

特集

# ケータイ・フルブラウザ革新

広告、EC、コンテンツ...、ケータイビジネス変革前夜。

「京ぼん」のOperaに端を発したケータイ・フルブラウザは、jig ブラウザなどでユーザーを拡大し、ついにドコモからも標準搭載機が発売されるまでに至った。当時フルブラウザは、PCユーザーがケータイでも同様の利用をするための限定サービスと見る向きもあったが、潜在的にはケータイ

コンテンツのビジネスモデルを根底から揺さぶりがねない力を持っている。ここでは、最新のケータイ・フルブラウザを機能面から徹底的に検証すると共に、今後のケータイコンテンツビジネスの変化を、気鋭の業界リーダーに語り合っていた。

## C O N T E N T S

パケット定額制とフルブラウザがもたらすもの.....28

フルブラウザ徹底検証.....30

フルブラウザの種類と機能の比較

PCサイト対応度比較～

一般的なPCサイト / Flash、JavaScript、CGI、アニメGIF

SSL / 画像読み込み速度 / 使い勝手・操作性の違い

コスト比較

業界リーダー大座談会.....44

フルブラウザ×定額制登場で

鎖国日本のケータイ事情に物申す！

# パケット定額制とフルブラウザがもたらすもの

高木 利弘 株式会社クリエイション

MVNO : Mobile Virtual Network Operatorの略。日本では仮想移動体通信事業者と訳され、無線基地局などの通信設備を持っていない事業者が、持っている事業者の設備を借りてサービスを提供する事業方式のこと。

フルブラウザとパケット定額制は、ケータイビジネスを大きく変えようとしている。

従来、携帯電話会社はそれぞれ独自のインターネット接続サービス(iモード、EZweb、Vodafone live!)を提供することで、PC インターネットと分離した世界を築き上げてきた。フルブラウザの登場は、この障壁をつきくずし、PC インターネットとケータイインターネットを統合する方向へ向かわせることは間違いない。

一方、パケット定額制は時代の流れとはいえ、携帯電話会社にとってみればパケット料金という重要な収益源が頭打ちになることを意味している。パケット定額制に踏み切った以上、携帯電話会社はビジネスモデルの根本的な転換を急がなければならない。

フルブラウザは、登場して間もないということもあり、いま現在でケータイビジネスに大きな変化をもたらしているわけではない。現状では、PC インターネットをよく活用しているユーザーが、PC サイトを閲覧したいときにフルブラウザを使っているようだが、その性格上、今後のケータイビジネスに与える影響は大きいと思われる。

## フルブラウザによるケータイ公式サイトへの影響

当面の間、フルブラウザによって影響を受けるケータイ公式サイトは、実はそう多くないと考えられる。まず、公式サイトのうち有料サイトの場合、着信メロディ、着うた、着うたフル、ゲーム、電子書籍といった主だった有料コンテンツは、PC サイト、ケータイサイトいずれも有料であることに変わりはないため、フルブラウザが直接影響を与えるとは考えにくい。影響を受けるであろうと考えられる有料サイトは、ケータイインターネットでは有料だがPC インターネットでは無料というコン

テンツを提供しているサイトである。たとえばニュース、天気予報、乗換案内、辞書などが挙げられる。

次に公式サイトのうち無料サイトの場合はどうかといえば、提供しているコンテンツがケータイインターネット、PC インターネットいずれも無料であるとすれば、あとはどちらが使いやすいか、どちらが魅力的かということになる。小さな画面の中での操作性という点では、それ用にデザインされたケータイサイトのほうが上のため、ケータイサイトを利用し続けるユーザーも少なくないと思われる。

今後、フルブラウザが、ケータイ公式サイトに大きな影響を与えるようになるかどうかは、いわゆるポータルサイトを携帯電話会社が独占している状態が変わるかどうかにかかっている。現状では、たとえばiモードであればiモードのポータルサイト「iメニュー」にまず接続し、そこに用意されたディレクトリをたどってNTTドコモが公認したいわゆる公式サイトを選ぶというのが一般的なわけである。ユーザーからしてみれば、公式サイトは、携帯電話会社が公認しているという意味で信頼できる上、料金の支払いも電話料金と一緒にということで手間がかからないというメリットがある。

携帯電話会社が主導的にフルブラウザの普及をすすめる場合は、基本的にこの構図は変わらないと考えられる。むしろ、この構図をPCサイトにまで拡張していく方向で発展させるであろう。たとえば、KDDIはエキサイトと共同でDuogateを設立し、PCインターネットとケータイインターネットを連動させたポータルサイト事業を進めているが、これなどもその一例であろう。

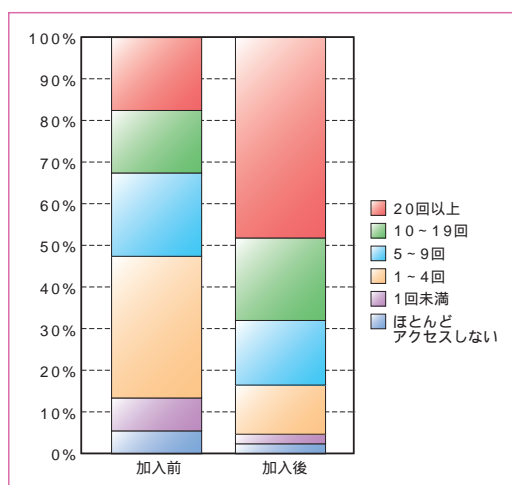
ポータルサイトを携帯電話会社が独占する状態が変わる1つの契機と考えられるのは、ナンバーポータビリティや新規携帯電話会社の参入、仮想移動体通信事業者(MVNO)の参入などによるワ

イヤレスブロードバンドのオープン化である。オープン化が実現すれば、携帯電話会社とひも付けされた公式サイトの課金システムは絶対的なものではなく、たとえばYahoo IDに代表される携帯電話会社に依存しない課金システムが有力になってくる可能性がある。

また、ケータイビジネス自体も、従来の携帯電話会社に依存する有料コンテンツを中心としたビジネスモデルから、携帯電話会社に依存しないコマース中心のビジネスモデルや、広告収入を中心としたビジネスモデルへと大きく変貌する可能性がある。

## パケット定額制の影響

『ケータイコンテンツビジネス調査報告書2005』（インプレス刊）において、「パケット定額制」利用実態調査をしたが、それによれば、Webサービスへのアクセス数は、パケット定額制加入前は1日当たり「1～4回」（34.0%）が最も多かったのに対して、加入後は1日当たり「20回以上」（48.2%）が最も多くなっている。また、Webサービスへのアクセス時間は、加入前は1日当たり「10分～29分」（24.4%）が最も多かったのに対して、加入後は1日当たり「2時間以上」（30.1%）が最も多くなっている。このようにWebサービスへのアクセス数、アクセス時間も大幅に伸びている一方で、有料コンテンツへの支払金額は、伸びているものの微増にとどまっていた。理由の1つとして考えられるのは、アクセスの多くが無料コンテンツや非公式サイトに向けられた可能性である。定額制をき



Web アクセス回数のパケット定額制加入前と加入後の比較

かけに携帯電話会社を変更した利用者が、有料コンテンツの登録を見直し厳選した可能性も考えられる。

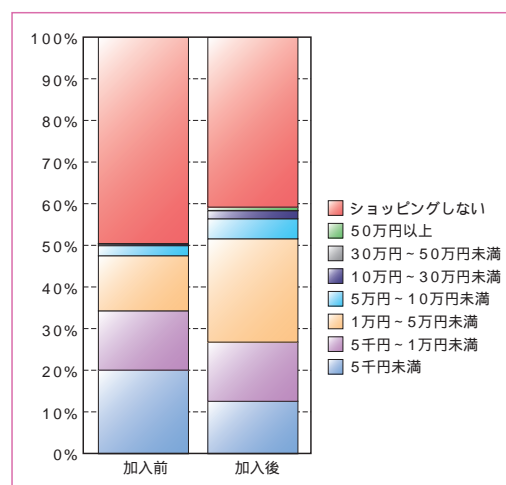
注目されるのは、ショッピング経験である。加入前に「ショッピングはしていない」と回答した人の28%がショッピングをするようになり、そのうちの0.8%は「50万円以上」購入するようになっていたのである。

## PCインターネットとケータイインターネットの融合

今後、PCインターネットとケータイインターネットの融合が進む中で、まず期待されるのはケータイインターネットの検索性の向上であろう。従来のケータイインターネットでは、携帯電話会社が用意したディレクトリ型のポータルしかなく、検索性も決していいとはいえなかった。また、PCサイトの表現の豊かさとか技術的な先進性が、それに見劣りするケータイサイトを駆逐していくことも予想される。

ただし、ケータイサイトの中には、ユーザーとのコミュニケーションの仕方とか、限られた画面サイズの中での表現能力にすぐれたものも多く、PCインターネットとケータイインターネットの融合が進む中で、ケータイサイトのコンテンツプロバイダのほうがりーディングポジションをとるといった展開も十分に考えられる。

いずれにせよ、これからケータイビジネスはオープン化が進むことによって、ますます競争が激化することは間違いない。



ショッピング金額のパケット定額制加入前と加入後の比較

ナンバーポータビリティ  
携帯電話の加入者が、別の通信事業者(キャリア)に契約を切り替えても、元の電話番号がそのまま利用できる制度のこと。2006年度なるべく早い時期を目的に導入する予定になっており、第2世代、第3世代を問わずすべての携帯電話事業者が対象になっている。

# フルブラウザ徹底検証

続々と登場するケータイ・フルブラウザだが、果たしてその実力はどれほどのものなのか。  
既存のビジネスモデルに衝撃を与え、また新たなビジネスモデルを創造するほどの存在なのか。  
現時点で公開されているフルブラウザをユーザーの視点から実際にテストしてみた。

梅田 勝司 アールイー

## 携帯のメイン画面

現在の携帯電話は 2.2 ~ 2.4 インチの液晶画面が主流で、色数も 26 万色がザラ。高精細仕様だ。

## フルブラウザの種類と機能の比較

これまで、携帯電話で閲覧するサイトは、携帯電話のせいぜい 2 インチ弱の画面に合わせた専用サイトがわざわざ作成されていた。利用料金やハードのスペックなども考慮すれば当然ではあるが、通常の PC サイトをまともに読み込むことは一般的ではなかった。

そのため、携帯用の公式サイトや非公式な勝手

サイトが独自のコンテンツとしてユーザーに浸透して新たなビジネスモデルとなった。しかし、ここに来てその流れに変化の兆しが見えてきた。携帯電話で一般 PC サイトを閲覧できる「フルブラウザ」が続々と登場してきたのだ。その先駆的存在はウィルコム社の AH-K3001V(通称「京ぼん」)に搭載された「Opera」だろう。Opera 自体、IE に代わるウェブブラウザとしてすでに有名ではあったが、それを携帯用にカスタマイズして搭載したのだ。

名称	jig ブラウザ 100KB 版	jig ブラウザ 30KB 版	jig ブラウザ FREE	ibisBrowser	サイトスニーカー	Scope( Mars )
<b>基本機能</b>						
PC サイト閲覧						
JavaScript 対応				×	×	×
SSL 対応					×	×
Cookie 対応				×	未調査	×
GIF アニメ対応						
CSS 対応				×	×	
Flash 対応	×	×	×	×	×	×
<b>携帯端末向けレンダリング</b>						
携帯端末向けレンダリング						
ページ内の文書のみ表示に切り替え					×	×
ページを縮小して全体表示				×		×
カーソルポインタ実装						×
<b>本体機能との連携</b>						
メーカーとの連携			×	×	×	×
PC メール受信			×	×	×	×
画像の保存			×		×	×
URL のバーコード読込				×	×	×
<b>設定など</b>						
待受設定		×	×	×	×	×
キー割当変更			×	×	×	×
文字サイズ変更				×	×	×
PC からブックマークを編集		×	×	×	×	×
<b>その他</b>						
RSS リーダーの有無				×		×
バージョンアップ・機能追加						
スクリーンショット		×	×	×		×
アプリ単体か、サーバー連携型か	サーバー連携型	サーバー連携型	サーバー連携型	サーバー連携型	サーバー連携型	サーバー連携型
通信データ圧縮						
プラットフォーム	Java	Java	Java	Java	Java	Java
パケット定額制への対応						
対応端末	【DoCoMo】 901i/900i シリーズ 【au】 W11K/W11H/A5403CA/ A5406CA/A5407CA	【DoCoMo】 700i/506i/505i/ premini-II/premini-IIS	【DoCoMo】 901i/900i/700i/506i/ 505i/504i/2051/ 2102/2701/ premini-II/premini-II S	【DoCoMo】 901i/900i/700i 対応予定 505i/506i	【DoCoMo】 901i/900i/700i/ 506i/505i	【DoCoMo】 901i/900i/700i/ 506i/505i
料金	月額 1,050 円/年額 6,000 円		無料 (1日10ページまでの制限あり)	無料	無料	無料

