

# 携帯サイト独自の マーケティング手法で売上UP

—ロックウェーブ（滋賀県大津市）はモバイル通信販売に重点を置かれています、何かきっかけがあったのですか

岩波裕之代表取締役「以前に塾講師をしていた時、生徒に聞かれたことがありました。「先生、インターネットってパソコンでも見ることできるんですか？」このジエネレーションギャップには驚きましたね。若者の間ではインターネット＝携帯電話なんです。この若者たちが年々増えていくわけですからモバイルの可能性は非常に感じていましたね。

—PCではなく携帯電話でものを  
買うことに懐疑的な人も多いと思  
います。特に三十歳以上の年代は

岩波「そうですね、企業の担当者様でも、アクセサリや洋服など高価なものは携帯電話では売れないと思っ  
ている方は多いですね。ですが、実際に高価な商品でも売れています。三万円する美顔器の広告を雑誌に掲載したところ直ぐに百台売れたユーザーの方がいら  
っしゃいました。

—モバイル通販は競合サイトが少ないので、売上が上がる一面もあると思うのですが

岩波氏「確かにそういった一面はあります。しかし、現在急激にモバイルサイトの数が増えているので、ただモバイルの通販ショップを始めただけではなかなか売上があがることは難しいかもしれません。

—売れるショップをつくるにはど  
のようにすれば良いのでしょうか

岩波氏「どの商売でも同じだとは思いますが、仮説を立て、実行し、検証を重ね、また仮説を立てるといったサイクルを常に行うことでしょうかね。セブンイレブンジャパンで流通を学びましたが、地道な積み重ねが一番大事ですね。SEO・SEM対策、アフィリエイト、広告、キャンペーンなどの効果を分析して仮説を立てていきます。このようなサイクルを確立するには多少時間がかかります。三年後、モバイル通販は非常に大きな市場となるでしょう。当然競合ショップも増える。そこで売上を上げていくには今から売上をあげるため

のサイクルをつくっていかなければいけません。

—PCネットショップでの売上UP  
手法はモバイルサイトでも通用  
しますか

岩波氏「通用しませんね。全くダメというわけではありませんがPCとモバイルでは売り方が異なります。ユーザーが使用する時間帯、操作性、画面の大きさ、集客手法その他様々大きく違います。

—モバイルに関してはどこがポ  
イントになりますか

岩波氏「モバイルはPCのネットショップに比べて、会員のメールアドレスの資産価値が極めて高いですね。極端に言うと、このような方程式が成り立ちます。売上＝メールアドレスの数×配信回数×商品単価×コンバージョン率

—モバイルではメールアドレスの  
数が重要なのですか

岩波氏「そうですね。ですので、モールに出店しているショップでいくらモバイルで売上を上げていてもそれはモールの客にすぎません。もちろんモールの良さはありますが、自社のモバイルサイトを立ち上げて、会員のメールアドレスを

増やさないとはいけませんね。

—サイクルづくりとメアドの数が  
売上UPのポイントですね、他に  
はありますか

岩波氏「まだまだあると思います。が、私どものサービスでモバイルサイトを制作し、運用することで、マーケティングの意識が上がり、売上に反映されれば嬉しいですね。

## 携帯ホームページ 構築ASPとは

HPを制作する場合、高い専門知識が必要だが、「携帯ホームページ構築ASP」を利用すると簡単・低コストでスピーディに制作・更新ができる。ビートレンドが提供する「BeMss」、ロックウェーブの「aishop」などがある。

## ロックウェーブ 岩波裕之 代表取締役

### PROFILE

1974年生まれ。滋賀県出身。同志社大学卒業後、トヨタ自動車入社。セブンイレブンジャパンを経て、立命館大学MBA課程中にロックウェーブ設立。

