

携帯電話を「通販ツール」に 進化させる プロフェッショナル育成講座



ビジネス感度UPで受講のこと

連載 ◆ 35時間目

08年の携帯コマース市場を予測

お客がなかなか集まらない。売り上げが計画通りに伸びない——。日ごろの悩みを徹底解明し、的確にアドバイス。改善に結びつけます。

皆さんこんにちは、飯野です。今回「飯野クリニック」は一休みして、2007年の携帯コマース業界を少し厳しく振り返ってみます。そして08年はどうなっていくのか、予測してみましょう。

担当者ほど携帯サイトを使っていない！

さて、いきなり質問です。読者の皆さん、携帯コマースサイトで商品を購入したことがありますか？多分、半数以上の方が、購入歴ゼロだと思います。

そう、携帯サイトを運営しているマネージャーやこれから携帯コマースに進出しようとしている担当者のほとんどが、自分で買ったこともないのが実情なのです。今年はそのような企業からの相談がたくさんありました。中には、他社の携帯コマースサイトを見たことがないという方も。でも相談される内容は「当社の商品を携帯サイトでも買えるようにしたいのですが、どうしたらいいのでしょうか…」というものです。

実店舗でいうと同業他社の売り場も見ようとなし、通販業界でいうと他社のカタログ誌面の確認もしない——、このような市場の現状を知らなくても、ご自分は売りたいとおっしゃるようなものです。とても不思議に思えてなりません。まずは半日かかってもいいですから、自分で商品を買ってみてください。

モバイルコマースはまだまだ立ち上がったばかりで、本当に黎明期なのです。他の新聞や雑誌などに報告されているコマース人口の伸び率や、携帯電話の普及台数等々は、確かに立派な数字が並んでいるように見えます。事実、携帯コマース全体の売上高も年々伸びています。しかし小売市場全体からするとまだまだ、普及しているといえるほどではありません。ただ、携帯端末の進化やサービスの拡充などにより、この数年で急激に拡大する可能性は大。そのためにも今から経験を積んでおきましょう。

広告代理店に惑わされるな

私が携帯業界に丸7年、身をおいて感じることは、2006年までの

携帯コマース業界は、通販（雑誌・カタログ・TV・チラシ等の紙）会社の受注ツールとして使われることがほとんどでした。それまで電話とFAXで注文していたお客が携帯から買うようになっただけで、よって受注コストは下がったけれども、売上高はスライドしただけということです。

それが07年に入り、3G携帯電話の普及とパケ放題の浸透が追い風になり、新規顧客を集めるには携帯電話を使った方がいいと考える企業が多くなり、自然に携帯コマースサイト数も増えていっている状況です。いまやIT系の広告代理店がこぞって、SEOやアフィリエイトなどの集客商品の営業をかけていることでしょう。

ここで是非読者の皆さんに考えていただきたいです。「集客する前にやることはありませんか？」「新規客が携帯に来たときに、購入までスムーズに誘導していますか？」

その答えを見つけるのはとても簡単です。自分で買ってみたら一目瞭然。大半の読者は、いかに使いづらいサイトになっているかをすぐ理解することになるでしょう。

そのような状態でSEOをやっても、お金を広告代理店に寄付しているようなものです。それならば、SEOなどやる暇があったらサイトリニューアルをするべきです。SEOはそのあとでもまったく構わないのです。携帯コマースサイトで商品も買ったことが無い人は携帯サイト事業を始める資格なし。社内に法人契約の携帯電話があるかないかだけでも、その企業のモバイルコマースの本気度が分かります。

07年7月に行った「通販新聞社」主催のセミナーでも申し上げましたが、今から5年後は、各企業の携帯サイトとPCサイトのコマース売上高の比率は同等もしくは携帯の方が高くなると思います。では、それまでに企業は何を準備しておく必要があるのでしょうか。

ちょうど1年前に私の会社で調査をしたデータです。大手の企業情報データベースにて全国小売業で年商100億円以上は約1600社登録されていました。そのうちPCサイトでコマースビジネスをしている企業は90%あり、携帯サイトでコマースビジネスをしていたのはたった3%でした。

今では10%以上の企業が携帯にも進出していますが、PCに比べればまだまだ塗りシロがある市場であり、そして、小売業としては避

けて通れないのが携帯業界なのです。100億円以上の大企業でさえ、まだまだ進出していないのが現状ですから、中小企業の状況は容易に想像できます。

携帯広告市場は昨年400億円だったという報告が上がっています。これに対し、PCは3000億円だそうです。「広告」というのは、何か認知させたい商品やサービスがあるから成立するビジネス。認知させるサイトすら持っていないのがほとんどであれば、携帯広告市場の数字が低いのは当然と言えば当然です。

