

WAP2.0における 日本企業の貢献

慶應義塾大学 政策メディア研究科
特別招聘教授 夏野 剛

活動の概略

- ◆ WAPフォーラム(現在のOMA)の「3G携帯向けインターネットアクセス仕様」への貢献
 - ◆ ドコモ及び日本メーカーが発起人となり作業開始
 - ◆ 世界初の3Gモバイルインターネット導入に向け、日本の先進的ビジネス要求を共有
 - ◆ 「モバイル固有」の各種規格から、早期に「インターネット標準」(W3C、IETF)への移行を主導
 - ◆ 1999年秋から活動開始、2001年頃概ね完了

3G以前のモバイルインターネット

- ◆ ドコモはインターネット標準を可能な限り採用
 - ◆ HTMLでのコンテンツ記述、GIF等のメディア
 - ◆ HTTPインタフェース、サーバは通常のWebサーバをそのまま利用できた
- ◆ WAP1.xは「モバイル固有」仕様
 - ◆ WML記述言語は独自の「カード&デッキ」形式
 - ◆ 低速な無線伝送に特化した独自プロトコル群
 - ◆ PCインターネット向けのサービス基盤(Webサーバやセキュリティ)流用は限定的になってしまった

W3Cの立場

- ◆ 変わらない「1つのウェブ」の理想
 - ◆ 1つのサーバ上に、1度の記述だけで、様々なデバイスに対してサービスを提供することが目標
- ◆ 記述言語のXML化を推進
 - ◆ XHTML1.xの仕様化を推進、HTMLは「過去」との位置づけ
 - ◆ 各種IETF標準を尊重
- ◆ 現在に至る変更は、「HTML5の推進」が新たに加わっただけで、基本的には当時から継続

WAPフォーラムの立場

- ◆ 3G導入には時間がかかる
 - ◆ 日本が最速(2001年前半)であり、他国の本格サービスは半年以上遅れる予定であった
 - ◆ それまでにモバイルインターネットの市場を広げることが先決
- ◆ 主導企業は「モバイル固有技術」を提唱
 - ◆ インターネット標準の規格とは一線を画する仕様になってしまった

ドコモの立場

- ◆ 3G導入は目前
- ◆ 3Gでは「世界の孤児になるな！」
 - ◆ ローミング対応のため、伝送規格統一が重要
- ◆ ドコモは「インターネット標準」の採用を希望
 - ◆ コンテンツ提供者の敷居を下げるための必須要件との認識 (iモードで得た経験より)
 - ◆ 業界標準のWAPが「モバイル固有」で一本化されることは3Gの発展を阻害するとの危機感

3Gモバイルインターネット

- ◆ 高速、大容量、低遅延化
 - ◆ モバイル固有の制約事項が縮小
 - ◆ 通信料金の低廉化により、大容量通信が実用に
- ◆ 利用の多様化
 - ◆ 価格性能比の向上により、一般消費者の利用増
- ◆ より多様なコンテンツ／サービスへの要求
 - ◆ サービス参入障壁の排除が課題

⇒「モバイル固有」はデメリットが大きくなった

WAP-NGの提案

- ◆ “Next Generation”として、「進化」を指向
 - ◆ 3Gの世代に求められるモバイルインターネットのあるべき姿を実現する仕様として活動開始
 - ◆ Ericsson、Motorola、日本メーカー各社とドコモが共同で提案
 - ◆ 通信技術、コンテンツ技術、そしてビジネスのシナジーを生むための要求
 - ◆ 先進事例としてiモードの経験を広く共有

WAP-NGの提案(2)

- ◆ W3CやIETFの反応
 - ◆ 「モバイル固有」への抵抗感から、「インターネット標準への融合」を掲げるWAP-NGを支持
 - ◆ WAPフォーラムとのリエゾン(標準化団体間の相互情報交換)を促進
 - ◆ モバイルを新たな市場として見る、既存ネット企業からも強い支持
- ◆ IT企業(Sun、IBM)等がWAPへの働きかけを強めた

