



▼ 記事カテゴリー PC View > Net Business

- ≡ セキュリティー
- ≡ ネットワーク
- ≡ モバイル
- ≡ アウトソーシング
- ≡ ネットビジネス
- ≡ ソリューション
- ≡ プロダクト

▼ PC View メール

毎週金曜日、PC Viewの特集記事の更新に合わせて、1週間の更新情報をテキストメールでお届けします。購読料はもちろん無料。お申し込みの前に会員登録、顧客情報保護方針をご覧ください。(メールアドレスは半角でご記入ください。)

登録メールアドレス

規約に同意して送信

アドレス変更
配信停止

▼ 用語解説

知りたい用語を入力して検索ボタンをクリックしてください。

 検索

または、知りたい用語の頭文字をクリックしてください。

- 0~9 ABC DEF
- GHI JKL MNO
- PQR STU VWX
- YZ あ行 か行
- さ行 た行 な行
- は行 ま行 や行
- ら行 わ行



【サクセスストーリー】NTTドコモ(3/4)

92年7月から本格的に営業を開始したドコモであるが、この時点での期費用は保証金10万円、新規加入料4万5800円、機器レンタル料を自線使用料1万7000円が必要であり、お世辞にもコストパフォーマンスかとはいえなかった。

設立年度の売り上げが前年度を下回る分かっている会社を任された大星は「なぜ売れないのかを考えていくうちに、移動通信は大変な宝の山で、それを掘り起こし、消費者に気づいてもらうように自社の舵取りをした」と後に述べている。具体的には、携帯電話の魅力を手軽に味わえるサービスを行えば、この市場は大化けするということだ。そして、93年10月の保証金10万円の廃止、94年には機器レンタル制を売り切り制(お買い上げ制度)への変更、95年からは新規加入料の半額に始まる各種料金の値下げ、とたたみかけるように「宝の山」の掘り起こし、ドコモの「舵」を消費者向けにきっている。その結果として、契約数は、93年132万台、94年220万台、95年490万台とうなぎ登りに増加した。97年2月には、ドコモ自身が10年はかかる一と予測していた契約数1000万台を突破し、ドコモグループ全体で売り上げ2兆円を達成した。「5年で2兆円企業」ドコモは、3年後を追い抜く市場にするというメッセージをNTTに送ったのであろうか。

iモードの投入による驚異の成長

99年2月22日、ドコモは「iモード」サービスを開始した。iモードとは携帯電話に接続し、その豊富なコンテンツを利用できるサービス(ドコモは携帯電話を会話だけの電話機から、音声以外の情報の受発信が報端末に変えてしまった。サービス開始1年後の2000年2月、iモードは万台を突破し、4月17日現在で約611万台に達している。この数字は、サービス・プロバイダー(ISP)では日本最大とされるアット・ニフティ(@nifty)数が2000年3月時点で約370万人だったことを考えると、驚異的な加入あり、ドコモは1年程度で日本最大のISPになったのだ。

iモードで提供されるコンテンツは、モバイルバンキング、トラベル予約、iモードメールが主になっており、いずれも、ホームページを使ったやメールのやり取りだ。この状況は、89年に数字が表示されるポケット

NCG
ニュー・コモ
Common Ce
に電気通信
れて新規参
気通信事業
グループに
呼ばれる。E
京セラを大
電電(DDI)、
株主とする
日本道路公団
日本高速通
た。その後、
はKDDに買
10月にはKE
動通信も含
定だ。

なった直後から、ビジネスシーンだけではなく、女子高校生が暇つぶし
 合わせで挨拶をかわしていた「ベル友」現象がさらに発展したものと考
 事があるから連絡をするわけではなく、なんとなく使ってしまう、それか
 であり、インターネットとシームレスにつながるために制限は設けられ
 を意識したサービスとして始まったiモードも、年齢・性別にあった各種
 供されるようになり、さらに契約台数を伸ばしていった。

99年6月、ドコモは日本国内人口カバー率ほぼ100%を達成した。サ
 初から一貫して、他社の携帯電話に比べつながりやすいという印象は
 くあり、それを約7年間で名実ともに100%までにした。この100%とい
 ても離島にいてもドコモの携帯電話であれば日本国内どこへでも通話
 ということだが、果たしてそこまで設備投資は必要なのだろうか。これ
 い」とばかりにNTTから投げ出されたドコモが、5年間で売り上げ2兆円
 いて、固定電話契約数を上回る携帯電話・PHS市場を牽引してきたド
 よる「NTTへの意趣返し」としか考えられない設備投資だ。しかしそう
 はなく、人口カバー率100%によって、携帯電話がつながる地域を固定
 上にまで広げたことによって、携帯電話市場にいつその弾みをつけ
 ないだろう。

