

動き始めた3G携帯電話 急上昇FOMAを追うWIN

第3世代携帯電話の風向きが変わってきた。人々が当たり前
に利用する本格普及段階に入ってきたのに伴い、各キャリア
のサービス・端末競争に一層の拍車がかかってきた。

第3世代(3G)携帯電話市場に変化が出てきた。象徴的なのが、9月に相次いで達成されたNTTドコモ「FOMA」の100万加入とKDDI/au「CDMA2000 1x」の1000万加入だ。2001年12月のサービス開始以来伸び悩んでいたFOMAもいよいよ普及期に入ったと認識しており、中間決算時には当初の目標146万加入を200万に上方修正している。キャリアが3Gへの移行を急ぐ背景には、下落傾向の続く音声ARPU(Average monthly Revenue Per Unit、1契約当たり月間平均収入)に代わるデータARPUを拡大する必要に迫られていることがある。実際、現状の収益水準を維持するために

は音声・データ比率を2005年に5:5、2010年には3:7にまでもっていかなくてはならないと試算する声も業界内ではあがっている。より多くのマルチメディア機能を有し、データ通信分野での拡大を図ることができる3Gに対するキャリアの期待が高いのも頷けることだ。

3Gの現在のトレンドを見ると、昨期までの立ち上げ段階から一歩進み、本格的な普及と競争が進む「セカンドステージ」に突入したといえるだろう。そんな中、NTTドコモでは、名実ともにフラッグシップとなるFOMA端末を来年初に投入することを決めており、新端末の商品力を武器に既存PDCユーザーのFOMA

への巻き取りを一気に進めていく。KDDI/auでは、CDMA2000 1x EV-DO方式を核に、定額制パケット通信サービス「EZフラット」を導入した「CDMA 1X WIN(ウィン)」を立ち上げるなど、累計シェア30%の獲得に向け攻勢を強めている。一方のボーダフォンでも、世界企業であるグローバル性を生かし、インフラ、端末、サービスの各面でスケールメリットを出していく考え。各キャリアの3G拡大に向けた“次の一手”を試みる。

定額制導入のインパクト

セカンドステージに向けて先手を打ったのがKDDI/au。KDDIでは

当初、cdmaOneからのスムーズな移行を図るため、サービスの連続性を訴求する観点から「3G」を強調するプロモーションをしてこなかった経緯がある。その戦略が効を奏し順調に切り替えが進み、今年5月に両者の加入者数が逆転、10月現在ではcdmaOne約500万に対し、CDMA2000 1x約1000万となった。端末の普及に合わせ、第3世代サービスでの差別化やシェアナンバーワンを積極的にうたうなどプロモーション展開に変化が生じてきた。

新たな流れの真骨頂といえるのが、11月28日にサービスを開始するCDMA 1X WINだ。これに合わせ、携帯電話では初となる定額制パケット通信サービス「EZフラット」を導入する。月額4200円で、EZweb、EZメールが使い放題になる画期的なサービスだ。また、ピークレートで2.4Mbpsの高速データ通信が可能なCDMA2000 1x EV-DO方式を採用、価格・性能の両面をアピールしている。サービスそのものは、cdmaOne、CDMA2000 1x、EV-DOのいずれのネットワークでも利用できるため全国一斉のスタートが可能になった。このうちEV-DOインフラについては、サービス開始当初は東名阪のみ人口カバー率70%程度となり、2004年3月までに全国主要都市に拡大し、2004年9月には90%にまで引き上げる予定だ。

限りある資源である電波を利用す

る携帯電話では、1ユーザーが独占する恐れがある定額制の導入は難しい。これに対し、CDMA 1X WINでは、端末そのものの制約、コンテンツ容量の制約、夜間使用などトラフィック分散を工夫することで、ネットワークに負担をかけないシステムを構築することに成功した。

の端末そのものの制約性は、EZフラットは携帯電話単体で利用するEZweb、EZメールのみに適用され、PCに接続した場合やカード型端末で利用される場合は適用されない。

のコンテンツ容量については最大でEZチャンネル3MB、EZムービー1.5MBとシステム上の制約をかけている。では大容量のEZチャンネルを通信の少ない深夜・早朝に配信することでトラフィックの集中を防ぐ。

「まず他キャリアを含めたパケット通信のヘビーユーザーを取り込み、それを軸に利用者の裾野を広げていきます」とau事業本部・事業企画本部の重野卓1xEV-DO推進室長はマーケット戦略の一端を明かす。1000万人以上いるという毎月4000円以上のパケット通信料金を払っているヘビーユーザーについて、定額制を武器に囲い込んでいくというのだ。さらに期待しているのが、“少しずつの利用を積み重ねたい”ユーザー層の獲得。固定系のADSLでも、すべてのユーザーが長時間ネットワークを利用しているわけではなく、

定額制により料金面での心理的な障壁がなくなり、安心してネットサーフィンなどを楽しむようになったことが爆発的に普及した要因の1つといわれている。携帯電話でも同様のユーザー層にうまく訴求することができれば、爆発的なヒットを狙える可能性を秘めている。

“放送”ライクな新ジャンル創出

CDMA 1X WINでは導入に合わせ、サービス・コンテンツの充実も図っている。EZチャンネルでは最大3MBという大容量ファイルの受信が可能になり、3分以上の動画などこれまでの常識を超えたリッチコンテンツの提供が可能になる。利用方法では従来のWebブラウジング型サービスと違った、事前予約をすることで深夜・早朝にコンテンツが配信される仕組みにした。ここで狙うのは「受動的ユーザー」。Webブラウジングを行うユーザーは積極的な意思のもと行動をしているのに対して、テレビやラジオなどを好む受動的に情報を得たいユーザーも多数存在しており、そういった層にEZチャンネルを訴求していく。このため、コンテンツについてもあえて「番組」と呼び、情報配信やEラーニングなどさまざまな



3キャリアとも3G独自のサービスを訴求する魅力的な端末を投入

CDMA2000 1xEV-DO

CDMA2000規格の1つで、米クアルコムが「HDR(High Data Rate)技術」を開発された。平均600kbpsの無線高速データ通信方式。EV-DOは、Evolution-Data Onlyという意味で、データ通信のみに特化している