

Part1 スマホ／タブレットの導入効果を高める モバイルUC提案で差別化

使い勝手の良い情報端末として企業に浸透し始めたスマートフォンとタブレット。そこにコミュニケーション端末としての活用法を加えることで、通信系ならではの付加価値提案が可能になる。

確実に効果が出せる利用シーンを見つける――。

スマートフォン／タブレット(以下、スマートデバイス)の導入が成功するか失敗するかは、このスタート地点でほぼ決まる。人気の高さが災いし、この当然のステップが踏み外しやすいのが難しいところだ。

「導入してしまったが、上手く使いこなせない」。SIer/NIerが顧客企業からそうした相談を受けることも少なくないのが実情だ。情報システム部門の片隅に数十台のiPadが使われないまま山積みになっていた――あるSIerの担当者はそうした光景を

何度か目に見ているという。

端末購入費、通信回線のコストに加え、使い方によってはアプリ開発費や、リモートアクセス環境の構築等にも費用がかかる。スモールスタートを前提に、社内の業務を調査し費用対効果が確実に見込めるところから導入するのが成功の秘訣だ。

得意分野は何か

まず重要なのが、端末の特性をしっかりと把握することだ。携帯電話、ノートPCも含めて端末ごとの得意分野を図表1に整理した。

スマートフォンもタブレットも万能で

はない。分かりやすいポイントは、情報閲覧に適している点だ。画面スクロールや拡大縮小が軽快に行えて、かつPCより起動も早い。この特性を活かせる業務から導入を始めるのがセオリーだ。注意すべきなのが入力・編集作業が不得手な点。ノートPCからの安易な置き換えは、必ずと言っていいほど失敗を招く。

また、情報閲覧という得意分野についても注意が必要だ。ドキュメント閲覧に関しては文書電子化とセキュリティ確保のための仕組みが必要となる。社内システムの情報閲覧においては、利用する端末に合わせたインターフェースの改良や、専用アプリの開発などが伴うケースも多い。

こうした観点から、実際に利用する現場と総務・情報システム部門が

図表1 モバイル端末と得意分野

	携帯	スマートフォン	タブレット	ネットブック	ノートPC
主な目的					
通話	◎	◎	×	×	×
メール	○	◎	◎	◎	◎
グループウェア	△	○	◎	○	◎
インターネット閲覧	△	△	◎	○	◎
プレゼンテーション	×	×	◎	×	○
ドキュメント閲覧	×	△	◎	○	◎
ドキュメント作成・編集	×	△	△	△	◎
社内システムの情報閲覧	△	○	◎	△	◎

◎:得意 ○:できる △:苦手 ×:向かない