京都府立医科大学／京都薬科大学／神戸大学／中部大学／舞鶴工業高等専門学校

（商業法人）株式会社アソウ・ヒューマニーセンター／株式会社イシダ／市川甚商事株式会社／伊奈精機株式会社／株式会社インタークエスト／NECラーニング株式会社／株式会社オービーシステム／カゴヤジャパン株式会社／株式会社廣濟堂／株式会社シールズ／有限会社組織心理測定研究所／株式会社長栄／パナソニック株式会社ホームアライアンス社／琵琶湖汽船株式会社／プロアクティブ株式会社

## 主要ソフトウェア請負開発実績

- ・通信販売業顧客管理支援ソフト
- ・教務管理支援ソフト
- ・接続セットアップ支援CD
- ・実験計画計算処理ソフト
- ・圧力容器計算支援システム
- ・企業VANオンラインシステム
- ・小規模CADシステム
- ・グループウェアシステム
- ・書店配達業務支援ソフト
- ・携帯電話販売業支援ソフト
- ・製造業支援ソフト
- ・人事評価システム
- ・品質管理業務支援ソフト
- ・追客管理（SFA）システム
- ・原価計算業務支援ソフト
- ・企業資料データベースシステム
- ・不動産賃貸管理業DBシステム
- ・貿易業務支援システム
- ・心理テスト支援システム
- ・林野管理支援システム
- ・勤怠管理経費精算支援システム
- ・旅館業勤怠管理支援システム
- ・品質管理業務支援ソフト

顧客分析・DM印刷管理  
学生管理・履修管理・証明書発行  
自動接続・ゲスト認証・アカウント発行  
最適条件抽出  
強度計算・耐震計算・申請書管理  
入出荷・在庫・売掛・買掛管理及び伝送  
函面伝送管理・電子入札・見積伝送  
稟議・ワークフロー・伝言板・会議室予約・その他  
顧客・販売管理支援  
顧客管理・DM発行  
生産管理  
SUSシステム  
クレーム処理/分析支援  
営業支援・顧客管理  
原価計算・日報管理支援  
研究用企業資料管理  
物件検索ホームページ・物件管理  
仕入・販売管理/輸出入業務管理  
組織心理測定及び業務管理  
景観保全に関わる施業計画支援  
ワークフロー  
日報、勤怠管理支援  
品質データ分析支援

## アプリケーションソフトウェア製作／販売実績

- ・きゅう舎業務支援ソフト
- ・不動産業務支援ソフト
- ・学校向グループウェア
- ・企業向グループウェア
- ・官庁向グループウェア
- ・学校向GISシステム
- ・ビジネス向SNS
- ・販売管理/ルート管理
- ・プロジェクトグループウェア
- ・アクションSNS
- ・SERAシステム

Turf 2006 Web版  
仲介管理WIN2000／賃貸管理WIN98  
インターネットドリル・ラーニングマネージメントシステム  
OFFICE LEADER、OFFICE@PAC  
機密漏洩防止メーラー機能  
僕らの夢マップ（GISシステム）  
ソーシャル・ネットワーキング・サービス  
ルート販売業向 販売管理システム  
対会社間のプロジェクト進捗タスク管理  
プレーヤー×モチベーター×サポーター三属性のSNS  
薬学教育の試験結果分析システム

