

次世代の知識労働者 ビジネス モビリティの革新を推進する

ウィリアム・ゲアハルト
ニーラジュ・クマール
アレックス・ロンバルド



ビジネス モビリティは、サービス プロバイダが新たな収益を生み出し、企業/官公庁のお客様との関係を深める機会を生み出します。

エグゼクティブ サマリ

モビリティにおける変革により、私たちが生活し、学び、遊び、そして特に働く方法が変化しています。実際、私たちのビジネス ライフのどの側面も変わりつつあります。誰と働くか、いつ、どこで、どのように、なぜ働くのか、あらゆる面が影響を受けています。

このような市場の流れを変えるテクノロジーの移行は、世代交代、都市化、多元的な生産性、そして開発途上国における中間層の台頭を含めた、技術革新や主要な世界規模の大きな流れによって促進されます。そしてそれは急速に進化し続けます。すなわち、モバイル革命の勢いは依然としてとどまることを知らず、近い将来バリューチェーン全体において新たなビジネス モデルの創造を推進する、飛躍的な進歩が約束されています。

ビジネス モビリティの究極の目的は、生産性の向上、顧客エクスペリエンスの向上、より調和のとれたワーク ライフ バランスの実現を推進することにあります。ビジネス モビリティは、時間や能力に対する要求の高まりから知識労働者を解放します。彼らは、プライベートな生活を守りながら仕事での成功をコントロールすることが可能になります。実際、知識労働者自身が、ビジネス モビリティに向けたイニシアチブにかなりの時間を割いてきました。この鍵となる技術を進んで採用してメリットを十分に得られるように支援を行い、結果を形にしていけるかどうかは、企業の決断にかかっています。さらに、ビジネス モビリティはサービス プロバイダが新たな収益を生み出し、企業/官公庁のお客様との関係を深める機会を生み出します。

ビジネス モビリティの最新の動向をより深く捉えるために、シスコ コンサルティング サービス (CCS) は 2013 年 3 月に広範な調査を実施しました。8 カ国から 4,800 人の回答者が参加したこの調査は、ビジネス モビリティのエンド ユーザのニーズ、関心、そして行動に関する最大かつ最も包括的な調査の 1 つとなっています。

この調査からはいくつかの鍵となるテーマが浮かび上がりますが、これらのテーマについては本文書でさらに詳しく説明します。モバイル ワーカーに関するこうした考察は、企業やサービス プロバイダに重要な影響をもたらします。

生産性は、多くの点でモバイル ビジネス革命の要です。

1. **ビジネス モビリティの変革は順調に進行しています。**また、この変革はモバイル ワーカーの「DNA」としてさらにはずみがつき、デバイス、ネットワーク、アプリケーションが急速に進化し続けます。エンタープライズ IT は、引き続き導入が進んだ段階に位置しているため、新たなサービスを提供してビジネス モビリティのメリットを十分に引き出していく必要があります。
2. **ビジネス モビリティには、成長の余地が十分にあります。**かなりの割合の従業員がビジネス モビリティを利用していませんが、多くの従業員は、ビジネス モビリティが持つ明らかに有利な点を認識しています。たとえば、現在ユーザではなくても、約 30 % の従業員がモバイル ビジネス デバイスが上司や同僚と連絡を取り合うのに役立つだろうと考えています。20 % を超える従業員が、時間指定された情報や専門的な情報にアクセスするのに便利だろうと思っています。エンタープライズ IT の課題は、こうしたつながっていない従業員を教育して、従業員と雇用主が同様にビジネス モビリティのメリットを継続的に享受できるようにすることです。
3. **次世代ビジネス モビリティ製品には、累積需要があります。**ビジネス ユーザの 43 % は、「クラウドをデスクトップで」使用するサービスに関心を抱いています。また、Wi-Fi ボイス、生体認証、デュアル ペルソナ ソリューションにも関心が集まっています。こうしたサービスはまだ商用化が実現していませんが、エンタープライズ IT は今後の導入を積極的に模索すべきです。
4. **導入にあたって重要なのは生産性です。**生産性は、多くの点でモバイル ビジネス革命の要です。価値を生み出し、CIO に投資を促します。しかしながら、生産性は従業員が自分のデバイスやアプリケーションを率先して購入することも助長しています。当社の回答者の間では、生産性は時間の節約と定義され、職場でのモバイル使用の重要な原動力となっています。エンタープライズ IT が生産性のメリットを実現するためには、自らが主導してビジネス モビリティをサポートし、形にしていける必要があります。
5. **セキュリティとプライバシーに関する懸念は、引き続き重要な問題となっています。**全ビジネス ユーザの 60 % が、個人で所有するデバイスに IT がインストールするセキュリティソフトウェアに関して満足していない、あるいはインストールするかどうか決定していません。エンタープライズ IT が、個人のプライバシーを確保しながら、会社の資産を保護する重要性について従業員を啓蒙する必要があることは明らかです。
6. **ビジネス モビリティ市場は細分化されているため、これを統合するまたとないチャンスが与えられています。**今日、従業員はさまざまな販売元から自分用のデバイスやアプリケーションを購入し、各種のアフターサービスを利用しています。ビジネス モビリティ デバイス市場も同様に細分化されています。こうした状況のため、BYOD（個人所有機器の持ち込み）や BYOA（個人所有アプリケーションの持ち込み）トレンドが成長し続けるにつれて、エンタープライズ IT にはこのトレンドにより深く関与するパートナーとなり、調整役となる責任が重くのし掛かっています。

