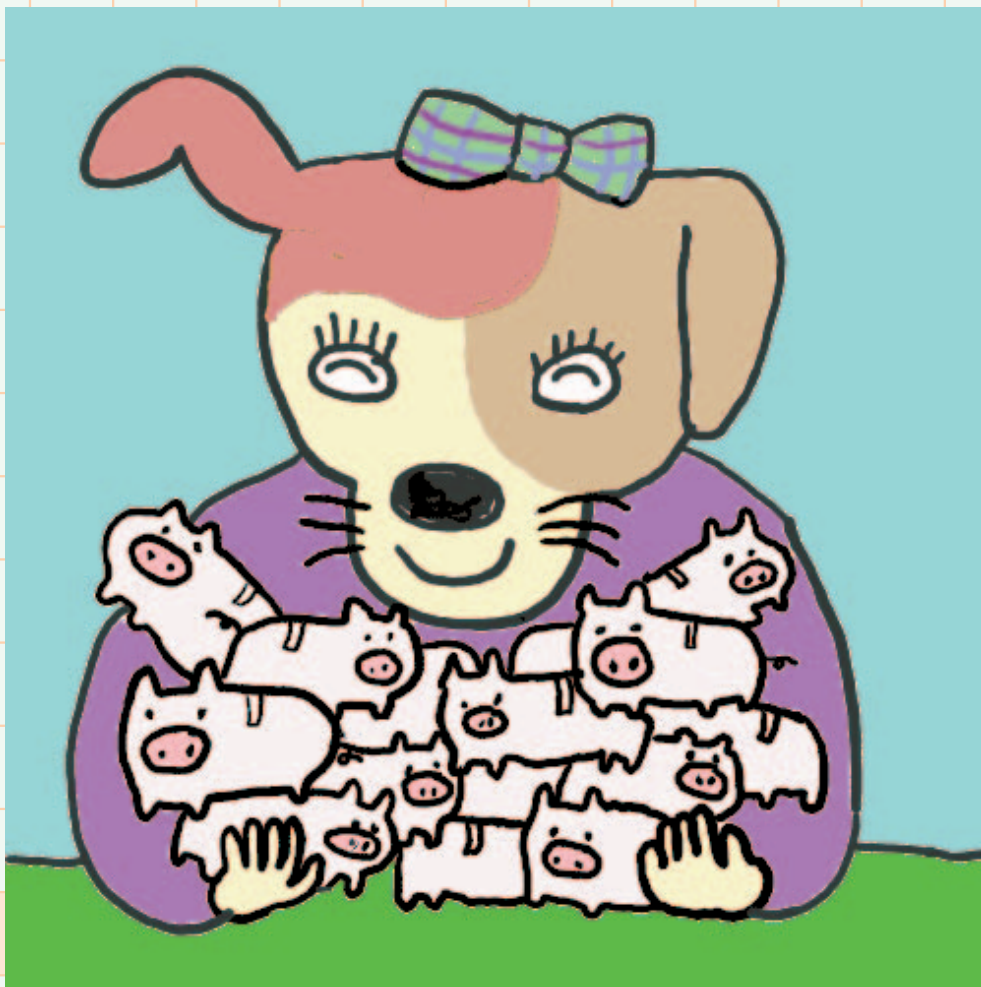


タダより得するサービス登場



子供のころ、お金が土の中からザクザク出てくる夢を見たことはないだろうか。ここにも！ あそこにも！ たくさんあって拾いきれない！ すると夢から覚める。インターネットを介してサイバースペースにあるお金や賞品がもらえるなら昔の夢をかなえられそうだ。CMを見たりすることでポイントが獲得でき、現金などの賞品と交換できるのだ。本特集は、どんなサイトやサービスでどのようにポイントを貯められるのかを、ユーザーの視点で紹介してゆく。

取材・文／藤田 幸江

illustration: Hasegawa Takako

# ポイント獲得サイトの 攻略法

# 「ポイント獲得サイト」を上手に使うコツ

お店で買い物に応じてポイントカードにスタンプを押してもらうとき、「あの賞品と交換しよう」と期待がふくらむ。お金を払って買い物せずに、ネットサーフィンを楽しみながらポイントが貯まれば、こんなに嬉しいことはない。スタンプを押してくれる店員さんはいないが、楽しく、時には刺激的な空間が、あなたを待っている。

## まずは下調べから

夢をゲットする前にしなくてはならないことがある。まずユーザー登録。その前に、サービスによって獲得できるポイント数を確認しておこう。作業量の目安があらかじめわかっていれば安心して参加できるからだ。賞品と交換できるまでに気の遠くなるような年月がかかるものや、とうてい取得できないような豪華賞品の画像が目玉だけのポイントシステムも意外と多い。これでは途中でやる気も失せ、だまされたような気分になってしまう。実際に登録する前に、ある程度の下調べをするようにしたい。

ともあれ、サイトの説明に納得したらユーザー登録をしてみよう。が、これがけっこう面倒だ。100問以上の質問項目が待っていましたとばかりにズラリと並び、見ただけで腰が引けてしまうようなメガ登録ページもある。1つの質問をスキップしただけで「〇〇が選択されていません」とのお告げ。次ステップへの進行を阻まれるので見落とさないよう慎重に行おう。企業側は登録時にユーザー情報をできるだけ詳細に収集し、その後のプ

ロモーション活動に役立てる意図がある。

これに対して私たちユーザーは、入力の手間や通信費が気になるので登録をできるだけ早く済ませたいという気持ちが働く。やっかいに感じる気持ちは当然だが、登録は最初の1回だけなのでガマンして入力を済ませよう。おもに興味のある分野や商品、趣味や嗜好が尋ねられる。顧客属性が詳細であればあるほど、企業はターゲットを絞って情報を送れるようになり、ユーザーにとっても価値ある情報収集ができるようになるのだ。

## IDを忘れると苦労が水の泡に

複数のポイントサイトに登録していると、ユーザーIDやパスワードを忘れてしまうことも多い。なかには「パスワードリマインダー」といって、「ペットの名前」や「おかあさんの旧姓」などの情報を設定しておけば、忘れてしまっても教えてもらえる便利な機能付きサイトもあるが、ユーザーIDを忘れてしまうとお手上げだ。すべてのサイトが同じユーザーIDで登録できれば1つだけ覚えていけばよいが、多くの会員がいるサイトでは使いたい

こんな賞品をゲットできる！

- ・現金
- ・商品券、図書カード
- ・パソコン
- ・デジカメ
- ・時計
- など

IDがすでに取られていることも多い。もし、たとえば10サイトですべて異なるIDを登録してしまうと、ログイン時に思い出すのもたいへんだ。そしてIDを忘れたがために、商品交換をあきらめ、せっかく貯めたポイントを無駄にしてしまうケースさえある。自分だけがわかる場所にサイトごとのIDを記録しておき、忘れたときにはすぐに見られるようにしておこう。

