

アドバンスドセッションー2

進化するモバイル・ソリューションが ビジネススタイルを変える

[講演要約]

モバイル・ビジネス 日本の動向

NTT ソフトウェア株式会社 モバイルソリューション事業部 取締役事業部長

大南 正 人 氏

1. モバイル・ビジネス領域の拡大

MCPC（モバイル関係のベンダー、ソリューション提供者による協議会）の予測、あるいはガートナー ジャパン株式会社や野村総合研究所の予測、いずれを見てもモバイル市場、モバイル・コンピューティング利用者は今後急速に伸びていくだろうと予測されている。

モバイル・ビジネスの領域について考え方はいろいろあると思うが、1つのスキームとして次ページの図1のような形が考えられる。流通、EC、放送・配信、教育・エンターテインメント、こういったところを軸として、現状からどんな形で伸びていくだろうかという予測を我々としてもしている。

例えば位置の情報に関係したさまざまなサービス、それからモバイルの広告とか、配信の関係。この関係はたぶん1つというよりも、いろいろな組み合わせで考えていくことが必要であろう。

2. 経営とモバイル

経営的な観点では、経営合理化、あるいは業域の拡大への活用が期待できる。



経営合理化の1つの方向が、経営判断の迅速化。現場でできるだけ判断をして、いわゆる判断までのタイムラグを短くする。実態をよく把握している現場が判断をできるようにする。

経営合理化のもう1つの方向は、顧客満足度の向上。そのために、顧客に対応する時間をなるべく長くする。いわゆるセールスマンは、直出直帰という形で、レポートはあとでできるような、あるいはモバイルの環境でできるような形にする。

業域拡大については、それぞれの企業が得意な分野の業態、業域があるが、そこをベースにして、どういう形でモバイルを考えていったらいいか。それには、自分のところだけで閉じて答えを出そうとせず、アライアンスを組んで、

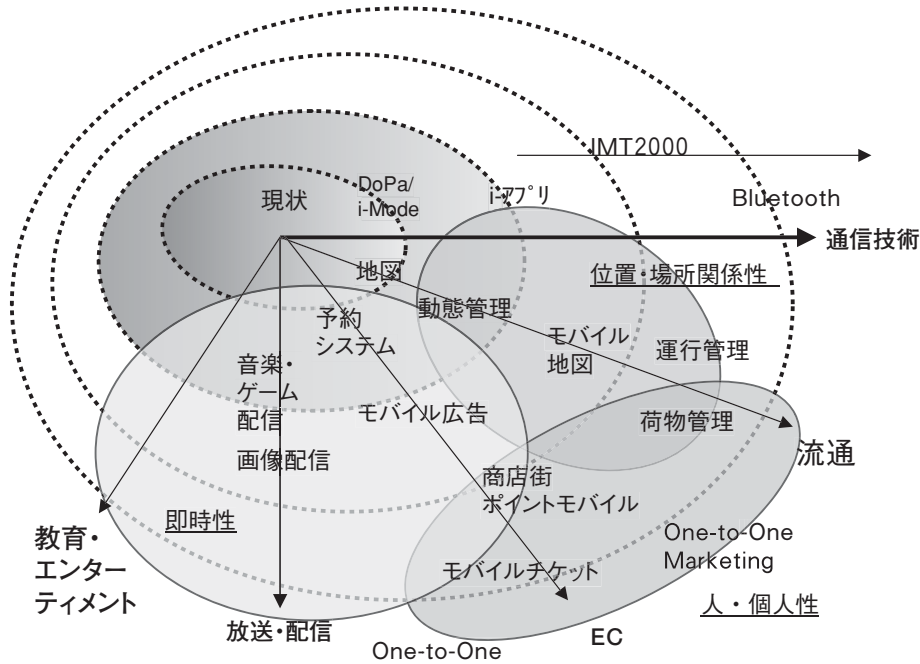


図1 モバイル・ビジネス領域

得意なところを持ち合って、Win-Winの関係にするという考え方をすべきだと思う。

ヴイコ社と当社の関係も、そういうことを狙っていると理解して頂きたい。

それからもう1つ、競争の激化とスピード経営。最近、特にこのあたりは要求が厳しい状況になっている。この要求に応えるため、顧客重視の情報共有、モバイル利用環境のシームレスな利用をいかに実現するか。