いろいろ言いましたが、読者の同業種から見ると、携帯ビジネスはスタートしたばかりです。これからの5年間で非常に勝敗を大きく左右するはずはです。

2008年の携帯コマース市場を予測

① 公式サイトが優位

では、08年の携帯コマース市場はどうなるのか? 考えていきましょう。

結論はズバリ、この1年もまだまだ「公式サイト」優位です。新聞・雑誌・テレビと各メディアは「公式の時代は終わった」などと書いていますが、私はこう断言します。

確かに検索エンジンができてから一般サイトへの利用も増えてきました。しかし全体の市場と比較するとまだ公式ポータルへの流入数の方がはるかに上回っているのです。

公式化というルールをドコモが1999年に作って以来、我々はその文化に慣れてしまったとも言えます。こういう慣れは数年しないと元には直りません。それまでは公式化をして売上高を稼ぐべきでしょう。一般サイトでも公式サイトでも運営費は同じです。このあたりを理解いただけない担当者が多すぎなのも少し困りものです。

将来は検索サイトからの流入が公式からのそれよりも上回ることは容易に想像できますが、企業はそのタイミングを見計らって軸足を移行していくのが最大のパフォーマンスを得るコツかと思えます。

公式化は大企業だけでなく、いまや中小企業も狙うべきです。幸いにもドコモやソフトバンクも公式化の基準が少し緩やかになってきているようです。公式化を狙うなら08年はとてもいいタイミングなのではないでしょうか。

一方で、携帯コマースの黎明期から公式カテゴリに名を連ねているいわば「老舗」サイトが、最近、どうも順位を落としているという話をよく耳にします。実際にサイトを見てみると、デザインが開設当時である4、5年前のままであることがあります。こういうサイトが、新しい利便性のいいサイトにユーザーを奪われてしまうのは当然のような気がします。

これまで繰り返して述べてきましたが、携帯サイトは担当者がどのくらい携帯サイトを使っているかで売上が左右されるといっても過言ではないのです。「導線(ユーザービリティ)」に徹底的にこだわった設計を心がけてください。

② 少し注目は動画

「ケータイ白書2008」(インプレスR&D=07年12月発売)によると、07年9月時点で3090万件、全体の30%を超えるパケット定額利用者は今後も増加を続け、09年3月には5000万件を超え、契約数の50%に達すると予測しています。これは携帯コマース企業にとっては大きな追い風となります。

これを受けて、まず08年に増えると予測するのが、動画を使ったコンテンツです。携帯上で映画の予告編の動画を視聴させて、そのDVDの購入ページへ誘導するといった仕組みなど。例えばドコモではキャリアポータルの中に「Watch→Buy」といったコーナーを設けるなど、キャリアでも3Gと定額制の普及を後押しするコンテンツを前面に出しています。今後はますます、動画を使ったショッピングのジャンルが増え、生活に密着した使い方ができるサイトが伸びていくでしょう。

また、ブラウザ対応端末も出回ってきており、今後はPC検索と同じ使い方でも携帯のネット利用するユーザーも多くなってくると思います。各キャリアも近い将来には、課金エンジンも外に出し、お金を払えば誰もが課金の仕組みを利用できるようになってくるでしょう。

さらに、「会員制」というたぐいのサイトは、ユーザーをほとんど携帯で囲い込み、決済が行われていくことになるかもしれません。特にコマースの決済関係では先日、ソフトバンクがサービスをリリースし、これで3キャリアとも出揃いました。携帯の請求書は、もはやカードの請求書と同じ意味合いになってきています。まだまだ決済手数料が高いなどの課題がありますが、いずれ市場が大きくなれば既存のカード会社は大きな打撃を受けることは間違いないでしょう。

携帯画面の大きさも要注意です。最近ではTVの流れか、大画面が人気なようです。そうなるとうまます写真画像の品質や枚数が商品の売上を左右することになります。商品写真はたくさん撮っておくことをお勧めします。



では皆さん、08年も携帯コマース業界にとっていい年になるように頑張ってください。

飯野勝弘プロフィール



日本IBMにて法人営業後、大手通販会社の通販部門責任者を経て、㈱MTI(ジャスダック上場企業)執行役員モバイルコンテンツ事業部長として、公式コンテンツ300サイト以上の立ち上げを経験。現在㈱モバイルコマース代表取締役として、全国の通販企業の携帯サイトコンサルティング業務を行う。主業務に携帯サイトの設計企画、3キャリアへの公式承認代行(完全成功報酬制)、サイト開発、運営、売上UPコンサルティング、セミナー等 幅広く活動中。毎月4キャリア(ドコモ・KDDI・ソフトバンク・ウィルコム)へ通販企業様の公式サイト提案を行っている。数社のIT企業役員も兼務。

連絡先: 東京都世田谷区玉川2-24-6 シルク玉川ビル 8階
電話03-3700-5259
E-MAIL: iino_k@mobilecommerce.co.jp
会社HP: <http://www.mobilecommerce.co.jp>