## アンケート機能を充実

### マクロミル　通販などに売り込み

### 顧客情報管理代行サービス

ネットリサーチ最大手のマクロミルは企業の顧客情報管理の代行サービスを始める。ネットリサーチの機能を組み込み、会員登録した得意客の声を手軽に集められるようにする。ポイントの付与や顧客限定で使えるサイトの構築も請け負う。顧客とのコミュニケーションを強化したいネット通販会社などに売り込み、新たな収益源に育成する。

### 客にポイント、回答促す

顧客管理システム「AIRs MEMBERS（エアーズ メンバーズ）」の提供をソフトの期間貸し（ASP）方式で五月末にも始める。アンケートの実施機能を備えた専用のサイトを企業ごとにつくり、ネット上で顧客情報を管理する。氏名や住所、年齢といった個人情報をどこまで把握して管理するかは、利用する企業の要望に合わせる。すでに顧客のデータを持つ企業の場合、管理用のサイトにデータを読み込ませて使う。

初めての方へ
ポイントについて
よくある質問
メンバー規約
会社概要
アンケートで本音を聞かせてください。
あなたの声が、新しい商品やサービスを作り出します。

企業ごとにサイトを開設する

アンケートを実施する際には、企業側が大まかな質問項目を提示すれば、マクロミルが調査票を作成し結果の集計、分析なども代行する。性別などあらかじめ登録した属性で、調査対象を絞り込むこともできる。

回答者にネット上の買い物などで使えるポイントを付与し、回答意欲を高める仕組みも用意する。報酬のポイントを利用企業の通販サイトなどで使えるようにするシステムも提供する。顧客には個別に専用のページを設け、自分のポイント残高などの確認用に使ってもらう。

顧客情報の管理には、約八十五万人の調査モニターを活用してきたノウハウを生かす。専用ページや報酬ポイントなどはモニター対象の仕組みを流用する。

初期導入費用は最低で百万円、別に月額運営費などに三十万円が必要となる。調査をするには十問のアンケートの場合で十五万円かかる。まずは年間十社からの受注を目指す。

---

## 発信サイト刷新

### ポータル協　個人作品も追加

### 国内娯楽コンテンツ

コンテンツ・ポータルサイト運営協議会（東京・中央）は映画や音楽など国内の娯楽コンテンツを国内外に発信するサイトを全面刷新した。企業が所有する作品情報のほか、個人クリエーターや学生作品を発信できる機能を追加した。コンテンツ検索の絞り込み機能を充実させるなど、サイトの利便性も高めた。

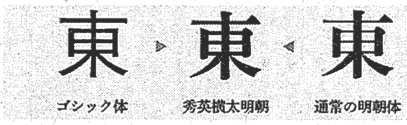
サイトは「ジャパン・コンテンツ・ショーケース」。ジャパンブランドの海外への発信などを目的に二〇〇七年に開設された。映画、放送番組、音楽、文芸作品などのコ

---

## 携帯でも見やすい書体

### 大日本印刷開発　100年前の文字ベース

大日本印刷は携帯電話で読みやすい書体を開発し、ライセンス販売をこのほど始めた。同社が創業期に確立した書体「秀英明朝体」をベースに横線を太くし、文字の輪郭をくっきりとかたどった。小さな画面でも閲覧しやすいという。メールや電子書籍など携帯向けの様々なコンテンツ用に売り込む。



ゴシック体　秀英横太明朝　通常の明朝体

携帯向け書体「秀英横太明朝体」＝写真＝をデジタルフォント開発のリムコーポレーション（浜松市）と共同開発した。ベースとなった書体は大日本の前身の秀英舎が百年以上前に確立したもの。広辞苑などにも採用されており、これを携帯で見やすいよう改良した。

従来の書体は横線が細く、発光する表示画面では薄れて読みにくかった。新書体はしなやかな筆の運びや太さの強弱を残しつつ、横線を太くし視認性を高めた。また、点の集まりで文字を構成するのでなく、輪郭で文字をかたどる方式にした。高精細の画面でも、文字の細部までくっきり表示できるという。

