

# FMCA活動状況紹介

平成17年9月21日

NTTコミュニケーションズ株式会社

## FMCA設立の目的:

- グローバルなFMCサービスと市場におけるメンバーのリーダーシップの促進
- 技術の情報共有による通信オペレータの融合サービスの提供を加速
- 標準化団体や端末ベンダへ密接に働きかけることにより、矛盾のないFMCサービスの要求条件を決定
- FMCA Product Requirement Definitions for the Convergence Technologiesの段階的改正

## 結成時期:

平成16年7月

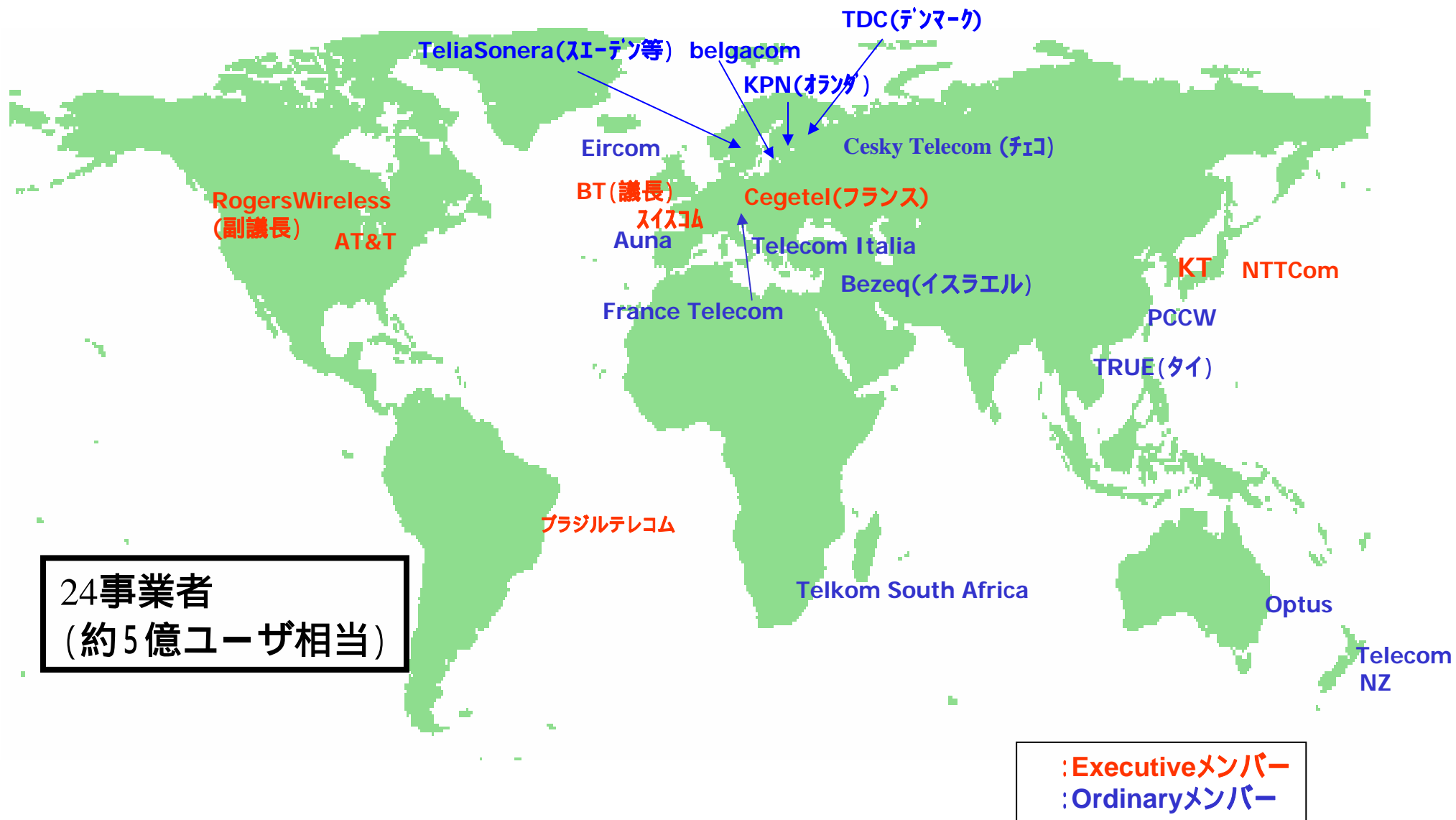
## 設立メンバ:

