

携帯RSSリーダーの利用者データにみる モバイル版フィードビジネスの可能性

木寺 祥友 ●株式会社エル・カミノ・リアル 代表取締役

藤原 剛 ●株式会社エル・カミノ・リアル 戦略事業開発 リーダー

一般サイトへの誘導からパーソナライズポータルまで 新たな携帯ビジネスを創出する役割を担う

PCインターネットの世界では利用が本格化しつつあるRSSフィードであるが、携帯電話の世界ではどうだろうか。RSSフィードを購読する際、携帯電話にはPCと比べて、通信帯域の制約、アプリケーションサイズの制約、閲覧するうえでの視認性の制約など、特有のハードルが存在する。ここでは、携帯RSSリーダーについて独自の展開をしている株式会社エル・カミノ・リアルのサービス「ECReal Reader」を例に、携帯でのRSSフィード利用とその方向性を見る。

■ 携帯ブロードバンドと定額制が後押し

RSSフィードの取得・閲覧は、購読するフィードが5～10個であったとしても、それぞれに記事コンテンツが定期・不定期に継続して出されるため、複数のメルマガを購読するのと同様のデータ量がある。また、メールと異なりRSSフィードは完全なプッシュ型ではないこと、携帯電話は必ずしも常時接続ではないことから、携帯電話ではRSSフィードの取得にあたって、その都度、通信の開始からはじめなければならない。そのため、高速化のメリットはPCインターネットの環境以上に重要だ。

移動体通信のブロードバンドは、3.5Gの登場により本格化している。日本では、auが一足早く2003年に、下り最大2.4MbpsのCDMA2000 1x EV-DO方式（WIN端末）を投入していたが、2006年8月にはNTTドコモが「FOMAハイスピード」、ソフトバンクモバイルが2006年10月に「3Gハイスピード」でそれぞれHSDPA規格（下り最大3.6Mbps）への対応を開始した。また、13年ぶりの新規参入となるイー・モバイルも2007年3月にHSDPAデータ通信からサービスを開始した。さらに今後はスーパー3G（ドコモ）、ウルトラ3G（au）といったインフラが予定されている。

パケット定額制の普及も重要である。『ケータイ白書2007』では、パケット定額制の普及率を2008年3月推計で38%（3842万人）と予測している。定額制は、大量のフィードの取得や、画像・音楽・ビデオファイルなどフィードのリッチコンテンツ化にあたって、大きなメリットをもたらす。

エル・カミノ・リアルでは、NTTドコモのiアプリで利用する「ECRSS」のサービスを2005年10月に、FlashLite

ベースのASP型携帯RSSリーダー「ECReal Reader」のサービスを2006年10月に開始した。キャリア別利用率（2007年4月現在）では、auが62%、ドコモ31%、ソフトバンク7%となっており、3.5Gや定額パケット制で先行したauからの利用が多い。また、上位の利用端末を見てみると、ドコモの「FOMAハイスピード」機種であるN902iXが7位に入っており、今後はau以外の3.5Gユーザーの増加も期待される。ほかにもワンセグ対応機など、デバイス面でもアーリーアダプターが多いことも特徴だ（p.274資料5-2-6）。

■ リッチコンテンツ化とSaaS化の動き

リッチコンテンツ化には、映像・音楽・画像などコンテンツ自体のリッチ化だけでなく、プラットフォームのインタラクティブ性をリッチ化することも重要だ。たとえば、RSSフィードを閲覧できるアプリケーションWidSets（ノキア）、Ajaxアプリを利用できるOpera Platform（オペラソフトウェア）、そしてFlashCast（アドビ）などは、現時点ではリッチなインターフェイスでテキストや画像情報を取得することが主たる用途となっている。エル・カミノ・リアルでは、FlashLiteテクノロジーとサーバーテクノロジーを組み合わせたプラットフォームを用いているが、こちらも同様である。

携帯のブロードバンド化は、ユーザーエクスペリエンスを飛躍的に向上させる可能性を秘めているが、これはPCウェブの世界で顕著になりつつあるソフトウェアのサービス化（SaaS化）というプラットフォームの変容を、携帯でも促すことになる。携帯ではアプリのサイズ制約もあり、高度な機能を提供するには、PC以上にシンククライアント化が有効な面がある。

