著者より

「ケータイビジネスを革新する技術 BREW」は私がインプレスから 2004 年に刊行した書籍です。

この度、本書の執筆に多大な協力を戴いた KDDI 社の田中孝司さんが会長、高橋誠さんが社長に就任されることに合わせて、当時は本部長だったお二人のインタビュー部分である第 5 章零稿を公開することにしました。

本書を世に出してから 14 年が経過し、技術の激しい浮き沈みの中で、本書も海中の泡のごとき状態であり、過去の技術の仇花的な存在として消えていったことは否定できません。数年前、編集者に電子書籍化を打診しましたが、読者が得られないと思われたためか見事にスルーされてしまいました。

とはいえ、携帯アプリ勃興期の業界の中心で活躍し、現在そのトップに立つ方たちが、当時考えていたことを、誰でも読めるようにしておくことは、この本を執筆する機会に恵まれた作家の責任かもしれないと思います。

どなたかに貢献するものになりますことを。

2018 年 2 月

平野正喜　拝

※ 次ページ以降の記述は全て 2004 年当時のものです。敢えて手を加えていません。

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

第５章　ＢＲＥＷの仕掛人とチャレンジャー

すでに何度か述べた通り、日本におけるＢＲＥＷの普及やアプリ開発の推進役を買って出ているのはＫＤＤＩであり、時には、ＢＲＥＷの生みの親であるクアルコムよりも頻繁かつ強力なメッセージを出している印象がある。

ということで、そんなＫＤＤＩにおけるＢＲＥＷ推進のキーパーソンに登場いただこう。今回、インタビューに応じてくれた２人は、どちらもＫＤＤＩの執行役員であり、本部長職にあるが、１人は「ＢＲＥＷアプリの仕掛け人」であり、もう一人は「ビジネスソリューションのチャレンジャー」だと言われている。「仕掛け人」こと高橋氏には、ＢＲＥＷとＫＤＤＩの関わり全般について、「チャレンジャー」こと田中氏には、テーマをビジネスソリューションに絞って、その現状と将来像を述べてもらった。

1. ＢＲＥＷアプリの仕掛け人（ＫＤＤＩ・高橋本部長）

【プロフィール挿入・カコミで横組】

**********ここから**********

【写真】高橋 誠（たかはし まこと）氏
KDDI(株) 執行役員・ソリューション事業本部・コンテンツ本部長

1984 年、横浜国立大学工学部卒業後、第二電電(DDI:後の KDDI)に入社。1996 年、DDI 技術本部技術企画部担当部長。98 年、移動体通信本部商品企画部担当部長。2000 年 10 月、KDDI の発足に伴い、au 商品企画部モバイルインターネットグループリーダーに就任。2001 年 6 月、au 商品企画本部インターネットビジネス部長。2002 年 3 月、ソリューション事業本部コンテンツビジネス部長に就任。その後、執行役員となる。

**********ここまで**********

どんな技術であっても、大きく普及し進化する為には、その黎明期にパワフルでフットワークの軽い、しかも、楽観主義者のキーパーソンが必要だという。ＢＲＥＷの場合も同様で、クアルコム日本法人の松本社長は、キーパーソンの一人としてＫＤＤＩの執行役員である高橋誠氏の名前を挙げた。

高橋氏はＢＲＥＷアプリの仕掛け人であり、２００２年７月に開催された展示会「ＷＩＲＥＬＥＳＳ ＪＡＰＡＮ　２００２」のパネルディスカッション「モバイルビジネスの成長戦略を展望する」で、ＫＤ

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

ＤＩを代表して登壇したほか、同年８月の「ｍｏｂｉｄｅｃ　２００２」、11 月の「モバイル・コンテンツ・フォーラム」、翌２００３年の「ＷＩＲＥＬＥＳＳ　ＪＡＰＡＮ　２００３」、「ｍｏｂｉｄｅｃ　２００２」、「ＷＰＣ　ＥＸＰＯ」など、多くの展示会、セミナーなどにおいて情報を発信してきた。また、ＫＤＤＩが特別協賛したＢＲＥＷ　ＪＡＰＡＮ　ＳＥＭＩＮＡＲ　２００３（５月開催）にも参加し、その開催によせて「（ＢＲＥＷは）最も便利で、魅力的で、堅実なデータサービスを加入者に提供できる」というキャッチフレーズと共に、セミナーから革新的なアプリケーションが数多く開発され、世界中のＢＲＥＷ提供会社に採用されることを期待しているとのメッセージを送ったエヴァンジェリスト（伝道師の役目を果たすキーパーソン）でもある。

