

無料Wi-Fiサービス

地域とビジネスを活性化させる先行事例

日経BP社
日経コミュニケーション編集部
玄 忠雄

■ 無料Wi-Fiサービス 成功の条件

○ インターネット接続を使いやすく ~
「すぐに使えない、快適でないサービス」は支持されない

- ・ 「利用開始」までの手続きを小さく
- ・ 「制約」はほどほどに

○ 投資・コストを上手に抑制する ~
設備を持たない運営もできる

- ・ 「設備保有」から「業務委託(利用料支払い)」まで、選択肢がある
- ・ 投資への「協力者」を増やす

○ 波及効果を出す情報と分析 ~ 位置がカギを握る

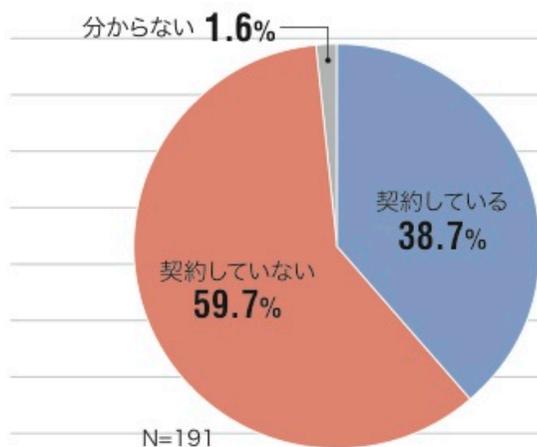
- ・ ココならではの情報/コンテンツは何か、誰に向けた情報か
- ・ 利用者の動線情報をどう生かす

Wi-Fiサービスの普及は限定的

○ 無料でも意外と使われていない

(日経コミュニケーション調べ、有効回答191件、2014年8月)

Q1 公衆無線LANサービスに契約していますか



Q2 公衆無線LANサービスに契約していない理由はどれですか



●調査概要

調査対象:「日経コミュニケーション」読者モニター/調査方法:日経BPコンサルティングのインターネット調査システムで実施/調査日程:2014年8月21~28日/回答企業数(回収率):443社中191社(43.1%)

利用者の内訳(複数回答)

携帯電話サービスのオプション 84%

有料サービス 15%

その他の無料 8%

→ 携帯電話利用者にとって、公衆Wi-Fiは使い勝手が劣るサービス

■ 使い勝手で、利用者数は増える

- 制度上、利用開始手続きにメール/ユーザー登録は不要
総務省の回答が公式に回答

- 成田国際空港 ～ メール登録を不要に(2014年初)

従来:メールアドレスを記入

→ 現在:確認画面(利用条件への同意、セキュリティ警告への承諾)だけで利用開始

- 京都市(KYOTO_WiFi)

- ～ メール登録、時間制限とも撤廃(2014年12月)

従来:メールアドレス登録・認証→ゲストコードをメール送付、1日3時間まで

→現在:利用条件を確認、時間制限なし

- ・ 利用者は倍増近くに

- 福岡市(Fukuoka City Wi-Fi)～利用時間を大幅拡大(2014年8月)

従来:1回当たりの接続時間、最大15分 → 最大60分～利用者設定で最大半年に

- ・ 利用者急増

月間ユニークユーザー 7月 14.6万人

→ 8月 19万人、9月 24万人、10月 30.5万人、11月32.3万人

使い勝手改善で、民間企業(流通など)も整備に参加へ

警告 セキュリティレベルについて

無線LANセキュリティについて

本サービスは皆様に簡単にご利用いただけるよう、無線LAN端末への事前設定が必要となるWEP等のセキュリティは使用しておりません。セキュリティを必要とする通信をされる場合には、VPN(バーチャルプライベートネットワーク)や有料公衆無線LANサービスをご利用になる事をお勧めいたします。

上記をご理解、ご承諾いただきお客様自身の責任において本サービスをご利用いただくことに同意をお願いいたします。

同意しない

同意する

■ 公衆Wi-Fiインフラの整備方法

設備を自ら保有、運営する以外にも選択肢がある

自ら設置、運営(通信事業者になる)

