

# 新たな付加価値を続々提案 ディーラー支援体制も充実

法人向けひかり電話の2005年度はいわば「助走期間」。サービスラインナップも揃い、06年度は大攻勢に転じる。新たな付加価値提案と万全の販売体制で、直収電話にも他社光IP電話にも打ち勝つ構えだ。

パート1で見てきたように、今春「ひかり電話オフィスタ입」を発表したことで、SOHOから大規模事業所までをカバーする「法人向けひかり電話」のラインナップが揃った。2005年度後半からの導入加速の勢いに乗り、今年度はいよいよ大攻勢に転じる構えだ。

パート2では、NTT東西の06年度の事業戦略を、サービス企画と販売の両面から追うことにする。

## IPで既存電話の壁を超える

「直収電話サービスと同じ土俵に立っても、単なる価格競争に陥るだけだ。同じ土俵で戦うのではなく、新たな付加価値をいくつ見出せるかが法人向けひかり電話の競争戦略だ」NTT東日本の田畑担当部長はこう強調する。

そこで同社は、インテリジェントコミュニケーション、コストリダクション、サービスリアビリティの3つのポイントを掲げ、それに則した付加価値サービスを提供し始めた。

については、同社は昨年度、ビジネスタイプのIPセントレックスでモバイルIPセントレックス機能を提供したが、「それに類するような高度な機能を模索している」（田畑担当部長）という。

具体例として、今年1月からビジネスタイプの付加サービスとして提供している「音声認識型着信振分機能」があげられる。コールセンター向けの機能で、振分元電話番号への着信に対し、IVR（自動音声応答）システムが一旦応答。発信者からのPBX（ブッシュボタン）信号や発話内容を認識して、あらかじめ設定しておいた振分先の外線電話番号に自動的に振り分けるものだ。例えば、商品の問い合わせなら「1」、修理依頼なら「2」を押すか発話すれば、その窓口に着信する（図1）。このため、転送の手間を省くだけでなく、転送に必要な回線や通話料も削減できる。

この機能を始めとし、同社は今年度、コールセンター向けソリューションに注力していく方針だ。第2四半

期にはビジネスタイプで「コールセンター向けIPセントレックス機能」を提供することを視野に入れている。ユーザー企業は電話機とPCを用意するだけで、CTIやIVRを利用できる。

同機能はサービス提供に先駆け、この4月から「横浜市コールセンター」のモデル事業のなかで活用されている。

田畑担当部長は、「このように、レガシー電話の世界では超えられなかった壁を、光IP電話の世界で1つ1つ壊していき、よりユーザービリティの高いサービスを提供していきたい」と抱負を語っている。

のコストリダクションの対象の1つに、インシナルコストがある。

従来、レンタル機器として用意していたのは「INSネット64」対応のVoIPゲートウェイのみだった。このため、「INSネット1500」のユーザーがひかり電話ビジネスタイプを導入しようと思えば、新規にIP-PBX等を購入する必要があった。それが障壁になって導入を断念するユーザーが少なからずあったという。そこでこの3月から、INSネット1500対応のVoIPゲートウェイを、月額5670円という安価でレンタルできるようにした。

## アクセス回線を二重化

のサービスリアビリティについては、「ユーザーはひかり電話だけでなく、IP電話全体に対してまだまだ不安を抱いており、対策が重要になる」（田畑担当部長）という。パート1で電話サービスでは初めてSLAを適用したことを紹介したが、その延長上にあると言ってよい機能を1月にリリースした。「アクセス回線自動切替機能」だ。

加入電話の場合、例えば4回線を引くにはメタルケーブルを4本敷設する。天災などで1~2本が不通になっても、残りの回線は生きている。しかしひかり電話で4回線（チャンネル）引いても、物理回線は光ファイバーケーブル1本。回線が不通になれば全チャンネルがダウンする。