ＢＲＥＷアプリの仕掛け人と呼ばれる高橋氏に、ＢＲＥＷとの出会いから、ＫＤＤＩのコンテンツ戦略、ＢＲＥＷアプリの海外進出まで、多方面に渡るテーマに関して聞いた。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
ＢＲＥＷ事始（ことはじめ）
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　ＢＲＥＷの第一印象はどうでしたか？

（２０００年から２００１年頃ということで）Ｊａｖａによるアプリが始まるか始まったかという時期でしたので、本音で言うと、中途半端な印象がありました。ただ、クアルコムがチップだけでなく、その上で動くＯＳを提供するというのは非常に興味深く感じました。

しかし、日本ではケータイ上での各種のサービスが、課金まで含めて既にかなり進んでいましたので、若干、物足りなさを感じたのも事実です。ＢＲＥＷをこの環境にどうやって入れていくのか、大変そうだなという印象でしたし、かなりブラッシュアップ（磨き上げ）が必要だなと感じました。当時のＢＲＥＷはシンプルなゲームくらいなら十分いけると思いましたが、日本では、当時すでに、Ｊａｖａのケータイ環境向けのカスタマイズが進んでいましたので、ＢＲＥＷを採用するためには、かなり手を入れてもらう必要があると考えたわけです。

－　２００２年のＢＲＥＷバージョン２には、高橋さんもリクエストを出したわけですね？

２００２年３月に発表したＢＲＥＷ対応国内１号機であるＣ３００３Ｐ（松下通信工業＝現在のパナソニックモバイルコミュニケーションズ製）は、アプリのダウンロードができないプリセット型だったのですが、当時のＢＲＥＷの機能では、そのままで、ダウンロード型を出すわけにはいかないと感じました。ＫＤＤＩがＪａｖａアプリを既にサービスしていたということもあります。そこで、日本の市場に合わせたＡＰＩの追加を要求しました。ゲームメーカにも、どういうＡＰＩが必要かのヒアリングをして、

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

進めていきました。

そして、やっとバージョン２．０が出たのですが、こちらのリクエストが全て実現されたわけではありません。また、全て実現するわけにはいかないだろうとも思っていました。やり過ぎてしまうと、世界標準にならなくなるからです。ケータイＪａｖａがそうなってしまっていますが、日本独自のことをやりすぎた結果、広がりが持てなくなってしまうことは避けようと。やはり「落とし所」が肝心でした。

－　米国のメーカーであるクアルコムに対して、日本のＫＤＤＩからのリクエストは最初から重要視して貰えましたか？

最初はきびしかったですね。当時、クアルコムのＣＤＭＡにおける日本の市場規模は大きくはありませんでしたから、日本のＫＤＤＩの為だけに、とはいかなかったのでしょう。しかし、日本はケータイ先進国ですから、話をしていくうちに、こちらのリクエストの重要性に気づいてもらえました。クアルコムの日本法人に間に入ってもらいつつ、粘り強く進めていったわけです。

＝＝＝

もう一つの要因は課金方法の多様さだと思います。月額だけ、ＰＰＶだけではなく、併用もできます。例えば、ゲームアプリの場合、一律の課金では「やってられない」でしょう。そして、逆に「３０円アプリキャンペーン」を仕掛けたりすることで、どんどん利用してもらうことも大事です。キャンペーンは、コンテンツプロバイダにとっては、注目を集める機会ですから、積極的に参加してくれています。そして、２００３年のＣＤＭＡ1Ｘ　ＷＩＮによる定額サービスの開始で、より、有料コンテンツの利用が増えています。ポリシーを変えずにやってきた成果だと思います。

