“D903i”アプリケーション

井上将志*
福井伸一*

“D903i” Application

Masashi Inoue, Shinichi Fukui

要　旨

MNP(Mobile Number Portability：番号ポータビリティ制度)の導入，ソフトバンク㈱の新規参入が重なり，携帯電話キャリア間の競争が激化している市場環境において，端末メーカーとしては，より商品力のある魅力的な携帯電話の市場投入が求められている。

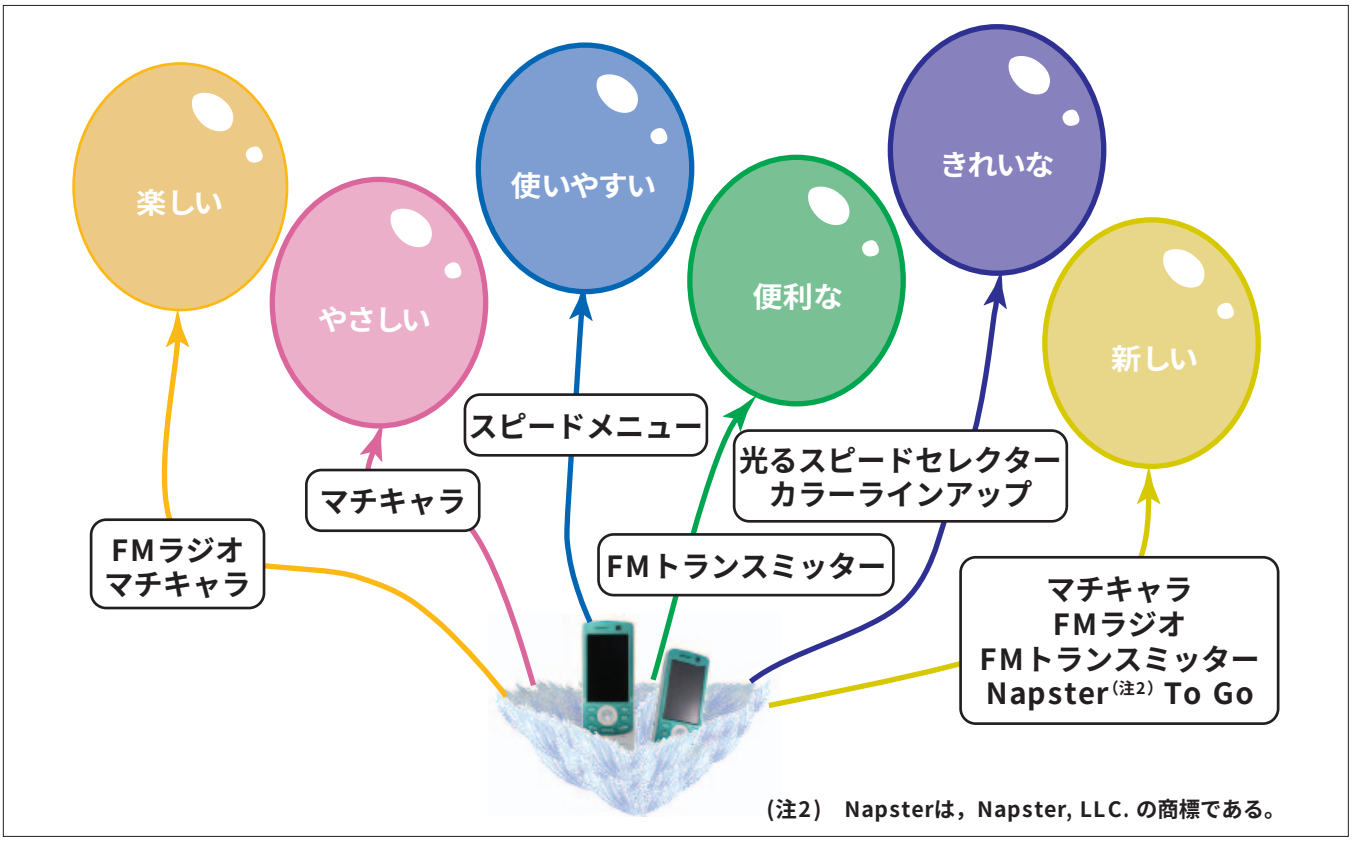
903iシリーズは，MNP導入(2006年10月24日)後，初めて市場に投入される㈱NTTドコモ向けメイン端末となり，大きな期待を背負って投入されるシリーズである。

そのような状況下で，“FOMA(注1) D903i”は他キャリア機，及び，㈱NTTドコモ同シリーズ内他社機の中で“選ばれる端末”になるための商品企画を行った。

現在，三菱電機ではユーザーベネフィットを創出するために，“楽しい／優しい／使いやすい／便利な／綺麗(きれい)な／新しい”という6つのキーワードに着目した携帯電話の商品企画を行っている。

これらのキーワードのうち，本稿では“楽しい／優しい／便利な／新しい”アプリケーションである，“マチキャラ”“FMラジオ”“FMトランスミッター”の3つについてそれぞれのアプリケーション搭載に伴う企画のねらい，及び，これらのアプリケーションの利用シーンについて述べる。

(注1)　FOMAは，㈱NTTドコモの登録商標である。



FOMA D903i商品企画のイメージ

D903iは“楽しい／優しい／使いやすい／便利な／綺麗な／新しい”の各項目において，上図のような商品企画を行った。

*モバイルターミナル製作所