

■ 特集：スマートフォン時代におけるドコモのサービス戦略

Ushering in the Smart Age

急速に拡大するスマートフォン市場におけるドコモのアドバンテージは、iモードという大きなサービスプラットフォームを有している点にあります。iモードで独自のビジネスモデルを確立したドコモは、スマートフォンでも新たなエコシステムの確立を目指します。



→ Page
22

ドコモがiモードで
培ったもの

→ Page
23

新たなビジネスチャンス
の到来

→ Page
24

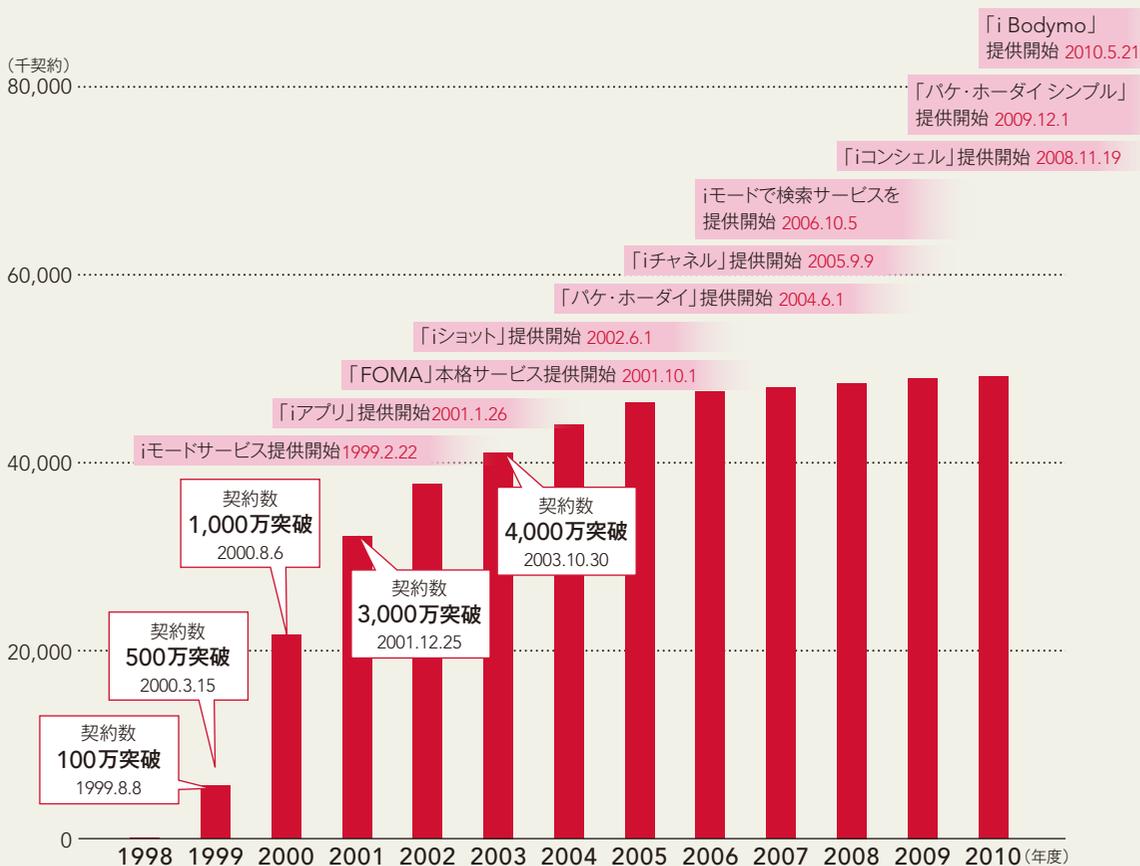
ドコモならではの
サービス戦略

→ ドコモがiモードで培ったもの

1999年にスタートしたiモードは、この12年間で大きな成長を果たしました。23,000を超える対応サイト、3,800以上のコンテンツプロバイダ、4,800万人を超える利用者を有するiモードは、まさに世界有数のコンテンツ流通プラットフォームとすることができます。

iモードが独自の進化を遂げ、ドコモを中心とするエコシステムを確立することができたのは、iモードメール・iチャンネル・iコンシェルといったドコモ独自の魅力的なサービスや、おサイフケータイ・ワンセグ・赤外線通信などの付加価値を提供する機能といった、ドコモならではの質の高いサービスや機能がお客様の心を掴んだからにはかなりません。また、様々なアプリケーション・コンテンツプロバイダが提供するアプリケーションの利用料をドコモが取りまとめ、月々の通信料の請求と合わせて利用料を請求するという独自の回収代行・課金システムも、iモードの持つ大きな魅力のひとつといえます。

iモード契約数の推移



→ 新たなビジネスチャンスの到来

スマートフォン市場が世界規模で拡大する中、日本の携帯電話市場においても、スマートフォンのニーズが急速に拡大しています。ドコモは2010年度において、13機種のスマートフォンを市場に積極的に投入し、販売数は252万台に達しました。2011年度には更に普及が拡大する見込みで、600万台のスマートフォンの販売を計画しています。これにより、2011年度末にはスマートフォンの契約数が全契約数の約10%に及ぶ見通しです。

