



## Fourth Screen（自動車）を狙うOS・HTML5・クラウド・プロバイダー

執筆者

KDDI総研 特別研究員 Jon Metzler (President, Blue Field Strategies)

🕒 記事のポイント

サマリー

ここ数年、米国で自動車はPC、携帯、TVに次ぐfourth screen (第四のスクリーン)と呼ばれている。自動車搭載の通信機能あるいはドライバー保有のスマホの通信機能を通じ、アプリやコンテンツの配信が可能になり、そのため、OSメーカー、開発プラットフォーム・プロバイダーやコンテンツ・プロバイダーは「土地の争奪」に必死だ。

こうした環境下、2013年12月11日～12日、米サンフランシスコ市にて「Content & Apps for Automotive 2013」が開催された。その名前からうかがえる通り、自動車メーカー、コンテンツ・プロバイダー、コンテンツ配信のプラットフォーム・プロバイダーの参加をフィーチャーしたカンファレンスであったが、特にIVIシステム<sup>☞</sup>([脚注](#))でのOSやHTML5の採用状況、クラウドの利用事例、コンテンツのビジネス・モデルやセキュリティなどのテーマに焦点が当てられた。

これらは、ここ数年、スマホの分野で起こった競争に類似する側面があり、Apple、GoogleらWeb企業も部分的に重なる。自動車もスマホのように2大OSといった市場構造になるか？ また、通信機能以外、キャリアとしての「面白み」はどのようなものなのか？ QNX (BlackBerry傘下。UnixベースOSを自動車メーカーに提供)などのOSプレーヤーはすでに定着しつつあり、またiOSのプロバイダーであるAppleのデバイスを中心としたビジネス・モデルは自動車とフィットしないという見解もある。また自動車は信頼性・安全性への高いニーズもあり、スマホ市場のOSやアプリの産業とは異なる市場構造が展開するかもしれない。

主な登場者 Honda GM Jaguar Land Rover QNX Volvo Ericsson

キーワード HTML5 Tizen Apple Google Linux Webkit

地域 米国



<sup>☞</sup>([脚注](#)) [In-Vehicle Infotainmentの省略。](#)

<b>Title</b>	The Race for the Fourth Screen
<b>Author</b>	Jon Metzler, President, Blue Field Strategies
<b>Abstract</b>	<p>For several years in US the car has been referred to as the “fourth screen” after the PC, mobile phone and TV. Application and content delivery to the car is now possible, leveraging either embedded wireless capability or the driver’s smartphone. OS providers, content providers and development platform providers are now in a land grab.</p> <p>Against this backdrop, the Content &amp; Apps for Automotive 2013 conference was held in San Francisco, California, December 11-12, 2013. As the name would imply, the conference featured automakers, content providers, and content delivery platforms for the car, and the event focused in particular on OS and HTML5 adoption in IVI systems, cloud use case studies, content business models and security themes.</p> <p>This race resembles that which has taken place in recent years in the smartphone market, and some players, such as Apple, Google and web players, overlap with the smartphone market. Will the automotive market become an OS duopoly like the smartphone market? Is the market compelling for wireless carriers over and above providing transport? QNX (a subsidiary of BlackBerry providing a UNIX-based OS) and other OS players already have market traction, and a potential mismatch between Apple’s device-centric business model and the car has been pointed out. Also, given the high demands for reliability and safety in the automotive sector, the app and OS market structure may develop differently than that in the smartphone sector.</p>
<b>Players</b>	Honda GM Jaguar Land Rover QNX Volvo Ericsson
<b>Keywords</b>	HTML5 Tizen Apple Google Linux Webkit
<b>Region</b>	U.S.

## 1 自動車向けOSとHTML5

まず自動車とOSの関係だが、コンテンツや上位レイヤー・サービスをドライバーや同乗者へ配信するに当たって、自動車メーカーにとって、大きくふたつの選択肢がある。ひとつはドライバー保有のスマホと連携してスマホ経由でコンテンツの送受信を行う方法と、車載OS (embedded OS)上が動作するIVIシステムを通じコンテンツの送受信を行う方法だ。後者の場合、車載通信モジュールかスマホの通信機能を利用するか、ドライバーや同乗者のスマホを通信モデムとして利用するかを選択肢がある。車載OSについては、モバイル端末のようにオープンOSか非オープンOS (プロプライエタリOS) の選択がある。

車載OSシェアの面では、BlackBerry傘下（以前、Harman傘下であった）のQNXが業界のリーダーとされる。カンファレンスに登場した自動車メーカーは基本的にオープンOSを採用する傾向にある。各社メーカーのOS採用状況、端末OSとの連携状況、またそれについてのコメントを図表1にてまとめてみた。