携帯電話用ブラウザ機能比較( 2005年7月11日時点のもの。Scopeはパブリックプレビュー版を評価 ) [ jig.jp 提供のデータを基に編集部で検証 ]

もう一つは、アプリとしてダウンロードして利用する「jig ブラウザ」だ。無料で利用体験はできるが、基本は有料のフルブラウザである(無料版の「jig ブラウザ FREE」もあるが、機能が制限されている)。大雑把に言えば携帯電話にデフォルトで搭載されているものと、ユーザーがダウンロードして利用するという2つのタイプに大別できるが、ダウンロードするタイプには無料のものもある。

どちらを利用するにせよ、ユーザーはフルブラウザを利用することで広大な一般PCサイトに携帯からアクセスできるようになった。小さな画面でデータ量の膨大なPCサイトをスムーズに見ることができる工夫がそれぞれ凝らされているのはもちろんだが、その背景にはパケット定額制と全体的な携帯電話利用料金の割引サービスが充実してきたことも挙げられる。こうした事情の変化が、携帯電話で見る対象をこれまでになく広げてくれそうなのだ。

各フルブラウザは、それぞれ独自の仕様を持っており、すべてが同じではない。まず、スムーズにPCサイトを閲覧するための仕組みがそれぞれ異なる。小さい画面に縮小して見せるにしても、その方法も異なり、さらにソースを解析して

構成し直すことで見やすくする仕組みや、表示の処理速度効率、さらに対応するファイルやプログラムも異なる。どれが良くてどれが悪いというのも一概にいえる問題ではない。操作のクセや利用するサイトなどユーザーの使い方にもよるからだ。

それを踏まえたうえで、現在の主なフルブラウザの機能を下の表に示した。携帯電話へのデフォルト搭載機種は、au、ドコモも続いているが、実はボーダフォンにもOperaの搭載機種がある。しかし、現時点ではマニア向けという位置づけのようで前面に押し出す気配はないため今回は取り上げなかった。

見て驚くのは、現時点でのフルブラウザの種類が多さだろう。jig ブラウザやOperaなどは同じブラウザでも仕様の違うものもあり、ユーザーのニーズに細かく応えるだけのノウハウをすでに蓄積しているようにも思える。

ベータ版の可能性  
新しいフルブラウザではテスト時点でベータ版というものもあり、ユーザーの声が反映された正式版が楽しみでもある。

インストール型ブラウザの入手先

jig ブラウザ	<a href="http://br.jig.jp/">http://br.jig.jp/</a>
ibisBrowser	<a href="http://www.i-products.net/browser/">http://www.i-products.net/browser/</a>
Scope (プログラマーズファクトリ)	<a href="http://www.programmer.co.jp/">http://www.programmer.co.jp/</a>
サイトスニーカー	<a href="http://pease.jp/ss.htm">http://pease.jp/ss.htm</a>

NetFront FOMA N901iS	Opera Willcom AH-K3001V	Opera au W21CA	iモードブラウザ	備考
			x	
			x	は一部対応。 は表示のみ可。
			x	
			x	は1枚目のみ対応。
x	x	x	x	は一部対応。 iモードブラウザは携帯向けに作られたFlashのみ
			-	携帯端末向けレンダリングの使いやすさを評価。
x	x	x	x	表示中のページを、テキストのみ表示に切り替え可能か評価。
x			x	表示中のページを、縮小して全体表示可能か評価。
	x	x	x	カーソルポインターやメニューのデザインを評価。
x				メーラーと連携してサイトを閲覧可能か評価。
x		x	x	
x		x	x	ページ内の画像の保存の可否を評価。
x	x		x	QRコードを読み込んで、サイトへアクセスが可能か評価。
x	x		x	待受画面設定が可能かどうかを評価。
x	x	x	x	数字キーへ、各機能の割り当て設定が可能か評価。
x				は機種依存。
x	x	x	x	PCのブックマークをインポート可能か評価。
x	x	x	x	サイトスニーカーは、アプリ単体ではRSS利用不可。 バージョンアップの頻度や機能の追加を評価。
x アプリ単体 x 組み込み x	x アプリ単体 x 組み込み	x アプリ単体 x 組み込み	x アプリ単体 x 組み込み	アプリ単体での動作か、サーバー連携型か。 サーバーで圧縮処理を行うか否かを評価。 動作プラットフォーム。 通信量がパケット定額プランに含まれるか否か。
【DoCoMo】 N901iS内蔵	AH-K3001V内蔵	W21CA内蔵	DoCoMoシリーズ	対応端末。
端末内蔵	端末内蔵	端末内蔵	端末内蔵	アプリの利用料金。

フルブラウザのポータル各フルブラウザにはポータルサイトが用意されている。そこにあるサイトなら表示結果も上々と予想されるが、今回はあくまでも「ケータイに気を使わずに作られたPCサイト」をどれだけ利用できるかを検証するため、あえて外した。

## PCサイト対応度比較～一般的なPCサイト

先に示した比較表では、フルブラウザの機能のすべてを実感することは難しい。実際に使用してみることで、さらに短所や長所が見えてくるはずだ。特に、ユーザーが一般PCサイトにアクセスする際にどのような問題点があるかで、今後の課題や考えられるビジネスも明確になる。取材に応じてくれたあるキャリアの関係者は「ユーザーが携帯でPCサイトを利用するときには多いのは、検索サイトやニュースサイト」といていたが、ブロードバンド時代の現在はどんなサイトであろうとFlashやGIFアニメ、画像、CGIといったさまざまな要素がぎっしり詰まっている。そんな一般サイトをフルブラウザで見る場合を想定してさまざまなテストを行ってみた。

テストを行った場所は電波状態の良いビルの一室。ダウンロードするタイプのフルブラウザについてはテスター私物のドコモ・FOMA SH900iを使用した。



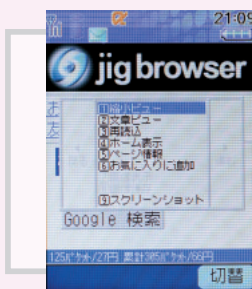
通常のPCで表示したamazon.co.jp

それでは実際にPCサイトを表示させるとどうなるかを見ていこう。サンプルに選んだのはEコマースサイト大手の「amazon」だ。検索結果でも上位に来ることが多いサイトだが、重いFlashなどはトップページで使用していない。ただし、バナーやタブ状のコーナー表示、数多くのコンボで構成され、画像の要素も少なくない。

このサイトをフルブラウザで見た場合について、特にタブ部分は同じように再現されるのか、また独自表示での見え方にも注目した。

## 【jig ブラウザ】問題なく表示。料金表示機能も便利

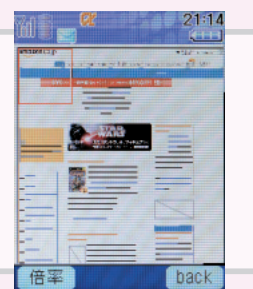
通常表示は問題なし。縦横スクロールも自在だ。読み込み中も進行をパーセンテージで見せてくれるため、安心感がある。カーソルで選んでクリックするが、意識してカーソルを動かさなくても目的のボタンなどをスクロールできる。操作のレスポンスも速い印象だった。



ビューのスタイルも選択できるほか、画像保存やスクリーンショット機能もある



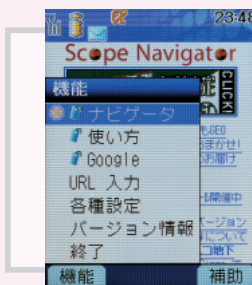
通常表示で見たamazon。バナーや画像がすべて現れる前にも、斜めの線とファイル名が表示される



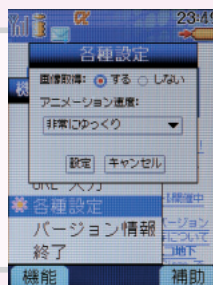
全体像をつかみたいときに便利な「縮小ビュー」での表示。「文章ビュー」では画像を飛ばして文章のみを表示

## 【Scope】折り返し機能でタブの並びが変化

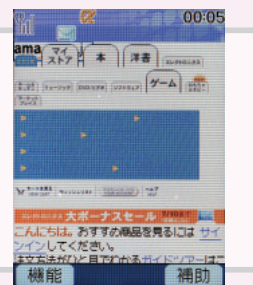
独自のSpinitテクノロジーで画面サイズに最適なレイアウト処理を施す。横スクロールが不要になる。テーブルも分割して複数段にまたがって表示する。一般サイトを見たときに違和感はあるが、情報の見やすさという点では携帯向き。画像はバックグラウンドで読み込む。



機能ボタンのメニューはいたってシンプルだ。クリックすれば表示される



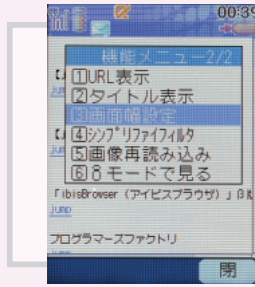
「各種設定」では画像の取得やアニメーション速度の設定ができる



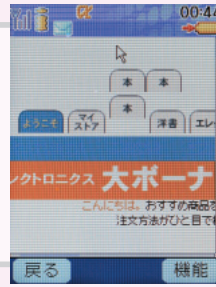
自動的に折り返して表示されたamazon。縦スクロールのみで閲覧

## 【サイトスニーカー 版】成長途中のベータ版はバージョンアップに期待？

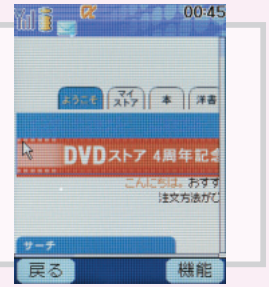
正式サービスは今年の夏以降。使用したのはベータ版だ。ユーザーの声や要望をブログとメールで集めている。テンキーでもスクロールできたり、画像読み込みやスクリーンショットを撮影できる。表示は一瞬2段になったが、読み込みなおしたところ通常表示になった。



機能メニューは2面に分かれていて1/2から2/2となる。表示関連の設定が揃っている



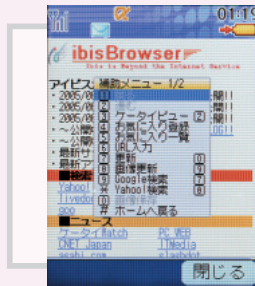
本のタブがいくつも存在する不思議な表示になってしまった



読み込みなおしてみると通常の表示に戻ったが、amazonのロゴがどこかへ行ってしまった

## 【ibisBrowser 版】サイト名がすぐに分かる

高速作動が売りのフルブラウザ。PCビューとケータイビューのモード切り替えも早い。顧客企業のロゴを表示させるといビジネスモデルのためか、amazonのロゴから、つまり左上から表示されていく。読み込み進行の表示などはないが、確かに表示は速かった。これはPCビューで、ケータイビューでは折り返して表示するため横スクロールなしとなる。



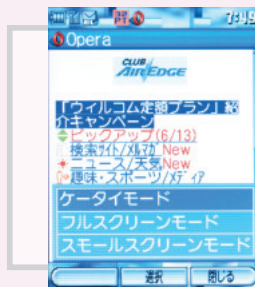
メニューは2面に分かれる。ビューの切り替えもここで行う。画像の読み込みをオフにしてさらに高速化も



しっかりとamazonのロゴが左上に表示されている。これがビジネスモデルの源となる仕掛けだ

## 【Opera : Willcom AH-K3001V】Opera搭載機の元祖は機能的にも納得の域

PHSではあるが、Operaを搭載したことで売れ行きを伸ばした。通信自体も高速だ。モードは「ケータイ」「フルスクリーン」「スモールスクリーン」の三種あり、ユーザーの好みに切り替えられる。フルスクリーンでは通常表示だったが、ほかの表示では折り返し表示になる。