## ハードウェア開発／販売実績

- ・Nav i Log
- ・120チャンネルWeb制御
- ・液晶外観検査装置

カーナビ連動 配送ルート記録システム（車積用）  
サーカディアンリズム測定用明暗管理システム  
光干渉によるひずみ検査装置

## サーバー構築実績

- ・Windows サーバー構築
- ・UNIX サーバー構築

## ■ ACTION-SNSの開発の背景と特長

SNSは mixi、GREE、DeNAなど個人と個人（C to C）をつなげる  
コミュニケーションツールとして既に認知されています。

また、企業や団体の中だけで情報共有する（B to B）グループウェアタイプの  
SNSも存在しています。

そこには、SNSの問題点として

- ①個人と団体（グループ）企業との交流が図れない。
- ②ビジネスを運営する適切な仕組みがない。
- ③広告掲載やコマースなどへの誘導の仕組みがない。

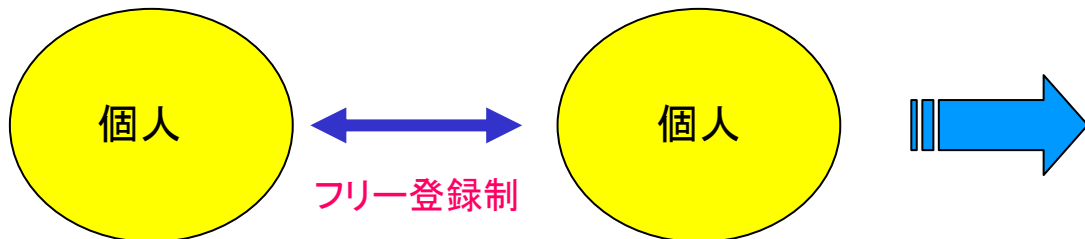
これらを解決する、Action-SNSは

**プレーヤー × モチベーター × サポーター**

の三者を位置づけ、三者が一体となって  
アクションをつなげていくことができるSNSです。

# ■既存SNSとAction-SNSのビジネスモデルの比較

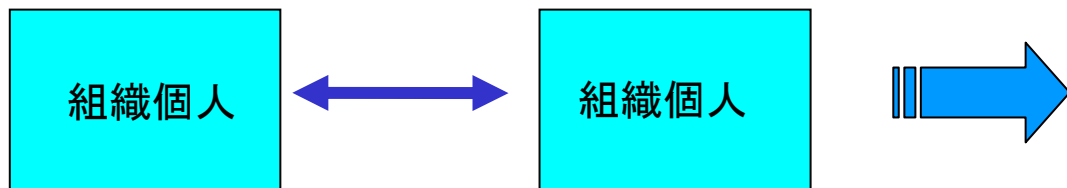
## ▼CtoC-MIXI (ミクシータイプ)



## ▼ビジネスモデル

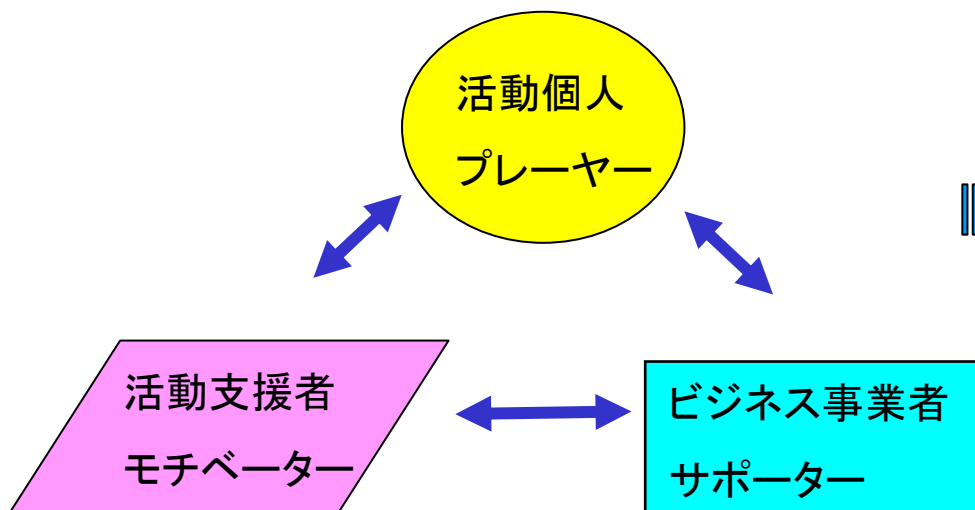
個人×個人のコミュニケーションが主体で、主催企業のみビジネスが可能となる。  
収益：広告収入/EC

## ▼BtoB企業・団体内部活用 (グループウェアタイプ)



個人×個人のコミュニケーションと情報共有が主体で、ビジネスは行わない。  
収益：直接的な収益はない (会費制度あり)

## 「ACTION - SNS」

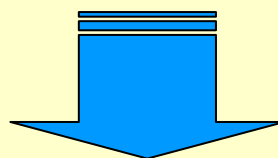


ActionSNSは、個人は団体やグループ、企業などとの交流が可能。主催企業以外にも団体やグループ、企業もビジネスが可能となる。  
収益：モチベーター/サポーターの参加費/

## ■既存の地域型SNSの衰退の理由

- ホスト（主催者）は、自治体や国の助成金でSNSを立ち上げに成功しても、目的が地域PR、会員募集であり、**収益を求めない**ので、運営費が捻出できない。
- 地域の事業者や公益法人も個人登録しかできないので、**有効な情報発信ができない**。