- * NTT ドコモ
- * スケープゴートで誕生したドコモ
- * 躍進するドコモ
- * 一貫したブランドを続けるドコモ

<p>クリック1つでおこづかい！</p> <p>Bit Parade[®]</p> <p>http://www.bitparade.ne.jp</p> <p>良質なメール専用ブラウザシステム</p>	<p>Cisco SYSTEMS Cisco Gold Cer 認定記念キャンベ</p>
<p>WebARENA Solo</p> <p>キャンペーン実施中!</p> <p>基本サービスの 初期料金無料!</p> <p>基本サービスの 初月月額料金無料!</p>	<p>WebARENA 40以上</p> <p>Suite 2 安心とお</p>
<p>導入費用 完全無料 大作戦!</p> <p>Infosphere IP 専用線接続サービス</p>	<p>最大50.0</p> <p>SuperEBN 初期費用割引</p> <p>SuperEBN 3GBサービス</p>

2002年3月15日(金)

<IT見本市>ドイツ・ハノーバーで開幕 iモードが欧州上陸

約8000社が出展する世界最大のIT(情報技術)見本市「CeBIT」(国際事務情報通信見本市)が13日、ドイツ・ハノーバーで始まった。日本関連の大きな話題はiモードの欧州上陸。3年で3000万人を獲得したNTTドコモの成功物語が、欧州で再現されるかどうかに関心が集まっている。

「かわいい娘を嫁に出した気分って、こういう感じなんでしょうね」。iモード産みの親、夏野剛NTTドコモiモード企画部長は、感慨をこう表現した。16日、ドイツの携帯電話会社Eプラスが、国内約1000カ店で、iモード対応のNEC製端末を発売するのを皮切りに、Eプラスを傘下に置くオランダKPNが4月以降、オランダとベルギーで相次いでサービスを開始する。

欧州の携帯は、どの国でも同じ端末を使えるが、端末機能は日本より大幅に遅れ、カラー液晶画面がようやく今年から出回る状況。技術的には可能だが、インターネット接続はほとんど利用がない。ネットで広く採用されているプログラム言語とは違う独自言語を導入したため、コンテンツ(情報内容)が充実せず、魅力に乏しいせいで、欠点をカバーする新技術を開発中だが、そのスキをiモードがつく。

ドコモの夏野氏は「iモードに対抗できるものは欧州にない。必ず大ブレイクし、欧州は日本を追いかける」と自信満々だが、「iモードの優位性はせいぜい1年程度で、日本のような成功はない」(クレディスイス・ファーストボストン)という懐疑派もいる。CeBITでiモードを体験したC・ワイヘルトさん(19)は「契約を考えているが、提供会社が1社だけなのでどの程度成功するか」と慎重で、20代のカップルも「便利だが、利用料金が高いね」と前向きではない。

iモードが失敗すれば、ドコモがKPNなどへ投資した約5000億円はムダになり、経営が揺らぐ可能性もある。一方、成功すれば、欧州の携帯事情を一変させる。欧州版iモードの成否は各方面の注目の的だ。

iモードサービスをドイツで始めるEプラスの最高経営責任者ウヴェ・バークハイム氏に展望など聞いた。【ハノーバー 福本容子】

——成功しますか？

◆日本でのヒットがドイツで再現されると確信している。現在、国内の携帯電話はほぼ全て音声によるもので、iモードは今まで欧州になかった全く新しいサービスだ。必ず受け入れられると楽観している。

——契約者数の目標は？

◆最初の12カ月で40万～60万件の契約を見込んでいる。この期間が勝負だ。ここでうまくいけば、一気にはずみがつくだけでなく、(動画の送受信も可能になる)第3世代携帯への重要なステップとなる。iモードは第3世代携帯の試金石だ。IT不況を脱するエネルギーにもなる。

——iモードによって得られる情報の中身が重要だと言われています。

◆すでに60社以上の情報提供会社が契約してくれた。日に日に増えている状況だ。内容にも満足している。これからドイツの人たちはどこからでも携帯を使って買い物ができるし、電車の時刻表を見て切符の予約もできるようになる。個人的には、花を注文するサービスが気に入っている。