軽快な情報入出力ということも考えていかなければならない。

3. 多様な人材ミックス

当社でも、テレワーク、いわゆる在宅勤務の試行を少し進めてきている。いろいろな形でのオフィス、いわゆるSOHO、自宅、それから最近、無線LAN関連でホットスポット的なことも出てきている。したがって、モバイルワークとヘッドオフィスとの関係を融和し、多様な人材ミックスとダイナミックな連携によって、長期的な競争力を作る。これが21世紀の日本で、ワーキング環境として考えていかなければならない重要なファクターとなっている。

そういう所に、どんな形でインフラストラクチャを提供できるかが大きなポイントである。インフラストラクチャには、ネットワークだけではなく、その上のパッケージや、あるいはアプリケーションのプラットフォームも含まれる

と考えている。

4. NTTソフトウェアのモバイル・ソリューション

当社が展開するモバイル・ソリューションを簡単に紹介したい。モバイル・アプリケーションの領域と所要技術という意味では、1つは従来ビジネスのモバイル化がある。モバイル化には、PDA化、iモード化、DoPa化、音声化などいろいろなアプローチがあるが、先程も述べたように自分の得意なところから出発することが大事である。

もう1つは、モバイルとしての新規ビジネス。例えばGPS (Global Positioning System) を導入すると、それを使った新しいビジネス展開が考えられる。

お客様からの要望は、「Small Start」「短期開発」「Scalability」。これはモバイルに限らない、最近のお客様の強い要望である。

技術的には、特にASPが重要視される。Small Startという要望に応えるには、お客様が設備を独自に持つというよりも、共同利用型のサービスで、すぐに始めるということが比較的多いのではないかと思う。

モバイル端末をオフィスの企業情報につなぐということでは、当社の「BLUEGRID」という通信ソフトウェアのパッケージとヴイコ社の製品である「GoWireless」とを組み合わせて、モバイルとオフィス業務そのものをシーム

レスに連携するようなソリューションを考えている。

GPSの応用では当社もいろいろなアプローチをしているが、その1つに「BizNavigent」がある。これは、歩行者ナビゲーションのプラットフォームであり、個人やビジネスでの利用、公共分野の都市案内や観光、あるいはバリアフリーの福祉関係など、さまざまな応用が考えられる。

Mobile Security ビジネスにもいろいろとアプローチしている。これからRFID、無線IC、無線タグなど小さな無線の発信機がどんどん出てくる。それらを用いたセキュリティ・ビジネスが展開できる。

5. ある日の私のモバイルな1日

私のある1日を1時間おきに区切って業務内容を見てみた。すると、デスクトップ、つまりオフィスにあるデスク

の前に座っていた時間は4時間。あとは内部打合せとか、お客様との打合せなど、会議・打合せが6時間。そして、お客様からお客様へと移動する間に、スターバックスのようところでメールを受信しているとか、モバイル端末を使った仕事時間が3時間ある。携帯電話は常にオンの状態。

こう見ると、時間をどういう形で有効に使うべきか、いろいろと考えさせられる。

重要なのは、モバイル端末の電源の補充であり、夜うちへ帰って、とにかくこれを忘れるわけにはいかない。電源容量が大きくなって大分カバーされてきたが、この問題もまだまだ解決しなければならない。

私の1日を例として示したが、これをユーザーの立場で考える、それから提供する立場で考える、するといろいろな可能性が見えてくると思われる。

[講演要約]

モバイル・ビジネス 米国の動向

VuiCo. (ヴイコ) インターナショナルオペレーション事業部 常務取締役

ジュンイチ・スリート氏

1. 米国モバイル・インターネット市場

現在アメリカでは、ワイヤレス・マーケットに矛盾点を抱えている。すなわち、アメリカの消費者も、日本にあるような、便利で性能のよいワイヤレス・サービスやアプリケーションを求めている一方で、テクノロジー・プラットフォームや通信フォーマットに互換性がないため、新しいモバイル・アプリケーションや、サービスの導入が遅れているということである。

今のアメリカはアジア、ヨーロッパに比べて1年から2年遅れており、今後2004年の後半までこの状態が続くと予想されている。この遅れの理由は次の3点である。

1つは、周波数帯域の不足。今アメリカにはメジャーな携帯会社またはキャリアが6社ある。その6社に加え、政府も、特に軍関係が、帯域を大規模に使用している。

理由の2つ目は、不当な請求システム。アメリカでは、携帯をかける側、受ける側、両方とも通話料を払っている。この二重請求システムが、ワイヤレス・インターネットやモバイル・コマースが遅れている原因となっている。

そして3つ目の理由が、規格の非互換性。アメリカの携



帯会社6社のネットワーク規格は、他社との互換性がない。

また、アメリカでは、Java ベースや3G ハンドセットの導入が遅れている。そして、NTT ドコモのiモードのような、画期的なアプリケーションのデマンドは一般的に高いが、まだアメリカでは導入されていない。

