

(19) 日本国特許庁(JP)

(12) 公開特許公報(A)

(11) 特許出願公開番号

特開2018-5347

(P2018-5347A)

(43) 公開日 平成30年1月11日(2018.1.11)

(51) Int.Cl. F I テーマコード (参考)
G06Q 50/00 (2012.01) G06Q 50/00 300 5L049

審査請求 未請求 請求項の数 20 O L (全 10 頁)

<p>(21) 出願番号 特願2016-128065 (P2016-128065) (22) 出願日 平成28年6月28日 (2016.6.28)</p>	<p>(71) 出願人 514173342 アジャイルメディア・ネットワーク株式会社 東京都港区虎ノ門三丁目8番21号 (74) 代理人 100174078 弁理士 大谷 寛 (72) 発明者 五十嵐 靖也 東京都港区虎ノ門三丁目8番21号 アジャイルメディア・ネットワーク株式会社内 Fターム(参考) 5L049 CC11</p>
--	---

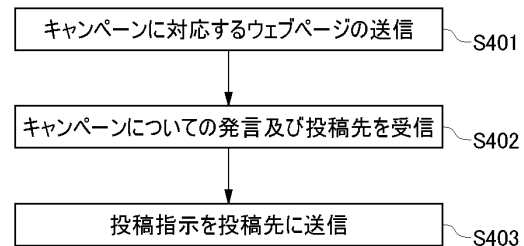
(54) 【発明の名称】 関係構築装置、関係構築方法及びそのためのプログラム

(57) 【要約】

【課題】 所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための装置において、活動的な個人を効率的に特定する。

【解決手段】 関係構築装置200は、各個人の端末210及び1又は複数のSNS220との間でデータの送受信を行う通信部201と、CPUなどの処理部202と、メモリ、ストレージなどの記憶部203とを備える。通信部201は、登録済みのアンバサダーの端末210に対して、キャンペーン、たとえばアンバサダー限定のイベントへの参加案内を送信する(S401)。端末210の表示画面上に表示された参加案内のウェブページにおいてアンバサダーが発言の記載及び投稿先の指定を行うと、関係構築装置200は、通信部201により、これらのデータを受信する(S402)。通信部201は、受信した発言を投稿するための投稿指示を、指定された1又は複数のSNS220に対して送信する(S403)。

【選択図】 図4



【特許請求の範囲】**【請求項 1】**

所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築方法であって、

前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信するステップと、

前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された 1 又は複数の SNS の指定とともに受信するステップと、

受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記 1 又は複数の SNS に対して送信するステップとを含むことを特徴とする関係構築方法。

10

【請求項 2】

前記ウェブページは、前記選択された個人のみが閲覧可能な詳細ページ又はそこへのリンクを有することを特徴とする請求項 1 記載の関係構築方法。

【請求項 3】

前記ウェブページは、登録済みの個人のみが閲覧可能な詳細ページ又はそこへのリンクを有することを特徴とする請求項 1 記載の関係構築方法。

【請求項 4】

前記ウェブページは、検索エンジンによる収集を回避する設定がされていることを特徴とする請求項 1 記載の関係構築方法。

20

【請求項 5】

前記投稿指示は、前記発言に、前記所定のブランドに関連づけられた所定の文字列を加えて投稿するための指示であることを特徴とする請求項 1 から 4 のいずれかに記載の関係構築方法。

【請求項 6】

前記投稿指示は、前記発言に、前記キャンペーン固有の所定の文字列を加えて投稿するための指示であることを特徴とする請求項 1 から 4 のいずれかに記載の関係構築方法。

【請求項 7】

前記所定の文字列は、ハッシュタグを含むことを特徴とする請求項 5 又は 6 に記載の関係構築方法。

30

【請求項 8】

前記所定の文字列は、前記アンバサダーとしての登録を行うためのウェブページへのリンクを含むことを特徴とする請求項 5 又は 6 に記載の関係構築方法。

【請求項 9】

前記アンバサダーとしての登録を行うためのウェブページは、前記所定のブランドの商品又はサービスの利用頻度及び登録を行う動機についての回答欄を含むことを特徴とする請求項 8 に記載の関係構築方法。

