

準備着々ドコモ・KDDI

iPhone/iPadで高まったビジネスの期待は、Androidにも注がれている。先行者が苦労したセキュリティ対策に早々に着手し、ソフトバンク猛追の準備を整えたドコモとKDDI。キャリア3社それぞれの戦略を追う。

iPhoneとiPadに法人ユーザーが飛びつく。

発売当初は当事者も考えていなかった事態が起きている。いまや、コンシューマ市場に負けず劣らず、iPhone/iPadは法人モバイル市場でも人気端末となった。

iPhoneは立ち上がりこそ非常に緩やかだったものの、iOSの進化に伴ってセキュリティ対策、端末管理に関わる機能の充実により、2010年から法人への導入に勢いが付いた。

さらにサードパーティベンダーからセキュリティ対策アプリやサービスが続々登場したことも追い風に、法人市場で確かな地歩を築き始めている。

iPadはさらに鮮やかだ。発売前から企業が注目し、導入事例が続出した。未だ試験導入の域を出ないケースも多く、また利用目的を明確化しないまま導入したため失敗する企業も少なくない。だが、タブレット端末は企業に新たな価値をもたらすという期待感を多くのユーザーに植えつけた。

「iPhoneが辿った道」に学ぶ？

そうした期待は、相次ぎ登場するAndroidスマートフォン、Androidタブレットにも注がれている。

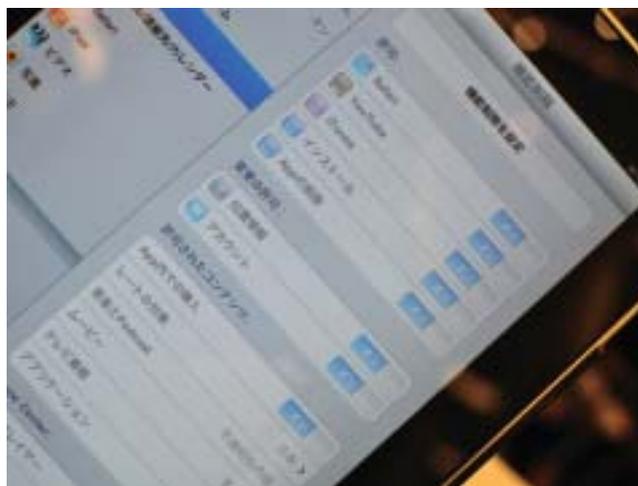
スマートフォンやタブレット端末を活用した法人向けモバイルソリュー

ション提案では、ソフトバンクが大きく先んじている。だが、Android端末のラインナップを揃えたドコモとKDDIは、iPhone/iPadの法人導入で問題視されたセキュリティ関連の課題解消に早速着手。追う者の利点を活かして猛追体制を整えている。

企業によって条件は異なるものの、iOSは昨年11月から提供が開始されたバージョン4.2以降、Android OSは2.2以降が一応の“導入のタイミング”と判断する向きは多いようだ。スマートフォン/タブレット端末導入の地ならしは着実に進展している。

法人ユーザーが強い興味を示し、導入へ前のめりに食指を動かすモバイル端末はかつてなかったと言える。現在のスマートフォン/タブレット端末には、それくらいの勢いを感じる。だが、端末の魅力だけでは十分でない。こうした新端末を使ってどのような業務の課題を解決するのか、具体的なソリューションとその提案力がなければ、確かな支持は得られない。

この波をどうやってつかむのか。まずは携帯電話キャリア3社の取り組みから見ていく。



セキュリティ対策、業務外利用の制限といった機能を着実に拡充することで法人ユーザーの支持を集めてきたiPhone/iPad。多様な端末が生まれ出されるAndroid端末では、法人をターゲットにこうした機能を特に強化したタブレット端末やスマートフォンも登場しそうだ