2. 米国のトレンドー全体

今、アメリカのモバイル市場のトレンドは、次のように変わってきている。

第1のトレンドは、携帯会社の合併または合併。これに

よって、周波数帯域の不足が解消され、ネットワークのパフォーマンスもよくなり、ネットワークの規格や、地理的な通信の問題もなくなると予想されている。

第2のトレンドは、アジア、ヨーロッパのように、Javaベース、3Gハンドセットや、実用性のよい、高度なアプリケーションが、アメリカでも増え始めている。

第3に、アメリカの消費者の意識が変化している。特にインターネット世代である若者の間で、いち早くモバイル・インターネットが普及すると予想されている。

3. 米国のトレンドーエンタープライズ

企業のトレンドに目を向けると、アメリカ国内では、「営業職」「エグゼクティブ/マネジャー」「技術職」が、最もモバイル・ソリューションを必要としている職種である。

企業が最も必要とするモバイル・ソリューションのタイプとしては、

- ・ Web、企業データへのリアルタイム/リモート・アクセス
- ・ E-mail、メッセージング・システム
- ・ 時事、コンテンツ (Dynamic News and Contents)
- ・ 金融サービス・アプリケーション
- ・ セールス・フォース・オートメーション (SFA)
- ・ 受注・発注管理

が挙げられている。

アメリカ企業のワイヤレスデータ使用率は今後急速に高

まると予測されている。その理由の1つは、企業ユーザーも外で活動する機会が増えているため、今使用している携帯、PDA、またはラップトップなどを1つにして、ビジネスデータへのリアルタイム・アクセスができることを求めているからである。

既に述べたように、アメリカのワイヤレス・プロバイダはいくつかの課題に直面している。しかし、企業ユーザーは会社のデータに携帯端末からいつでもどこからでも必要なときにアクセスできるテクノロジーを求めている。

巨大なアメリカ市場が抱えている問題はこれから徐々に解決していくと思われる。今の技術やビジネスモデルの限界を解決しながら、アメリカの消費者のライフスタイルやニーズに応じたサービスを提供していくことが大きなビジネスチャンスにつながる。

ただ、そのためには、既存のものを使い続けるより、新規のテクノロジーを導入したほうが、確実に利益や効果が生まれるということをキャリアや企業が認識する必要がある。

5. ヴイコ社のビジネス戦略

今のアメリカの課題を解決し、ビジネスチャンスを実現させるため、我らヴイコ社の戦略は、以下のソリューションにフォーカスしている (図2参照)。

第1に、ヴイコ社のソリューションは、すべてJavaベースである。Java規格の安定性と信頼性のあるソリューション

ヴイコ社は以下のソリューションを提供する：

- ・ 規格に準じたテクノロジー
- ・ 高性能のクライアント/サーバー・モデル
- ・ 利用価値の高いアプリケーション
- ・ 全てのワイヤレス機器で使用可能なファンクション
- ・ テクノロジーと拡張性(スケーラビリティ)の実証

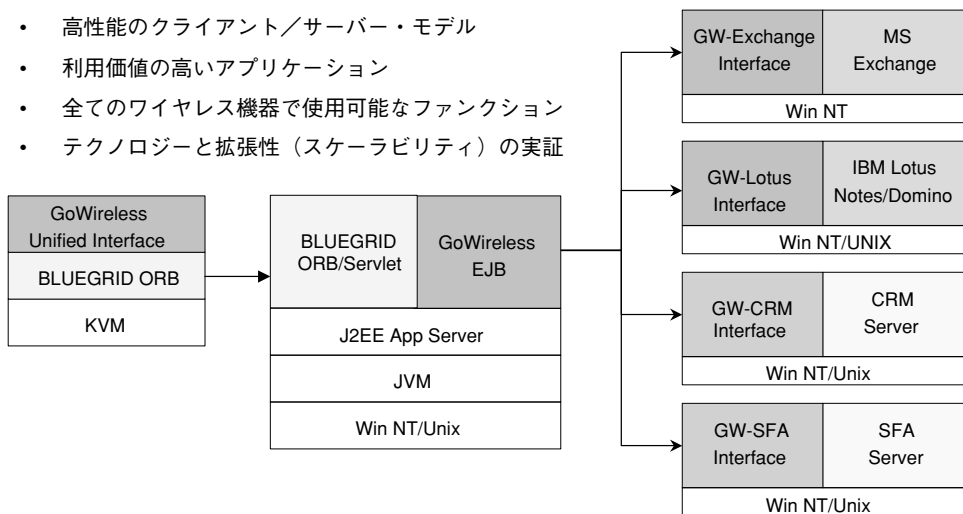


図2 ヴイコ社のビジネス戦略

ンを提供している。

第2に、ヴイコ社のソリューションは、クライアント／サーバーを通してワイヤレス機種とバックエンド・アプリケーションをつなぐ。そのためブラウザベースなどが必要な、巨大なオーバーヘッドはかからない。したがって、モバイル・ユーザーはExchangeやNotesなどのE-mailの機能だけではなく、ExchangeとNotesのフル機能を携帯やPDAの上で使うことができるようになる。