最近の動きとしては、2013年6月、同社のWorldwide Developers Conference (WWDC)にて、AppleはiOS in the Car (現Apple CarPlay) を発表し、Honda、Mercedes、Nissan、Ferrari、Chevrolet (GM)、Hyundai、Kia (Hyundai傘下) やJaguarが対応することも発表した。2014年2月、iPhoneと自動車の搭載スクリーンの連携を示すビデオがデベロッパーより流れ始めた。<sup>(脚注)</sup>



<sup>(脚注)</sup> <http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2453272,00.asp>

【図表1】 各社自動車メーカーの車載OS採用状況

自動車メーカー	スマホ OS 対応	車載 OS 採用状況	車載 OS 関連団体参加	備考・カンファレンスでのコメント
Jaguar Land Rover	InControl アプリで iOS、Android スマホに対応。	Linux を採用し、Tizen IVI へ移行中。	Linux Foundation 傘下の Automotive Grade Linux (AGL) WG に参加。GENIVI Alliance <sup>☞</sup> （脚注 <sup>1</sup> ）のメンバー企業で Vice President も努める。	コンテンツや技術のイノベーションを活用するには、オープン・プラットフォームが必須とコメントした。
Honda	Honda Link では iOS、Android スマホに対応。Display Audio システムでは iPhone と Siri に連携。	QNX を採用。	Google 率いる Open Automotive Alliance のメンバー。GENIVI のメンバー。	MirrorLink <sup>☞</sup> （脚注 <sup>2</sup> ）認定の OS しか採用しないとコメントした。
Volvo	On Call アプリで iOS、Android スマホに対応。また Apple CarPlay (元 iOS in the Car)にも対応。	QNX を採用。	GENIVI のメンバー。	カンファレンスでは Ericsson とのクラウド協業へ言及。
Mercedes-Benz	Comand アプリで iOS、Android スマホへ対応。また Apple CarPlay を実現。	QNX を採用。Webkit ベース HTML5 ブラウザーも実現。		開発者向け SDK もあるがパブリックではないとコメントした。
General Motors	OnStar アプリは iOS、Android スマホに対応。	QNX を採用。	Open Automotive Alliance (OAA) のメンバー。GENIVI Alliance のメンバーでもある。	デベロッパー向け SDK を一般公開 ( <a href="https://developer.gm.com/index.php">https://developer.gm.com/index.php</a> )。アプリをダウンロードできる AppShop も運用予定。

出典：カンファレンスでのコメント、文献調査

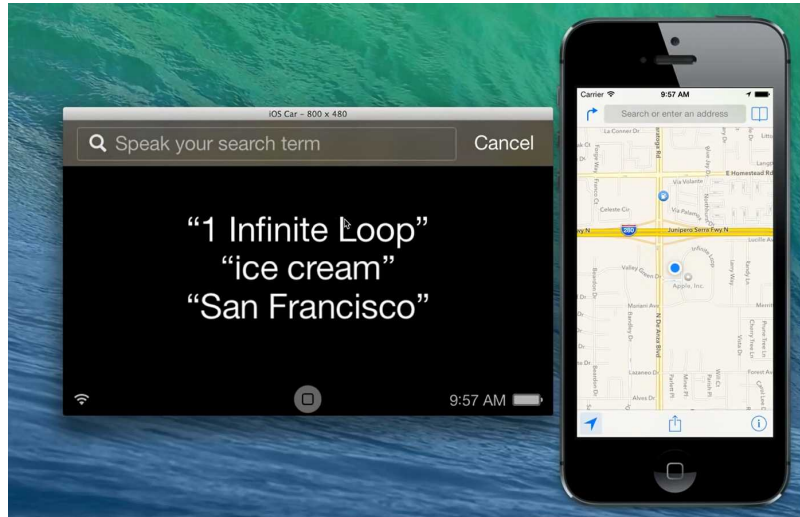
図表2は、iOS 7搭載のiPhoneと、車載スクリーンの連携を示すデモ・ビデオのキャプチャーで、Apple Siriによる音声検索を活用する場面を示す。ご通知の通り、音声検索条件の「1 Infinite Loop」とはApple本社の住所。



☞（脚注<sup>1</sup>） GENIVI Allianceとは、In-Vehicle Infotainment (IVI)向けLinuxベースOS、ミドルウェアなどの開発と規格化を推進する業界団体。

☞（脚注<sup>2</sup>） Car Connectivity Consortiumによる、ハンドルやセンターコンソールなど自動車側からスマホを操作できるようにする規格。

【図表2】 iOS in the Carの利用画面のキャプチャー



出典：関連報道とデベロッパービデオ<sup>(脚注)</sup>

Appleの2013年6月の発表に反応するかのようには、2014年1月にはGoogleがOpen Automotive Alliance（OAA）の形成を発表した。ミッションは自動車でのAndroidの利用を促進することにある。当初のメンバー企業はAudi、GM、Google、Honda、Hyundai、NVIDIAである。Linuxベースの大きなタッチスクリーンが特徴のTesla Motorsは不参加だ。

