

2015/6/11

チームふりかけごはん

IH12A281

桑原 翔大

『ついオク』 企画提案書

目次

1. 『ついオク』とは	- 2 -
2. 『ついオク』で実現したいコト	- 2 -
3. 『ついオク』の提供価値.....	- 3 -
4. マーケティング	- 3 -
5. サービス詳細.....	- 6 -
6. 成果目標.....	- 8 -
7. スケジュール.....	- 10 -

1. 『ついオク』とは

アニメグッズの取引専用のオークション・物々交換サイト。ログインに Twitter の OAuth 認証を利用し、Twitter の連携サービスとして利用が可能となっている。

2. 『ついオク』で実現したいこと

近年ではアニメグッズの交換や売買を Twitter 上で行うのが一般的となっている。しかし、Twitter はあくまでもミニブログであり商取引のためのサービスではない。

そこで、その点から生まれる不便さを改善し、取引に特化したサービスを提供することでアニメグッズ市場の活性化を図りたい。

3. 『ついオク』の提供価値

現在、Twitter での取引は（※資料 1）のように行われている。しかし、Twitter でこのような取引を行うことによる問題や不満点も多く報告されている（※資料 2）。

商取引のためのサービスでない以上、問題やトラブルが発生するのは当然の結果である。

そこで OAuth 認証や TwitterAPI を用いて、Twitter での取引の操作性をそのままに、従来のオークションのような取引機能を実装することでより安全で、バージョンアップした取引を実現させる。

4. マーケティング

ユーザーがマーケティングを意識しているとは思えないが、ここまで Twitter 取引の市場が大きく活発になっているのは相応の理由があると考えられる。その点を押さえた上で、前述した $+\alpha$ の機能を追加することでユーザーの満足度を向上させることができると考える。

そこで Web マーケティングの観点から Twitter での取引を分析し、“なぜ Twitter で行うのか”という根拠を洗い出した。

① クラスタの形成

Twitter は興味のある人、共通の趣味のある人をフォロー/フォロワー関係とすることでクラスタが形成される。今回『ついオク』がターゲットとするオタク層は、当然オタク層と繋がっている。そのためアニメグッズというニッチな話題を気軽に投稿でき、取引希望の投稿は取引に応じてくれるであろう人のもとに自然と届く。カテゴリが絞られているからこそその取引のしやすさがあると考えられる。

② リツイートによる情報の拡散

リツイート（以下 RT）は他人の投稿を自分の投稿として再投稿していくことで投稿が拡散されていく仕組みである。この機能は①で説明したクラスタと関連して働くことで、情報を届けたい多数の相手に届けることが可能となる。言うなれば、ユーザーの性質を分析してその人にあった広告を表示するアフィリエイト広告のような働きをする。RT されたツイートは自動的にタイムライン上に表示されるため、勝手に、能動的に情報が享受できる。ユーザーが意識せずとも、マーケティングを行い、取引を成功に導く仕組みがそこには存在しており、それが市場の活発化の主な理由の一つだと考えられる。

③ 生活に密着している Twitter

（※資料3）見ていただければ分かるように、“Twitter は暇な時にとりあえずすること “のような使われ方をしている。そのためすごく身近で、手軽で、生活に密着しているサービスとなってきた。

従来であればアニメグッズの取引はオークションを利用したり、中古ショップを利用したりするのが一般的だった。しかし近年は専ら Twitter となっている。その背景として、“Twitter で取引できるなら Twitter でやろう”というユーザーの意識が生まれていると考えられる。わざわざ有料会員登録してオークションに出品したり、中古ショップに出向くのは手間とお金がかかってしまう。しかし Twitter で取引が完了できるのなら、それでやってしまおうという思いがオークションや中古ショップの信頼感を上回ったから市場が拡大したと考えられる。

これらを踏まえ、『ついオク』では以下を中心にサービスの展開を行っていく予定である。

＜ターゲット＞

10代~30代女性、オタク層

＜コンセプト＞

アニメグッズのみの取引を行えるオークション・物々交換サービス

＜広告・宣伝＞

Twitter のプロモーション広告を利用

5. サービス詳細

市場拡大の背景と、問題点を踏まえた上で我々が提供するサービスの機能について詳述していく。

取引の形態はオークション形式＋物々交換となっている。（※資料４）のようにグッズ同士の交換も行われているという事実を踏まえ、物々交換サービスを提供する。商品価値は決して販売時の価格ではなく、欲しいキャラのグッズ、限定性などに大きく左右されるため人によって大きく異なると考えられる。

このようなニーズに応えていく必要があるため、オークション形式ではあるが希望がマッチした場合には物々交換ができるような仕組みを用意する。

一般的なオークションの機能として以下の機能を実装。

- ・ 評価機能
- ・ 出品管理機能／落札分管理機能
- ・ 決済仲介機能
- ・ 商品検索機能
- ・ ウォッチリスト機能
- ・ 即決額指定出品機能
- ・ 出品情報の SNS 共有機能

独自機能として以下の機能を実装。

- ・物々交換の申請／承認機能
- ・（取引仲介機能）
- ・商品レコメンド機能
- ・OAuth 認証を用いたログイン機能

また、レスポンシブサイトにせずスマホ版の UI を独自設計。

App 使用時と同様の UI/UX、操作性を目標に設計予定。

6. 成果目標

3 年間の稼働期間での成果

【費用】

平均開発人件費 450,000 円×10 か月×6 人	2,700,000 円
諸経費 20,000 円×10 か月	200,000 円
メインサーバー費用 (SSD800GB/メモリ 32GB) ×36 か月	1,080,000 円
管理サーバー費用 (HDD400GB/メモリ 4GB) ×36 か月	150,000 円
運営・保守費 200,000 円×36 か月	7,200,000 円
サーバー初期費用	40,000 円
	3 か年費用合計
	11,370,000 円

【売上】

目標年間平均 PV 数 1500 万 PV(PC400 万、スマホ 1,100 万)

PC から CPC30 円、CTR1.7%と仮定した場合、2,040,000 円

スマホから CPC20 円、CTR0.9%と仮定した場合、1,980,000 円

仲介手数料(1 日 1200 件取引成立、10%のユーザーが仲介利用、商品単価平均 1,000 円と仮定)

手数料 5% 2,190,000 円

年平均売上合計

6,210,000 円

3 か年売上合計

18,630,000 円

利益合計 7,260,000 円

7. スケジュール

	項目	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1	基本計画											HEW
2	外部設計											
3	内部設計											
4	プログラム設計											
5	プログラミング											
6	テスト											