- ・APなど通信機器費や工事費、回線費用などに大きな初期投資
- ・監視保守など運営業務も



マネージドサービスでAPを新規に整備

例)京都市

既存サービスを活用

例)神戸市

AP:アクセスポイント

マネージドサービスで既存APを活用

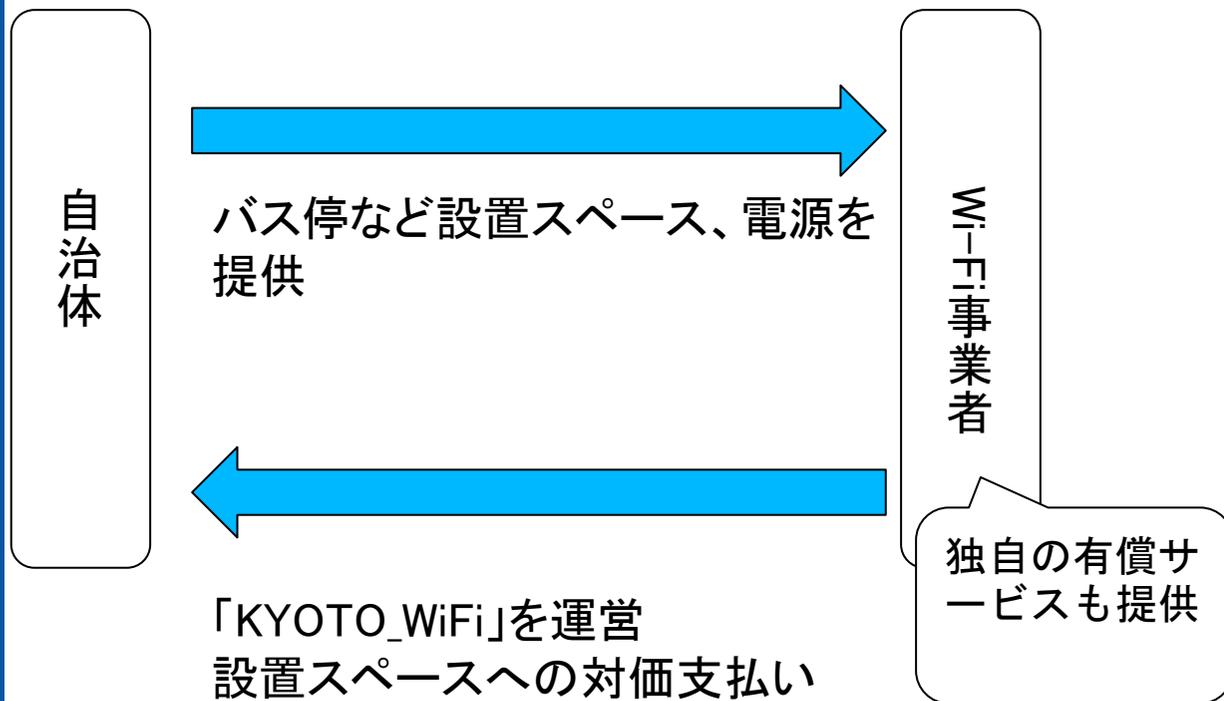
- ・通信事業者のAPを借りて、無料サービス用のSSIDを追加
- ・借りるAP数などに応じた従量制にできる

新規にSSID

商業エリアなどに多い

■ 投資抑制の工夫① ～Wi-Fi事業者と投資を分担

- KYOTO_WiFiの例 ～市の財政を使わずにサービスを実現



Wi-Fiのアクセスポイントを組み込んだ、京都市営バスの停留所

■ 投資抑制の工夫② ～「協力者」を幅広く探す

○ 事例:「TRAVEL JAPAN Wi-Fi」 (ワイヤ・アンド・ワイヤレス(Wi2)主催、2014年12月～)

- ・ インバウンド消費に関わる企業と自治体17団体が参加
公共交通機関:小田急電鉄、東京都交通局、日本航空
流通:ドン・キホーテ、ビックカメラ、マツモトキヨシ、キャナルシティ博多
自治体:沖縄県、京都市、神戸市、
など
- ・ 仕組み:
参加企業がWi2からログインIDを有償で購入、訪日外国人にログインIDを無償配布
→ Wi-Fiの運営経費負担を幅広く求める
- ・ Wi-Fi整備には無縁だった、店舗を持たない企業も参加(JAL、JCB、ぴあ)
国際便やカードの利用客、ガイドブックの購入者に配布

○ 参加メリット

- ・ 訪日外国人と接点を拡大できる
- ・ Wi-Fi利用者(訪日外国人)の動線分析データを利用できる



■ 投資抑制の工夫③

○ Wi-Fi整備を広げるコンビニ業界と協業を探る

- 来店促進のため、全国の店舗でWi-Fi設置を拡大
セブン-イレブン・ジャパン、ローソン、ファミリーマートなど
- 東日本大震災以降は、店舗の無停電電源装置設置を拡大
災害時は、Wi-Fiを地域住民に広く開放へ
- 例) セブン-イレブン、KYOTO_WiFiに京都市内でAPを提供

