eビジネス

勝利の〝カギ〟は女性票

総合ポータル各社　初心者獲得にしのぎ　専用サイト開設相次ぐ

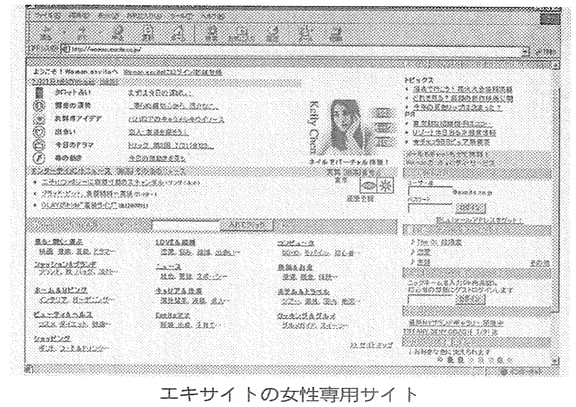
総合情報ポータル、勝利のカギは女性票の獲得にあり―。総合情報ポータルサイト各社が、インターネット初心者の多い女性をいかに取り込んでいくかで、しのぎを削っている。エキサイト（東京都渋谷区）が女性専用情報サイトのナビゲーション機能を強化するなど、初心者を意識したリニューアルを実施。ライコスジャパン（東京都港区）も女性専用サイトで実績のあるイー・ゲート（同）からコンテンツの提供を受けて集客力アップを図る。最近は女性の新規プロバイダー契約が急増しており、総合ポータル各社としても女性を無党派層から安定支持層につなげることが、勝利の方程式となりつつある。（宇田川　智大）

エキサイトでは女性専用の情報サイト「ウーマン・エキサイト」を全面リニューアルするに当たり「私にナチュラルなインターネット」をテーマに掲げた。ナチュラル感覚で使えるサイトを目指し、直感的に扱えるようナビゲーション機能を改善。分野別のディレクトリー機能も、ファッション関連のページにブランド情報を追加するなど大幅に拡充した。

舞台裏では検索システムの見直しも進めている。従来は効率を重視し、自動化システムを使った「ロボット型検索」を主軸としてきたが、今後は人海戦術で情報を集める「ディレクトリー型検索」にも力を入れる方向でプログラムを修正する。このほかにも女性専用オークションサイトを運営するなど、女性票の獲得に注力している。

ライコスでは女性専用のポータルを近く立ち上げるに当たり、ファッションやショッピング関連の情報サイト「girlsgate.com」で多くの女性から支持を集めているイー・ゲートから、一部コンテンツの供給を受けることにした。当初はさまざまな分野で活躍中の女性に対するインタビュー、ファッション関連のトピックス情報、カリスマ美容師によるヘアドバイス、著名なネイルアーティストによるネイルの紹介の4コンテンツ。「前向きな女性を応援する」内容で行動派の女性たちの共感を呼ぼうという狙いだ。

今のところ総合ポータルではヤフーが圧倒的な強さを見せているが、インターネット市場の成長はこれからが本番。2社ともパイの広がりに合わせて新規ユーザーを取り込み、巻き返しを図りたい考えだ。



エキサイトの女性専用サイト

ニュース拡大鏡

テレマーケセンター拡充

来月東京進出　全国で体制整備

TV通販のオークローン

テレビ通販最大手のオークローンマーケティング（名古屋市中区丸の内3の17の6、ロバート・ローチ社長、052・950・1124）は、テレマーケティングセンターを大幅に拡充・強化する。9月をめどに東京に初めてのセンターを設置する。現行の名古屋のセンターも今秋におよそ2倍規模に拡充する。1、2年以内には北海道にもセンターを新設する計画。これにより全国規模でのテレマーケティング体制が整うことになる。同社は、テレマーケティング事業をテレビ通販に次ぐ第2の柱として育成する方針だ。

オークローンマーケティングは、地上波、CS（通信衛星）、CATV（ケーブルテレビ）などで放映しているテレビショッピング事業を柱としている。これに続く事業として、テレマーケティング事業を展開している。売上高は8割をテレビショッピング事業が占めており、テレマーケティング事業が2割程度となっている。