【請求項 10】

受信した前記発言を、指定された前記 1 又は複数の SNS とともに各 SNS への投稿データとしてキャンペーン毎に記憶するステップをさらに含むことを特徴とする請求項 1 から 9 のいずれかに記載の関係構築方法。

40

【請求項 11】

前記記憶した投稿データの少なくとも一部に基づいて、活動頻度又は活動量が所定の閾値以上である個人を特定するステップをさらに含むことを特徴とする請求項 10 に記載の関係構築方法。

【請求項 12】

登録済みの複数の個人のそれぞれに関連づけられた 1 又は複数の SNS から、投稿データを収集するステップと、

前記記憶した投稿データ及び前記収集した投稿データの少なくとも一部に基づいて、活

50

動頻度又は活動量が所定の閾値以上である個人を特定するステップとをさらに含むことを特徴とする請求項 10 に記載の関係構築方法。

【請求項 13】

前記収集の対象となる投稿データは、前記キャンペーンの期間外のものを含むことを特徴とする請求項 12 に記載の関係構築方法。

【請求項 14】

前記収集の対象となる投稿データは、前記所定のブランドに関連づけられた所定の文字列を含むものに限定されることを特徴とする請求項 12 又は 13 に記載の関係構築方法。

【請求項 15】

前記活動頻度は発言頻度であり、前記活動量は発言数であることを特徴とする請求項 11 から 14 のいずれかに記載の関係構築方法。

10

【請求項 16】

前記活動頻度又は活動量は、さらに過去のキャンペーンへの参加履歴に基づいて算出されることを特徴とする請求項 11 から 15 のいずれかに記載の関係構築方法。

【請求項 17】

前記選択は、前記活動頻度又は活動量に基づいて行われることを特徴とする請求項 11 から 16 のいずれかに記載の関係構築方法。

【請求項 18】

前記活動頻度又は活動量を各個人に対して通知するステップをさらに含むことを特徴とする請求項 11 から 17 のいずれかに記載の関係構築方法。

20

【請求項 19】

コンピュータに、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築方法を実行させるためのプログラムであって、前記関係構築方法は、

前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信するステップと、

前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された 1 又は複数の SNS の指定とともに受信するステップと、

受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記 1 又は複数の SNS に対して送信するステップと

30

を含むことを特徴とするプログラム。

【請求項 20】

所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築装置であって、

前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信し、

前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された 1 又は複数の SNS の指定とともに受信し、

40

受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記 1 又は複数の SNS に対して送信することを特徴とする関係構築装置。

【発明の詳細な説明】

【技術分野】

【0001】

本発明は、関係構築装置、関係構築方法及びそのためのプログラムに関し、より詳細には、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築装置、関係構築方法及びそのためのプログラムに関する。

【背景技術】

【0002】

50

近年、ソーシャルメディアを利用したマーケティング手法が用いられるようになってきている。Twitter（登録商標）などのソーシャルネットワークサービス（SNS）に多くのフォロワーを持つ有名人などは「インフルエンサー」と呼ばれ、これらインフルエンサーの発言は、数万人、数十万人に影響を与えることもある。

【0003】

他方、自らの周囲の数十人、数百人にしか影響力がないような、一般のファン・支持者であっても、これらのファンを数千人、数万人単位で組織化することができれば、結果として数万人、数十万人に影響を与えることも可能である。こうした、有名人ではなく一般人の影響力に着目した手法として、「アンバサダーマーケティング」が広まりつつある。

【0004】

「アンバサダー」とは、個人の著名性等の影響力を指標として特定されるインフルエンサーとは異なり、個別の企業、商品などに積極的に関わりを持とうとするファン・支持者を指す。これを図示すると図1のようになり、アンバサダーの中には影響力の低い人から高い人までさまざま存在し得るが、いずれも対象となる企業、商品などのブランドに一定以上の関わりを持とうとし、商品・サービスとのつながりが強い熱量の高いファンである。ソーシャルメディアの発展により、個人が情報を発信しやすくなった環境変化を受けて、自分の好きな企業、ブランドなどについて積極的な発言をしたり、他のユーザーへのサポートを行ったりするアンバサダーが現れて来ている。

【0005】

特許文献1には、SNSにおいて単に影響力を持つインフルエンサーではなく、自社のPRやマーケティングにおいて役立つ有用なインフルエンサーを見つけることが重要であり、そのためのインフルエンサーの評価方法が開示されている。

