

2008年2月25日(月) 月刊ネット販売 2008年3月号

進化するレコメンド最前線

一どこにどう使えば売上はあがるのか 活用事例と効果とは？

## ホットリンク

代表取締役社長 内山幸樹氏

サービス名：「レコナイズ」

我々の「レコナイズ」では、ランキングの生成、協調フィルタリング、リマインド、そしてこういう情報を組み合わせた統合レコメンド、といった機能をすべて1つのエンジンで提供しており、お客様の好きな使い方ができるようにしています。

拡張性を始めから確保した設計にしています。例えば、同じ協調フィルタリングでもフィルタリングの条件を付加したりとか、そうした条件もタグを入れるだけで限定できたりするわけです。

今後の方向性としては、中小企業まで手広く範囲を広げるよりも、ま



## 今年「レコメンド元年」

特徴としては、まず安価で、そして高機能であること。ASP形式で使えるものとしては非常に高機能だと思います。次に、完全自動運用を実現しています。レコメンドで表示するための商品の画像の取得、テキストの取得というのを最初の設定で全部自動化できるわけです。クロールもクライアントごとに設定を変えられるので、商品が売り切れたときはレコメンドされないようにする、ということも自動化できます。お客様にさせていただくことは、レコメンドを表示するための2種類のタグを埋めていただくことだけです。

また、もともと我々はシステム開発が得意な会社なので、

ずは大手ECサイトなど、販促費をある程度払える大手のシェアを取るのが優先順位では先になると思います。その先の取り組みとして、売り上げがあまり大きくない、中小企業が安価に使えるようなこともしていくかもしれません。ただ、そのときは我々も人が介在せず、ネット上から自分で設定してもらおうようなサービスを付けたりする可能性もあります。そうなる裾野が広がっていくのではないかなと思います。

今年「レコメンド元年」のようなもの。とにかく今は、どれだけ多くの事業者さんに導入するか、ということが最も大事なことだと思います。