HTML5に関しては、カンファレンス・スピーカーのJaguar Land Rover、Mercedes Benz、Volvoが採用状況に言及した。

【図表3】自動車メーカーのHTML5採用状況

自動車メーカー	HTML5の採用状況
Jaguar Land Rover	Tizen 1.0のプロトタイプを実現し、Tizen 3.0へ移行中。Tizen IVI上で指紋認識、顔認識、ニュースなどの更新情報の配信などのプロトタイプを実現。
Mercedes Benz	ヘッドユニットでHTML5ブラウザを採用。2013年のSクラスにて出荷。自社のアプリのみをサポート。オーナーと直接関係をもつことができ、またアプリを追加できることが魅力。
Volvo	IVIシステムにて今後HTML5アプリを導入する計画。

出典：カンファレンスでのコメント



<sup>(脚注)</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=M5OZMu5u0yU>

自動車メーカーに加えて、HTML5プラットフォーム・プロバイダーのObigo社（韓国）もプレゼンターとして参加した。以下は、同社の簡単な紹介である。

【図表4】 Obigo社の概要

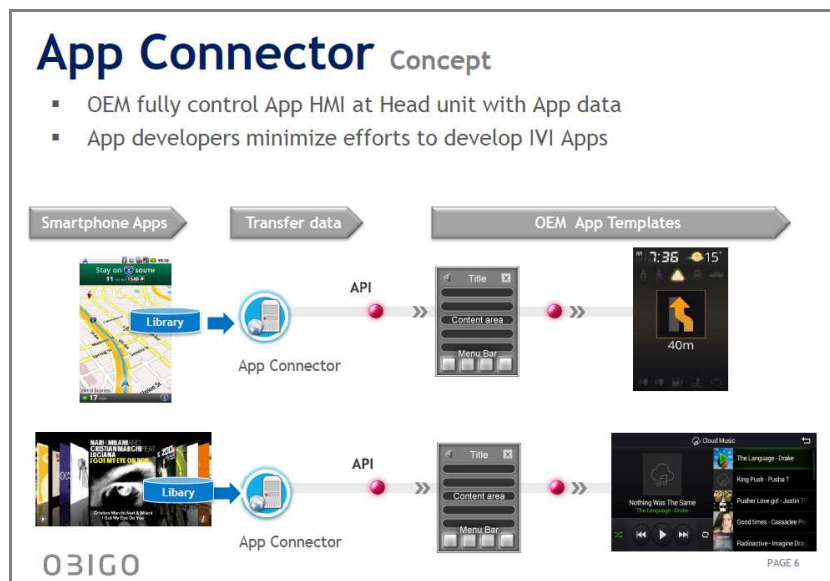
社名	概要	実績	備考
Obigo	自動車、モバイル、テレビなどのデバイスに対応するHTML5開発プラットフォームを提供。韓国所在。	ドコモのNOTTVサービス向けにモバイル・ブラウザを提供。自動車産業においては、BMW、Kia Motors (Hyundai傘下)、Boschなどと協業。	米・Appcelerator、Senchaに類似。

出典：文献検索、カンファレンスでのコメント

Obigo社のブースを訪ねた際、同社の代表はGeniviのAPIと、自動車メーカーのプロプライエタリAPIの両方に対応する、と説明した。必要に応じて通信キャリアのネットワークAPIもサポートするようだ。自動車メーカーとHTML5の関係については、HTML5は規格化されているため、自動車メーカーにより採用されていると付け加えた。

イベントでは、同社は自社のApp Connectorについてのプレゼンテーションを行った。スマホをUSBで接続し、自動車のヘッドユニットでアプリを表示するものだ。また、ラジオ、地図情報など、よくあるカテゴリのアプリとの連携を簡易化する自社のアプリ・テンプレート（app template）も紹介した。自動車メーカー向けソリューションのようだ。

【図表5】 スマホ・アプリと自動車を連携するObigo社のApp Connector



出典：Obigo社プレゼン資料



同社のブースでは、同社のW20 Web App Frameworkを活用するCar Web Platformの展示があった。自動車でのHTML5の使い方のサンプルとしてわかりやすい。

