

街角をオフィスに変えるホットスポット

サービスモデル模索する事業者、企業ネット連携狙う機器ベンダー

企業のスピードアップ

特定のエリアでインターネット接続環境を提供する無線LANサービスホットスポットサービス市場が立ち上がりつつある。通信事業者だけでなく、無線LAN機器を手がけるメーカーやネットワークソリューションを展開するシステムインテグレーター等、多くのプレーヤーに新たなビジネスチャンスが生まれるため、期待も大きい。ここで、ホットスポットの本格開花を左右するのが「法人需要の開拓」だ。(本誌・藤田 健、田中 大介、伊藤 秀樹)

Part 1 事業者動向

拡大するエリアをどう使う！依然未確立の収益モデル

パート1では、通信事業者のホットスポットサービス需要開拓に向けた動きを見ていこう。

この市場にいち早く参入したのはNTT東日本で、2001年3月21日から8月31日までの間、東京都

渋谷区内でマルチメディア移動アクセス(MMAC)推進協議会が策定した、5GHz帯を使用し最大36Mbpsの通信速度を実現する「HiSWANA(High Speed Wireless Access

Network type a)」技術を使用した「Biportable」トライアルを行った。同トライアルでは、インターネット接続のほか、映像のストリーミング配信や双方向サービスを睨んだ実験を行い、商用化への手応えを掴んだ。

NTTコミュニケーションズ(NTTコム)は、2001年7月3日から2002年5月12日まで、IEEE802.11b準拠の2.4GHz帯無線LAN技術を用いた実証実験「Hi-FIBE」を実施。モスバーガーやミニストップといったファーストフードやコンビニエンスストアのチェーン店を中心にインターネット接続サービスや店舗情報等のコンテンツ配信も行い、事業性を探った。

日本テレコムは2001年9月26日からJR東日本と共同で、IEEE802.11bに