スマートフォンの最大の魅力は、様々なアプリケーション・コンテンツ提供者が提供する多様なアプリケーションを、パソコンと同じ感覚で自由にダウンロードして利用できる点にあります。iモードでは、セキュリティへの配慮からアプリケーション開発に多くの制約を設けていました。一方、パソコンに近いシステムを採用するスマートフォンにはこのような制約が少なく、個人が開発したアプリケーションでもアプリケーションマーケットを通じて世界中に流通させることができます。これによりスマートフォンのユーザーは、世界中で開発された豊富なアプリケーションを自由に利用することができます。

このほかにもOSのバージョンアップが可能である点を挙げることができます。OSのバージョンをアップデートすれば、最新の機能が使えるようになるだけでなく、従来のバージョンでは利用できなかったアプリケーションなどが利用できるようになることもあります。またiモード機と異なり、グローバル仕様をベースにする端末が多いことも、スマートフォンの持つ特長のひとつです。これにより、端末の生産コストも抑制しやすくなります。

一方で、グローバル仕様のスマートフォンをそのまま販売した場合、これまでiモードで提供してきたようなドコモ独自の機能や高付加価値サービスをお客様が受けられないという問題が生じました。アプリケーションの購入の際も、スマートフォンのユーザーは、iモードで提供してきたような回収代行サービスを使わずに、クレジット決済で購入する仕組みになっていました。

スマートフォンにおいてもドコモならではの機能や高付加価値サービスを提供し、競合する他の通信事業者との差異化を図ることが、ドコモに課せられた大きな課題であると捉えています。多くの通信業者が危惧する「土管化」（通信事業者がインフラ・サービス以外の価値をユーザーに提供できなくなる状態）を避けるために、スマートフォンにおいても、iモードを通じて培ってきたドコモならではの機能や高付加価値サービスを提供していくというのが、ドコモの出した答えです。



→ ドコモならではのサービス戦略

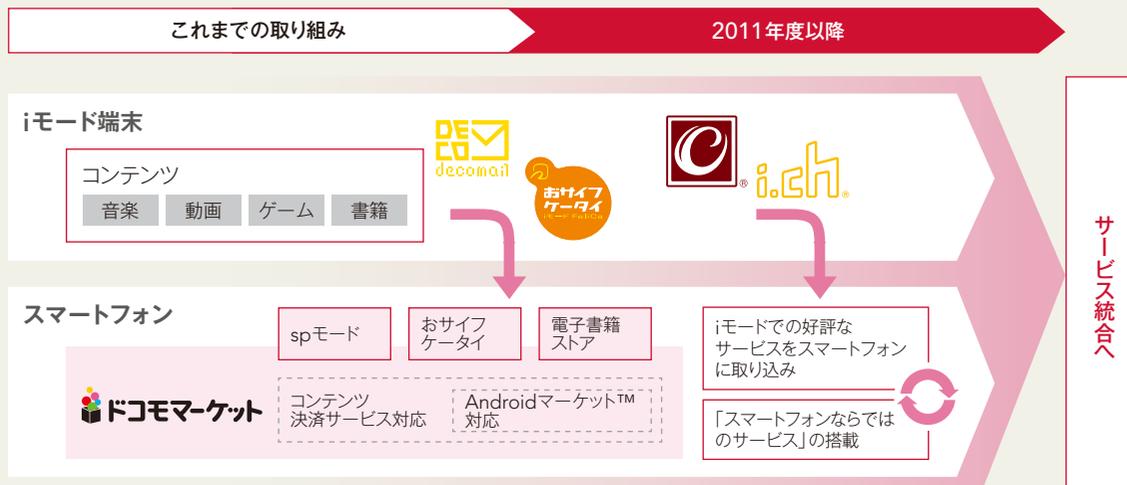
ドコモの最大のアドバンテージは、iモードというプラットフォーム上で築いたエコシステムを有していることだと考えています。スマートフォンの持つオープン性を活かすとともに、ドコモならではの魅力的な機能やサービスを付加していきたいと考えています。