そこで、運用系回線とは別に、もう1本予備系回線を引いて常時待機状態にしておき、万一の場合は自動的に切り替えるサービスを用意したのだ（図2）。

田畑担当部長は、「この3つのポイントを柱にして事業を推進することが、今後法人向けひかり電話をさらなる高みへと押し上げることになる」と強調している。

## ひかり電話中心のソリューション

販売戦略に移ろう。法人向けひかり電話のフルラインナップが揃ったが、東西ともユーザー規模別の一

図1 音声認識型着信振分機能

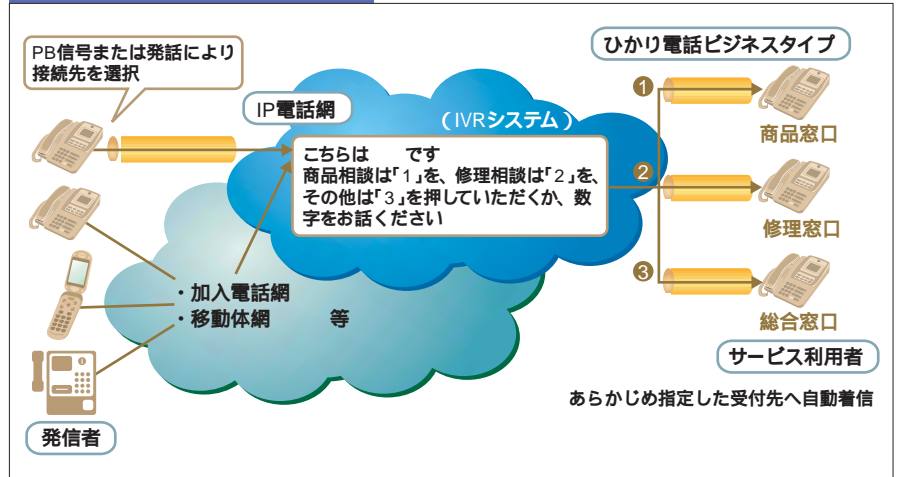
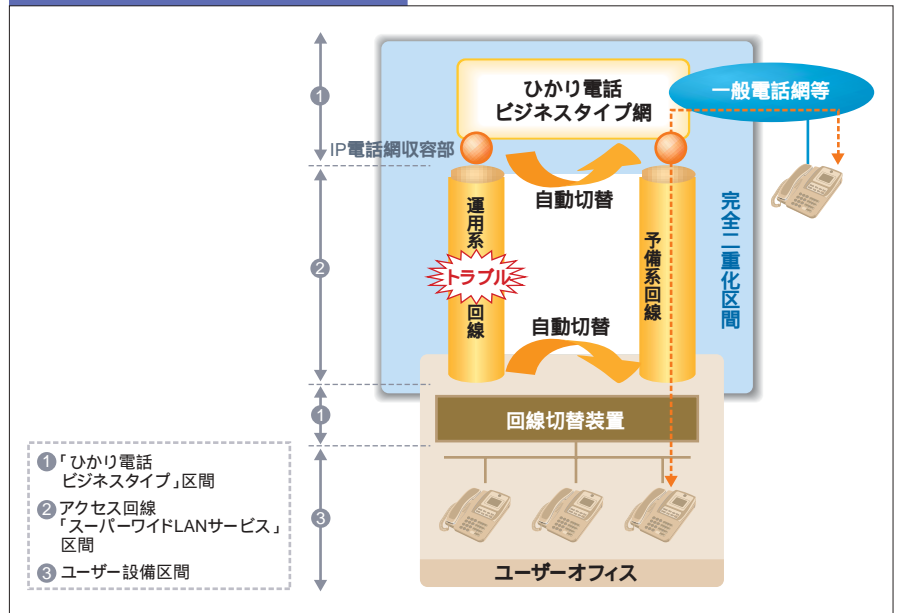


図2 アクセス回線自動切替機能



の注力ゾーンとして、中堅・中小規模事業所をあげる。

NTT東日本の櫻井担当課長は、「中堅・中小企業向けには、オフィスタ입とビジネスタイプの2つが揃ったので、ユーザーニーズをよく把握し、最適なメニューを提案したい」という。

またNTT西日本の吉川担当課長は、「この層のユーザーは、単に加入電話をひかり電話に移行させるだけのケースが多く、データ通信はADSLサービスで満足している。しかしメタルと光ファイバーが2本あるのは非常に不経済なので、光ファイバー1本で満足してもらえるような提案をした

特集 ①NTTの大攻勢!  
法人向けひかり電話