

富士通

売上増を目指す「攻めのIT投資」拡大で通信機ディーラーに商機

従来のコスト削減型から売上増を目指す「攻めのIT投資」へと、企業のIT投資のあり方が変わってきた。通信機ディーラーにとって、この変化は見逃せない。「ビジネスコミュニケーション東京2006」では、商機拡大が期待できる「攻めのIT投資」とはどのようなものか、またこのビジネスを確実なものにする具体的な提案手法について、富士通が講演した。

6月26・27の両日、「ビジネスコミュニケーション東京2006」が神宮前で開催された。法人向け通信機器と通信サービスに特化し、中堅企業のIP化・IT化促進をテーマとした展示会である。

会場となった青山テピアホールの4階では、展示会のテーマに関連した多彩な講演が行なわれた。そのなかで富士通・サービスビジネス本部ネットワークビジネス推進統括部長の為近裕利氏は、「オフィス・イノベーションモデルにより現場のワークスタイルを変革！」と題し、通信機器を中核とするコミュニケーションシステムの提案手法と、企業のワークスタイルの変革を訴えた。

為近氏は冒頭、「今まで企業のIT投資は、主に業務プロセスの効率化・省力化など、コスト削減を目的とする緊縮型の投資が目立っていた。だが今後は、営業・販売力の向上、製品やサービスの高付加価値化といった売上増を目的とする積極的な投資が主流になるだろう」と切り出した。それを裏付けるデータとして、ここ数年間に「顧客満足の上昇」「新規顧客の獲得」「製品サービス品質の向上」「製品サービスの高付加価値化」「製品納入までの時間短縮」を目的とするIT投資が、効率化・省力化を旨とする投資よりも高い効果を挙げているという調査結果を示した。

もうひとつ為近氏が力説したのは、投資対効果の見え方である。一般にコストセービングを目的とするIT投資の効果は、削減できた金額で測られるが、この削減効果には限界があるため、投資額は年々抑制されざるを得ない。

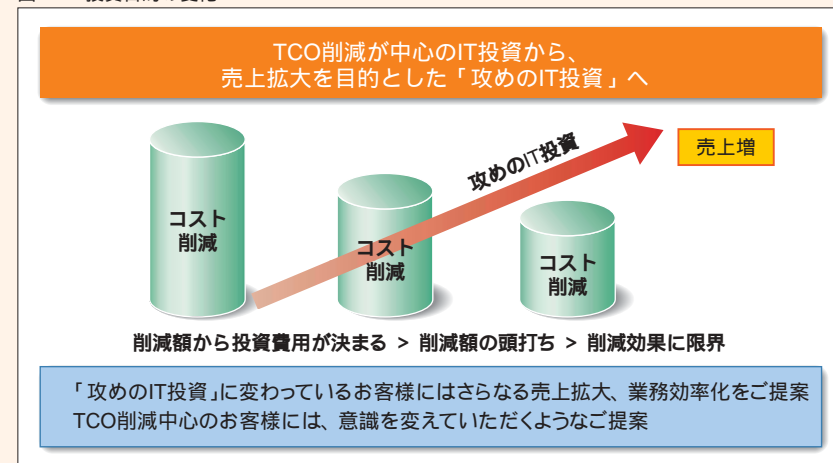
対して、売上を目指す「攻めのIT投資」は、企業が成長を続ける限り増えていく。「顧客企業に“攻めのIT投資”を提案することは、顧客企業の売上拡大につながり、情報通信機器ディーラーの利益確保につながる最善の策である」と同氏は熱く語った。

変化は最前線の「販売現場」から

では、売上増に結びつく「攻めのIT投資」とは、具体的にどのような内容を指すのか。「自社が関わったものではない」とことわった上で、2つの金融機関の例を、「攻めのIT投資」のわかりやすい取り組みとして為近氏は紹介した。

ある損害保険会社では、交通事故現場の状況確認にタブレットPCを適用。破損状況の確認から、査定、保険金の支払いまでを大幅に迅速化することで、顧客満足度を高めることに成功したという。またある銀行では、店舗窓口を空港の搭乗受付カウンターのよ

図1 IT投資目的の変化



富士通 サービスビジネス本部 ネットワークビジネス推進統括部長 為近裕利氏

うに変えた。来店客がATMや業務別の専用窓口を移動しながら、預金や振込み手続き等を進めることで、待ち時間を減らすことができた。

為近氏はこの取り組みを、「プロセスをITで改善」「ビジネス最前線現場をITで改革」「攻めのIT投資の代表例」と説明。加えて、「攻めのIT投資は、従来のように管理部門から与えられるものではない。市場や顧客と直接対峙する現場の改善・改革から編み出される、マーケットイン型の投資である」と説明している。

総合力を生かす提案で導入効果を訴求

講演のなかで為近氏は、ソリューシ

ョン提案の在り方にも言及した。

「製品やサービス単体では、魅力ある提案はできない。業務改革を意識したものでなくては、どの企業でも導入意欲は起きない。多彩な製品とサービスを組み合わせ、総合的にプロセスを改善するような提案が求められている」と話し、総合提案の重要性を訴えた。

同氏によれば、特に今後注目されるキーワードは、「オフィス」「モバイル」「セキュリティ」。この3つで企業のコミュニケーションシステムを変革することこそ、最も市場

性が期待できるという。「オフィスとはビジネスの“現場”を指す概念。営業部門、物流部門、開発部門といった業務の最前線におけるワークスタイルを変革することが今課題である。モバイルは、いつでもどこでも通信できる環境の構築と、コミュニケーションの変革を指す。

富士通の開発販売するIPテレフォニーシステム「CLシリーズ」は、モバイル端末で企業のコミュニケーションを変革しユビキタスオフィスを実現する最適なシステムだ。

外では携帯、社内では無線LAN内線電話に切り替えられる、デュアル端



情報セキュリティは全社規模で導入されるものであり、現場の情報通信システムの在り方を大きく左右する」とのことだ。

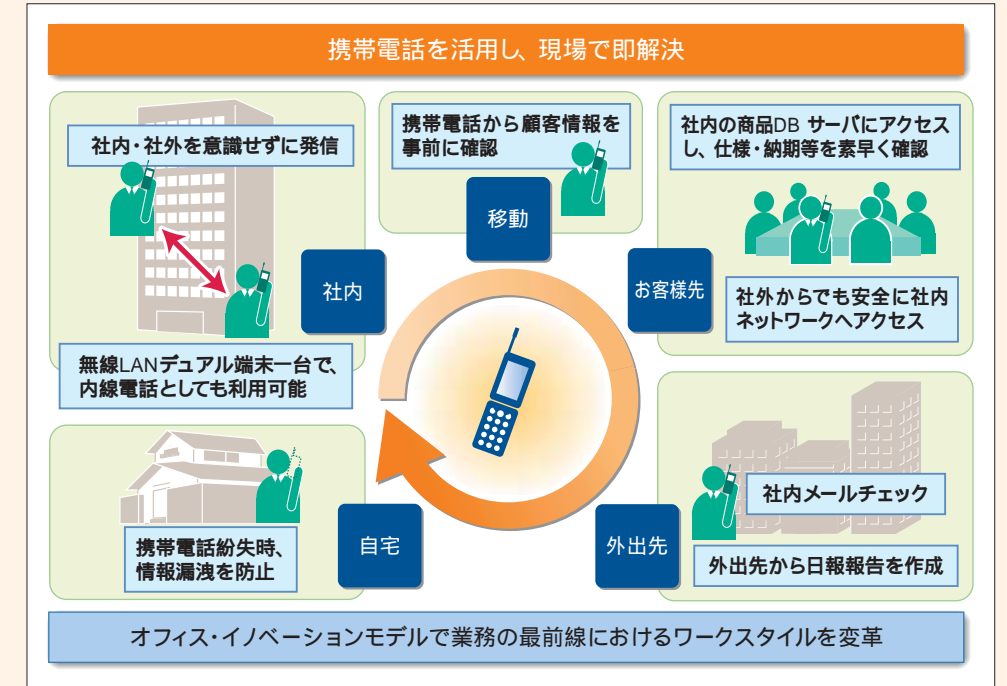
富士通では、この3要素を「オフィス・イノベーションモデル」と呼ぶソリューションに取り込み、環境や目的別の

末をマルチキャリアで使えるため、導入を検討する企業も選択肢が広い。また、高音質、冗長化運用、SIPなどの国際標準準拠と信頼性や拡張性にも優れている。

プレゼンス機能を使えば、電話をかける前に相手の在席状況を確認し最適な手段で、早く・確実にコミュニケーションをとることができ、オフィスの業務効率向上を実現できる。

「CLシリーズ」は大規模から小規模まで幅の広いラインナップをそろえ、企業の環境に応じたユビキタスオフィスの構築を可能にしている。

図2 オフィス・イノベーションモデルによるユビキタスオフィス



製品組み合わせパターンを提案している。検証済みのシステム構成によって導入のプロジェクトリスクを低減し、導入期間も短縮できることから、特に中堅企業に最適だという。

講演の最後に為近氏は、「電話がIP化した結果、導入の意志決定が総務部門から情報システム部門に変わり、商売がやりやすくなったと感じている通信機ディーラーの方もおられると思う。だがむしろ、電話を知っていることは強みなのだ。情報システム部門は電話の知識に乏しい。総務部門を知っていることも強みだ。これからは提案力さえつければ、チャンスは多いはずだ」と、通信機ディーラーに応援のメッセージを贈った。

お問い合わせ先
富士通株式会社
サービスビジネス本部
ネットワークビジネス推進統括部
ネットワークサービス推進部
TEL: 03-6424-6266
http://jp.fujitsu.com/telecom/