ちなみにエル・カミノ・リアルではインデックスHDとサイボウズが設立した携帯を活用した法人向けセキュリティサービスの「ZINGA株式会社」に一部技術供与しているが、ここでもシンククライアントがコンセプトになっている。

ASP型のRSSリーダーはアグリゲーションポータルの、ひいてはメディア的な性質ももっており、インターフェイスのリッチ化・向上が期待される。エル・カミノ・リアルでは、2005年10月にサーバー連携型のiアプリ版RSSリーダーを、

翌2006年10月にFlashLite対応のASP型RSSリーダーをリリースしているが、アプリ版と比較して、3.5G端末ユーザーの利用が急増している。マルチキャリア、MNP対応といった利点もあるが、リッチコンテンツによるSaaS化は、ユーザーインターフェイス面で視認性向上やサービス機能の追加投入などを可能にしている。

■「一般サイト」拡大に伴う広告の可能性

携帯サイトでは、これまでキャリアの公式メニューでの課金モデルが支配的であり、また、iモードの公式サイトでは2006年11月までコミュニティサイトも禁止されてきた。しかし、ここにきて大きな転機にさしかかっている。インターネット生活研究所の2006年度の調査によると、10代では一般サイトを中心に利用するユーザーが公式サイト中心のユーザーを上回り、確実に利用が公式サイトから一般サイトにシフトしつつあるのだ。同調査の企業アンケートでは、(1) 3G携帯電話の普及によるリッチコンテンツ化、(2) 携帯電話向け検索サービスの登場による、従来の公式サイトにおける有料課金モデルの転機、(3) SNSやCGMなどPCのWeb2.0の携帯電話への波及、(4) 3.5G高速通信インフラの競争、などが重要トピックとして挙げられているが、これらは相互に影響しあうとも言える。

2006年5月にKDDIとグーグルの提携が発表され、EZweb公式サイトと一般サイト、PC向けサイトのそれぞれが検索対象となり、続いてドコモで10月に13社の検索サイトと連携して一般サイトも検索できるようになったことは象徴的である。まだ、現状ではキャリア自らが提供する接続ルート以外では公式サイトへのアクセスにIP制限がかかる場合が多く、一般的な検索エンジンのクローラーが公式サイトを巡回対象とするには制約が大きい。しかし、携帯サイトのビジネスモデルも変化し、クローラーの要素をもつ各種サービスにとっては機会が増してきたと言える。ASP型のRSSサービス（フィードアグリゲーターやRSSリーダー）も少なからずクローラーの要素をもつサービスである。

一般サイトはキャリアによる囲い込みがないため、有料課金モデルをスタンダードとすることは困難である。ブログなどではPCと携帯との並行運用が進み、商用ではないコミュニティ系携帯サイトも増えてきた。PCウェブ同様に、利用環境がオープンになるということは、CGM（Consumer Generated Media）とあいまって広告モデルが普及しやすくなることを意味する。フィードの利用特性のひとつとして、ユーザー自身が関心のあるフィードを取得するオプトインの性質が挙げられるが、その対象は多岐にわたり、直接（DM）と間接（CGM）の広告モデルとの親和性がある。携帯サイ

トが広告モデルへとシフトが進めば、検索による認知の仕掛けにRSSフィードが加わり、サイトへの誘導や囲い込みなど、広告ツールとしての活用が進むことが予想される。

■携帯でのRSSフィード利用の現在と今後

ASP型のECReal Readerの現在の利用者は、PCウェブ上のQRコードを介しての登録が多いことから、PC/携帯の両方を使いこなしているユーザーが大多数と考えられる。意識的に新技術を活用しているに加え、自ら登録・購読するフィードにIT系のものが多く、現時点ではアーリーアダプター層が中心といえよう。ポータル型RSSリーダーをPC/携帯で併用しているユーザーや、ソーシャルブックマーク（SBM）などのWeb2.0型サービスのユーザーにも同様の傾向があるようだ。なお、2007年4月現在のECReal Readerの利用時間のピークは午前8時台、正午12時台、および夜間21時～0時台であり、また、平日の利用が多い。購読フィードの登録状況から、利用層はIT系のビジネスパーソン（20～30代男性）の率が高いものと推測される。午前8時台ではニュースの収集など、夜間の利用では比較的じっくりとブログなどを閲覧するといった利用パターンが考えられる。（p.275資料5-2-7、5-2-8）。

