

出版社御中

ホームページ運用実績報告書

2007年12月度

ケータイサイトの活用に向けて - ケータイインターネットの現況

1. リッチコンテンツ化の進展

ケータイ電子書籍の2006年の売上は112億円(ケータイ白書2008)となり、そのうちコミックだけで82億円となっており、無視できない売上を上げるようになりました。

この要因として、まず、ケータイの画面が大きく精細度が高くなり、最新機種では画素数がWindows95リリース当時のパソコンモニターと同等となるまで増えていることがあげられます。さらに、通信速度は、FOMA(いわゆる3G)がさらに進化しHSPDA(いわゆる3.5G)が導入されることで、3Gの384kbpsから、ADSLと並ぶ、下り方向で最大14.4Mbpsというスピードまで実現されました。

これらの結果、ダウンロードしなくてはならないパケットの量も大変増加し、従量課金では利用しにくくなってきたため、パケット定額料金が導入されました。

このような技術や制度の変更により、リッチコンテンツ化が可能となり、一気に普及しました。音楽では着メロから着うた・着うたフルが同様に業界にインパクトを与えているようです。

2. 公式サイトから勝手サイトへ

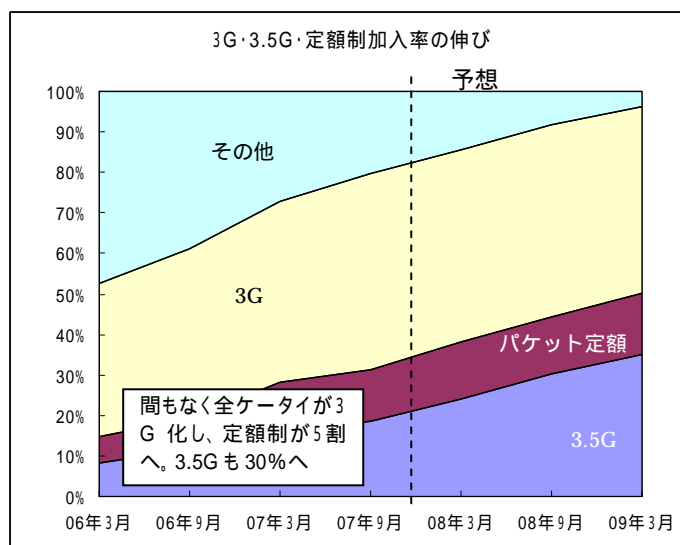
以前は、携帯通信会社の審査を受け、公式サイトとならないとなかなかアクセスを稼ぐことができず事業として成立させることが難しかったのですが、最近はその必要性が薄れてきています。

これは、一つは、空メールやQRコードによるサイトへの誘導が可能になってきたことにより、わざわざ公式サイトとして登録されなくてもアクセスが稼げるようになってきたことがあります。

公式サイトとして登録されずに運用しているサイトは勝手サイトと呼ばれています。ここ2年ほどで急速に立ち上がったケータイSNSのモバゲータウンは勝手サイトであるにも関わらず、1年で600万ユーザを集めました。これは、PCでやはり急速な立ち上がりを見せたmixiの10倍以上の速度です。

一方、公式サイトになったとしても、現在はあまり有利とは言いにくくなっています。公式サイトが増えすぎた結果、ディレクトリをたどっていくやり方ではたどり着けず、検索を使わなくてはいけなくなってしまっているからです。特にauでは勝手サイトも検索されるので、公式サイトと勝手サイトとの差がなくなってしまっています。また、番号ポータビリティ制の導入に伴い通信会社の変更が起きやすくなっているため、公式サイトの大きなメリットであった課金代行の利便性も弱まってきています。

また、通信速度の向上とパケット定額制の出現は、サイトに広告を入れることで収益を上げるモデルの実現をより現実化し



ケータイ白書2008より

ました。つまり、ユーザーにとって、バナー画像のダウンロードにかかる時間や費用を気にならなくしたからです。

3. 目立つ成功例

(1) ケータイ小説

魔法のいらんどやモバゲータウンに書き込まれたケータイ小説が出版され、昨年は2007年のトーハンの文芸部門ベストセラーの上位5位のうちの4点がケータイ小説となりました。魔法のいらんどのアクセスは、大分前の数字ですがケータイからのものが2006年4月の段階で月8.5億PVを超えました(同社プレスリリース)。

書き手、読み手とも、10代中心と言われており、文体やテーマなどがこれまでの文芸畑の業界人からは強く批判されていますが、10代ならではのマインドを反映したもののようで、熱狂的な支持を受けています。

(2) 内蔵カメラを活かしたサービス

もっとも成功した事例といえるのは、顔チェキでしょう。内蔵カメラで撮影した顔の画像をメールに添付し顔チェキサーバに送信すると、どの有名人に似ているかをメールで返すサービスです。これは沖電気が開発した顔認識技術を応用したもので、2007年8月に累計利用回数が5000万件を超えたとのことです。

(3) EC

ケータイの表現力が増したとはいえ、どうしてもPCや紙に劣り通販には向かないのではないかと考えられがちですが、実際はかなりの売上を上げるまでになっています。例えば千趣会では、ケータイの売上が125億円(2006年、『ケータイ通販ビジネス』)に達しているとのことです。紙のカatalogを見て、ケータイで申し込む、というような動作をするユーザも多いようです。

アマゾンやセブンアンドワイでもケータイサイトの売上の伸びが大きく一定の割合を占めるようになってきているようで、2006年のセブンアンドワイのモバイルサイトのリニューアルでは、2007年2月には全売上の10%、すなわち月商1億円程度を目指しているとのことでした。

4. 活用の方向性

本や雑誌にQRコードや空メールを印刷すればサイトへ誘導することは容易なので、あとは企画次第と言えるでしょう。

対象となる読者ですが、当面はやはり10代~20代の若い人向けの企画が有利とは言えますが、右図の通り、通販という深い関与を必要とする行動が、40代までは男性・女性ともなだらかな減少となっており、対象化可能でしょう。

また、サイトは必ずしも恒久的なものである必要はなく、キャンペーンで一時的なものを立ち上げることも考えられます。24時間・30センチの距離にあり、起動もPCに比べ早くインタラクティブなため、現在は、清涼飲料水や菓子類などの購入促進などでよく使われています。

立ち上げにあたっては、ケータイはキャリア別・機種別の見え方の揺れがありますので、それを吸収しているASPを利用されることをおすすめします。ケータイサイトASPサービスは多数のサービスが競合しており、提供する機能によりますが、初期費用1万円・月額数千円から利用が可能となっています。ここには制作費用は含みませんが、もともとのページの表現力もPC向けに比べ小さい上、ASPによっては、管理画面が充実しているため、貴社での制作も可能と思われます。当社で紹介できるASPもありますので、お気軽にご相談ください。