【図表6】 Obigo社のCar Web Platformの展示



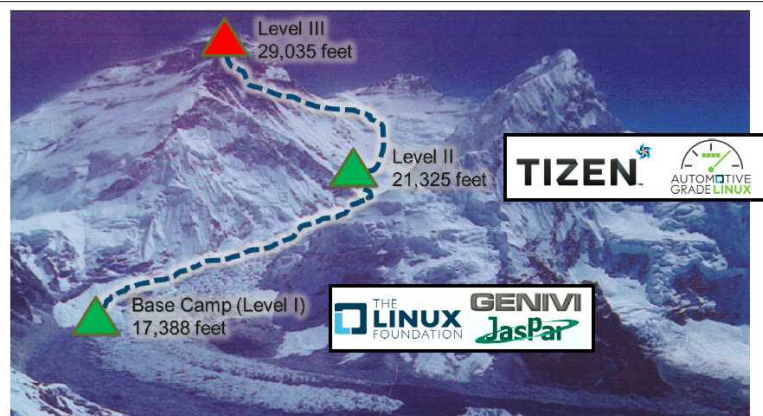
(写真) : Blue Field Strategies

シリコンバレーでは、Appcelerator、Sencha、またAdobeなど、Obigo社に類似するプロバイダーがあり、Appcelerator社は、日本のDENSOにより採用されている。FlashのAdobeではあるが、Phonegapの買収でHTML5開発プラットフォーム技術を取得した。

Apple CarPlay、Automotive Grade Linux、Tizen Project、Open Automotive Alliance、Mirrorlinkなど、自動車とOSの連携を促進する団体は多い。実際、カンファレンスの会場で、スピーカーのJaguar Land Roverはこれらの役割と、エン터테인먼트向けOSの進化について言及した。

【図表7】 自動車エン터테인먼트関連OSの進化

## The Expedition



出典 : Jaguar Land Roverのプレゼン資料

インフォテインメントのためのOSの進化がある種の山登りに相当するとすれば、今はLevel IIIにあたり、「エベレスト山」の頂点はまだ先だ、という意味だ。一方で関連団体の多様化については、同社は素直にコメントした。（同氏は、Geniviのvice presidentを務める。）下記の「Alliance Overload」は、直訳すると「団体の過負荷！」という意味だ。

【図表8】自動車、OS、ウェブの連携を促進する団体の顔ぶれ

### Alliance Overload!



出典：Jaguar Land Roverのプレゼン資料

【図表9】自社の試みを紹介するJaguar Land Rover (JLR)のMatt Jones氏



(写真)：Blue Field Strategies

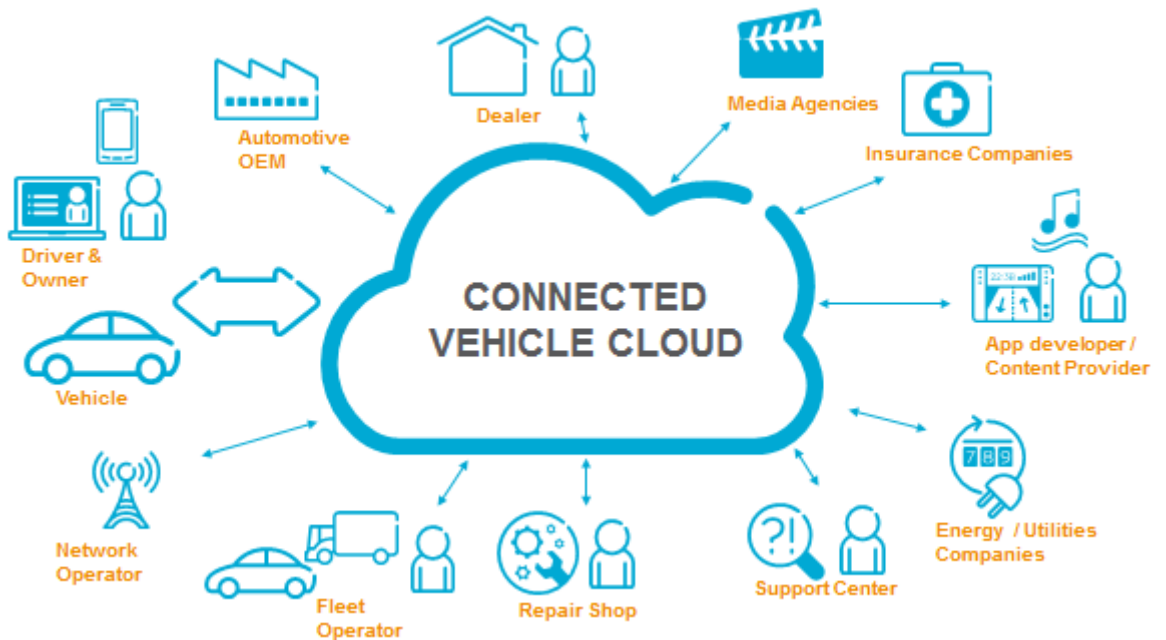


## 2 クラウドの活用事例

「端末」としての自動車を狙うWebデベロッパーやOSプロバイダー。一方、クラウドを訴求する自動車メーカーもある。Volvo社は、通信インフラとコンテンツ配信システムを提供するEricsson社との協業を、今回のカンファレンスで紹介した。ご存じの通り、Ericssonは、世界中のオペレータへGSM・UMTS・LTEなどの基地局を提供するが、コンテンツ配信のノウハウももつ。イベントでは、EricssonのConnected Vehicle Cloudを活用するVolvo Sensus Connectについてプレゼンテーションを行った。

