

2015年10月1日

ソニー株式会社

フェリカネットワークス株式会社

FeliCa Connect 2015

Connecting - simple, secure, seamless

一歩先の未来に到来する「より快適なライフスタイル」の共創に向けて
非接触 IC 技術 FeliCa(フェリカ)の最新技術・商品・サービスを披露
～ さらに進化した“かざす”ライフスタイルを提案: FeliCa Connect 2015 を開催 ～

ソニー株式会社(以下:ソニー)とフェリカネットワークス株式会社(以下:フェリカネットワークス)は、ウェアラブル機器の登場、SNS(Social Networking Service)*¹を介して多様化するコミュニケーションなど、FeliCa/NFC ソリューション・サービス環境の急速な拡大を踏まえて、より進化したビジネスとライフスタイルを創出し、非接触 IC 事業の新たな未来を提案します。

両社は、『“かざす”ライフスタイルの進化』と題したビジネス展示会「FeliCa Connect 2015 ～ Connecting - simple, secure, seamless～」を、10月1日(木)・2日(金)に、渋谷ヒカリエで開催します。同展示会では、昨年よりさらに進化した非接触 IC 技術 FeliCa/NFC の最新技術や商品、サービスソリューションを展示・提案するとともに、パートナー企業や参加企業との交流を深め、来たる2020年の東京五輪に向けて広がる新市場や新しいライフスタイルの共創に向けて、より強固な協力関係の構築を目指します。

今後、FeliCa のサービス利用者をさらに増やしながら、より広い領域へサービス拡大していくために、2020年に向けて実現を目指す“かざす”未来を、『かざす 2.0』と称して、“かざす”未来を展望します。「NEW TECHNOLOGY」と「NEW PLATFORM」を生かし、<Device Free>と<Seamless>を実現するため、以下のとおり取り組んでまいります。



(Device Free 写真1: デタッチャブル型 FeliCa に、ポイントやコンサートチケット、電子マネー等のパーツを利用シーンにあわせてカスタマイズして利用するイメージ)



(Device Free 写真2: ウェアラブル型 左から、リング、ブレスレット、チャーム、キーホルダー)

【2020 年に向けた“かざす”進化、『かざす 2.0』の意図するところ】

2001 年からの FeliCa の導入期において、FeliCa は非接触 IC 技術と各種サービスを提供するプラットフォームにより、“かざす”ことで電車に乗れたり、買い物ができたり、会員証としての認証や特典を得られるといったことを可能にしました。

その後、2004 年には、FeliCa 技術を携帯電話と融合させることで、モバイル FeliCa IC 技術を確立し、携帯電話を“かざす”ことで、交通・電子マネーなどのサービスを受けられる生活インフラを実現しました。そして、スマートフォンや SNS^{*1} の登場により普及が加速し、操作性の向上とともに新たなサービスも登場し、サービスの拡がりをみせています。

これから 2020 年を見据えた未来においては、『かざす 2.0』と称して、**1) デバイス**、および **2) プラットフォーム／サービスの両面**において、新技術、新プラットフォームを生かした提案により、“かざす”を進化させることを目指します。

- 1) **デバイスの“かざす進化”**としては、前述のような新形状、新素材によりデザインの自由度を追求し、加えてクラウドとの連携により、多様なユーザーの利用シーンにあわせた使い方、直感的な操作感を実現するウェアラブル端末の提案を行います。
- 2) **プラットフォームの“かざす進化”**としては、昨今の「Glocalization」(グローカリゼーション^{*2})の言葉にも代表されるような、海外からの訪日観光客市場におけるユーザーの端末と利用シーンの多様化や、地方創生を睨み、グローバルのオープンな標準仕様である「GlobalPlatform™」(グローバルプラットフォーム)への対応など、オープンな技術で、より柔軟なプラットフォームの提供も行います。

また、今回提案するウェアラブルの要素を含む各種デバイスを、昨今企業が注目しているオムニチャネルに対応するアプリなどと連動させることも視野に入れて、シームレスなサービスの提供を目指します。それにより、複数／複合サービスや新サービスの創造など、“かざす”ことで提供可能なサービスの進化を目指します。

【FeliCa を取り巻く環境の変化】

近年、モバイル機器市場は、各種スマートフォンが普及し 5,400 万人^{*1}のユーザーを抱えるほか、タブレット、またウォッチ型・リストバンド型などのウェアラブル端末も登場し、多様化の傾向にあります。加えて、スマートフォンの普及に伴う SNS^{*1} など新たなコミュニケーションメディアの拡大や、モバイル通信性能の向上によるクラウドサービスの利用が加速しています。

これまで両社は、事業の拡大を目指し、カードやモバイル端末への対応とあわせて、安心して信頼性の高いサービスを受けられる環境整備に取り組んできました。そうした中で、“かざす”インフラとサービスは広がり、IC チップの累計出荷数は、カードやモバイル用 IC チップあわせて約 8 億 9,000 万個^{*1}となりました。

また、スマートフォンの普及によりユーザーの購買行動も変化し、リテール市場規模が 141 兆 2,000 億円^{*2}に対し、EC サイト(物販)市場規模は 6 兆 8,000 億円^{*2}へと拡大し、モバイルからの購入も約 42%^{*2}にのぼっています。インターネットを介した企業の販売促進、マーケティング活動として O2O (Online to Offline)^{*3} やオムニチャネル^{*4} などの新しいマーケティング手法の拡大が予想され、企業はユーザーとのつながり方を再構築する必要性が高まっています。

※1: 2015 年 8 月末時点ソニー／フェリカネットワークス調べ。

※2: 2015 年 経済産業省発表数値。

*1: SNS(Social Networking Service):インターネット上で人と人との交流を促進したり、コミュニティー形成をサポートするネットワークサービス。

*2: Glocalization(グローカリゼーション):グローバリゼーションとローカリゼーションを組み合わせた造語。グローバル戦略と、国や地域に根ざしたローカリゼーションの両面からアプローチや戦略立案を行なうこと。

*3: O2O(Online to Offline):インターネット上(オンライン)から、インターネット外の実店舗(オフライン)での行動へと促す施策のことや、オンラインでの情報接触をもって、オフラインでの購買行動等に影響を与えるような施策。

例) ネット上(オンライン)でクーポンなどを提供したり、位置情報サービスによって積極的に店舗への来店を促したりすることなど。

*4: オムニチャネル:すべて(オムニ)の販路(チャネル)を連携させた戦略等を意味する。実店舗や自社通販サイト、カタログ誌、テレビなど、あらゆる販路やツールを組み合わせ、かつすべてを連携させた販路環境・戦略を実現すること。

※FeliCa はソニー株式会社の登録商標です。

※おサイフケータイは株式会社 NTT ドコモの登録商標です。