店舗内に整備したWi-Fi設備



○ 広告収入を探る

福岡市、Web閲覧画面に常に表示されるバナー広告枠を販売



Fukuoka City Wi-Fiを利用した際のWeb画面

■ 波及効果を生むWi-Fi活用法① ～情報・コンテンツ

○ 基本は「いまいる場所が分かる観光情報」

福岡市「Fukuoka City Wi-Fi」

・アクセスポイントに繋がると

現在地を表示 → 現在地の情報が分かる観光サイトに誘導



■ 波及効果を生むWi-Fi活用法② ～利用者のデータ分析

- Wi-Fi利用者の動線データを使ったビッグデータ解析サービスが始まる
 商圈分析、出店エリアの判断などに活用へ

収集したログデータの例 (Wi2提供)



■ 民間の活用例

○今だけ、ここだけで入手できる限定・先行コンテンツ配信

コンビニ業界の例

- ・ゲームソフトのアイテムやアニメ、漫画とタイアップしたデジタルコンテンツなどを来店客に配信
- ・来店時の“ついで買い”に結びつける



接続時のポータル画面

ニンテンドー3DS向けのアイテム提供
(C) Nintendo

無料でネットを利用できる

だけでなく...

限定品を入手できる

- ・携帯型ゲーム用アイテム
- ・壁紙などデジタルコンテンツ
- ・人気マンガなどの関連グッズ

買い物がお得になる

- ・すぐ使えるクーポン(割引券)
- ・特定商品の提供キャンペーン
- ・スタンプ、ポイント収集での特典

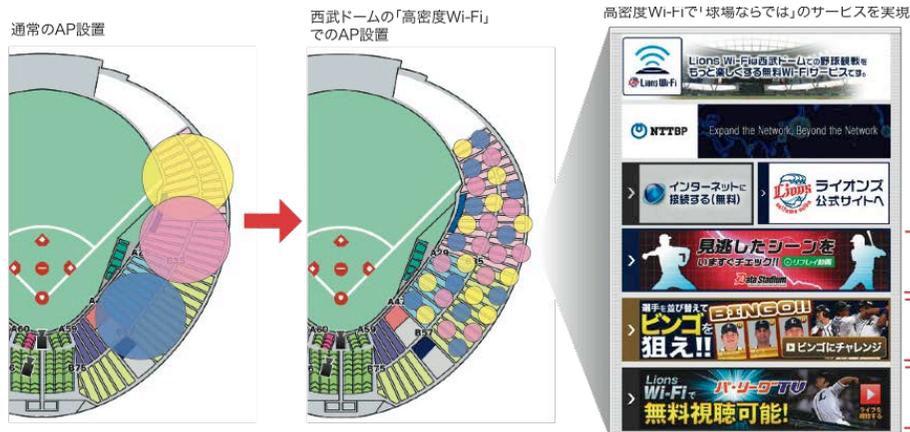


飲料メーカーとタイアップしたキャンペーン

○ライブエンターテイメントを拡張

西武ライオンズ(右)、楽天イーグルス

球場内に「高密度Wi-Fi」を整備、リプレー映像や他球場の試合映像など、試合観戦を多角的に楽しめるコンテンツ、情報を球場限定で配信



球場内に80以上、周辺施設含め約160のAPを設置

対戦成績やリプレイ動画

試合の進行に合わせたゲーム

有料配信されているパ・リーグTV(月額1500円ほか)を無料視聴

APの主な設置場所

天井(ボックスに収容)



観客席の最前列



シート下



■ Wi-Fi整備が最善か

○ Wi-Fi運営は事実上、プロへの委託が必須

- ・ホテルのWi-Fi設備を狙ったマルウェア(不正ソフト)「Darkhotel」が登場
宿泊客を標的に (露カスペルスキーが報告)
- ・今後、無料Wi-Fiなど公衆Wi-Fiも標的になる可能性

○ 代替手段も検討を

- ・プリペイド型SIMカードを提供(訪日外国人向け)
MVNO(仮想移動体通信事業者)の普及で、選択肢に
自治体がMVNOになる手段もある?
課題は地域性が薄いこと
- ・携帯電話周波数を活用(訪日外国人向け、要制度整備)
東京五輪に向け、ソフトバンクが提案、
海外で使われる携帯電話周波数を、地域・期間限定で無料開放
五輪で実現可能なら、特区で地方にも展開できる?