Connected Vehicle CloudでEricssonが狙うのは、自動車メーカーだけではない。下記は、Connected Vehicle Cloudの活用イメージで、ハブとしてのクラウドにより、ドライバーや自動車メーカーはむろん、保険会社、メディア会社、アプリ開発者などもサポートする試みだ。こうなるとEricssonはオペレータ的、クラウド事業者的な側面をもってくる。

【図表10】 EricssonのConnected Vehicle Cloudのイメージ



出典：Ericsson & Volvoの共同プレゼン資料

Ericssonのクラウドを活用するVolvo社は、サービス開発上のメリットについて説明した。同社にとって、既存プラットフォームや技術を利用したことで、自社のSensus Connectを開発した際、ソリューションの8割は自社の開発リソースを割く必要がなかったという。残りの2割については、UXなどユーザビリティがメインだったという。また、クラウド・ソリューションのため、市場別（例：法人フリートなど）のカスタマイズがより容易になったとコメントし、極端な場合、個々の自動車までのカスタマイズも可能だ、と追加した。

クラウド・プロバイダーとしてのEricsson。自称・全世界の50%のスマホ・データ・トラフィックを自社のネットワーク機器でサポートする通信インフラ大手のため、クラウド市場参入は自然の進化として捉えられる。一方、Ericssonはこれまで、大切な顧客である通信キャリアのサービス領域への参入を遠慮していたように見えるため、キャリア領域（またAmazon、Googleのようなクラウド・プロバイダー領域）に近いConnected Vehicle Cloudの商用化は特筆すべきであろう。

確かに自動車メーカーにとっては、世界各地域においてconnected carサービスを展開するには、全世界のカバレッジをもつパートナーが魅力的なのだろう。一方、地域によって、自動車によるモバイル・データ・トラフィックは異なるキャリアのネットワークを通す必要がある。このため、このConnected Vehicle Cloudの市場展開においてEricssonは複数のキャリア・ネットワークをアグレゲートするM2Mアグレゲータとして機能することを意味するかもしれない。

毎年、モバイル・データ・トラフィックを予測するCiscoのVNI (Visual Networking Index<sup>☞(脚注1)</sup>) のように、Ericssonは、ここ数年、来るM2Mブームにより通信回線は500億回線まで増加する<sup>☞(脚注2)</sup> というメッセージを、イベントや白書などで大々的に宣伝している。それに備えてM2Mアグレーション機能を整備したのだろう。そもそも、同社は永年、複数のキャリア・ネットワークと連携するSMSアグレゲータ事業を展開してきた会社であるため、すでにアグレゲータとしての実績をもつ。

#### 【図表11】 Ericssonが予測する、社会のM2M化の波

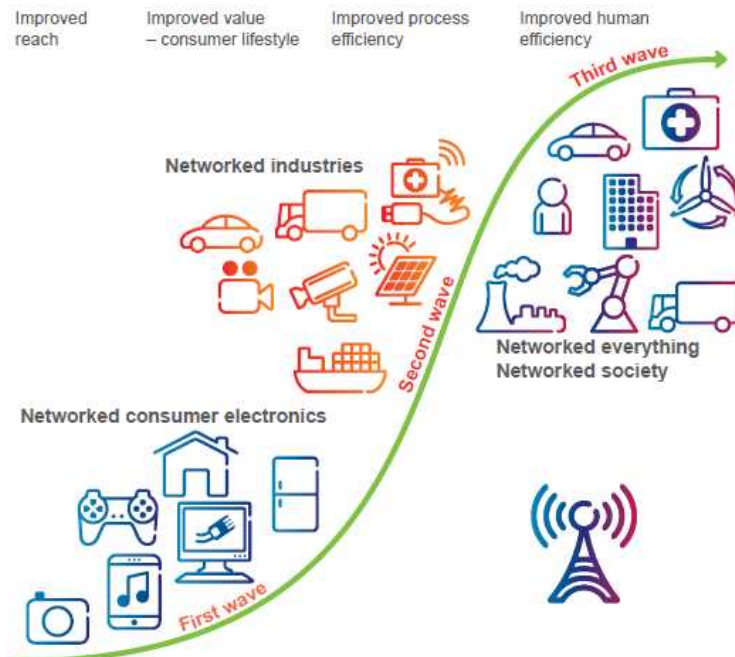


Figure 2. The three waves of connected device development.