さらに具体的に言えば、サービス プロバイダにとってはリスクと大きな報酬の両方が与えられるということです。

サービス プロバイダは、新たなビジネス モビリティ ソリューションを提供し、管理されたサービスを通じて製品化までの時間を短縮できるよう CIO を支援できる好位置にいます。

1. サービス プロバイダは、デバイスやオーバーザトップ(OTT)プレーヤーにその座を奪われないように、ビジネス モビリティに取り組まなくてはなりません。たとえば、Apple は消費者の間で得ている高い評判を活かして、エンタープライズテクノロジーへの足掛かりにしています。実際、BYOD のトレンドは、Apple 社のシニアエグゼクティブが自分の iPhone や iPad を会社に持ち込んだことが発端です。そのため、IT 部門は個人のデバイスを正式にサポートしなければならなくなり、さらには一般の従業員に対して個人デバイスの持ち込みに従うように奨励しました。サービス プロバイダは、こうした新たな課題に対処する必要があります。
2. また、ビジネス モビリティにおいて IT の大衆化を推進する必要があります。消費者は、さまざまなデバイスで利用可能なクラウドベースのモビリティアプリケーションを利用し始めています。たとえば、Dropbox、Carbonite、Evernote、Box といったオンラインサービスは、消費者向けサービスを企業向けに移行させています。次世代クラウドサービスとビジネス モビリティの集中化は、大変革をもたらします。すなわち、サービス プロバイダに、クラウドベースのモビリティサービスを低コストで提供し、サービス デリバビリに再投資し、中小企業の IT ニーズにこれまでにない方法で対処する独自の機会を提供することを意味します。
3. 新たに台頭しつつある、利益を生み出すビジネス モデル。当社の調査によると、従業員は Virtual Desktop as a Service(サービスとしてのデスクトップ仮想化)やユビキタスなコラボレーションといった独自の製品に関心を示しており、明確な価値提案をするモビリティサービスを望んでいることを示しています。まだ実現化されていないデュアルペルソナのようなサービスでさえ、ユーザの 31% が関心を示しました。要するに、サービス プロバイダは、既に顧客の好奇心をそそっている高度で管理された多数のモビリティ製品の可能性を探ることが可能です。顧客セグメントにおいて音声やデータの価格が次第に崩れていることを顧みれば、このビジネスモデルはサービス プロバイダに新たな成長の機会をもたらします。
4. ビジネス モビリティバリューチェーンの統合。サービスプロバイダは、ビジネス モビリティ市場を統合して、より一体化したエンドツーエンドの価値提案をもたらすことができる途方もない機会に恵まれています。こうした機会は、企業のビジネス モビリティ顧客のユーザ 1 人あたりの平均収益を高める可能性を秘めています。顧客離れを食い止め、顧客満足度を高めることもできます。サービス プロバイダは現在、デバイスやアフターサービスを提供していますが、Software-as-a-Service(SaaS)アプリケーションでは限られた役割しか果たしていません。サービス プロバイダが一か所でデバイス、アプリケーション、管理されたサービスのあらゆる側面をもたらすことができたら、強力な競争力を持つ差別化につながるでしょう。

