

Part2 続々始動するAndroidビジネス

簡便に始めるクラウド

Androidを採用した新サービスは、すでにあちこちで産声を上げている。ここでは通信キャリア、ISP、端末メーカーの三者が準備を進めるAndroidビジネスの中身とその目的について検証する。

文 坪田弘樹(本誌)

NTT東日本

「第4の画面」で光ユーザー拡大

「これまでPCとテレビ向けに光サービスを提供してきたが、携帯電話も含めた『3スクリーン』以外のデバイスに向けて、新たなサービスを作ろうというのが出発点だった」

NTT東日本が2010年度上期の提供開始を予定する、Androidプラットフォームを採用した新たな「待受情報配信サービス」。その開発の背景を、ブロードバンドサービス部アライアンス推進担当光アプリケーション開発PTの相原朋子担当課長は、そう語る。

本サービスの全体像は図表4の通りだ。端末とアプリケーションの仕様を公開し、多様なコンテンツ事業者と端末メーカーが参入できる環境を

提供。コンテンツ事業者はNTT東日本のサーバーに「ウィジェット」を登録し、ユーザーはその“独自マーケット”から必要なものを選択してダウンロードできる。

コンテンツの更新情報や新着情報はプッシュ型で配信される。ウィジェット配信は無料・有料とも可能で(トライアル中は無料のみ)NTT東日本が課金・回収を代行する。

昨年12月から開始されたフィールドトライアル(3月末まで)は、デジタルフォトフレーム型端末「光iフレーム」を使って実施している。7インチのタッチパネル式ディスプレイと無線LAN、バッテリーを搭載し、電源を入れてWiFiの設定(WPSで自動設定が可能)を行うだけで使用できる。これが本サービスにおける第一弾の端末となるが、商用サービス開始時には、コンテンツ提供企業のオリジナル端末の製作も検討されている。

なお、コンテンツについては、トライアルスタート時点でニュース・天気、レシピ、グルメ・地域情報、通販



ブロードバンドサービス部アライアンス推進担当光アプリケーション開発PTの相原朋子担当課長

などが8社から提供されている。

“最適解”はAndroid

PCとテレビの前だけでなく、寝室でもキッチンでもどこでも情報が受け取れて、かつ誰でも簡単に使える端末へ生活に密着した情報を届ける

。このコンセプトを実現するためには「端末とコンテンツが密に結び付くこと。そして、幅広い利用シーンで使える、つまり『端末の広がり』が期待できて、かつコンテンツ事業者が参入しやすい環境とすることが重要だった(相原氏)。

それで選ばれたのがAndroidというわけである。ライセンスフリーであるため端末製造コストが抑えられ、さまざまな家電への搭載も予想され



手軽にインターネットサービスを使うためのWebタブレットとしても魅力は大きい