【注釈】PPV：Pay per view、見た(使った)分だけ支払うこと、従量制。

－　この頃、「携帯電話は『なんちゃって』なサービスがいい」という事も言ってましたが、どういう意味ですか？

ケータイで提供するサービスは「本格的なもののちょっと手前が良い」という意味です。しかし、ケータイの良さを生かしているサービスであること、これが、受入れられていると思います。ケータイのブラウザはパソコンには及びませんし、「着うた」にしても、本格的なオーディオとは比較にならない「なんちゃって」なものです。しかし、例えば「目覚まし時計の代わりに」という利用者にとって十分なサービスであれば良いわけです。回収代行サービスを利用したケータイ向けＷｅｂショップもそうですね。

－　また、「携帯事業者は自ずからコンテンツを提供するのではない。プラットフォームを提供すればいい」という方針も出していましたね。

ＧＰＳの様にＫＤＤＩが主導していくべきサービスもありますが、そうでないものについては、１から１０までケータイ会社がするべきではないですね。やはり「餅は餅屋」であり、ＫＤＤＩはプラットフォームを提供してコラボレーションをしていくというのがあるべき姿だと思います。

－　そのためには、コンテンツプロバイダのメリットが大きくなる必要がありますね。

データ通信料を下げることでトラフィックが上がり、コンテンツへのアプローチが増えたことで、結果的にコンテンツプロバイダの情報料収入が増えるという良い循環が生まれています。これは、ＫＤＤＩが徹底的にこだわっている進め方です。通信料金を下げると、通信料金の収益が下がると考えるかもしれませんが、実際は、通信料金が下がるに従って利用量が上がり、結局は収益が上がるという構造があります。この構造は、そのままデータ通信にもあてはまるわけです。「パケット割」にしても、導入した結果、コンテンツへのアプローチが増え、コンテンツプロバイダの情報料収入もアップしています。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

いちばん重要なのはアプリケーションの起動スピード

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　ＢＲＥＷの最大のポイントの一つであるアプリケーションの起動の素早さについては、どう評価していますか？

ケータイの歴史を考えると、最初の頃の「速さの問題」はダウンロードのスピードでした。こればかりが議論されていたと思います。しかし、実際の利用者の方にアンケートを行ってみると、実は「速さの問題」はユーザインタフェースのスピードであることがわかったんです。メールが瞬時に送れたり、Ｗｅｂブラウザの立ち上がりが速かったり、アプリケーションの起動が素早かったりというのが、非常に大事であり、それをＢＲＥＷが実現したわけです。ケータイＪａｖａでは、アプリケーションの起動に非常に時間がかかります。これをＢＲＥＷで改善できたのは大きかったと思います。

ケータイＪａｖａでもパフォーマンスの高い端末を作れば、起動スピードは上がるでしょうし、ＮＴＴドコモでは、パフォーマンスと価格の高い５００シリーズでのみｉアプリをサポートしています。しかし、ＫＤＤＩのケータイ販売数を考えると、ＮＴＴドコモの様にモデルを分けることは好ましくありません。ＫＤＤＩの全ての端末に載せることのできるプラットフォームでなければならないわけです。ＢＲＥＷであれば可能です。

ＢＲＥＷの「速さ」を実感できたのは、とにかく、アプリケーションの立ち上がりの素早さです。ちなみに、アプリの動作でいえば「ゼビウス」ですね。ゲーム業界では「ゼビウスが遜色なく動く」ということは、一つの大きな事件というか、パフォーマンスの実証の様です。「ゼビウスが動くのならいける！」という声が聞こえました。結構快適に動きますからね。

【注釈】ゼビウス：ナムコが開発しアーケードで大ヒットしたシューティングゲーム

－　ＢＲＥＷとＪａｖａの比較については、どう考えていますか？

実は、２００３年にあった記者会見で「Ｊａｖａ対ＢＲＥＷ」という質問がありましたが、こういう談義はもう誰もしないと思っていたのでビックリしました。ゲームアプリの非常にせまいセグメントにおいて、ＪａｖａとＢＲＥＷを比較したいという人は今でもいるようですが、私たちはそんなことをしようとは思っていません。ＢＲＥＷは新しいゲートウェイを提供するプラットフォームであり、キラーアプリケーションでは無いですから。その記者さんも、ＫＤＤＩのケータイを使ってみれば瞬時に理解できるでしょう。

