

巻頭言

ビジネスを変えるスマートデバイス



日経BP社 パソコン局長

藤田 憲治氏

Kenji Fujita

2011年、日経BP社発行の月刊情報誌『日経トレンド』が毎年11月に発表する「ヒット商品ベスト30」で、スマートフォンが第1位となった。個人ユーザーの間で一大ブームを巻き起こしたスマートフォンだが、企業においては、どの程度普及が進んでいるのだろうか。日経BP社で『日経パソコン』などの編集に携わり、企業におけるICT技術の利用動向に詳しい同社パソコン局長 藤田憲治氏に、スマートフォン・タブレットの企業利用の現状やさらなるブレイクスルーへの展望などを伺った。

消費者的ライフスタイルを変えた スマートフォン・タブレット

日本経済新聞社「日経 MJ ヒット商品番付」の2011年東の横綱は「アップル」、大関は「アンドロイド端末」でした。『日経トレンド』の「2011年ヒット商品ベスト30」でも、1位は「スマートフォン」でした。こうしたことが、スマートフォンやタブレットのブームを端的に物語っています。携帯電話会社の宣伝の影響もそうですが、ガラケー*とも呼ばれる従来の携帯電話ではなく、これからはスマートフォンではないかという気運はかなり高まっていると思います。ブームの爆発力は、従来の携帯電話の普及のときよりも今回のほうが大きく、一気に変わったという印象があります。

スマートフォンは、若者だけではなく中高年にも浸透し始めていて、パソコン教室ではパソコンではなく、スマートフォンの使い方を教えてくれという人が多いくらいです。今まで40代～50代の男性から広がる傾向が強かったICT機器ですが、スマートフォンに関しては若い女性が多い。女性の方が流行に敏感ですね。もちろん、その背景には携帯電話会社が男性アイドルグループを起用し、若い女性に向けて展開しているプロモーション効果もあるでしょう。スマートフォン・ユーザーには、TwitterやFacebookといったSNS系サービスを使用する人が非常に多く、若い世代の方が相性がよいと思われます。

一方、自宅でタブレットを使っている主婦層に人気なのが、料理レシピサイトの「クックパッド」です。キッチンにタブレットを置いて、クックパッドを見ながら料理を作っている人が、たくさんいるようです。クックパッドなどのレシピサイトや料理アプリは、確実に生

活のスタイルを変えました。YouTubeなどの動画サイトも生活のスタイルを変えた一つです。タブレットは、家庭ではパソコンの代わりとなっています。

スマートフォンの企業利用は情報共有が中心 タブレットは顧客との対面サービスに

2011年に日経パソコンが約2,000社の中堅・中小企業を中心に実施した調査では、「法人契約でスマートフォンを利用していますか」という質問に対して、「一部の社員に導入している」まで含めると導入企業は全体の20%弱でした(2011年6月時点)。

用途として一番多いのは社内の情報共有です。対面サービスに使われている例も少なくありません。例えば、あるカメラチェーン店では、写真付きの店舗情報をデータベース化し社内でも共有しています。写真撮影、店舗データの入力やサーバへの情報アップロードに、スマートフォンを利用しています。スマートフォンを対面サービスに利用している企業は、多品種少量の商品を扱う小売りチェーンに多いようです。従来、小売店ではお客様に在庫を聞かれると、店の奥にあるPOSシステムで確認していましたが、スマートフォンに変えることで、在庫検索がその場でできるようになります。元のシステムがWebベースで作られていれば、画面設計を変えるだけでスマートフォンに対応できるという手軽さもあります。飲食店でも、オーダーを入力するのにスマートフォンを使っている事例があります。

また、患者と対面して診療を行う医療現場で、タブレットを説明時に利用するところが増えています。タブレットは、傾けるだけ

*ガラケー：ガラパゴスケータイの略。国内向けに独自の進化を遂げた従来の日本の携帯電話のこと

でディスプレイ表示を回転させることができるので、向き合って画面を使うような説明に便利なのです。ある病院がタブレットを導入すると、同じ地区の他の病院もタブレットを導入するといったトレンドの伝播があるようです。

初のタブレットである Apple 社の iPad の発売が、日本では 2010 年 5 月。発売当初に導入した企業においては、大幅なイメージアップにもつながりました。真っ先に飛びついた外資系の自動車ディーラーでは、Web やカタログが見られるだけでしたが、iPad を置いておくだけでそのディーラーは先進的だと印象づけられたものです。

