

第3回モバイルビジネス研究会 プレゼンテーション資料

ユーザーオリエンテッドなモバイルビジネスへ ～多様なビジネスの創出と国際競争力～

株式会社インデックス

経営戦略局 兼 技術局 局長
寺田 眞治

ユーザーオリエンテッドとは？

なぜ、iPhoneは日本では使えないのか！？

日本でも「iPod」のシェアは非常に高く、少なくとも次の買い替えでは有力な選択肢（End to Endでユーザー・ニーズの高いコンテンツ、端末の代表として考えられる）

ネットワークが違う

日本の独自性もたらした弊害

※せめて周波数帯が同じであればGPRS over WCDMAで利用できるが

キャリア端末ではないので
キャリアのWEB、メールサービスが使えない

1)そもそも必要か？

（フルブラウザでオープンなインターネットは可能
／メールはアプリ実装なので利用可能）

2)メールについては世界標準のMMSで代替可能

3)通信サービスはMVNOで提供という選択肢

ベンダーが独自に端末を提供できない
2台目の基本料が高い

SIMロックをはずせば、通信が必要なときだけ、差し替えて使うことが可能

※2枚目以降は基本料を低廉にするというビジネスモデルも

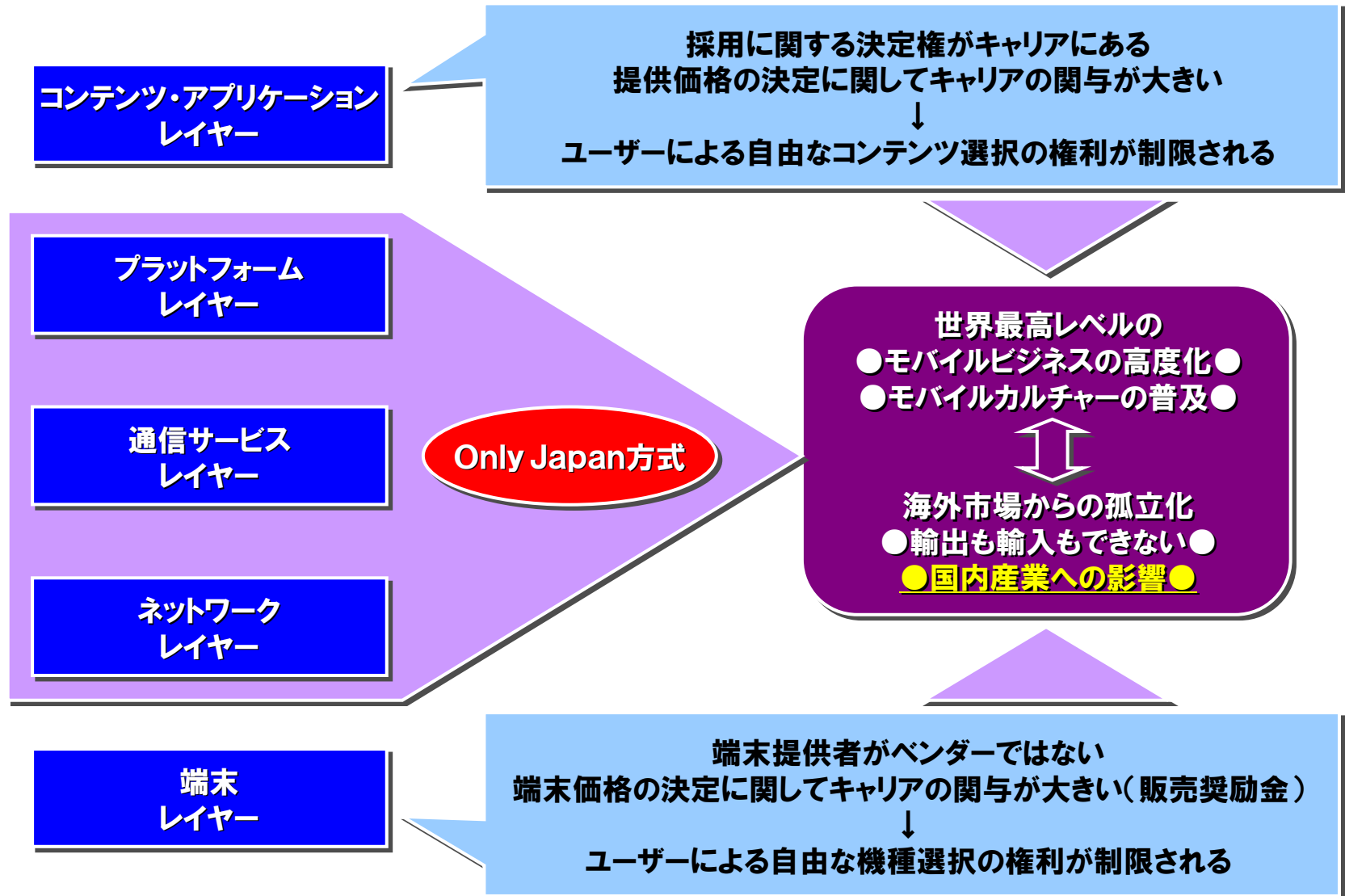
インセンティブがないから価格が高くなる

購買の決定権はユーザーにあるはず

既存の音楽サービスへの打撃

環境的には圧倒的に進んでいた日本において、なぜ勝てるサービスが生まれてこないのか。。

ユーザーのために方法(選択肢)はある → では、何がボトルネックなのか？





海外への市場拡大が進展しない通信事業者は
国内の各レイヤーの市場へ進出することでビジネス規模を拡大