－　ＢＲＥＷがケータイのポータルを変えたという話を聞きましたが、このことについてはどう感じていますか？

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

ＢＲＥＷケータイのアプリボタンを長く押すと、設定されているＢＲＥＷアプリが一発で起動します。このことによって、ＢＲＥＷの存在すら意識させない、いろいろなポータルが出現するわけです。Ａ５５０３ＳＡ（三洋電機製）の様なＦＭケータイなら、ＦＭ局の一覧であり、ＥＺナビウォークをポータルにしている場合もあるでしょう。ＥＺｗｅｂもｉモードも未だに専用のトップメニューを提供していますので、このメニューを経由して使っている方もいると思いますが、かなりイメージが異なるのではないでしょうか。

＝＝＝

ンツを作ってくれ、じゃ、ダメなんです。世界的な普及が見込めるからこそ、良いアプリ、コンテンツが集まってくるわけです。このことが結果的に、ＫＤＤＩのメリットにつながります。

＝＝＝

のユビキタス戦略」と題されたコンファレンスがあり、ＫＤＤＩ代表取締役社長・小野寺正氏がＢＲＥＷに対する考え方を語った。その一言めが「やはりＢＲＥＷは法人向け」であった。このことからも、ＢＲＥＷの本質と将来像を知る上で、ビジネスソリューションは非常に大きなテーマであることがわかる。

そこで、ソリューション事業本部のソリューション商品開発本部長であり、ＫＤＤＩのリクルーター向けＷｅｂページにおいて、「ＫＤＤＩが勝負に出ようとしている法人向けソリューションビジネスのリーダー」と紹介されているミスター・チャレンジャーこと、田中孝司氏に、ＢＲＥＷの新しいターゲットと言われているビジネスソリューションについて、その現状と将来像を聞いた。

＝＝

法人向けモバイルソリューション提供のきっかけ

＝＝

－　まず、法人向けにモバイルソリューションを提供しようと考えたきっかけを教えてください。

ＫＤＤＩでは携帯、固定を含めて、法人向けの営業部門があり、企業の競争力維持のための絶え間ない効率化を実現するソリューションを提供してきました。顧客へのリサーチによると、オフィス内部の効率化は、ほぼ完成しつつあるという認識をもたれているようです。とはいえ、営業マンやサービスマンの様な、社外での行動が要求される領域の効率化は、まだまだこれからです。社外にいる人と社内にいる人の仕事をスピーディに連携したいというニーズです。

また、人以外にも、社外にある機器で有線でネットワーク化しづらかったマシンについても、同じ事がいえます。これらの機器を社内のコンピュータと接続して、リアルタイムに管理したいということです。これらの「モバイルでつなぐしかない」領域の効率化を進めようというのが、スタートポイントです。

－　なぜ、ハンディターミナルやＰＤＡなどよりも、ケータイでのソリューションへの期待が高まっているのですか？

ケータイが最も身近な端末だといえるからです。ケータイの年間出荷台数は、４０００万台を超える数になっています。一方、ＰＤＡは約６８万台、ハンディターミナルを含む特定端末は２７万台程度です。しかも、ケータイの実売価格は２万円以下であり、ほぼ２年弱で新機種に買い替えるという様なペースになっています。もちろん、ケータイが低価格なのは、コミッションが含まれているからですが、お客様から見れば、機能と価格での判断になります。また、今後の技術の進歩を考えると、大量販売が可能なケータイ向けの部品は技術革新が早く、常に最新技術が活きています。

加えて、ケータイがＰＤＡやノートＰＣ、ハンディターミナルや特定端末と異なる大きなポイントは

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

常時ＯＮが当然であることです。これは、ＰＤＡやノートＰＣの様に「さあ使うぞ」とスイッチを入れて数分待ち、しかも、プルして初めて情報が得られるという仕組みとは異なり、プッシュで情報を送りこむことが可能になるということです。さらに、プッシュによって、ケータイ上のＢＲＥＷアプリを自動的に動かして、仕事を支援することができるわけです。例えば、ＧＰＳによって営業マンの位置情報を取りこんで、営業に必要な情報を送りこんであげるという様な仕組みです。

【注釈】プル：情報をクライアント（ケータイ）主導で取り出すこと。プッシュはその逆で、サーバ主導で押し出すこと。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
ケータイは法人向けソリューションに使えるレベルか
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　ケータイは法人向けソリューションにおいて、十分使えるレベルになっているのでしょうか？