モビリティのビジネス価値を最大限に発揮するためには、最高情報責任者(CIO)もサービス プロバイダも同様に、その他の痛みを伴う点を理解して対処する必要があります。CIO は、こうした来るべきトレンドを十分把握しておらず、多くの組織では、ビジネス モビリティソリューションはすでに遅れをとっています。サービス プロバイダは、新たなビジネス モビリティソリューションを提供し、管理されたサービスを通じて製品化までの時間を短縮できるよう CIO を支援できる好位置にいます。ただし、これらのソリューションが利用可能かどうかを確認するための措置をとらなければなりません。

今後のことを考えると、当社の回答者はワーク ライフ バランスを達成するための戦いを毎日続けるには、モバイル テクノロジーがさらに重要になるとみています。

ビジネス モビリティ：継続的な変革

ビジネス モビリティの革命は進行中であり、絶えず変化を遂げており、私たちは 4 段階プロセス（「フォーミング」、「ストーミング」、「ノーマーミング」、「パフォーマーミング」）の真っ只中にいます。各フェーズは、「DNA」における変革により推進され、すべてのフェーズは、次のフェーズに向かって進んでいます。

現在の「ストーミング」フェーズにおいてビジネス モビリティの重要性を示すものは、以下の通りです。当社の回答者の 40 % はデバイスがなければ、仕事に影響を及ぼさずに 1 時間以上仕事を遂行できないと思っています。そして、過去 2 年間にモバイルに対応した従業員の約半数に生産性の上昇がみられました。

職務責任がますます厳しく、そして多大な時間を必要とするにつれて、多くの人びとは家庭生活や自由時間が侵害されることを恐れています。今後のことを考えると、当社の回答者はワーク ライフ バランスを達成するための戦いを毎日続けるには、モバイル テクノロジーがさらに重要になるとみています。過半数の回答者は、モバイル デバイスがワーク ライフ バランスを向上させる手段であるとみています。

自由度とモビリティの高まりについては、30 % を超える回答者が現在定期的に自宅で仕事をしていると回答しています。ほかにも 30 % の回答者が将来自宅で仕事をするようになることを予想しています。

仕事と生活をうまく調整する重要な要素は、時間です。30 % 超の回答者が長時間働きすぎていると考えていますが、それでも 40 % 超の回答者はいつ、どこでどのように働くのかを調整できると考えています。

図 1. 「DNA」と職場の変革がビジネス モビリティ革命の 3 番目のフェーズを推進

	フェーズ 1 フォーミング	フェーズ 2 ストーミング	フェーズ 3 ノーマーミング	フェーズ 4 パフォーマーミング
デバイス	ノート PC	スマートフォン	タブレット	置き換え可能
ネットワーク	2G	3G	Wi-Fi	小型セル
アプリケーション	電子メール	企業/IT	BYOA	デュアルペルソナ
職場	生産的	グローバル	コラボレーション	フレキシブル
		現在位置		

出典: Cisco Consulting Services、2013 年

一方、多数の従業員が知識格差にとらわれており、ビジネス アプリケーションへの投資から得られる生産性の上昇を認識できていません。

ただし、DNA 技術革命は職場に不均衡な影響を及ぼしています。回答者の 40 % がもっと少なくではなく、もっと多くのデバイスを使うことを計画しています。この事実は、認識の遅れを反映しており、過去の傾向にかかわらず、未来の技術革新は必要なデバイス数を削減すべきです。また、約 30 % の回答者がアプリケーションの代金を自分で支払っています。一方、多数の従業員が知識格差にとらわれており、ビジネス アプリケーションへの投資から得られる生産性の上昇を認識できていません。

これらのビジネス アプリケーションを最も活用できるのはどのガジェットでしょうか？ ワーク ライフ バランスの問題に関して好まれるデバイスをみると、スマートフォン(57 %)に対してタブレット(66 %)の方が明らかに上回っています。また、従業員はスマートフォンよりタブレットを購入したがっています。この傾向は、ユーザが職場のタブレットを個人の生活に導入したいときに面倒な事態を招きかねません。

成長の余地

当社の調査によると、つながっていない従業員が多数存在することが判明しました。ただし、かなり多くの従業員が今よりつながることを希望しています。

当社の回答者のうち、40 % がモバイル デバイスを個人的にのみ使用しています。しかし、そのグループのうち、38 % がモバイル デバイスの仕事への持ち込みに関心を持っています。

