

前年度比1.4倍増に挑戦 “光”基軸にオフィス活性化提案

NTT東日本-神奈川の法人営業体制は、法人営業部が行政や大規模ユーザーのみならず、中堅・中小規模ユーザーに対しても県内を大きく6つのエリアに分け、各部門ごとに責任分担しながら営業活動を展開している。組織図を図に示した。

基本的には営業担当者を軸に、提案を技術的に推進・サポートする技術部隊、さらに受注後の設計・施工を担当するSEを配置している。

さらに保守部隊がある。ここで積極的に行っているのが「常駐保守」だ。情報システム管理要員の確保が難しい一定規模の企業や行政機関に常駐し、日々のメンテナンスを実施している。データセンタビジネスと併せ、今後も需要を喚起しながら拡大していく予定だ。

神奈川県は、面積でもユーザー数でも全国屈指の巨大エリアであり、当然法人営業部の社員も約1200名と多い。このため、普段から社員との情報流通や意識の共有化が重要

になる。

法人営業部長を兼務する井出浩一副社長は、「会社の現状やさまざまな実績、ユーザーが今NTTに望んでいることなどを、リアルタイムで1人1人に伝えられる仕組み作りを大事にしている」と語る。

具体的には、部長・課長クラスに対しては、テレビ会議や電話会議を週に1回程度は開催し、情報を共有できるようにしている。また事例発表会も積極的に開いている。さらに、社員が情報の発生した時点で即時に見られたり、自由に意見を述べられる社内ホームページも開設している。

こうした取り組みには「チームとして仕事をしている」という意識を1人1人に徹底させる」という狙いもある。「自分自身がNTTグループを代表しているんだ」という自覚を促すとともに、「後に各々のプロフェッショナルがついているんだから何か障壁があっても1人で悩まなくてもいいんだ」ということを社員には強く言い続



副社長
法人営業部長
井出浩一氏

けている」という。

光加入可能地域が100%に

06年度の神奈川エリアでの最大のトピックスは、光ブロードバンドサービスの提供可能地域が100%になったことだろう。これは全国で初めてのことであり、今後法人営業を進めていくうえで大きな武器になると同社では期待している(写真1)。

サービス面でも06年度はやはり「光」がキーワードであり、法人向け「ひかり電話(ビジネスタイプ/オフィスタイプ)」の導入や、「ビジネスイサ」等の光ブロードバンドサービスを利用した社内システムの高度化といった案件がメインだった。

ひかり電話については、大規模障害の影響が懸念されたが、神奈川エリアでは大きな影響はなかったという。叱咤はあったものの、「対策だけはきちんとやって欲しい」という要望で済んだケースが多かった。

また、井出副社長は「当社の営業やSEが、普段からユーザーの利用法に応じてトラブル時にも対応できる柔軟なネットワーク提案をしていたことが、改めて実感できた」と語る。この

ため、障害時にユーザーの業務が完全に止まってしまったケースは少なかったという。長年に渡って地域に根付いた営業・保守をしてきたことで、ユーザー企業から高い信頼を得ていることも大きな要因と言えそうだ。

100万円以下のICTパック

昨今、法人営業部で強く感じているのは「ICT(Information and Communication Technology)が、ユーザー企業の中で、経営の根幹を支える重要なツールになってきている」ということだ。その中核に位置するのが光ブロードバンドであり、これを使ってさまざまな仕組みを統合していこうというのが大きな流れになっている。

また、提案する側のビジネスのやり方も変化している。「従来はユーザーのことだけを見ていれば良かったが、今はユーザーが相手にしている顧客のことまで考えて提案をしなければならなくなっている」(井出副社長)というのだ。

そうした状況下で、どのような取り組みをしているのだろうか。

大規模ユーザーには当然のことながら、個別にソリューションを提案して構築している。だが中堅・中小規模ユーザーは「法人営業部で見ただけで2万強ある」というように、ユ

写真2 「イカパックシリーズ」は「100万円以下(イカ)」のICTパッケージ製品。現在、PCのセキュリティや入退室管理、勤務管理、遠隔モニタリングといったバックを用意している



ーザー数が圧倒的に多いため、定型化したソリューションを持ってユーザーを訪問している。

『Bフレッツ+ひかり電話オフィスタイプ+ビジネスホン』の3点セットを基本とし、「事務所の電話をもっと安く、もっと便利にしませんか?」だけでなく、「あなたのオフィスは危険にさらされていませんか?」「情報資産の情報漏えい対策は万全ですか?」等々のメッセージで提案する、オフィスにおけるコミュニケーション環境の活性化を目的とした各種のソリューションを徐々に増やしている。

ユニークなところでは「イカパックシリーズ」を投入した。中堅・中小規模ユーザーがICTシステムに数百万円以上もの投資をするということは現実的ではない。妥当なラインは100万円だろう。そこで「100万円以下の投資でこんなオフィス改善ができます」という提案をパッケージ化し、シリーズにしたのが100万円以下(イカ)パ

ックだ(写真2)。

同社では、イカパックをそのまま導入するというよりも、商談の入り口と位置付けている。イカパックの説明を聞いたユーザーが、「じゃあ、100万円以下でこんなことはできないか?」と要求し、そこから商談が広がればよいというスタンスだ。何よりもイカパックは、ユーザーとの接点を増やすきっかけになる。

法人営業部では07年度の売上目標を、前年度比1.3~1.4倍に置いている。そのためにまず、前述のようにユーザーとの接点を増やす。保守体制もこれまで以上に強化し、継続的に付き合ってもらえるようにする。

さらに、他社に移った元NTTユーザーの「奪回活動」には、これまで以上に力を入れていく方針だ。

井出副社長は現体制での3年目となる今年度について「新たな挑戦の年」がわれわれの合言葉であり、それに向けて神奈川県のお客様のために邁進したい」と力強く語っている。

図 NTT東日本-神奈川の組織体制

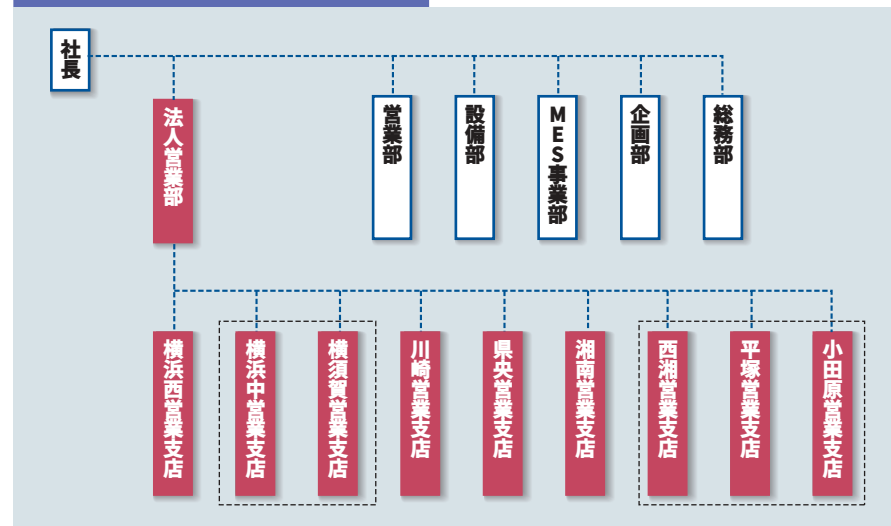


写真1 神奈川県全域「ひかり化100%」を記念し、4月30日までキャンペーンを実施中だ

特集 ① ひかり電話に突進 NTT東の販売現場