モードは3種類だ。アクセスした状態でOperaのボタンを押すとこのメニューが表示される



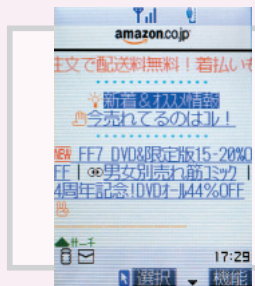
ケータイモードで見たところ。折り返して表示され、縦スクロールで見やすいようになる



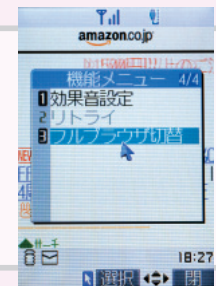
フルスクリーンモードで表示。きちんと乱れなく表示されたが横スクロールはつらい

## 【NetFront : FOMA N901iS】フルブラウザに切り替えて表示を

ドコモが初めて採用したフルブラウザ搭載モデル。他キャリアと異なるNetFrontを搭載している。amazonにアクセスすると、なぜかケータイサイトへ飛んだが、設定を切り替えるとPCページを表示した。センター揃えで表示する傾向があるのが特徴だ。



公式のモバイルサイトへ飛んでしまった。確かにこちらのほうが見やすいのだが



リファラー送信設定を変え、JAVAをONにしたうえでフルスクリーンモードに切り替えて再度アクセスを試みる

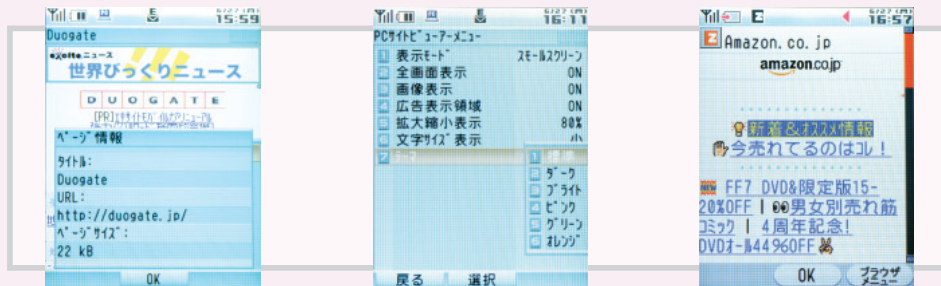


今度はPC版のamazonが表示された。センター揃えで並んで表示されている



## 【Opera : au W31CA/W31T】ウィルコム版よりきめ細かい表示設定

auのフルブラウザ搭載機種は同じOperaを搭載している。操作系にさほどの違いもなかったため、W31Tでテストを行った。メニューはウィルコムより繊細になっている印象だ。モードの切り替えだけでなく、拡大縮小などできるほか細かい表示設定ができる。ここでもamazonのケータイページに飛んでしまった。



サイトの情報も詳しく見ることができる

表示に関する設定は詳細を極める。メニューなどのカラー変更ができるカスタマイズ性もauらしいこだわりだ

結局EZwebの公式サイトにたどり着いてしまった

### PC サイト対応度比較 ~ Flash、JavaScript、CGI、アニメ GIF

現在のPCサイトはとにかく仕掛けが派手だ。Flashで映画のようにバナーを見せることも当たり前。CGIもカウンターや挨拶表示のほか、細かな部分で使われている。JavaScriptでの仕掛けも、いまや標準装備。アニメGIFは基本中の基本だ。すでにスペック一覧で対応・非対応は分かっているが、実際にアクセスするとどうなるのか。何も表示されないだけなのか、それとも何らかのメッセージやコンボの囲みだけでも表示されるのか。また、フリーズすることはないのか。非対応が分かっているプログラムでの反応を見るために、あえてテストを試みた。

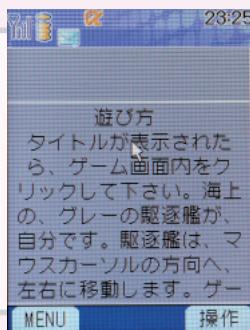
### Flash と JavaScript

非対応といいながら、軽いものなら反応してくれるのではないかと淡い期待を抱いて選んだの



が上の2つだ。1つはJavaScriptを利用した潜水艦ゲーム。もう1つはクリックでウェルカムメッセージが表示される仕組みのJavaScript。正常表示ではしっかりとレスポンスしてくれる。

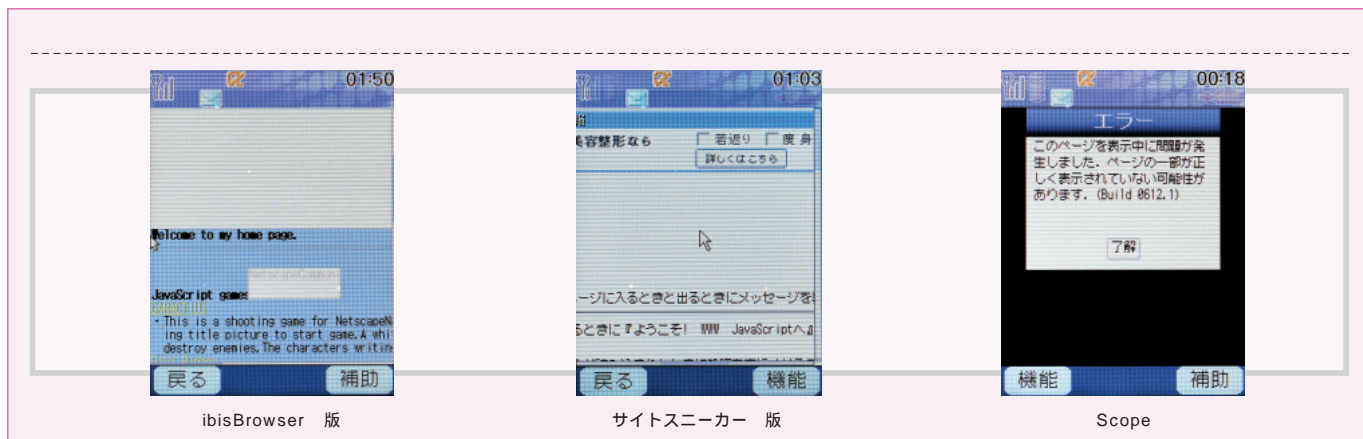
結果は惨憺たるものだった。特にJavaScriptゲームは存在そのものがなかったものになっている。Flashでは警告画面に切り替わるフルブラウザはまだマシなほうだ。やはり、何らかの形で、あるものを表示できない理由などを画面に出してもらいたい。



jig ブラウザ

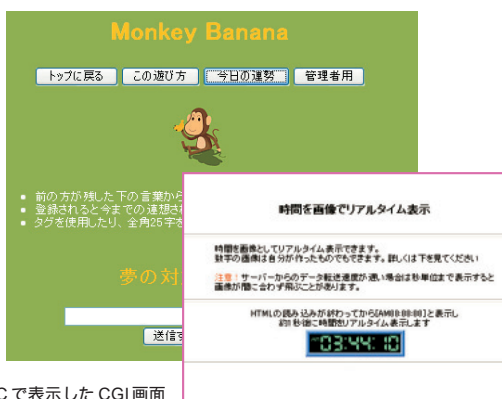


Opera : Willcom AH-K3001V

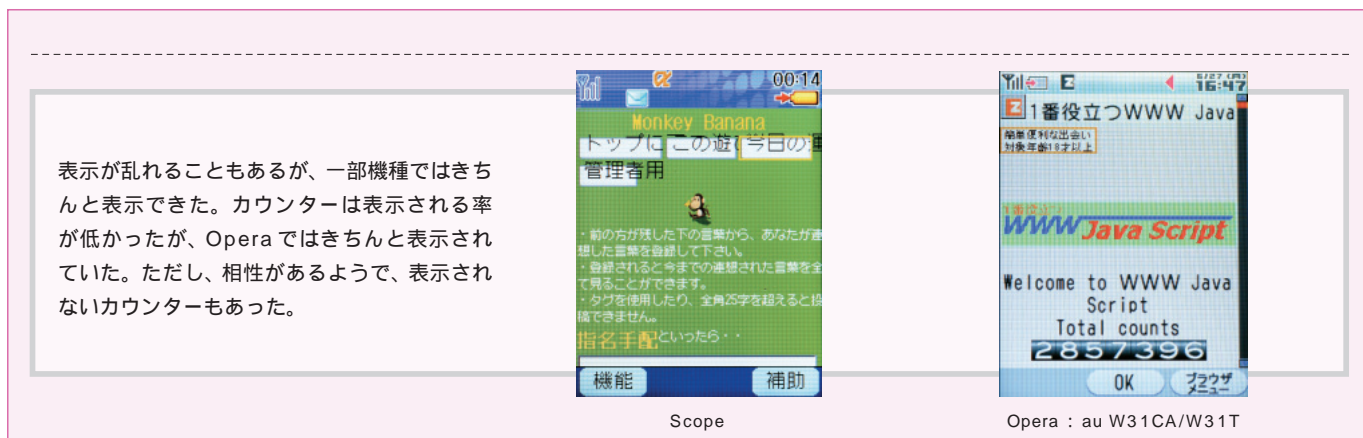


## CGI

CGIはカウンター、掲示板、チャット、ゲームなどで利用されていて、応用範囲を考えると対応していないとかなり困ってしまう。カウンターが無いことになってしまうのもサイトのオーナーにはショックだ。ここでも左のような軽快そうなCGIプログラムを2つ選んでテストしてみた。



PCで表示したCGI画面



表示が乱れることもあるが、一部機種ではきちんと表示できた。カウンターは表示される率が低かったが、Operaではきちんと表示されていた。ただし、相性があるようで、表示されないカウンターもあった。

## アニメ GIF

モバイル専用サイトではよく使われているアニメ GIF。しかしこれがPCサイト用のアニメ GIFではデータ量がかかなり異なる。ここで選んだのはいくつかの花火が打ち上げられては炸裂する花火。Opera勢が健闘しているのは分かるが、すべてを表示しているわけではなく、下の街部分はカットされている。また、途中で止まってしまうこともしばしば。



PCで表示したアニメ GIFの一画面



## PC サイト対応度比較 ~ SSL

個人情報入力画面に付きものなのがSSL。ログイン画面でのID確認に使われることなどもあるショッピングサイトやオンラインバンキング、宿予約などには欠かせない。むしろ、ケータイ専用サイトを用意しているサイトも多く、そちらを利用すれば確実ではある。しかし、大量の情報を見たいときの一覧性ではPCサイトのほうが便利であり、ニーズがないとはいえない。またソーシャルネットワーキングサイトでは、モバイル版とPC版で一部メニューが異なる場合もあるのだ。フルブラウザでもSSLはやはり避けて通れない項目といえる。

## オンラインバンキングにログイン

オンラインバンキングコーナーにログインできるのかをすべてのフルブラウザでテストしてみた。ソーシャルネットワークのログインも考えて同時にテ



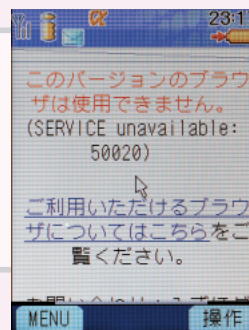
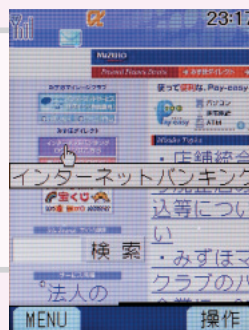
PCでのみずほ銀行のオンラインバンキング画面

ストしてみたのだが、メインの画像が重すぎてメモリ不足で止まる、並びが滅茶苦茶でわかりにくいという結果が続出したため、オンラインバンキングへのログインとした。

## 【jig ブラウザ】このサイトはフルブラウザではアクセスできない!

みずほ銀行のトップページは難なく表示、オンラインバンキングコーナーへの入り口もカーソルを当てると写真のように表示されて親切だ。しかし、次のステップでは、このバージョンではアクセスできないという銀行側からのメッセージ画面が出た。使用できるブラウザはIEとネスケでフルブラウザには対応していないのだ。

トップページは通常のPC版と同じように表示した



銀行のサーバー側からのメッセージ画面が表示された

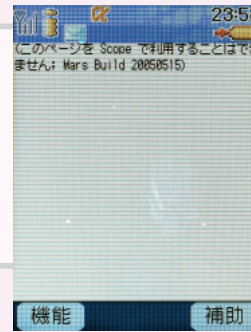
### 【Scope】 ブラウザーがメッセージを表示してストップ

ScopeでもSSLはダメであった。しかしメッセージが出ただけまだマシだったといえる。その前段階の表示もいま1つつまくいっていない印象だ。折り返されたためと思われるが違和感が残った。ともあれ、「このページはScopeで利用できない」と表示された。サーバー側からの情報を受けてのメッセージをブラウザ側で表示したようだ。

