

ケータイWebの勝者は誰か!?[第1回]

PCでの成功モデルは通用しない

今後ますますケータイWebの世界は発展していくが、PCサービスの単なる「移植」では成功は望めない。では、ケータイWebの勝者の条件とは何なのか？ 今回から3回にわたり考察する。 文 砂川大（ロケーションバリュー代表取締役 CEO）

昨今メディアを騒がせてきたマイクロソフトによるヤフーの買収話は、結局、破談という結末を迎えることになった。そもそもこの争い、PCを動作させる上で鍵となってきたOSを支配することにより、長らくPC世界の盟主として君臨してきたマイクロソフトが、この数年で急速に台頭したグーグルへの対抗策としてヤフーを買収しようとしたことが発端だ。

グーグルは、すべてのことをネット上でやってしまうことでOSの呪縛を解き、マイクロソフトの力が及ばないところで一気に成長した。その成長のスピードをみれば、マイクロソフトが焦るのも無理はない。ハードやOSがコモディティ化しつつある中で、これからの主戦場はネットと捉え、そこでの覇権を争うマイクロソフトとグーグル。今後どんな展開になるのかと

でも楽しみだ。

だがそんなグーグルも、ケータイでは思ったほど利用が増えていない。いやグーグルに限らず、多くのネット企業がケータイでのビジネス展開でつまづいている。これはPCとケータイが、そもそもまったく違う機器であるという、ごく当たり前の前提条件を、これらのネット企業が忘れてしまっているからかもしれない。

ここでは、この「ごく当たり前の前提条件」の再検証と、この前提条件におけるネットの方向性、その中で企業戦略について考えてみたい。

ケータイは別世界

2006年5月に総務省が発表した通信利用動向調査の結果が、ネット業界に大きな衝撃を与えた。なぜなら、ケータイ電話によるネットの利用者の総数が、初めてPCからのネット利用者の総数を超えたからだ。ケータイでのネット利用はあくまでもおまけ程度と考えていた企業も、この統計のおかげで根本的に考え方を考えざるを得ない状況になった。

だが単純に利用者数がPCを上回ったからといって、同じようなネット世界が広がっていると推測するのは、あまりに短絡的だ。この統計はあくま

で利用者数というとても表面的な数字を示しているに過ぎず、実態としてどのように利用されているのかには一切言及していないのだ。利用実態は総合的に調査されているわけではないが、情報を拾い集めてみると、PCとケータイの違いが浮き彫りになる。その違いは大きく4つにまとめることができる。

1. デバイスの違い
2. 関係の違い
3. ユーザーの違い
4. コンテキストの違い

これらの違いが、ケータイでのネット利用文化を、PCとはまったく別のものにしていく。

「デバイス」の違い

機器としてケータイとPCを見比べれば、その違いは一目瞭然だ。

ケータイはそもそも持ち歩くことを前提に作られているので、画面が小さく、テンキーしかない。一方で120g程度と非常に軽量で、色や形のデザインも豊富だし、最近ではカメラ、赤外線通信、フェリカ、ワンセグテレビといった機能も当然のように装備している。よくみれば普通のPCよりもはるかに多くのハード機能がムダをそぎ落とした必要最小限の形で装備されている。

こうした機能は、ケータイ独自のネット利用方法を生み出した。例えばその手軽さゆえに、ブログへの写真

砂川大（すながわ・まさる）



近くにおいて今すぐ働ける人材をリアルタイムに探し短期バイトとして即時雇用できるサービス「おてつだいネットワークス」など、携帯電話を活用した位置情報ビジネスを開発・運営するベンチャー企業、ロケーションバリューの代表取締役CEO。1995年、三菱商事に入社後、2001年にハーバード・ビジネス・スクールに留学。卒業後、03年に米国の独立系ベンチャーキャピタル、Globespan Capital Partnersに入社し、04年に日本代表に就任。05年3月にロケーションバリューを創業し、現在に至る。