

次世代への移行が着々と進む中 加熱するモバイル界の覇権争い

トップアナリストの 視点



モバイルインターネットの世界は、日本でFOMAが伸び悩み中海外では2.5Gとはいえ高機能なMMS（マルチメディアメッセージングサービス）なども始まっている。

6月のワイヤレスジャパン、そして9月のJavaOneとイベントを見てとにかく驚くのが海外のケータイ端末のこ1年での大幅な進化である。特に目立って素晴らしい端末を出してきているのがサムスン、LGなどの韓国勢とノキアだ。端末を小型化したばかりでなく、写真や動画の配信を可能にするMMSへの対応（陣頭指揮と言つべきか）を進めた結果

カラー化や大画面化、カメラ機能化でもはや日本のメーカーと大差なく、むしろ追い越してしまった印象すらある。

MMSはJフォンが力キ

MMSへの注目が高まってきたのは昨年後半から今年前半にかけてのことだが、そのきっかけはJフォンだ。「写メール」とその成功がJフォンに出資しているポータフォン（ドコモと並ぶ世界最大級の移動体キャリアグループ）を通じて欧州に伝わったことが最大の理由だが、JフォンがMMS（ショートメッセージサービス）で高シェアを誇るロジカ社のシステムを使用していたことも大きい。つまり、ドコモのiモードの成功の鍵がいまひとつ理解しきれない側面があったのに対し、Jフォンの成功はカメラ機能付きという理解しやすい端末がヨーロッパ

製のネットワークとシステムと出会い、そのままヨーロッパに持ち込まれたということだ。これが財務面で苦しむ各キャリアに「MMSはかなりいいぞうだぞ」と確信させたのではないかと筆者は踏んでいる。

ドコモの成功は「課金」

「財務面で」と書いたが、これはつまり、いかに顧客単価の上昇に劇的な効果を見せ、投資効率を改善させるかということだ。ドコモのiモードの成功についてはいろいろの要因があるが、財務的にはパケット課金、しかもバイトあたりの単価が極めて高いことだろう。それを可能にした課金システムには一十億円に近い設備投資をしていると推測される。

MMSの問題は最終的にめざす「Cross Network Cross Country」（以下、CNC）異なるキャリア

ア間でどの国でもサービスを受けられることだが、現時点では相互接続性などの技術面ばかりに注目が集まっている。しかし、パケット課金をするとして、CNCではシステム投資は過大にならないかという点については議論が出ていない。「Network 1 Country」であるiモードにドコモがかけた金額を考えれば、これは今後各キャリアが直面する大きな問題となる。

まるでゲーム業界

コンテンツを語るときに気になるのがノキアのコンテンツ戦略だ。ノキアの端末を見ると、APIは独自仕様でプラウザーはWAP 1.21のものが多いことに気がつく。加えてコンテンツプロバイダーのためのコミュニティー、ClubNokiaの大々的な露出も目立っている。これはプラットフォーム

著者紹介

95年慶大卒。J.P.モルガンインベストメントマネージメント・インク、ゴールドマン・サックス証券を経て、2002年9月よりリーマン・ブラザーズ証券、シニアアナリストとしてインターネット業界を担当。日経金融新聞、人気アナリストランキングの、インターネット部門で2001年、2002年と2年連続で1位に選出される。

山科拓（やましな・ひろし）

ムで差を付けつつ、可能なかぎりコンテンツを充実させようという戦略としか捉えようがない。

ドコモのiモードの成功を振り返ったときに、既存のPCベースのウェブに近いアーキテクチャーと開発ツールの公開がコンテンツの充実の一役買ったことを考えれば、ノキアの戦略も十分に理解できるものだ。

もしこれが昨年11月に発表されたドコモとノキアの提携のようにWAP 2.0を念頭に置いたプラットフォームの統一に向かうのであれば「標準化」という流れで捉えることもできるが、各プラットフォームがそれぞれの縄張りを明確にしながらコンテンツの奪い合いをすることになる可能性もある。プレイステーション2対ゲームキューブといったゲーム業界の覇権争いを髣髴とさせる。



[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