——不安はない？

◆ない。ただ成功のカギとなるのは、iモードを利用して得る情報が無料ではないということをドイツの利用者に理解してもらうことだ。

Forwarded by p-labo.com

<< 戻る

[pvranking](#)に参加しよう！

Copyright (C) 2000-2002 p-labo.com All Rights Reserved

★このサイトの無断転載を禁ず★

このサイトは、Internet Explorer 5.0以上を対象にデザインされています。

ケータイ Watch

最新ニュースIndex

【2004/03/02】

- NTTドコモ端末売れ筋ランキング・関西(2月23日~2月29日)
[14:04]
- NTTドコモ端末売れ筋ランキング・東京(2月19日~2月25日)
[14:04]
- コナミ、敵艦「ビッグコア」を操るシューティングゲーム
[13:55]

【2004/03/01】

- ヤフー、パソコンから着メロを検索・試聴できる「Yahoo!着メロ」
[20:54]
- ボーダフォン、「V601N」に新色「ポーラホワイト」追加
[19:44]
- NTTデータ、iモードでクレジットカードの優待サービスを確認可能に
[19:29]
- 凸版印刷、携帯向け英検学習サービス
[19:00]
- ボーダフォン、「MTV VMAJ 2004」の招待券などプレゼント
[18:15]
- au、Bluetooth対応でAV機能搭載の「A5504T」
[18:08]
- 朝日新聞社、携帯向けに救急病院・休日夜間診療所の検索サービス
[17:48]

【NETWORLD+INTEROP 2002 TOKYO】 ドコモ大星氏基調講演レポート

幕張メッセで開催されているネットワーク関連のイベント「NETWORLD+INTEROP 2002 TOKYO」だが、最終日となる7月5日、NTTドコモ 前代表取締役会長・現相談役の大星公二氏が登場。「モバイル・ブロードバンド・ユビキタスと情報ルネッサンス」と題した基調講演を行なった。

もはやモシモシハイハイで売れる時代ではない

講演の前半部分は、NTTドコモ創業となる1992年からiモードのヒットまでの同氏が描いた経営戦略を、後半部分はモバイル・ユビキタスが呼び起こす社会変革についてそれぞれ述べられた。



NTTドコモ 前代表取締役会長・
現相談役の大星公二氏

冒頭、大星氏は日本の深刻な経済状況について触れ、「小泉さんではなく、我々企業家がもっとがんばらねばならない」として、IT業界が日本経済の生命線であること、まだまだ日本はIT分野で遅れていることを指摘。IT関連の株価が下落している現状についても触れ、「投資家による過剰投資が原因で起こった株価下落で、IT自身となんらかかわりがない」と述べた。さらに、アメリカの過去10年の好況もIT業界が作ったことを強調。今後もITが経済に与える影響は大きいだろうと予測した。

大星氏は、ドコモがNTTの子会社としてスタートを切った1992年当時の話から、iモードに至る1999年までの経緯を述べた。同氏が講演中で再三強調していたのは、「市場の成熟とともに、需要はより知識・情報・癒しといった目に見えないものになる」ということだ。

同氏によれば、「モノが充足した成熟した社会では、人々の欲求が高度化し、“精神のリッチ”を求められるようになる」と述べ、人間の行動範囲が広がり、時間の隙間もできるので、コミュニケーションやナレッジ、エンターテイメントといったモノではない、いわばコンテンツに需要が集まるのだという。その変化

をいち早く捉え、iモードという製品にしたことが現在のドコモの成功を形成しているのだという考えを示した。

また、ソニーの出井伸之会長と「(消費者は)ウォークマンを買ってるのではなく音楽を、プレイステーションではなくゲームソフトを買ってるんだよね」と話し合ったというエピソードを披露し、「電話も同じ。モシモシハイハイでは売れない」とiモードの話題を結論づけた。

ユビキタスの核は動画

この後、モバイル・ブロードバンド社会、ユビキタス社会と呼ばれるものの見通しについて話題は移された。同氏によれば今後もっとも重要なトピックスは高精細な動画の送受信だという。その理由について同氏は「動画はテキストや静止画よりリアリティがあるため、個人のコミュニケーションだけでなく、ビジネスもより“Face2Face”になり、社会は大きく変革を遂げるだろう」と述べている。

また、技術的な部分にも触れ、Bluetoothや無線LANを搭載し、家庭に入る多くの情報を一括して取り扱うホームサーバーや、消費者同士がやりとりを行なうP2P技術、動くすべてのモノにIPを付与できるIPv6などが今後重要な要素になるとの予測を述べたほか、4Gについても、「4Gは2010年と言われているが、それでは遅すぎる。2007年くらいに前倒しできるよう研究所の連中には言っている」と語った。

