

顧客接点としてのインターネット 活用技術の進化

中元秀明



拡大を続けるネットビジネス

インターネット利用の普及とともに、インターネットビジネス（以下、ネットビジネス）の拡大も続いている。野村総合研究所（NRI）では、ネットビジネスは2009年度の約10兆1000億円から15年度には約18兆5000億円へと拡大すると予測している^{※1}。

また、電通発表の「2009年（平成21年）日本の広告費」によれば、09年のインターネット広告（含モバイル広告）費は7069億円だった。新聞、雑誌、ラジオ、テレビの4マスメディアと比較すると、金額の最も大きいテレビの1兆7139億円に次ぐ。インターネットに対する広告主の期待が感じられる結果となっている。

ビジネス差別化へのIT活用の取り組み

企業のWebサイトが当たり前になった現在、数あるサイトのなかから、自社サイトが消費者に選択され続けるにはどうすればよいのだろうか。

まず考えられるのが、顧客を引きつけるためのIT（情報技術）活用である。消費者が直接利用する端末上のユーザーインターフェ

ース（以下、UI）を改善する最新ITを他社に先駆けて適用することは、消費者が他社との違いを実感できるものだけに、大きな効果が期待できる。たとえば、さまざまなソフトウェアを使用できる「iPhone（アイフォーン）」のような高機能携帯端末や、3D（3次元）表現などのリッチなUIの利用などである。

しかし、ITは必要に応じて誰もが導入できるものであり、有効と判断すれば、いずれ他社も導入する。差別化のためには最新IT活用と併せて、自社ならではの独自性のあるビジネスの企画や端末へのサービス機能の設計が必要であり、提供企業の創意・工夫が求められる。その際は、端末単体に向けた機能だけでなく、インターネットが持つ双方向性という特徴を考慮した施策も重要である。

こうしたネットビジネスの企画を検討するに当たり、注目すべき手法やインターネットの利用動向としては次のようなものがある。

①エクスペリエンス・テクノロジー

エクスペリエンス・テクノロジー（顧客経験価値）は、顧客がシステムを利用することで心地良さや満足感といった感情的な価値を

得られることを通じて、顧客の購買行動やロイヤルティ（忠誠心）向上に結びつくことをねらう技術である。ユーザーの興味を引く最新のUI技術の導入が試みられており、嗅覚、触覚などの五感に訴える技術も実用化が進んでいる。それらに加えて顧客経験価値を高めるには、顧客に提供したい経験の設計が重要である。さまざまな手法があるが、それらを使って自社ならではの顧客経験価値を実現することが必要である。

②ソーシャルメディアの活用

ソーシャル・ネットワークング・サービス（SNS）などの口コミが中心のメディアは、一般に「ソーシャルメディア」と呼ばれる。

生活での身近な関心事についての情報発信や相談ができることから、ソーシャルメディアのユーザーは大幅な増加を見せている。たとえば商品の購買に当たって、口コミによる評判を購買判断の参考にする消費者は多い。このことから、マーケティングにおけるソーシャルメディアの重要性は増している。

ソーシャルメディアでは、広告宣伝を一方的に行っても、自社に有利な情報だけをインターネットに存在させるようにはできない。企業が取るべき方法は、消費者の満足感を実際に高めることである。消費者が本当にその商品のファンとなって情報を発信すれば、それが強力な宣伝効果を生む。

ここでも顧客経験価値向上の視点は重要である。最近ユーザーの増加している「Twitter（ツイッター）」などの新たなソーシャルメディアと組み合わせた消費者参加型のサービスやイベントなどのさまざまな取り組みが行われている。

③仮想空間サービスの活用

UIの進歩が可能としたインターネットのビジネス適用に仮想空間サービスがある。

「セカンドライフ」に代表される広告宣伝ツールとしての仮想空間の利用は沈静化した。個人間での仮想通貨・仮想商品の流通は、モバイルやオンラインゲームをベースに着実に拡大しつつある。最近では仮想空間を、ユーザーの関心を高めるツールとしてセミナーや会議などで使用するケースも出てきている。

仮想空間は、仮想化された人格と仮想化された社会サービスを実現する仕組みである。これを「仮想社会基盤」と呼ぶとすると、仮想社会基盤の整備と利用はまだ始まったばかりといえる。さまざまなサービスの試みとともに、基盤としての信頼性を担保する仕組みを確立する努力も必要であり、中長期的に注目していくべき技術である。

顧客接点としてのインターネットの重要性は引き続き高まるであろう。ここで紹介したようなIT動向を継続的に注視しつつ、自社のサービスを魅力的なものとし続ける努力が今後も欠かせない。

注

- 1 野村総合研究所情報・通信コンサルティング部『これから情報・通信市場で何が起こるのか——IT市場ナビゲーター2011年版』東洋経済新報社、2011年

著者

中元秀明（なかもとひであき）

技術調査部 上席テクニカルエンジニア

専門は情報システムの企画・分析・設計技術など