

2025 年 11 月 20 日

株式会社電通デジタル

電通デジタル、超実行型 ファンコミュニティ支援サービス 「ファンコミュサイクル」を提供開始 －戦略・クリエイティブ・PDCAで「好き」を育てる－

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長執行役員：瀧本 恒 以下、電通デジタル）は、ファンコミュニティにおける戦略設計から運用、事業伴走までを一気通貫で支援する超実行型 ファンコミュニティ支援サービス「ファンコミュサイクル」を本日より提供開始します。



近年、生活者が特定の「ファン」となり「好き」という気持ちを共有するため、ファンクラブやコミュニティに参加する動きが一般化しています。また、企業側においても人口減少や購買行動の多様化を背景に、一人一人の顧客価値・LTV（顧客生涯価値）の最大化や、顧客インサイト・UGC（ユーザー生成コンテンツ）の活用の重要度が増しています。

このような背景から、BtoB や BtoC など、企業のビジネス形態を問わず、生活者や利用者と企業（ブランド・サービス）をつなぐファンコミュニティ施策への注目度は高まり続けています。

しかし、数多くの生活者や利用者と直接繋がりを持つコミュニティの運営は難易度が高く、戦略設計から日々の管理・育成まで高度な専門性が求められます。さらに、運営を内製化もしくは外部に委託する場合も、安定した成果を上げるためには課題があります。

本サービスでは、計 10 業界以上、20 件を超える※実績を持つ電通デジタルのファンコミュニティ運営支援専門チームが豊富なノウハウを生かし、ファンコミュニティ運営における戦略設計から、企画プランニングやデータ活用、運用伴走まで一気通貫で支援します。ファンの創出・発見・成長を推進し、UGC 拡大やロイヤルティ向上を通じて、LTV 向上や事業 KPI 達成に貢献するサイクルを創出します。

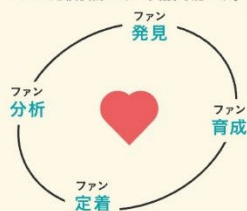
【「ファンコミュサイクル」と具体的な支援プロセスについて】

ファンコミュニティ支援サービス「ファンコミュサイクル」とは？

Step 01

ファンと出会う場をつくる

潜在・顕在ファンを可視化し、ターゲットや役割、コンセプト、KPI、効果的な集客手法を設計した上で、コミュニティを立ち上げます。外部のプラットフォームを利用する場合、導入サービスの比較検討からご支援可能です。



Step 02

ファンを定着させ、「好き」を育てる

ファンの定着と成長のための共企画画や参加型コンテンツ、イベントなどをプランニングし、クリエイティブの制作、実行まで行います。悩みがちな日々の監視・問い合わせ対応も経験豊富なコミュニティマネージャーがサポートします。



Step 03

事業成長につなげる

定期的な効果検証を行うことで、事業成果創出に向けたサイクルを回します。LTVの向上度合いや、顧客インサイトを可視化し、商品やコミュニケーションの改善につなげます。



ファンコミュニティのご支援プロセス

01 コミュニティ戦略策定

コミュニティ方針・計画策定

ターゲット設定

コミュニティ役割定義

コンセプト策定

KPI策定

プラットフォーム検討

プラットフォーム選定

システム基盤構築/ID連携方針の策定

02 立ち上げ準備・制作&実装

コミュニティ方針・計画策定

ダッシュボード設計/
KPIモニタリング計画

システム基盤構築/ID連携

コミュニティ初期設計

コミュニティエリア設計

デザイン・UI/UX 設計

施策プランニング・制作

監視運用・ガイドラインの策定

コミュニティ OPEN

03 運用

コミュニティ方針・計画策定

年間施策プランニング・実行支援

プラットフォーム機能改善

定期的な施策振り返り/施策改善

コミュニティ事務局対応

STEP1：ファンと出会う場をつくる

企業のCRM（顧客関係管理）、カスタマーサクセス、店舗/ECなどの状況をヒアリングした上で、ファンコミュニティのターゲットや役割、コンセプト、KPIを定義し、これらに基づいたコミュニティを立ち上げます。潜在・顕在ファンの定義や人数ボリュームを可視化し、それぞれのファンを集客するための施策を設計し、事業成長につながる道筋や受け皿となる導線の設計も行います。外部のコミュニティプラットフォームサービスを利用する場合、ベンダーニュートラルな視点で各社サービスの比較検討から支援します。

STEP2：ファンを定着させ、「好き」を育てる

ファンの定着と成長のための企画やコンテンツ、イベントなどをプランニングし、クリエイティブの制作、実行まで行います。また、生活者や利用者ごとの対応の違いやルール作りの難しさ、炎上リスクなど、慎重な対応が求められる日々の事務局対応においてもコミュニティの管理や育成を担う経験豊富なコミュニティマネージャーがサポートします。

STEP3：事業成果創出に向けたサイクルを回す

KPI設計に基づき、定期的な効果検証を行うことで、事業成果創出に向けたサイクルを回します。ファンの活動状況に加え、LTVの状況やファンの活動から見えたインサイトなどを可視化し、商品やコミュニケーションの改善に反映できるよう報告します。

今後も電通デジタルは、本サービスにおいて、実績と知見を備えた専門チームが企業と生活者の持続的な関係構築をリードし、「好き」な気持ちを軸に安心して企業と繋がることができる場を創出することで、クライアントの顧客体験の高度化に貢献してまいります。

※：コミュニティ立ち上げ・運用伴走実績に加え、相談実績含む。

■本サービスの詳細資料は、以下のURLよりダウンロード可能です。

https://pages2.dentsudigital.co.jp/report/dl/20251120_fan-commu-cycle/

以 上

<電通デジタルについて> <https://www.dentsudigital.co.jp/>

電通デジタルは、国内最大規模の総合デジタルファームです。「人の心を動かし、価値を創造し、世界のあり方を変える。」をパーパスに、生活者に寄り添うクリエイティビティとテクノロジーを統合的に活用することで、あらゆるトランスフォーメーションを実現しています。クライアントの事業成長パートナーとして、共に新たな価値を創造することで、経済そして社会の「変革と成長」を目指しています。

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル コーポレートコミュニケーション部

北川・横田 Email : press@dentsudigital.co.jp

【本事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通デジタル エクスペリエンス&コマース第1部門 オウンドメディアプランニング事業部

外山・能瀬・高木・野口 Email : dd-fancommucycle@group.dentsu.co.jp