

特集

# 2

## 企業モバイル戦線に異変あり！ KDDIが描く新ソリューションプラン

KDDIは昨年4月、法人営業部門を固定系とモバイル系の2つの事業本部に分けた。急激に高まってきた「法人向けモバイル市場」に対応するための措置だ。モバイルソリューション事業本部では、組織の改変に合わせ、営業スタイルを変えるなどの変革を強力に押し進めている。



最近、携帯電話などのモバイル技術を企業活動に用いることは、珍しいことではなくなった。法人向けモバイル市場は当初、SFA(Sales Force Automation)など一部の外勤者向けのソリューションとして人気を集めた。

それが、「いま企業は“業務効率の向上”“売上・利益のアップ”を図るための有力な武器として、モバイルに期待している」とKDDIの小池竜太モバイルソリューション事業企画本部長は説明する。モバイル法人市場はいよいよ、“第2ステージ”に入ったのだ。

実際、KDDIが企業ユーザー向けに開催するセミナーはこのところ、毎回9割近い出席率を誇り、熱気あ

ふれるものになっており、関心の高さを肌で感じているという。

さらには、昨年からの相対契約や2006年秋にスタートする携帯電話の番号ポータビリティ(MNP)など、企業モバイルを取り巻く周辺環境も激変しており、いよいよ通信キャリア同士の競争が活発化してきた。法人モバイル市場は、すでに携帯電話キャリアにとって主戦場になっているといえよう。

こうした情勢を受け、KDDIは昨年4月、法人営業組織を大きく改編した。従来、一元的に法人向け営業を進めてきたソリューション本部を分割し、携帯電話にかかわるビジネスを展開する「モバイルソリューション事業本部」と、固定系通信を主と

### SFA

Sales Force Automation：企業の収益を支える営業活動全般の業務改革を目指す概念、またはそのための情報ツール。IT化によって、単なる合理化以上の効果を営業セクションに求めようというもの。

### 番号ポータビリティ

携帯電話の番号ポータビリティ(MNP)は、異なるキャリアの通信サービス間で同一の電話番号を利用できるようになる制度。米国をはじめ、欧州、韓国などではすでに導入されている。日本では2006年スタートに向け準備を進めているところ。

する「ネットワークソリューション事業本部」の2事業本部体制としたのだ。

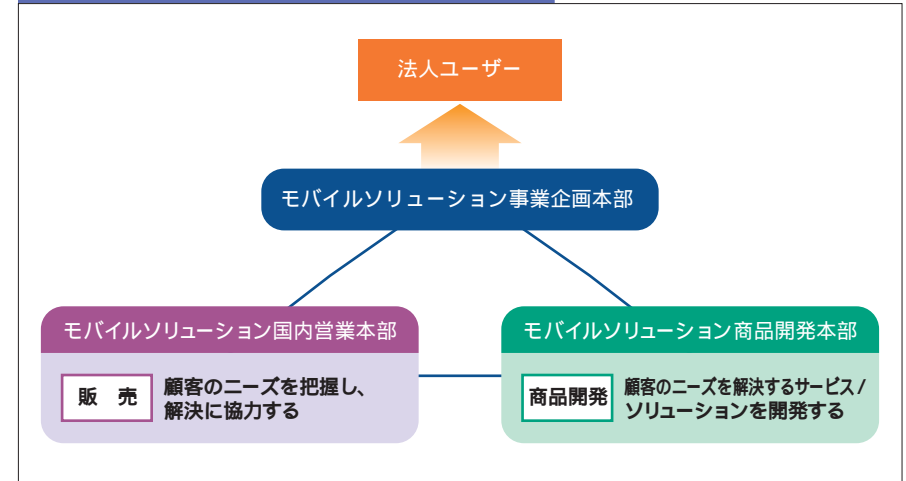
なかでもモバイルソリューション事業本部の立ち上げについては社内でも、「モバイル法人市場の攻略に向けはじめて本格的な体制を構築できた」と評価する声が多いという。固定系通信の法人営業には、NCC参入当初より主軸事業として展開してきた実績がある。一方でモバイルは歴史が浅く、「法人市場」を意識した本格的な営業を開始したのは、ここ数年のこと。情勢の変化に、組織体制の整備が追いついたといえよう。

また、「実際にお客様に提案するなかで、携帯電話などモバイル商品は固定系商品とは販売サイクルが違うことが分かった」（小池本部長）こともモバイル部門を独立させた理由の1つだという。

固定系商品については、「IP-VPNが欲しい」というように指名買いが多く、提案から成約に至るまでのサイクルも数カ月というのが一般的だ。一方で、モバイル商品は顧客に対する導入実績がないケースが多く、「提案 試験導入 評価 本格導入」と、半年以上の営業サイクルを要することが多い。

モバイルソリューション事業本部を分離独立させたのは、この異なる営業サイクルを、ユーザー企業ごとに円滑にまわすための措置だったの

図1 モバイルソリューション事業本部の展開



だ。

KDDIでは、組織改編から1年近く経った現在、「法人モバイル市場」攻略に向け、確かな手応えを感じているという。

ここでは、モバイルソリューション事業本部について、体制とミッション、営業手法、商品・サービス展開の3つの観点から分析していきたい。

### モバイル特化の組織へ

モバイルソリューション事業本部の組織構成はシンプルだ。営業部隊である「モバイルソリューション国内営業本部」、法人向けシステムやサービスの開発を担当する「モバイルソリューション商品開発本部」、両者を取り持ち企画を立案する「モバイルソリューション事業企画本部」と3本の柱で構成されている。

国内営業本部には、約300名の営業マンが在籍、首都圏を担当する営

業1～3部と全国8支社を中心に構成され、「実戦部隊」を形成している。

商品開発本部は、システム・商品を開発するSE部隊が主力の「後方支援部隊」。特にSEについては全体の約3分の1の人員が国内営業本部のメンバーと机をともにしており、顧客からの声をダイレクトにシステム開発に活かせる体制を築いた。その他、パートナー企業とのシステム開発での連携も重要な役割だ。

事業企画本部の主要任務は、企画の方向付け。特に、「スピード感のある意思決定」が重要になってきたという。企画立案にあたっては、両角寛文モバイルソリューション事業本部長自らのリードで進むことも少なくないという。

KDDIにとってのモバイルソリューションの位置付けは、「法人顧客の囲い込み」と「通信トラフィック収入の拡大」の2点にある。