

PART 3 サービス市場

携帯とカーナビのコンテンツが融合 車内外で使える情報の起爆剤に

高機能化が進むカーナビをプラットフォームとした情報提供サービス市場が、車内インターネットによるドライブ支援情報の提供を踏み台に、位置情報を活用した顧客管理やカーE コマースへと広がりを見せ始めている。

インターネットに接続できる家庭が約3000万戸に達し、日本の人口の約半数に当たる6000万人が携帯電話を持つようになった。しかし、約7500万台の自動車市場は未だ手付かず。助手席や後部座席の同乗者も数えれば、さらに多くの潜在市場に期待が持てる。

情報提供サービスはすでに、トヨタメディアステーションの「MONET」、本田技研工業の「インターナビシステム」、マツダの「マツダテレマティクス」、そして日産自動車が出資するコンパスリンクの「コンパスリンク」など、自動車メーカーを中心に次々と提供されている(表4)。

さらに、トヨタ自動車、日産自動車などの自動車連合、NTTドコモ、日本テレコムなどの通信連合、松下通信工業、パイオニアなどのカーナビ連合は、共同で緊急時の通報サービス「HELP-NET」を展開している。

電気通信技術審議会の予測では、これから車載器を対象としたサービス市場は2003年に離陸し、2015年には累計で数十兆円規模に拡大すると予測している(図8)。

若年層ドライバーへアプローチかける MONET

トヨタメディアステーションが提供するMONETは、1997年11月に開始された有料の会員制情報提供サービスで、現在約2万人の会員を持つ。サービス名称のMONETはMobile Networkに由来する。

トヨタ自動車のGAZOOがユーザーをドライバーに限定しない商品販売支

援サイト”であるのに対し、同サービスはドライバーをターゲットにした「ドライブ支援サイト」と位置付けられる。

ユーザーはMONET対応のカーナビと、PDCまたはcdmaOne携帯電話機を専用のアダプターで接続して利用する。接続アダプターはハンズフリー通話機能を内蔵しており、最近ではアダプターを本体に埋め込んだカーナビも登場している。

提供されるコンテンツは、道路交通情報に加えニュースや天気、さらに観光情報や宿泊情報まで多岐にわたる。ユーザーはMONET情報センターに接続して希望の情報をダウンロードする。通信料金は1回当たり1分程度、約10円が目安となっている。

MONETは利用者の料金負担を軽減するため、通信時間が短くて済むよう狭帯域向けに設計された専用プロトコル「MNCP」を開発し採用している。また、コンテンツも、画像をなるべく省略するなどデータ容量の小さなものを自社開発している。

トヨタメディアステーション・経営管理部の小西満担当部長は、「ユーザーの多くがセルシオやクラウンといったトヨタ自動車の高級車種を購入する30～50代に集中している。利用されるサービ

スは渋滞・工事・規制情報やニュース、天気予報が多い。今後はコンピューターに慣れ親しんだ若い世代にも楽しんでもらえるようアピールしていきたい」と今後のユーザー拡大策のポイントを話す。実際、同社では1999年10月に「PC版モネ」を開発、サービス利用者の間口拡大を図っている。

ただ、市場での競争環境をみると激しさを増しているのも事実。1998年7月に始まったインターナビシステムに続いて、2001年2月に参入したマツダテレマティクスが同様のサービスを無料で提供しているからだ。

カーナビが標準でウェブブラウジング機能を搭載するようになったことで、ユーザーはこれら競合サービスを閲覧すれば足りるケースも出てきている。トヨタ自動車・ITS企画部スマートカー事業室の笠原端美主査は、「GAZOOとの統合も視野に、車内外の枠を超えた総合的なコンテンツ作りが求められる時代にきているのかもしれない」と分析する。

日本で唯一のオペレーターナビを提供

日本で唯一、専門のオペレーターに

よる音声ガイド主体のサービスを提供しているのがコンパスリンクだ。ドライバーがカーナビのハンズフリー通話機能を使って知りたい要件を伝え、オペレーターがドライバーに替わってこれを検索、音声による回答で情報を提供する。検索可能なコンテンツとして、MONETと同等のデータベースがオペレーションセンターに用意されている。

このサービスでは、オペレーターの対応スキルがサービス品質を左右する。そこでコンパスリンクでは主要株主であるコールセンター大手のベルシステム24のノウハウを生かし、徹底したオペレーター教育を施している。同社営業グループの岡田千恵主任によれば、「電話帳ほどの厚さのマニュアルを教科書に、走行中のドライバーとの対話試験も含め最低で3～6カ月の教育期間を設けている」という。

ドライバーからは、カーナビの操作方法やエアコンの温度調節など、およそ情報提供サービスとは関係のない問い合わせも数多く寄せられるというが、現在ではオペレーター1名で約1000会員を処理できるノウハウを蓄積している。

課題としては、ハードウェアの面でカーナビと携帯電話を結ぶ接続アダプターの割高感がある。コンパスリンクのサービスでは、オペレーターとの音声通話とカーナビデータの送受信が同時に行われるため、通信帯域を音声とデータで使い分ける専用アダプターが必要となる。これはパソコン通信などに利用され

る「無手順」のデータ伝送方法により、三菱電機のカーナビソフトを用いて実現しているが、MONETの接続アダプターなどと比較すると音声通話機能を盛り込んだ分1万円近く高い。

サービスを利用できる携帯電話事業者がNTTドコモとツーカーグループ3社に限られていることも足かせといえるだろう。J-フォン九州、中国、東北、北海道、北陸、四国が出資企業に名を連ねていたが、日産自動車との資本関係が薄れたことで今のところ対応のめどがたっていない。

ただ、これについては、新規事業グループの三浦修一郎課長によれば、「IMT-2000で音声とデータを同時に流せるマルチコールが実現すれば、インフラ側における課題は解決の方向に向かう」という。

一方で、新たなビジネスモデルの可能性も出てきた。他の自動車会社のブランド名称で、コンパスリンクのサービス