DNA 革命が進行すれば、より多くの従業員がビジネス モビリティが持つ明確なメリットを感じ、仕事への持ち込みを希望する人数が増加すると当社は信じています。実際、現在仕事でモバイル デバイスを使用していない人のうち 3 分の 1 が、2 年以内に仕事で使用するようになると考えています。

つながっていないものをつなげる主な動機について、調査への参加者に質問したところ、回答の上位 3 つは、同僚や上司と連絡を保つ(30 %)、時間制限のある情報や専門的な情報にアクセスする(21 %)、顧客エクスペリエンスを向上させる(20 %)でした。この質問に関連する別の質問では、現在仕事でモバイル デバイスを使用していない従業員の約半数(42 %)が、こうしたデバイスが使えるようになれば、1 週間あたりさらに 1 時間節約できていると考えていることがわかりました(主要な生産性の推進力)。これは、年間 5 万ドル稼いでいる従業員にとって、年間さらに 1,250 ドル以上収入が増える計算になります。

興味深いことに、仕事でモバイル デバイスを使用していない従業員にとって重要な課題は、雇用主からデバイスを支給されていない(20 %)、雇用主からデバイスを支給される計画がない(12 %)、雇用主がデバイスの使用を統制する公的なポリシーを制定していない、でした。エンタープライズ IT は、こうした痛みを伴う問題を除去するために継続的に役割を果たすべきなのは明らかです。

従業員は、絶え間ないコラボレーションの価値をより心地よく思い始めています。現在、24 % の回答者がモバイル コラボレーションを使用しており、このほかに 31 % の回答者が導入に関心があります。

次世代モビリティの累積需要

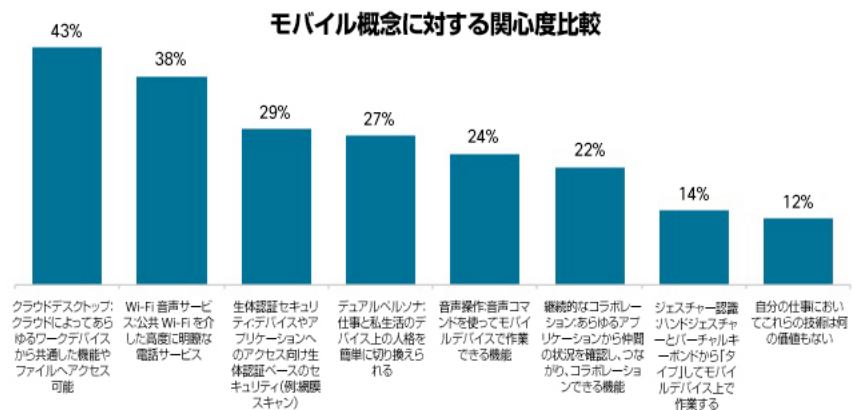
ビジネス モビリティが来るべきフェーズに移行するにつれて、どの次世代コンセプトが未来のインターネットを推進するかを決断することが不可欠になっています。当社の回答者の想像力をかきたてたコンセプトを、ここでいくつか紹介します。