【先行技術文献】

【特許文献】

【0006】

【特許文献1】特開2014-21889号公報

【発明の概要】

【発明が解決しようとする課題】

【0007】

アンバサダーマーケティングを行っていく上では、各社は、自社ブランドのアンバサダーを発見し、一人一人の影響力は有名人と比較すれば大きくないことから、長期的な関係を構築して組織化していくことが必要となる。

【0008】

インターネット上にアンバサダー登録ページを用意して、そのページを自社のSNS上で紹介することなどによって周知を図り、アンバサダー登録者を増やすことは可能であるものの、改善の余地があるのが現状である。

【0009】

本発明は、このような問題点に鑑みてなされたものであり、その目的は、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築装置、関係構築方法及びそのためのプログラムにおいて、活動的な個人を効率的に特定することにある。

【課題を解決するための手段】

【0010】

このような目的を達成するために、本発明の第1の態様は、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築方法であって、前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信するステップと、前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された1又は複数のSNSの指定とともに受信するステップと、受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記

10

20

30

40

50

1 又は複数の SNS に対して送信するステップとを含むことを特徴とする。

【0011】

本発明の第2の態様は、第1の態様において、前記ウェブページは、前記選択された個人のみが閲覧可能な詳細ページ又はそこへのリンクを有することを特徴とする。

【0012】

また、本発明の第3の態様は、第1の態様において、前記ウェブページは、登録済みの個人のみが閲覧可能な詳細ページ又はそこへのリンクを有することを特徴とする。

【0013】

また、本発明の第4の態様は、第1の態様において、前記ウェブページは、検索エンジンによる収集を回避する設定がされていることを特徴とする。

10

【0014】

また、本発明の第5の態様は、第1から第4のいずれかの態様において、前記投稿指示は、前記発言に、前記所定のブランドに関連づけられた所定の文字列を加えて投稿するための指示であることを特徴とする。

【0015】

また、本発明の第6の態様は、第1から第4のいずれかの態様において、前記投稿指示は、前記発言に、前記キャンペーン固有の所定の文字列を加えて投稿するための指示であることを特徴とする。

【0016】

また、本発明の第7の態様は、第5又は第6の態様において、前記所定の文字列は、ハッシュタグを含むことを特徴とする。

20

【0017】

また、本発明の第8の態様は、第5又は第6の態様において、前記所定の文字列は、前記アンバサダーとしての登録を行うためのウェブページへのリンクを含むことを特徴とする。

【0018】

また、本発明の第9の態様は、第8の態様において、前記アンバサダーとしての登録を行うためのウェブページは、前記所定のブランドの商品又はサービスの利用頻度及び登録を行う動機についての回答欄を含むことを特徴とする。

【0019】

また、本発明の第10の態様は、第1から第9のいずれかの態様において、受信した前記発言を、指定された前記1又は複数の SNS とともに各 SNS への投稿データとしてキャンペーン毎に記憶するステップをさらに含むことを特徴とする。

30

【0020】

また、本発明の第11の態様は、第10の態様において、前記記憶した投稿データの少なくとも一部に基づいて、活動頻度又は活動量が所定の閾値以上である個人を特定するステップをさらに含むことを特徴とする。

【0021】

また、本発明の第12の態様は、第10の態様において、登録済みの複数の個人のそれぞれに関連づけられた1又は複数の SNS から、投稿データを収集するステップと、前記記憶した投稿データ及び前記収集した投稿データの少なくとも一部に基づいて、活動頻度又は活動量が所定の閾値以上である個人を特定するステップとをさらに含むことを特徴とする。

40

【0022】

また、本発明の第13の態様は、第12の態様において、前記収集の対象となる投稿データは、前記キャンペーンの期間外のものを含むことを特徴とする。

【0023】

また、本発明の第14の態様は、第12又は第13の態様において、前記収集の対象となる投稿データは、前記所定のブランドに関連づけられた所定の文字列を含むものに限定されることを特徴とする。

50

【 0 0 2 4 】

また、本発明の第 1 5 の態様は、第 1 1 から第 1 4 のいずれかの態様において、前記活動頻度は発言頻度であり、前記活動量は発言数であることを特徴とする。

