

じもぴい
we love jimoto-people

誕生物語

はじめに

それは、とあるタウン紙の悲鳴から始まった。
時は2008年、そう、リーマンショックで世界中に激震が走ったあの頃・・・

湘南エリアで地域密着を謳い文句に発行していたとあるタウン紙発行会社。
これまで順調だった広告売り上げが落ち始める。
様々な企画を立案し、売上回復を図ろうとするも、売上グラフは下降線の一途。
下落が止まらない・・・

大きな原因は・・・
私たちのライフスタイルの変化。
そう、スマホの台頭によりいつでもどこでも必要な情報が取り出せる
新聞も含めた紙媒体は、編集・印刷工程を挟むためどうしてもタイムラグが出る
リアルタイムにはかなわない

これまで毎朝の新聞や折込チラシで情報を得ていた生活慣習が
通勤中の電車内にスマホで、会社のPCでニュースチェックに。
SNSからも欲しい情報がいつでも届く。
新聞、雑誌もスマホやPCでチラ見
いつの間にか新聞を見ない、いらぬ生活へ

紙媒体はどうなる！
タウン紙はどうなる！
悲鳴を上げる媒体が後を絶たない・・・

きっかけはここから始まった・・・。

地域版フリーペーパーの苦悩

広告を唯一の収入源とするフリーペーパービジネス。
媒体リーチの減少→広告反響の減少→広告収入の減少
このスパイラルが止まらなければ事業そのものが成立しない。

原点回帰で地域版フリーペーパーの社会的役割を見つめ直す。
地元ならではの情報
地元の生活圏で有益な情報
地元で営業する企業・お店のための広告媒体
地元活性化への貢献

今やWEBが当たり前の生活。
情報はいつでも検索できる。
だが、地元のコアな情報は検索してもなかなか見当たらない。
TOPに出ているのは誰もが知っているメジャーなお店や、サービスばかり。
身近な情報は知る人ぞ知るの世界

やはり地元の情報は必要だ。
特に地元の有益な情報は、生活を明るくする。
地元を元気にする。

問題はどうかビジネスとして成立させるかなのだ・・・。

乱立・衰退する地域版ポータルサイト

当時、同じように苦悩する紙媒体は非常に多かった。
地域版の紙媒体は特に深刻であった。

WEBに活路を見出そうとする動きもその頃から加速していた。
地域版ポータルサイト・・・。
いろいろな形で登場しては消えていった。
ほとんどが地域情報の総合サイト。
人気のグルメ、美容等広告と結びつきやすいジャンルを中心にサイトを公開。
しかし広告収入に結び付くものはほとんどなく、自然消滅していく。

WEBは紙媒体と違い、ユーザーが自らの意思で検索閲覧する。
ニーズありきの閲覧になる。
紙媒体のように、偶然目にとまるというような偶発的接触はあまり期待できない。
結果としてサイト閲覧自体の数も増えず、広告効果も期待できない。

要は紙であれ、WEBであれ広告をベースとした地域媒体は、その対象の小ささから単体ビジネスとして成立しにくいのである。

しかし、
それでも、
地域情報は不要かといえば・・・

決してそうではない。
むしろ、地域情報こそ日常生活にもっとも欲しい情報要素ともいえる。

広告に頼らない新しいビジネスモデル

ここまでお話しした広告とは、バナー広告や記事型広告などの純広告の意。
その広告を主たる収入源とする媒体事業は、今や紙であれWEBであれ相当数以上の購読・閲覧ユーザーを持っていないとビジネスにはなりにくい。
フリーペーパーも同様に、ただ配るだけではだれも継続して見ない。

ビジネスとして考える時、この継続がとても重要なのだ。

WEBにおいて継続性のあるサイトは

- ・NEWS
 - ・趣味のサイト
 - ・学習/自己啓発/健康管理
- 等に集約される。

ところで、地域の企業や個人店オーナーはチラシ等の紙媒体に代わる広告をどうしているのか。
現状、紙に代わるホームラン媒体はない。
ホームページではリスティングやSEO対策などが中心。
他にメルマガやLINEなどのコミュニケーションツールを駆使してのプッシュ戦略。
だがどれも決定打に欠ける。なにより・・・飽きられてしまうのだ。

そして、一番効率がいいのは、お客様の紹介だという結論には誰もが納得。
そう、紹介客は昔も今も、とてもありがたい。

アフィリエイトを地域で手軽に使いたい

紹介をビジネスとして成功させたビジネスモデルがある。

アフィリエイトだ。

アフィリエイトとは紹介して欲しいスポンサー(企業)と、紹介するユーザー(アフィリエイトター)の相互扶助システムである。

スポンサーは紹介して欲しいサービスや商品を登録・提示。一定の条件を設定し、それをクリアした紹介案件に対して紹介報酬を支払うという仕組み。

ユーザーはスポンサーの提示する商品・サービスの中から、これはというものを選び自分のブログやメルマガ等で紹介記事を書く。そこにはスポンサーへのリンクもペタリと張っておく。

