

パート1

法人構成比は20%へ埋もれている巨大市場の開拓を急げ!

セキュリティ意識の高まりやMNP、景気回復により法人市場が盛り上がりを見せている。特に、これまで携帯キャリアの法人営業がカバーしてこなかった中堅・中小企業が潜在市場として注目される。

文 村上麻里子(本誌)

「コンシューマー市場の伸びが頭打ちになる中で、法人市場が活性化している。2007年は伸びが期待できる」。KDDIの小野寺正社長は昨年12月の会見で今年の携帯電話市場の見通しをこう語ったが、言葉通り法人モバイル市場が盛り上がりを見せている。

個人情報保護法の施行から2年が過ぎ、企業のセキュリティ意識が一段と高まっていることに加えて、昨年10月の番号ポータビリティ(MNP)導入で番号はそのまま事業者を換えられるというメリットが企業ユーザーに認知され始めたことが大きい。基底には、景気回復のなかで企業経営者が業務効率化、生産性向上のためにIT投資に踏み切ることによって以前のように逡巡しなくなったこともある。

2000万の空白市場

携帯電話とPHSの加入者は7月末現在、1億余り。その約10%に相当する1000万が法人市場とされる。総務省の調査によると、ビジネスコンシューマーは3000万といわれ、まだ2000万の市場が残されていることになる。キャリア関係者も「加入数の

20%までシェアは上がるのではないかと「自社の法人ユーザーを500万にしたい」「今後5年間はモジュールを含めて毎年100万の純増を見込む」と前向きな目標を掲げる。

もちろん、大企業ではすでに01年のドコモの3Gサービス「FOMA」開始のころからモバイル導入に積極的になっており、業務ソリューションを含んだ大型案件はほぼ一巡した。それに対し、300人以下の中堅・中小企業では法人契約をまだ導入していないところが圧倒的といわれる。

従来は、従業員の個人名義の端末を業務に利用している現実を放置するか、料金の一部を会社が負担する方式がほとんどだった。しかし、セキュリティ管理が社会問題化するな

かで、端末紛失時に個人情報などの重要なデータが漏洩することを危惧する傾向が強くなり、個人端末を会社業務に利用することの問題性に気付いた。このためPC同様、携帯電話も法人契約に切り替え会社の備品としてトータルに管理する企業が増えている。

きっかけはホワイトプラン

中堅・中小企業におけるモバイル導入の点火役を担ったのが、ソフトバンクモバイルの「ホワイトプラン」と「Wホワイト」だ。月額利用料金が980円、Wホワイトを加えると1980円という料金設定は、「コストに敏感な中小企業に受け入れられ、法人モバイルの垣根を低くした」携帯電話販売代

「法人営業本部のミッションは3000万の市場がある中で、法人契約をどこまで増やすかということ。もう一つは、BtoBtoC市場の開拓を推進し、法人市場全体のパイを広げていくこと」



NTTドコモ
法人営業本部
法人ビジネス戦略部
事業戦略担当課長
町田直氏