

2020年1月15日(金)

株式会社ドリコム

## ドリコム、Twitterを活用したファンコミュニティ促進サービス「Rooot」の提供を開始

株式会社ドリコム(本社:東京都目黒区、代表取締役社長 内藤裕紀 以下、当社)は、Twitterを活用したファンコミュニティ促進サービス「Rooot」(ルート)の提供を開始します。

### ■ Rooot(ルート)とは

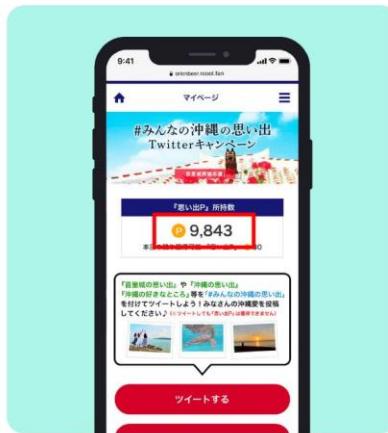
「Rooot」は、ファンの方によりファンになっていただくために、Twitter上でユーザー同士(ファン同士)で盛り上がれるキッカケや、ユーザー同士(ファン同士)で繋がるキッカケを与えるサービスです。具体的には、Twitter上で特定のハッシュタグが付いたツイートに「いいね・RTしたユーザー」に「ポイント」をプレゼントできるサービスです。ユーザーは獲得した「ポイント」を使って、Roootが用意する特設サイト内で景品やグッズ等への抽選に応募等ができます。

## サービス概要

Twitter上で特定のハッシュタグが付いたツイートに  
いいね・RTしたユーザーにポイントをプレゼントできるサービス



ハッシュタグ付きのツイートにいいね/  
RTしたユーザーにポイントをプレゼント



Roootが制作した特設サイト内で  
ポイントを表示



特設サイト内でポイントを使って  
抽選に応募

### ■ Roootが生まれた背景

新規顧客の獲得難易度が年々悪化していく中、既存顧客、特にファンを大切にすることの重要性がこれまで以上に

高まってきました。そうした中、サービスやプロダクトの提供者側はより質の高いコンテンツや商品を提供することはもちろんのこと、ファンの方によりファンになっていただくためのコミュニケーションや、より楽しんでいただくためのコミュニケーションが必要となります。その上で、ドリコムが長年培ってきたエンターテインメントサービス運営のノウハウを活かして「どうしたらもっとファンの方に楽しんでいただけるか」と考えたことが、「Roooot」が生まれた背景です。

※Roooot という名前には「好きな気持を根付かせ広げていく」「みんなの好きが根っこのように繋がっていく」「木(応援する対象)を根(ファン)が広がって支え大きく成長させる」という想いが込められています。また「3 つの oooo」を運営 ⇄ ファン ⇄ ファン」と見立て、「運営 ⇄ ファン」だけではなく、「ファン ⇄ ファン」の繋がりも重視しているという想いを表しています。