一方、個別ユーザーの傾向にも注目したい。2007年4月現在3万弱のフィードが登録されている中で、閲覧者数が一桁台のフィードも多数存在し、購読フィードがロングテール化しているのである。つまり、ユーザーが興味を持つ媒体の種類や、ユーザー自身のブログやCGMコンテンツをきっかけに知りえた個人ブログの更新の確認など、より個人的なフィードの領域があることが推察される。フィードの利用はニュースのような公共的なブロードキャストの領域から、よりパーソナルなコミュニケーションの領域まで、その守備範囲にはかなりの幅がある。RSSフィードには、汎用性のあるインターネット本来の性質があるということだろう。

■携帯サイト中心のユーザー層の拡大

エル・カミノ・リアルでは、今後RSSフィードの利用者が広く一般ユーザーに普及すると予想している。まず、PCウェブでは、ブログやCMSのようにRSSフィード対応が標準化されつつあり、フィード発行数の増加と同時に、RSSフィードを集積するサービス（ブログ検索エンジン、新My Yahoo、iGoogle、企業情報ポータル（EIP）など）やRSSリーダーの利用が本格化しつつある。ブラウザの世界でも、RSSフィードをライブブックマークとして表示させるFirefoxの善戦と、IE7（RSSリーダー機能を搭載）の普及がこれを後押ししている。

携帯RSSリーダーの利用者データに見る モバイル版フィードビジネスの可能性

さて、携帯RSSリーダーでフィードを閲覧する場合、いまのところフィードは主としてPCウェブに関連付けられている。フィード記事のリンクをたどるとPC用のページに遷移することになるのだが、しかし、ブログに関してこれは当てはまらない。多くのブログサービスはすでにPC/携帯の両方の閲覧を前提に運用されており、携帯RSSリーダーのフィード記事からリンクをたどるときも、携帯サイト上のブログが表示されるようになっている。10代を含む新しい世代の若年層では、ブログやSNSなどのコミュニティ、ゲームや携帯小説などのコンテンツ、ショッピングなども携帯サイトのみというユーザーが増えており、携帯からの閲覧に対応する必要があるからだ。

また、商用サイトでのCMS型/ブログ型のサイトの普及により、PCウェブ・携帯の両方を前提に運用されるサイトは今後増えるだろう。これにより携帯RSSリーダーでフィードの元記事を参照すると携帯サイトが表示されることが多くなる。なお、現在はブログやポータル以外では普及していないが、今後は携帯サイトからも簡単にフィードを登録できるような仕組みが携帯サイトのRSSフィードの普及にあたって重要な鍵になるであろう。

■ 携帯サイトとPCウェブがシームレスになる

携帯からPC用サイトを閲覧する場合にもユーザビリティが考慮されるようになってきた。PCと同様のサイト表示を実現するというMSの実験的な携帯向けブラウザ「Deepfish」や、タッチスクリーン式のズーム機能を搭載するアップルの「iPhone」、また、ウェブ上のコンテンツをPC、テレビ、携帯電話でシームレスに利用できる「Yahoo! Go」とモバイル用アプリ「Yahoo! Go Mobile」（いずれも米Yahoo!）など、PCウェブと携帯ブラウジングのシームレス化・ユビキタス化の動きである。日本ではUSENが携帯のフルブラウザで動画を再生する実験配信を開始している（ドコモの「FOMAハイスピード」対応機種を対象）。RSSフィードを携帯で利用する際も携帯・PC用サイトの両用が前提となる時代が、そこまで来ていると言えよう。これらのプラットフォームに関する動向は、PCのように世界的なデファクトスタンダードが確立されていない中で、ユーザーのユビキタスな利用への欲求に応えようとする試みと言える。