検討体制

- ◆ 全てのレイヤを並行で検討
 - ◆ レイヤ間(例えば伝送と記述言語)の整合性をとりつつ、全体のスケジュールを加速
 - ◆ ビジネスから無線伝送まで、多様な仕様を更新
- ◆ 日本企業の積極的な参画
 - ◆ 各社が得意分野を中心に、技術・ビジネス両面の人材を投入し、プラットフォームの進化に貢献
 - ◆ 積極的に利害の一致した企業を巻き込み、対立する企業の説得も継続的に実施

実際の調整

- ◆ 公式会合と2社間会合の両輪
 - ◆ 公式会合(定例会、臨時会)での活動
 - ◆ 議長等の要職に可能な限り就任する
 - ◆ 細かい発言等様々な面で貢献し、存在感を醸成する
 - ◆ 参加各企業の立場を観察し、キーパーソンを特定する
 - ◆ 2社間会合や複数企業での非公式会合
 - ◆ 公式会合週間の空き時間や、会合の中間時点等
 - ◆ NDA下で戦略的な情報提供を行った上で本音ベースで利害を調整し、公式会合時には共同歩調をとる
 - ◆ 利害対立の強い企業とも粘り強く調整を続けた

2社間会合から広がる関係

- ◆ 日本企業どうしでの意識あわせを皮切りに…
 - ⇒ 海外子会社の歩調を合わせて巻き込む
 - ⇒ 直接関係の薄い事業部も巻き込む
 - ⇒ 海外展開への足がかりを探ることが出来た
- ◆ 直接協業領域の関係が薄い場合…
 - ⇒ お互いの事業領域の情報交換も貴重な経験となった
- ◆ 競合関係のある場合…
 - ⇒ 競争領域と共通領域のイメージを合わせる
 - ◆ Ex. Vodafone Japan展開当時、持ち株会社(UK)と「通信事業者の立ち位置」で共同歩調を取ったこともある

日本企業のプレゼンス

- ◆ メーカー: NEC、パナソニック、富士通、三菱等
 - ◆ 本社または海外現地法人のメンバーが、議長等の要職に就任し、日本の先進マーケットの状況や経験をベースに、技術規格の進化を推進
- ◆ 通信事業者: ドコモ、KDDI等
 - ◆ 重点研究領域や事業化領域で仕様の高度化に貢献すると共に、商用化に向けた課題への深い考察を共有し、「実用化できる技術」をリード
- ◆ 各々の領域以外でも活発に情報収集を展開
- ◆ 各企業が自律的に国内／海外問わず連携・協調

さらにインフォーマルな作業

- ◆ 各トピックに話題を絞った調整
 - ◆ 2社間会合よりもメンバーを絞って頻繁に実施
 - ◆ 例:Nokiaとドコモの米国在住者どうしで週一回程度の会合を行っていたこともある
- ◆ 公式会合実施時、適宜食事会等を開催
 - ◆ 腹を割って、お互いのビジネス状況等情報交換
 - ◆ 事業方針、背景情報、理解や信頼の醸成に効果
 - ◆ 「日本のモバイル」への深い理解に貢献

成果

- ◆ WAP2.0仕様群の策定
 - ◆ XHTMLとIETF仕様をベースとした技術仕様
 - ◆ 3Gでのiモードの仕様は事実上WAP2.0準拠に
 - ◆ インターネットビジネスから積極的な参入を促進する、多様な「利用シーン(UseCases)」を包含
 - ◆ 結果、サービスの顧客価値が飛躍的に向上
 - ◆ サービス提供コストの継続的な低廉化が進行
 - ◆ 他業種などから、モバイルへの参入激化
 - ◆ 日本のリッチなモバイルサービスの海外進出の基盤
 - ◆ 海外のモバイルインターネットサービスのリッチ化

WAP標準化から得られた知見

- ◆ プラットフォーム標準化の意義と方法論
 - ◆ 広い産業に寄与するプラットフォームには様々な利権が存在 ⇒ 抵抗勢力ともなり得る
 - ◆ しかし、より広く多様な産業の要求を集約することで、真に社会的意味の高い標準を策定できる
 - ◆ 進化を指向する技術の議論では、既成概念を覆すロジックの展開も可能である
 - ◆ 戦術：「標準化プロ」の活用、ビジネス成功経験の共有、2社交渉の活用、「飲みニケーション」...