ビジネス利用促進のポイントは 導入コストとセキュリティ確保

B to B ビジネスでのスマートフォン・タブレットの本格的な普及はこれからです。前出の調査では、スマートフォンを導入している企業は 20% 弱、スマートフォンの選定時に考慮する点では、通信料金、セキュリティ、導入コストが上位 3 項目にあがりました。ビジネス利用においては、コストとセキュリティ対策が、最初に解決しなければならない大きな課題と言えます。

パソコンに比べて安価なスマートフォンやタブレットですが、現状のパソコン業務すべてをスマートフォンやタブレットに置き換えられる訳ではありません。そのため、パソコンと同じようにスマートフォンやタブレットを導入することは、企業にとって二重投資となり難しい面があります。しかし、各機器には得意な用途があります。例えば、文章作成や表計算など入力中心の業務にはパソコンが便利ですが、検針業務や対面販売などの現場業務には、タッチパネルが使えるなどの利便性によりスマートフォンやタブレットの方が便利です。今後、スマートフォンやタブレットの方が便利な業務では、コストパフォーマンスも手伝って置き換えが進む可能性があります。

一方の「セキュリティ」ですが、前出の調査結果では、「スマートフォンにセキュリティ対策ツールを何も導入していない」という回答が半数を超えました。社外での使用が前提となるスマートフォンでは、盗難・紛失時の情報漏えいの危険があり、導入を躊躇している企業も多いようです。スマートフォンを数千台規模で導

入した企業では、端末の盗難・紛失時には、端末に保存されているデータを遠隔地から消去したり、端末の行方を追跡できるセキュリティシステムを構築することで、自社のセキュリティ基準をクリアしました。スマートフォンのビジネス利用にあたっては、セキュリティ対策とセットにした提案が求められています。

社会に対して影響力の強い大手企業がスマートフォンやタブレットを導入し、その効果を実証されることも重要です。スマートフォンやタブレットを導入することで、大きく効率を上げる業種が出てくるともポイントの一つです。病院で記入する問診票のように、手書きが中心の作業は、我々のまわりに意外とたくさんあると思います。このようなシーンでタブレットを利用することにより、データ化する手間を減らしたり、情報の検索が簡単にできるようになれば、業務が大幅に効率化していきます。

スマートフォン・タブレットに 訪れる技術革新の次の波

スマートフォンやタブレット開発には多くのメーカーが参入し、CPU や画面表示の高速化などハードウェアの進化と OS の機能向上が続いています。今後さらにスマートフォンやタブレットの機能が向上し、使いやすくなるには、通信環境の向上が影響を及ぼすのだと思います。NTTドコモがサービスを提供している「Xi (クロッシィ)」をはじめとする LTE (Long Term Evolution) は、他の携帯キャリア各社も導入を予定しており、WiMAX とともに、本格的な高速通信の時代を迎えています。さらに、2014 年～2015 年には光ファイバーなみの 1Gbps の速度を実現する LTE-Advanced の実用化が予定されています。

通信の高速化に伴って、文字情報がビジュアル化され、動画、そして HD 動画へと情報がリッチになってきました。さらにあと数年で今は夢のように感じている高速通信がごく普通になり、ICT 業界全体の技術革新がますます進みます。それとともに、ビジネスでもパーソナルでも、斬新なアイデアが生まれ、リッチなアプリやコンテンツが誕生していくことが期待されます。おそらく、場所を選ばず、いつでも使えるスマートフォンやタブレットの利用方法は大きく変わり、生活やビジネスで重要な役割を担っていることでしょう。

特集 スマートフォン・タブレット

contents

巻頭言	ビジネスを変えるスマートデバイス	2
ワークスタイル変革	スマートフォン・タブレットが変えるワークスタイル ～スマートデバイスはここまで使える～	4
技術解説	スマートフォンの基礎用語 ～スマートフォンを支える技術～	10
富士通の取り組み	使いやすさと品質に徹底的なこだわり 富士通のスマートフォンづくり	12
● 講演録	世界遺産・平泉の輝く浄土 ～みちのくへ光を！～	14
● 豊かに生きる誌上セミナー	HUMAN HUMAN ビジネスマンの流儀～シャツにこだわる③	16
● Family's Information	ほか	17