

欧州モバイルビジネスの
中心地 ロンドン

「グレートブリテンおよび北部アイルランド
連合王国」これが英国の正式名称だ。英国
の首都ロンドンは人口約900万人。気候は温
暖で極端な気温の変化はないが、私はひんぱ
んに雨に降られ、太陽を拝んだのは1日だけ
という御多分にもれない英国のゆううつな天
候に耐える取材になった。

こうした天候のせいではないが、1950年代
に繁栄を極めた英国の製造業は現在休眠状
態にある。しかし「フィナンシャルタイムズ」
や「エコノミスト」を発行するピアソン社、
ビートルズやローリングストーンズを配給して
いるEMIやヴァージンのようなレコード会社
は活発だ。また、ヴァージンアトランティッ
クのように新しい形のサービスで成長した航

空会社もあれば、英国航空のように常に黒字
の企業も存在する。英国経済は死んだわけでは
ないのだ。

英国経済の原動力は国内総生産（GDP）
の7割以上を占める通信、金融など非製造業
部門だ。これらポンド高の影響が少ない産業
の成長により「英国の将来はコストや価格に
左右されない知識主導産業にかかっている」
とも言われる。当然、ケータイ産業の中心で
ある北欧のノキアもエリクソンもロンドンにオ
フィスを構えている。EU加盟国は域内を自由
に行き来できるが、冬季の交通の不安定さを
考えると北欧系企業にとって、ロンドンは
欧州でのビジネス展開に不可欠な重要拠点で
あるに違いない。

1984年の電気通信法により、英国では貿
易産業省（DTI:Department of Trade and
Industry）が通信政策の決定および
免許の付与、周波数の管理を実施している。
英国での通信方式はGSM-900とGSM-
1800の2つで、現在BTセルネット、ポーダ
フォン、ワン2ワン、オレンジの4大移動体通
信事業者がしのぎを削っている（表1）。今
年末にはGSMもポケット通信による高速化
を行い、2002年には5つの事業者で次世代規
格方式でのサービスを開始する予定だ。

85年にBTセルネットとポーダフォンの2社
で始まった携帯電話サービスは規制緩和によ
り、93年にワン2ワンが、94年にオレンジが
参入したため、激しいサービス競争が起こっ
た。それにより料金が低額化されたり、「Pay
as you go」と呼ばれるリチャージ可能なプ
リペイド型携帯電話など、消費者の求めるさ
まざまなサービスが提供されたりしたことが、
携帯電話の普及を促進した大きな要因である
ことは間違いない。

Jump01 www.dti.gov.uk



オレンジ社のエントランス。



明日のポケットeライフを占う！

Vol. 5

ケータイ 先進国 探訪

第 5 回

kaitai

sen

shin

koku

tanbou

モバイル情報は欧州にあり



小野 達人

ono@i-hakuhodo.com

慶応義塾大学90年卒。(株)博報堂インタラクティブ局プロデューサー。
幅広いインタラクティブメディアの中でも、特にモバイル領域を専門とし、
広告会社の枠にとらわれずにモバイル関連ビジネスに取り組んでいる。
従来の通信業界の視点とは異なった、モバイルECに関するビジネス
書「ポケットeライフ」(レゾナンス)を刊行。

table

表2: 英国の携帯電話ショップ一覧

	出資関係などの状況	BTセルネット	ヴォーダフォン	オレンジ	ワン2ワン
The Link	BTセルネット40%				
DX Communications	BTセルネット100%				
Mobile Phone Store	BTセルネット100%				
Vodafone Retail	ヴォーダフォン100%				
Pocket Phone Shop	ワン2ワン100%				
BT Shops	BT100%				
Orange Shops	オレンジ100%				
Virgin Mobile	ワン2ワンとのジョイントベンチャー				
The Carphone Warehouse	独立系				