表示はPC版と少々異なるが、入り口はきちんと表示されている

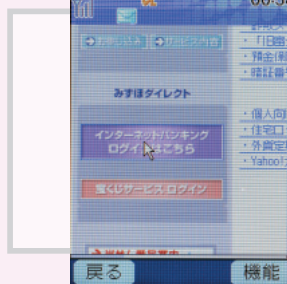


ブラウザからの利用不可メッセージが表示されて進めない



### 【サイトスニーカー 版】 ibisBrowser 版】 どちらも画面が白く飛んだままフリーズ状態

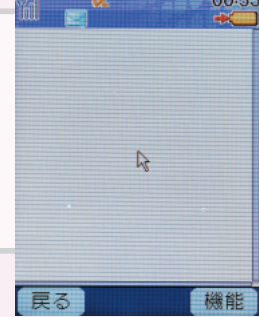
2つまとめて紹介したのは、結果がまるっきり同じだったためである。ログインのバナーを表示するところまではうまくいったが、クリックすると真っ白な画面のままで止まってしまうのである。アクセスが続いているのかすらステータス表示もないために分からない。読み込みなおしても同じ。フリーズしたような印象だ。



サイトスニーカー 版



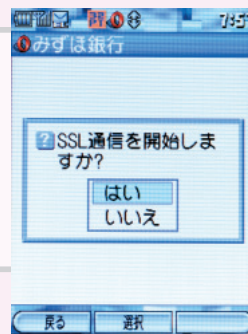
ibisBrowser 版



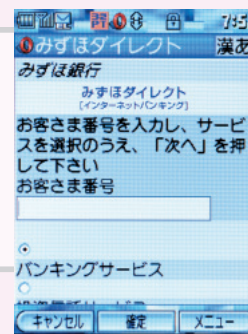
### 【Opera : Willcom AH-K3001V】 初めてログインに成功!

初めてログインに成功したのがOperaだった。バナーをクリックすると「SSL通信を開始しますか」とダイアログが表示され、「はい」を選択すればその後はスムーズに進むことができた。表示の際の書体が通常と違う印象はあったが、しっかりと使えるフルブラウザだ。

普通に表示されたトップページのコーナーバナーをクリックしたところ



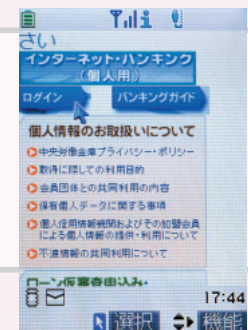
PC版と同じくお客さま番号入力画面へと移ることができた



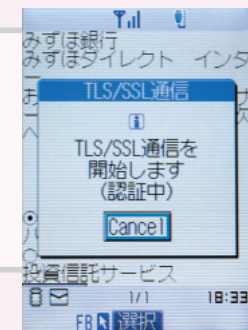
### 【NetFront : FOMA N901iS】 状態も分かるので安心。ログインできる!

ケータイモードで見ようとするともメモリ不足でサイトの読み込み自体が途中で止まってしまった。フルスクリーンモードで再度アクセスすると「通信を開始しますか」と表示される。バナーをクリックすると通信を開始するか尋ね、次に「TLS/SSL通信を開始します(認証中)」と画面に表示されるので、進行が分かって親切だ。

画面表示もクリアで違和感はない。バナーをクリックすると「通信を開始しますか」と表示される



通信中の画面。フルブラウザでもアクセスはできるのだ

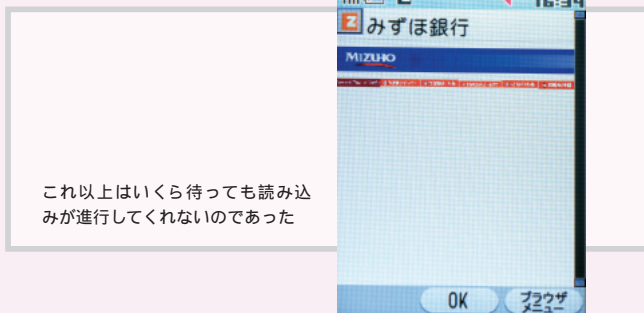


ブラウザの安全性  
 オンラインバンキングではIDとパスワードの漏洩が気になる。たいていの銀行などは専用モバイルサイトを持っているので、不安があるならそちらを利用したほうが安全だ。

速度計測上の補足  
 jig ブラウザは読み込みが終了してもメニューボタンが表示されて動かせるまでに多少のラグタイムがあった。読み込みだけの時間なら、計測値よりも3～4秒は早いとみてもらいたい。

## 【Opera : au W31CA/W31T】仕様では対応のはずが読み込み途中で停止

仕様ではSSLに対応しているはずなのだが、なぜかページの読み込みが画面の状態では止まってしまった。オンラインバンキングのバナーなども表示されないのである。何度やってもこの結果に終わったが理由は不明である。

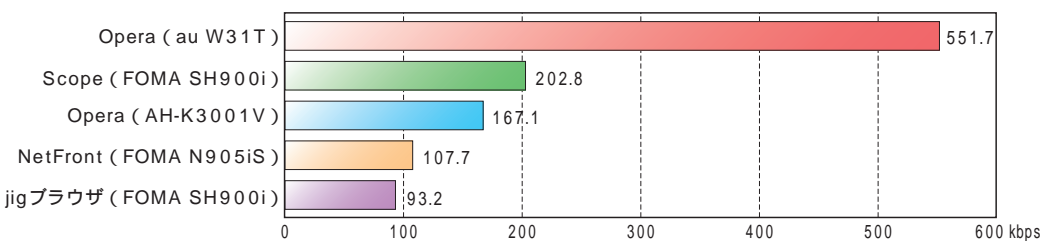


## PCサイト対応度比較～画像読み込み速度

ブラウザや携帯端末によって体感の表示速度はどのくらい違うのだろうか。PCサイトを見られるといっても、ページの読み込みにあまりにも時間がかかるようでは使う気になれない。そこで画像の読み込みテストを行った。結果は下に示したとおり。最速はW31TのOperaで、さすがWIN端末といったところ。また、唯一1000KBの画像を読み込めた。それ以外ではScopeが健闘して

いる。jigブラウザやScopeなどは、サーバー側でデータを変換したうえで表示する。ケータイで見やすいようにデータを圧縮したり間引いたりするわけだが、あまりやりすぎてもPCサイトを見るという点では意味がないし、かといって速度を考えるとある程度の加工は必須である。このあたりのバランスの取り方も、開発元のポリシーが垣間見られて興味深い。

速度は、ブラウザの違いはもちろんだが、それ以上に端末性能やそのときの通信環境が大きく左右するという点に注意してほしい。



注：通信速度はブラウザごとの差もあるが、それ以上に端末や通信方式、そして通信状況による差が大きい。また、ブラウザでの表示にデータを最適化(圧縮)する場合、データは軽く(通信は速く)なるが、本来のページが持っている情報は間引かれるということでもある。その点に注意してテスト結果を見てほしい。なお、Opera(AH-K3001V)はエッジ高速化サービスを利用したため、理論値の32kbpsを大きく上回る結果となっている。

### 通信速度比較(体感スピード)

フルブラウザの種類	Opera	NetFront	Opera 5	jigブラウザ	Scope	サイトスニーカー 版	ibisBrowser 版
端末機種	au W31T	FOMA N905iS	AH-K3001V		FOMA SH900i		
画像サイズ	1000KB	265KB	265KB	265KB	265KB	265KB	265KB
試行回数と時間	2、3	1	1	1	1	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
1	14.5	14.9	12.4	22.8	14.5	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
2	15.2	15.2	18.5	25.1	9.0	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
3	14.5	23.4	10.6	16.8	8.0	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
4	14.4	20.1	11.3	24.6	10.5	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
5	14.1	24.1	10.7	18.2	10.3	読み込みが表示せず	読み込み始めるがすぐに中断
6		14.6		27.1			
7		17.6		23.1			
8		28.7		25.0			
9		17.7		26.3			
10		20.5		18.3			
合計時間	1	72.7	196.8	63.4	227.4	52.3	-
1枚あたりの時間	1	14.5	19.7	12.7	22.7	10.5	-
1000KBのデータ読み込み時間	1	14.5	74.3	47.9	85.8	39.4	-
通信速度(kbps)	4	551.7	107.7	167.1	93.2	202.8	-

1: Opera(au W31T)のみ1000KBの画像で実施。他はサイズ制限で読み込めなかったため265KBの画像で実施。  
 2: テストページの画像リンクをクリックしてから表示されるまでの秒数をストップウォッチにて計測。  
 3: NetFront(FOMA N905iS)とjigブラウザ(FOMA SH900i)は、あまりにも数値がぶれるため10回実施。  
 4:  $1000 \div (1000KBのデータ読み込み時間) \times 8$ で計算。  
 5: Opera(AH-K3001V)はエッジ高速化サービスを利用(利用しない場合は、1分20～40秒=約24～26kbps)。

### 通信速度テストの結果

## PCサイト対応度比較～ 使い勝手・操作性の違い

フルブラウザに限らず、ソフトウェアは使用するデバイスも含んで使い勝手の良さが考えられていなければ性能がいくら高くとも使い物にならない。いわゆるヒューマンインターフェイスを考慮した設計がなされているかも大きなポイントだ。基本的に携帯電話という小型のデバイスで使用し、キーなどはあらかじめ用意されているものを使う

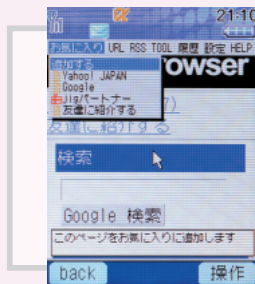
しかないのだ。ただし、それはあまり複雑なものであってもいけない。すでにユーザーは携帯の公式サイトやメール、ゲームなどでなじんだキーの使用感覚が刷り込まれており、そこからかけ離れた操作はライトユーザーの取り込みが難しく、マニアのみが使用するツールで終わってしまうかもしれない。

中でも、デフォルトでフルブラウザを搭載している携帯では、ブラウザ単体で提供されているものよりも使い勝手が良いことが期待される。

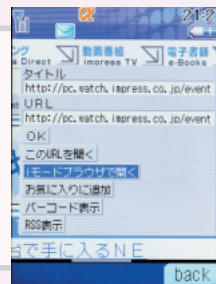
PC・PDA化した場合  
この先、携帯がPC・PDA方向へ大きく舵を切るならタッチパッドやペンなどによる操作もありうるだろう。また、ソニー・エリクソンがフルブラウザ搭載機種を出すならやはりジョグダイヤルを活用させるかも。

## 【jig ブラウザ】必要な情報は細かくメニューでも表示。レスポンスも早い

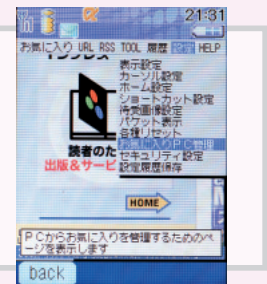
Java アプリである jig ブラウザは起動するまでが面倒だが、一度起動してしまうとレスポンスも早く操作は軽快だ。好感が持てるのは画面下部に出る読み込み情報、そして累積のパケット量とパケット料金だろう。起動後のポータルサイトからはニュース、検索、ショッピングなど各カテゴリーの代表的サイトへジャンプできる。



小さいながらも上のメニューバーでさまざまな操作が可能。RSSにも対応している



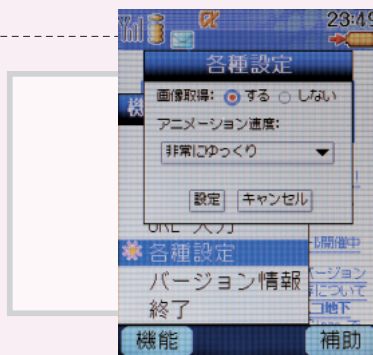
メニューからページ情報を選ぶとお気に入りへの追加だけでなくさまざまな操作が可能



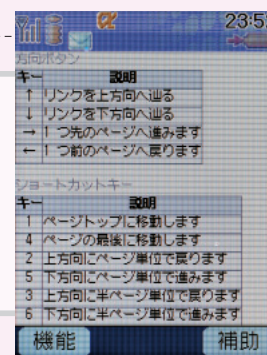
お気に入りにはPCと連携して管理することができると、細かい機能を搭載している

## 【Scope】独自の操作性に注目!

カーソルのない Scope は、公式サイトのように順に選んでいけばいいという操作性だが、実はテンキーなどを駆使するとさらに便利に使いこなすことができる。ページへ飛ぶときは「読み込み中」が表示される。ポータルサイトからは主要サイトへジャンプでき、ショートカット操作での即アクセス方法も表示される。



