

光ファイバー基軸に法人営業体制整う 「IP屋の描く新キャリア像」の柱に

パラソル隊に代表されるYahoo! BBの派手なコンシューマー営業の影に隠れているが、実はソフトバンクBBの法人戦略は着々と進められている。そのコアとなるのが、アイ・ピー・レボリューション(IPR)だ。実体的にも、IPRの社長を兼任している真藤豊氏は、ソフトバンクBBの常務取締役として、法人分野を担当する法人営業本部長の任に就いている。

IPRは、2000年4月、当時のソフトバンクネットワークスによって設立された第一種電気通信事業者である。光ファイバーを用いた100Mbpsのインターネット接続サービスを法人向けブロードバンドサービスとして提供している。今年1月、ソフトバンクネットワークスとビー・ビー・テクノロジー、ソフトバンク・イーシーホールディングス、ソフトバンク・コマースの4社が合併し、ソフトバンクBBが誕生した。ソフトバンクBBは、グループの通信サービスを「ソフトバンクBB」の統一ブラ

ンドのもとで一括提供する形に切り換えた。

これに伴い、法人向けブロードバンドサービスも、IPRがソフトバンクBBにサービスを卸す形にし、法人営業本部や提携パートナーが販売する仕組みに一本化した。IPRをソフトバンクBBに併合するのではなく、事業の一本化にとどめた背景には、通信事業法の改正により、間もなく免許の区分けがなくなることが分かっている時点で一種のIPRと二種のソフトバンクBBを合併させるのは賢明ではないとの判断があったからだ。

ソフトバンクBB・法人営業本部の安川新一郎副本部長は、「事業を一本化した狙いは3つある」と語る。

1つめは前述のブランドの統一だ。

2つめはIPRの光ファイバーサービスとソフトバンクBBのADSLサービスとの組み合わせができることで、ユーザー環境やニーズによって両サービスの中から最適なものを企業ユー

ザーに提案できるようになることだ。

そして3つめは、コンシューマー向けADSLサービスで利用している全国2200拠点の局舎設備とギガビット接続されている強大なバックボーンを法人営業でも活用できることで、一気に全国展開が可能になることだ。

真の社会インフラを目指す

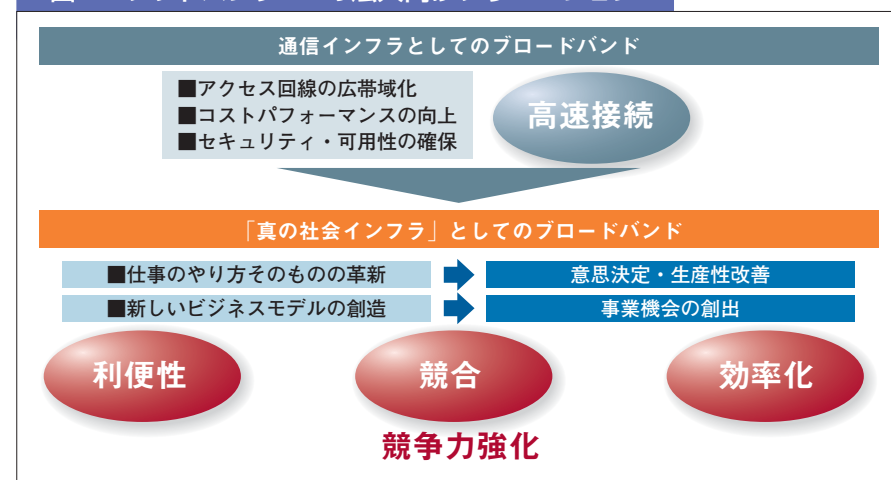
ソフトバンクBBブランドでの法人向けブロードバンドサービスは、4月から開始された。これに伴い、事業展開も回線提供だけでなく、ソリューションを含めた提案営業タイプに移行した。この理由を真藤常務は、「ネットワークはいわばファンデーション、土台であり、そのうえに何を乗せるのが企業向けサービスの真髄」と強調する。同社が目指すのは、「通信インフラ」としてのブロードバンド提供にとどまらず、「真の社会インフラ」としてのブロードバンドを提供すること。すなわち、企業向けソリューションを提供することで法人ユーザーの業務遂行方法そのものの改善や新たなビジネスモデルの創造を手助けし、企業競争力強化を実現することで、究極的には「ブロードバンドによって国内の経済成長の基盤を作る」ことだという。「新幹線のスピードが日本経済にもたらした衝撃を今度はブロードバンドで巻き起こすことで日本経済と企業の活性化に貢献したい」と強調する。

