

株式会社ケイ・オブティコム 様

## ターゲットにあわせてUIやサービスを最適化。ソニーだけが実現したタブレットのカスタマイズ

在宅時間が長い女性にもっとネットを使ってほしい。そのために必要なのは軽く起動が早いタブレットだった。このアイデア実現までの課題を製品そのものの魅力とカスタマイズによってクリアした。



### ソニーオリジナルのカスタマイズ

ケイ・オブティコムは関西地方を基盤にするインターネットプロバイダー事業者だ。ISPのコモディティ化やコネクティビティの多様化など、プロバイダの事業環境が厳しくなってきたなかで、ケイ・オブティコムが目指したのは地元に着目したインターネットを利用した生活全般を支援するサービスと、それを実現するプラットフォームのビジネス化だ。そのためキーデバイスとしてタブレットに着目したが、独自サービスの実現やユーザビリティ、サポートなどハードウェア特有の難しさに直面した。それを解決したのがソニータブレットのカスタマイズという、ソニーからの提案だった。

| 業種     | 導入機種                    | 使用用途                                |
|--------|-------------------------|-------------------------------------|
| 情報通信事業 | "Sony Tablet" <K-OPT仕様> | ケイ・オブティコム提供の新サービス「eoスマートリンク」の専用情報端末 |

## ★ Sony Tablet を採用した3つのポイント

### ソニーブランドへの信頼感

お客様に大きな安心を与えたソニーとのコラボレーション

インターネットプロバイダーであるケイ・オブティコムは、ハードウェアの販売には自社ブランドだけでは難しいと判断した。また、サービス開始当初のラインアップも十分なものとなる確証がなかった。そこで、ワールドワイドでのブランドを確立しているソニーとのコラボレーションと、充実したユーザー体験を実現しているソニータブレットの採用によって、ユーザーへの信頼感の獲得を狙った。

### 踏み込んだソフトウェアのカスタマイズ

高いセキュリティを実現しつつ高スペックによって業務効率や従業員の生産性向上を実現

独自のプラットフォームビジネスを実現するためには、タブレット端末にオリジナルアプリの導入が必須だったが、ファクトリーリセット時のアプリ再導入の難しさなどが課題となった。そこにソニーは、コアまで踏み込んだソニータブレットのカスタマイズを提案。他社には難しかったこのアイデアによって、コストを押さえながらハードウェアとサービスを独自に構築。さらに他社にサービス開発を開放するプラットフォームビジネスも実現した。

### 開発後も続く継続的なサポート

開発部署に直接話ができて、説明が受けられる体勢

eoスマートリンクタブレットの開発フェーズだけでなく、発売後も継続的なサポートが行われている。開発部署も含めたソニーとケイ・オブティコムとの定期ミーティングを実施し、ケイ・オブティコムからのリクエストやフィードバックをくみ取る一方、ソニーからも他の事例や新製品などの情報共有を積極的に行っている。これによって、大きなトラブルの発生を未然に防ぐことができ、小さなトラブルが起きても素早く解消できた。



# ISPの新規事業を実現したソニーのカスタマイズ提案

ソニータブレットを採用した「eoスマートリンク」とは、  
どんなサービスですか？

小舟

ターゲットは30～40代の女性です。弊社のインターネット回線の契約は30～40代男性がメインですが、仕事をしている男性は日中自宅でネットを使いません。ですが、奥さんは日中、自宅にいる時間が長いのでその方々をターゲットとしました。

朝食の用意をして、夫や子どもが出かけたら買い物に行かないといけな  
い。そんなときに、タブレットで手軽に買い物ができたら、もっとネット  
を使ってくれるんじゃないかと考えました。

タブレットと独自開発のアプリケーションを用意し、その上で天気予報や  
ニュースなどの生活情報を見ることができたり、阪急百貨店や大阪中央卸  
売市場によるECでのお買い物ができたりします。また健康・ヘルスケア  
では体重管理アプリやヘルシーレシピの紹介などもあります。

朝から夜まで、子どもからお父さんお母さんまで、家族の方みんなに使っ  
ていただける、そんなコンセプトでいろいろなサービスを開発して組み込  
んでいます。



コンシューマ事業推進本部  
サービスマネジメントグループ  
Eoスマートリンク事業推進チーム  
マネージャー 小舟武春さん



## 新しいサービスのためにソニータブレットを採用したのはなぜですか？

**小舟** | 今までの私たちの事業はインターネット回線の提供がメインで、そこにはパソコンがつながることを想定していました。なおかつ、そのパソコンはお客様が自分で用意するものでした。ですが、女性に使っていただくためには、もっと手軽なものが良いのではと考えていました。



**谷口** | パソコンだと、どうしても起動が遅い、操作が面倒だと敬遠される方がいます。そういう方にも使ってもらえるデバイスを検討していたところ、ちょうどタブレットが世の中に普及し始めました。



家庭向けということで10インチ前後の画面サイズのものを探していたところ、ソニータブレットに行き当たりました。他社にも近いサイズのものはありませんでしたが、私たちのニーズにもっとも合っていたのがソニータブレットでした。

海外ベンダーのOEMによるオリジナル製品や、リスクヘッジのため複数メーカーからの調達も考えましたが、タブレット市場で先行していること、そして何かあったときにサポートに不安がないということで、ソニータブレットを単独採用しました。



**杉野** | eoスマートリンクのプラットフォームをタブレット端末に導入するには、難しい点があります。当初は、お客様自身にインストール作業をしてもらうことも考えましたが、やはりそれはハードルが高いです。

そこをうまくカスタマイズすることで、簡単なアクションで市販仕様のソニータブレットからeoスマートリンク仕様のタブレットに、世界を変えてくれるような仕組みをソニーが提案してくれました。それが最大の決め手でした。