現在のケータイのハードウェア能力は、ほぼ１９９４～９５年頃のＰＣと同じです。内部メモリと外部メモリを持ち、ＢＲＥＷからでは約２Ｍバイトもの領域が自由に使えます。法人向けソリューションにおいて、ディスプレイの解像度は非常に大きな要素で、ケータイの画面というと「小さい」というイメージを持たれがちですが、ＱＶＧＡ（３２０×２４０）の解像度は、ＰＤＡに引けを取りません。

問題は、企業の業務用アプリケーションを動かせるかどうかです。つまり、アプリケーションを各企業向けに作っていけることが必要です。その為には、以前のケータイの様に、既製品的なソフトしか用意されていないと困ります。ケータイＪａｖａによって、Ｊａｖａアプリの利用が可能になりましたが、数十ＫＢ程度のＪａｖａアプリでは企業の業務用アプリケーションには荷が重く、非力と言わざるを得ません。

－　そこで、ＢＲＥＷが能力を発揮するわけですね？

ＢＲＥＷのポイントは、なんと言っても、ネイティブな環境をそのまま顧客に使ってもらえることです。しかも、数百ＫＢレベルのアプリが作成・実行可能です。これでやっと、企業のアプリケーションをモバイル環境に乗せることができます。しかも、アプリのダウンロードが可能なことに加えて、特定の電話番号のケータイにのみダウンロードを制限できることの様な、ビジネスのモバイルソリューションに必要な機能がそろって来ました。また、モバイルでは非常に大きな意味を持つ、位置測位（ＧＰＳ）の情報提供も、当社では数年前から行っていますので、これを加えて、マーケットに大きくアピールできます。

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

【注釈】ネイティブ：(ケータイを)ダイレクトに制御できること

＝＝＝

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　ケータイの普及がどんどん進むと、市場の限界に達してしまうのでしょうか？

確かに、ケータイの人口比普及率は６割を超えたといわれています。よって、日本における携帯電話市場の成長率は横ばいになりつつあります。ところが、中を詳しく見てみると、携帯電話のうち、法人の契約比率は１０％だと当社は推定しています。固定電話における個人と法人の比率はほぼ半々ですので、ケータイの性格上、ここまでは難しいとしても、３０％程度まではいけるんじゃないかと、考えています。つまり、市場開拓の余地は非常に大きいわけです。

－　では、今まで、どうして、１０％程度だったのでしょうか？

法人向けのソリューションがほとんど無かったからだと思います。企業に必要なソリューション、アプリケーションを提供することが証明できれば、企業がケータイを買うことになるでしょう。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
水平型と垂直型のモバイルソリューション
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　具体的な法人向けのモバイルソリューションはどのようなモデルになるのですか？

モバイルソリューションは、ホリゾンタル、つまり、水平型のソリューションと、バーチカル、つまり、垂直型のソリューションに分類できます。

ホリゾンタル・ソリューションとは、メールやスケジュール、アドレス帳の様な、汎用業務の効率化の為のソリューションです。対して、業務そのものをケータイで行うのがバーチカル・ソリューションです。例えば、非常に多くの営業さんがいる保険営業や、薬剤営業への営業支援があります。加えて、機器の保守業務、例えばエレベータの保守やコピー機のメンテナンス業務がありますね。そして、もう一つの大きなジャンルが運輸、宅配業務の支援です。例えば、荷物のピックアップにおいては、ケータイのＧＰＳで最も近い位置にいるドライバを割りだして、必要な情報をプッシュでケータイに送りこめば良いわけです。ピックアップ先までのナビゲーションもできます。しかも、ケータイからハンディプリンタにデータを送って、荷物に貼り付けるラベルも印刷できますし、決済もできるわけです。

ホリゾンタル・ソリューションによる効率化に加えて、バーチカル・ソリューションによって、企業の基幹業務の競争力のアップが期待できます。私達は先進的なお客様を中心に、ＢＲＥＷの上にアプリケーションを開発して、モデルごとにアプローチを進めています。