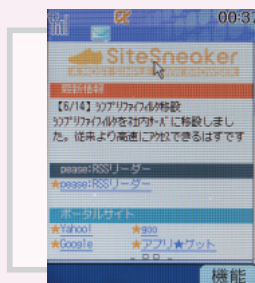
充実したポータルサイト。PC版を見たいサイトへのリンクが押さえてある



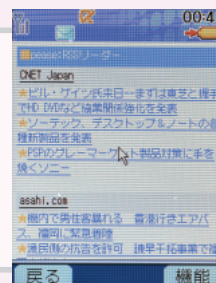
独自のコマンド操作も可能だ。ポータルからのリンク先なら、なお使いやすい

## 【サイトスニーカー 版】RSSリーダーでポータルサイトを充実できる

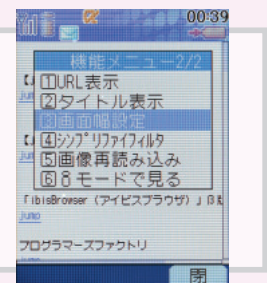
デザインがクールな印象で、ポータルサイトからは各種ページへすぐに飛べるようにリンクが充実している。カーソルを動かしてナビゲーションするため、慣れないうちは少々戸惑うかもしれない。ページ取得中はパーセンテージも表示されるが、同時に右隅に広告も。が、それも気になるほどではない。RSSリーダー機能が目立つ位置にあるのも特徴だ。



ライバルブラウザと似ているようだが、いちばんデザイン的に洗練されている印象



RSSリーダー機能を利用して自分に必要なニュースだけを表示するコーナーを作ることも



画像の幅を制限したり、iモードブラウザに切り替えることも可能だ

## 【ibisBrowser 版】新バージョン情報も表示。ポータル表示は素早い

ベータ版ということで、起動すると新バージョンがあればダウンロードを教えてくれる。アクセスは高速で、ポータルはあっという間に表示される。そこからのリンク先へも接続するや表示できるものからどんどん表示していくため、テキストだけわかればすぐに目的の情報へたどり着ける。パナーや画像などもタイトルがクリックできればOKだ。



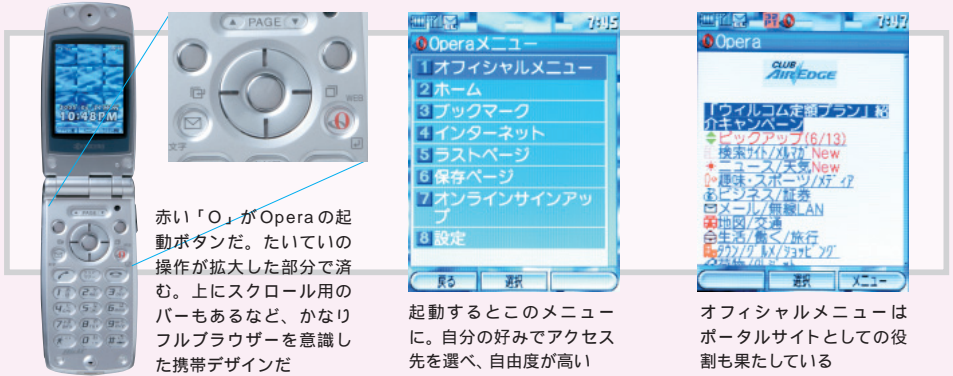
起動して新しいバージョンがアップされていれば教えてくれる。「了解」で「サブメニュー」から「バージョンアップ」でダウンロードしてインストールできる

ポータルサイトの表示はかなり素早い。リンクも充実している

ブラウザの使い方から要望を寄せる窓口まで設けられている。自分の声を反映させてもらおう

## 【Opera : Willcom AH-K3001V】専用ボタン、スクロールボタンが便利

フルブラウザ搭載携帯の中で唯一、専用のボタンを備えている機種。Operaのロゴをあしらったボタンをクリックすればメニューが開き、その中から好きなページへジャンプできる。上下スクロールボタンも用意されている。カーソルはなく、順に選ぶタイプだ。ただし、機種のレスポンスの遅さがいまとっては物足りなさを感じるのが残念。



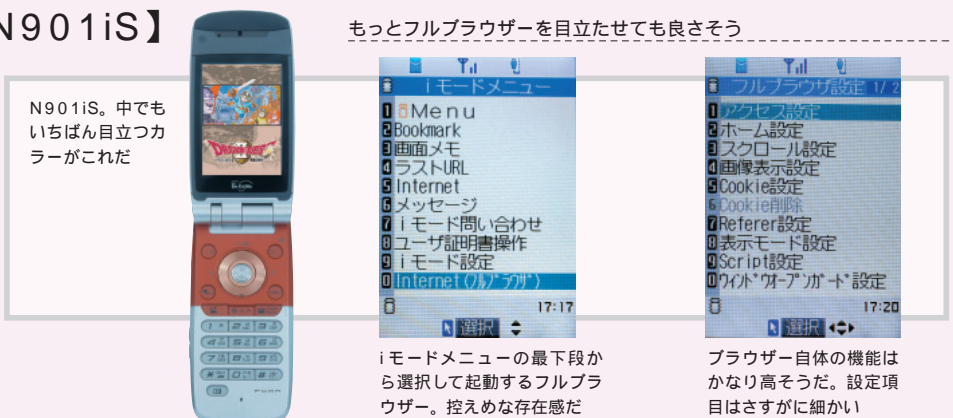
赤い「O」がOperaの起動ボタンだ。たいていの操作が拡大した部分で済む。上にスクロール用のパーもあるなど、かなりフルブラウザを意識した携帯デザインだ

起動するとこのメニューに。自分の好みでアクセス先を選べ、自由度が高い

オフィシャルメニューはポータルサイトとしての役割も果たしている

## 【NetFront : FOMA N901iS】もっとフルブラウザを目立たせても良さそう

ドコモのフルブラウザ機能はどこから使えばいいのかわからないほど控えめだ。iモードメニューの最下段にあるのだ。通常のツールメニューでもよかったのでは？ また、ホームは特に用意されていない。自分で登録すればいいわけだが、いちいちURLを打ち込むのは面倒だ。ブラウザの性能自体は高く、カーソル操作タイプ。もっと親切にできそう。



N901iS。中でもいちばん目立つブラウザがこれだ

iモードメニューの最下段から選択して起動するフルブラウザ。控えめな存在感だ

ブラウザ自体の機能はかなり高そう。設定項目はさすがに細かい

## 【Opera : au W31CA/W31T】高速WINの2機種はカスタマイズ性も高い

この2機種が搭載しているのはウィルコムより新しいOperaだ。WINという高速ケータイで利用するため速さをいやおうなく期待するが、思ったほどではない。2機種とも専用ボタンはなく、メニュー中からフルブラウザを選択して起動する。読み込み中の情報は表示される。カスタマイズ性が高いので、ユーザーの使い勝手に合わせやすい。



右がW31CA、左がW31Tだ。画面の大きさならW31CA。どちらにするかは好みで。どちらもメニューからフルブラウザを選択する

ポータルサイトはエキサイトなので検索や各カテゴリーから目的のサイトへのジャンプも便利

## PCサイト対応度比較～ テスト結果のまとめ

テスト中にしばしば感じたのは、フルブラウザで閲覧に向くサイトとそうでないサイトがあるということだ。JavaScriptやSSLなどは一般のPCブラウザでは当然のごとく対応しているが、フ

ルブラウザでは歴然とした差がある。ともあれ、今回テストしたサイトでは、下の表のような結果となった。問題は、対応・非対応をいちいち調べてからでないアクセスできないことではないだろうか。非対応であっても、何かがそこにあるという表示だけでもほしいという感想を抱いた。

非対応を知らせる印  
PCブラウザでは非対応のプラグインなどはアイコンや×マークが表示される。フルブラウザでも同様の仕掛けがあれば分かりやすい。

M1000は未来の端末  
7月1日にNTTドコモから「M1000」という一風変わったFOMA端末が登場した。NTTドコモとモトローラの共同開発によるもので、W-CDMAとGSM方式のデュアル端末として世界初の公衆無線LAN機能を搭載している。フルブラウザのOperaを搭載するが、もはやケータイというよりはPDAだ。巷では広域無線LANによる電話サービスの話題が注目されているが、次世代のケータイはM1000のような姿になるのかも？

名称	jig ブラウザ	Scope( Mars )	サイトスニカー	ibisBrowser	NetFront NTT DoCoMo N901iS	Opera WILLCOM AH-K3001V	Opera au W21CA
PCサイト閲覧		(ただし、1回目は表示が乱れたので読み込みなおした)			だが、公式サイトに飛んでしまうこともある		だが、公式サイトに飛んでしまうこともある
JavaScript	種類によって警告表示	警告が出る場合も	無反応	フレーム表示	カウンター表示	時計を表示	カウンター表示
Flash	非表示	非表示	非表示	非表示	警告画面表示	非表示	非表示
アニメGIF	一部のみ表示	無反応	一部とフレームのみ表示	一部表示	半分ほど確認	半分ほど表示	一部で停止
SSL	サイト側非アクセス理由ページを表示	ブラウザ側ができないメッセージを表示	白い画面でフリーズ	白い画面でフリーズ			ページ読み込み途中で止まりテスト不可
操作	カーソル式/ショートカットも充実	選択式/独自コマンドも持つ	カーソル式	カーソル式	カーソル式	専用起動ボタンあり	選択式

PCサイト対応度テストの結果一覧

## コスト比較

フルブラウザを利用する場合、受信するパケットデータ量を考えると、定額プランに入っていないと安心して利用することはできない。初めから携帯に搭載されているフルブラウザを目的に購入する場合は、その時点で定額プランを申し込むべきだが、困ったことにドコモの901iSはパケホーダイに対応しておらず、パケットバックで安く使うしかない。だが、逆にjigブラウザをはじめ、ダウンロードして利用する非公式フルブラウザはパケ・ホーダイで利用できる。ほとんどのフルブラウザがドコモのFOMAシリーズに対応しているが、そんな事情を考えるとフルブラウザ非搭載のモデルを買って無料のブラウザを入れるのがコスト的には一番安いのではないかという気もしてくる。

ただし、たまにしかフルブラウザは利用しないという使い方なら、パケットバックでも十分だ。

課金状況を公式メニューで時折チェックしながら利用するようにすれば、膨大な請求に驚くこともないだろう。

これがauになると、さすが定額制をいち早く押し進めたキャリアだけあって、WINシリーズでパケットデータを潤沢に使っても心配のないように課金の上限が決められている。WINシリーズでは、フルブラウザ登場以前から大容量データのコンテンツ配信に力を入れていたため、フルブラウザでの利用も安心して使えるというわけだ。

とはいうもの、au対応のフルブラウザはjigブラウザ程度しかない。あとはデフォルト搭載の機種を使うしかないのが現状だ。料金体系を考えれば、今後対応版が増えるとフルブラウザユーザー数の増加にもつながりそうだ。

さて、ボーダフォンはというと、対応しているフルブラウザはノキア製の702NKにデフォルト搭載のOperaのみと寂しい限りだ。しかも、この端末はOSにSymbianを搭載したスマートフォンと呼ばれるもので、他の端末に比べるとPCに近い自由なアプリの利用ができるのが特徴。つまり、ボーダフォンの中でもかなり異質な端末で、フルブラウザが使える点は、同社の今後の展開とは別に考えるべきだろう。

もう一つ、忘れてはいけないのが、フルブラウザ自体の利用コストだ。有料のもの、無料のもの



無料ブラウザの注目点  
ビジネスモデルがどこにあるのか、なぜ無料で配布できるのかをサイトの隅々まで読んで調べておくのも将来性を占う1つの手法だ。

のが入り混じっているが、ビジネスツールとしての側面を持つ無料のブラウザもあり、無料だからお得とはいいいがたい。開発にかけられるコスト、バグやセキュリティーホールのない設計、広告の有無なども考えたうえで選ぶべきだ。また、サイトがうまく表示できずに何度も再読み込みして