第3に、ヴイコ社のプラットフォームを使えば、CRMやSFAの開発や変更が簡単に早くでき、かつ開発コストも大幅に下げることができる。

第4に、クライアント／サーバーを導入することで、生産コストを下げながらも、アプリケーションのファンク

ションを増やしていける。ということは、すべてのワイヤレス機器で、同じファンクションを使える。

そして最後に、ヴイコ社のソリューションは、NTTソフトウェアのBLUEGRIDテクノロジーをベースに設計されている。これは、長年にわたって性能が実証されており、信頼性と安定性があることを意味する。

ヴイコ社はモバイル・ユーザーの皆様が、今使い慣れているアプリケーションを、リアルタイムで使用していただくことと、インターネットの操作をより速く、安く、そして簡単にしていきたいと考えている。ソフトウェア・フレンドリーではなく、ユーザー・フレンドリーなモバイル・インターネット操作を目標としている。

【講演要約】

モバイルで変わるビジネススタイル —携帯電話はモバイル端末として活用できるか—

株式会社シーエーシー 産業システム事業本部 プロデューサー

嶋田 圭吾

1. モバイル端末の現状と課題

現状では、モバイル端末の代表的なものは、ノートPC、PDA、携帯電話の3つである。

ノートPCは、実際にはモバイルで使っている人はあまりいない。やはり、重量が重いなどの課題を抱えているからだ。PDAは、オフライン端末としては活用されているが、モバイル端末としてリアルタイムに使われている場合は少ないのが現状だと思う。携帯電話は、個人向けのツールとしてはモバイルで利用されているが、企業におけるモバイルという形ではほとんど使われていない。

それぞれのモバイル端末の課題がある。ノートPCは、非常に携帯性が悪い。また、起動するのに時間がかかる。通信のダイヤルアップに時間がかかる。PDAは、持ち運びは楽だが、やはり通信の問題がある。また、PC、携帯電話に加えて、PDAを持って業務をするのは非常に煩雑になる。携帯電話は、画面サイズのせいで文字が小さいとか、見にくいという問題がある。入力の問題もある。



2. 今後のモバイル端末の可能性

今後のモバイル端末の可能性を考えると、ノートPCは、モバイルというよりも出張先のホテルとか自宅とか、サテライト・オフィスなどでの利用に限定して使うべきだろう。

PDAについては、大量データを保持してオフラインで使っていく、たまにセンターと同期する、そういう環境での使われ方が一般的だと考えられる。

携帯電話に関しては、問題はあるが、最もモバイル向きである。外出時に、常に身につけているのは携帯電話だからである。最近の携帯電話は、軽量化、多機能化し、画面

も大型化し、通信も高速化している。やはりこのメリットを我々はうまく使っていかなければいけない。最大のメリットは、双方向通信、要はダイヤルアップする手間がいらないし、自分が何かを送るだけではなくて、受け取ることができる。つまり、会社とのやりとりが簡単にできる。

もう1つは、片手で操作ができる。入力の手間はあっても、何しろ片手で簡単に操作ができるということが携帯電話の利点である。

もちろん問題点はある。画面が小さい、入力が不便、通信費の問題とか、いろいろ問題を抱えている。だが、我々はこれらの問題をうまく解決することによって、モバイル端末として携帯が使えるのではないかなと考えている。

表示項目を最少限にするとか、なるべく選択方式を採用するとか、入力はテンキーだけで済むようにするといった工夫によって、携帯は十分モバイル端末になりうる。

3. 携帯モバイルによるビジネスの変化

では、携帯によるモバイル環境を使った場合にどのようにビジネスを変えられるか。

例えば、営業マンが、お客さまを訪問して、営業日報を書いたり、業務報告を書いたりというシーンを考えてみよう。モバイル環境がない場合には、通常メモなどを取って、会社に帰って報告を書き直すということをやっている。