## 自社のウェブサイトでもポイント付きメールが配信できる

ポイントゲート社 **Jump** が提供するポイントプログラムASPサービスは、ユーザーデータベース構築とメールサービスやポイント交換付きのロイヤリティプログラムを提供している。このASPサービスを採用すれば、システム構築の初期費用を抑え、ポイント交換に伴う面倒な作業を減らすことができる。ポイント付きメールは、URLを配信メールに掲載するだけでプログラムを利用できるので、既存のメール配信システムでも導入が可能だ。受信したユーザーがURLをクリックするとポイントゲート社のウェブサーバーを介してポイントが加算され、目的のウェブを閲覧することになる。ポイントゲート交換所ではユーザーの貯めたポイントを商品に交換し、発送業務まで行っている。



Jump pointgate.com

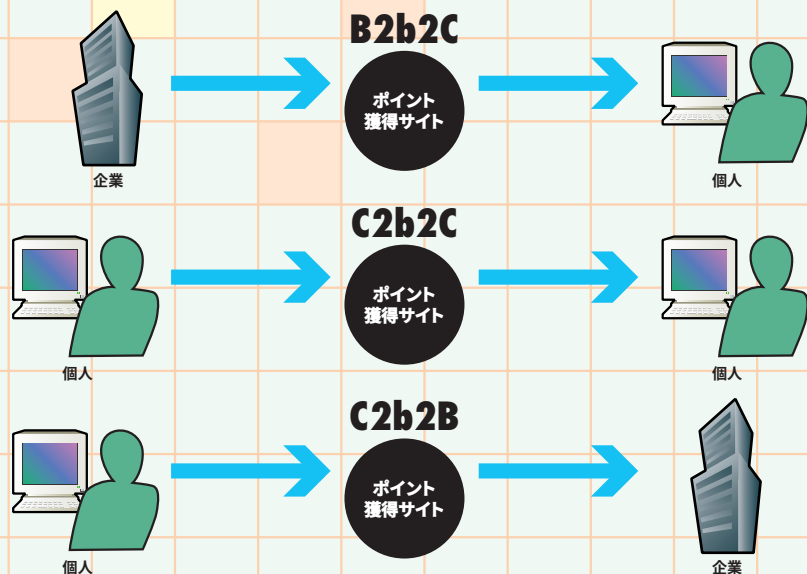
## ポイント獲得サイトのメリット

### ユーザーにとって

- ・獲得したポイントを現金や商品に交換できる。
- ・必要な情報、興味のある情報を得られる。
- ・コミュニケーションを通して楽しさを共有できる。

### サイト運営主にとって

- ・ポイントを与えることで、ユーザーのサイトに対するロイヤリティを得られる。
- ・ユーザー情報を蓄積することでマーケティング活動に役立てられる。
- ・従来の紙やカードを利用したポイントプログラムと比較すると、ウェブ上のポイント提供は手間がかからず効率적이다。



## ポイント獲得サイトの構造は多彩

どうして無料でポイントがもらえるのか、ポイント獲得の仕組みを情報とポイント（現金、賞品）の流れから見てみよう（図参照）。ここでは既存の企業を“B”、ポイントサイトを“b”、個人を“C”として解説する。B2b2C型に該当するものに、「広告を見る」サイト（P.226）や「オプトインメール」サイト（P.230）がある。これらは、広告を出稿したり情報をメールで提供したりする企業が、“b”のサイトを介して一般ユーザーとつながる。ポイントは“B”が“b”を介して“C”に与える。一方、「知識コミュニティ」（P.228）はC2b2C型で、“C”である個人と個人を真中の“b”が結び付ける役割を果たす。情報を提供する左の“C”から“b”を通して情報を買う右の“C”へと動く。ポイントの流れはその逆だ。また今後は企業をターゲットとして知識のトレードをするC2b2B型が増えると予想される。

「評価する」サイト（P.232）はC2b2C型またはC2b2B型となる。一般消費者である左の“C”が評価レポートやコメントを“b”のサイトに投稿する。その情報が興味を持っている個人“C”に参照されたり、企業“B”にフィードバックされたりするのだ。ポイントは“B”から“b”を介し“C”へと動く。「アンケート回答」（P.231）も同様のC2b2B型だ。

## “カリスマ”も楽ではない…

会員同士のコミュニケーションができる知識コミュニティや評価サイトでは、情報自体が発信者のイメージやネット上での人格を形成するものも多い。こうして生まれた“カリスマユーザー”が、サイトに対して大きな影響力を持つようになる。カリスマが持つリーダーシップやブランド力、個人知によって、

サイトのアクセス数は激増してますますパワフルになってゆく。特に知識コミュニティではアルファゴリラ現象が起り、トップエキスパートに質問が集中するようになる。

米国のQ & AサイトであるAskMe.comで常にトップにランキングされているエキスパート「physicsskw」氏（ハンドル名）は、退職前は化学の教師だったという。身体に障害を持ち車椅子の生活を送っているが、自らの専門知識を生かして膨大な数の質問に答えてきた。現在AskMeから彼に質問しようとするほとんどのカテゴリで、「今○○件の質問を抱えているためすぐに回答できません。データベースから類似の質問を検索して回答を参照するか、もしくは掲示板に投稿してほかのエキスパートに答えてもらってください」と表示されるほどだ。万人をつなぐネット世界といえども、トップスターには容易にアクセスはできない。カリスマになることも簡単ではないが、なってしまうと想像もできない現象やプレッシャーが押し寄せてくるのもネット世界の特徴だ。

KJump www.askme.com

注：アルファゴリラ：ネット世界では最初にトップの地位を確立した企業が、顧客のほとんどを囲い込んでしまう。マイクロソフト、ヤフー、シスコなどが「アルファゴリラ」と呼ばれる。

## インタビュー

米国AskMe.comの有名エキスパート「physicsskw」氏に聞く

Q：ご本名をお尋ねしてよろしいですか。

A：ケントといいます。

Q：いつからAskMe.comで質問への回答を始められましたか。

A：今年（2000年）の2月7日からです。

Q：これまでにどのくらいの回答をしたのでしょうか。

A：現時点（8月30日）で1万1194件（1日平均54件！）。この雑誌が発売される時点では、これよりかなり増えているでしょうね。

Q：質問者とのQ & Aの中で、印象に残っている体験をお聞かせください。

A：私の回答が質問者にとってたいへん効果的に働き、再度質問が寄せられるととても嬉しく思います。特に学生に私の勉強方法をアドバイスし、その学生がテストで“A”評価をもらったなんて話を聞いたときなど。

Q：ご趣味は何でしょう。

A：読書です。

Q：ケントさんに回答することを動機付けたのは何なのでしょう。

A：私は以前に教師をしていたことがとても懐かしいのです。質問に対して回答することで、自分自身が難かの役に立っていることを実感します。実はもう6年間もこれをやっているのです。



KJump www.askme.com/ViewProfile.asp?xid=119254  
physicsskw氏の紹介ページ（AskMe.com）。なんと17の登録カテゴリすべてで5つ星評価となっている！