初期費用は助成金で、運営費用はなし

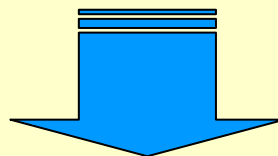


**継続不可能**

## ■Action-SNSの運用特徴

- ホスト（**主催者**）の目的がPR、会員募集であり、収益を求めない場合でもAction-SNSは成り立つ。
- 地域、テーマを問わず、そこに支持するファンがいればAction-SNSは、継続できる。

運営費用はモチベーターやサポーターの参加費用や広告掲載収入



**継続可能**

## ■参加者特性

- プレーヤー（参加者を指し、A-SNSのテーマの情報を求める人）
- モチベーター（個人の活動を動機付けする情報やイベント活動、専門技術などの提供者）
- サポーター（広告・販売などで支える事業者、参加者へ情報発信）
- ホスト（A-SNSを企画運営する主催者）

## ■3つの事例 Action-SNS活用パターン

地域活性化アクション（A）＝地域の活性化,全国のファン集結,地域活動  
顧客活性化アクション（B）＝小売,サービス業の優良顧客の活性化  
テーマ活用アクション（C）＝活動テーマカテゴリーを設定して活動する

## ■ (A) 地域活性化アクション =地域の活性化, ファン, 地域, ビジネス

### 《全国地域の活性化、例えば金沢を例にみると》

- ・プレーヤー = 金沢をこよなく愛し、年間に複数回訪問するファンで、一般的な情報で満足出来なく、できれば地域のイベントなどに参加したい。また、隠れ家予約やスイーツなど取り寄せ購買要望がある。
- ・モチベーター = 地域、町興しなどで運営されるNPOなど、地域密着の活動情報を発信できる各種団体。
- ・サポーター = 金沢の施設（ホテル・旅館）物産、名産、サービスなどPRや自社のe-コマースなどへの誘導。
- ・ホスト = 観光協会、地域NPO、地域施設など

### ② 導入目的は地域活性化（ホスト主体に設定）

有名地域や施設（兼六園など）エリアや無名の地域でも設定可能。

### ③ 各ポジションのメリット

- ・プレーヤー = 金沢ファン = マイナーな金沢情報を取得、来訪。
- ・モチベーター = 地域興しNPO法人 = 活動の公報、会員獲得。
- ・サポーター = ホテル、旅館、物産 = 対象が明確でPR効果が高い
- ・ホスト = 観光協会、施設など = コアなファン確保できる。

## ■ (B) 顧客活性化 **アクション** = 小売, サービス業の優良顧客の活性化

《 小売、チェーン店の優良顧客活性化、例えば釣具チェーンでは》

- ・ プレーヤー = 釣具店に通う顧客（優良会員顧客）
- ・ モチベーター = 店舗スタッフ（店長及びスタッフ）
- ・ サポーター = メーカー、卸し
- ・ ホスト = 釣具チェーン店本部

### ② 導入目的

- ・ **顧客の固定化**（CRMの概念で自店に優良顧客を固定化する）  
趣味、ホビー専門の小売チェーン店は全て対象となる

### ③ 各ポジションメリット

- ・ プレーヤー = 顧客 = 趣味のステータス化による、固定化。
- ・ モチベーター = 店舗スタッフ = 顧客との個別交流。
- ・ サポーター = メーカー、卸し = 店舗や顧客との直接交流。  
新製品情報、モニターによるデータ収集
- ・ ホスト = 小売店本部 = 顧客動向の把握によるCRM

## ■ (C) テーマ活用**アクション**=活動テーマカテゴリーを設定する

《活動テーマを設定するパターン、例えば忍者を考えると》

- ・プレーヤー = 忍者に関心、興味をもつ全国の忍者ファン。
- ・モチベーター = 忍者を活動テーマにした、地域密着の活動情報を発信できる各種団体（忍者ダンス、忍者研究会、サークル）
- ・サポーター = 忍者テーマの施設、グッズメーカー、e-コマースなどPRや自社ネット誘導が可能
- ・ホスト = 地域NPO、地域施設など

### ② 導入目的

- ・ **テーマ集合**（ホスト主体に設定）

趣味、学習、嗜好、食、旅、モノなど多くのテーマ設定が可能

### ③ 各ポジションメリット

- ・プレーヤー = 忍者ファン = マイナーな情報を取得、地域往訪。
- ・モチベーター = 忍者各種団体・サークル = 活動の公報、会員獲得。
- ・サポーター = ショップ、施設 = 対象が明確でPR効果が高い
- ・ホスト = 地域NPO、施設など = コアなファンにPR

ご清聴ありがとうございました。



I.O System Co., Ltd.