

特集

# 2

## 企業モバイルは二千万超える！ 携帯3社の主戦場は内線電話

携帯電話の加入者が飽和状態を迎え、事業者は新たな市場として法人に着目している。固定とモバイルが融合するFMCや個人情報保護法によるセキュリティ重視といった動きも、後押ししている。そこでNTTドコモ、KDDI、ポータフォンの担当者に、法人市場の動向や課題を語っていただいた。(編集部)



出席者(社名50音順)

NTTドコモ  
プロダクトビジネス部  
ビジネス戦略担当部長  
小関 純氏(右)

KDDI  
モバイルソリューション国内営業本部  
営業企画部長  
増田晴彦氏(左)

ポータフォン  
法人事業統括本部  
メジャーアカウント統括部  
統括部長  
磯 逸夫氏(中)

携帯電話加入者が9000万を超え、コンシューマー市場は上限を迎えつつあります。各社とも法人市場への取り組みがいよいよ本格化しています。まず、携帯電話法人市場の現状とこれからの見通しについてお話しください。

小関 法人市場への期待は高いですが、状況としては、残念ながらそれほど大きな数字的な飛躍はなく微増程度です。ただ、ビジネスの中身が、企業への単なる端末販売からモバイルを使ったシステム販売に変化していることを強く実感しています。

磯 そうですね。確かに、携帯電話市場は量的成長面では沈滞・停滞期を迎え、次の可能性は質的成長の側面だと思えます。しかし、法人市場でのモバイルデバイスの使われ方は、企業の基幹での利用というよりは、ビジネスアプリケーションとしてはニッチで、限定的な使われ方がほとんどですね。それと、事業者に共通の悩みでしょうが、法人市場においても、販売やマーケティングアプローチはま

ず物ありきのプロダクトアウト型であり、企業のシステム系のお客からするとかなり違和感があります。

増田 携帯電話法人市場の展望ですが、日本の常用雇用労働者は現在3100万人です。私どもでは、業務用アプリケーションに対応した法人契約は年率約5%で成長し、2010年には1000万台を超えると予想しています。

携帯電話端末に加えて、データ通信カードの需要も非常に伸びていて、昨年度の2倍近い引き合いをいただいています。今後、ドコモさんがHSDPAの導入で高速化すると、WIN方式にとって脅威という面もありますが、むしろデータ通信への企業の関心を高め、ともに成長していくトレンドになると予想しています。

企業のモバイル/ワイヤレスシステムへの需要動向については、

小関 経済が上向き、生産性向上も求められるなかで、モバイルへのニーズは間違いなく高まっていると思います。ただ、企業で働いている方たちが全員、法人用の端末を持つよう

になるかどうかは疑問です。例えば、個人で所有している携帯電話で「マルチナンバー」を利用すれば、1台の端末で最大3つまでの番号の使い分けができ、さらに番号ごとに請求も分けることができるので、普及が進むでしょう。

磯 企業のニーズは、二極化していると思います。「音声だけでいい」というお客様は極めて多く、もしかしたら9割近いかもしれません。この場合、安く使えればいいので、キャリア側からすると固定費を下げて、どのようにシェアを広げていくかという議論になると思います。

もうひとつは、モバイル導入による付加価値をどう上げていくかです。こちらは要素技術や環境が整い始めた段階で、使い方も含めて提案していかないと市場はなかなか変わっていきませんね。今や携帯電話は一昔前の汎用機並みのプロセッシングパワーがあります。社内LANより高速で通信を実現する帯域も整ってきました。これでコードレス電話の子機

のような使い方がしないのでは、もったいなさすぎます。ただ、こちらは、潜在的なニーズはあってもまだ顕在化していないので、ここを業界としてどう刺激していくかが課題ですね。

増田 そのとおりですね。早い段階から業務アプリケーションを実現する端末としてモバイルをとらえている企業から、単なる通話端末として個人が費用を負担している企業までさまざまです。今の端末はコンシューマーのニーズをベースに作られていて、法人にとっては不要な機能も多々搭載されています。音声端末を使っている法人のお客様のニーズは「バッテリーの持ち」「セキュリティ」「頑丈さ」の3点です。

そこで、私どもは、このほどバッテリーを重視した法人専用端末「B01K」を開発しました。

企業向けモバイルの普及には、コンシューマー仕様ではなく、本当に企業で使いやすい専用端末の提供が鍵を握るという見方は強いですが、ただ、これまではロットが見込めないでなかなか登場しなかった。

磯 私は以前IT業界にいましたが、1980年代後半から90年代にかけてPCを売り出した時に、いろいろなソフトを詰め込みました。ところが現在では、法人向けは何も入っておらず、コンシューマー向けとは一線を画しています。似たようなことが携帯電話でも起きるのではないのでしょうか。

小関 「カメラをなくしてくれ」とか「セ

キュリティを強化してほしい」といった要望が強くなります。個人情報保護法の関係で、PCどころかメモリーすら社外に持ち出せなくなっています。モバイルには逆風のように見えますが、逆に携帯電話では端末やアプリケーションをうまく活用することでモバイルPC並みのサービスや、それ以上のセキュリティ確保が可能となることを認識してもらおう、アピールしていくべきだと思います。

### 「安全・安心」がキーワード

モバイルシステムの導入で業績や効果が上がっている事例を紹介してください。

小関 これは金融機関の例ですが、個人情報を持って出かける場合、その管理をどうするかという問題があります。そこで個人情報を暗号化してからQRコードへ変換したものを持ち運びます。暗号化してあるので、専用のiアプリしか読み出せません。iアプリもID認証やパスワード、時間設定など4重のセキュリティで個人情報が漏れないようにしています。

増田 電力会社の事例ですが、台風や地震で電力線が倒れた場合、携帯電話に搭載されているメガピクセルのデジカメで現場を撮影してセンターサーバーに送信し、現場の状況を確認しています。GPS機能で位置も把握できます。

また、大手石油会社はGPS機能を使いガソリンスタンドと運送会社の間

HSDPA  
High Speed Downlink Packet Access : 3G  
「W-CDMA」方式のデータ通信を高速化した規格。3G方式の標準化団体3GPPで標準化され、3.5Gとも呼ばれる。電波の受信状態に応じて高速と低速の変調方式を使い分けることで、下り最大14.4Mbpsの通信速度を実現する。日本では、NTTドコモが「FOMA」を高速化するためのサービスとして実用化を目指している