出典：Ericsson社 白書



☞(脚注1) <http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/service-provider/visual-networking-index-vni/index.html>

☞(脚注2) Ericsson白書 <http://www.ericsson.com/res/docs/whitepapers/wp-50-billions.pdf>

確かに**Connected Car**サービスを含めた**M2M**アグレッゲータとしての事業は、ある地域あるいはある国に限定したカバレッジしかもたないキャリアにとっては実現しにくいかもしれないが、**KDDI・BT・NTT・DT**など、全世界のデータ・ホスティング・インフラを保有するキャリアにとっては、提供可能なものかもしれない。キャリアはフロント・エンドともいえる移動通信回線のみならず、バックエンドと形容できるホスティングと**M2M**アグレーション機能も提供できる。（自社リソースのみでは難しい場合、既存**M2M**アグレーションに特化したパートナー企業（例：Ericsson、Jasper Wireless、Aerisなど）と組む、という選択肢もある。）キャリアにとって、**connected car**サービス展開には移動通信回線以上の「面白み」や「うまみ」があるとするれば、このアグレーションやホスティングの部分にあるかもしれない。

### 3 コンテンツのビジネス・モデル

さて、肝心なことではあるが、コンテンツ・プロバイダーまたは自動車メーカーは、**connected car**サービス上のコンテンツ展開をどう収益化するのだろうか。また、自動車単体でもうかるビジネスなのか、コンテンツ・プロバイダーは既存ユーザとの接点をひとつ増やせたのに過ぎないのか。さらに、自動車メーカーにとって、そもそも、コネクテッドカーのコンテンツは意味のある事業規模になるのか。

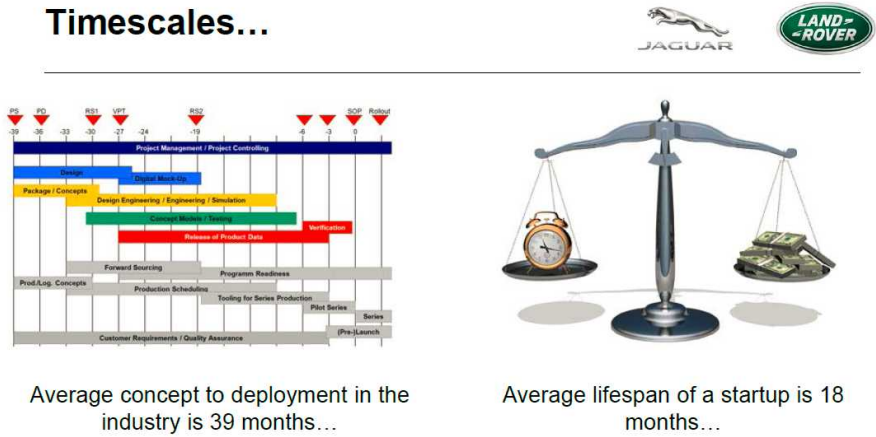
どのようなコンテンツがドライバーにとって魅力的なのか、という基本的な議論からはじめると良いかもしれない。イベントでは、多くのスピーカーは、位置情報、コマースは最も魅力的だろう、という共通認識を示した。一方、**connected car**の比較的少ない台数、また自動車の長い開発プロセスを考慮すると、この市場はロング・テール・コンテンツ・プロバイダーにはフィットしないかもしれない、という見解もあった。確かに、**connected car**市場で**Angry Birds**のような、唐突な、意外な、バイラルな大ヒットは考えにくい。このアンバランスを説明するかのよう、**Jaguar Land Rover**は自動車の平均開発期間（39ヶ月）と、一般的なベンチャー企業の「寿命」（18ヶ月）を比較した。（図表12）

このようなアンバランスから、またドライバーのドライブ中のニーズから、多くの自動車メーカーはブランド力のあるコンテンツの展開に注力するだろう、という見解があった。

さて自動車で、スマホやPCブラウザーのように、以下のモデルは可能なのだろうか？

- App store でアプリ販売による決済収入
- フリーミアム・サービス（多くのユーザは無料、一部のユーザは課金する）
- 有料コンテンツ
- 広告収入ビジネス

【図表12】 自動車の開発期間とベンチャー企業の寿命の比較



出典：Jaguar Land Rover プレゼン資料

3-1 App Storeモデル:

GMのように、みずからのapp storeを立ち上げる自動車メーカーがある。定着すれば、Apple、Googleやキャリアのように、決済ビジネスが成立してくるかもしれない。一方、GMの2013年の売上は\$155Bであったため、connected car上の決済収入はそれに対しわずかのものでしかない。有料コンテンツの展開よりもドライバーのロイヤルティを高めるサービスへ注力するためと考えられる。

3-2 フリーミアム・モデルと有料コンテンツ:

