

特集

1

エアポケットから 脱するかIP電話



法人市場での期待とは裏腹に、エアポケットに陥ってしまったIP電話。現状を脱し、上昇カーブに転じるための条件は何か。キャリアとメーカーが取り組む、戦略と具体的方策を分析する。(本誌・藤田 健、太田智晴、百瀬 崇)

PART 1

キャリア動向

直収電話登場で伸び悩み 解消急がれる“導入障壁”

右肩上がりの勢いをみせ始めていた法人向けIP電話に直収電話という強敵が現われた。通話料だけでなく基本料も抑え、IP電話の最大の売りだった“コストメリット”を打ち消した。IP電話事業者は、“導入障壁”の解決とアプリ連携で巻き返しを図る。

「法人向けIP電話サービス市場は、2004年秋までは順調に伸びていたが、その後は鈍化している」——フュージョン・コミュニケーションズの執行役員で営業本部長の今古賀博美氏はこう語る。

成長鈍化の最大の理由は、直収電話サービスの本格化だ。特に、中小企業市場への影響が著しい。

企業が相次いでIP電話サービスを採用したのは、「通話コストの削減」が主目的だった。ところが、04年12月に日本テレコムが「おとくライン」、05年2月にKDDIが「KDDIメタルプラス」を相次いで開始したことで様相が変わった。通話料だけでなく、基本料までが安価な直収電話サービスは、IP電話サービスの最大のメリットを打ち消したのだ。しかも「直収電話の営業攻勢が凄まじく、こちらの営業がまともにできなかった」という声がIP電話キャリアからはあがっている。

こうしたことから、「われわれIP電話キャリアはもちろんのこと、IP化対応で収益拡大を狙ったビジネスホン

メーカーも、05年度は相当苦戦している」(今古賀本部長)という。

大企業市場に目を向けると、現在キャリアは、IPセントレックスサービスの提供に注力している。マイルインで通話料を相当引き下げているため、通常のIP電話サービスではコストメリットを打ち出せないからだ。

NTTコミュニケーションズ(NTTコム)ブロードバンドIP事業部VoIPサービス部長の高瀬哲哉氏は、「自社資産を極力持たない“リーン経営”に転換する企業が増えている」と話す。このニーズに合致していることが、IPセントレックスサービスの契約が堅調に伸びている理由と見ているのだ。「現在は、IPセントレックスを採用するユーザーとIP-PBXを導入するユーザーの比率は、五分五分かくらいになっている」という。

一方、IP-PBXの導入に踏み切ったユーザーの選択理由は何だろうか。フュージョンの今古賀本部長は、「PCとの連動など、IP対応機として高機能になってきた」ことをあげる。

また、「販売価格が安くなってきた点も大きい」という。

このほか、NTTドコモのFOMA/無線LANデュアル端末「N900iL」をはじめとする、モバイルIP電話端末への対応をあげる声が多い。特にN900iLは、「携帯電話と構内無線IP電話を一体化した便利な端末」という分かりやすさがユーザーの心を捉え、04年12月の発売直後から、ブームになっている。

従来、キャリアが提供するIPセントレックスサービスはこれに対応しておらず、導入したければメーカー各社がいち早く対応したIP-PBXを購入するしかなかった。

ただし、キャリアのN900iL対応については、NTT東西が05年9月に「ひかり電話ビジネスタイプ」の「IPセントレックス機能」で実現。10月にはNTTコムが「Centrexバリューパック(モバイルタイプ)」でサポートするなど、動きが加速している。

動き出した光IP電話

他方、光回線を用いることで、既存の「0AB～J」電話番号を利用できる光IP電話サービスも登場している。

法人向けでは、NTT東西が03年