このリンクを辿って、成約までこぎつけたらアフィリエイト成立、報酬GETという流れだ。

完全成功報酬なので、スポンサーとしては無駄のない広告出稿となる。

ユーザーも気に入った商品があれば紹介しやすく、アフィリエイト成約しやすい。

双方WINな紹介システムとして10年以上経った今でもWEB施策の一翼を担っている。

難点は、利用対象が大手企業が中心ということ。

現状、アフィリエイト事業者はA8ネットやバリューコマースなど大手中心。

登録費用やシステム利用料最低5万円以上とコストが高い。

ターゲットも全国のアフィリエイトター対象なので、地域情報としては扱はずらい。

地域の企業には手が出せないのである。

もし、地域限定で格安で使えるアフィリエイトシステムがあれば・・・

それは地域の企業、個人店にとってとても有効な広告媒体になるに違いない。

「じもぴい」発想のきっかけがここにある。

地域限定のアフィリエイターをどう集める？

地域で使えるアフィリシステム・・・。
これはもしあったら地域活性化にも一役担えるに違いない。

しかし、最大の問題が一つ。
どうやって地域内でアフィリエイターを集めるのか。
アフィリエイターにとってはターゲットの広い方がアクセスも増えて成約率も高くなる。
地域限定だとスケールが小さすぎてメリットがない。

ここで、視点を変えてみよう。

アフィリエイターはあくまでこづかい稼ぎが目的の輩だ。
目的の為に記事を捏造するのも日常茶飯事。
こんな情報が欲しいのではない。

欲しいのは、
地元で生活する上で有益な情報
地元民ならではのオススメ情報
地元が元気になるHOTな情報

地元LOVEなユーザーによる、地元民のための情報なのだ。

これが「じもぴい」サイトの原点となる。

地元情報共有サイトと地域版アフィリエイトの融合 「じもぴい」

「じもぴい」は地元ユーザーによる地元情報共有サイト。
その運営のための収益源として広告に頼らず、地域版アフィリエイトシステム利用料にて賄う。
これが「じもぴい」ビジネスモデルの骨格となる。

こづかい稼ぎ目的ではなく、地元のおススメ情報を発信・共有し、地元を盛り上げようというのがサイトの主旨。
アフィリエイト報酬はあくまでオマケというスタンスにする。
会員登録したユーザーを「じもぴい」、投稿する記事を「じもネタ」と称し、地元LOVEなNEWSサイトとして発信。

メインの閲覧デバイスはスマートフォンとし、「じもぴい」アプリをダウンロード。
GPS機能やプッシュ通知機能を活用して、常に最新情報をアプローチし継続使用を慣習化させる。
コンテンツは地元NEWSを基軸に、占い、ゲーム、イベント、ランキングなど継続拡散力の高いものを随時企画投入。

コンテンツの中に「議会レポート」というカテゴリーを入れよう。
中立の立場で市議会の内容をレポートし投稿するのだ。
市政こそ生活者にとって一番関心を持つべきというポリシーを打ち出してみたい。
実現すれば大きな反響を呼ぶだろう。

サイト・アプリ画面中央にある「いまどこ」ボタン。
これを押せば、今いるエリアの地元NEWSが瞬時に表示。
初めてのエリアでも、「じもぴい」のおススメ情報が手に入る。

「じもぴい」収益の主軸となるスポンサー＝「じもラー」

地域版アフィリエイトを格安料金で実現できる「じもぴい」
登録スポンサーを「じもラー」と名付ける。

アフィリエイト成約条件は「じもラー」側にて自由に設定可能。報酬はポイントとして付与。
アフィリエイト用ポイントは「じもラー」が任意で購入。
「じもぴい」はマイページから申請することでポイント換金もできる。

アフィリエイトの他にもうひとつ。
スポンサーの自社サイトの更新情報を月2回まで無料で「じもぴい」サイトに公開できる。
自社サイトの新着情報更新時に、追加設定することで「じもぴい」からのアクセス流入が見込める。
この操作は「じもラー」専用の管理画面から簡単操作で行える。
もちろんPC/スマホどこからでも操作可能だ。

環境は整った。さあ始めよう。

タウン紙という紙媒体ビジネスでの苦悩から見出した一筋の光。
原点は地元の活性化、地元への貢献という本質は変わらない。
新しいデバイスの誕生、生活慣習の変化・・・
情報化が進む中で、人はアナログな生き物だという原点は変わらない。

地元の生活の中で必要な情報は、地元の中から見出そう。
地元を明るく、元気にしよう。
日本の9割は地域社会なのだから。

We Love Jimoto-People!Jimoto-world!

「じもぴい」が始まる。