Oracle社は、ソーシャル・ゲームにみるフリーミアム・モデルがフィットするとコメントした。確かに、スマホで多くのコンテンツを無料で入手できる中、自動車で、コマースなど、付加価値が高いコンテンツ以外のコンテンツは有料化しにくそうだ。Honda社は、自社のHondaLinkサービスにおいて、ナビゲーション・サービス（下記図表参照）は\$59.99で展開する予定だ。コンテンツとして魅力的のようだが、Google MapsやWaze (Google傘下)で無料で最新情報やUGCをアクセスできる消費者にとって、それほどの付加価値は果たしてあるのか。（車両の運行管理が必須の法人ユーザはすでに多くの事業者で収益化されている。）一方、Garmin、TomTomなどのGPSデバイス・メーカーは、スマホでも有料コンテンツを提供するため、前例がないわけではない。

【図表13】 HondaLink Navigation Appのイメージ



出典：Honda プレゼン資料

### 3-3 広告モデル

スマホやブラウザー・コンテンツやサービスを、広告で収益化するコンテンツ・プロバイダーが多いが、自動車ではそれは実現しにくいかもしれない、というコメントがあった。所詮、走行中に操作する必要のあるサービスのため、ユーザを複数のウェブサイトへ誘導する、AdWordsのようなモデルは再現しにくいはずだ。一方、Wazeはすでにガススタンドなどの広告を取り入れているため、ニーズの高いサービスの場合は別なのかもしれない。また、有意義なPV数を前提とするCPM (cost per mille) モデルは難しいとして、スマホ・アプリやソーシャル・ゲームにみるCPA (cost per action)モデルは実現可能かもしれない。たとえば、あるサービスがユーザを店の予約へ誘導した場合、店にとってみれば「ユーザ獲得」であるため、獲得費用を負担できるかもしれない。

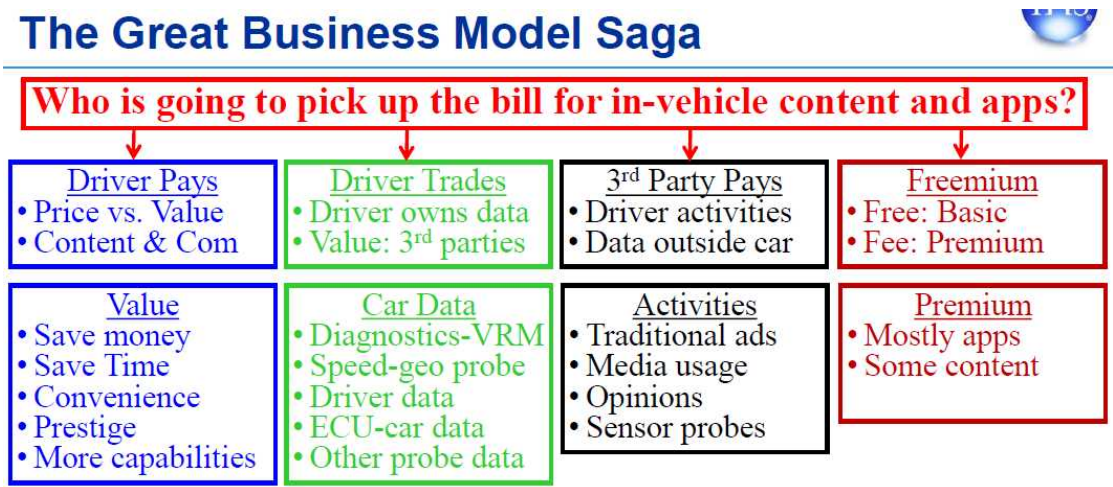
### 3-4 モバイル・データ・コストの影響

一方、キャリアのデータ・プランは、市場拡大への障壁になるかもしれない、というコメントがあった。厳密に言えば、コストよりもコストの可視化がその障壁に当たるかもしれない。確かに、データ利用を意識させてしまえばドライバーはコンテンツを利用しないかもしれない。そうなると、通信モジュールが自動車に搭載された場合、Kindleのように、データ・コストを「端末コスト」に含めたほうが定着させやすいだろう。



アナリスト会社のHIS Automotiveは以下のようにコンテンツのビジネス・モデルを整理している。簡単にまとめると、支払者はドライバー本人か、第三者のいずれであるか、また支払手段はお金か、それとも利用者が提供する自身のデータがその代価となるか、のいずれかということである。

