

タブレット端末 ポイント



スマホって
便利なの？

感のあるスマートフォン。
考えているという人も多いだろう。
管理に、メール活用にと利用する一方で、
どの先端情報携帯端末を業務に導入し、
ようとする企業も急増している。
に、セキュリティ面や運用面の課題も多々ある。
リットをきちんと理解しつつ、
ルール作りを考えていく必要がある。



企画協力/日本マネジメント総合研究所 理事長 戸村智恵さん

スマートフォンの特性を知って 業務に有効活用するには!?

まずは、スマートフォン・タブレット端末とは何か、
企業の利用動向を押さえつつ、企業として
どんな利用の仕方ができるのかを探っていこう。

苛烈なシェア争いが 普及を後押し



ス

スマートフォンとは、音声電話、
メール、インターネットブラ
ウザ機能に加えて、搭載され
たOSやアプリケーション（以下、アプ
リ）により、さまざまな拡張機能を利用
することができるモバイル端末をいう。

そもそも、このスマートフォンが注目
され始めたのは一九九〇年代後半のこ
と。カナダのリサーチ・イン・モーション
社が、一九九七年に「BlackBerry
Y（ブラックベリー）」を開発したのがき
っかけとなった。主に法人向けに販売さ
れたBlackBerryは欧米のビジネ
スパイソンを中心に支持されていた。
アメリカではオバマ大統領がBlack
Berryのヘビーユーザーであるこ
とが知られており、大統領就任にあたっ
て情報セキュリティ上の問題からホワイ
トハウスへの個人端末持ち込みが問題視
されるといった話題も提供している。
そして二〇〇七年、アップル社がアメ

リカで「iPhone（アイフォーン）」
を発売。タッチパネルを採用した斬新な
アイデアで一大ブームとなる。

初代、iPhoneは通信方式の違い
から日本で発売されることはなかった
が、第二世代となるiPhone3Gか
ら国内にも対応。二〇〇八年七月、ソフ
トバンクをキャリアとして販売が開始さ
れると熱狂的に受け入れられた。二〇〇
九年には第三世代のiPhone3G
S、二〇一〇年には第四世代のiPho
ne4と矢継ぎ早に新機種を投入。また
二〇一〇年には大型タッチパネルで、ス
マートフォンの多くの機能を共通して使
用でき、電子書籍リーダー機能を標準装
備したタブレット型端末「iPad」を
発表。スマートフォン市場におけるアッ
プル社の地位を確立した。

これに対し、グーグル社は携帯端末用
のプラットフォームとしてモバイル用オ
ーペンソースOS「Android（ア
ンドロイド）」を開発。二〇〇九年以降、
ソフトバンクに後塵を拝した日本のキャ
リア各社がAndroid携帯や、タ

カギは
“情報
リテラシー”

スマートフォン、 企業活用の

ここ数年で一気に普及した
携帯電話の買い替えを機に移行を
個々のビジネスパーソンがスケジュール
スマートフォンやタブレット端末な
効率化や生産性向上に役立て
しかし、これら端末は便利なツールであると同時に
総務としてはメリット、デメ
上手な企業活用の仕方やそれに伴う

図① 2010年10月～12月期プラットフォーム別
世界スマートフォンシェア

(出所：米 Canalis 社)

	OSベンダー	出荷台数 (単位：百万台)	シェア (%)	成長率 (前年同期比) (%)
1	Google	33.3	32.9	615.1
2	Nokia	31.0	30.6	30.0
3	Apple	16.2	16.0	85.9
4	RIM	14.6	14.4	36.0
5	Microsoft	3.1	3.1	-20.3
	その他	3.0	2.9	64.8
	総計	101.2	100.2	88.6

タブレット端末を次々と販売。
日本では携帯が独自に高機能化し、し
ばしばガラパゴスケータイ(ガラケー)と
と揶揄されることもあった。そのような
ガラケーの使い勝手になじんでいること
がスマートフォン普及の壁ともなってい
たが、最近ではワンセグやおサイフケー
タイといったガラケーの機能が Andro
roid 端末に取り込まれスマートフォン
がより身近になっている。

世界市場ではどうかというと、今年の
一月にアメリカの調査会社 Canalis
が発表したデータによると、二〇一〇年
一〇月～一二月期出荷台数ベースでグ
グル社の Android は実に前年同

期比六一五%増の三三三〇万台。アッ
ル社は一六二〇万台で、Android
端末が iPhone を上回った(図①)。
タブレット端末ではいまだ iPad
が圧倒的なシェアを誇り(図②)、アメ
リカの調査会社 Change Wave Re
search 社が実施したタブレット端
末に関する消費者意向調査でも、八二%
の人が iPad を挙げている。

