ネット

携帯向け「ニコニコ動画」

iモード公式サイトに

ドワンゴ、利用拡大狙う

ドワンゴは十八日、子会社のニワンゴ（東京・中央）を通じて運営している携帯電話向けの動画共有サービス「ニコニコ動画モバイル」がNTTドコモ「iモード」の公式サイトになったと発表した。「ニコニコ動画モバイル」はパソコン向けサービス「ニコニコ動画」の携帯版で、十日に利用登録者数が百万人を突破した人気サービス。公式化により、利用者のさらなる拡大を狙う。

ニコニコ動画モバイルにはiモード公式メニューの「コミュニティ／SNS」カテゴリー内に新設された「動画共有」のコーナーからアクセスできる。利用は引き続き無料。NTTドコモが現在提供している有害サイトの閲覧制限（フィルタリング）サービスの利用者は、公式化されても閲覧できない。

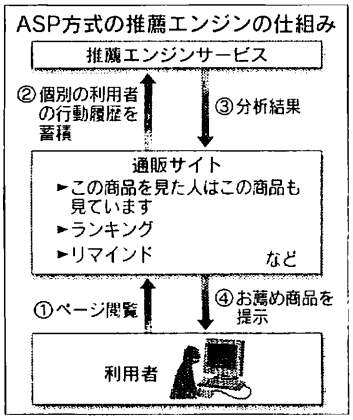
二〇〇七年八月に本格スタートしたニコニコ動画モバイルが公式サイト化するのは、NTTドコモが初めて。KDDI（au）やソフトバンクモバイルでの公式化について、ドワンゴは「現時点では未定」（広報）としている。

ネット通販サイトで顧客にお薦めの商品を提案する「推薦エンジン」の分野で新規参入が相次いでいる。顧客利便性の向上を狙い「お薦め」機能を導入する通販サイトが増加しているため、ソフト開発のホットリンク（東京・千代田、内山幸樹社長）が始めるような、ソフトの期間貸し（ASP）方式でのサービスも浸透し始めた。高精度・低価格を打ち出す各社の間で、シェア獲得を巡る競争が激しくなってきた。

▼推薦エンジン　ネット通販の利用者の属性や好み、行動履歴などに基づいてお薦めの商品やサービスを提案する機能。ネット通販は大量の品ぞろえを実現できるが、商品を探す手段が限られ、欲しい商品を探しづらい。その解決策として注目を集めている。米アマゾン・ドット・コムの推薦機能が有名。

ネット通販 推薦エンジン参入続々

お薦め商品提案



ホットリンク　柔軟にルール変更

プリファード　高速処理技術強み

ホットリンクが十九日に提供を始める推薦エンジンは「レコナイズ」。閲覧や購買の履歴を基にサイト利用者が好みそうな商品を推薦する機能や、顧客が過去にチェックした商品を再提案する「リマインド」、「売れ筋商品ランキング」などの機能をパッケージ化。ASP方式で通販サイトなどに提供する。

すでに旅行会社大手のエイチ・アイ・エス（HIS）などが導入を決めた。HISは一月から試験採用しており、近く本格運用する予定だ。「このツアーを見た人はこのツアーも見ています」といったお薦め商品の提示でサイト内の回遊性を高め、なるべくたくさんの商品などを顧客の目に触れるようにする。

推薦エンジン分野でホットリンクは後発。中小の通販サイトを中心に推薦エンジンの需要が高まると判断し、参入を決めた。

「推薦エンジンについて昨年末から問い合わせが急増している」。ソフト開発のアルベルト（東京・渋谷）の上村崇社長は、推薦エンジンの注目度がにわかに高まっていると指摘する。

同社は昨年十一月、「おまかせ！ログレコメンダー」という推薦エンジンの提供をASP方式で始めた。ニフティが通販サイトで運用を始めたほか、導入を検討する企業も増えつつある。

推薦エンジンへの関心が高まる背景には、新規のシステム開発なしに、既存サイトに手軽に組み込めるASP方式の認知度が広がったことがある。初期のシステム投資が不要で、月額十万円程度と安い運用コストで導入できるため、中小の通販サイトでも採用しやすくなったからだ。

検索サイト対策やネット広告、メールマガジンなどのネット販促ツールを一通り導入した通販サイトが「次の一手」を模索し始めたことも追い風。顧客の好みに合わせたお薦めの商品の提案は、サイト訪問者の追加購入を促し客単価を高める効果が期待できる。

実際、ケイビーエムジェイ（東京・港、木村武弘社長）の推薦エンジン「パーソナライズド・レコメンダー」を導入したオンラインゲームサイトでは、導入前に比べ商品の売り上げが約一四％増えたという。

ASP浸透で注目　通販サイトの「次の一手」に

推薦エンジンを手がける各社はお薦め商品を選ぶ精度などを競っている。今後、実績を上げる通販サイトが増えれば、市場はさらにふくらむ可能性がある。

運用を開始した後でも、サイト利用者の動向に合わせて推薦のルールを柔軟に変更できることなどを売り物にして導入事例を増やしたい考え。価格は初期費用が二十万円で、月額利用料は十万円から。今後一年間で百社・百万円の導入、一億円の売り上げを目指す。

検索技術開発のプリファードインフラストラクチャー（東京・文京、西川徹社長）は「大鷹」という推薦エンジンを開発、一月二十三日に販売を始めた。サイト利用者がどの商品をどれだけ気に入ったか」という商品評価の指標や、購買履歴などを基に利用者が好みそうな商品を提案する。

検索エンジンの開発で培った高速処理技術が強み。数千万―数億件規模の履歴データを使って、実用的な時間内にお薦めの商品を割り出せるという。主に多くの商品やコンテンツを保有している大規模サイトの採用を見込む。

主な推薦エンジン

製品名	企業名	特徴
アイジェント	シルバーエッグ・テクノロジー	閲覧履歴などを基にお薦め品を提案。楽天トラベルやツタヤオンラインが導入
パーソナライズド・レコメンダー	ケイビーエムジェイ	閲覧履歴などを基にお薦め品を提案。ユニクロや日本旅行が導入
おまかせ！ログレコメンダー	アルベルト	履歴がない場合には人気ランキングなどに自動で切り替える
レコナイズ	ホットリンク	運用開始後に推薦のルールを柔軟に変更できる
大鷹	プリファードインフラストラクチャー	大量の購買履歴などを高速に処理し、お薦め品を提案