これらの技術によってもたらされるユビキタス社会についても、「情報のバリア・フリーが訪れる。中世において、一部の権力者が情報を握っていたが、ゲーテンベルクの活版印刷によって変わったように、同じ現象が起こるだろう」と“ルネッサンス”の再来を宣言した。

また、「知識や情報は双方向になり、すべての人が消費者であり、生産者であるような時代で、“個”の能力が最大限に発揮される社会になっていくだろう」という見通しを語った。ビジネスについても、「大量生産は、賃金の安い中国に流れて空洞化を迎えている。知的付加価値の高いものを生み出して生産性を上げるしかない」とし、「個人の力がものをいうベンチャーやSOHOの時代になる。知的かつ創造的な高付加価値のイノベーションで経済を立て直さなくては」と述べた。

最後に同氏は、「うちの夏野(iモード事業本部 iモード企画部長 夏野剛氏)も大きな会社を辞め、ベンチャーをやり、そしてiモードを作ったが、これからは

自分の知的満足感を得るために、やりたいことができる会社で働くべき。会社がつまらなかつたらさっさとやめろと若い人たちに言いたい。トラディショナルカンパニーのオールドボーイズたちとつきあっているてはいけない。これからの日本のために是非がんばってほしい」と若者を激励する言葉で会場を沸かせ、講演を締めくくった。

- ・ NETWORLD+INTEROP 2002 TOKYO
<http://www.interop.jp/>
- ・ NTTドコモ
<http://www.nttdocomo.co.jp/>

(伊藤 大地)
2002/07/05 18:54

ケータイ Watchホームページ

ケータイWatch編集部 k-tai@impress.co.jp
Copyright (c) 2002 Impress Corporation All rights reserved.

NTTドコモの問題は、2003年の日本が抱えている問題でもあります(前編)
(2003.1.3 ブルームバーグより)
ウィリアム・ペザック・ジュニア

東京発…日本のNTTドコモの代表取締役である立川敬二氏は、以前はほめそやされていたのですが、最近では本当につらい日々をすごしています。ほんの二年ほど前、当時63歳の立川氏は、携帯電話業界のトップに君臨しておりました。氏は、海外進出によって、NTTドコモを世界のリーダーにしたのです。

しかし、二年後は、何という違いなのでしょう。立川氏は、ドコモの株価が2002年に急に29%も下がった理由の釈明におわれています。この12ヶ月の間にアジア、米国、ヨーロッパにばらまいた、海外資産156億ドル(約1兆8700億円)の80%の損失処理を強いられたのでした。

立川氏の抱えている本当のジレンマは、何年もの間すばらしい成長を続けてきたドコモという会社のことを、普通の会社であると説明しなければならない点にあります。2000年当時、日本の内外を問わず、ドコモは、誰にも止められないほどの力を持つ、飽くなきイノベーターと見られてきました。世界中の経営者達は、ドコモの成功にあやかるとともに、その一挙手一投足に注目していましたが、今や、ドコモは、自分自身の立て直しにやっきとなっています。

もし、ドコモの話に聞き覚えがあると感じるならば、それはドコモの成長と失敗の話が、そのまま日本経済の成長と失敗の縮図となっているからです。ドコモの株価が回復するかどうか、あるいはいつごろ回復するのかについて、疑問に思っている投資家は、日本そのものの浮沈に注目している方が賢いかもしれません。つまり、類似点に注目していることが有効、ということです。しかし、ひとつだけ注目すべき重要な相違点があります。それは、「負債」に関してです。

負債の違い

ドコモの財政状態がかなり健全なのに対して、日本株式会社は、負債を山ほど抱えています。ドコモの負債額は、年度末の3月時点で11億ドル(約1,320億円)であり、ドイツテレコムAG社の負債額63.7億ドル(約7,640億円)の六分の一でしたが、それでもなお、ドコモの抱えている問題は、日本の抱えている問題を反映したものとなっています。

第一に、ちょうど90年代の日本経済と同じように、ドコモが、急激な拡大路線から、安定成長路線に転換しようと取り組んでいる点です。

たとえば、戦後の長い間、日本政府は莫大な公共事業を推し進め、企業は高品質の製品を大量に生産してきました。そのため、経済成長率は急上昇したのですが、80年代後半に経済成長がピークを迎えた時、日本株式会社は、過去何十年間に渡ってうまく機能してきた経済モデルが完全に失敗するのを見て、呆然としたわけです。

