

Part1 携帯電話市場

ライフログ、ARで高度化加速

ネットワークの高速化により、AR技術を使った新サービスが可能になる。さらに、携帯電話だけでなく固定回線などと連携したFMCサービスも実現しそうだ。

文◎村上麻里子(本誌)

携帯電話市場は、コンシューマー市場の飽和、ネットワークの高速化とそれに伴うサービスのクラウド化、オープン化の進展と競争のグローバル化など、大きな転換点を迎えている。こうした要素を軸に、今後2年間で市場はどう変化していくのだろうか。パート1では、コンシューマー向けモバイルサービスの現状を踏まえたうえで、2年後について予測する。

パーソナル化が進むサービス

現在、携帯電話事業者がサービス

面で最も力を入れているのが、「パーソナル化」だ。

従来のサービスは、ユーザーが必要な情報を得るためにサイトを検索する「プル型」が中心だった。だが、市場の成熟化が進んだ現在、既存ユーザーの満足度を高めることの重要性は今まで以上に高まっており、その実現手段の1つとしてクローズアップされてきたのが、ユーザー個々人のニーズに応じて「プッシュ型」で情報提供するタイプのサービスである。その代表的な存在が、ドコモの「iコ

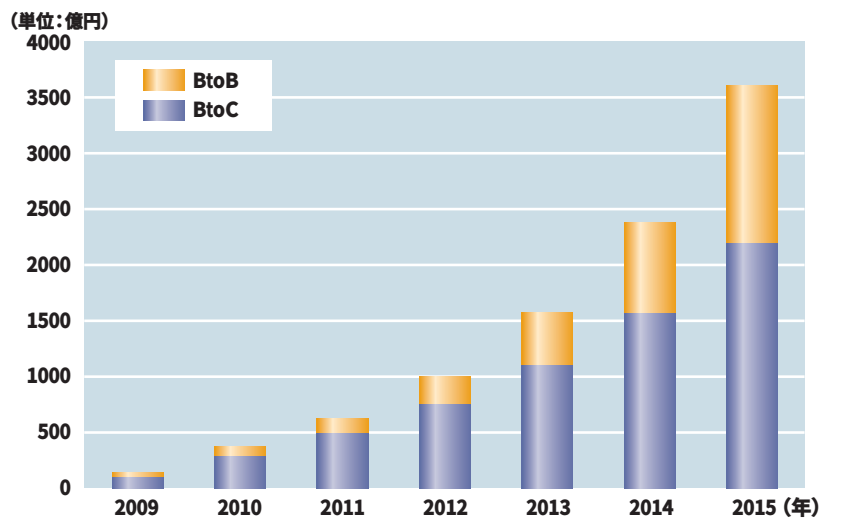
ンシェル」だ。

iコンシェルは、ユーザーの居住地やスケジュール、電話帳などのデータを基に、各自の生活エリアや趣味嗜好に合わせた情報を適切なタイミング・方法で届けるほか、スケジュールやトルカ(クーポン)を自動的に更新するというもの。2008年11月のサービス開始以来、好調が続いており、契約数は約5カ月で100万件を突破した。

auも、iコンシェルと同様のサービスとして「ケータイパートナー」のβ版を今年3月から提供している。待受画面上に表示されるキャラクターを通して、ユーザーの趣味嗜好や行動履歴に合わせた情報を配信するというものだ。

また、6月にテレビ朝日や朝日新聞社と開始したニュース配信サービス「EZニュースEX」も、パーソナル化の要素を取り入れている。これは一斉同時配信技術「BCMCSS(Broadcast/Multicast Services)」と、ブロードキャストSMS(Broadcast SMS)という一斉配信方式を用いて最短30分ごとに情報を配信するサービスだが、登録した利用路線の交通情報を最優先に知らせたり、登録した星座の占いが待受画面にアイコンで表示されるなど「ドコモのiコンシェルとiチャンネルを包含したようなイメー

図表1 携帯電話ベースのライフログ・ビジネス市場規模予測



出典:ROAグループ