### 鍵は消費者視点のサービス開発と魅力的なユーザー体験

ISPによる新しいタイプのビジネスということで注目されましたが、実際のお客様からの評価はいかがですか？

小舟

目標よりも出だしはやや好調です。お客様については、予想よりも上の年代の50～60代にも、想定以上に利用されています。やはり、すぐに立ち上がるということと、タッチで操作できるところが良いという声を聞きます。あと、もっとECやサービスのラインアップを揃えて欲しいという要望が大きいです。

そうすることによって、タブレットの販売台数をもっと増やし、使っているだけのお客様を増やしていけば、今後は広告など、プラットフォームとしてさらにビジネスが広がっていくと期待しています。



年代を問わず、誰にでも使いやすいように、画角を重要視。UIデザインも工夫されている。

ソニータブレットを採用したことのメリットや効果は、どのようなものがありましたか？

谷口

ソニーというブランドは大きかったですね。弊社の独自ブランドで出してもお客様にはアピールしづらいですが、ソニーというブランドパワーがあれば、より市場が広がるのではと期待しました。やはり、私も含めて多くの方が、何かひとつはソニー製品を持っているんですよね（笑）。

杉野

ソニータブレットは、端末を持っているだけで楽しめるじゃないですか。eoスマートリンクのサービスだけでなく、ソニータブレットの独自サービスでも遊べる。ソニータブレットのケイ・オブティコム仕様ということで、上手くいところ取りができたかなと思っています。



技術本部 計画開発グループ  
端末技術開発チーム  
リーダー 杉野浩司さん



### ソニータブレットを採用しての開発はいかがでしたか？

杉野

開発が考えていたよりも順調に行きました。もちろん、ここはこんなつもりだったとか、あそこはこう仕様が変わったとか、いろいろなキャッチボールがありました。おおむね当初予定していたイメージで進んで行きました。

おそらく、他のベンダーだともっと難しかっただろうという、いくつかの点が、上手くいったと思います。懸念していたことに対して、あらかじめソニーから「こういうことができます。」と踏み込んでくれたので、僕らはそれに乗っかることができました。

谷口

海外メーカーだと確かにコストは安いですが、言葉の問題もあってここまで順調にはいかなかったと思います。我々の要望を、開発担当者が直接話を聞いてくれたり、説明してくれたりしました。そこは海外ベンダーでは考えられません。

今でも定期的にソニーとは開発者も含めてミーティングを行っています。そこでは、こちらからのリクエストやお客様からのフィードバックを伝えたり、ソニーから新しい提案をいただいたり、他の事例などを共有してもらっています。



技術本部 計画開発グループ  
端末技術開発チーム  
谷口正浩 さん

## 日本企業だから実現できた継続的できめ細かなサポート

eoスマートリンクのスタートで御社のビジネスになにか変化はありましたか？

小舟

テレビとタブレットとの融合はもっと進めたいですね。これ以外にもタブレットから家中の家電をコントロールしたり、家中の消費電力の見える化したり、eoスマートリンクタブレットを家全体の起点にしたいと考えています。

弊社としては単なる回線ビジネスではなく、もっと家庭の中に入り込んでいくと考えています。これまで消費者向けに、さまざまサービスがバラバラに存在していましたが、それらをeoスマートリンク上にまとめて展開していくことができます。

実際には、eoスマートリンク全体のパイが小さくて、まだまだそのステップまではいっていないんです。我々のサービスの魅力をもっとアップしていけば、自ずと実現すると考えています。そのためには、端末の販売数をもっと増やさないといけないし、利用者の利便性をもっと向上しないとダメです。

谷口

お客様の宅内に入っていくためには、もっといろんなデバイスが必要になると考え、新しい部署では「これとこれを繋げたら面白いんじゃないか？」というアイデアを貰って、どうしたら技術的に実現できるか検討しています。



「Smart Ecowatt for eo」  
家庭のエアコンやテレビなど各家電機器の使用電力量などをタブレットの画面でわかりやすくお知らせしてくれるサービス

## eoスマートリンクタブレットを活用した 今後の展開を教えてください

**小舟** | 先ほど申し上げたとおり、eoスマートリンク上でのサービスをもっと拡充してきたいです。お客様は時間帯やシーンによって、したいことが変わって来ます。だから買い物にしても、日常的な食品の買い物は十分でも、それ以外のところがまだ手薄です。その辺をまんべんなくラインアップを揃えていきたいです。

**杉野** | 弊社ではトリプルプレイといって、光ファイバー回線の上でインターネットとケーブルテレビとIP電話の3つのサービスを行っています。これらのサービスとタブレットを連携させていきたいです。

例えば、ケーブルテレビ用のセットトップボックスで録画した番組をDLNAによって、eoスマートリンクタブレットから見られるようにしたいのですが、技術的なハードルがいくつかあってまだ実現していません。

トリプルプレイは弊社のメインサービスなので、それをさらに楽しく使ってもらうために、eoスマートリンクタブレットをもっと活用していきたいです。



Sony Tablet

### from ソニー



VAIO  
BUSINESS

#### ケイ・オプティコム様サービスのさらなる充実へ

今回、ケイ・オプティコム様のサービス「eoスマートリンク」でのタブレット端末活用において、SonyのTabletをご採用いただいたことを大変嬉しく思います。

サービス開始前からお客様のご要望に合ったサービス提供ができるよう、度重なる詳細なお打合せ、動作検証、さらには販売後のサポート体制構築までケイ・オプティコム様の多岐にわたる関係者のみな様にご協力をいただきながら進めてこれましたことに感謝いたします。

これからも「eoスマートリンク」とSonyのTabletでこれまで以上のサービス拡充ができよう継続的に考えていきたいと思っております。



担当 西川 徹