

## 台湾で着信メロディー配信事業を展開

ヤマハ(株)は携帯電話の着信メロディー用音源LSI(大規模集積回路)の生産で世界トップシェアを誇る。同社は1999年に日本で携帯音源LSIを発売、翌年携帯着信メロディー配信事業を開始した。そして2000年11月、事業ノウハウや楽曲データを有効活用し、初の海外進出として台湾で配信事業を開始した。台湾での業務は、ヤマハの台湾現法である功学社山葉楽器(股)が運営している。今回は功学社山葉楽器の家城義男総経理に台湾での活動内容や、台湾における携帯コンテンツ市場についてお話を伺った。

( ) 着信した音楽データに対応する音色を作り出し、再生する半導体。

功学社山葉楽器(股)  
家城義男総経理



### 楽器の製造販売、音楽教室事業等を展開

功学社山葉楽器(股)は、日本のヤマハ(株)と台湾におけるヤマハ楽器の総代理である功学社貿易(股)の合併会社として1997年に設立しました。台湾におけるヤマハの活動の歴史は古く、1969年には桃園県にピアノの製造を行う台湾山葉楽器製造(股)を、1970年には高雄市にギターの製造を行う高雄山葉(股)を設立しました。

これらの拠点で生産したヤマハブランド製品の台湾における販売を過去40年来担当してきたのが功学社貿易ですが、更に台湾のお客様のニーズにきめ細かく対応したいという考えから、功学社山葉楽器を設立しました。また、楽器の製造販売に加えて、財団法人山葉音楽基金会によって、台湾全省約170ヶ所でヤマハ音楽教室を展開しています。

1997年には音源LSIの技術サービスを行うため半導体技術センターを設立、この後着信メロディー(以下着メロ)配信事業開始に伴いモバイルコンテンツビジネスセンターを開設、これらの業務を統括するIT事業開発部を設置しました。

### 台湾で着信メロディー配信業務を開始

ヤマハが日本国内で着メロ配信業務を開始したのは、2000年2月からです。ヤマハは携帯電話の着メロ用音源LSI(大規模集積回路)の生産で世界トップシェアですが、このハードにおける強みと今まで音楽関連事業で培ってきた楽曲データ制作技術を生かして携帯コンテンツ分野に進出しました。当初はヤマハ製音源向けの配信が中心でしたが、現在では様々な音源フォーマットにも対応しています。

そして日本における事業ノウハウや楽曲データを有効活用し、2000年11月から台湾でも着メロ配信業務を開始しました。これは当社のコンテンツ事業としては初の海外展開であり、また台湾においても、初の独立コンテンツプロバイダによる配信サービスになります。

台湾でのサービス開始当初は、「美麗鈴(メロリン)」ブランドで単音から始まりましたが、現在では「超級美麗鈴(スーパーメロリン)」ブランドで40和音までに発展しており、中華電信(CHT)、台湾大哥大(TCC)、和信電信(FET)を始めとする携帯キャリア6社において約20種ものサービスを行うまで

## 日本企業から見た台湾

に拡大してきました。現在、台湾で当社のサービスを利用する会員数は約10万人を超えています。

### 携帯ビジネスのトータル・ソリューション

人口約2300万人の台湾では携帯電話普及率(総人口に占める携帯電話契約数)が100%を超えています。またローカルの携帯端末メーカーや通信キャリアが多数存在しており、携帯ビジネスのインフラは整備されています。更に台湾の若者は流行に対する関心も高く、台湾の携帯ビジネスのポテンシャルは非常に高いと考えます。

しかし一方で、配信の方式が端末やキャリアによって異なる場合があり、コンテンツプロバイダはそれらの仕様に対応したシステムを構築することが必要となります。また、台湾では日本音楽著作権協会(JASRAC)のような著作権使用料を代行徴収する機能が十分整備されておらず、コンテンツプロバイダが効率的に著作権使用手続きを進めることが難しいという一面もあります。台湾政府は民間のコンテンツ事業者を育成する姿勢を打ち出していますが、今後台湾のコンテンツ市場を発展させるためにも、政府による指導力も重要になってくるでしょう。

このような台湾携帯ビジネスにおいて、ヤマハではハード及びソフトの強みを生かし、端末メーカーからエンドユーザーに対して「トータル・ソリューション」を提供しています。つまり、携帯端末メーカーには音源LSIを、コンテンツプロバイダにはデータフォーマットやコンテンツ開発ツールを、携帯キャリアには配信フォーマットを、そしてエンドユーザーにはコンテンツを提供し、携帯ビジネスを川上から川下まで幅広くカバーしています。

### テストマーケットとしての台湾

着メロ配信業務の台湾進出の目的は、ポテンシヤ

ルの高い台湾市場の開拓にとどまりません。台湾進出はヤマハが更に海外展開を進める上でのノウハウ蓄積のためのテスト・マーケティングとしても位置付けています。

ヤマハは日本、台湾の他、中国大陸、欧米でもサービスを開始していますが、これらの国では既に和音対応の音源LSIを搭載した携帯電話機が普及しつつあり、音質の高い当社の着メロの需要は拡大すると考えています。そして、台湾での経験を生かしながらも、各国それぞれの需要や趣向に合わせることで海外展開で勝ち残るための大きなファクターとして、その国の着メロはその国で制作するなど、ローカライゼーションを強力に進めています。

今後はこれらの国々でも携帯ビジネスの「トータル・ソリューション」を提供していきたいと考えています。

### ヤマハにおける携帯電話のビジネスモデル ～トータル・ソリューション～