【 0 0 2 5 】

また、本発明の第 1 6 の態様は、第 1 1 から第 1 5 のいずれかの態様において、前記活動頻度又は活動量は、さらに過去のキャンペーンへの参加履歴に基づいて算出されることを特徴とする。

【 0 0 2 6 】

また、本発明の第 1 7 の態様は、第 1 1 から第 1 6 のいずれかの態様において、前記選択は、前記活動頻度又は活動量に基づいて行われることを特徴とする。

10

【 0 0 2 7 】

また、本発明の第 1 8 の態様は、第 1 1 から第 1 7 のいずれかの態様において、前記活動頻度又は活動量を各個人に対して通知するステップをさらに含むことを特徴とする。

【 0 0 2 8 】

また、本発明の第 1 9 の態様は、コンピュータに、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築方法を実行させるためのプログラムであって、前記関係構築方法は、前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信するステップと、前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された 1 又は複数の SNS の指定とともに受信するステップと、受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記 1 又は複数の SNS に対して送信するステップとを含むことを特徴とする。

20

【 0 0 2 9 】

また、本発明の第 2 0 の態様は、所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための関係構築装置であって、前記所定のブランドのアンバサダーとして登録済みの複数の個人のうちからキャンペーンへの参加案内対象として選択された個人に対して、前記キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信し、前記ウェブページにアクセスして前記選択された個人が記載した発言を、前記発言の投稿先として指定された 1 又は複数の SNS の指定とともに受信し、受信した前記発言を投稿するための投稿指示を、指定された前記 1 又は複数の SNS に対して送信することを特徴とする。

30

【 発明の効果 】

【 0 0 3 0 】

本発明の一態様によれば、登録済みのアンバサダーに対してキャンペーンへの参加案内を送信し、これらのアンバサダーのキャンペーン上の発言を SNS に投稿することによって、活動的な個人を効率的に特定することが可能となる。

【 図面の簡単な説明 】

【 0 0 3 1 】

【 図 1 】 インフルエンサーとアンバサダーの関係を示す図である。

40

【 図 2 】 本発明の一態様にかかる関係構築装置を示す図である。

【 図 3 】 本発明の一態様にかかる関係構築装置で提供される管理画面の一例を示す図である。

【 図 4 】 本発明の一態様にかかる関係構築方法を示す図である。

【 発明を実施するための形態 】

【 0 0 3 2 】

以下、図面を参照して本発明の実施形態を詳細に説明する。

【 0 0 3 3 】

(本発明の基本的構成)

図 2 は、本発明の一態様にかかる関係構築装置を示している。関係構築装置 2 0 0 は、

50

所定のブランドについてインターネット上で投稿を行う個人との関係を構築するための装置であり、各個人が用いるスマートフォン、タブレット、ノートPC、デスクトップなどの端末210及び1又は複数のSNS220との間でデータの送信又は受信を行う通信インターフェースなどの通信部201と、CPUなどの処理部202と、メモリ、ストレージなどの記憶部203とを備える。

【0034】

関係構築装置200は、単一の装置として図示しているが、複数の装置により構成することもでき、以下で述べる各処理を果たすためのプログラムを処理部202において実行することにより構成することができる。当該プログラムは、単一のプログラムとすることができるほか、複数のプログラムにより構成されていてもよい。

10

【0035】

関係構築装置200の記憶部203又は関係構築装置200からアクセス可能な記憶装置には、所定のブランドのアンバサダーとして複数の個人が既に登録されている。以降では、記憶部203に記憶されると記載するときは、関係構築装置200からアクセス可能な記憶装置への記憶も含むものとする。アンバサダーとしての登録は、インターネット上の登録ページなどから回答欄に入力を行うことで可能であり、入力すべき必須項目及び任意項目は、各ブランドによって異なってくる。一例として、氏名、年齢又は年代、性別、住所又は都道府県等の居住地、使っているSNS、持っていればブログ名、及びメールアドレスのうちの複数の項目を必須項目とすることができる。さらに、アンバサダーとして登録することへの意気込み又は動機、当該ブランドの製品又はサービスに半年間に使う金額、当該ブランドの製品の保有数、サービスの利用頻度等を任意項目としてもよく、必須項目とすれば、登録に際してブランドへの積極的な関与を条件として課すこととなり、つながりの強いアンバサダーを選別することができる。

