

## 次世代型モバイル アドネットワーク

2006年から07年にかけて、次世代型のモバイルアドネットワークとも言うべきものが次々と開発されている。mediba、シリウステクノロジーズ、オプトなどの各社が取り組む「位置連動型広告配信」は、モバイルのGPS機能を活用し、ユーザーの位置情報に応じた広告をモバイルサイトに配信する技術。インタースパイアでは、動画や待ち受けFlash、Flashゲームなどの「コンテンツ型広告」の配信サービスを行っている。

## トルカ

NTTDocomoが提唱する、新しいデータ配布の仕組み。クーポン券や店舗案内など、これまで紙媒体で配布されてきた情報を、店頭でトルカ対応のリーダーライターにかざすだけで携帯電話内へ取り込むことができる。集客力のあるイベント会場での広告キャンペーン情報配布や、店頭で購入を後押しするための商品情報(インセンティブ)を提供するなど、広告キャンペーンにおける利用も広く想定され、今後の普及が期待されている。

# モバイル ユーザー向けサービス

## 着せ替えコンテンツ

モバイル向けユーザーコンテンツとして急速に利用が広がっている分野の一つ。まるで「着せ替え」をするように、メニュー・待ち受け画面・電話発信・メール送受信・着メロ・電波状況・電池残量等のデザインを、一括で好みの仕様に設定できる。現在は主にユーザー向けの有料課金コンテンツとして提供されているが、企業が自社仕様にカスタマイズした着せ替えコンテンツを配布するなどのキャンペーン利用も期待されている。

## モバイルUGC\*

「ケータイ小説の映画化」に代表されるような、モバイルユーザー発のコンテンツ。モバゲータウンの「クリエイターコーナー」(小説、音楽などの投稿が可能)でエイベックスが新人発掘オーディションを実施するなど、メディア・コンテンツ産業での注目度は高い。モバイルはPCと比べ、コンテンツの投稿や応募を気軽に行うことができるため、消費者参加型のCM制作キャンペーンなどでも、モバイルの活用が期待されている。

\* User Generated Contents

# モバイル マーケティング サービス

## モバイルSEO

2006年にNTTDocomo、KDDIなど各キャリアが相次いで検索サービスを強化(auのGoogle検索エンジン採用など)したことから、モバイルでの検索行為が定着、回数が急増している。モバイルはPCと比べて画面が小さいため、一度に画面表示できる検索結果が限られる。そのため注目されているのが、検索結果を上位に表示させるモバイルSEO技術。PCと違い、モバイルでは3キャリア別、または公式・一般サイト別に異なる技術開発やサービス提供がなされているのが特徴。



## プロフィールサービス

楽天グループが提供している「前略プロフィール」などが代表格。10代を中心に急速にページビューを伸ばしている。利用者はあらかじめ用意された数十種類の質問に答えることにより、簡単に自己紹介を行うことができる。通常、掲示板の設置機能や、写真やモバイルサイトへのリンク集などの機能も装備されている。

## Flash Lite3.0

アドビシステムが開発した、モバイル向けFlashプレイヤー。電池残量や電波状況を待ち受け画面に反映できるなど、モバイルならではの機能を実装している。日本でも2007年、最新バージョン「Flash Lite3.0」の対応端末が発売された。Flash Movieに対応し、テキストと静止画が中心だったモバイルサイトの世界に、動画再生機能を広く提供するインフラとして注目される。モバイルのキャンペーンサイト構築などにも影響を与えていくと見込まれる。

## フィルタリングサービス強化

2007年12月に総務省が、青少年が使用する携帯電話・PHSにおける有害サイトへのアクセス制限の強化要請を行ったことを受け、4事業者は既存のフィルタリングサービスの認知拡大・利用促進、および新たな取り組みを順次実施していくと発表。具体的なフィルタリングの範囲は現時点では明確でないものの、特にこれまで「一般サイト」呼ばれる領域でサービスを展開してきたモバイルメディアの成長に影響を与えるのでは、と危惧されている。

\*NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクモバイル、ウィルコム

## あなたはいくつ、理解していますか?

# 「いま押さえておくべきモバイル用語」

次々と新手法・新手法が登場するモバイルマーケティングの世界。その中から、いま、モバイル担当者が知っておくべきことは何か? 特に頻出する用語や、今後重要なキーワードになりそうな用語の中から9つを解説する。(執筆協力:手嶋浩己氏)

# キャリア・ケータイ端末 関連用語

## MVNO (Mobile Virtual Network Operator)

携帯電話のサービス提供社より無線通信インフラを借り受け、事業展開する形態のこと。通信サービスの免許の無い事業者でも、自社ブランドでのサービス提供が可能となる。ヨーロッパでは英Virginグループの「Virgin Mobile」をはじめ、数多くのMVNOが存在する。日本ではウォルト・ディズニー・ジャパンがソフトバンクモバイルと「ディズニー・モバイル」の呼称でサービス開始を予定している。

\*発表資料ではMVNO方式ではなく「両社の共同事業」によって開始と記載。3月1日開始予定。



©Disney

「ディズニー・モバイル」オリジナルの携帯電話機「DM001SH」。「~@disney.ne.jp」のオリジナルメールアドレスの取得や、限定エンターテインメントを楽しめる。