

## MNP前哨戦となる“夏の陣” 品揃えで際立つドコモ

夏商戦の端末が出揃った。携帯電話番号ポータビリティ(MNP)の開始を目前に控え、各キャリアともユーザーの獲得に向けて、多様なニーズに合わせたラインナップを展開している。

### NTTドコモ

#### 初のHSDPA端末 音楽機能でauに追隨

MNPが導入される2006年下半期におけるNTTドコモの営業戦略の要は、auの猛追をいかにしてしのぎ、来年以降の再攻勢につなげるかにあるだろう。

具体的な施策は

auに比べて見劣りしていた3Gインフラを拡充。それを生かしてリッチコンテンツ分野で先行するauをキャッチアップする。

3Gインフラに依存しない「おサイフケータイ」ビジネスで「先行逃げ切り」を図る。

さらに、「強み」とされる法人営業の強化を図る。

この3つについてよい。この視点から夏モデルのラインナップを見てみよう。

NTTドコモの夏商戦向けモデル



初のHSDPA対応となる  
N902iX HIGH-SPEED

は「902iS」シリーズ8機種、「702i」シリーズ2機種、カード型FOMA1機種の内計11機種。

その中で「のインフラ拡充戦略を象徴する「フラッグシップモデル」といえるのが、HSDPA規格に対応したN902iX HIGH-SPEEDだ。下り最大3.6MbpsとFOMAの約10倍の高速データ通信が可能。この高速性を活かしたサービスとして、深夜の時間帯に最長1時間程度の音楽番組を自動配信する「ミュージックチャンネル」を開始する。また、P902iSとともにドコモ初の「着うたフル」に対応。とはいえ、N902iXは重量約135gとかなり大振りな機種で「万人向け」とは言いがたい。

注目すべきなのは、むしろWindows Media Audioに対応したF902iSだろう。この端末はWindows XPに標準搭載されているWindows Media Player 10で管理された楽曲や、PC向けミュージックストアからダウンロードした楽曲の転送・再生ができる。

前田部長は「音楽好きな方にも楽しんでもらうためには、選択肢が1つだ



Windows Media Audioに対応したF902iS

けというわけにはいかない。ミュージックチャンネルのように聞き流してもらおうサービスもあれば、着うたフルのように曲を選んでダウンロードするサービスも必要」と、音楽に注力する姿勢を強調した。

音楽配信は、宿敵auがLISMOで圧倒的に先行する分野。F902iSを先駆けてWindows Media Audio対応端末を拡充、タワーレコードが米Napsterと共同で設立したナップスタージャパンが06年秋から開始する定額制音楽配信サービスにつなげる戦略とみてよい。同サービスはスタート時に150万曲以上を取り揃えたとアナウンスされている。

もう一つのポイントである「おサイフケータイ」では、902iSシリーズ全機種が、4月にスタートしたクレジットサービス「DCMX」に全機種が対応する。

#### セキュリティ機能を強化

ところで、携帯電話を財布代わりに利用するためには、セキュリティ対

策が不可欠となる。シャープとパナソニック モバイルコミュニケーションズ、NECは顔認証、富士通は指紋認証、三菱電機は声認証と、身体の特徴で確認を行うバイオ認証機能に対応。このほか、紛失時にドコモのサービスセンターに電話するだけで遠隔ロックされる「おまかせロック」などセキュリティ機能を強化している。これらの機能は、情報漏えい事件などでセキュリティへの関心が高まる法人ユーザー向けのソリューションとしての意味も持つ。

#### KDDI/au コンセプト重視で 1人1人のこだわりに応える

auのMNP対策は、ドコモの攻略とボーダフォンから転じた「ソフトバンクモバイル対策」の2本立てといつてよい。

その中核となるのが、ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズの「ウォークマンケータイ」W42Sだ。

ウォークマンブランドの端末は、海外では05年8月に発売されており、今年4月に累計550万台を突破している。国内初となるW42Sは、新開発の音楽専用チップ「Mobile Music Enhancer」により、携帯電話としては最長の連続30時間の音楽再生を可能にした。

「ウォークマン、ソニー・エリクソン、auという音楽に強いブランド力を活かして、3者で音楽業界を牽引し、活



国内初の  
「ウォークマンケータイ」W42S



WIN対応の「タフネスケータイ」  
G'zOne W42CA

性化させる(ソニー・エリクソン・モバイルコミュニケーションズの石塚宏一常務取締役 営業本部長)。ソニーやウォークマンという強力なブランドとのコラボレーションは、LISMOで先行するauにとって、市場に「音楽ならau」という評価を浸透させる戦略的な意味を持つ。

さらに、ボーダフォンがアップルと提携して提供すると報じられた iPod 搭載携帯電話への対応策としての役割も果たす。

#### 機種ごとに個性を持たせる

auの夏モデルのコンセプトは、「デザイン+機能+「プラス」の価値」。KDDI執行役員の川井徹au事業本部長は「個性的なデザインのモデルからコンパクトなモデルまで、ライフスタイルに合わせて使える幅広いラインナップを揃えた」と、夏商戦の端末を表現した。

音楽と決済サービスで統一感を持

たせたドコモの902iSシリーズとは対照的に、「個性あふれるラインナップで、1人1人のこだわりに応えるauを目指した(KDDI au事業本部 au商品企画本部 大塚浩司プロダクト企画部長)というだけあって、機種ごとにコンセプトが異なる。

カシオ計算機の「タフネスケータイ」G'zOne W42CAはWINに対応。要望の多かった「音楽」「ワンセグ」「デザイン」の3項目を強化し、W33SAはワンセグ、W42Kはアナログテレビ機能を搭載する。

サービス面では、ドコモの方向性とは一線を画していることがわかる。GPSナビや「Hello Messenger」は標準搭載するが、ドコモが注力している「おサイフケータイ」はW42Hの1機種しか対応していない。

夏モデルの大半がフルブラウザのPCサイトビューアーを搭載するが、これはGoogleとの提携により7月から開始する、モバイル向けコンテンツと