ソフトバンクBBのいう、企業向けブロードバンドソリューションは今の



法人営業本部の安川新一郎副本部長は「ソフトバンクBBとIPRとの事業一本化には3つの狙いがある」と語る。

図1 ソフトバンクBBの法人向けソリューション



IP電話市場を牽引し300万加入突破 法人向けサービスの準備も整った

取締役 BBフォン事業本部長 宮川 潤一 氏



——BBフォンは10月3日付けで300万加入に達しました。最近の伸びはYahoo! BBの接続数を上回る好調ぶりです。

宮川 順調にここまで来ることができました。

加入者の割合が増えてきている理由は、ここに来てIP電話の認知度が急速に高まったこともあり、今までADSLのみを利用していたユーザーで、実際にBBフォンを利用開始する方が増えているためです。

また、同様の理由でBBフォンのみの加入者数も増えています。

——商用サービス開始からわずか1年半でここまでユーザーを獲得できた最大の理由は何ですか。

宮川 加入者同士の無料通話と3分7.5円という破格の低料金ももちろんですが、やはり、一般固定電話とまったく変わることはない使い勝手を実現したことだと思います。特に、緊急電話やフリーダイヤル等への特番発信だけでなく、障害発生時にも自動的にNTT回線に迂回する仕組みを採用し、複数作用で強化した点は、多くのユーザーの方々にご好評いただいています。

——NTTの接続料値上げにはどう対応しますか。

宮川 接続料の値上げは避けてほしかったというのが本音です。

我々としては、お客様に負担を強いることなく、現行の3分7.5円を維持していく方針です。今は、ユーザー

料金を値上げするつもりはなくコスト削減等の企業努力で値上げ分を吸収していますが、ZC(市外中継交換局)から接続料が値下げになったGC(加入者交換局)へ切り替えて展開することも視野に入れています。ただ、NTTさん側がZCの値上げだけでGCは値下げという方向性をずっと示してくれるならそれに対応しますが、まだ不透明ですので、もう少し様子を見ようと思っています。

——経営的な打撃はないのですか。

宮川 我々の事業モデルはADSL接続サービスも含めたARPUの中で計算しているので、売り上げの中で値上げ分はわずかですので、まだ状況を見守る体力はあります。

——もう1つの課題だったIP電話発着問題、IP電話事業者側に値決めの特権が来ましたが。

宮川 お蔭で国際コールバックをしなくて済むようになり、遅延時間が減り、より品質のよい通話が提供できます。また、発信番号通知サービスが行えるようになることも大きなメリットです。現在、準備を整えているところですが、このマーケットは通話単価が高いため、BBフォンの利益全体に占める割合が結構大きくなるので、今後注力していきたいと思っています。

相互接続の話し合いの場が必要

——他のIP電話事業者と相互接続交渉に入るという報道がありました。宮川 相互接続は視野に入っていま

す。我々の現在のIP電話シェアNo.1という地位は、お客様あってのことですから、お客様の利便性を第一に考えて対応したいと思っています。

ですが、責任の問題や接続時の課金の問題等、解決すべき課題がたくさんあります。

この問題に関しては、そろそろ総務省あたりが音頭を取って話し合いのテーブルを用意すべきだと思っています。

——立ち上がりが遅れていた法人向けBBフォンサービスですが、御社の営業部隊が動き始めているといわれています。

宮川 我々は時間をかけて、保守やサポート体制等、法人のお客様の要望に十分応えられるサービス体制の準備を進めてきましたが、ようやく体制も整いました。

今までは、個人の伸びが予想を大幅に上回っていたこともあり、法人向けサービスをセーブしていたこともあります。しかし、ようやく法人向け本格サービスにもメドがついてきました。事業部の準備は間もなく終わりますので、近日中には本格展開のアナウンスができると思います。