

QUESTORY'S MESSAGE

ブランドのファンづくりの技を学ぶ……ウェブサイト①

インターネットにより爆発的に増え続ける情報量



インターネットの人口普及率は 78.0%

今週から、「ブランドのファンづくりの技」についてご説明いたします。「ファンづくりの技」は無限ですが、ぜひ取り組んでいただきたい代表的な技を 10 項目に絞りました。その中からまず取り上げるのは「ウェブサイト」です。すでに多くの店や会社が、サイトを立ち上げていますが、ファンづくりに活かしているところは意外と少ないようです。

私たちが生きる現代は“情報量が爆発的に増加し続けている時代”です。アメリカのある公的機関が発表した数字によりますと、“ニューヨーク・タイムズ”1週間の情報量は、18世紀の個人が一生をかけて得る情報量よりも多いと言われます。また、今年新たに生まれる情報の総量は、過去 5000 年間に人類が生み出したすべての情報量よりも多いのだそうです。

情報の爆発的な増加の背景にはインターネットの普及があります。いまではインターネットは生活インフラのひとつであり、私たちの暮らしに欠かせないものになりつつあります。総務省が家庭や企業の情報通信サービスの利用状況を調べた「2009 年通信利用動向調査」では、利用者数は前年から 317 万人増の 9408 万人、

購入前の参考メディアはインターネットと店頭

それって若い人の話でしよう?いいえ、世代別では 60 歳以上の世代の伸びが著しく、特に 65 ~ 69 歳では前年から 20.4 ポイント増え、58.0%と大きく増加しました。全世界の普及率が 26.6%ですので、日本の普及率がいかに高いかがわかります。近年凄まじい経済成長を遂げている中華人民共和国の人口普及率は 28.7%、これから急増するでしょうね。

さらに、過去 1 年間にインターネットを通じて購入・取引した商品・サービスを見ると、デジタルコンテンツの購入が男性 47.9%、女性 46.9%と男女とも最多です。なかでも“音楽”が最も高くなっていますね。そのほか、男性は“趣味関連品・雑貨”が 36.3%、女性は“衣料品・アクセサリー類”が 43.4%という結果でした。

“うちはネットショッピングはやっていないから関係ない”と思われるかもしれませんが、商品購入前に参考にするメディアとして挙げられるのが、インターネットと店頭です。インターネットで情報収集する人は約 62%という高い数字です。高額品であればあるほど、商品購入後も安心、確認のためにネットで調べる傾向があります。

情報を“収集、比較、検討”するための窓口

消費行動モデルのひとつに「AIDMA：アイドマ」があります。「注意 (Attention)→興味 (Interest)→欲望 (Desire)→記憶 (Memory)→購入 (Action)」のことで。しかし、最近は「AISAS：アイサス」に変化してきています。「AISAS」とは、「注意 (Attention)→興味 (Interest)→検索 (Search)→購入 (Action)→共有 (Share)」のことで。

自店ならではの魅力ある商品、店舗、人、イベント、サービス……をたくさん持っても、目指すべき相手に伝わらなければ、それは“ゼロ”と同じことです。既存顧客とはご商売を通じて長い付き合いの中で培ってきた関係上、ある程度のことは認知していただいているとは思いますが、それでもそれは全体の一部でしかありません。

強いブランドの 4 つの法則の「スタイルの形成」の項でも述べましたが、店 (企業) とお客様の接点のことをコンタクトポイントと言います。このコンタクトポイントのひとつとして、ウェブサイトはとても有効です。なぜならば、ウェブサイトはあらゆる情報を“収集、比較、検討”するための窓口として大きな役割を持っているからです。

立ち上げがゴールになってしまった休眠サイト

しかし、ウェブサイトは重要なコンタクトポイントのひとつではありませんが、前述しましたように、これを上手に使いこなしているところは思ったよりも少ないのです。ちなみに 2009 年の全世界のウェブサイトの総数をご存知ですか。何と約 2340 億サイトだそうです。2009 年の新規サイト数は 4700 万、今後も爆発的に増え続けるに違いありません。

ウェブサイトを、インターネット上の会社案内や名刺のように考えているだけでは、ファンづくりの技として活かすことは出来ません。弊社もお取引先のウェブサイトづくりを数多くお手伝いしてきましたが、立ち上げることが最大の目的となってしまったサイトはファンづくりに思うようにつながらない傾向があります。

時間と労力とコストを使ったのにもかかわらず、立ち上げ後の更新が進まないのです。ネット上にはいつ見ても同じ内容のままで、結果として休眠状態になっているサイトが驚くほどたくさんあります。ウェブサイトは鮮度が命です。立ち上げて終わりではなく、育てていくものです。次回は活用出来るウェブサイトの作り方についてご説明いたします。