まず始めに、2010年9月にスマートフォン向けISPサービス「spモード」の提供を開始しました。このサービスを利用することで、ユーザーがこれまでiモードで利用してきたメールアドレスをスマートフォンでもそのまま使うことができるようになります。また「spモード」では、アプリケーションやコンテンツの利用料金の決済サービスも提供しています。これにより、ユーザーが有料のアプリケーションやコンテンツを購入した場合でも、ドコモの月々のケータイ料金と一緒に支払えるようになります。

また「spモード」以外にも、2010年冬モデルでは、おサイフケータイ機能やワンセグ、赤外線通信機能など従来のiモード機でお客様から好評なサービス・機能を搭載したスマートフォンも発売しました。更にこれ以外にも、iコンシェルやiチャンネルといったiモードサービスをスマートフォンでも利用できるよう、準備を進めています。

また、スマートフォンならではのサービスとして、スマートフォン向けポータルサイト「ドコモマーケット」も、2010年4月からスタートしています。「Androidマーケット™」などを通じて豊富なアプリケーションを利用できるというのがスマートフォンの大きな特長ですが、豊富であるがゆえに埋もれがちで、日本のユーザーの好みに合ったアプリケーションやコンテンツを厳選して紹介するのが、この「ドコモマーケット」です。「ドコモマーケット」では、スマートフォンで楽しめるドコモのオリジナルコンテンツも紹介しており、初めてスマートフォンをご利用いただくユーザーにとっても、より手軽で便利にスマートフォンをご利用いただけるように工夫を凝らしています。

このように、ドコモならではのサービスや日本市場でニーズの高いサービスをスマートフォンでも提供することで、お客様の利便性を高めるとともに、iモードですでに形成してきたエコシステムを、スマートフォンにおいても創り上げていきたいと考えています。



スマートフォンへの端末開発のシフト

スマートフォン時代の本格的な幕開けとなった2010年度は、特に最新のサービス・機能に敏感に反応するアーリーアダプタ層を中心としてスマートフォンの普及が始まりました。私たちプロダクト部ではスマートフォンのラインナップの拡充を図るとともに、最新のサービス・機能に対するニーズに応えられるようスマートフォンを中心とした開発体制へ急速にシフトした変化の年でした。

iモード端末ではハードウェアからOS、アプリケーションに至るまですべてのレイヤにおいてドコモが仕様を策定し、ドコモのサービスを提供するために最適な端末を作り上げてきました。一方、スマートフォンはオープンな環境で世界中のアプリケーションを端末にインストールできるというグローバルなエコシステムが確立されており、アプリケーションのみでのサービス提供が可能な仕組みになっています。そのため、スマートフォンの開発にあたっては、ドコモのサービスを実現するために必要なアプリケーションの開発に留め、ハードウェアやOSはグローバルで流通するものを使うことを基本原則としています。またこれにより端末開発期間を短縮することができました。OSカスタマイズにより最新バージョンへの追従が難しくなるデメリットがあるため、一部のサービスを例外として我々がOSをカスタマイズすることは最小限に留めたいと考えています。また、ドコモのサービスがアプリケーション上で提供できれば、将来的にドコモがそのサービスをグローバルに展開するといった強みにつながる可能性を秘めています。

それから、今まではiモードサービス仕様に端末をカスタマイズすることが必要なため、海外で発売済みの端末を導入することが難しかったのに対し、スマートフォンは基本的にドコモが提供するアプリ

ケーションを搭載すればドコモのサービスが使えるようになるため、海外ベンダの端末を国内市場へ導入しやすくなりました。その結果、ドコモの端末ラインナップの拡充や端末調達価格の低減につながってきています。

一方、スマートフォンに変わったことで、様々な課題も出てきています。例えば、おサイフケータイやワンセグなどの日本独自機能への対応です。端末メーカーと共同で端末開発プロセスを工夫することによりこれらの機能に対応するとともに、3D機能や超薄型など、特長のある端末を開発してきました。

また、利用者の裾野を拓くためには、シニア層や主婦、女子高生などにも受け入れられる端末を用意する必要もあると考えています。そのためには色やデザイン面での工夫に加えて、日本人の嗜好に沿った使い勝手の良さに配慮しなければなりません。2011年夏モデルから提供する「docomo Palette UI」もその取り組みのひとつです。

グローバルなエコシステムの中では競合相手も増えるため、より質の高いサービスの提供が求められますが、今後も引き続きドコモならではの先進的かつ付加価値のあるサービスを提供できるよう、最先端の技術を取り入れながら、お客様のニーズを汲み取った端末開発を行っていきたいと考えています。



丸山 誠治
プロダクト部長