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

－　バーチカル・ソリューションのポイントを、実際の業務を例にとって説明してください。

では、保険レディ向けのシステムのデモがありますので、これを用いて説明しましょう。保険レディが、朝、最初に行うことは、今日一日の訪問先情報のダウンロードです。この時のポイントは、この情報を常に利用できなければならない、ということにあります。つまり、ブラウザで情報を入手する場合、電波が途切れるとどうしようもないのですが、ＢＲＥＷアプリによるダウンロードであれば、オフラインでも活用できます。加えて、訪問先の追加や、追加した訪問先に関する情報を、会社からプッシュで行うことができます。また、専用の「メモ帳」機能があるのですが、これは、単なるボタンからの入力ではなく、ＢＲＥＷアプリからケータイのカメラを呼び出す機能です。撮影したメモはそのまま会社に転送できます。

なお、保険の場合、複雑な見積計算が必要ですが、さすがに、まだ、ケータイだけでは処理しきれません。そこで、ブラウザを介してサーバと連携して処理します。この時、ＢＢＰ（ＢＲＥＷビジネスプロファイル）によって実現するスタイルシートを使っているのがポイントです。ＢＢＰのテクノロジにより、この様なシステムを短期間で開発することができます。

＝＝＝

－　法人向けソリューションが「いける」と感じられたのはいつごろですか？

最初にＩＢＭといろいろなアプリケーションに使えるテンプレートを作ろうというところから始めました。当時のＢＲＥＷバージョン２．０では、ＡＰＩが揃っていなかったのですが、バージョン２．１から機能が充実してきて、これは「いけるぞ」という感触が得られました。最近、デモの評判が非常に良く、「いけるぞ！いけるぞ！」という声が上がっています。

－　現在、どのくらいの数の商談が進んでいるのですか？

進行中が１００件以上あります。法人ですから時間がかかりますし、当社のセンタ側、サーバ側にも手を入れる必要がありますから、簡単ではありませんが、ＢＲＥＷアプリの速さと、「ケータイでここまでできるの！？」という驚きが、商談の大きなポイントになっています。非常にパワフルであるという印象を持ってもらえています。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
ＢＲＥＷとＢＢＰ（ＢＲＥＷビジネスプロフィール）
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

－　バーチカル・ソリューションの提供においては、ＢＲＥＷの能力が大きく生かされると思いますが、実際はどうですか？

その通りです。ＢＲＥＷとＢＢＰは、顧客のさまざまな要望を実現する上で、非常に効率的です。開発済みのアプリケーションと似たようなビジネスアプリケーションであれば、一週間でも開発を完了できました。

そして、私たちは、バーチカル・ソリューションを、各種の業務に効率的に提供する為のミドルウェアや部品、エクステンションを作っています。例えば、カメラで撮影した画像をサーバに送り出す機能を、ひとつのエクステンションとして用意し、アプリケーションに組み込めるようにしてあります。例えば、これを車の損害保険システムでは、事故車両の映像転送に使えますし、ＳＦＡでは、店舗巡回で陳列棚を撮影して、ＧＰＳによる位置情報と組み合わせて送れば、生きた情報として活用できます。勤怠管理や、顧客、商品情報検索などもソリューションとして提供できます。

【注釈】SFA：Sales Force Automation。進捗管理、行動管理、顧客情報管理などによる営業支援システム

ＢＢＰでは、主にＳＦＡに必要な部品をそろえています。インスタントメッセージや、オフラインブラ

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

ウザなど、用意した部品をお客様のニーズに合わせて組み合わせて提供できるわけです。

－　顧客が自社でＢＲＥＷアプリの開発チームをつくっている例はありますか？

多数あると聞いています。細かい状況はつかんでいませんが、もうすぐ次々と立ち上げってくると思います。私のチームが立ち上がったのが２００３年４月ですので、この短い期間に手ごたえが得られたことになります。２００４年はかなりのブレイク（飛躍）になるんじゃないでしょうか。

－　ＢＲＥＷでプログラムできる方はどのくらいいると思いますか？

それほど特殊なスキルが要求されるとは思いません。しかし、大事なのは、経験をつんだかどうか、ということでしょうね。当社からもソフトハウス各社にプログラミングを発注していますが、各社の反応を見た限りでは、ＢＲＥＷはそれほど敷居の高い技術ではない様です。ケータイ特有のＡＰＩや、小さな画面でのインタフェース・デザインの方が難しいかもしれませんね。