国内の独自仕様 + 通信事業者に対する防衛 = 各レイヤーの海外展開の足枷

国際標準が全てを解決するか？

ガラパゴス諸島とは
進化の袋小路ということ

国境の無いネットワークの世界で
鎖国を続けることは不可能

海外から
グローバル・スタンダードが流入

コンテンツ アプリ マルチメディア ソリューション
世界に類例の無いビジネス・モデル
日本独自の開発プラットフォーム
DRM、配信Ch等独自の試行錯誤
クローズドな独自仕様

移植困難

海外への進出どころか、
グローバル・スタンダードの
流入とともに、
大半が塗り替えられるおそれ

国際競争力を高めるためには、その土壌が必要

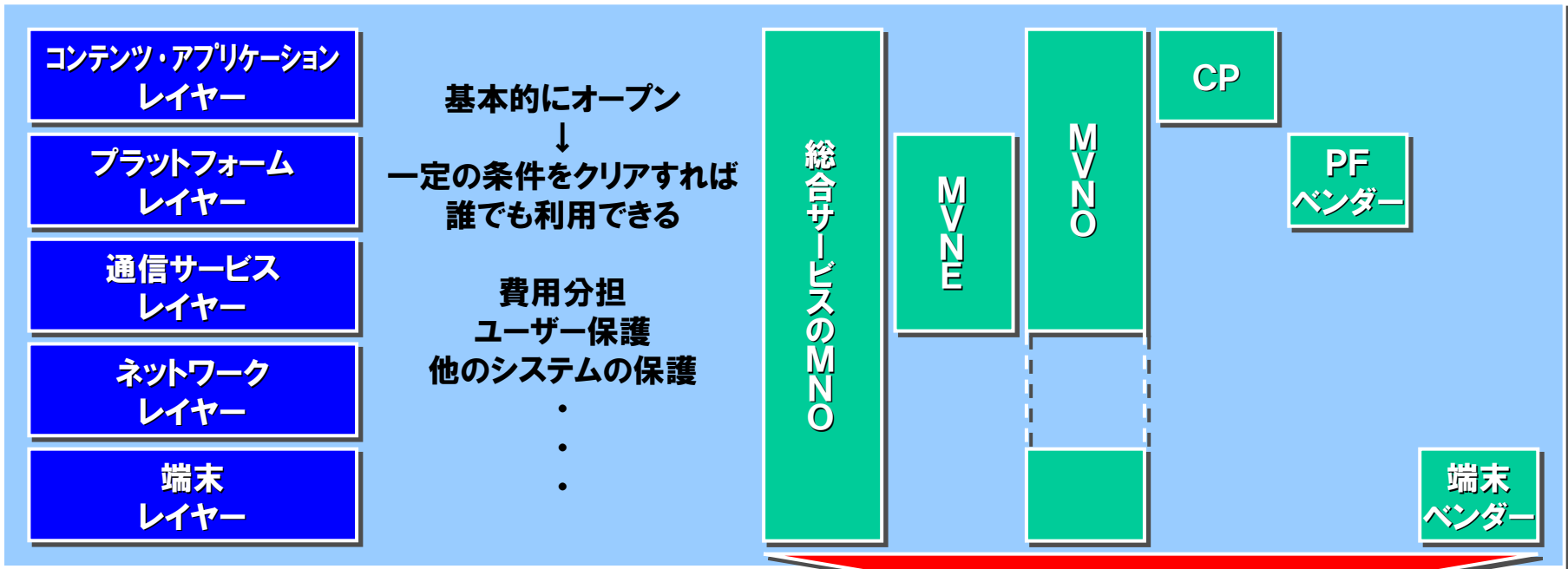
国内市場のグローバル・スタンダードへの準拠は必須

課題は
グローバル・スタンダードへの移行方法

早急に全てをグローバル・スタンダードにする必要があるのか？
また、そのことは本当にユーザーにとって良いことなのか？

日本型モデルとは共存しえないのか？

ユーザーオリエンテッドな環境へ



透明性を確保し、誰でもが参入できるためには
ベースとして国際標準に準拠したシステムが必要

その上に個別の事業者が付加価値を載せるのは自由

サービス全体における
 最終的な選択権はユーザーにあると考えると
様々な選択肢を提供することが重要

たとえば、

- 1) SIMロックと販売奨励金が一体となった端末もあれば、販売奨励金はないがSIMロックフリーの端末もある
- 2) キャリアのサービスがフルに使えるパッケージもあれば、特定のサービス以外使えないパッケージもある
- 3) キャリアが用意するフィルタリングサービスもあれば、サードパーティのサービスを選ぶこともできる