【図表14】 自動車向けコンテンツのビジネス・モデルの整理



出典：HIS社 プレゼン資料

#### 4 セキュリティー

自動車がIP化されてfourth screenとして定着すれば、PC、スマホのようにウィルスやハックの対象になるかもしれない。文字通りに命を運ぶ「端末」なので、セキュリティーのニーズはPC、スマホよりもなお高いだろう。自動車のバリューチェーンには多くのベンダーが含まれるため、自動車メーカーやコンテンツ・プロバイダーのみならず、ベンダーもセキュリティーの徹底が急務なのであろう。調査会社のHIS Automotiveは、カンファレンスでソフトウェア・レイヤーでのセキュリティー徹底に加え、ハードウェア（プロセッサ）レイヤーでのセキュリティー機能の必要性を強調した。スマホでいえば、こちらはCPUレイヤーのセキュリティーに相当するかもしれない。

また、ITSや交通インフラ、国のインフラを利用するサービスの場合、インフラを通じたウィルス伝達だけでなく、自動車からインフラへウィルスが移ってしまう可能性さえある。極端な事例かもしれないが、悪意をもってconnected carを通じて国のインフラやITSインフラを狙うような事件も充分考えられる。自動車とは異なる「媒体」を使った事例だが、ある国がターゲット国をウィルスで狙ったサイバー攻撃の事例はすでに存在する。たとえば、USBドライブを、connected carに接続すればウィルスは伝染可能か？ 自動車自体のIVIシステムや自動車のコア・システムが



「クラッシュ」してしまうようなことがありえるのか？

テレマティクス・プロバイダーのContinental社は以下のようにリスクを整理してみた。大きく分ければ自動車を通じて伝染されるリスクと、ネットワークを通じて伝染されるリスクである。そこで自動車側のユーザ認証（例：指紋認識）がリスクをおさえる役割を果すかもしれない。

【図表15】 Connected Carのセキュリティー・リスク対象

### Risk Areas

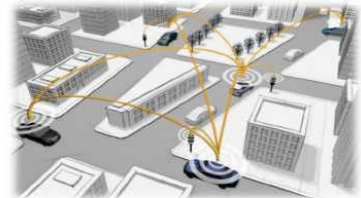
› The Vehicle



› OEM and TSP Servers and Gateways



› The Network



› Third Party Servers Behind OEM/TSP



出典：Continental社 プレゼン資料

### 📖 執筆者コメント

Fourth screenとしての自動車。OSプロバイダー、HTML5プラットフォーム・プロバイダー、コンテンツ・プロバイダー、デバイス・メーカーなどのプレーヤーの間の競争や協業はここ数年繰り広げられたスマホ市場展開に類似する側面がある。AppleとGoogleのプレーヤーも参入してきて、なおさら、第二次AppleとGoogleの対戦にみえてしまう。

ただし、QNXのような既存OSプレーヤーがすでにあり、自動車産業においてはスマホ市場と異なる市場構造が定着しそうだ。

そこで、Connected Carにおける、キャリアとしての面白みやうまみとは？ キャリアは、移動通信回線によって、データ・トラフィックを取り扱う存在を超えることができるのだろうか。EricssonのConnected Vehicle Cloudはそのための示唆となるのかもしれない。Connected Vehicle Cloudは本質的に、M2Mアグレーション

ン、第三者コンテンツ・プロバイダーの配信を可能にするプラットフォームとして機能するためだ。SMSアグレーション事業を運用してきたEricssonやmDocs、M2Mアグレーション事業を運用してきたAerisやJasperは、今後、connected carのアグレータになりえるかもしれない。一方、ホスティング・インフラを世界各地にて保有するKDDIのような通信事業者にとっても、この分野は、市場機会になるのかもしれない。

**【執筆者プロフィール】**

氏名： Jon Metzler（ジョン・メツラー）

Founder and President of Blue Field Strategies（ブルーフィールドストラテジーズ 創立者・社長）

経歴：米シカゴ生まれ、現在サンフランシスコ在住。90年代初頭、5年間の滞日時、朝日新聞出版局、TBS、CBSなどを経て、98年本国へ帰国。UC-Berkeleyにて日本とシリコンバレーを比較研究し、ビジネスと東洋学の修士号を取得。後に、PAI社に入社し、多岐にわたるアメリカのベンチャー企業の日本市場開拓を受託する。その後、地上波放送電波を使った位置測定技術を開発したRosum社に入社し、アメリカ国内のテレコムと国防の事業開拓を務める一方、E911などの課題でFCCなど規制機関をも担当する。

シリコンバレー・ワシントンDC・日本での経験とネットワークを生かすBlue Field Strategiesは、テレコムとメディアの市場と規制の分析、提唱活動、事業開拓などを行い、またベンチャー投資のデューデリジェンス、日米のベンチマーキングをも受託する。

2008年8月より、KDDI総研の特別研究員として、米国の情報通信市場、規制動向等に関するレポート執筆、個別調査等に従事。主な関心分野は、モバイル放送、DTV変換、ロケーション・サービス、次世代UI、携帯端末の販売・リユース・リサイクルなど。