

「携帯電話は会社管理に」 企業の意識変化が追い風

法人モバイル市場では、各種ソリューションがユーザー獲得の鍵を握ると見られる。そこで端末、内線ソリューション、セキュリティの3項目について、キャリア各社の取り組みについて分析する。

端末

充実するラインナップ スマートフォンの競争激化

携帯電話の法人市場は、専用端末が存在しないことが、その拡大を妨げているといわれてきた。

その後、2004年11月にNTTドコモが携帯電話では初めて無線LANを内蔵したFOMA「N900iL」を発売。最近ではコスト削減や生産性向上など企業のニーズの高まりを受けて、キャリアが法人市場に目を向け始め、法人向け端末のラインナップも充実しつつある。

法人向け端末は、大きく3種類に分けることができる。1番目はドコモ「N900iL」やau「E02SA」のような無線LAN内線ソリューション向け。2番目はau「B01K」「E03CA」など、バッテリー寿命や頑丈さに重点を置いた端末。そして3番目がウィルコム「W-ZERO3」に代表されるスマートフォンタイプだ。

BlackBerryの参入

とりわけ、スマートフォンをめぐって、キャリア間の競争が激しくなっている。

ドコモは9月26日、カナダのリサーチ・イン・モーションの「BlackBerry 8707h」を発売した。

BlackBerryは、すでに北米や欧州、アジア太平洋地区など60カ国以上で約160以上の通信事業者と提携しており、世界各国のビジネスユーザーに利用されている。

「海外から来たビジネスマンに、『日本ではなぜBlackBerryが使えないのか』と聞かれることが多かった」(NTTドコモ取締役常務執行役員法人営業本部長の星澤秀郎氏)というだけあって、スマートフォンの代名詞ともいべき存在だ。

BlackBerryは、音声通話やSMS／MMSの送受信だけでなく、WebブラウザやPCメールをやり取りできる。また、PC用メールを携帯メールのようにプッシュで自動受信することもできる。POP3／SMTPメールのほか、マイクロソフトのExchange ServerやLotus Dominoなど法人向けグループウェアメールサービスにも対応する。

今回の8707hは、ドコモの国際ローミングサービス「WORLD WING」に対応し、海外でも音声通話やデータ通信を利用できるなど、海外出張の多い外資系企業での導入を想定している。

スマートフォンで活性化

ドコモがスマートフォンを相次いで発売しているのは、「iモードを搭載した標準端末だけでは物足りない。PCレベルのソリューションを使いたいというニーズが確実にあったから」(NTTドコモ法人営業本部第二法人営業部長兼プロダクトビジネス部長の三木茂氏)だという。

ドコモ初のスマートフォンとして05年7月に発売された「M1000」は、PDAに似た操作性から高い反響が

特集 ①MNPで急拡大する
法人モバイル市場