は料金もかさむ。そう考えると無料だからお勧め、とはいいいがたいのだ。

なお、ウィルコムは、「定額プラン」とそのオプションサービスである「リアルインターネットプラス[x1]」の併用で5,000円でフル定額となる。

キャリア	プラン	約 1,000 円	約 2,000 円	約 3,000 円	定額制	
NTT DoCoMo FOMA		ポケットバック 10	-	ポケットバック 30	パケ・ホーダイ	
	FOMA プラン 39				-	
	FOMA プラン 49				-	
	FOMA プラン 67	1,050 円 /		3,150 円 /	4,095 円 /	
	FOMA プラン 100	10,000 パケット	-	60,000 パケット	0.021 円	
	FOMA プラン 150				(i-mode 通信以外)	
	ビジネスプラン リミットプラス				-	
au CDMA 1X WIN	全プラン	ダブル定額ライト				
		1,050 円 / 10,000 パケット	使用した分のみ 0.084 円 / 1 パケット		4,410 円(パケット通信) 5,985 円(データ通信)	
		-	ダブル定額			
		-	2,100 円 / 40,000 パケット	使用した分のみ 0.0525 円 / 1 パケット	4,410 円(パケット通信) 5,985 円(データ通信)	
vodafone 3G	全プラン	ハッピーパケット レギュラー	パケットエコノミー	ハッピーパケット スーパー	-	
		1,260 円 / 17,142 パケット	2,100 円 / 40,000 パケット	3,097.5 円 / 73,750 パケット	-	
		デュアルパケット定額				
		1,050 円 / 20,000 パケット	使用した分のみ 0.0525 円 / 1 パケット		4,095 円	

キャリア別パケット料金一覧 資料提供: 上田健一(「携帯電話徹底比較」ウェブサイト管理人)

割引サービス名	料金	無料パケット数	パケット通信料
パケットバック 60	6,300 円	300,000 パケット	0.021 円/1 パケット
パケットバック 90	9,450 円	600,000 パケット	0.01575 円/1 パケット

ドコモのパケットバック

ドコモでは端末組み込みのフルブラウザやパソコン等のデータ通信を利用する場合、パケットバックを利用することになる。ただし、ダウンロードしてアプリケーションとして使用するフルブラウザは、「パケ・ホーダイ」が使用できるのだ。「パケットバック 10」「パケットバック 30」以外のパケットバックは上の表のようになる。

割引サービス名	料金	無料パケット数	パケット通信料
パケット割 WIN ミドル	4,200 円	160,000 パケット	0.02625 円/1 パケット
パケット割 WIN スーパー	7,875 円	500,000 パケット	0.01575 円/1 パケット

auの割引サービス

auはどの割引サービスを利用しても利用料金の上限が決められている。メールやEZwebといったパケット通信は上限金額が4,410円で、フルブラウザやパソコン等とのデータ通信は上限金額が5,985円になる。ただし「パケット割 WIN スーパー」は、利用料金が7,875円であるためパケット通信とデータ通信の上限金額は7,875円と高めた。

## ウェブサイト「携帯電話徹底比較」管理人が語る フルブラウザのコスト考

上田 健一 <http://keitai.impact-blue.net/>

パケット定額制やフルブラウザの登場によって、携帯電話がPCに近づきつつある。4千円前後のADSLや1万円を切ったFTTHサービスは多くのユーザーに使われている。携帯電話の定額制も、それらと同じくらい爆発的に普及するのだろうか？

私は、現状の料金体系では、フルブラウザが標準で提供されたり、他のサービスが提供されたとしてもあまり増えないのではないかと考える。それは、携帯電話を使用しているユーザーが若年層にどんどん拡大しているためだ。いまは高校生、中学生、さらには小学生まで携帯電話を持つ時代になってしまった。働いていない学生までが携帯電話を利用するため、家計の支出を圧迫する要因の1つにもなるケースもある。また、インターネットのブロードバンドは家族みんなで共有できるが、携帯電話ではそももいかな点も不利だ。

また、キャリアの料金プラン設定にも問題があるように思う。ドコモの「FOMAプラン39/49」で定額制が使えないのはどういう意味なのだろうか。「FOMAプラン67」以上で定額制を使用できるが、そうすると最低でも1万円強の利用金額が発生する。ヘビーユーザーにはありがたいが、一般ユーザーに受け入れがたい金額だ。しかし、auのパケット通信を行う場合の4,410円、データ通信を行う場合の5,985円は、利

用者にとって決して安い金額とはいえないが、利になったサービスではある。「着うたフル」をダウンロードすれば、平均2千円から3千円かかるため、フルブラウザユーザーでなくとも4,410円は決して高くはないだろう。通信をメインに行うユーザーにとっても、全プランで定額制が利用できることはありがたい。そういったサービスと料金のバランスを考えるとボーダフォンもドコモと同じである。

私は「携帯電話徹底比較」という携帯電話の利用料金を中心にまとめた情報サイトを運営している。いつも感じるのは携帯電話の料金プランは難しすぎるということだ。先に述べたドコモの定額制のように、このプランではこのサービスが使用できるが、このプランではこのサービスが使用できないといった制約があることや、割引サービスがたくさんあることによってどのサービスを選択すれば最適なのかが非常にわかりづらい。興味を持って調べサイトまで作っている私でも難しいと感じるほどだから、一般のユーザーにはもっとわからないだろう。まして、そんな状況ではフルブラウザも安心して使うことができない。

携帯電話各社には、ユーザーが利用しやすい料金体系を考えてもらうことだけでなく、ユーザーがわかりやすいシンプルなサービスを考えて欲しいものである。

### 「携帯電話徹底比較」

パンフレットを見ても分かりにくい携帯電話の料金プランや割引サービスを分かりやすくまとめなおして徹底比較しているサイト。そもそも、料金の表示方法や単位がキャリア別によって異なっているのが分かりにくさの元凶だ。シミュレーションや料金節約術なども掲載しているので便利。

## 徹底検証を終えて

フルブラウザのテストには予想以上の時間がかかった。これは、表示待ちの時間がかかったせいもあるが、1つの携帯にいくつもインストールしたフルブラウザ同士で、テストサイトのURL(ブックマーク)が共有できなかったためでもある。一般的なPCブラウザではたとえばIEのお気に入りを自動的にインポートできる機能は標準搭載だ。可能な限りPCのブラウザに近づいてほしい点の1つだ。

また、テストをしながら28.8kbpsのモデムでネットにアクセスしていた牧歌的な時代をふと思いついてしまった。その頃のホームページはFlashでもあればいちいちプレイヤーソフトをダウンロードしなければならず、ごくシンプルな手作りサイトででもなければ画像がまともに読み込めないことすら当たり前だった。読み込み速度とい

い、完全表示可能なサイトといい、テストするうちに思い出したのはそんなインターネット黎明期のことだった。

フルブラウザは、その頃のウェブブラウザと状況が似ているといってもいいだろう。PCの性能とネットインフラの高速化、そして新しい技術がネットの可能性を切り開いたように、フルブラウザはブラウザ単体だけでなく、携帯電話の性能とインフラの向上と足並みを揃える必要がある。小さなサイズのプログラムでも、処理するデータは膨大だ。そのためには携帯端末自体の性能アップや扱えるデータの容量拡大を望むしかない。

まだ始まったばかりのフルブラウザだが、明日、劇的に何かが変わる可能性も秘めている。まずは、FlashやCGI、JavaやGIFアニメなど、グラフィカルで高度な仕掛けを実装した現在のPCサイトをまともに見られることは当然、そこまで高めてもらいたい。

# 業界リーダー(大)座談会 フルブラウザ×定額制登場で 鎖国日本のケータイ事情に物申す!

フルブラウザは携帯ビジネスをどう変えるのか。PCインターネットとの融合は進むのか。ブラウザ開発企業と携帯メディア事業を手がける業界リーダーが一堂に会し、フルブラウザと定額制後のビジネスモデルを語り合った。



**清水 憲志**  
携帯コンテンツプロバイダーの老舗である株式会社メディアシー取締役、サービス開発事業部長。携帯電話に搭載される二次元コードリーダーの開発元としても著名。



**川邊 健太郎**  
ヤフー株式会社サービス統括部企画室プロデューサー。大学在学中にベンチャー企業・電腦隊を設立し、携帯インターネット開発ツールを販売。2000年にヤフーと合併、ユビキタス部門の責任者に。



**富田 義博**  
エキサイト株式会社モバイルビジネス部長。KDDIと提携して携帯電話との連携機能を持つPC向けポータルサイト Duo-gate(デュオゲート)を4月に開設。



**宗 健**  
株式会社リクルート事業開発室モバイル推進室 R25 式モバイル編集長。98年から「デジタルビーイング」「フォレント」などのサイト運営を手がける。7月7日「R25 式モバイル」スタート。



**小川 淳**  
インターネットビジネスを手がける株式会社ネットエイジのKLASS 事業部事業部長。勝手サイトのトラフィックを使ったマーケティングのサポートを行っている。



**岸 周平**  
フルブラウザ開発会社、株式会社 jig.jp 取締役。2004年10月に jig ブラウザを公開し、有料で提供。ダウンロード数17万人の人気フルブラウザとなる。



**森山 和美**  
テーブルの自動折り返しが可能な無料フルブラウザ Scope を開発する株式会社プログラマーズファクトリ専務取締役。エキサイトと提携してサイトを開設予定。



**富田 龍起**  
au 端末に入っているフルブラウザの開発会社、Opera Software ASA のアジア太平洋ビジネス開発責任者。ノルウェー本社勤務後、日本オフィス立ち上げのため半年前に帰国。



**高木 利弘**  
株式会社クリエイション代表取締役。『ケータイコンテンツビジネス調査報告書 2005 (インプレス)』執筆者。PC・携帯にかかわらずコンテンツビジネスの動向を取材。



**湯野 康隆**  
IT/コンシューマエレクトロニクスの専門情報サイト「impress Watch」の携帯専門チャンネル『ケータイ Watch』デスク。モバイルの新製品、新サービス、業界動向のニュースを日々伝える。



**司会: 岸原 孝昌**  
コンテンツプロバイダー、キャリア、メーカーで構成される団体モバイル・コンテンツ・フォーラム事務局長。業界活性化のための環境整備に取り組む。

写真撮影: 渡 徳博  
編集協力: 石井希世子 / (株)現代フォーラム

## 携帯のビジネスにとって フルブラウザは是か非か？

**司会**：今回のテーマは「フルブラウザ」ですが、肯定的か否定的かについてコメントをいただければと思います。

**川邊**：私は日本の携帯インターネットの発展をずっと見てきたので基本的にすべてに対して冷めた目で見えています。フルブラウザだけはちょっと面白いかなと思っています。日本の携帯の発展はきわめてプロダクトアウトというか、キャリア主導で進められてきているので、流行るものは流行るし、流行らないものは全然流行らない。その中でフルブラウザというのは珍しくマーケットインというか、お客さんの要望の中から出てきているので注目に値するかなと思っています。

フルブラウザがヤフーにとっていいかどうかという問いに対しては明確にプラスです。PCのインターネットユーザーの中で85パーセントぐらいのお客さんがヤフーを使っていて、それが携帯で見られると非常にいいかなと。自分でもN901iSを買っているのを見ています。

**司会**：ヤフーは課金の比重も大きくなってきていると思うのですが、コンテンツの有料課金についてはどのように考えていますか。

**川邊**：まず基本的にヤフー全体として事業を大きくしていくためにはいろんな収益源を持たなければならない。広告だけだとその広告だけのパイでしかないの、ユーザーへの直接課金というのも当然やっていきます。Yahoo!モバイルは、ドコモの公式サイトに入れてもらえなかったし、もともとはYahoo!ウォレット(ヤフーの有料メニューを購入できるサービス)もそんなに大きくなかったの、たまたま広告の売り上げ比率が高いですけれ