20

【0036】

このように登録された複数のアンバサダーと各ブランドのブランドオーナーがコミュニケーションを取るためのプラットフォームとして関係構築装置200は機能する。図3は、関係構築装置で提供される管理画面の一例を示している。管理画面300は、ユーザー又はアンバサダーの一覧表示を行うことができ、所定のタグ301を選択することによって、当該タグに関連づけられたアンバサダーにフィルタリングすることができる。また、データ連結タブ302からTwitter（登録商標）フォロワー数、Twitter発言数、Instagram（登録商標）フォロワー数、Instagram発言数等、インターネット又はSNS上での活動量の指標又はこれらのデータに基づいて算出したユーザー毎の影響指数を選択して、これらのデータを連結することによって、アンバサダーの一覧とともに併せて表示することもでき、また、これらのデータに基づいてアンバサダーをフィルタリングすることもできる。また、後述するキャンペーンの際に使用したウェブページ又はフォームを選択するためのフォームタブ303から特定のフォームを選択することによって、当該キャンペーンに各アンバサダーが行った発言又はその概要を表示することができる。アンバサダーを選択して「メールを送る」ボタン304をタップ又はクリックすることで、一斉にメッセージを送信することも可能である。

30

【0037】

通信部201は、登録済みのアンバサダーの端末210に対して、キャンペーン、たとえばアンバサダー限定のイベントへの参加案内を送信する(S401)。具体的には、キャンペーンに対応するウェブページへのリンクを送信することができる。参加案内対象のアンバサダーは、登録済みのアンバサダー全員ではなく、活動量又は活動頻度に基づいて選択することもできる。「活動頻度」は、所定期間内における活動量として定義することができる。

40

【0038】

キャンペーンのウェブページには、ブランド又はキャンペーンに関連した発言を記入する記載欄があり、さらに当該発言を投稿する1又は複数のSNS220を指定可能とすることができる。端末210の表示画面上に表示されたウェブページにおいてアンバサダー

50

が発言の記載及び投稿先の指定を行うと、関係構築装置200は、通信部201により、これらのデータを受信する(S402)。受信したデータは記憶部203にたとえばキャンペーン毎に記憶してもよい。たとえばブランドの管理者は、関係構築装置200により提供される管理画面上で、各キャンペーンにおける発言の一覧を確認することもできる。

【0039】

通信部201は、受信した発言を投稿するための投稿指示を、指定された1又は複数のSNS220に対して送信する(S403)。

【0040】

以上のように、本発明の一態様によれば、キャンペーンへの参加案内対象としたアンバサダーが参加したか否かを把握することができ、活動的な個人を効率的に特定することができる。

10

【0041】

1又は複数のSNS220への投稿をキャンペーンへの参加の条件とすると、ブランドについて好意を抱いているものの支持の程度が高くない個人をフィルタリングすることもできる。また、選択されたSNS220に直接アンバサダーが投稿するのではなく、関係構築装置200をプラットフォームとして経由して投稿することにより、各アンバサダーに利便性を提供できるとともに、選択されたSNS220のうちに投稿の収集が許容されていないSNSが含まれていても、関係構築装置200としては、各アンバサダーの発言を蓄積していくことも可能となる。

【0042】

20

(キャンペーンページ)

アンバサダーにリンクが送信されるキャンペーンのウェブページは、登録済みのアンバサダー又はさらにその中から選択されたアンバサダーのみが閲覧可能な詳細ページ又はそこへのリンクを有するウェブページとすることができる。キャンペーンページ自体はインターネット上で誰でも閲覧可能とした場合でも、キャンペーンに参加するための詳細ページへはアンバサダー登録により得られるパスワードなどによる認証を必要とすることによって、アンバサダー登録を促すことができる。

【0043】

キャンペーンページは、検索エンジンによる収集を回避するように設定することも可能である。この場合、キャンペーンの存在は、登録済みのアンバサダーしか知ることができず、その他の者は、キャンペーンに参加したアンバサダーの1又は複数のSNS220への投稿によって初めて知ることができる。このようにすることによって、未登録の者があらかじめアンバサダーとして登録しておくことを動機づけることができる。

30

【0044】

(投稿内容)

投稿指示によって1又は複数のSNS220に送られる投稿内容は、アンバサダーが記入した上記発言に、ブランドに関連づけられた所定の文字列が加えられるものとしてすることができる。また、キャンペーン固有の所定の文字列をたとえばハッシュタグにより加えることもできる。また、所定の文字列として、アンバサダー登録を行うためのウェブページへのリンクが加えられてもよい。

40

【0045】

(活動頻度・活動量)

投稿された投稿データの少なくとも一部に基づいて、処理部202は、発言頻度等の活動頻度、又は、発言量等の活動量を求め、所定の閾値以上である個人を特定することもできる。処理部202は、さらに過去のキャンペーンにおける発言等の参加履歴に基づいて、活動頻度又は活動量を算出してもよい。

【0046】

上述したように、キャンペーンへの参加案内対象のアンバサダーは、登録済みのアンバサダーの中から選択される場合があるが、新たなキャンペーンの前に行われたキャンペーンへの参加履歴を用いて算出される活動頻度又は活動量に基づいて選択を行ってもよい。

50

【 0 0 4 7 】

また、キャンペーンへの参加による発言とは別に、1又は複数のSNS 220から、登録済みのアンバサダーに関連づけられたアカウントの投稿データを収集してもよく、キャンペーンの期間中以外に、キャンペーンの期間外の投稿データを収集してもよい。一例では、収集の対象となる投稿データは、所定のブランドに関連づけられた所定の文字列を含むものに限定される。

【 0 0 4 8 】

処理部202は、キャンペーンへの参加により投稿された投稿データ及び上記のように収集された投稿データの少なくとも一部に基づいて、各アンバサダーの活動頻度又は活動量を算出し、所定の閾値以上である個人を特定することが可能である。

10

【 0 0 4 9 】

なお、算出された活動頻度又は活動量は、関係構築装置200において用いるほか、各個人に対して通知する場合もある。

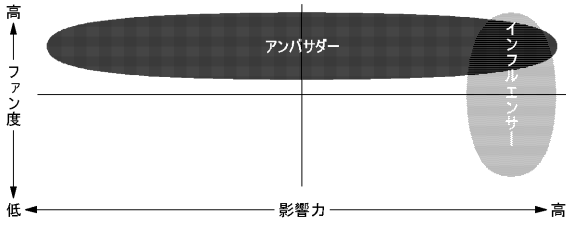
【 符号の説明 】

【 0 0 5 0 】

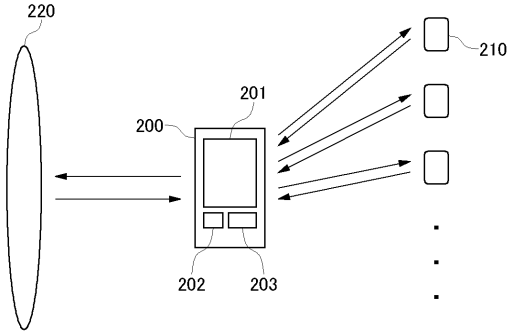
- 200 関係構築装置
- 201 通信部
- 202 処理部
- 203 記憶部
- 210 端末
- 220 SNS
- 300 管理画面
- 301 タグ
- 302 データタブ
- 303 フォームタブ
- 304 メール送信ボタン

20

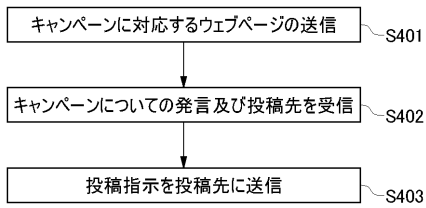
【図1】



【図2】



【図4】



【図3】

The screenshot shows a web browser window with the URL 'admin.ambassador.jp/demo/users/'. The page title is 'Ambassador Platform'. The main content area includes sections for 'ユーザー一覧' (User List), '作成したタグ' (Created Tags), 'チームタグ' (Team Tags), and 'チームの返信を表示' (Display Replies from Team). A table at the bottom lists user details:

ID	ニックネーム	メールアドレス	SNS	登録日時	タグ
1000000001	shirko	abc@ag/emediap	Twitter	2016/1/23 08:00	
1000000002	たーじ	abc@ag/emediap		2016/1/25 00:00	
1000000003	shirko	abc@ag/emediap		2016/1/20 00:00	