

SNSで活性化するコミュニティビジネス動向

藤元健太郎 ● D4DR 株式会社代表取締役社長 / コンサルタント

SNSは世界で巨大メディアへと成長 日本の事業者は利便性と有害サイト規制のバランスに悩む

社会プラットフォームになりつつある SNS

2007年のSNS市場は世界的に新しいステージに突入した年であった。これまでは、世界で2億人の会員を持つMySpaceが一人勝ちという状態が続いていたが、2007年になりFacebookが急激に利用者を増やし、MySpaceの半分以上を超過してなお追いついていない。英国などではすでに利用者数でMySpaceを抜いており、2008年5月には日本語サービスも開始され、その勢いは続いている。このFacebook旋風はもはやSNS市場だけのトピックではなく、ネットビジネス全体に大きな影響を与えようとしている。

利用者の裾野も確実に広がりを見せ、学生など10代から20代の若年層の加入率は高く、米国では10代の半数以上がなんらかのSNSに登録しているという調査結果が出ている。また彼らはインターネットの電子メールを使わない、と言われている。物心ついたときからネットが存在していた世代にとっては、通常の電子メールは半数以上がスパムメールであり、ウイルスも蔓延する危険で面倒なものと認識されているからだ。しかし、SNSなら安心してほとんどの友人とコミュニケーションを取れるため、今やメールを使う理由がなくなってきたのである。

今回の米国大統領選挙でも、SNSは活躍している。演説会への参加呼びかけが盛んに行われ、候補者たちも複数のSNS上でマイページを持ち選挙活動を展開している。オバマ候補がFacebookで実に80万人以上のサポーターの登録を得るなど、選挙戦略上無視できない巨大なメディアに成長している。

ネット業界再編の鍵となる SNS

今年になり、マイクロソフトのヤフーに対する買収提案などネット業界の再編の動きが活発だ。そこでもSNSの存在感が大きくなっている。検索やポータルサイトよりも一人当たりの滞在時間が長いことや、利用者の趣味嗜好など行動データを捉えやすく行動ターゲティング型広告にマッチしていること、さらに、今後の期待が大きいモバイルとの相性も良いことなど、その潜在力が注目されている。

2007年は、米国で大手によるSNS買収も相次いだ。

CBSがLast.fmを買収し、ディズニーも子供向けSNSのClub Penguinを買収した。マイクロソフトも、すでにFacebookに出資しているほか、MySpaceにも関心が高く、ヤフーの買収がうまくいかない場合は、どちらかどちらなる提携を模索するのではないかと見られている。一方、ヤフーと統合の噂のあるAOLも、4000万人以上の利用者を抱え英国などで人気のあるBeboを買収し、着実にSNSを取り込んでいる。グーグルも南米とアジアで人気のあるorkutを傘下に持っており、各社の次の一手が注目されている。

また、急速にネット人口が拡大しているアジア地域も注目されており、すでに1億7千万人を越えたとされる中国の市場を巡っては、今後激しい争奪戦が繰り広げられることが予想される。MySpaceもすでに中国で専用サービスを開始し、各社とも地元のサービスへの資本参加などさまざまな形態での参入を準備している。一方、日本勢も動き始めており、MySpaceをニューズコーポレーションと共同展開しているソフトバンクが、中国で2200万人の会員を持つ学生用SNS「校内網」に資本参加し今後傘下に収める予定だ。日本最大手のmixiも中国事務所を開設し、中国のSNS企業との提携を模索していると言われている。

オープン化への動き

事業者間の利用者獲得競争が激しくなる中、新しい動きとしてオープン化がある。これまでSNSでは、基本的には閉鎖的なサービスが主流であった。しかし、SNS自体が社会プラットフォーム化する中、インターネット上のさまざまなサービス利用者を取り込む形でさらに拡大する動きも出始めている。特に、Facebook躍進の原動力としては、誰もが自由にアプリケーションを作成できるFacebookプラットフォームを2007年5月に公開したことが大きく、現在登録されているアプリケーションの数はすでに2万本以上となる。Beboもほぼ同じ仕様のプラットフォームを提供し始め、ウェブ上の新しいOSのような存在として有力なネットサービス事業者たちが次々と対応している。

たとえば、Amazon.comは、SNSの特性を活かし、欲しいもののリストを友人に公開しておくとそのを見た友人が

■ トップの MySpace に対し、Facebook が急激な利用増を見せる

資料 1-4-1 代表的な世界規模の SNS サイトのユニークビジター数

SNS サイト	2006年6月 (千人)	2007年6月 (千人)	伸び率 (%)
MySpace	66,401	114,147	72
Facebook	14,083	52,167	270
Hi 5	18,098	28,174	56
Friendster	14,917	24,675	65
orkut	13,588	24,120	78
Bebo	6,694	18,200	172
Tagged	1,506	13,167	774

出所 comScore (http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1555)

世界で2億人の会員を持つ MySpace が首位を保っているが、2007年からは Facebook が急激に利用者を増やし、首位を猛追する。買取など再編の動きも活発で、Bebo、Tagged なども好調。

住所などを入力しなくても簡単にプレゼントを贈ることができる「Amazon Giver」というサービスを提供している。同様に eBay でも、Facebook 上に「eBay marketplace」というサービスがある。このように、ほかのサイトに行かなくても Facebook 上だけでもショッピングを楽しめるようになっており、まさにネットサービス自体のプラットフォームになりつつあると言えるだろう。

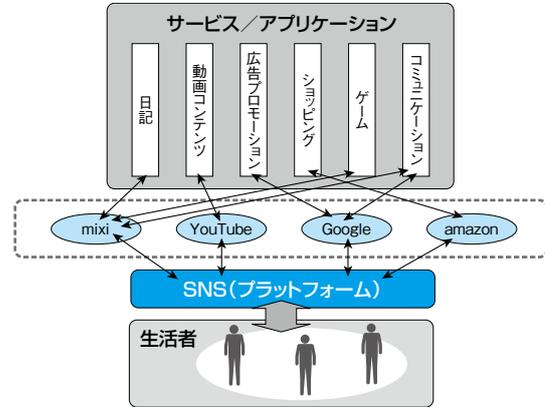
一方、グーグルにとってもこうした Facebook の躍進は気になる場所である。そこで、複数の異なる SNS の間で共通で動くアプリケーションを開発するための、Open Social という API の体系を提唱し始めた。MySpace や Friendster など大手 SNS や日本の mixi などのほか、Salesforce.com や Six Apart など参加しており、Facebook 陣営よりも広く一般的なものにする狙いがある。Web 2.0 ブーム自体は去った感のある 2007 年であったが、実質的にはこれまでで最も 2.0 的な動きが、SNS プラットフォームを通じて始まった年でもあった。

もう1つの動きとしては、OpenID が挙げられる。OpenID は、利用者固有の URL を ID として、世界中の OpenID 対応サイトで共通して利用できるようにするものであり、日本でも OpenID を普及させる団体が活動を開始した。ここへ来て Google、Yahoo!、mixi など有力サービスが次々と対応を表明している。これにより mixi の ID でほかの OpenID に対応したサイトにアクセスすることが可能になり、前述の API ベースでの連携には及ばずとも、SNS とほかのサイト間の往来はしやすくなる。

国内はフィルタリング問題で揺れる

国内では、引き続き携帯電話を利用した SNS の拡大が続き、モバゲータウンは利用者数 1000 万を超え mixi を追撃している。GREE は完全に携帯電話利用者中心のサービスになり、mixi もパソコン利用者の伸びが鈍る中、携

図1 オープン化のイメージ



帯電話利用者を増やしている状況だ。こうした中、携帯電話上での SNS やコミュニティサービスなどを利用した犯罪などのトラブルに未成年が巻き込まれる事件が続いたため、フィルタリング規制が大きな問題となっている。総務省が、18歳未満が有害サイトにアクセスできないよう携帯電話事業者に対し大臣要請を行ったため、携帯電話事業者は、有害サイトと思われるサイトを18歳未満の利用者が親の許可なしに利用できないようにする対応を始めた。そのため、書き込みができるサイトは有害であるという判断により、SNS など不特定多数とコミュニケーションができるサイトは携帯電話からの閲覧ができなくなるという問題が生じ、健全な利用までもが大きく制限されるという混乱が起きている。さらに、今後、インターネットプロバイダーなど幅広い事業者へも規制を及ぼす動きが出てきており、若年層の利用が多い SNS やコミュニティサイト事業者には動揺が広がっている。若年層によって牽引されてきた文化が停滞する懸念も出てきた。

有害かどうかを判定する方法などを巡ってさまざまな議論が進んでいるが、いずれにしても、今後、SNS 事業者にとり、トラブルを防ぐための監視行為などへの投資負担がかなり大きくなることは間違いなさそうだ。好調だった Facebook が 2007 年秋に発表した、行動データとリンクする広告モデル「SocialAd」では、プライバシーの侵害が大きいという理由で、強いバッシングを受け機能改善を迫られた。このように SNS は、社会プラットフォームになることで、集積される個人情報がますます大きな影響力を持つ。よって、そうした個人情報を守りつつ、一方でビジネスとしては有効に使うことが期待されており、個人情報とネット上の ID 情報を切り分けて柔軟に設定できるような仕組み作りが、技術的にも制度的にも一層求められることになるだろう。2008 年は、これら多くの問題と SNS が正面から向き合う必要のある年であることは間違いない。



[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