同社がテレマーケティング事業に乗り出したのは、98年2月。ただテレビショッピングの受注は時間によってバラつきがあるため、他社の仕事も請け負うことにした。

その際、ユーザーとして利用してきた経験から、サービス料金を受けたコール数に対して設けるなど、きめ細かいサービスを提供してきた。これにより、名古屋のテレマーケティングセンターは当初の68ブースから現行ではおよそ3倍の229ブースに拡大している。

しかし、名古屋だけでなく全国からの受注も多いことから、テレマーティングセンターを大幅に拡充することにしたもの。同社としては初めて東京に50ブース規模のセンターを新設する。

また名古屋のセンターも現行の229ブースから約400ブースに拡充する。

建設コストは東京が3億円程度、名古屋が10億円程度を見込んでいる。加えて北海道にも500ブース規模の大規模なセンターを新設する計画だ。

またセンターの拡充に伴い人員を大幅に増やす。東京地区だけで20人を増やし、現行の約130人から年内には約200人に増員する方針としている。

10社の自動車保険比較

イーエフピー　ネットで新サービス

無料保険比較ポータル・サイト「eホケンドットコム」を運営するイーエフピー（東京都中央区日本橋3の4の10、花田敬社長、03・3516・6425）は、8月から新サービス「自動車保険比較情報サービス」（http://www.e-hoken.com＝写真）を始めた。比較できるのは国内外の主要保険会社10社。

利用者は画面上の一覧表示の形で、車種や等級、年齢条件、車の使用目的など5項目で10社の保険料をシミュレーションする比較情報を見ることができる。規制緩和で多様化した自動車保険を消費者に分かりやすく説明し、保険選びの指針とするのが狙い。

比較対象保険会社は、東京海上火災、安田火災海上、三井海上火災、住友海上火災、大東京火災海上、アメリカンホーム、チューリッヒ、ソニー損害、ゼネラリ、ウインタートウル・スイスの10社。

自動車保険の比較情報を画面上で一覧表示。会員（無料）になると利用者一人一人が自分専用のページ（マイページ）を持ち、比較結果を保存できる。次の段階では、比較対象保険会社から選んだいくつかの会社の見積もりを一回の入力で一度に請求することが可能。イーエフピーは今後、介護保険など第3分野の保険の比較情報も提供していく予定だ。

iDCで対日進出

米アットネットワーク　まず東京に拠点開設　アジアのハブに

米国のインターネットデータセンター（iDC）ビジネスのベンチャー、アットネットワーク（カリフォルニア州サンノゼ）は日本での事業を開始した。7月に郵政省に特別第二種電気通信事業者としての登録を行い、東京に最初のiDC拠点を開設した。今後9月に大阪、10月に名古屋にiDCを開設、最終的に全国7カ所での拠点展開を行っていく。

日本でも国内外の多数のiDCが開設、競合が激しくなっているが、同社はアジアに重点を置いた拠点展開を武器に企業を集める戦略。

同社は99年に設立、ベンチャーキャピタル数社や日本の丸紅が5・8%出資しているほか、三井物産グループ、光通信なども出資している。同社は米国、台湾にiDCを開設しているほか、今秋には香港、北京、深圳など中国でもiDC事業を開始する。

今後、アジアエリアに20のiDCを開設、それらを高速ネットワークで接続して、アジアエリアで電子商取引を行う企業向けに提供していく構想を打ち出している。

そのなかで日本は、アジアの情報を集中させるハブ機能を持たせる最重要拠点と位置付けている。2月に日本法人アットネットワークジャパン（東京都中野区、シージェイ・チャン社長）を設立、事業準備を進めてきたが、今回、特別第二種登録を完了したことで、本格的な事業を開始する体制が整った。第一拠点として東京都内に約1500平方㍍のiDCを開設した。

日本法人は事業パートナーとして、丸紅や三井物産系の三井情報開発とバックボーンネットワークやシステム構築で提携。アジアに多数の工場を展開している企業やアジアエリアでのビジネスを展開する企業などをターゲットにiDCへの誘致に取り組んでいく。

求人・求職もオークション

東京総研が仲介ソフト発売

東京総合研究所（東京都渋谷区渋谷3の15の3、大山充社長、03・3400・7008）と東京工科大学は共同で、ウェブ上の仮想オークション方式で求人・求職を仲介するソフト「フリーエージェント」を開発、2001年2月から人材サービス会社などに販売する。求人側・求職側の双方が匿名で条件を提示し合い、互いに適合する順に交渉相手を絞り込んでいく仕組み。オークションの要素を取り入れることで、一段と効果的な仲介ビジネスを実現できるという。価格は3000万円で、初年度5社への販売を目指す。

求人・求職の双方がそれぞれ匿名のまま給与や勤務条件について希望を提示し合い、選考会を実施。回を重ねるうちに徐々に条件をつり上げ、互いに相手を絞り込んでいく。各条件について参加者が重要度を任意に設定でき、これに基づき相手方を採点。その結果を当事者にも伝えるため〝本命〟が難しければ〝滑り止め〟へといった判断もしやすくなる。企業が求職者を一方的に判定する従来のサービスより、マッチングの精度が高まるという。

オークション運営企業の収入源としては、企業側が支払う年会費のほか、面接にこぎつけた時点での手数料の2本立てを想定している。ソフトはJavaをベースにしており、ソラリスなどに対応。

Eラーニングで対日進出

NTT―X社など3　来月から「MBA」

エヌ・ティ・ティ・エックス（NTT―X、東京都千代田区、池田茂社長）は3日、アスキー、グロービス（東京都千代田区、堀義人社長）との間で、国内最大の本格的Eラーニングサービス「イーキューブ・ラーニング」に関する業務提携を結んだ。Eラーニングサービスに、ビジネスリーダー向けのマネジメント能力開発プログラムの第1弾として、9月から「MBAマネジメント入門」コースを設ける。ファイナンス、経営戦略など6科目から選べる。今後、3社は初年度1万人、売り上げ5億円を目指す。

NTT―Xは、米国最大手のEラーニング事業者であるスマートフォースコーポレーションとの提携を通じ、ビジネスリーダー向けのマネジメント能力開発プログラムを提供する。将来はバナー以外の広告メディアと連動した総合的なターゲット・マーケティングに発展させる。

ユーザー登録の際にヒアリングを行い、味覚、主婦層、信濃毎日新聞社の4国語版ポータルサイト「ヤフー・ジャパン」上でユーザーの属性に従い、対象者を絞り込んでバナー広告を配信するターゲティング広告サービスを始めた。手始めに広告主が対象者の年齢、性別を指定して広告配信できるようにする。将来はバナー以外の広告メディアと連動した総合的なターゲット・マーケティングに発展させる。

ユーザー登録の際にヒアリングを行い、味覚、主婦層、信濃毎日新聞社の4国語版ポータルサイト「ヤフー・ジャパン」上でユーザーの属性に従い、対象者を絞り込んでバナー広告を配信するターゲティング広告サービスを始めた。手始めに広告主が対象者の年齢、性別を指定して広告配信できるようにする。将来はバナー以外の広告メディアと連動した総合的なターゲット・マーケティングに発展させる。

ヤフー　対象絞りバナー

登録400万件

ヤフーは総合情報ポータルサイト「ヤフー・ジャパン」上でユーザーの属性に従い、対象者を絞り込んでバナー広告を配信するターゲティング広告サービスを始めた。手始めに広告主が対象者の年齢、性別を指定して広告配信できるようにする。将来はバナー以外の広告メディアと連動した総合的なターゲット・マーケティングに発展させる。

ユーザー登録の際にヒア

独社の色補正ソフトを発売

サカタインクス

サカタインクスはドイツのグラフィックソフト会社、ベスト社のカラーマネジメントRIP（ラスタ・イメージ・プロファイル）