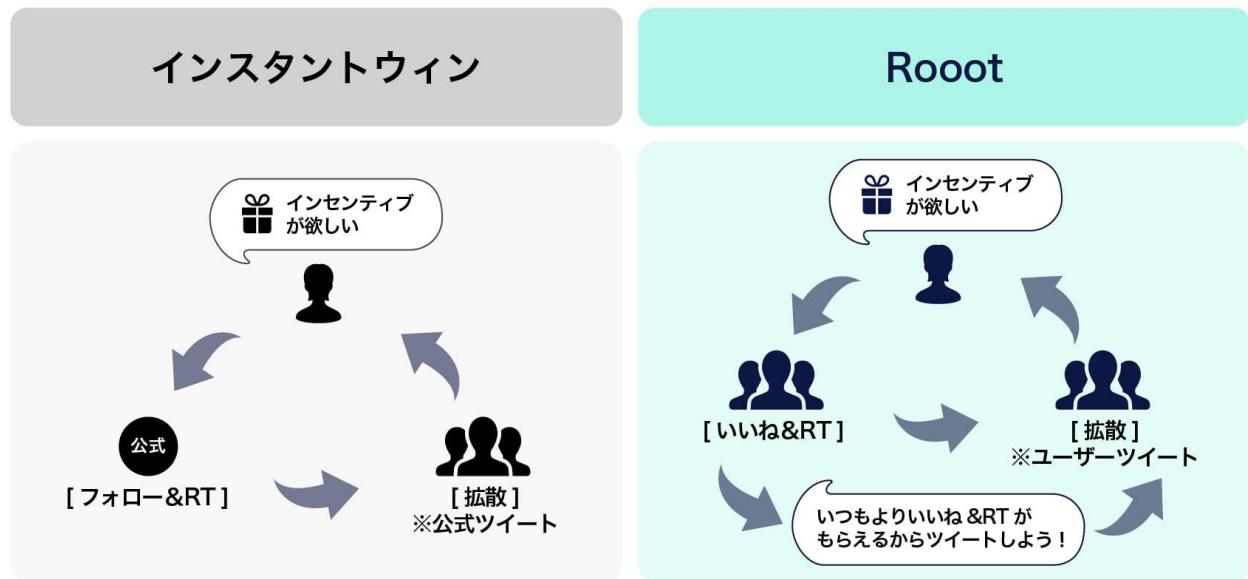
■ インスタントワインとの違い

## インスタントワインとの違い

### 【目的】【手段】

	インスタントワイン	Roooot
目的	「公式 ⇄ ユーザー」のエンゲージメント向上 (フォロワー獲得及び公式ツイートの拡散)	「ユーザー ⇄ ユーザー」のエンゲージメント向上 (ユーザー間のコミュニティ醸成、熱量 / 交流の増加)
手段	公式からのコンテンツ提供 (公式アカウントのフォロー & 公式ツイートのRT、カンパセーションカード、リプライでインセンティブ付与)	ユーザー同士で作り上げるUGC (ユーザー投稿含むハッシュタグ付きツイートへの「いいね」「RT」でポイント付与)

## 【参加者心理】



## 【体験】【結果】

	インスタントウィン	Roooot
体験	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インセンティブがもらえる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インセンティブがもらえる</li> <li>・いいね or RT が沢山もらえる</li> <li>・いいね or RT をキッカケに交流が生まれる</li> </ul> <p><small>※過去実績：キャンペーン参加者の 64.8% がフォロワーが増え、フォロワー数の増加量は +37.7%</small></p>
結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定のキャンペーンのリーチ数の最大化が可能</li> <li>・公式のフォロワー獲得が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定のキャンペーンのリーチ数の最大化が可能</li> <li>・ユーザー投稿のバリエーションの増加</li> <li>・ユーザー同士のアクションをキッカケに新しいコミュニティの形成</li> </ul>

### ■ 活用事例

提供開始に先立ち、株式会社バンダイナムコアーツ様、オリオンビール株式会社様、コミックスマート株式会社様、株式会社サムザップ様にご活用頂いた際の事例となります。

# 活用事例

【株式会社バンダイナムコアーツ様】



## 目的

オンラインライブの認知拡大（話題作り）とチケット販売の促進

## 概要

- 好きなアーティストへの応援メッセージの募集
- いいね or RT で「応援ポイント」をプレゼント
- 応援ポイントを使って抽選に応募

## ハッシュタグ

#LnP ニュージェネ

## インセンティブ

アーティストのサイン入りチェキ、ライブグッズ等

## URL

<https://lnpngl2020.rooot.fan/>

© BANDAI NAMCO Arts Inc. All Rights Reserved.



# 活用事例

【オリオンビール株式会社様】



## 目的

沖縄ファンへの EC サイトの認知拡大と EC サイト経由での売上拡大

## 概要

- 沖縄の思い出に関する投稿募集
- いいね or RT で「思い出P」プレゼント
- 思い出P を使って EC サイトで使えるクーポンコードと交換

## ハッシュタグ

#みんなの沖縄の思い出

## インセンティブ

500 円引きクーポンコードの交換、ビールケースへの抽選応募等

## URL

<https://orionbeer.rooot.fan/>

Copyright © 2000 ORION BREWERYES, LTD.



# 活用事例

【コミックスマート株式会社様】



目的	サービス開始7周年を記念してTwitter上の盛り上がりを作り認知拡大
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>7周年のお祝いコメントの募集</li> <li>いいね or RTで「祝ガンマ Pt」をプレゼント</li> <li>参加者全員の合計祝ガンマ Pt 数に応じてインセンティブプレゼント</li> </ul>
ハッシュタグ	#祝ガンマ
インセンティブ	7周年記念の描き下ろしイラストの閲覧権利
URL	<a href="https://ganma.rooot.fan/">https://ganma.rooot.fan/</a>



© COMICSMART INC.

# 活用事例

【株式会社サムザップ様】



目的	大型プロモタイミングで新規獲得したユーザーのロイヤリティ化 (継続、課金率向上)
概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>ゲーム内のお気に入りシーン等の投稿募集</li> <li>いいね or RTで「繋がりP」プレゼント</li> <li>繋がりPを使ってゲーム内アイテムと交換</li> </ul>
ハッシュタグ	#このファン好きと繋がろう
インセンティブ	ゲーム内で使えるアイテム
URL	サイト掲載終了済み



©2019 誰なつめ・三崎くろね／KADOKAWA／映画このすば製作委員会 ©Sumzap, Inc.

## ■ お問い合わせ先

株式会社ドリコム Rooot 担当者 / Email: [rooot@drecom.co.jp](mailto:rooot@drecom.co.jp)