サービス移行

ビジネスリソース移行

収益基盤

Technology Reports •

新世代スマートフォン向けサービス特集

新たなビジネス基盤となる スマートフォン向けサービスの概要

2011-2012 年冬春モデルのスマートフォンの発売に合わせた「dメニュー™*1」「dマーケット™*2」のオープンを皮切りに、ドコモはiコンシェルやケータイデータお預かりサービスなど、スマートフォン向けサービスを大幅に拡充してきた。これらの新しいサービスは、スマートフォンを利用するユーザへ新たな楽しさ・便利さをもたらすのはもちろん、今後5~10年でドコモが提供する新たなサービス・ビジネスの展開・拡大の礎となる。

経営企画部 色川州平 片山みずほ

1. まえがき

2008年のiPhone^{®*3}の日本における販売、ヒットを追い風に、各端末メーカが次々とスマートフォンを企画・提供し、その販売は好調に伸びてきた。

スマートフォンはユーザ自ら自由にアプリを追加することによって機能を追加し、自分好みのケータイに進化させられることを特長としている。一方で、モバイルに特化した世界観を突き詰めた「パッケージ商品」であるiモード端末を使い慣れたユーザにとって、そのように自由度の高いスマートフォンは必ずしも使いやすいとは言えない面もあった。

同様にコンテンツプロバイダにと っても, iモードで培ってきたビジ ネス基盤をスマートフォン上で活かせる仕組みが整っておらず,効率的なビジネスの場を提供できていなかったこともまた事実である.

これは同時にiモードでコンテンツプロバイダとの協業を重視したビジネス展開をしてきたドコモにとっても今後のサービス・ビジネス機会を喪失することに他ならない。

このような状況を踏まえ、スマートフォンの急速な浸透による市場の変化に対応すべくドコモは早急に整えるべき環境として、「スマートフォンを使ううえでの共通的なインタフェース」「サービス導線の確立」そして「ビジネス基盤の構築」の三点を掲げた。これらを実現することにより、スマートフォン時代のコンテンツ市場をユーザの望む形で活性

化させ、スマートフォンそのものが 秘めるポテンシャルを十分に発揮さ せ、これまで以上に、便利に楽しく スマートフォンが利用できるように なった。

2. サービス概要

2.1 スマートフォンを使う うえでの共通的なイン タフェース

多機能化は、ときにユーザインタフェース(UI)の複雑化を招く.加えてスマートフォンではメーカ独自の企画で商品化が進められるため、長年iモード端末での操作に慣れ親しんだユーザの中には戸惑いを感じる方もいるのではないだろうか.

これではせっかくのスマートフォンの特長を活かすことができず、

^{© 2012} NTT DOCOMO, INC. 本誌掲載記事の無断転載を禁じます.

^{*1} **dメニュー™**: 「dメニュー」および 「dメニューロゴ」は(株) NTTドコモの商標 または登録商標.
*2 **dマーケット™**: 「dマーケット」およ

^{**2} **dマーケット** ^(**) : |dマーケット」 および 「dマーケットロゴ」は(㈱NTTドコモの商標または登録商標.

今までiモード端末で体験できていたケータイの便利さ・楽しさをも失ってしまいかねない。

そこで我々は、ドコモが提供するスマートフォンに共通するUI(ホームアプリ)を搭載することで、ドコモ共通のユーザエクスペリエンス*4を実現し、スマートフォンにおいても直感的な操作でユーザの使いたい機能・サービスにたどりつくことができるようにした(Palette UI)[1].

Palette UIでアイコンやウィジェット*5をあらかじめ配置することにより、サービス・コンテンツへの導線を確保するだけでなく、ユーザが長年慣れ親しんできた電話機能や電話帳機能を共通化して搭載でき、より便利な、お客様満足度の高い環境を提供することが可能となっている。

2.2 サービス 導線の確立

スマートフォンのホーム画面からの サービス導線の概要を図1に示す.

(1)dメニュー

Android マーケット™*6は各コンテンツプロバイダの商品を陳列するというスタイルをとっており、より多くのコンテンツを大きな規模で見せるという点においては魅力のあるプラットフォーム*7ではあるが、「自分たちの店を構え、そこにあらゆる導線からユーザを集める」というビジネスをiモード上で展開していたコンテンツプロバイダにとっては、集客・収益という観点で柔軟さに欠けるものであった.

そこでこのiモードでのエコシステム (ビジネスモデル) を継続させるためのプラットフォームをスマートフォン上に構築すべく, iメニューのスマートフォン版と言える「dメニュー」を提供した.

この d メニューは、それまでスマートフォンのトップページに置かれていた「ドコモマーケット」を、ポータル&公式コンテンツへのリンク集としてリニューアルしたものである。この d メニューのトップ画面や検索結果などによりコンテンツプロバイダはコンテンツへの誘導を強化できるようになった。

2012年2月末現在,約2,700社, 4,500サイトがサービスを提供して おり,スマートフォン向けに未提供 だったものを含め,幅広いジャン ルのコンテンツサービスが利用で きる.