携帯機器やコンテンツメーカーなどに販売。利用料金は導入の形態により異なる。

---

## アクセス集中に対応

### Jストリーム　1分1万ページ送信も

### 携帯サイト運用請負

インターネットの動画配信代行などのJストリームは二十六日、急激なアクセスの集中に対応した携帯電話向けサイトの運用請負サービスを始めた。携帯コンテンツの配信に特化したサーバーや通信網などを整備し、従来の運用請負よりも同時接続可能な利用者数を増やした。

新サービスは「ジェイマックス」。同社の試験では一分あたり一万ページの送信を要求しても、ウェブサイトを滞りなく表示できたという。「これはNTTドコモの『iメニュー』のトップページに対する送信要求よりも負荷が高い」（Jストリーム）としている。サーバーや通信回線に十分な容量を持たせ、負荷を分散させる仕組みを携帯電話向けに工夫した。

サービスの月額利用料金は三十五万円からで、ほかに初期費用二十万円がかかる。最低料金の三五万円では、サイトに十ギガ（ギガは十億）バイトまでのコンテンツを置き、月間二百ギガバイトまでのコンテンツを配信可能。標準的なウェブページの場合、月間二千万ページまで表示できる。

テキストや画像ベースの携帯サイトの利用を想定。音楽や動画配信に対応した運用請負サービスも提供する計画だ。

---

## 「アマゾンは説明を」

### 中小出版団体が再度要求

### 一部書籍値引き販売

中小出版社で構成する出版流通対策協議会（流対協）は代表社の緑風出版（東京・文京）名で、アマゾンジャパン（東京・渋谷）に対し一部会員への書籍の値引き販売について説明を求めたと発表した。流対協は三月十六日にも値引き販売を問題視し、アマゾンに説明を要求する文書を提出している。流対協によるとアマゾンが明確な説明を拒否したため、再度回答を求めたという。

流対協が問題視するのは、早稲田大学が学生やOB向けに発行している「早稲田カード」で書籍を購入すると、代金を八%割り引くサービス。対象の顧客は限定的だが、流対協は「容認している」と値引き販売をなし崩しに広げかねない」と警戒。アマゾンが説明を拒み続ければ、再販売価格維持の契約違反と見なすとしている。

---

## イープラス参入

### 携帯電話利用電子チケット

チケット大手のエンタテインメントプラス（イープラス、東京・品川、橋本行秀社長）は携帯電話を使った電子チケットサービスを始めた。携帯でチケットを予約・購入し、その携帯をイベントなどの会場窓口でかざすと入場できる。店頭などで紙のチケットを入手するより手軽にチケットを利用できるのが特徴で、第一弾としてプロ野球の巨人戦で導入した。

矢沢永吉さんのライブでも電子チケットを導入（ライブイメージ）©ON CO.,LTD.

決済機能付き携帯電話「おサイフケータイ」で利用できる。利用者はイープラスのサイトでチケットを予約し、クレジットカードなどで代金を決済。チケットは携帯で受け取り、会場入り口の読み取り機に携帯をかざすと入場できる。

携帯の活用でイベント当日に払い戻されたチケットの販売など機動的な対応が可能になる。発券手数料は原則三百円以下とする。読み取り機の貸出料金も一台約二千円に抑えた。

プロ野球のほか、矢沢永吉さんのコンサートなどにも展開し、初年度百件の導入を目指す。

---

## 動画広告に成果報酬制

### チャンスイット

ネット広告のチャンスイット（東京・中央、山口義徳社長）は二十九日、成果報酬制の動画広告サービス「クロスAムービー」を始める。広告出稿で提携する約四万サイトに動画広告を配信。動画画面から最終的に会員登録などに結びついたかなど、広告主と取り決めた基準の達成件数に応じて広告費を請求する。

成果方式は検索連動型やバナー広告で広がっているが、動画広告では普及していない。新サービスは成果の達成基準や料金体系をバナー広告などの成果方式に合わせる。訴求力の高い動画を使うことで、成果達成の件数がバナーなどの一・五－二倍に増えるとみている。

料金や成果の基準は達成の難しさに応じて個別に取り決める。このほかに固定費として初期費用五万円、月額運営費三万五千円、動画制作費三十万円が必要。