日本経済新聞　2007年（平成19年）6月7日（木曜日）

コマスマーケ

子育て支援 ネット交流

協賛企業募り販促手助け

営業支援コンサルティングのコマスマーケティング（新潟県長岡市、今井進太郎社長）は、子育て世帯支援事業の一環として、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を使った会員向け交流サービスを始めた。新潟市内に本社のあるIT（情報技術）ベンチャー企業と提携し、構築。地域や子供の年齢に応じた交流グループにはスポンサー企業も募り、保険などのサービスや商品を提供する計画だ。

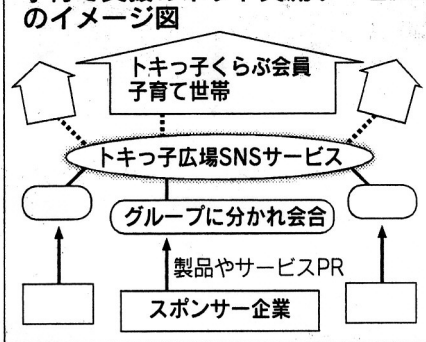
会員向けサービス開始

子育て支援組織「トキっ子くらぶ」会員に参加を呼びかける。インターネット上の会員制サービスであるSNSなので、会員の紹介のない人や会員外の第三者らは参加できない。名称は「トキっ子広場（新潟県子育てSNS）」で、ネトニー（新潟市、五十嵐学社長）と提携した。

子育てに取り組む父親、母親同士が日記やコメントの書き込み、子供の写真や動画を掲載したり見ることができる。共通の趣味や関心、地域情報を共有したり、悩みごとの相談もできる。イベントに参加すれば実際に会って話せる。

趣味や子供の年齢、地域など同じグループでの交流も可能になる。コマスマーケはこうしたグループにスポンサー企業を付ける。グループのメンバーが実際に会合を持つ場合に、企業が例えば飲食費を負担する代わりに会合の中で商品やサービスのPRをできるようにする。企業にとっては関心事がほぼ同じメンバーに効率的に販促活動ができるという利点がある。

同社の子育て支援事業は会員となった世帯に優遇カードを発行し、協賛店での買い物などの割引サービスを受けられる。会員は二千人を突破し、協賛店も二百五十店を超えた。年内に会員数を一万人にする目標を掲げている。

ネット上の交流サービスは五月末から始め、すでに百二十人以上が登録した。会員の半分の登録を目指しており、年内に五千人が目標。

子育て支援のネット交流サービスのイメージ図