出典: The Carphone Warehouse



オレンジのThinking Room。テーブルの中央が電動ポップアップ式になっており、電源やLANコネクタが内蔵されている。

斬新なサービスを提供する
新興キャリア「オレンジ」

今回は、英国に4社あるキャリアでもっともブランド戦略に成功し、新興勢力として活発な動きをしている「オレンジ」取材し、モバイル・インテグレートド・オブ・ビジネス事業部長のパトリック・ハリス氏と同事業部ナレッジコンサルタントのクリア・ブラウン女史に話を聞いた。

オレンジはハチソン・ワンボアとプリティッシュ・エアロスペースが保有する「オレンジ plc.」として94年にサービスを開始した。99年には独マンネスマンに買収されたが、11月にボーダフォンがマンネスマンに敵対的買収をしかけて今年2月に合併が決定した。しかし、欧州連合（EU）の独占禁止政策当局がオレンジの切り離しを求めたため、6月にフランステレコムによる買収が成立した。このような主要株主の変遷とは無縁に、たとえばケータイからのFAX送信サービスや秒単位の課金など、消費者のニーズに沿ったサービスをどこよりも早く提供することが彼らの企業哲学になっている。

そのため日本のiモードに相当するインターネット接続サービス「orange.net」（オレンジ

ドット・ネット）も他に先駆けて99年11月からサービスを開始している。数多くのWAPメニューをそろえており、そのラインアップはニュース、トラベル、医療情報、パンキング、音楽、ゲーム、映画、エンターテインメントからレストラン情報、中古車情報などのコマース領域にまでおよぶ。これらコンテンツの質が高いこともorange.netの1つのセールスポイントだ。

オレンジは保守的な企業文化に挑戦する新しく若い企業だ。「正直」「誠実」「新鮮」「ダイナミック」「フレンドリー」の5つをブランド価値の基本にしている非常に「親切で感じのいい会社」なのだ。このような会社のサービスを享受できる英国人は恵まれていると思う。写真は「Thinking Room」といわれる会議室だが、おもちゃあり、お菓子ありの自由な雰囲気を感じていただけたと思う。この企業風土は、取材した筆者へのホスピタリティからも十分に感じられた。

第三世代のケータイ登場を
待ちわびる欧州

欧州域内の人の移動は非常に活発だ。われわれ日本人が東京と大阪をビジネスで移動

するのと同じような感覚でEU域内を移動する。私も欧州や北欧のGSM網域内への出張が多いことから、試しにケータイを買ってみた。ショップ（表2）に行くとも目に入るのは、ケータイ端末と初期費用込みの通話料金がセットになって箱売りされている「Pay as you go」と呼ばれる商品だ。毎月一定の料金を支払うプランとは違い、金を振り込んだ分だけ使えるというもので、どのキャリアの商品も可愛い箱に入っている。日本のプリペイドケータイと違って英国に住所を持たない筆者でも購入できる点がうれしい。

ちなみに欧州の人々はまだiモードのように文字や画像をやりとりするポケット通信のパーソナルインタラクティブメディアを本格的に体験していない。2002年以降の次世代のケータイに期待しているのだ。

さて、最終回となる次号ではスウェーデンのTILIA社のレポートとケータイビジネスの構造について日本と世界の比較を行う予定だ。そこからはきっと新しいビジネスのヒントを見つけ出せるだろう。

ケータイビジネスは「生活革命」を起こすといわれる産業だ。これは日本がハードだけでなく、iモードのような広義のソフトやシステム（仕組み）そしてコンテンツで輸出できる世界的な競争力を持つ「知識ビジネス」である。この可能性に気付いている人は実に少ない。この大きな可能性を発展させることは、日本と世界にとっての「Win / Winモデル」である。そのためには、国内のみを考える状況を脱すると同時に、世界各国が猛烈な勢いでわれわれを追いかけてきていることを忘れてはならない。

table

表1: 英国の携帯電話事業者

通信事業者	方式	ブラウザ	URL
BTセルネット	GSM-900	WAP	www.cellnet.co.uk
ボーダフォン	GSM-900	WAP	www.vodafone.co.uk
ワン2ワン	GSM-1800	WAP	www.onezone.co.uk
オレンジ	GSM-1800	WAP	www.orange.co.uk



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp