



(10) 離陸するか? 「2次元バーコード」 = 携帯向けコンテンツサービスの最新動向

野村综研(上海)咨询有限公司

◇モバイル2次元バーコード

最近、北京市地下鉄のポスターの上や地元スーパーマーケットチェーンの「ロータス」のビニール袋の上に、見慣れない白黒モザイクを見掛けます。よく見ると、右図のように、レストランのクーポン券や、各種商品の割引情報などが描かれています。これはチャイナモバイルが9月から正式にスタートした「2次元バーコード」(QRコード)を利用したモバイルクーポンのサービスです。

このサービスに対応している携帯電話の利用者は、まず、チャイナモバイルのサイトに行って、「2次元バーコード」サービス専用のソフトウェアを自分の携帯にダウンロードします。これは無料です。このソフトを利用して、カメラ付きの携帯電話でバーコードを読み取るだけで、クーポン券を獲得するわけです。それ以外にもプロモーション用の着メロなどもダウンロードできますし、直接、関連サイトへのアクセスなどもできるようになっています。



◇中国で花開くか?

実は、日本では既に、非接触ICカードに先行して、「2次元バーコード」がいろんな形で試されてきました。名詞に「2次元バーコード」を載せている方にもお会いしたことがあります。日本では、大ヒットまではいかなかった(またいっていない)サービス。中国では、どうなるか注目されます。中国では、以前ご報告した「屋外の液晶メディア」を利用した広告モデルも既に離陸しています。日本ではアイデアがいいが普及できないサービスも、成長の波に乗っていて、顧客へのプロモーションに苦心している中国では、受け入れられる可能性は大? 「ユビキタスネットワーク」の普及は中国からかもしれません。

◇非接触ICカード対カメラ

いい情報としては、近年、中国の若者の中でカメラ付きの携帯電話が早いスピードで普及していることです。解像度も上がり、読み取り精度はかなりよくなっています。このあたりは日本でかなり試された技術もあります。また、チャイナモバイルもかなり本気で、「2次元バーコード」サービスを非接触ICカードの搭載に先立って普及させようとしています。恐らく、メーカー主導で携帯電話が開発される中国では、携帯キャリアの影響力でICカードを全機種に搭載させることは難しいでしょう。しかし、カメラ付きであれば市場の大部分を占める可能性は大です。

チャイナモバイルは競争相手のチャイナ・ユニコムに先立って、1年半前から端末メーカーに呼び掛け、バーコードリーダーのビジネスモデルについて議論・交渉を始め現在は30機種くらいで利用可能になっています。まずは北京、上海、深センなどの大都会でテスト運営をしてから、うまくいけば全国展開する計画です。

◇協業体制をつくれるか

チャイナモバイルが出している「2次元バーコード」は日本と違い、事業者向けの「DMコード」と個人利用者向けの「QRコード」という2種類の基準を設けています。日本と違ってキャリアが端末を出しているわけではないので、どこまで機種に搭載されるか、また、そのインフラをうまくサービスプロバイダーや広告事業者がそれだけ使いこなせるか。端末メーカー、バーコードライセンス保有者、バーコード作成者、SP、プロモーション事業者が協業体制をつくるのは難しいでしょう。チャイナモバイルも自ら特注端末を開発して、先行するモデルを示すようです。

日本のようにキャリアがすべてお抱えでやるがいいのか? 中国のように、キャリアはビジネスモデルを示すだけで後は市場のプレーヤーが市場をつくっていくモデルの方がスケラビリティ(拡張性)を持てるのか? 個人的にはこのサービスがそれほど大きく花開くとは思えないが、第3世代(3G)時代を迎える中国における、モバイル関連サービスのビジネス展開モデルとしての興味は大きい。(コンサルタント 許文/総経理 中島久雄)