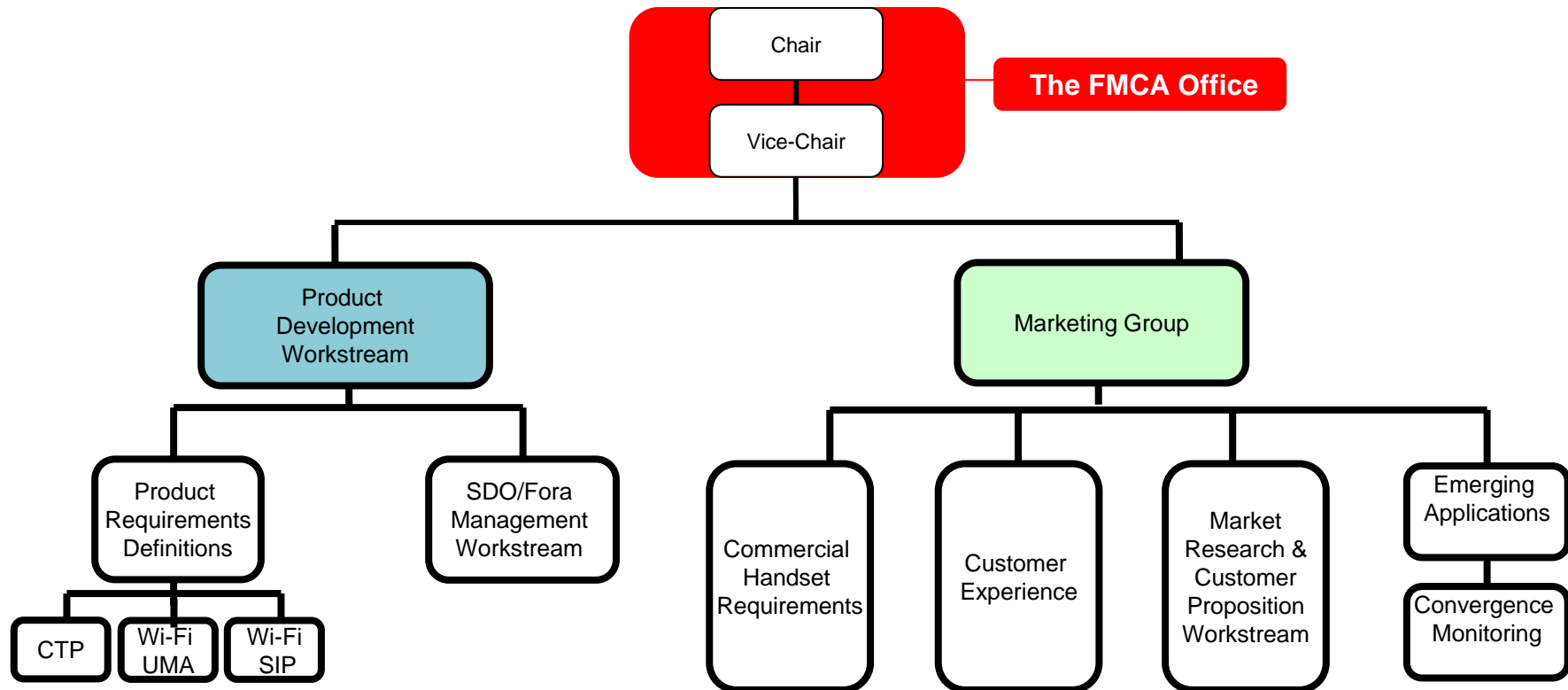
BT, KT, ブラジル・テレコム, スイスコム, RogersWireless, NTT Communications

## 公式HP:

<http://www.thefmca.com>

# FMCA 参加メンバー





## Sub-Workstream

## 活動概要

### PRD Workstream

- FMCAにおけるサービス要求、技術的な課題を明確化
- プロダクトの要求仕様書を策定
  - ✓ 3つのProduct Requirement Document(平成17年8月31日)
    - Bluetooth CTP
    - Wi-Fi UMA
    - Wi-Fi SIP

### SDO/Fora Management -Workstream

- 3GPP SA1, CT1, 3GPP2, ETSI-TISPAN, IEEE, Wi-Fiアライアンの関係強化
- 標準化団体と連携による技術的課題の提起、PRDの検討範囲を拡大
- Bluetooth CTP, Wi-Fi GAN/UMA, Wi-Fi SIPの迅速なサポート
- 採用に向けた機器メーカーへの働きかけ
- FMCA PRD(リリース1, 2, 3)と標準化団体活動の整合性の確保

# Marketing Groupの活動概要



Sub-Workstream	活動概要
<b>Commercial Handset Requirements</b>	The need to rapidly introduce Convergence Handset Product Requirements to Tier 1 & 2 Handset Vendors in order to influence as well as accelerate their product development roadmaps.
<b>Customer Experience</b>	Defining the “Customer Convergence Journey”: The need to identify, assess and prioritise the issues and opportunities associated with the delivery of a superior end-to-end Convergence Experience, from a technical and commercial viewpoint
<b>Market Research &amp; Customer Proposition Workstream</b>	Which customer-facing converged offers are going to result in the fastest value-maximizing take-up of convergence among consumers and business customers?
<b>Emerging Applications &amp; Convergence Monitoring</b>	The need to gain full visibility of: Convergence initiatives around the world by VCs, niche as well as mainstream vendors. Non-FMCA Members initiatives in the Convergence space; e.g. Operators launching Convergence bundles.