結局、毎日書けるわけではないので、溜まっていくとい

うのが実情だと思う。そうすると、転記する手間とか、入力の漏れとか、まとまった時間がかかるとか、溜まれば溜まるほど問題は大きくなる。

これを携帯のモバイルに置き換えた時には、営業マンは顧客を訪問した直後に、1分か2分で簡単な入力をすませしてしまう。そうすると会社のデータベース上に、「どこに誰が今行った」という情報が登録されるため、会社で見なくても、今、営業マンの誰が、どのお客さまの訪問を終わった、その商談状況はどうだったとか、受注できたか、失注したか、そういう情報が即座にわかる。本当のリアルタイム化ができる(図3参照)。

例えばヴィコ社のGoWirelessという製品では、Exchangeによるメールのやりとりやスケジュールの管理を携帯からできるような機能がある。そういった機能を組み合わせると、営業マンは外に出て、メールのチェックもでき、スケジュールの確認もでき、入力もでき、他人のスケジュールの照会もできる。日報も簡単に書いてしまう。もう携帯1本で、ほとんどの仕事が終わってしまう。

いろいろな報告書をあとで書くとかということはあると思うが、それは会社に帰ったときにゆっくりやればいい。

一方、保守業務を考えてみた場合に、こういった業務でも例えば在庫の確認とか、保守部品の発注とか、受け取り確認などを、携帯できてしまえば、保守でいろいろな所に出て歩いている人が、いちいち会社に帰らなくてもよくなる。

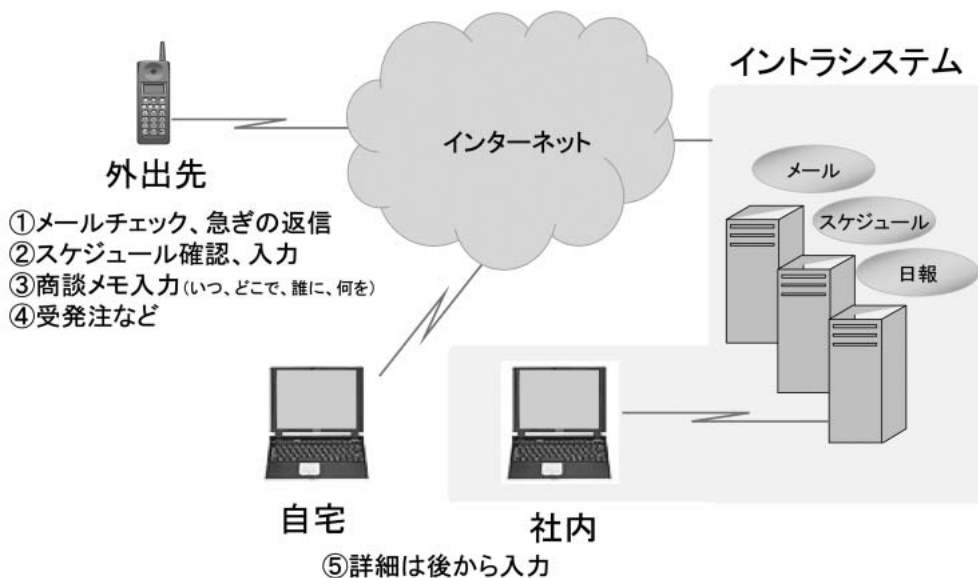


図3 モバイルによる新しい営業スタイル

また、部品がいろいろなシステムで管理されているとか、関連子会社で管理されているといった状況でも、それらをインターネットと携帯を組み合わせて一括して見られる。将来的には、これが複数の会社をまたがっても一覧表示できるなど、Web サービスにも発展してくる。

4. 携帯モバイルの課題と方向性

注意しなければならない問題は、1つは通信費。PHSのように定額制がとられていないため、全員が使う環境を考えた場合、通信費が高額になる恐れがある。この点は、NTT ソフトウェアのBLUEGRID という製品を使うと、

通信費を削減することができる。

もう1つセキュリティの問題がある。携帯によるモバイルでは、セキュリティ対策にも十分な工夫が必要である。

モバイル化の真の成功は、全員に使われることにある。そういう観点からすると、まだモバイル化の成功事例はほとんどない。本当に成功させるためにはやはり、常に持ち歩ける携帯という環境に着眼すべきである。

携帯モバイルは必ず競争力強化につながる。世界一進んだ日本の携帯をうまく利用すれば、本当に差別化ができると思う。そういう方向で、NTT ソフトウェア、ライオン社、弊社が協力し合って、スクラムを組んで「携帯によるモバイル」の実現に向けて進んでいきたいと考えている。