- ・ 仮想デスクトップ、「クラウドをデスクトップで」は、28 % の回答者が既に使用しています。さらに 31 % の回答者が現在使用していませんが、関心を持っています。61 % の回答者が「どのデバイスからでもファイルにアクセスできる機能」は、導入の明確な要因になると回答しました。41 % の回答者が「クラウドで文書/情報を安全に保管」に魅力を感じており、40 % の回答者が「デバイスとファイルのリアルタイムの同期」を好ましく思っています。
- ・ 従業員は、絶え間ないコラボレーションの価値をより心地よく思い始めています。現在、24 % の回答者がモバイル コラボレーションを使用しており、この他に 31 % の回答者が導入に関心があります。今後モバイルが改良されると、絶え間ないコラボレーションへの関心がさらに高まるかもしれません。今後改良が期待されるモバイル技術には、情報を共有するタッチ モバイル デバイス(51 % が関心を持っている)、関連する領域の専門家を探し出してつなげる(48 %)、仮想ホワイトボードでプレゼンテーション資料を無線で共有する(48 %)などがあります。さらに、地域/認識ベースの改良、たとえば、屋内ロケーションの GPS ナビゲーションやマップ(53 %)、デバイスに関連するロケーションの情報を提供する(49 %)、重要人物がロケーションに入場したらデバイスが通知する(48 %)などの技術に関心が集まっています。
- ・ サービスとしてのモバイル VoIP はボイス オーバー インターネット プロトコルを基盤とするサービスで、もうひとつの重要な技術革新です。このサービスは、特にモバイル音声プランに加入していないタブレットやスマートフォンのユーザに特に関連するものです。回答者の 27 % が、Wi-Fi でこうしたサービスが利用できるようになることに関心があると答えています。今後に目を向けると、都市やコミュニティに適用されるほぼユビキタスな屋内 Wi-Fi の将来性について関心を持つ回答者は、39 % まで上昇します。
- ・ デバイス数は依然として増加していますが、その結果複雑性が増し、ビジネス ユーザの苛立ちが高まっています。デュアル ペルソナが強化されると、ユーザは同一デバイスで仕事と生活の人格を分けることができるようになります。要するに、スマートフォンやタブレットは、個人の連絡先や電話番号の他に、重要なアプリケーションや仕事のデータベースを保管することが可能です。パーソナル ライフとワーク ライフで共通のデバイスを持つことは、多数の回答者にとって説得力のあるコンセプトです。現在この機能を使用しているのはわずか 18 % の回答者に過ぎませんが、この機能を使用していない回答者のうち 31 % が「とても」関心を持っています。仕事と個人に関連する料金で個別請求が増加することについて、関心は 38 % に上昇します。

図 2 は、これらの次世代コンセプトに対する関心の全体的なレベルを示しています。

知識労働者は仕事で使用するアプリケーションやデバイスにお金を支払うことで、主導権を握っています。

図 2. クラウド デスクトップと Wi-Fi ボイスは、実証済みの最も興味深いコンセプトとして認識されています。



モバイル概念に価値を見出せないのは回答者のわずか 12%。
生体認証およびデュアルペルソナが 2 番目のグループに入った。最も関心が薄いのはジェスチャーインターフェイスであった。

質問: ここで、議論に出てきた技術すべてについて考えてみましょう。あなたの仕事で最も価値のある技術は何でしょうか? 3 つまで選んでください。

出典: Cisco Consulting Services, 2013 年

生産性は、導入するための重要な促進力です。

生産性は、多くの点でモバイル ビジネス革命の要です。価値を生み出し、CIO に投資を促します。しかしながら、生産性は従業員が自分のデバイスやアプリケーションを率先して購入することにも助長しています。どの CIO にとっても、生産性は差し迫った問題です。実際、生産性や効率を上げることなら何でも、自由な時間を確保する手段として歓迎されます。世界的に景気が低迷しているため、この点は特にあてはまります。多数の労働者が、引き続き少ないサポートでもっと働くことを強いられています。

したがって、知識労働者自身がビジネス モビリティから得られる生産性の大幅な向上に貢献し始めているとしても驚くにはあたりません。知識労働者は仕事で使用するアプリケーションやデバイスにお金を支払うことで、主導権を握っています。

当社の回答者の間では、生産性は時間の節約と定義され、職場でのモバイル使用の重要な原動力となっています。ここで、生産性に関連する具体的な考え方をいくつか紹介します。

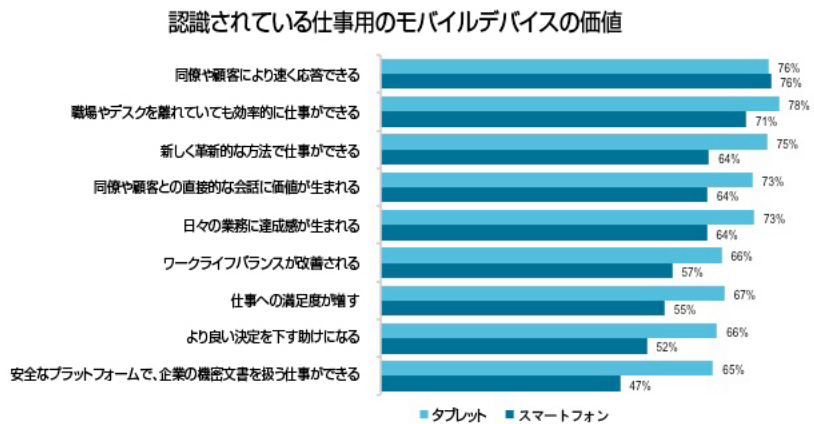
- ・ 仕事でモバイル デバイスを利用する一番の動機は、同僚と連絡を取り合うためです。
- ・ Wi-Fi を利用するうえで最もストレスを感じるのは、目立って遅い接続速度と、それが生産性に与える影響です。
- ・ 過去 2 年間にモバイルを利用してきた従業員の約半数に生産性の上昇がみられました。
- ・ モバイルを利用する従業員の 40 % が仕事に影響を与えない範囲でデバイスを持たずに外出できる時間は、わずか 1 時間です。