様々なネットワークをシームレスに繋ぐ <プラットフォーム>

↓
ネットワークビジネスの根幹となるポイント

携帯ネットワーク

無線イーサネット
ネットワーク

固定ネットワーク

放送ネットワーク

FMCの進展は、1社で全てのネットワークを押さえようとするものであり、
このネットワークを利用するためのプラットフォームをその1社が提供したとしたら・・・

↓
次のビジネスの変革点がある1社によって決められてしまう可能性

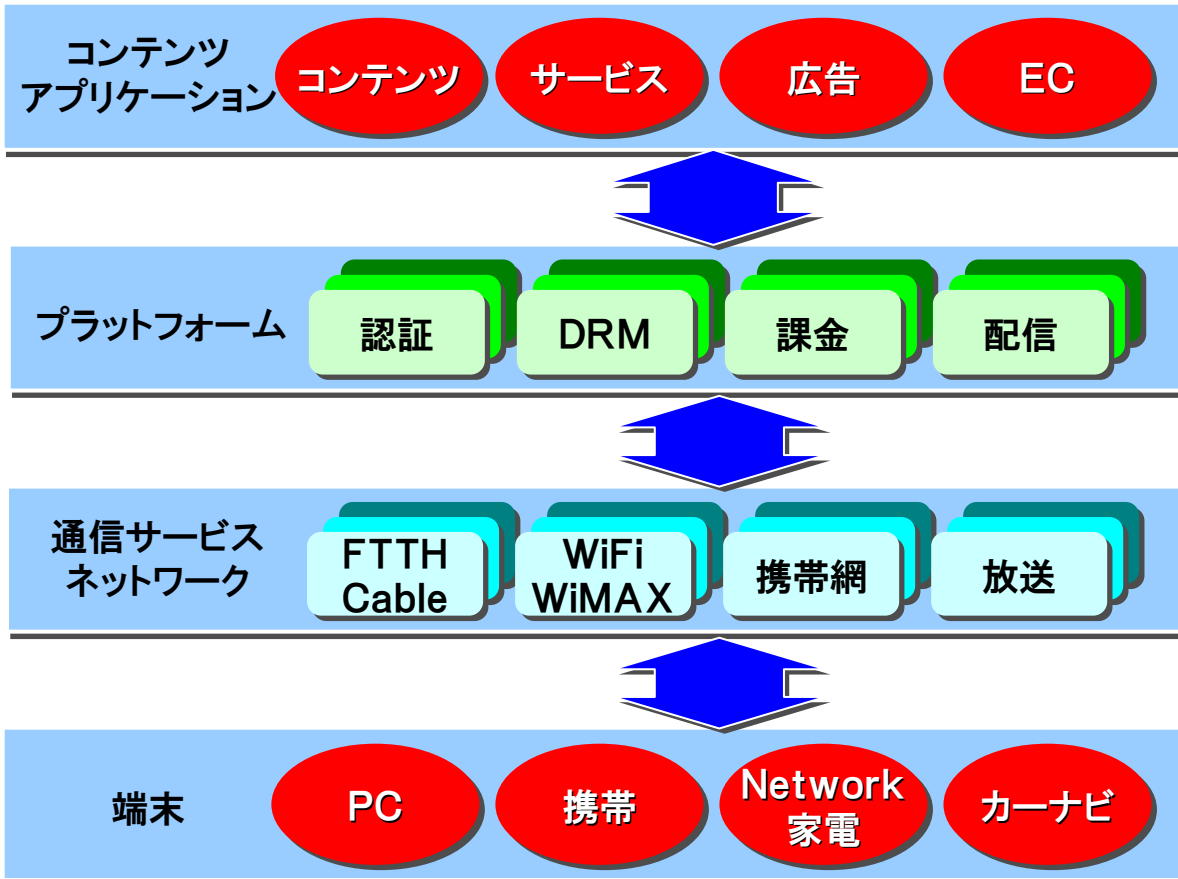
↓
巨大な垂直統合型事業者の出現の可能性

例えばISPが同社の携帯ネットワークとシームレスに繋げようと考えた場合

1. 同社のプラットフォームを利用する
 2. MVNO(モバイル・バーチャル・ネットワーク・オペレーター)になる
- 以外の選択肢は？

すべてをユーザーオリエンテッドな構造へ

ユーザーが意識するのは、シチュエーションに応じたコンテンツと端末であり、プラットフォーム、通信サービス、ネットワークそのものは意識されない



モバイルビジネスの活性化

モバイルだけではなく
FMCやNGNも含めた
End to Endのサービス提供の
多様性と最適化が重要

それぞれのレイヤーで
自由な選択(組み合わせ)ができる環境

多様なコンテンツ/アプリケーション
多様な端末を
誰でもが
自由に発想し**実現**できるための
仕組みの構築

Win-Win-Winの主役はユーザー(コンシューマーユーザー/ユーザー企業)

index 