もちろん Android 勢も黙って
はいない。新しいタブレット端末を数多
く投入してアップル社の牙城を切り崩そ
うと必死だ。

このような熾烈なシェアの奪い合いを
背景にスマートフォン、タブレット端末
の普及は一気に加速している。

スマートフォンが 新たなスタンダードに

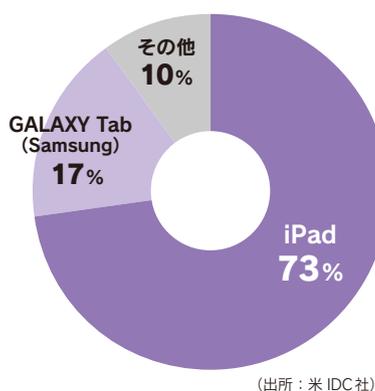
↑
そして今や、スマートフォンは
スタンダードになりつつある。

これについては株式会社 M M

総研が発表した市場予測が興味深い。
各年度末におけるスマートフォン出
荷比率とスマートフォン契約台数を予想
したもので、二〇一二年度には出荷台数
ベース、二〇一五年度にはスマートフォン
契約台数ベースでスマートフォンが過半
数を占めると予想されている(図③)。
すでに、この夏、各キャリアが投入す
る新機種のほぼ半数はスマートフォンに



図② 2010年10月～12月期
タブレット端末世界出荷台数



(出所：米 IDC 社)

なる見通しであり、先の予想はさらに早まる可能性もある。

このような状況にあつて、スマートフォンを業務に導入する、あるいはそれを検討する企業が急増していることは当然といつていいだろう。個人所有のスマートフォンを持ち込み、業務に使用するケースも多々あるようだ。

法人向けにスマートフォン事業を展開する株式会社ジェナの代表取締役社長、手塚康夫さんによれば、特に証券・金融、通信メディアといった業界を中心にスマートフォンやタブレット端末の導入が進んでいるという。

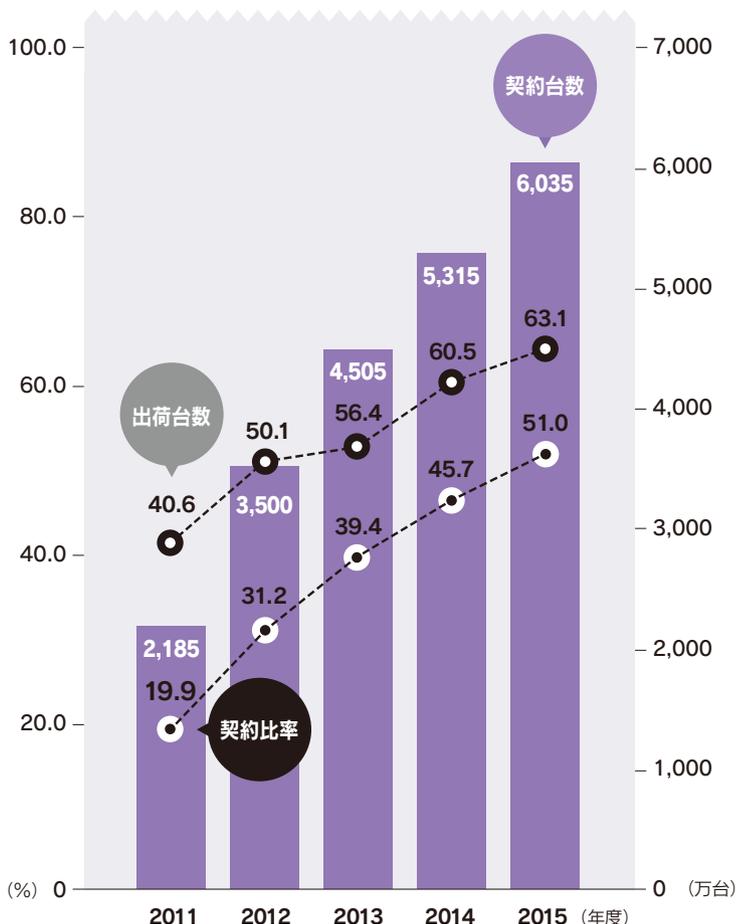
「スマートフォンニーズは大きく分けて三つあります。プロモーション、サービス提供、そして、業務効率の改善です」プロモーション利用は、たとえばマーケティング強化を目的とした、小売店の店頭デジタルサイネージが挙げられる。サービス提供は、既存サービスの新たな販売チャンネルとしての携帯情報端末での商品販売、来店者向けにメニューオー

ダー端末として採用するなど。業務効率改善の例としては、家電量販店をチェーン展開する株式会社ベスト電器が役員会議をペーパーレス化。二〇一〇年の六月から取締役会と常務会でiPadを導入している。これまで、出席者全員分を作成、配布していた紙の資料に代え、iPadで閲覧するスタイルにした。紙の資料準備にかけていた手間とコストが削減できた上、出席者にも特に違和感なく受け入れられたという。iPadは担当部署が一括管理し、会議開催前に各iPadに資料データを入れ、会議後は回収している。このため、情報流出防止の面でも大きなメリットを感じているという。

また、AIGエジソン生命保険会社では、商品パンフレットや会社案内を電子ブック化、動画も組み合わせた独自のiPad向け営業支援ツールをジェナと共同開発した。さらに、このコンテンツは、顧客向けの情報提供とは別に、社員向けに社内報や教育資料を公開して業務改善にも役立てている。

さて現在、ジェナの業務でもっとも多いのはPC向け、携帯電話向けのWebサービスをスマートフォン対応にすることだという。

図③ スマートフォンの市場規模予測



(出所：株式会社MM総研[東京・港])

その背景を分析すると携帯に対するスマートフォン優位性がよくわかる、と手塚さんは説明する。

「PCWebからケータイWebへの移行は、一方を追求すれば他方が犠牲になる、いわば「トレードオフ」の関係。これに対してケータイWebからスマートフォンへの移行はよくなる点はあるが、悪くなる点はない。進化、なんです」

PCWebとケータイWeb、そしてスマートフォンのおさまな要素を分析したのが図④である。これを見れば企業スマートフォンの導入急増の理由がわかるはずだ。

工夫次第でさらなる活用方法も

一方で、生産性向上や業務改善を目的にスマートフォンおよびタブレット端末を導入した、あるいは今後導入したいと考えてはいるものの、実際にどう使えばいいのかわからないと悩む企業も多いという。

「業務での使用を目的にスマートフォン、タブレット端末を導入するプロセスとしては、まずはスケジュール管理やメール、アドレス帳といったPIM(Personal Information Manager)機

図④ なぜWEBではなくアプリなのか(PC/モバイル)

	PC WEB	携帯WEB	スマートフォンアプリ
持ち運びやすさ	×	○	○
操作の簡単さ	×	△	○
機能の豊富さ	○	×	○
表現の自由度	○	×	○
マーケティング効果 BtoC	△	○	○
マーケティング効果 BtoB	○	×	○

(資料提供：株式会社ジェナ)



株式会社ジェナ
代表取締役社長
手塚康夫さん

能から入るのが一般的です。その後、情報共有や営業支援のツールとして使用するようになる。さらに先進企業では、さまざまな社内システムと連携させたソリューション化を実現する、といったようにスマートフォンを活用は深化していきます」(図⑤)

まずはPIMをきっかけとして導入し、利用者からフィードバックを受けながら、さらに個々の企業に合わせ機能を拡張していくのがいいだろう。そして、もちろん導入にあたってはしっかりとセキュリティを確保することが大切。

「たとえば端末紛失時の情報漏洩対策として、ローカルWi-Fi機能を必ずオンにするなどの使用規定を作っておくべきです」

ローカルWi-Fiとは、複数のパスワード誤入力で端末が工場出荷時の状態に初期化される機能。これを使用すれば第三者に端末中の情報をのぞかれる恐れはない。また、厳格に端末の管理をするならモバイルデバイス管理(MDM: Mobile Device Management)ソリューションを導入したい。これによって端末のロックや初期化、データ・コンテンツのバックアップ、アプリの配布・管理などを遠隔操作で可能にすることができる。

MDM管理は一例だが、PC並みの機能を有するスマートフォンは、専用のアプリ開発も容易であり、最適にカスタマイズして使えることが魅力だ。

図⑤ 企業におけるスマートフォン/タブレット端末の導入プロセス



(資料提供：株式会社ジェナ)

「いろいろなことができるからこそ、何をどこまでやりたいのか、どの機能やアプリを導入するのか、セキュリティ対策まで含め十分に検討することが必要です。スマートフォンにしろ、タブレット端末にしろ、登場してそれほど時間は経っていません。使い方を考える余地はまだある」

スマートフォン・タブレット端末の使い方次第で、企業の将来は大きく変わってくるかもしれない。

〈失敗しない端末選びのポイント〉

端末の導入を検討する際、キャリア以外に、どんなポイントで選択したらよいのか。以下に主な選択肢を整理した。

POINT ① 〈OS〉 iOS or Android	POINT ② 〈端末〉 スマートフォン or タブレット端末	POINT ③ 〈通信環境〉 Wi-Fi (無線LAN) or 3G通信
OSレベルのセキュリティが比較的しっかりしているのはiOS (アプリを正規ダウンロードする場合)。Androidは脆弱なため、モバイルデバイス管理(MDM)ソリューションやウイルス対策ソフトなどと合わせて検討したい。どう選択するかにより運営管理に差が出る。	主に屋内で使うのか、屋外が多いのか。プレゼン中心に活用したいのか、各人のメールやスケジュール管理に活用してもらい業務効率アップをねらうのか、あるいは両方とも導入するのかなどの面から総合的に判断したい。	3G通信は全国の広いエリアで接続できるのが特徴だが、速度面は課題あり。Wi-Fi (無線LAN)は3Gよりも、速いスピードでインターネットが使えるが、利用エリアが限られているところがネックだ。



🔒 スマートフォンの運用上の課題

情報セキュリティについて考える



株式会社ラック
シニアコンサルタント
加藤智巳さん

PCと比べて携帯性が圧倒的に優れ、携帯電話を機能面ではるかに上回るスマートフォン。しかし、その利便性を生かすためには、セキュリティ確保が難しいという側面もある。スマートフォンを安全に運用ためにはどうすればいいのだろうか？

個人所有のスマートフォンが業務に使われている現状

ス

スマートフォンを業務に採用するにあたって、情報セキュリティの確保が求められるのは当然のこと。従来の携帯電話とは異なる脅威を想定し、実効的なセキュリティマネジメントの構築していく必要がある。

そのようなニーズに答える形で、NPJ（日本ネットワークセキュリティ協会）はガイドライン「スマートフォンセキュリティ協会の安全な利活用のすすめ（β版）」を策定した。

このガイドライン策定ワーキンググループにリーダーとして参加した株式会社LACのシニアコンサルタント、加藤智巳さんは、スマートフォンのセキュリティマネジメントの難しさを、こう指摘する。

「まず、個人所有のものが業務に使われているという現状がネックになっています」

モバイルPCを企業が採用したときと、スマートフォンではずいぶん事情が違っていることに留意しよう。PCは企業が支給し、私用で持っているものは業務に使わないというのが基本的なルールだ。

ところが、スマートフォンは、企業として採用している場合でも同様だが、実情として、すでに

多くのビジネスパーソンが私物のスマートフォンを個人的に業務で使っている。モバイルPCが企業主導で職場に普及したのに対し、スマートフォンは個人所有のものがなすすべに業務に使われる形だ。いわば個人が勝手に使っているわけ、あとからそれにルールを作ろうとしている。言葉は悪いが泥縄の状況なのである。

まだ揺籃期にある スマートフォンのセキュリティ

そ

そもそも、端末の機能面からいってもスマートフォンでPCと同レベルのセキュリティを確保することは難しい。とはいえ、モバイルPCのように社外への持ち出し禁止といった規定を作ってしまったら、スマートフォンの携帯性（モビリティ）を發揮できない。

また、これまでにプライバシーマークや情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の認証を取得している企業では、スマートフォンだけセキュリティレベルを下げるわけにもいかないというジレンマも抱えている。

「ガイドライン策定の際にもさまざまな議論がありました。そもそも、企業の支給を前提とするのか、個人所有の業務利用を前提とすることでさえ迷っていた。結局、現状を鑑みて個人所有を前提

にしました。このガイドラインはβ版と銘打たれています。その意味は、完全ではないということ。スマートフォンは普及し始めたばかりで、またそのセキュリティ対策にも正解は出せない。今見えているさまざまな課題とその対策をできる限り集めたという性格のものでしかありません」

求められるのは 情報リテラシーの向上

セ

セキュリティ確保のためのルールが未確定で、また、あまりルールでしぼり過ぎてはスマートフォンに期待していた機動力や利便性を損なってしまうという現状。そこで、もっとも重要になってくるのは情報リテラシーの向上だと加藤さんはいう。

「やってはいけない、と規定に書いていないから、やっても問題ない」と考えるような人は困ります。会社側が問題を意識していないからルールになっていないのだ、と考えて自制するようではくは」

これはスマートフォンに限らずPCでもそうだが、セキュリティ上の脆弱性が多岐にわたっていて、対策が追い付いていないのが実態だ。問題を防ぐには、ウイルス感染が疑われる怪しいメールが来ても開かないというような個人の判断に負う部分は多い。

また、ツイッターでのつぶやきが業務