モバイル革命に拍車がかかっていますが、それでも最大の阻害要因が立ちはだかっています。それは、セキュリティです。

- ・ また、音声、ジェスチャー、生体認証など、時間を節約するインターフェイスの出現に関心が集まっています。

特に、多くのカテゴリではタブレットはスマートフォンより評価が上でした。どのモバイルデバイスが従業員の作業効率をさらに高めるかに関連する質問をしたところ、タブレットの評価がスマートフォンを上回りました(図 3. を参照)。

図 3. モバイル デバイスは効率を高めるが、タブレットがスマートフォンを制する。



タブレットは、スマートフォンの方が優れている応答性以外のあらゆるカテゴリで、価値を生み出すと認識されている。特に注意したいのは、イノベーション、仕事への満足度、意思決定、セキュリティの点である。

質問: あなたは仕事でスマートフォンを使っているかを回答されました。次の各ステートメントに対し、賛成と反対の度合を示してください。仕事にスマートフォンを使うと...

出典: Cisco Consulting Services, 2013 年

迫り来るセキュリティとプライバシー問題

モバイル革命に拍車がかかっていますが、それでも最大の阻害要因が立ちはだかっています。それは、セキュリティです。実際、モバイルの動きの変化により、セキュリティ問題が生じてきており、今後はこの問題に取り組んでいく必要があります。事務所を離れて過ごす時間の方が多い回答者は全体の 31 %、そしてオフラインのコミュニケーションよりオンラインのコミュニケーションを好む回答者は、約 60 % に上っています。商業面では、約 30 % の回答者が仕事のためにデジタル取引を利用しており、他に 30 % の回答者がモバイル デバイスでオンラインでショッピングをしています。

こうした行動は、重要な企業データを危険にさらす恐れがあります。従って、回答者の 35 % がセキュリティに対する懸念のために、クラウド ベースのデスクトップ アプリケーションを使わないと回答しています。14 % の回答者は Wi-Fi での作業環境のセキュリティに不安を抱えています。

ただし、現在の企業のセキュリティ ソリューションに関する従業員の回答は矛盾しています。30 % の回答者は、個人所有のデバイスに IT セキュリティ ソフトウェアをインストールすることを不快に思っており、同じ割合の回答者が回答を保留しています。

それにもかかわらず、37 % の回答者が生体認証ソフトウェアを効率的で、セキュリティの厳重度を深めるとして歓迎しています。11 % の回答者は、多くの場合セキュリティ目的で特殊デバイスを使用しています。

アプリケーションやデバイスの調達と管理をさらに標準化すれば、従業員と雇用主にとって一様にメリットが得られるでしょう。

セキュリティ問題に関しては、もう一度繰り返しますが、この調査では明らかにタブレットが好まれています。「会社の機密文書を取り扱う際に安全なプラットフォームを与えてくれる」デバイスはどれかという質問に対して、スマートフォンを選んだ回答者は 47 %、タブレットを選んだ回答者は 65 % でした。

全体的に、これらの数字は、モバイル ビジネス テクノロジーの原動力が阻害要因に勝ることを保証する、適正なセキュリティ ソリューションの必要性が高まっていることを示します。IT 部門は、BYOD と BYOA からもたらされる一層のセキュリティの脅威を管理する際に、特に外部ソリューションを会社のファイアウォールを越えてより広く行き渡らせながら、一歩先んじる必要があります。ただし、従業員のプライバシー問題を軽減するには、個人が所有するデバイスに IT 部門のセキュリティ ソフトウェアをダウンロードする重要性について、従業員に対して教育を行う必要があります。

細分化された市場

誰がビジネス用アプリケーションの費用を払うのか？ どこでデバイスを購入するのか？ 問題が生じたとき誰がトラブル対策を行うのか？ セキュリティ問題の他にも、アプリケーションとデバイスの調達と管理の細分化も主要な阻害要因となっています。