(2)dマーケット

dマーケットは、iモードで提供していたドコモマーケットに動画ジャンルを新たに加えたもので、ドコモ自らがサービス提供者となることで、より分かりやすい形で、よりリーズナブルにユーザに直接販売することが可能となった。

dマーケットは、月額525円で約5,000タイトル(20,000エピソード)の映画・ドラマ・アニメが見放題となる「VIDEOストア」、約100万曲という国内最大級の圧倒的な量と幅広いジャンルの音楽コンテンツを配信する「MUSICストア」、競合サービスにない主要コミック・人気小説・実用書を含めた約3.5万のライ

ンナップを楽しめる「BOOKストア」、従来のドコモマーケットで提供していた、Androidマーケットのコンテンツからおすすめアプリを厳選してピックアップする「アプリ&レビュー」の4つからなる(dマーケットの各数値は2012年1月現在のもの)。

これら4つのストアへは、スマートフォンのトップページに置かれる「dマーケットアイコン」からの導線、コンテンツウィジェットからの導線、iチャネルからの導線など、スマートフォン上からの強力な導線を確保し、これによってすべてのユーザにより簡単に、便利に、スマートフォンならではの価値を実感していただくことができる.

2.3 ビジネス基盤の構築

現行のiモード端末からスマートフォンに機種変更をしても, iモードで登録していたマイメニューは, スマートフォン上でも引き続き使うことができる.

これにより、iモードでビジネスを展開していたコンテンツプロバイダは、そこで築いた顧客基盤を失うことなくスマートフォン上でも継続性のあるビジネス展開ができる.

また,iコンシェル,iチャネルなどの付加サービスも解約されることなくiモードから引き継がれ,ユーザは特別な設定なしで継続して利用することができるようになった.

もちろんiコンシェルやiチャネル だけでなく、iモードでこれまで展

の場所に表示させ、特定のランタイム環境で実行されるシンプルな機能のアプリケーションソフトの総称. 「ガジェット」「デスクトップツール」とも呼ばれる.

^{*3} iPhone®:米国Apple, Inc.の登録商標. ただし日本国内ではアイホン株式会社の ライセンスに基づき使用されている.

^{*4} ユーザエクスペリエンス:製品やサービスなどを使用・消費・所有した際に、ユーザがストレスなく実現できるユーザイ

ンタフェースであること. 個別の機能や 使いやすさだけでなく,ユーザが真にや りたいことを楽しく,有意義に体験でき るかどうかを重視した概念.

^{*5} **ウィジェット**: PCのデスクトップ画面 やスマートフォンのホーム画面上の任意



開してきたおまかせロックやケータ イデータお預かりサービスなどの各 主要サービスについても、スマート フォン上で利用できるよう展開して いる。

2.4 その他コンテンツ基盤

ユーザに、より便利で楽しくスマートフォンを利用していただくために整えたその他の基盤として認証システムと課金システムがある。

iモードでごく当り前にできていたユーザの認証(すなわち,サイトにアクセスするだけでそのユーザ専用のページを表示することが可能)が,これまでのスマートフォンではできず.各サイトにログインする

には、ユーザによるサイトごとのIDとパスワードの入力が必要であった。そこで、dメニューの提供とともに、この煩わしさを解消し、iモード端末同等の簡単な操作性を実現すると同時に、より強固なセキュリティの仕組みを導入した。

課金についても、これまでの月額 課金・個別課金に加えて、ケータイ 払いにも対応し、ユーザ・コンテン ツプロバイダ両者に、より柔軟な選 択肢を提供することができるように なった.

3. あとがき

今後の展開の1つの大きな軸として、サービスのパーソナル化が挙げ

られる.

すでに実現しているパーソナル 化としてiコンシェルがあるが、今 後はdマーケットをはじめ、ドコモ が提供するサービス全体を連携さ せ、お預かり系・各種履歴系・社会 環境系・外部データなどと掛け合 わせることで進化させていく.

また今後はスマートフォンだけでなく、タブレット端末をはじめとした多彩なデバイスにおいてもサービスやコンテンツを自由に利用できるようにするために、デバイスではなく個人のIDに紐づいた形でのサービス提供ができるような仕組み(マルチデバイス対応)を整える。

これらパーソナル化、マルチデバイス対応を早急に実現し、ユーザのさらなる楽しさや便利さを追求することはもちろん、さまざまなアライアンス企業との協業を拡大することによって、さまざまな産業・サービスとモバイルとの融合を通じたイノベーションに取り組み、ユーザの暮らしやビジネスがより安心・安全で便利・効率的になり、充実したスマートライフが実現できることをめざす.

文 献

[1] 山木, ほか: "2011-2012年冬春モデル 搭載アプリケーション機能," 本誌, Vol.19, No.4, pp.6-15, Jan. 2012.

^{*6} Androidマーケット™: Androidおよび Androidマーケットは、米国Google, Inc. の商標または登録商標、2012年3月より Google Play™に名称が変更された.

^{*7} プラットフォーム: アプリケーションを 動作させるためのOSや動作環境.