

# 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** 11で受講のこと

連載◆76時間目

「携帯／スマートフォンサイトに  
Twitter や『いいね!』をつける」

皆さんこんにちは。飯野です。先日、KDDIのフォーラムでの講演で代表者が「市場はスマートフォンへ移行する」、「ソーシャルメディアが急激に普及する」と言っていました。これは最近聞いたドコモ関係者の発言とも一致していて、今後スマートフォンとソーシャルメディアが急激に拡大していくことを改めて確信した次第です。

ソーシャルメディアと聞くと構えてしまう人もいるかもしれませんが、「Tweetする(つぶやく)」や「いいね!」というボタンなら誰でも見かけたことがあると思います。このボタン(以下「ソーシャルボタン」)を付けるだけで、自社のアカウントや立派なページを持たなくても、ユーザーにボタンを押してもらうことで、ほかのユーザーにサイトの情報を拡散してもらうことができるのです。今回は、我々コマースサイトがまずできるソーシャルメディア対応の第一歩として、携帯／スマートフォンサイトに「ソーシャルボタンをつける」ということを勉強していきましょう。

## 「ツイート」や「いいね!」を押すとどうなる？

「ツイート」や「いいね!」は、押すと何が起こるのでしょうか。それぞれのサービスで多少違いはありますが、基本的な仕組みは似ています。まずは仕組みを知りましょう。図1を見てください。これが基本的なソーシャルメディアの「拡散」の仕組みになります。サイトに訪れたAさんが商品を気に入って「いいね!」を押すと、Aさんの友達に、Aさんがその商品を気に入っているということが「シェア」されます。ソーシャルサイト上のAさんのページには、商品画像やリンクが表示されます。Aさんの友達も商品を気に入れば、更に「シェア」することもできます。そのようにしてどんどん、友達の友達にまで情報が拡散されていくのです。

サイト側では、拡散させたい情報を何に設定するかも重要です。商品詳細なのか、クチコミページなのか、プレゼントページなのか…等。まだ事例も少ないので、どんどん

試してみれば良いと思います。

## 各社のソーシャルボタン、機能の違い

次に、主なソーシャルボタンのサービス別に違いを紹介します。詳しい設置方法はWEBサイトに載っているので調べてみてください。一部のサービスを除き、携帯／スマートフォンサイトへの設置が可能です。

### ■Twitter

対応状況…ケータイ○、スマートフォン○

「ツイートする」を押すと、テキスト入力欄が表示され、任意のテキストを入力することができます。入力欄には予め、サイト側で決めたテキストやURLを挿入しておく設定も可能です。ただし、URLはTwitter側に自動で短縮変換されるので、そのURLで広告の計測や転送設定をかけたい場合は注意が必要です。また、Twitterに表示できるのは140文字までで、画像は表示されません。商品のことを拡散したいなら、商品ページのURL挿入は必須と言えます。

### ■Facebook

対応状況…ケータイ×、スマートフォン○

単にページをシェアできるのが「いいね!」(または「Like」)ボタンで、これを押してもテキスト入力欄は表示されません。シェアできて尚且つテキスト入力欄が表示されるのは「シェアする」ボタンの方です。いずれも、表示させるテキストとURL、画像をサイト側で指定することができます。なお、Facebookのソーシャルボタンは携帯には対応していません(2011年4月現在)。スマートフォンであれば設置できます。