ど。いま一所懸命Yahoo!ウォレットのモバイル対応を進めているので、当然フルブラウザになってもそういう収益の多様化をやっていると思っています。

**司会**：キャリアさんが課金をやってくれるとあってきたらどうしたんですか。

**川邊**：Yahoo!ウォレットの決済手段の1つとして、キャリアの回収代行が使えるならば喜んで使いたいと思っています。

**司会**：それでもモデルは変わらない？

**川邊**：変わらないですね。あとはソフトバンクが携帯電話事業を始めたときにどうなるかですよ。

**司会**：ヤフーの場合、オークションが携帯とPCで連動して使えますね。それはPCとモバイルが連携したサービスの1つの成功例だと思うのですが。

**川邊**：それは非常に信念を持って行いましたし、サービスはユビキタスであるべきだと思っていましたから。また先ほど言ったように、キャリアが公式サイトに入れてくれなかったの、苦しまぎれにPCとの融合と言っていたんですけど、どちらかという本質的なところでユビキタスが正しい形になってきているのかなと思います。落札者数の約1割がケータイから入札を行っており、出品はケータイからの出品が十数万件になっています。こういうときは携帯で、こういうときはPCでというように、お客さんはシーンに応じてメディアを使い分けているということですね。

## ナンバーポータビリティが CPに及ぼす影響

**司会**：どの携帯サイトを使っているかを聞くと、楽天やヤフーが上位にくるんで

すね。携帯サイトはあまりにもメニューに依存してきたので、自分たちのブランディングはやってきていない。そういった面で言うと来年のナンバーポータビリティはヤフーとしては戦略的になると思うんですが。

**川邊**：そうですね。私はコンテンツポータビリティという言い方をしていますが、番号は変わらないけれど、メールアドレスとコンテンツの契約は変わってしまうので、ヤフーIDを使ってくればそこも変わらないよという前提で、いろんなサービスを作っています。

**司会**：フルブラウザの浸透の前に、ナンバーポータビリティは大手コンテンツプロバイダー(以下CPと記す)にとって影響が大きいのではないかと思います。今回は公式サイトCPさんがいないので、メディアシークさん代表で語っていただけますか。

**清水**：先ほど話題になったように、日本の携帯市場は携帯電話のオペレーターがほぼ完全に主導していて、これがあがゆえに世界的に見ても先に成長したと言えなくはないと思います。私はこれを21世紀型の護送船団方式と呼んでいるんですけれど。

今回の定額制もさることながら、ネットワークが速くなってPCのブロードバンドに近い状態に近々なるわけですが、そうなる一番切なくなるのはCPの価値ですね。従来のCPは編集能力が高くない二次加工業者の域を超えていないんです。ディズニーがあったとして配信時に何をするかというと、HTMLのサイトを作って少し編集して、もらった写真をJPGなどに変えて出すというようなものですね。ですからブロードバンド環境になり、常時接続になるとすると、ディズニーがその映像をばいっとどこかのサーバーにエンコードして置くと、以上終わりとい



うことになる。従来のCPは不要になる可能性が非常に高いんです。要は付加価値をたくさん持っていないと、従来のようにサーバー運営よろしくぐらいで。ですからお金を持っている会社はコンテンツホルダーになろうとして、ポータルあるいは他のメディアを買ったり、編集プロダクションなどを買おうとする。うちは私を含めて頭の固い人間が多くてソフトウェアに走ったという経緯があります。

### いかにオペレーターに頼らないビジネスモデルを作るか

**清水:** フルブラウザに関しては、実は私どもの会社でも作るかと少しだけ研究したことがあるんですが、それはやめました。なかなかビジネスモデルを作るのが難しいと思ったのと、前述のようにオペレーターサイドの技術に極めて大きく左右されますから。フルブラウザになれば、ある種オペレーターの意思を介在せずに情報を配信できる窓口が1つできますので、そういう意味では有望なインフラだと思うんですが、一携帯配信事業者としては、PCというメディアと、携帯電話というメディアでは、利用シーンが違うんじゃないかと思っています。あとは、やはり携帯電話の画面の物理的な制約の中で、PCと違うユーザビリティを提

供ししなければならない。それを技術の形で解決するのか、CPサイドが加工するのかは、両方あると思いますが。

**司会:** モバイル用にカスタマイズできて、端末情報が全部わかっていて、一般の情報発信者はとてもじゃないけどやりたくない部分というのが、モバイルCPの競争優位の一つだったわけですが、それはフルブラウザでなくなってしまいますよね。逆にキャリアとの個人的付き合いが深いというのが一番の...

**清水:** 特定の事業者が7割くらいの仕事をしているということで、日本のITは公共事業と一緒にしやすいですけどね。ナンバーポータビリティでは、私はキャリアもそれなりに対策を打ってくると思います。たとえば海外と同じように契約期間を24か月に縛るなどというようなこともなくはないかなという気がします。つい先般は、日本でボーダフォンがMVNOに回線を提供するという話も出てきました。

あと皆さんご存じないと思いますが、PENCKというぴかぴかの携帯はうちがプロデュースを協力したんです。理由はバーコードボタンを作りたかったからなんです。断られました。携帯電話にiボタンがありますが、あそこに自分たちのボタンを持つてくるのは狙っていきたい

ところ。いずれにせよ、われわれとしてはいかにオペレーターに頼らないビジネスモデルを、携帯電話だけでなく、ほかのメディアや事業者と協力したうえで作っていくかというのが1つの方向性だと個人的には考えています。

### フルブラウザが定額制になると課金モデルはどうなる?

**司会:** フルブラウザが定額制になると課金モデルはどうなりますかね。無料モデル(広告モデル)が入ってくるとコンテンツは大きな影響を受けるはず。

**清水:** アサヒコムなどはフルブラウザで無料のPC版が見られれば有料の携帯版を読む人は少なくなるでしょうね。だからそれは有料で配信するべき情報なのか、内容や質が問われる状況になるということだと思います。単に利便性に対してお金を払ってきたのかもしれない。もちろんリアルタイムという優位性はあるんですが、それ以外のコンテンツそのものの価値ですね。たとえば松井がホームラン打ったという情報だけか、もう少し付加価値の付いた情報なのか。付加価値のあるコンテンツなら課金できさうし課金すべきだし、私たちはするつもりです。コンテンツの性質によるのかメ



ディアの性質によるのかは考えなければなりません、モデルとしては両方の可能性を考えます。

**森山**：弊社で1月にScopeを発売してもうすぐ半年になります。Scopeは、PCでは無料なのになぜ携帯のコンテンツはお金を払わなければならないのか、というPCユーザーの観点から吟味を始めました。これまでは情報が無料で、しかも選択できるという環境が携帯ユーザーにはなかったため、それを提供することができれば画期的なんじゃないかと思ったのがきっかけの1つです。ただし、現状ではまだPDCユーザーも大多数いますので、通信速度やパケット代のことを考えると、課金コンテンツを選択するユーザーの方々も多いかと思えます。Scopeはあくまでユーザーの皆さんが利用シーンに応じて使用する手段の選択肢の1つとして活用していただければと考えています。

**宗**：コンテンツはタダなのか有料なのかですが、紙媒体の流通でも、お金はとっているけど新聞のコンテンツはタダだったと思うんですね。もともと広告で儲けていますから。読者は何を払っているかというと、流通経費を払っていたと思うんです。同じようにエンドユーザーは、

いまはPCもパケット代なりADSLなり流通経費を払っているわけで。本当にコンテンツに払っていたものと、コンテンツに払っているように見えるけれど実は払っていないものの両方があるわけです。われわれは、たまたまクライアントサイドからの広告費の事業が中心になりましたけれども。

### 携帯とPCの垣根を払って 歩み寄る可能性

**高木**：携帯CPはユーザーとのやりとりで優れたものをもったところがありますね。逆にPCサイトのほうはコンテンツがなかなか儲からないので、そのへんが弱い。それぞれ長所短所があると思います。デザインは当然変わるでしょうね。両方を意識した形、両方をうまくマージする形でないと。逆にPCしかやっていないところは困ってくるでしょう。

**湯野**：情報コンテンツをやっている身としてはそれがタダでは困るんですが、では広告なのか課金なのかですね。いま携帯のコンテンツで儲かっているのはほとんどが着メロであったり待ち受けであったり、ダウンロードコンテンツにお金を払う人が増えていますが、ニュースなどの情報コンテンツにお金を払う人はな

かなかいません。片やPCのほうは広告が入るのでなんとかやっているとこがあるんですが、携帯の場合、広告をとろうとすると、D2Cなりmedibaなり代理店が出てきて縛りをかけられ、何もできなくなってしまう。公式メニュー内に入る限り、広告で儲けられないというジレンマもあるんです。

それがこういった形でフルブラウザが出てくると、今まで携帯でやってきたものが儲からなくなるというのは確かにあるのですが、PCサイトに来てくれればそこで儲ける余地が出てきます。あともう1つ、PCのサイトを見るときにゲートウェイサーバーを通していけば、携帯キャリアがコンテンツ課金をして回収を代行する可能性がある。そういうところで垣根をとることによって歩み寄る部分が出てくる、そこに期待したいなと思います。

**司会**：それぞれによさはありますよね。携帯では、PCでは実現できないコンテンツビジネスが2,600億円ぐらいのマーケットを作っている。デジタルコンテンツの配信が進んでいるのは携帯電話で本当にお金が入るから。

**エキサイト 富田**：携帯のコンテンツはいい機能をいっぱい持っていると思うんですよ。着うた、3Dゲーム、デコメールも

最近非常に好評のようです。Flashなどで広告の表現も一気に上げることができますし。そうしたものがブラウザでどれだけ対応していけるかは本当にキャリア、メーカー次第かなと思っています。今から始めているいろいろ模索して、ビジネスチャンスだけは逃さないようにしたいですね。

**湯野**：携帯のコンテンツ市場がこれだけ広がったのは課金システムを整備したということがあって、PCのほうはお金はどこで入るかというところと広告しかないんですね。その2つのバランスはすごく大事になるんじゃないかと思えますね。

### 携帯のビジネスモデルはここ1年が勝負とき？

**小川**：われわれは、携帯のトラフィックとPCのトラフィックの違いはある程度あるだろうと思っています。また、いわゆる公式サイトと勝手サイトでは、トラフィックの違いや使い勝手の差がある。そこを使い分けることに着目して、おもに勝手サイトのトラフィックを使ったマーケティングの手伝いをしています。いわゆる着メロサイトと公式CPの収益モデルは、iメニューからの自然流入数と一定の割合の退会率、あとは一定の割合の着メロの製造原価とJASRACの費用みたいな形で

似ているんじゃないかなと思いきや、マーケティングや収益構造に関するリテラシーだとか予算の使い方については、非常にバラツキがあるんだなという感想をもっています。

**司会**：ビジネスモデルを立ち上げるときに、携帯電話は端末とネットワークの速度とコンテンツとを非常に微妙なバランスで最適化していかないとはいけません。そこはキャリアのモデルで今までよかったんですね。それがフルブラウザでいろんな形ができるようになってきたので、もうそろそろ横に広げていっても面白い時期かなと思います。

**湯野**：そうですね。現状ではフルブラウザはスペック的に厳しい面は確かにありますが、来年になるとHSDPAや1xEV-DO Rev.Aが入ったりと実際にネットワークも速くなるし、OSなどのプラットフォームもオープンになってもう少し深い関係になるでしょう。ナンバーポータビリティも入ってくるし、来年に向けてこの1年が勝負時じゃないかと思えます。

### 携帯のポータルサービスは新たに生まれるか？

**司会**：携帯のポータルはどうなるかとい

うテーマに移りたいのですが、これは皆さん「それはうちだよ」とおっしゃるのではないのでしょうか。R25さん、いかがですか。

**宗**：いえ、そんなことはありません。これはまじめに議論してしまして、全員が使うポータルというのは携帯にはないだろうと。たとえば3000万人が使う携帯ポータルはというと、キャリアのネットワークとコンテンツがくっついている間はiメニューがありますが、かつてパソコン通信からインターネットに移行したように、今後ネットワークとコンテンツが分離した中では、いわゆるポータルというものはないんじゃないかと僕は思います。

**司会**：PCは一人勝ちの世界になってきていますが、携帯の場合はそうはならないと。それはなぜですか。

**宗**：フルブラウザがあろうがなかろうが、携帯の場合はこの画面サイズから逃げられない物理的制約がありますよね。それを考えると違う使われ方をするんじゃないかなと思っています。リクルートはもともと紙の情報誌の会社でして、インターネットが出てきたときに紙がなくなるんじゃないかという議論をしていたんです。しかし結局、そうはなりませんでしたよね。メディアは多様化はするけれど



収束はしないというのが経験則的に1つあります。

**川邊**：デバイスごとにPCはヤフー、モバイルはこれってあまり意味がないですね。デバイスが2つならそういう議論も可能ですが、テレビなどインターネットにアクセスできるデバイスが増えてきたら、意味がないでしょう。それよりヤフーというサービスを日常の中で使いたいと思っているお客さんが、ちゃんとどのシチュエーションからでも便利にヤフーを使いやすくすることが、われわれがやるべきことだと思っているんですけどね。