－　「エクステンション開発のビジネスも成り立つだろう」という話が出たことがありますが、現状ではどうですか？

まだ、エクステンション・ビジネスが成り立つという段階には至ってないと思いますが、ソフトウェアの部品やテンプレートを多数用意することの必要性は高いと考えています。非常にパワフルで、ケータイＪａｖａでは実現できない様なアプリを構築できるのですから、部品をすこしずつでも準備していきたいと思います。

－　エクステンションの様な、部品の流通の仕組みをＫＤＤＩで提供する予定はありますか？

まだ始めたばかりですし、まずは、日本でソフトハウスが開発し、私たちがコアの部品を作って提供していくという形で、ＢＲＥＷ陣営の中でビジネスが広がるようにがんばっていきたいと思います。また、当社とＮＤＡを結んでくださったソフトハウスの皆さんと、横の連携を進めたいと考えています。クラブとかコンソーシアムのような形を準備しているところです。

＝＝

ＢＲＥＷによるビジネスソリューションの将来

＝＝

－　今後のＢＲＥＷによるビジネスソリューションの見通しはどうですか？

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

法人向けソリューションは、確かに、まだまだこれからですが、非常にプロスペクティブな（将来性の高い）市場で、これほど未開拓な市場は、他には無いかもしれません。そして、今、足りないのはアプリケーションなんです。まず、使いやすいアプリケーションをメジャーな企業に使ってもらうこと、そして、次に来る拡張段階において、エクステンションに代表されるさらに開発の効率を上げるような仕組み、施策を考えていかねばならないと思っています。

当社としては、できるだけシステムインテグレータやソフトハウスの皆さんがＢＲＥＷを活用しやすいように、ご支援していかねばならないと考えています。まだまだ不十分だとは思っています。当社にとっての、システムインテグレータやソフトハウスの皆さんへのＴＣＳがありまして、例えば、システムインテグレータの方から質問が来たら何日以内には答えなくてはならない、というような目標設定もあります。これを短くしていかねばなりませんし、加えて、サポートするような文書も必要だと思っています。

【注釈】TCS：Total Customer Satisfaction。顧客の総合的満足度の基準。

また、顧客の要望に素早く対応できるようになるために、ホリゾンタル・ソリューション、バーチカル・ソリューションの両方において、もっと、モデルを明確化して、レディメイドに近づけていかねばなりません。ＢＲＥＷ自身もどんどんバージョンアップしていくでしょうし、新たなケータイで新たな機能をどんどん実現していきたいですね。

－　法人顧客の契約比率は３０％程度まではいけるとのことですが、見通しはどうですか？

顧客の要望にお応えできれば、かなりいけると思っています。ただ、コンシューマ向けとは異なって、こちらのシステムやサーバの手直しが必要だったり、導入時期がズレたり、と、最初はのんびりかもしれませんが、動き出すと一気に進むと思います。日本はそういう傾向が強いと思いますので。

－　コンシューマ向けとビジネスソリューションとで進め方の違いはありますか？

コンシューマ向けでは、「こういうケータイが流行るだろう」という様なプロダクト・アウト的な進め方になりますが、ビジネスソリューションでは、お客様の仕事内容から理解していく必要があります。しかし、これはそう簡単なことではありません。必要なのは、顧客と、システムインテグレータの皆さんたちと、ＫＤＤＩとで一緒になってパートナーシップを持って進めていくことだと思います。まだ、道具ができてきたに過ぎない段階ですが、がんばっていきたいですね。

－　今後のＢＲＥＷに何を求めますか？

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/

一番のポイントはＢＲＥＷがケータイのＯＳとしてより高いレベルになることです。端末の機能がどんどんアップしていきますから、機種の違いや入出力の違いを気にせずに開発できる様に、ＯＳがサポートしてくれることが望ましいと思います。また、資源をきちんとコントロールできることも必要です。

また、もっと強力なメモリ管理機能も要求されます。ビジネスアプリケーションをどんどん動かしてもトラブルが起こらない様に、ロバスト（強靭）なＯＳになってくれることを期待しています。

(c)Copyright 2004~ランドッグ・オーグ平野正喜事務所 http://rundog.org/