エル・カミノ・リアルでは、携帯と連動したPC向けのバージョン「ECReal Reader PC flash Ver.」を2007年4月に開始しているが、これもPCウェブ・携帯のシームレス化の時代に向けた布石である。いまのところ携帯フルブラウザではFlash対応に制約があるため利用できないが、今後、フルブラウザのバージョンアップやPCウェブ・携帯のシーム

ECReal Readerのキャリア別利用率ではauが多い

資料5-2-6 ECReal Readerで利用の多い端末
(2007年4月度)

順位	端末 (キャリア)	利用に占める割合
1	W43H/H II (au)	6.7%
2	W51H (au)	5.7%
3	W41H (au)	4.8%
4	W41CA (au)	4.3%
5	W32H (au)	4.0%
6	W33SA/SA II (au)	3.9%
7	N902iX (ドコモ)	3.4%
8	V905SH (SoftBank)	3.2%
9	W42H (au)	3.0%
10	P902i (ドコモ)	2.9%

出所 エル・カミノ・リアル資料により作成

FlashLiteベースのASP型携帯RSSリーダー「ECReal Reader」のサービスでは、3.5Gや定額パケット制で先行したauからの利用が多い。

レス化が進むにつれ、多様な可能性があるも期待される。

■ サイトから「独立」したフィードの可能性

RSSフィードがPCウェブ、携帯サイトの両方またはいずれかに対応するモデルを先に示したが、実際にはRSSフィードはウェブページから独立して別途設置される仕様をもつため、ページコンテンツに関連付けるほか単独での運用も可能である。ポッドキャストなどはそのよい例であるが、広告配信の仕組みとしてもサイトコンテンツから独立したフィード活用の可能性が出てきている。現在すでにブログやEコマースなどのアグリゲーションを行っている複数のサイトでは、キーワードやタグをもとに集積・生成されたフィードを配信し、他サイトのプロモーションを行っている。フィード記事個々の内容とリンク先は個別のブログやマーチャントのページなどである。また、ひとつのフィードに本来の記事コンテンツとは別に発行された広告記事をバンドルするなどの手法も出てきている。

また、この延長としてフィードによるメルマガに類するサービスも可能であろう。フィードの利用特性から原則的にはオプトイン型になるが、たとえばフィードに付随した広告記事として別フィードへのリンクを挿入し、それを契機としてオプトインさせるような誘導的なプッシュオプトインも可能だろう。オプトインの経路が、もともと関連性のあるフィードに含まれることにより、ターゲティングとプッシュ効果が同時に得られる。また、フィードのコンテンツは、メルマガ同様にウェブサイトとは別のコンテンツでもよいし、サイトからの流用も可能だ。

サイトコンテンツから「独立」したこのようなフィードの商用利用は、テキストコンテンツの更新が頻繁でない企業サイト、リッチコンテンツのサイト、そして、特に携帯サイトにとって有力なマーケティング手段となり得る。ユーザー

ECReal Readerの購読フィードはIT系が最多

資料5-2-7 ECReal Readerのトップ100購読フィードのジャンル（購読されているフィードのジャンル傾向）

順位	端末（キャリア）	利用に占める割合
1	IT（ITニュース含む）	19.5%
2	ニュース一般	12.6%
3	有名ブログ	12.6%
4	ITブログ	10.3%
5	携帯キャリアお知らせ	6.9%
6	スポーツ	6.9%
7	ゲーム・アニメ	5.7%
8	IT携帯関連	4.6%
9	エンタメ	4.6%
10	コミュニティ	3.4%
11	ITブックマーク	2.3%
12	情報一般	2.3%
13	シェアウェアなど	2.3%
14	天気・地震ほか	2.3%
15	マネー	2.3%
16	芸能	1.1%

※ マイフィードリストに事前登録されているフィード（主としてIT系）は除外

出所 エル・カミノ・リアル資料により作成

ASP型のECReal Readerの利用者は、PCと携帯の両方を使いこなしているユーザーが大多数と考えられる。新技術を活用し、購読フィードにIT系のものが多い。