ビジネス ユーザの多くは自分のお金でビジネス用のモバイル アプリケーションに投資しています。ビジネス用アプリケーションを利用しないユーザは、今後の採用に関してあまり関心を示していません。デバイスにあまりつながりを持たない従業員を関連するアプリケーションにつなげるよう促すことは、最初の重要なステップとなります。多くのこうした従業員は、アプリケーションの価値や明らかなメリットに気づくからです。当社の調査によると、36 % 超の回答者が会社がビジネス用アプリケーションの支払いを行なっていると回答したのに対して、30 % 超の回答者は自腹を切っている、10 % の回答者は会社とコストを分担していると答えました。ビジネス用アプリケーションをまだ使ったことがない 57 % の回答者は、今後の使用にあまり関心がないと回答しました。若干興味があると答えた回答者は 3 % でした。

通常、ビジネス用のアプリケーションの主要な供給源として、会社の技術サポート(約 35 %)、モバイル アプリケーション ストア(34 %)、デバイス メーカー(20 %)、一般的なインターネット検索(32 %)などバラバラの販売元を挙げていることからわかるように、従業員はアプリケーションがどこで販売されているのかをよく知りません。

技術サポートにも、同様の細分化が影響しています。回答者の約 55 % が自社の技術サポートに頼っているものの、ここでも、デバイス メーカー、一般的なインターネット検索、同僚もヘルプを求める相手として顕著な特徴を示しています。

デバイスに関しては、かなりの割合の回答者が実店舗の小売店で購入することを好んでいます(30 % が家電ストア、僅差でモバイル サービス プロバイダ、デバイス メーカーの店舗、巨大小売店となっています)。Web 上の小売店は、比較的低い割合を示しました。

アプリケーションやデバイスの調達と管理をさらに標準化すれば、従業員と雇用主にとって一様にメリットが得られるでしょう。モバイル ビジネス テクノロジーから得られる生産性や効率の向上を支援したいと考えている企業は、自社の方針をいくつか見直す必要があります。

CIO は、ビジネス ソリューションへのアクセスを確保し、セキュリティ問題を緩和し、あまりつながっていない従業員にモバイル テクノロジーを採用するように奨励することによって、変化の触媒とならなければなりません。

エンタープライズ CIO: ビジネス モビリティへの投資事例

これまで見てきたように、企業は部門や事業部門全体で標準化され一貫したビジネス戦略を開発していく必要があります。モバイルは、既に従業員が移動する際の必需品になっています。ただし、モバイル デバイス、特にタブレットは、従業員がデスクで仕事をする際もますます好まれるようになっていきます。こうした動向により、CIO はより包括的な役割を採用することを迫られています。

先見の明がある CIO は、最新のセキュリティ ソリューションを確保しながら、BYOD を採り入れていきます。全体的な戦略が進化するに連れて、CIO は IT 関連の支出をデバイスからアプリケーション、そしてデータの接続性へシフトしていきます。CIO は将来へ投資し、生産性の新たなフェーズを推進させます。このプロセスにおいて、CIO は次世代の知識指向の従業員、すなわち、技術革新、効率性、ワークライフ バランスを実現できる従業員を支援します。

主要なポイントは、多数のモバイルでビジネスを遂行する従業員が、多くの場合は仕事と個人の生活のバランスをとる必要に迫られて、自らイニシアチブをとっているとき、その結果得られるメリットはあらゆるレベルであらゆる人に影響を与えることです。究極的に言えば、CIO は全員従業員の全体的な幸福は言うに及ばず、さらなる生産性と効率性を求めているのです。

つまり、ビジネス モビリティは従業員の生活をより豊かにするのです。ただし、従業員自身が進化を自腹を切って補助している間に、CIO はビジネス ソリューションへのアクセスを確保し、セキュリティ問題を緩和し、あまりつながっていない従業員にモバイル テクノロジーを採用するように奨励することによって、変化の触媒とならなければなりません。結局は、モバイル デバイスやビジネス用アプリケーションで問題が発生したときに、社内 IT は依然として多数の従業員がまず頼る部門であり続けています。それでも、CIO は適正なソリューションが利用できるかどうかを確認しなければなりません。