# ポイント獲得サイトを賢く使い分ける

ポイントの獲得にもさまざまな手段があり、好みは人それぞれだ。ここでは筆者の主観にて、ポイントプログラムを採用しているサービスを5つの指標から3段階評価で比較してみた。似たようなサービスでも個々に違いはあるものの、ユーザーにとってどのようなメリットがあるのか、平均的な評価付けを行った。では、挑戦してみたいプログラムをチェックしよう！

## 比較のポイント

- 「おトク度」…ずばり儲かるのか。
- 「情報のお役立ち度」…サービスから得られる情報は有益か。
- 「他人への貢献度」…参加することが第三者に対して役立つものか。
- 「作業の平易度」…簡単にポイントが獲得できるか。
- 「エンターテインメント度」…サービスに参加することは楽しいか。

### タイプ A まずは気楽に貯めよう！

## CMを見る

サイトから提供される企業のCMを見たり簡単なクイズに答えたりすることで、特典が与えられるサービス。誰でも参加できる一番お手軽な方法だ。ネットサーフィンを楽しみながらポイントをゲットできる。

|             |     |
|-------------|-----|
| おトク度        | ★★  |
| 情報のお役立ち度    | ★★  |
| 他人への貢献度     | ★   |
| 作業の平易度      | ★★★ |
| エンターテインメント度 | ★★  |

例：CMサイト、BitParade、ビーンズ、MCCOM、バナーズネットワーク

👉 226 ページ

### タイプ B 貯めながら人の役に立てあげ！

## 知識コミュニティに参加する

知恵や知識をやり取りする「知識コミュニティ」は、一般個人でも気軽に参加できる。自分の得意分野があれば、回答者として質問者に情報を提供することで、ポイントを貯めることができる。

|             |     |
|-------------|-----|
| おトク度        | ★★  |
| 情報のお役立ち度    | ★★★ |
| 他人への貢献度     | ★★★ |
| 作業の平易度      | ★   |
| エンターテインメント度 | ★★  |

例：Kスクエア、OK Web、4Uサーブ

👉 228 ページ

### タイプ C 欲しい情報ややってこい

## オプトインメールを受信する

興味のあるジャンルを登録しておけば、新製品情報などがメールで届くサービスだ。メール上のURLにアクセスしてポイントを獲得するものが多い。多くのカテゴリーを選んでおけば、送られてくるメールも多くなる。

|             |     |
|-------------|-----|
| おトク度        | ★★  |
| 情報のお役立ち度    | ★★  |
| 他人への貢献度     | ★   |
| 作業の平易度      | ★★★ |
| エンターテインメント度 | ★★  |

例：ポイントメール、Vmail、DreamMail

### タイプ D 意見や企業の貴重な情報に！

## アンケート・モニターになる

アンケートやサンプルのモニターに協力してポイントがもらえるサービスもある。登録の際の属性によって依頼されるアンケートが異なってくる。消費者の意見を企業に伝えられるので、強い参加意識が持てる。

|             |     |
|-------------|-----|
| おトク度        | ★★★ |
| 情報のお役立ち度    | ★★  |
| 他人への貢献度     | ★★  |
| 作業の平易度      | ★★  |
| エンターテインメント度 | ★   |

例：KNOTs、美・構図、iMi、gooリサーチ、でもこむ

### タイプ E 批評家のおおににおすすり！

## 評価する

購入した製品やサービスの満足度や感想を投稿することでポイントが獲得できるサービス。あなたの評価が多くの人から支持されれば、購入予定者への有益な情報にもなる。さらには、商品を見る眼を養うこともできる。

|             |     |
|-------------|-----|
| おトク度        | ★   |
| 情報のお役立ち度    | ★★  |
| 他人への貢献度     | ★★★ |
| 作業の平易度      | ★★  |
| エンターテインメント度 | ★★★ |

例：Power to The People、Echelp.net、WAAG、EC-WATCH

## 自分のウェブサイトにポイントプログラムを導入できる！

特別なシステム構築をしないうえサイト訪問者のアクションに対してポイントを提供する方法はあるだろうか？ 小規模サイトであればExcelやAccessといった表計算やデータベースソフトでユーザーのポイント数を累計してゆく方法が簡単だ。獲得ポイント数に応じて交換できる景品

の画像と申し込みフォームを設置しておけばよい。さらに「ポイント獲得のお知らせ」や「現在のポイント数」をメールで伝えればよいだろう。これなら、ポイント数のお知らせをシステムチックに行うサービスにはない親しみやすさを加えられる（個人サイトではこれが大切）。ポイントの有効期限も記載しよう。懸賞・プレゼント情報サイトに宣伝を申し込みは無料でお知らせをしてもらえる。景品にもよるが数十名の参加者数は期待できる。

ポイント交換のお知らせ

お名前

〒

ご住所

Tel

E-mail

現在のポイント数  ポイント

交換ご希望の景品をむとつ選択してください。

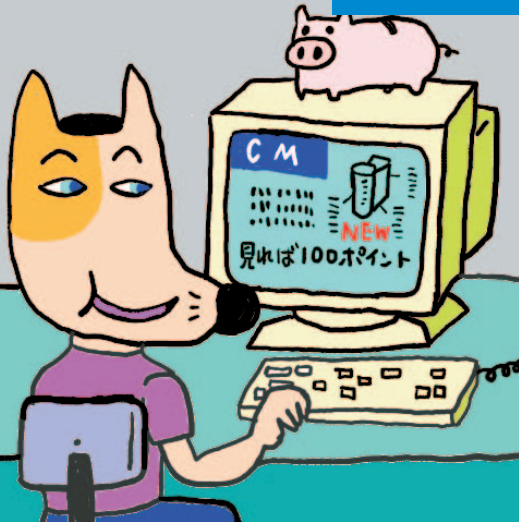
交換の景品

☐ A. 図書カード100円分  
☐ B. 時計  
☐ C. かわいらしいP  
☐ D. ガラス

以上よりお申し込みは送信ボタンを押してください。

まずは気楽に貯めよう！

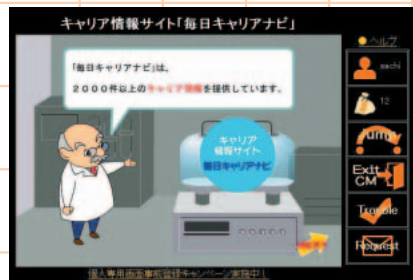
# CMを見る



## 見ているだけでポイントが！

Shockwaveを利用したアニメーション広告を見ることでポイントが貯まる「CMサイト」では、広告をクリックしながらストーリーを進行させてゆく。興味がある広告なら内容も楽しめるだろう。初めてその広告を見た場合、1つの広告を見終えると12CMポイントがもらえる。途中で見るのをやめるとポイントは加算されないが、見ている広告を飛ばして次の広告を見たいときには、バナー右側の「Jump」を押す。また、広告を見るのを

ポイント獲得方法としては、企業広告やホームページなどを見るのが一番簡単な手段だ。画面に現れるバナー広告やアニメーションを眺めたり簡単なクイズに回答したりすれば、自然とポイントが貯まる。CMを見たりするには多少の時間がかかるので、定額料金の「テレホーダイ」や「フレッツ・ISDN」、あるいはCATVインターネットなどに加入していれば言うことなしだ。



「CMサイト」では、Shockwaveをつかったこのようなコマースアニメを見てポイントが貯まる。

## サービスはこう選べ

- ・ポイント還元の商品・サービスに自分の欲しいものがあるかどうかをチェック。無用なものを景品としてもらってもあまり嬉しくないだろう。
- ・ポイントの還元率と作業の負荷を考えて、手間のかかるものは避けよう。
- ・ポイント還元率が良くても閲覧する広告数が少ないとポイントが貯まりにくい。サイトの知名度がないところよりはあるところを選ぶほうがよい。
- ・広告表示にShockwaveを利用しているものは、ダイアルアップ環境ではダウンロードに手間取ることも。

やめたいときには「Exit CM」を押せばよい。

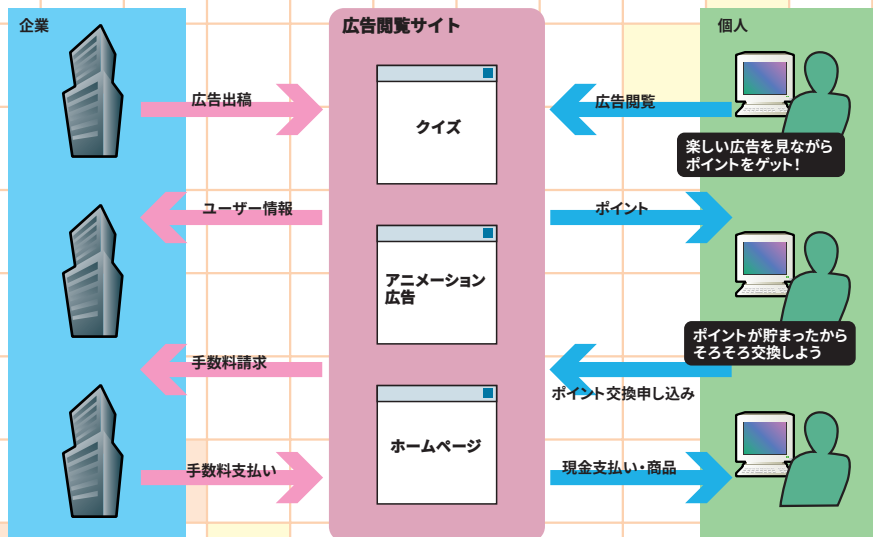
1つの広告を見られる回数は指定されていて、「閲覧回数／5回」となっていれば最大5回まで可能。2回目以降は最初に見てから20時間以上経たないと見られない。2度目の獲得ポイントは11CMポイントで、最初に見たときよりも1CMポイント少なくなる。ポイ

ント獲得が目的なら何度でも見たほうがいだろう。人の脳は繰り返し覚えようとするので、強く記憶として刻み込まれるものだ。けれどもさすがに5回目となると居眠りしてしまうかもしれない。

## 集めたポイントを現金化

次に、ポイントが現金化できる「Bit Parade」の体験版にトライしてみよう。まず目に付いたのが「日本初！専業主婦も入れるお給料保険」の広告。このクイズに答えると100ポイントをゲットできるのだ。バナーをクリックして次の画面に進むと「お給料保険」という、専業主婦が入院した場合に補償される保険商品の説明が表示される。ざっと読んで「クイズに答えてPoint Get」のボタンを押すと、Q&Aが表示された。質問は「専業主婦でも入れる日本初の補償型保険の名称は何？」。その下にちゃんと「ヒントは前のページにあります」と、前ページに戻ることを促す表示がされている。ここで1つ教訓、「確実にポイントゲットするには手間を惜しんではならない」。ナビゲーターの言うとおりに戻って答えを探そう。答えは「お

## 広告閲覧の仕組み



給料保険」とすぐわかったのだが、テキスト表示ではないため、文字のコピー&ペーストはできない。再度回答ページに帰り、「okyuryouhokenn」とキーボードをたたかなければならない…。答えを送信するとすぐに、「ありがとうございます。あなたは、100Bitsを取得しました」と返信されてきた。My Bitsの欄に100Bitsと表示される。なんとも気前のよいサイトだ！

## ポイントの獲得状況を確認

ビーンズでは、指定されたホームページへアクセスしたりオンラインショッピングをしたりすると、世界共通で使用できる「beenz」というウェブ通貨を受け取れる。1beenz = 0.5円（為替変動の可能性あり）。換金できないが、指定されたサイトで商品やサービスと交換できる。ビーンズのウェブサイトから「最新情報」にアクセスすれば、毎日10beenzの獲得、1週間で70beenzを貯めることができる。ウェブ上にある通帳には、これまでに貯めたbeenzや使ったbeenzが記録されるので、ポイントの出入りが常に把握できて楽しそうだ。

## 広告数にも限界はある

広告を見ることでポイントは確かに貯まるが、広告を出稿するクライアントの数によって見られる広告の数に限りがあることも知っておきたい。「もっともっと見てもっ

## インタビュー

CMサイト、BitParadeの利用者に聞く

いくつかの広告閲覧サイトに登録しています。CMサイトは最初にShockwaveをダウンロードするのにちょっと手間取ってしまいましたが、次々と楽しいアニメが出てくるので一気に見てしまいます。2回目は、興味のあるサイトをのぞきながらポイントを貯めています。役立ち情報も多いので、ウェブサイトの情報源としても利用できます。BitParadeはクイズ形式とホームページにアクセスするものがあります。簡単にポイントがもらえるので、喜びと同時に戸惑いすら感じます。



寺田真由美さん

職業：主婦の傍ら自宅にて絵画を教える。  
趣味：陶芸。

ともっとポイントを貯めたい」と熱くなるかもしれないが、毎日広告を見ていれば、やがてすべてを見終わってしまうこともある。サイト側が広告出稿クライアントをどれだけ集められるかにより、次から次へと新広告を表示させられるか、それとも底をってしまうかが分かれる。



ビーンズと提携しているサイトでEワーク（サーフィン、登録、アンケート回答）をしてビーンズを貯める。

## 主なサービス

| サイト名                              | 運営者                 | ポイント獲得方法                             | ポイント交換品                                  | 換金の可否と為替率                                      | 作業対効果                                   |
|-----------------------------------|---------------------|--------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| CMサイト<br>www.cmsite.co.jp         | ポイントゲート             | アニメーション広告をクリックしながら閲覧。                | 商品との交換、提携サイトのサービスの利用、アコシスクーポンと交換後買い物が可能。 | ×<br>1CMpt = 1円                                | 1広告閲覧 2~3分で平均10円をゲット。現状全体で30回前後の閲覧が可能。  |
| BitParade<br>www.bitparade.ne.jp  | NTTPC<br>コミュニケーションズ | 新着情報のメールからオンラインDMにアクセス。クイズやアンケートへ回答。 | キャッシュバック                                 | ○<br>1ビット=1円で現金に換算され、500円単位で換金できる（200円の手数料が必要） | クイズ1問あたりのビットが異なる。慣れれば1問に1分程度で答えられる。     |
| ビーンズ<br>www.beenz.com             | ビーンズ・ドット・コム・ジャパン    | 加盟サイトへのアクセスやアンケート回答。                 | 希望のサイトで商品やサービスと交換。                       | ×<br>1Beenz = 0.5円                             | 提携サイトへの登録で100円前後。                       |
| MCCOM<br>www.mccom.ne.jp          | エムシーコム              | 企業のホームページ閲覧、アンケートへの回答。               | キャッシュバック                                 | ○<br>10CP = 10円。1000CP以上貯まるとキャッシュバックされる。       | 1ホームページ閲覧で10円。内容に関するクイズは設けられていないので見るだけ。 |
| バナーズネットワーク<br>www.banners-net.com | バナーズ・ネットワーク         | バナー広告をクリックレクイズに回答。                   | サイト内のショッピングやネットワークゲームに利用。                | ×<br>1pt = 1円                                  | クイズに正解して30ポイントゲット。不正解の場合は再挑戦できない。       |



貯めながら人の役に立てゐぞ！

# 知識コミュニティに参加する



## 「知恵の対価」をビジネスに！

2000年6月1日にオープンしたKスクエアは、「人を重視し、自発的参加型のLinux思想で知恵を形にし商品にしていく」というコンセプトが多くの“エキスパート”(Kスクエアでは専門家をエキスパートと呼び、自薦他薦で誰でも登録できる)の支持を集めている。ここでは法律や不動産からインターネット、恋愛まであらゆる相談に応じてくれる。また自分の得意分野があれば、自らもエキスパートとして登録してみよう。

Kスクエアの「エキスパート掲示板」は、とても重要な役割を演じている。回答ノウハウの蓄積はもちろん、サイトの「ラボ」として熱のこもった議論や意見交換が展開されている。ここでの議論はエキスパートからの改善策としてシステムに取り入れられている。こうして運営側も参加者も、みんなサイトと一緒に成長しているのだ。

## ポイントを払って回答を得る

Kスクエアでは「K2ポイント」と「Eポイント」と呼ばれる仮想通貨が使用され、入会したときに無料で500K2ポイントが与えられる。質問者はこのK2ポイントを使って質問をすることになる。K2ポイントがなくなれば「ポイントバンク」でクレジットカードやWeb Money(プリペイドカード)でK2ポイント

自分が知っていることを他人に教えることでポイントがもらえる知識コミュニティでは、回答者としてポイントを競うことにやりがいを感じる人も多いだろう。見知らぬ人から感謝され、精神的にもポイント的にも充足する。また思わぬ人脈を広げることできる。チャレンジしがいのある一石三鳥くらいのサービスだ！



Kスクエアではさまざまな分野のエキスパートが質問を待っている。

を購入できる(1ポイント=1円)。一方「Eポイント」は、回答者であるエキスパートが貯めていく通貨で、キャッシュバックもできる。銀行振り込みで現金を手にする(1ポイント=1円)。

Kスクエアの質疑応答には「質問オークション」と「K2メール」と呼ばれる2種類の方法がある。それぞれの回答はエキスパートが

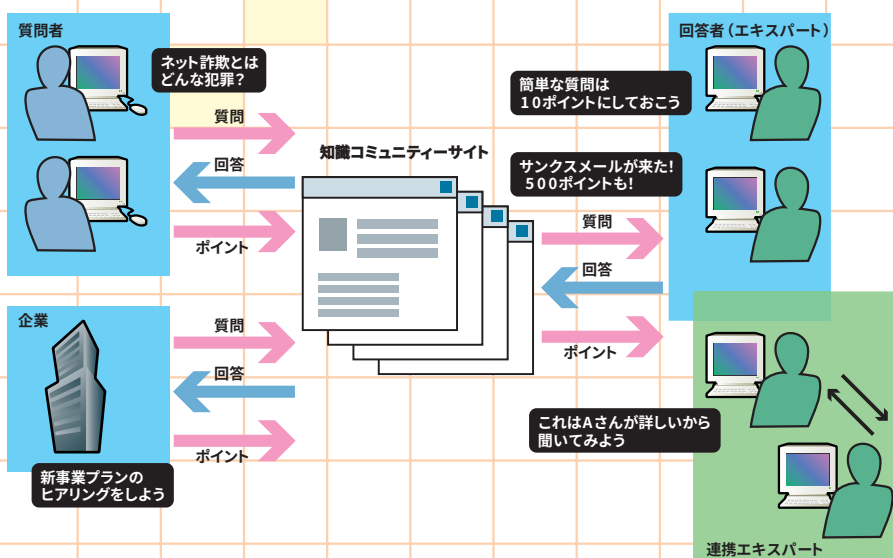
## サービスはこう選べ

- ・まず、どのようなしくみでポイントを獲得できるのかを知ろう。サイトによって質疑応答の方法が異なる。
- ・活発に知恵の取引が実施されているサイトは、参加メンバーのロイヤリティも高く、継続性を維持できる。
- ・掲載されている質問から、自分自身の知恵や専門性を活かそうかどうかを判断しよう。
- ・掲載コンテンツからサイトの健全性、雰囲気などをチェックしよう。
- ・入会時に無償で与えられるポイントで、何か質問をしてどんな回答が寄せられるかを試してみよう。

ポイントを設定しているので、回答を見たい人はポイントを払って見ることになる。

メールアドレスなどのプライバシーは明かされず、「通信教育」として翻訳の不明点を尋ねたり、学生の宿題支援、起業家からの事業プランに関する質問をしったりするなど、利用方法はさまざま。

## 知識コミュニティの仕組み



## ポイントでランキングを競う！

多くのポイントを稼ぐには、質問オークションに公開されている質問の中から、自分で答えられるものに回答していこう。質問が公開されて一番最初に回答すれば、質問者がそれを見る可能性は高いはずだ。また2番目以降であれば、同じ質問に答えている他の回答者が、何ポイントでどんな回答をしているかを探ってみよう。高いポイントを設定すると、回答を見てもらえても評価で★の数が少なくなることもあるので、バランスを考えたほうがいだろう。

K2メールで個別に質問が来るようになれば、あなたのエキスパートとしての実力もたいしたものだ。質問者に感動を与えることができれば、頼れる師匠として尊敬してもらえる。Kスクエアでは総じてK2メールの回答のほうが、ウェブに公開されている回答よりもポイントが高く設定されている。また、感謝の気持ちとしてポイント付きの「サンクスメール」が贈られることもある。多くの人の支持を集めてトップ10にランキングされれば、より多くの注目を集められるに違いない。

Kスクエアのほか、完全無料型サイトのOKWebでは、優秀な回答には「マスターポイント」が与えられる。高得点者は「OKマスター」に認定され、賞品が贈呈される。

## インタビュー

### 「Kスクエア」のエキスパートに聞く

Kスクエアエキスパートになってよかったことは「それまでMLやサイト上で無料で垂れ流していた情報でお金が入るようになったこと！」と書きたいところですが、まだまだ「お金が入る！」などと言えるようなレベルではないです。むしろ、スタッフ、エキスパート丸となって“知に正当な対価の与えられる、フェアな場を構築する現場”に立ち会っていることのほうが意味が大きいですね。実生活ではとうてい知恵を出し合うことのないようないろんなジャンルのエキスパートたちが額を寄せ合って損得抜きで討論に明け暮れる。インターネットの底力を見た気がしますし、本当に勉強になっています。



Ryuさん（ハンドルネーム）

職業：ニュージーランド在住の専業プロ・シーカヤック・ガイド。国際認定アロマセラピストである奥様のRyokoさんもエキスパート登録している。

趣味：昼寝、野宿＆焚き火、読書。最高のシチュエーションは「シーカヤックで陸路のない小さな宝石のようなビーチに上陸して昼寝。日が暮れたらそのまま焚き火の前でゴロゴロしつつ本を肴に酒。眠くなったらそこで寝る」。この写真のスポットは、毎朝夕出発したり戻って来たりしている地点です。ハマグリもまさに濡れ手に粟状態でゴロゴロ取れます。

## エキスパートたちの声「エキスパートになってよかったこと」

「回答に対して対価と評価が与えられる」

Kスクエアのトップエキスパート、Mahさん

「発展途上のサイト運営に意見が言える」capさん

「メールアドレスを明かさずに多くの人とやりとりができる」nanさん

「掲示板での交流に刺激される」noppoさん

「世界が広がり考えを整理するきっかけがつかめた」RIKIさん

「自分の知識が人の役に立てる」jwacさん

「Kスクエアの内情を垣間見て、熱意に驚嘆」nescioさん

※各エキスパートは、トップページからキーワードで検索できる。

## 主なサービス

| サイト名                       | 運営者           | 知識提供方法                                                      | 情報の種類                                | ポイント交換品                             | 換金可否と為替率                     | 作業対効果                                                                |
|----------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Kスクエア<br>www.ksquare.co.jp | リアルコミュニケーションズ | 公開質問の質問オークションまたは個別質問のK2メールへの回答。                             | パソコン、インターネット、健康、趣味、法律、恋愛、グルメなど。      | キャッシュバック                            | ○<br>1Ept = 1円振込<br>手数料は会員負担 | 質問オークションでは10～100ptの回答。K2メールでは50～300ptの回答が一般的。                        |
| OK Web<br>www.okweb.ne.jp  | オーケイウェブ       | 公開質問「OSHIETE」への回答。質問者から回答者へ良回答 = 20pt、次点 = 10pt、該当なし = 0pt。 | インターネット、企業経営、人生、趣味、衣食住など。            | 年間と月間のランキング上位者への図書券、商品券、オリジナル記念品など。 | ×                            | 月間ランキング上位をめざすには月に50回答以上は必要。                                          |
| 4Uサーブ<br>4u.fm             | イーマークシステムズ    | 売りたい情報をサイトに投稿する。設定ポイント数に応じた掲載期間がある。                         | バーゲン、グルメ、エンターテインメント、ビジネス、生活、ギャンブルなど。 | キャッシュバック                            | ○<br>1ポイント = 1円              | 投稿料と掲載期間：20pt = 3日間、50pt = 10日間、100pt = 30日間。10pt × 買取数で還元。買取代は20pt。 |





欲しい情報がやってくる

# オプトインメールを受信する



## インセンティブで登録者増を!

「オプトインメール」という言葉をよく耳にするが、「オプトイン」ってどんなメールなのか知らないユーザーも多いようだ。オプトインメールとは、提供会社が用意した「音楽」「映画」など多くのカテゴリーの中から、ユーザーが自分で「興味がある」ものを選び、それに関する情報が提供会社からユーザーに配信されるものだ。ユーザーが自分で選んだ情報だけが届くので、一般の広告メールよりもユーザーに受け入れられやすいのが特

オプトインメールとは、自分が「興味がある」と登録したカテゴリーに関するニュースをメールで届けてくれるサービスで、届くのが待ち遠しいメールマガジンだ。役立つ情報が満載で、読めば知識がさらに深まり活動範囲も広がる。DMなどとは違い、自分で「欲しい」と手を挙げた情報だけが送られてくるので、友達から受け取るメールと同じ感覚で読むことができるだろう。

徴だ。ここに来て各オプトインメール配信会社が、ユーザー登録をしてもらうためにポイント制を取り入れた「インセンティブ・オプトインメール」を始めた。これに対して、ポイントなどの特典が付かない純粋なものは「ビュア・オプトインメール」と呼ばれる。

## 女性のユーザーが多い

2000年8月にリニューアルしたポイントタウンでは、「ポイントメール」を中心にユーザーの関心を惹き付けている。現在（8月26日）登録会員14万685人、そのうち男性7万6176人、女性6万4509人。日本のインターネット人口の男女比が6対4だとすると、ポイントタウンの女性人口の割合は高いほう

## サービスはこう選べ

- ・ポイント獲得が目的であれば、登録するときできるだけ多くのジャンルを選択したほうがメールの配信数が増える。
- ・会社のメールアドレスでの登録はできるだけ避けたほうがよい。
- ・どんな行為に対してポイントが加算されるのかを知っておこう。

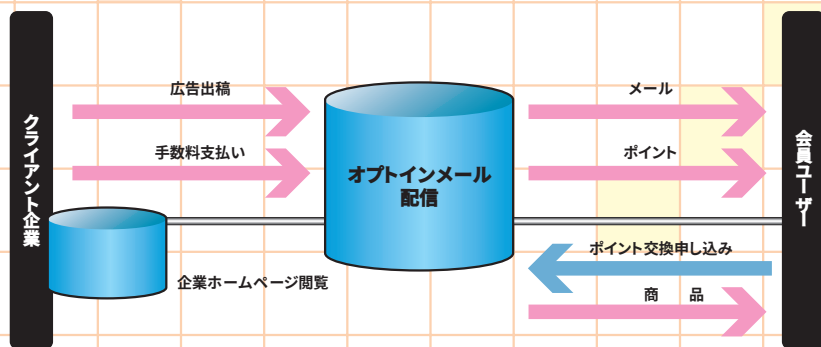
だと言える。やはり女性のほうが「お得情報」に敏感なのだ。

## 友人にも楽しさを教えてあげよう

ネットエイジが配信するオプトインメール「Vmail」も、8月にポイント制を導入した。ウェブサイトから友人にVmailを紹介し、その友人がVmailに登録すると2人に500ポイントずつ提供される。そのほかアンケートに回答したりおすすめ情報を伝えたりするとポイントが加算される。

ドリームメールの登録は、5分もあれば済ませられる。個人情報、名前、メールアドレス、電話番号のみ。選択項目は細分化されていないため、11のカテゴリーから興味のあるものを選択すればよい。メールの内容は新製品やサービス情報、バーゲン情報、プレゼント情報などだ。ドリームポイントを貯めれば、もれなく景品と交換できる。毎月豪華プレゼントが当たる抽選もある。配信するメールの数は日によって違うが、平均5通程度。

## オプトインメールの仕組み



## 主なサービス

| サイト名                                                                           | 運営者       | サービス内容                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------|
| ポイントメール<br>Jump <a href="http://www.pointtown.com">www.pointtown.com</a>       | 第一通信      | 広告企業からの情報掲載メールを受信することでポイントを貯める。約300点ある商品と交換が可能。    |
| Vmail<br>Jump <a href="http://www.vmail.ne.jp">www.vmail.ne.jp</a>             | ネットエイジ    | Vmailを知人に紹介して500ポイントゲット。2000年10月から商品交換が可能。         |
| DreamMail<br>Jump <a href="http://www.dreammail.ne.jp">www.dreammail.ne.jp</a> | エルゴ・ブレインズ | メールで情報を受け取りドリームポイントを獲得。毎月抽選で当たるプレゼントとポイント交換の景品がある。 |

## 意見が企業の貴重な情報に！

# アンケート・モニターになる



### 半年で7,000円貯めた人も！

広告代理店のアサツーディ・ケイの運営する「KNOTs」では、本人と同居する家族（満10歳以上）も家族会員として登録できる。家族みんなでアンケートに回答すれば、ポイントもぐんと貯まりやすくなる。ネット長者となるには多少無理があるかもしれないが、説明文の中でもたびたび出てくる「手ごたえのある報酬」を得ることは、家族一丸となって努力すれば不可能ではない。実際に、

道端で「アンケートにご協力ください」と見知らぬ人に声を掛けられるとどうしても敬遠しがちだ。けれどもウェブ上でなら人の目を気にせず、自由気ままに回答できるだろう。そういえば最近、外でアンケートを依頼されることが少なくなった。これもインターネットが業態を変化させ、アンケート依頼者の職を奪ったことの表れかもしれない。

半年で7,000円に相当するポイントを獲得したユーザーもいる。通貨単位は1KNOTs＝10円。アンケート回答は1回当たり5～500 KNOTs。6か月ごとにポイント交換が実施され、金券や景品に換えられる。ポイントの繰り越しは1回だけ可能だ。また会員間の情報交換の場として利用できる「Community Library」や掲示板もある。

### 自分の意見が商品開発に役立つ！

女性向けアンケートの「美・構図」もユニークだ。アンケートだけでなく「商品開発会議」にも出席できる。「こんな商品があったら」「こんな機能があると便利なのに」と日

### サービスはこう選べ

- ・ポイント交換に必要な最低ポイント数はいくらかをチェックしよう。貯めても貯めてもなかなか交換できないなんてことのないように。
- ・最低ラインとして1問あたり10円は欲しいところだが、誰でも回答できるアンケートの報酬は一般的に低い水準となっている。逆に専門性の高い質問を含むアンケートは高報酬。
- ・「先着何名様まで」というアンケートはできるだけ早めに回答を送ろう。

常の暮らしの中で思い付いたあなたのアイデアが、企業の商品開発のアイデアになるかもしれない。自分のアイデアや意見、希望が取り入れられるというのは嬉しいはずだ。

「美・構図」では商品開発会議に出席すると1000Becauseを獲得できる。1 Because＝1円。5000Because以上から商品券と交換可能。友人（女性）を紹介すると250 Becuase獲得、アンケートは1問あたり50 Becuaseで計算される。

現在のところ会員は女性に限定されているが、今後は男性向けや年代別のコミュニティーサイトも開設される予定だ。現在のところ会員は女性に限定されているが、今後男性向けや年代別のコミュニティーサイトも開設される予定だ。

### アンケート、モニターの仕組み



### 主なサービス

| サイト名                          | 運営者           | サービス内容                                                 |
|-------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------|
| KNOTs<br>www.knots.ne.jp      | アサツーディ・ケイ     | 3問の簡単なアンケートで5KNOTs。1KNOTs＝10円。家族のメンバーも参加可能。            |
| 美・構図<br>www.because.ne.jp     | ビート           | 会員登録で500円、アンケート1問あたり10円、友人を紹介すると250円。商品開発会議の出席で1,000円。 |
| imi<br>www.imi.ne.jp          | 富士通           | 1ポイント＝10円相当で、300ポイントから交換可能。                            |
| gooリサーチ<br>research.goo.ne.jp | エヌ・ティ・ティ エックス | 500ptで500円相当の金券と交換。年に2～3回交換期間がある。                      |
| でもこむ<br>www.de-mo.com         | デモ・ドットコム      | 商品を試してアンケートに答える。ビール、ワイン、調味料など。                         |

# 批評家のおばたにおすすめ！ 評価する



## 質の高いコメントも多い

「Power to The People」は「携帯電話」「デジタルカメラ」「化粧品」「映画・ロードショー」などを評価するサイトだ。評価の仕組みがたいへん工夫されていて使い勝手もよい。評価は★の5段階評価にコメントを付ける方法だ。投稿してポイントを獲得するのではなく、その投稿が「読む価値あり」と判断されて「投票」を得ることでポイントがもらえる。現在27件の評価者を集めている公開中の映画『パーフェクト・ストーム』の評価

誰もが商品やサービスの評価付けをできるサイトでは、消費者のホンネが充満している。購入前にその商品やサービスの評価を見れば、広告宣伝に惑わされずに購入商品の選定に役立ってくれるだろう。ECの発展とともに評価サイトの意義も高まる。オンラインショッピングの前に評価サイトを利用しない手はない。

を見てみよう。コメントを読むと評価者の好き嫌いがあるらしく、★★★★★と★★の2つの評価に大きく分かれている。なかには、コメントというよりは評論と呼べるほどに読み応えのある書き込みもある。

## 評価コメントが評価される

それぞれの評価には投票機能が用意されていて、参加者がその評価を支持するかどうかを投票できる。投票で支持された評価者は「POWER」と呼ばれるポイントを獲得できる。この「支持者数」「不支持者数」から映画の評価の支持率を数値化している。前述の『パーフェクト〜』においては、★★★★★の「嵐に翻弄されるそれぞれの『愛と夢』」

## サービスはこう選べ

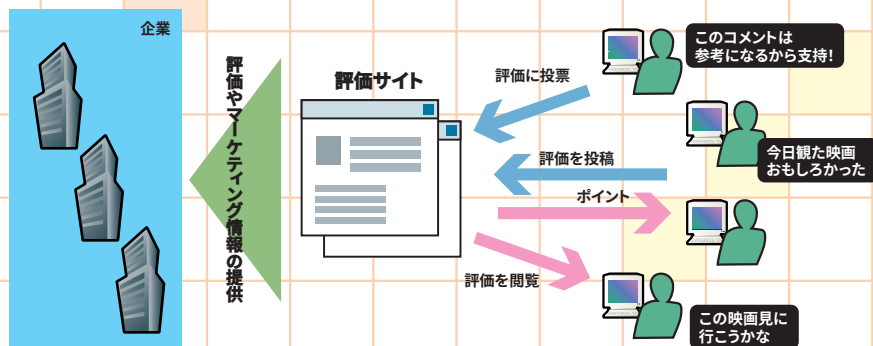
- ・自分自身がよく購入する商品やサービスの評価ができるかどうかを見る。
- ・サイトの評価の仕組みや他人の評価の質やレベルはどうか、評価の価値を判断する。
- ・フェアな評価がされているかどうか、特定の商品やショップに肩入れしていないかどうかをチェック。

という評価には、支持者が4人、不支持者2人で支持率66.67%。これに対抗して★★の評価「科学的ではない暴風雨シーン」にも支持者4人、不支持者2人で同じく66.67%の支持率と互角だ。低い評価もしっかりと掲載されているところが、信頼度を高めている。

## 生の声を投稿しよう！

評価を書き込むときは、実際に使用したもの、体験したものに關する感想を書き込もう。肉声を伝えることで、同じ体験をした人々から支持が得られる。メーカーの宣伝からは得られないような生の声を広げてゆこう。また、9月1日にオープンした「ecHelp.net」も一般消費者からの評価レポートを受け付けている。投稿だけでなくレポートからECサイトへのアクセスが発生した場合にも、ポイントが加算され、現金と交換できる。

## 評価サイトの仕組み



## 主なサービス

| サイト名                                        | 運営者                     | サービス内容                                                                       |
|---------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Power to The People</b><br>www.ptp.co.jp | パワー・トゥ・ザ・ピープル           | 携帯電話、デジカメ、映画の評価を投稿。「支持する」投票は1つにつき1powerを獲得。賞品は、旅行チケット、ホテル宿泊券、映画鑑賞券、コンピュータなど。 |
| <b>EcHelp.net</b><br>www.echelp.net         | ドゥ・ハウス                  | 食品、日用品などのレポートを投稿したり、それを読んだ人がECサイトへアクセスしたりした場合にポイントが付与される。                    |
| <b>WAAG</b><br>www.waag.net                 | WAAG Technologies, Inc. | PC、デジカメ、携帯電話などの評価投稿や支持・不支持（コメント200文字程度）の投票をする。件数に応じてプレゼントあり。                 |
| <b>EC-WATCH</b><br>www.ec-watch.com         | イーシーウォッチドットコム           | オンラインショップの評価（5段階）とコメント（40字以上）を投稿。登録時に10pt、アクセスのたびに1pt、評価書込みで5ptを獲得。          |



# まだまだある!

これまで紹介してきたポイントプログラム以外にも、ユニークで利用価値の高いサービスは多い。ここでは、そんなポイント提供サイトの中から厳選したおすすめのサービスをピックアップしてみよう。



## ザク・ドット・コム

Jump [www.xaque.com](http://www.xaque.com)

首都圏で働く20代の女性を対象にし、コミュニティーとEC機能を持つマーケットプレイス。アクセスするだけでポイントが貯まる。

賞品：貯めたポイントでプレゼントをもらったり、オークションに参加したりできる。  
作業対効果：ログイン後、各ページにアクセスするごとに1ポイントが加算される。

## Now Get the Chance!!

Jump [www.nowget.com](http://www.nowget.com)

期間限定のクイズやゲームの勝者に賞品が贈呈される。その他ユニークなものとして、3枚の図柄がそろった図書券を獲得できる「スロットゲーム」、株価を予想して現金を獲得する「株価ポン」「株価ハイ&ロー」がある。

賞品：現金、金券、各種商品。  
作業対効果：人気商品のクイズは競争率が高い。「ベアでバリ島5日間の旅2組」や「現金5万円を3名にプレゼント」のクイズには1万名以上が参加。

## ビーケーワン

Jump [www.bk1.co.jp](http://www.bk1.co.jp)

読んだ書籍の書評をオンライン書店ビーケーワンに投稿。審査通過後に書評欄に掲載されるとbk1ポイントがもらえる。1書評につき300ポイント。1ポイント=1円。

賞品：書籍購入の際にポイント利用が可能  
作業対効果：掲載書評はかなりレベルの高いものが多い。掲載されるにはある程度の文字数とプロ並みの質が求められる。

## ワイワイプラネット

Jump [www.yyplanet.com](http://www.yyplanet.com)

海外での体験を投稿してポイントをゲット。旅行体験談、おすすめレストラン情報などを募集している。ポイント数に応じて景品を交換できる。

賞品：ホテル宿泊券、ノートPC、食品など。  
作業対効果：投稿が採用されると100~200ポイントが与えられる。

## クリックメール

Jump [www.clickmail.ne.jp](http://www.clickmail.ne.jp)

クリックメールのサーバーを利用すると送信するメールに広告やお得情報が自動挿入される。広告掲載料としてキャッシュバック。1000円以上獲得すると自分の指定口座への振り込みが可能となる。

賞品：現金。  
作業対効果：1送信当たり0.1円程度。1000円獲得できるのはかなりのヘビーユーザーか？

## ポイント獲得サイトのエネルギーとは?!

### 一攫千金は「夢のまた夢」か?

さまざまなポイント獲得サイトを紹介してきたが、こうしてみるとポイント獲得に必要な要素は、向こうから与えられた手順を実行していくもの（レーバー）と、自らの意志や意見を持ってアクションを起こすもの（ナレッジ）とに分かれている。

多くのポイントを得るには、自分自身の知恵や専門性、創造性を活用できるポイントサービスを使うといだろう。今回紹介した中では「知識コミュニティ」や「評価サイト」などがそれにあたる。けれども、投稿した情報が、誰かに見られたい採用されたりしなければポイントが獲得できないといったリスクもあり、それはそれで寂しいものだ…。さらに、投稿の前に自分で情報をまとめたり、本を読んで調べたりする手間を考えると、ポイントの獲得は決して簡単でないことがわかるだろう。真剣に「一攫千金」を望むのであれば、宝くじを購入したほうがいいのかも知れない。

### とにかく心に残るコンテンツを!

日本の電話料金はまだまだ高い。テレホーダイが月額1,800円、プロバイダーの料金が2,000円としたら、最低でも1か月に3,800円必要だ。これをポイント獲得でペイしようとしたら、8サイトのポイントプログラムに登録して1サイト当たり毎月500円稼がなければならない。それでもやると4,000円。米国に比べて通信分野における日本の周回遅れはワンラップ以上だ。

それはさておき、ポイントが貯まる前にストレスがたまってしまったりは本末転倒だ。しかし、何らかの発見や感動、期待を与えてくれるサイトなら、損得抜きで楽しめる。そんなサイトには愛着もわくし、長く利用していきたいという「信頼関係」も生まれてくるだろう。ポイントでの動機付けは参加するきっかけとなるだろうが、心の奥にまで響くインセンティブを与えることで、サイト自身もユーザーからエネルギーをもらえるのだ。



## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレス R&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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的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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社**インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)