はメルマガのようにメールアドレスを提供しなくても関心のある情報を入手でき、フィードはブックマークするように気軽に登録できる。また、ASP型のRSSリーダーやフィードアグリゲーターでは、そのような商用フィードを事前に集積し、購読可能なコンテンツとして提供するモデルが有効になってくるだろう。ユーザーは自らの興味によってフィードを取捨選択するので、使い込みが進めば結果的にパーソナライズされたポータルようになり、携帯RSSリーダーの場合なら公式サイトのマイメニューに似た利用が可能だ。

■ 個人とソーシャルの領域の可能性

フィードはユーザー個人の嗜好により選択するため、収集する情報が増えれば、必然的にパーソナライズされたフィードのリストができあがる。GoogleやYahoo!などのポータルサイトでは、複数のニュースソースからのフィードを、トピックやキーワードからカスタム表示する機能を用意している。このようなセルフサービスの機能と、ユーザーの購読履歴やポートフォリオを結びつけることにより、ユーザーのプロファイリングも可能だ。そうするとフィードの利用傾向をもとに、エージェントによるリコメンデーション的なサービスも提供可能となる。

また、フィードの利用には、ソーシャルブックマーク的な可能性もある。FirefoxやIE7では、フィードの購読がブックマークに近い使い方となっているが、これはフィードも情報を参照するリンク（実際にはXMLの参照によるブル的なリンク）であることによる。ASP型のRSSリーダーでは、ソーシャルブックマークのようにフィードやその記事の共有も実現している。

たとえば、Google Readerではユーザーがフィード記事を

資料5-2-8 ECReal Readerのトップ100購読フィードの全利用者中の登録率（登録されているフィードのジャンル傾向）

順位	端末（キャリア）	利用に占める割合
1	ニュース一般	28.2%
2	IT（ITニュース含む）	22.6%
3	有名ブログ	17.4%
4	IT携帯関連	7.1%
5	携帯キャリアお知らせ	7.0%
6	コミュニティ	6.7%
7	ITブログ	6.7%
8	スポーツ	6.6%
9	ゲーム・アニメ	5.2%
10	エンタメ	3.4%
11	天気・地震ほか	2.1%
12	ITブックマーク	2.0%
13	マネー	1.8%
14	芸能	1.7%
15	シェアウェアなど	1.6%
16	情報一般	1.3%

※登録重複あり

出所 エル・カミノ・リアル資料により作成

ECReal Readerユーザーに登録されているフィードのジャンルは、やはりニュース一般がトップで、IT系がそれに続くという傾向だ。

共有するshared itemsページを提供しているし、日本では多くのASP型リーダーがフィード登録数や話題記事のランキングを提供している。タグ付けによるメタランキングやタグクラウドなどによるCGM型の共有もSBMと同様に可能であり、ソーシャルなタギングによる、個別ユーザーの関心性向、集合的なプロフィール分布、関心トレンドなどの把握も可能だろう。

ECReal Readerのヘビーユーザーは、複数のソーシャルブックマークサービスのフィードや、タグやキーワード単位で配信される各種サービスのフィードを取得し、独自にマイフィードリストをカスタム化していることも少なくない。RSSフィードはパーソナライズとソーシャルの両面で、ユーザーによる複数のサービスを融合させるマッシュアップ的な利用にも向いていると言える。

エル・カミノ・リアルでは、フィードの登録をソーシャルアクティブブックマーク（SABM）というコンセプトで捉え、携帯RSSリーダーサービスでの登録数ランキングや、フィードのカテゴリー化（事前に定義されたカテゴリータグの選択）、新着フィードの表示などを行っており、将来的にはフィード記事へのコメント機能なども検討している。

これまで見てきたように、RSSフィードの利用は、個人とソーシャルの両方の領域にまたがったものである。これは、コミュニティの面ではオープンとクローズドの領域（ブログとSNS）の両方に関連付けられる。現在は、共にオープンな仕様であるブログとフィードとのシナジーが高いが、フィードコンテンツを契機とした情報や関心事のシェアは、友人、家族、同人サークルなどグループ範囲での需要があり、ソーシャルネットワーキングとのシナジーは、今後さらに興味深いところである。



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp