

## セントレックスは5年後の“飯の種” それでもPBXは残る

パート1で見てきたように、通信業界における企業ユーザーに向けたIPセントレックス・IP電話サービスは充実の一途を辿っている。しかし、需要活性化という点では、いくつかの課題も散見される。

パート2では、企業ネットワーク市場におけるIPセントレックス・IP電話の広がり、ビジネスのポイントについて展望してみる。

### PBX機能は“量より質”

まず、IPセントレックスの市場拡大に向けたポイントを探ってみよう。

同サービスの成否として、とかく注目されるのは、メーカー各社から出揃ったIP-PBXとの競争関係。特に“機能面での格差”がどう影響するかに関心が集まっている。

通信事業者各社が提供するシェアード型のIPセントレックスサービスは、PBX機能として概ね20程度からスタートし、50程度を上限として機能拡充が進められることになっている。対するIP-PBXは、従来からの400とも500ともいわれる機能を継承する。単にスペックとして比較すれば約10倍の開きがある。

しかし、事業者各社は、機能面で対抗していこうという考えはない。一番の理由は、「実際にはどれほどの機能が使われているのか」という疑問があるからだ。この点に関しては、PBX側も認めざるを得ないところだろう。

日本テレコムの錦織マネージャーは、「IPセントレックスを導入する目的の第一がコスト削減であるなら、従来よりも機能的に限定されることも容認してもらえはるはず」と見る。

NTT-MEの桑原事業部長は、「ユーザー側は、そもそもレガシーPBXをこのまま使い続けるのか」というところからセントレックスの検討を始めている。実商談でも、PBXとの機能差でセントレックスがだめという声は出てこない」と話す。また、商用サービスに先駆けて自社導入を果たしたエッジの山崎取締役も、「1ユーザーとして機能面で困ることは特にない」という。

そもそもは“汎用性＝低廉”な価格が魅力のセントレックスだけに、PBX機能の充実を追求すればサービスコストに跳ね返ることになる。

ただ、メジャーな機能の大半は各

社横並びで揃えるだろうが、その先の特殊な機能をどう選定するか、あるいはどう作り込むかは重要なポイントといえる。個別の案件では1つの機能の有無が成否を分ける可能性もある。大手企業の商談であれば、勝ち負けの差は決して小さくない。「大手企業ほど従来からの機能、使い勝手にこだわる傾向がある」と指摘する業界関係者もいる。そこで、NTTコムの高瀬部長は、「ユーザー個々に必要な機能に対応するための、“オーダーメイド”的なメニューを用意していく」という。汎用性と個別対応の両面でバランスよく展開することが、IPセントレックスビジネスには求められるということだ。

### アプリ連携が本当のゴール

中長期的な観点でIPセントレックスサービスを捉えてみると、“対PBX”すなわち電話だけの付加価値提案という局面を早期に脱することも、市場拡大のポイントといえる。もともとIPセントレックスは、米国において「IPインフラを丸ごとアウトソーシングし運用する」という意味合いで使われた。PBX機能はその1つのカテゴリーに過ぎない。つまり、今は電話システムの新しい形態として脚光を浴びているが、音声・画像・データ等を統合したマルチメディアコミュニケーション、Webや業務アプリケーションとの融合による効率的なコラボレーションを実現することに本来の目指す

べきゴールがある。

エッジテレコムにIPセントレックスシステムを納めたシラントロシステムズの日本オフィス代表、フィリップ・パーカー氏は、北米市場の事情について、「そもそもPBX機能自体が少ないと売れないという経験則から、高機能化が進んでいる。その分、料金も1ユーザーあたり80ドル程度と高く設定されている」と説明する。そのうえで、やはりWebとの連携という方向に目が向いており、「当社のシステムが高い実績を上げているのも、Webとの親和性の高さがポイントの1つになっている」という。

日本の事情がまったく同じとはいえないが、事業者各社が今後の収益性という点も踏まえて、アプリケーションの充実に注力しようとしているのは確か。ベーシックなところではビデオ/Webカンファレンス、ユニファイドメッセージ、グループウェアとの連携、eラーニングなどがあげられる。また、直近の期待分野としてコールセンターを掲げる声も多い。例えばNTT-MEでは、企業向けVoIPサービスの1つとして着信者課金番号やナビダイヤル(0570)に対応できる「XePhion コールダイレクト」をコールセンターのIP化提案に生かしているが、「この仕組みとIPセントレックスを組み合わせ

ることでユーザー側のコストメリットをさらに引き出せる。もちろん、当社としても両サービスの契約を獲得できるという旨みがある(桑原事業部長)という。

### 企業には「0AB～J」のIP電話

さて、IPセントレックス・IP電話サービスが法人市場に浸透していくうえで、050番号と0AB～J番号のポータビリティだ。

これは、夏から秋頃にかけて、一般電話から050番号への着信が可能になった際に、「従来からの電話番号が使えるかどうか」という問題に起因する。企業にとって、電話番号の変更通知にかかる負荷がいかにか大きく、それをマイナス要素と捉えているかは、かつてのISDN提案で経験していることだ。

こうした番号問題の解決策として注目されていたのが、050番号と0AB～J番号のポータビリティだった。しかし、この件について総務省側は、「異なるサービスでのポータビリティは許可できない」というスタンスを取っている。確かに、両番号間での変換を認めれば、0AB～Jを使った既存の電話サービスは意味をなさなくなる。

そこで、事業者側が目止めたのが、050番号の割り当てに伴って改正された「電気通信番号規則」の中にある、「第一種事業者のIP電話サービスで、従来の固定電話と同等以上の品質を確保したものについては、0AB～J番号を付与する」という主旨の条文。

実は法令改正前に、新興通信事業者のメディアが、光ファイバーによる直収型のIP電話サービス「メディアライン」で、0AB～J番号の適用を受けている。これに続くものとして、フュージョン・コミュニケーションズが7月、アクセス回線に広域イーサネットサービスを利用する「直収固定IP電話サービス」を開始した。

同サービスには2つのメニューが用意されている。

基本プラン(発着信共用)

0AB～J番号のみを使用して発信・着信の両方を提供。基本使用料は同時通話可能なセッション数に応じた料金体系を設定。発信にかかる通話料金を見ると、国内一律3分8円はFUSION IP-Phoneと同じだが、同社の050番号あても同額の従量課金となる

着信専用プラン

0AB～J番号とFUSION IP-Phoneによる050番号の両方を使い、着信専用として提供。例えば、IP-Centrexサービスの代表電話番号として0AB～J番号、内線電話へのダイヤルインに050番号を利用するとい



シラントロ社のシステムを利用した米Gobeam社のIPセントレックスサービス。PBX機能を中心とした基本サービスに加えて、カンファレンスやインスタントメッセージなどのアプリケーションを連携させ、Web上のポータルとして提供。登録した住所と地図検索サービスも連動させている