

特別企画 モバイル通販は急成長

検索エンジンの充実で、 モバイルショップのチャンス拡大

モバイル通販は、通販業界でトップの成長率。今後もその利用者の拡大が見込まれる。その追い風を利用して、モバイルショップで売り上げをグングン伸ばすコツを、ネットショップコンサルタント・竹内謙礼さんにつかかった。

個人情報入力の簡略化がポイント

結論から言つと、モバイル通販は今がやりどきである。総務省によれば05年度の物販系の携帯通販市場は前年比59・1%増の1542億円。3年連続で5割超のペースで成長しているのは、通販業界でもモバイルだけである。

急成長の要因は携帯サイトの「検索エンジン」の充実である。2006年7月よりKDDIがグーグルと提携、10月にはNTTドコモも複数の検索エンジンと提携を結び、ソフトバンクも

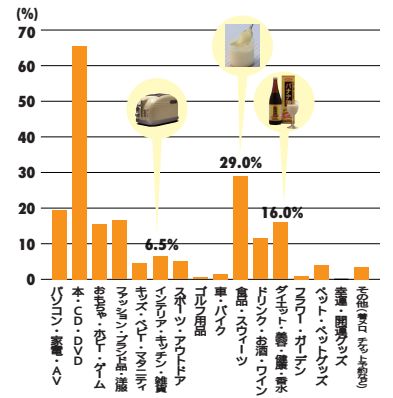
「ヤフーモバイル」に力を入れている。携帯サイトの検索エンジンの充実により、今まで公式コンテンツが有利だった勢力図が逆転して、一気に非公式サイトのビジネスチャンスが広がる。これが期待できるのである。

モバイル通販の最大の弱点は「入力」である。個人情報を入力が非常に面倒になるため、商品を購入するときは、PCサイトで登録している個人情報でモバイルショップピングをするというパターンが増えている。集客力や知名度、決済のやりやすさから言えば、携帯サイトを平行政営しているショッピングモ

図1

「足りない情報はPCでカバー、お買い物はモバイル」で、が浸透中

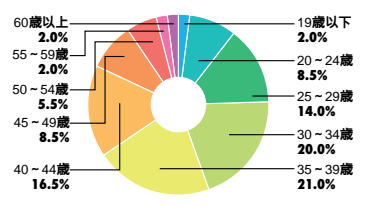
設問：「あなたが携帯電話でよく購入する商品はありますか？ 2つ選んで下さい。」



(有限会社いは調べ モバイルショップで週に1回以上買い物をする人200人に対するアンケート調査 2006年8月調べ)

本やCDなどは、すでにマスコミや知人などから第三者評価を受けているものだから情報量の少ないモバイルショップで購入されやすい。また、食品やスイーツ、ダイエット食品などがよく買われているのは、PCサイトのショッピングモールとの平行利用が多い証拠。

図2 モバイル通販の利用者は、もはや若者だけではない
モバイルショップで商品を購入する人の年齢層



(有限会社いは調べ モバイルショップで週に1回以上買い物をする人200人に対するアンケート調査 2006年8月調べ)

平均36.4歳。「モバイルショップで商品を購入する人は年齢層が若い」というのは、イメージが先行しているだけで一概には正しいとは言えない。携帯電話はPCの補助的な役割、もしくはPCの代替品として地位を確立していることをこの数字が物語っている。

営も可能である。集客面に関して、アフィリエイトや携帯サイトのPPC広告を利用すれば、

まだまたモバイルショップは優良顧客を囲い込める時期とも言えるだろう。

メルマガ発行で、リピーターづくり

モバイル通販に向いている商品は、主に「第三者評価をすでに受けている」という商品である。本やCD、家電やブランド品、玩具などの定番

や機能がすでに第三者により商品価値が決定しているものは、掲載情報量が少ないモバイルページでも商品の良さを伝えることができるので、

PCと同様、手間をかけずに売ることができ。衝動買いが起きやすいファッショ関連、イメージが沸きやすいスイーツなども、今後の成

長が大いに期待できる。

反対にインテリアやキッチン用品、大型家具などはまだ反応が鈍く、現状ではモバイルに適合しているとはいえない。しかし、今後の利用者の拡大、携帯サイトの充実により、状況は一変する可能性がある。モバイル市場の動向はチェックしておく必要があるだろう。

リピーターに関してはメールマガジン(以下メルマガ)での訴求が重要となる。PCサイトへのメルマガと違い、携帯サイトへのメルマガは開封率がほぼ100%。常に身につけているた


めに、購読率も高く、衝動買いをさせたり、旬な商品アイテムを提案したりするのに、非常に適していると言える。

しかし、スクロールが面倒なために、長文のメルマガは読んでもらえないので、商品アイテムを1〜2点だけに絞り込んだ方が、メルマガの反応はよい。モバイルショップ運営の成功の秘訣は、専属担当者をつける

Profile

竹内謙礼さん

1970年高知県生まれ。大学卒業後、出版社で雑誌編集に携わった後、観光牧場「成田ゆめ牧場」(千葉県)の企画広報に携わる。2001年より大手ショッピングモールに乳製品を販売するネットショップを出店し、オープン3年目で年商1億5000万円を達成。以降、優秀店長としてたびたび表彰を受ける。現在、ネットショップ運営コンサルタント会社「有限会社いは」を設立し、ジャンルを問わず多くのネットショップのコンサルタントを精力的に行っている。主な著書に「成功者しか知らないネットショップ運営」(双葉社刊)ほか。



こと。PCサイトの運営以上にスピードが求められる業界なので、先入観は捨て、今後はより積極的にモバイルショップ運営の情報収集に力を入れてい

入れるのであれば、登録方法を簡略化したり、メールアドレスのみの承認で買い物ができるようにしたりする機能を組み込めば、独自のモバイルショップ運

図3 「決済方法も便利」は、モバイル通販の魅力のひとつ
携帯サイト運営方法のメリット、デメリット

	メリット	デメリット
モバイルで独自サイト運営	<ul style="list-style-type: none"> 課金や利用料が一定 決済機能に融通が利く カスタマイズが可能 	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報入力に面倒 パスワードを忘れてしまうのでリピート率が低い 広告プロモーションが少ない
PCとの平行運営によるモール出店	<ul style="list-style-type: none"> 集客力がある PCの会員をモバイルでも開き込める 安心感 広告プロモーションが多い 	<ul style="list-style-type: none"> 課金、出店料などのコストランニングがかかる カスタマイズが不可能 広告費が高い ライバル店が多く、価格競争に陥りやすい
モバイル公式サイト	<ul style="list-style-type: none"> アクセスのしやすさ 安心感 決済の簡素化 	<ul style="list-style-type: none"> 掲示板、リンクが貼れない 非公式サイトが強くなった時にメリットが薄くなる 課金、出店料などのコストランニングがかかる 公式サイトへ申請するのにかかる時間と手間がかかる