

“様子見”が終わり普及段階に ワークスタイルの変革に焦点

低迷が続いたPBX/ビジネスホンだが、大企業市場を中心に変化が顕著になってきた。「ワークスタイルの変革」を切り口に、実績が積み上がり始めたのだ。この流れをいかに市場全体へと広げるか。それが2006年のテーマだ。

「“IP電話”として売っているかぎり、IP電話は売れない」。まるで禅問答のようだが、国内PBXメーカー関係者の多くは、このような結論に達しつつあるようだ。

IP電話の導入機運が日本で初めて高まったのは2002年末、俗に「東京ガスショック」と呼ばれる東京ガスの事例がきっかけだった。大手経済紙の1面に踊った「通信費半分以下」の文字は、強いインパクトを与え、多くの企業がIP電話導入の検討を開始した。実際、その後、大型案件が相次ぐことになる。

東京ガスの事例に衝撃を受けたのは、もちろんユーザーだけではなく、あるPBXメーカー関係者は「あれで全面的にIP化へ舵を切る腹が据わった」と振り返る。

ところが、一気に高まったと思われたIP電話導入の機運は、すぐに壁に突き当たった。少なくない先進事例でトラブルが発生。喧伝されたほど、単純には通信コストを削減できないことも判明した。もちろん、これ

でIP化の流れが止まったわけではなく、減速は免れなかった。

以降、市場で頻繁に聞かれるようになったのが「様子見」という言葉である。

IP化という方向性自体は、まず間違いない。だが根本的な技術革新を前に、多くの企業はIP電話の動向に注視しながら、PBXのリプレースを躊躇した。市場は転換期特有のスランプに陥ったと言える。

動き出した大企業

しかし、いよいよ市場は動き始めた。確実に変化が見られるのは、大企業市場だ。NEC・UNIVERGEソリューション推進本部UNIVERGEサポートセンターの石原伸一マネージャーは「ほとんどの大企業が第一歩を踏み出した。案件作業量は昨年と比べ、倍になっているのではないかと証言する。

この背景には、NECが推進する「ブロードバンドオフィス」戦略の浸透

がある。電話という切り口にとどまるかぎり、レガシーを越えることは容易ではなく、ユーザー企業が積極的に音声システムをIP化する理由とはならない。

ブロードバンドオフィスは、企業の“ワークスタイルの変革”を目指すものだ。電子アドレス帳の導入による作業効率の向上、柔軟に行えるレイアウト変更、FOMA/無線LANデュアル端末によるモビリティの実現……。1つひとつはキラーアプリケーションとまでは言えないかもしれないが、“ワークスタイルの変革”を切り口にすることで、単なるPBXのリプレース提案とは違ってくる。「ブロードバンドオフィスと言った瞬間に、従来の電話の世界だけではなく」と石原氏は説明する。

「“IP電話”を導入するのではなく、新しいワークスタイルを手に入れるためにIP電話を活用する」。沖電気工業・IPシステムカンパニーIPシステム開発本部マーケティング部の原口哲朗担当部長も、異口同音で語る。

充実するハイブリッド型

レガシーからIPという大転換、そ

図 NEC品川ブロードバンドソリューションセンターの導入効果



コピー量	約66%ダウン
文書収納スペース	約80%ダウン
電話の無駄時間(取り次ぎ、無駄な発信など)	約77%ダウン
会議室での会議開催時間	約70%ダウン
外出先からの帰社回数	約50%ダウン
外出関連交通費	約55%ダウン
人事異動に伴うフロア移転費用	約80%ダウン
顧客対面時間	約40%アップ