CIO が先手を講じないと、全体的な競争力に遅れをとる危険性があります。

サービス プロバイダ向け: ビジネス モビリティ イニシアチブを加速させる事例

CIO にとって重要なことは、サービス プロバイダにとっても重要です。サービス プロバイダは、サービスの入手、利用、支払いをより簡単にしながら、知識労働者のソリューションとアクセスに重点を置かなければなりません。ビジネス モビリティの次のフェーズに成功するサービス プロバイダは、製品を品質、信頼性、シームレスな経験と組み合わせさせて売り込みます。以下に、サービス プロバイダが検討すべき最初の段階をいくつか挙げます。

サービス プロバイダは、新たなビジネス サービスを提供して、DNA の 3 つの局面全体で企業が支出する分担を収益化/取り込むチャンスが生み出すことができます。

1. サービス プロバイダが提案するうまくバンドルされたデバイス管理サービスは、CIO が従業員のビジネスモビリティ エクスペリエンスを経済的に向上させながら、現在の細分化された流通チャネルを統合するのに役立ちます。モバイル ソリューションによりさらに複雑性が生じていることを考慮すると、サービスプロバイダは管理されたサービスとホストされたオプションでユーザ エクスペリエンスをシンプルにすることが不可欠です。実際、サービスプロバイダはモバイル サービスを提供する サービスプロバイダとは別に、デバイス管理サービスを提供することが可能です。この状況は、別のモバイル サービス プロバイダに依存するグローバル展開企業に役立ちます。
2. さらに、サービス プロバイダは、新たなビジネス サービスを提供して、DNA の 3 つの局面全体で企業が支出する分担を収益化/取り込むチャンスが生み出すことができます。

デバイス

- ・ 今後さらに多くのデバイスを使用すると予想する従業員のうち約 40 % に対して、サービス プロバイダはデバイス管理サービスを積極的に売り込むべきです。
- ・ モバイル担当の サービス プロバイダは、デバイスとアプリケーション販売に関する小売とオンラインの両方の流通経路、および一般的な社員のサポート問題を強化すべきです。

ネットワーク

- ・ 従業員が個人とビジネスを分けて使用できるようなソリューションを開発します。
- ・ モビリティに関係する CIO(および従業員)の懸念を軽減する付加的なセキュリティ オプションを提案します。(これまで見てきたように、多くのカテゴリでは、セキュリティはかなりの割合の回答者が主要な阻害因子として位置づけています。)

アプリケーション

- ・ PBX 統合や Wi-Fi 上の VoIP サービスを含めた、基本的なモバイル エクスペリエンスを向上するアプリケーションを提供します。VoIP 製品と既存の企業電話システムとの統合は、さらに関心を呼ぶでしょう。
- ・ クラウド デスクトップや強化されたコラボレーション ツールを含め、従業員の生産性を向上させるアプリケーションを提供します。ビジネス ユーザが複雑さを管理ができるようなアプリケーション ストアの開発を検討します。

結論および行動の呼びかけ

企業の CIO とサービス プロバイダにとって一様に、ビジネス モビリティの次のフェーズを促進することが不可欠です。コラボレーションとモビリティのメリットを活用する際に、大いに有利になることは明らかです。鍵となるのは、両者の間に相乗効果を見つけることです。前向きな戦略をサポートしてこれらのテクノロジー領域を橋渡しすれば、優れたビジネス価値を実現できます。橋渡ししなければ、重要なチャンスを逃してしまいます。従業員一人ひとりのイニシアチブが重要な役割を演じてこのモバイル革命を推進する一方、先見の明のある知識労働者がさらにこの過程を加速するには、支援や奨励が必要です。



Americas Headquarters
Cisco Systems, Inc.
San Jose, CA

Asia Pacific Headquarters
Cisco Systems (USA) Pte. Ltd.
Singapore

Europe Headquarters
Cisco Systems International BV Amsterdam,
The Netherlands

Cisco has more than 200 offices worldwide. Addresses, phone numbers, and fax numbers are listed on the Cisco Website at www.cisco.com/go/offices.

Cisco and the Cisco logo are trademarks or registered trademarks of Cisco and/or its affiliates in the U.S. and other countries. To view a list of Cisco trademarks, go to this URL: www.cisco.com/go/trademarks. Third party trademarks mentioned are the property of their respective owners. The use of the word partner does not imply a partnership relationship between Cisco and any other company. (1110R)