**司会**：携帯の検索というのは、いま提供されている携帯向けサイト、たとえば着メロなら着メロサイトを利用する場合に限られていたんですが、フルブラウザになってくるとサイトの数が一気に増えるわけですよね。すると携帯のポータル自体も提供の仕方が変わってくるのではないですか。いまヤフーモバイルなどはある程度モバイル向け、モバイルユーザーがコンテンツをダウンロードしたりとか、目的がある程度限定されていると思うんですけど。PCと同じサイトになると、先ほど言われたように、マーケットインじゃないですが、それをどういうふうに使うかというのはユーザーが判断するように、だんだんくなっていくんじゃないかと思います。

### フルブラウザ対応ページを用意すべきか？

**川邊**：皆さんどう考えているのかお聞きしたいのですが、フルブラウザというのはPCのサイトを見たくて使っているのでしょうか。実は、ヤフーオークションを一所懸命Operaとかで見ている人は、PC版のヤフーを単に出先から見たいだけだから、変にフルブラウザ版という中途半端なものを作るとお客さんに怒ら

れるんじゃないかという議論があるんですよ。それによって広告のビジネスモデルも変わってきてしまうので、お客さんはどっちを望んでいるのか、作っている方々はどう考えているのか、それをぜひ知りたいですね。

**岸**：現状としては、PCサイトを携帯から見ているということが優越感なんじゃないですかね。PCでできることが携帯でもできるということで先進ユーザーが飛びついているという気がします。

**司会**：でも、そのときは目的があるんですよ、何かを確認したいという。PCで提供されているレベルと同じような情報がないと成立しないものなのか。それともそこまで行く必要はないんですか。要するに携帯から見るシチュエーションからすると、フルブラウザ対応ホームページを用意したほうがいいのか。

**清水**：僕は用意したほうがいいと思いますけどね。利用シーンや画面が違いますから。

技術的にはPCのブラウザでもコンパクトHTMLは読めるじゃないですか。その点でもしかしたら、有料の記事か、無料の情報か、オペレーター側の判断はかなり大きくなってしまいかもしれない。あと、ファイル形式が何なのか。そもそもPCと携帯ではプラットフォームの違いというのがあって、携帯でしか動かないようなファイルで作られているデザインもいくつかありますが。

**川邊**：それが本当に必要なんですかということが聞きたいんですけど。ヤフーなりエキサイトなりが、2、3個フルブラウザサービスに対応して、ユーザーエージェントを見てそっちに出してあげても結局対応しているサービスが2つ、3つしか出なくなってしまうんですよ。

**高木**：今のPCサイトはみんな自由に勝手に作っているじゃないですか。携帯のほうはかなり制約があるので、その制約の中でなんとかよく見せようとしている。携帯でも見せたいと思ったら携帯でも見られるようにデザインを変えていくというモチベーションがPCサイトにも出てきてもいいのではないかと思います。

**エキサイト 富田**：こんなことを会社で言うと怒られるんですが、Yahoo!メールは携帯でも非常に見やすいんですね。わざわざフルブラウザを立ち上げなくても十分に見られる。デザイン性はあまり関係ないかなと思います。

### 完璧な検索エンジンを作った所が携帯ポータルを制する

**エキサイト 富田**：フルブラウザは検索で使われることがうちではメインだと思うのですが。携帯の検索エンジンというのは本当にひどいもので、何を入れてもヒットしない。渋谷にいて今からダーツしたいなと思って「渋谷 ダーツ」と入れて検索しても何もヒットしない。

**岸**：そもそもいま、携帯のサイトがとにかく少ないんです。

**エキサイト 富田**：多くの企業はPCサイトしか作らないですよ。フルブラウザでPCサイトの検索ができるというのは非常に大きいことかなと思っています。「ポータルはどうなるか」という質問に対する答えですが、携帯の完璧な検索エンジンを作った所がポータルを制すると思います。まだ残っているマーケットはここではないかと思います。あと、公式サイトがロボットで検索できないというのが大きな問題ですよ。

**岸**：パケット代を気にしてこれまでサイトを見に行かなかったユーザーは定額制



で変わってきていますね。ユーザーがjigブラウザでPCサイトを見に行くことは別に、携帯サイトの閲覧数は上がると思います。パケット定額制の恩恵はフルブラウザだけではなくということが重要ですね。

**森山:** Scopeのユーザーというのは、現時点では20~30代男性の、とくにヘビーユーザーがほとんどです。そうした面もあって、やはり皆さん日常的にPCを使っているユーザーがあくまで補完として利用しているケースが多いと思います。実際に弊社も簡易のポータルサイトを提供していますが、現状はヤフーやエキサイトといった検索サイトへのリンクページは利用頻度が一番高くなっています。

**高木:** 携帯のポータルの検索性は悪いですね。変わってほしい最たるところです。またiモードボタンを使うのとiアプリのjigブラウザを使うのでは頭を切り替えなければならないですね。PCサイトを見に行くときはjigを使う、iモードサイトを見る時は専用ブラウザを使う。その行き来ができない。この辺、キャリアが提供するフルブラウザならできるので、やはりキャリアは有利ですね。

### PCと携帯を1つのウェブで使うという世界的な流れ

**Opera 富田:** Operaの仕様は、PC向けに作られているものも携帯向けに作られているものも全く同じエンジンを使っています。JavaScriptも基本的に全く同じブラウザなんですね。ですから技術的には可能なのになぜコンテンツはここしか見えないのかという苛立ちは私にはないんですけど。

私はラップトップは重いのであまり持ち歩かないんですが、電車に乗っているときでも常に使っているサービスにアクセスしたいですね。見たいサイトを常に

見たいというニーズは必ず存在しています。その1つのウェブをキープしていこうという流れが今後ますます広がっていくと思います。日本ではiモードから始まったモバイル向けコンテンツビジネスが先行して成長しましたが、世界的な流れとしてはやはり1つのウェブツールの方向に行くとは思っています。

**司会:** そういえばR25はPCのサイトってありましたっけ？

**宗:** 一応は、しょぼいのがあります(笑)。僕は昔からブラウザが何かは意識していなくて、意識しているのは画面サイズだけなんです。800×600が1200に広がったときに画面はどうしようかと、今で言えば幅をいくつにすればいいんだという話ですが。その画面の大きさを規定しているだけで、それをフルブラウザで見るのか、普通のブラウザで見るのか、PCの画面で見るのか、どうぞ読者さん決めてくださいという立場です。

**司会:** 編集の場合の画面の大きさって、提供できるコンテンツの数なんですかね、それとも質なんですかね。

**宗:** 質よりも数ですね。要は入れられる量に制限がありますから。コンテンツの中味というよりは見せ方のほうが重要だと思っていて、どうすれば気持ちがいいと読者の人たちに思ってもらえるかというところがポイントだろうと思っています。僕らはだからフルブラウザ専用のサイトを作るという意識はほとんどなくて、このサイズで作っているのだからフルブラウザのサイトでも携帯のサイトでも見てくださいと。極端な言い方をするとウェブで見てもらってもいいんです。いろんな問題があるので制限をかけていますが。

**湯野:** エンドユーザーがこだわるのは、

読みやすいかどうかということだと思っただけです。提供する側としては当然見やすくしたいのですが、どの段階でやるかということですね。記事を制作する段階で見やすくしたいのか、配信するサーバー側で何かしなくてはならないのか、あるいはブラウザ側で何かしてあげるのか。今はフルブラウザということで、ブラウザがクライアント側で吸収してしまいたいという話ですね。はたして「それでだけでいいのか」と言われると、そんなことはなくて。絵文字やギャル文字も含めて携帯の中に確かにある文化、そういうものと折り合いをつけながら、やっていかなければいけないんじゃないかと思いますね。

### 一番の問題は広告 クライアントの理解が得られるか

**司会:** 今までの話をうかがっていると、フルブラウザはやはり広告が問題になりそうですね。

**川邊:** 広告は一番の問題ですよ。フルブラウザの広告で「これはPCの広告です」「PCの広告で販売しているページビューでフルブラウザもカウントします」と言って、クライアントが納得してくれるかどうか。納得せず、これは適用除外してくださいと言われてしまえば、フルブラウザの、こちら側サイトの未来が変わってしまう。なので皆さん、「これはPCの広告です」とちゃんとやってほしいですね。

**エキサイト 富田:** われわれはビジネスで広告収入を得るためにポータルサイトをやっているのだから、その辺を対応していただかないといけないう、厳しいですよ。いまは非常に悩ましい時期かなと思っています。結局インフラが今ひとつ追いついていなくて、フルブラウザでエキサイトのトップページを見ることが

できないのと、容量的な問題ですね。サクサク感がなくなってしまいます。デュオゲートでもそうですし、Scopeさんとやらさせていただくエキサイトのものも、フルブラウザ端末用にシンクをかけています。

それはインフラの事情というものもありますし、KDDIがフルブラウザの無料アプリの対応をどうするかいまだに結論が出ていない状況です。やはり皆さんから仕様を開示いただいて、PCのときはトップページにFlashの広告が出ているけれど、携帯のときはテキストの広告が出るということをやらせていただかないと、本格的にはできないかなと。RSSリーダーのように仕様をオープンにしていけないものかなと思っています。

**森山:** これはもうキャリア主導でなんとかしていただければと思っています。アプリケーションはサイズも限られていますからできることも限られるのですけれど、その中でJavaScriptとかFlashに対するユーザーからの要望は依然強いので、そのあたりが対応できればかなりの状況ができるわけです。

弊社としてはScopeのリリース当初からフルブラウザという表現は一度もしていませんし、あくまでインターネットブラウザという立場であります。IEやSafariやFirefoxはフルブラウザと言わないにもかかわらず、なぜ携帯になるとフルブラウザと分けて話をしなければならないのが非常に不思議なところですよ。

**司会:** それはビジネスモデルが激変するからですよ。

**湯野:** あと1つ言えるのが、記事の場合はそのIE内でOperaでもFirefoxでも作ればだいたい同じようにできるんです。携帯フルブラウザは改変する可能性がある。テーブルとかフレームを縦に組み替えたりとか。それは制作者側の意図で



することではないですよ。それは1つ携帯の場合は大きな問題です。逆に言うと、広告ブロックサービスなどを始められたらわれわれとしては商売上がったりなので、それは非常に重大な問題だと思っています。

**Opera 富田:** 多分、そのへんはツールが今後整っていくと思います。仕様を公開してくれないと広告が出たり出なかったりして困るという話ですが、結局はとりあえずOperaで見たときにフルスクリーンで見ると、あるいは携帯向けにフォーマットされた画面を見ると、どこでどのコンテンツがなくなってどのコンテンツが残るのがわかるんですよ。仕様は全部公開できないのですが、これから整ってくるとやりやすくなると思います。

### ユニバーサルデザインの提供で 広告も劇的に変わる可能性

**司会:** 今後、PCモバイルを含めたユニバーサルデザインが想定されるのでしょうか。

**Opera 富田:** われわれは、もともとどちらかというとデスクトップ版のブラウザを開発していた会社です。アクセスするデバイスであるとか場所とか地域といったものに全くかわらず、アクセシビ



リティというものが確保されるべきだという信念のもとにやってきました。その信念のもと、モバイル向けのウェブというものと、コンピュータ向けのウェブというものがなるべく1つになるように。そしてブラウザ側、あるいはデバイスを作るメーカー側でユーザビリティを確保し、同じコンテンツにアクセスできるようにしていこうというのが狙いです。

W3Cのモバイルウェブのワーキンググループが、おそらく来年春くらいにドラフトを出すと思います。たとえばCSSを使ってメディアタイプごとに見せ方を変えていくのがシンプルなやり方の1つです。今後はコンテンツを作る側も携帯電話での利用を意識して作っていこう、それに業界全体として取り組んでいこうということになると思います。われわれとしても積極的にそのワーキンググループの中で活動していこうと思っています。

**司会:** いままでは携帯の公式コンテンツもどちらかというとサーバー側で端末ごとに処理していたので、非常に投資コストがかかっていたんですね。それがフルブラウザがOKですよということになり、ある程度ユニバーサルデザイン的なものが提供されると、発信する側のコストが下がってくる。すると先ほどおっしゃった広告の数も、そのクリック数も、劇的に変わってくる可能性がありますね。



## [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](mailto:im-info@impress.co.jp)