ドコモも、日本株式会社と同じ壁にぶち当たりました。海外投資損失の穴埋めに、上半期の収益の95%をつぎ込んだのです。さらに、高速通信サービスの加入者目標値を、三分の一以下に縮小しました。

過去何年にもわたって、ドコモは消費者の需要に応えるための高速電話サービスを怠ってきました。そのため、ごく最近では新規加入者はますます減少しています。

また、以前には他社の羨望の的だった携帯電話も、魅力を失いつつあります。ドコモも、日本と同じように、低成長の経済環境に適合したうえで、利益を上げることが学ぶ必要があるのです。

(前編了)

原文はこちらです:

http://quote.bloomberg.com/fgcgi.cgi?ptitle=William%20Pesek%20Jr.&touch=1&s1=pesek&tp=ad_topright_bbco&T=markets_fgcgi_content99.ht&s2=ad_right1_bbco&bt=ad_bottom_bbco&s=AphSs0xSbTIRUIERv

[Back](#)

NTTドコモの問題は、2003年の日本が抱えている問題でもあります(後編)
(2003.1.3 ブルームバーグより)
ウィリアム・ペザック・ジュニア

国内のライバル各社

二つ目として、ドコモのような高級なイメージを持つ会社にとって、低価格競争で勝負するような会社と張り合うことは、端(はな)からしんどいものであったということです。KDDI、J-フォンといった国内ライバル会社が、市場に食い込んできています。失業率が高まっている状況では、機械には目がない消費者でさえ、ドコモの新しい携帯電話を買うことを躊躇しています。安い労働力と高度な生産力で、日本経済に激しい攻勢をかけている中国のやり方と同じような力が、ドコモにも作用しているのです。

三つ目には、三星電気のような、国際市場におけるライバル会社が、技術開発に巨額の資金を投入しているのに対して、厳しい状況が続いているドコモは、設備投資を削減せざるを得なかったことがあげられます。日本の他の産業も同様の状況です。高い人件費のおかげで、日本経済がアジアにおける競争力を失っているため、結果的に生産性も上がらないのです。

四つ目は、ドコモの将来見通しが、国際経済の状況に大きく依存したものであるという点です。ドコモは、もはや日本国内では急成長が望めないため、海外市場に活路を見出そうとしています。輸出依存型の日本経済も同様なのです。世界経済が立ち直らないかぎり、日本経済はもとに戻らないでしょう。

五つ目として、ドコモが死に物狂いで加入者を引き留めようとしている点です。かつてドコモは、700億ドル(約8兆4千億円)といわれた携帯電話市場の70%を支配していましたが、02年の11月には58.3%まで低下しました。

必要とされる抜本的な対策

ドコモの運勢が逆転した様子は、まるで投資家の心を引きつけようと努力している日本の姿を鏡で見ているようです。70年代、80年代において、成長を続ける日本経済は、外資を引きつける磁石のようでしたが、今日では、日経225採用銘柄の株を買うのは、ほぼ国内の投資家に限られています。当然のように、かつては日本に流れ込んでいた資本は、中国に流れつつあります。

これから先、どういうことになるのでしょうか。遠い将来、ドコモは、皮肉にも負債が少ないという主たる理由で、日本経済よりもましな立場にいるのかもしれませんが。銀行が、およそ4300億ドル(約51兆6千億円)の不良債権で傾きつつある一方で、日本の抱える公債は、国家経済の1.4倍に達しようとしています。ドコモのバランスシートの方が、はるかに柔軟な対応が可能です。

成功するとすれば、それは、ドコモが避けようとしてきた手段、すなわち大幅値下げを実施した時です。

値下げするという事は、競争相手よりも高い料金を自由に設定できた会社がおちぶれたことを意味する、と立川氏が考えている限り、氏には、他に打つ手はありません。ドコモ製品の品質と革新性に対する評価はさておき、会社のブランドをどんなに云々するよりも、世界的なデフレの方が、ずっとリスクは大きいのです。

しかしながら、日本経済と同じく、問題は、立川氏が活気(=buzz: 電話のなる音)を失った会社をいかに早く改革することができるかです。(電話急げ)

(後編了)

原文はこちらです:

http://quote.bloomberg.com/fgcgi.cgi?ptitle=William%20Pesek%20Jr.&touch=1&s1=pesek&tp=ad_topright_bbco&T=markets_fgcgi_content99.ht&s2=ad_right1_bbco&bt=ad_bottom_bbco&s=APhSs0xSbTIRUIERv

[Back](#)