### ■mixi

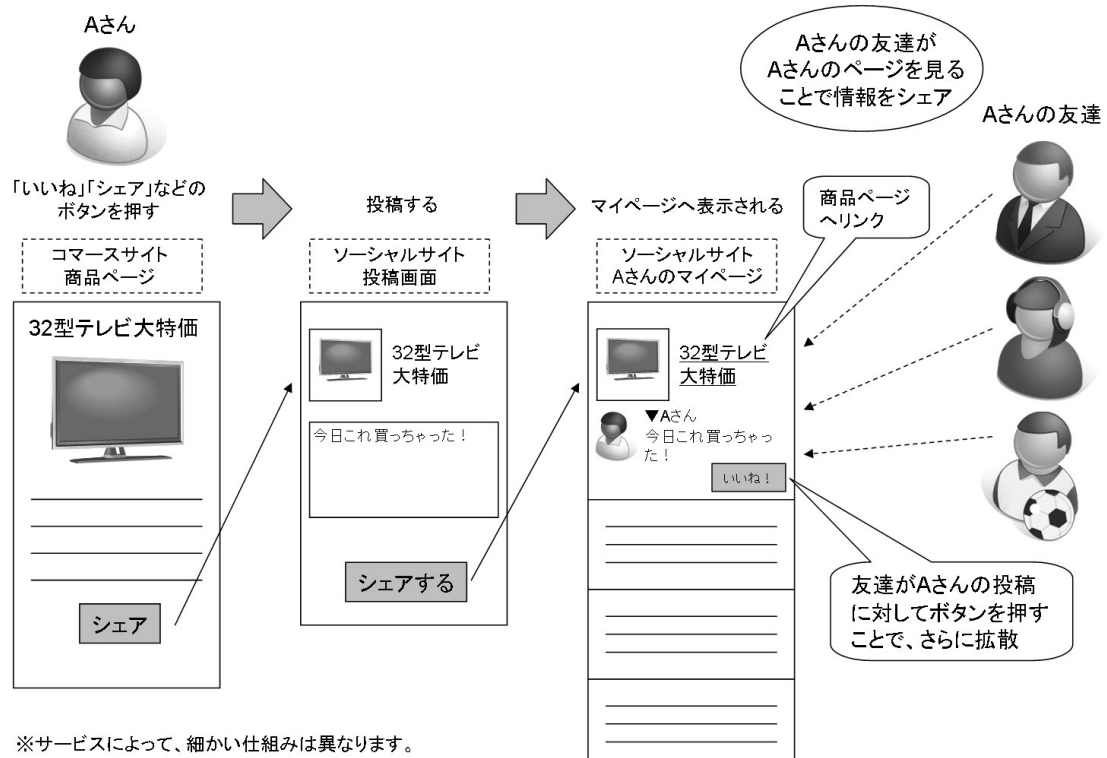
対応状況…ケータイ○、スマートフォン○

Facebookの「シェアする」と似ており、URLとテキスト、画像を指定することができます。テキスト入力欄も表示されます。

### ■GREEいいね!

対応状況…ケータイ○、スマートフォン△(Android 2.1以

図1) ソーシャルボタンから情報が拡散するまでの流れ



前には非対応)

これもFacebookのシェアやmixiチェックとほぼ同様です。ボタンの種類には「いいね!」の他、「気になる」、「おすすめ」、「シェア」があり、いずれも機能は同じです。なお、GREEのソーシャルボタンは弊社の調査によるとスマートフォンのAndroid 2.1以前のバージョンだとボタンを押しても無反応で機能しません。ただしAndroid 2.1のシェアは世界的には3割程度(2011年4月現在)で、バージョンもどんどん更新されていくことを考えると、そのために導入を見送るほどではないと思います。

### ソーシャルボタン運用時の注意点

ソーシャルボタンで何よりも魅力なのは、放っておいてもユーザー間で情報が広がることですが、逆に言うと、放っておくしかない、つまり、ユーザーの動きをサイト側がコントロールできないという面もあります。不適切なコメントと共にサイトの情報が広がった場合の対応方法を考える必要があります。

もう一つ注意しなければならないのは、「色々な端末からアクセスされる」ということです。携帯からの投稿がPCやスマートフォンからも見られるよう、また同様にPCやスマートフォンからの投稿も…というように、あらゆる端末での表示に対応する必要があります。これはURLを表示した際の、適切なブラウザへの転送設定がポイントです。

また、ソーシャルボタンを付けたサイト側の都合に関係なく、ソーシャルサービス側で突然、仕様変更されることがあります。実際に今年の2月頃にもTwitterで短縮URLの仕様の変更がありました。このようなことは、小まめにインフォメーションをチェックし、いち早く情報を入手していく以外にありません。

と、最後に少々厳しいことを書いてしまいましたが、これらの懸念点と引き換えにしても、ソーシャルメディアは利用する価値があります。これからどんどん成功するコマース企業が出てくるでしょうから、取り入れられることはどんどん取り入れていきたいですね。

### 飯野勝弘プロフィール



日本IBM(株)にて法人営業後、大手通販会社の通販部門責任者を経て、(株)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(株)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3キャリア(ドコモ・KDDI・ソフトバンク)へ通販企業様の公式サイト提案を行っている。

連絡先: 東京都世田谷区用賀2-38-14 青木ビル 4階

電話03-3700-5259

E-MAIL: iino\_k@mobilecommerce.co.jp

会社HP: <http://www.mobilecommerce.co.jp>