

PICKUP

Report

ワイヤレスジャパン 2012

複数無線を束ねる技術登場
スマホを利用したM2Mも多数

5月30日～6月1日にかけて、東京ビッグサイトで「ワイヤレスジャパン 2012」が開催され、約5万6000人の来場者を集めた。数多くの企業や団体が展示ブースを構え、自社サービスや製品をアピール。そのなかで注目を集めた展示を紹介する。

▶ 3つの通信方式を束ねて高速に

KDDIは「リンクアグリゲーション技術」を参考出展。3GやWiWAX、Wi-Fiなどといった異なる通信方式を1つにまとめて端末で使う技術である。

1つの方式で通信を行うよりも3つ合わせて行う方が、通信速度が速くなる効果がある。

また、場所によって通信しにくくと



KDDIのリンクアグリゲーション技術。従来端末（左）とリンクアグリゲーション端末との通信速度の違いが分かる

ころが生じるといった無線通信の弱みを克服。3つのうちでもっとも品質の良い方式を選択できるため、安定した

KDDIが世界初の無線技術を披露

通信が可能になる。

ネットワーク側にサーバなどを置く必要がなく、端末にアプリケーションを取り込むだけで上記のようなことができる。そのため、安価に素早く導入することが可能になる。ネットワーク側に専用機器を必要としない点では世界初の技術だという。

KDDIによれば、技術的にはほぼ実用化のレベルにたどり着いており、現在、顧客にどのような形で提供するのかを検討している段階だという。



アプリックスはワインセラーにM2M向けICチップを接続し、タブレット端末にデータを送信するデモを行った

▶ ワインセラーとタブレットを連携

アプリックスは家電製品やエクササイズマシン、ラジコンなどをスマートフォン（スマホ）やタブレット端末と連携させたM2Mのデモを多数並べた。

その1つがワインセラーとタブレット端末の連携。ワインセラーの扉を開けると、タブレット端末にその日時と



NTTコムはデル製のスマホを展示。通話アプリ「050 plus for Biz」をプリインストールしている

▶ 「UD1」が接続され、無線通信によりクラウドに送信。クラウドからタブレット端末に情報を送る仕組みだ。

インターネットイニシアティブ（IIJ）は、自動販売機を使ったM2Mのデモを実施。自販機にモバイル回線を組み込むことで、ジュースなどの商品の販売状況を取得したり、緊急地震速報や津波情報を配信したりすることができる。

▶ 「050」通話アプリで通話料抑える

NTTコミュニケーションズは（NTTコム）は、同社が取り扱うデル製のスマホを活用したソリューションを展示。ネットワークはNTTドコモの3GをNTTコムが借り、MVNOとして提供する。

スマホにプリインストールされている通話アプリ「050 plus for Biz」は、IP電話の料金体系を取っており、「050」で始まるIP電話との通話料は無料。そのほかの固定電話やモバイルフォンとの通話も割安な価格で利用できる（百瀬崇）



IIJは自動販売機を使ったM2Mのデモを実施

明日
使えるMarketing Data
マーケティングデータ

第45回 | 電子雑誌市場が急成長の兆し

▶ ソーシャルリーダー分野で躍進する
フリップボード社

ソーシャルリーダーという分野のアプリを最初に開発した米フリップボード社。先月15日には日本語対応を開始した「Flipboard」について、インプレスR&Dの『電子雑誌ビジネス調査報告書2012』から抜粋して紹介する。

フリップボード社は2010年にシリコンバレーのパロアルト市で設立された。共同創設者はマイク・マキー氏とエヴァン・ドル氏。マキー氏はインターネット黎明期にウェブブラウザの開発会社として一世を風靡したネットスケープ社のエンジニア担当副社長を務め、その後、音声認識技術開発会社テルミニネットワーク社を創設。マイクロソフトに売却した。また、ドル氏はアップル社でiPhoneのソフトウェア開発に携わっていたという経歴がある。

▶ iPad/iPhone向けアプリ「Flipboard」
の特徴

FlipboardはiPadやiPhone向けアプリとして開発されたソーシャルリー

ダーで、電子雑誌、ネットのニュース、ブログのほか、FacebookやTwitterなどで友人が薦めるコンテンツ、投稿された写真などが自動的にパッシュされて集められ、それらが雑誌のようなレイアウトで見やすく構成される仕組みだ。

Flipboardにあらかじめ設定されているコンテンツソースに加えて、ユーザーが自らソースを自由に設定できる。

特徴はビジュアル中心のレイアウトとページネーションだ。ウェブのリンクという概念の代わりに、親しみのある雑誌のアナロジー（類比）を利用し、ユーザーがストレスを感じることなく閲覧できるようにしている。

▶ ビジネスモデルや出版社との関係はどうなっているか

Flipboardのビジネスモデルは広告収入が想定されている。読者が利用するのはもちろん無料だ。

提携している雑誌の広告は出版社が広告を取り、収入の一部をFlipboardに支払う。フリップボード社が獲得する広告も今後は表示していくものと思われるが、いまのところはあまり見られない。これは同社のスタッフが65人と限られているため、ゆくゆく自社での広告獲得の努力も少しずつ広げていくとしている。

▶ 雑誌出版社にとって「脅威の存在ではない」

フリップボード社の編集ディレクターであるジョシュ・クィットナー氏はこれまでタイム社に在籍し、タイム社が発行する雑誌のデジタル化を推進してきた人物である。

このクィットナー氏によればFlipboardは雑誌出版社にとって脅威

人気集めるアプリ「Flipboard」

となる存在ではなく、出版社が幅広くデジタル化を推し進める際の1つのレイヤーであるという。

この考え方方針は「出版社自身はテクノロジ企業になるべきではなく、テクノロジ部分は外部のパートナー企業に任せるべき」ということで、その選択肢の1つがFlipboardであるというわけだ。出版社にとってはFlipboardが収入源のトップ10になり得ると語っている。



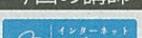
Flipboard
http://flipboard.com/

▶ 800万回の
DL、高いエンゲージメント

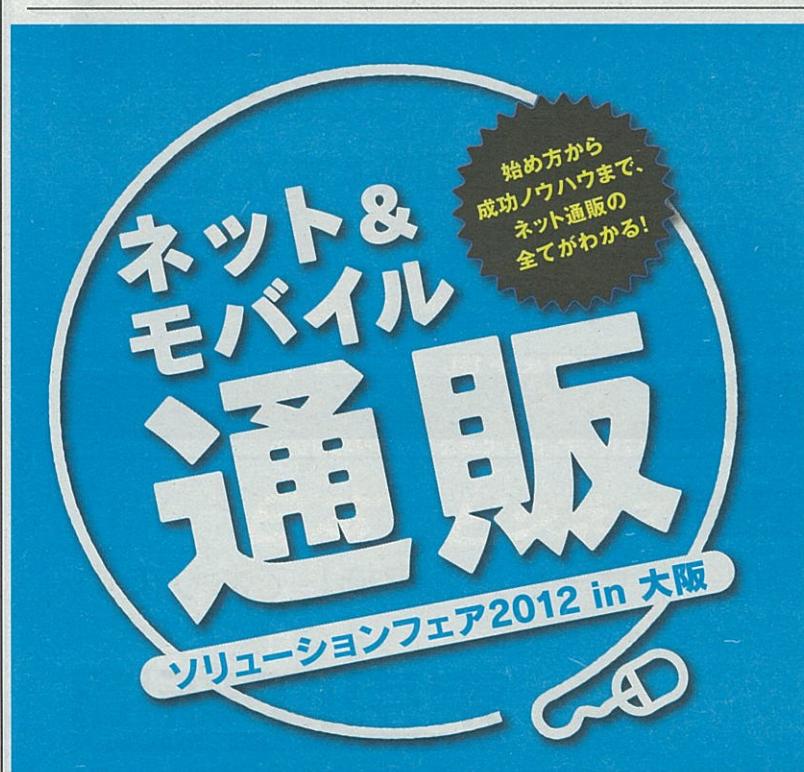
さらに、同氏によればFlipboardのアプリはすでに800万回ダウンロードされていて、Flipboard上でユーザーが雑誌コンテンツの購読に費やす時間はウェブブラウザ上のコンテンツに比べて8～10倍長く、エンゲージメント度は高いといふ。

Flipboardのプレミアパートナー雑誌のひとつであるフォーブス誌では、Flipboard上で46万人の定期購読者を獲得したとしている（ゲーゲルカレントでは90万人）。定期購読者が見るページ数もウェブに比べて2倍だといふ。

今回の講師



株式会社インプレスR&D
インターネットメディア総合研究所
Twitterアカウント：@impressRD_lab（調査データやニュースリリースなどを紹介しています）
http://r.impressrd.jp/iil/



ネット通販、スマートフォンEC、ソーシャルコマースに
フォーカスした西日本最大のEC専門展示会

第2回ネット&モバイル通販
ソリューションフェア2012 in 大阪
2012年6月13日水・14日木 10:00～17:30(2日間共通)
マイドームおおさか3F

13日水 基調講演 K-1 9:10～10:00(A会場)

14日木 基調講演 K-2 9:10～10:00(A会場)

事前登録者無料 <http://www.tsuhan-fair-osaka.com>

同時開催 コールセンター/CRMデモ&コンファレンス2012 in 大阪(第5回)
マーケティング・テクノロジーフェア2012 in 大阪

主催：UBMジャパン株式会社

後援：公益社団法人日本通信販売協会、一般社団法人日本コールセンター協会(CCAJ)、
大阪商工会議所、日本百貨店協会、EC研究会、一般財団法人ネットショッピング能力認定機構、
日本マルチペイメントネットワーク推進協議会、一般社団法人イーコマース事業協会