

INTERVIEW

価値創造ソリューションの提供で 企業向けビジネスを拡大

地域密着型企業としての強みを生かし、顧客に新たな価値をもたらすトータルソリューションビジネスを展開するNTT西日本。公共系からエンタープライズ市場に軸足を移し、ビジネス拡大を目指す最近の状況について、西尾彰夫取締役・ソリューションビジネス部長にうかがった。

公共市場からエンタープライズ 市場へ軸足を移す

はじめに、周辺環境を含め最近のビジネスの状況からお聞かせください。

西尾 e-Japanに関連する自治体を中心とした公共系のビジネスが一段落し、ここ2年ほど前から取り組んできたエンタープライズ向けのソリューションビジネスを如何に拡大していくかという状況です。私どもは、2002年11月に「e-ガバメント推進室」を設置し、地方公共団体の情報化基本構想の策定から、情報流通基盤や各種行政電子化システムの構築、運用、保守まで、さまざまなソリューションサービスをNTT西日本グループ及び地元企業と一体となって提供してまいりました。この地域密着型の推進体制が功を奏し、公共系ビジネスは大きく拡がり、かなりの実績を残せたと思っています。しかし、公共系ビジネスが一段落した現在、民需系、いわゆるエンタープライズ向けのビジネスにシフトしていくかが重要だと考えています。2年ほど前に、企業系のビジネスをどのように立ち上げるかを考え、取

り組んできました。まだまだビジネスの規模は小さいですが、それなりに実力を蓄えてきました。これを如何に成長軌道に乗せていくかが現在の課題です。

公共系と企業系の売上比率は、どのようになっていますか。

西尾 現在、全体で約700億円の売上規模ですが、約6割が公共系で、残り4割が企業系です。ターゲットとしては、大規模システムの受注もないわけではありませんが、中堅・中小のシステムを沢山受注することを主眼にビジネスを展開してきました。まず公共系から入り、現在は企業系にシフトしつつある段階ですが、結果的にはこの3年間でかなりの売上を達成しており、良くやっていると自己評価しています。しかし、企業向けビジネスの状況を考えると、まだまだレガシーの回線ビジネスが中心です。やはり上位レイヤのシステム系のビジネスを拡大することが重要だと考えています。

ソリューションビジネス部のミッションをお聞かせください。

西尾 私どもソリューションビジネス(SB)部の陣容は約400名で、主要ミッションは、本社営業部と



西日本電信電話㈱ 取締役
ソリューション営業本部 副本部長
ソリューションビジネス部長
西尾 彰夫氏

16支店の営業部門をサポートすることです。そして、営業フロント部隊を支援するために、パッケージの開発や新しいソリューションを開拓することです。特に中堅・中小の市場をターゲットとしているため、スクラッチで開発するよりも、ある程度形になったものを事前に用意しておくほうが効率が良いですからね。簡易なパッケージ型SIとオーダーメイド型SIを融合した「prosol」シリーズは、私どもにとってソリューションビジネスを展開するうえでの強力な武器と言えます。

開発にあたっては、NTT研究所を中心とするグループ各社との連携や、業界を先導するベンダーとのアライアンスにより、高度かつ先進的な技術を活用することに努めています。

地域密着型の提案営業に注力

エンタープライズ向けビジネスを拡大するためのキープointをお聞かせください。

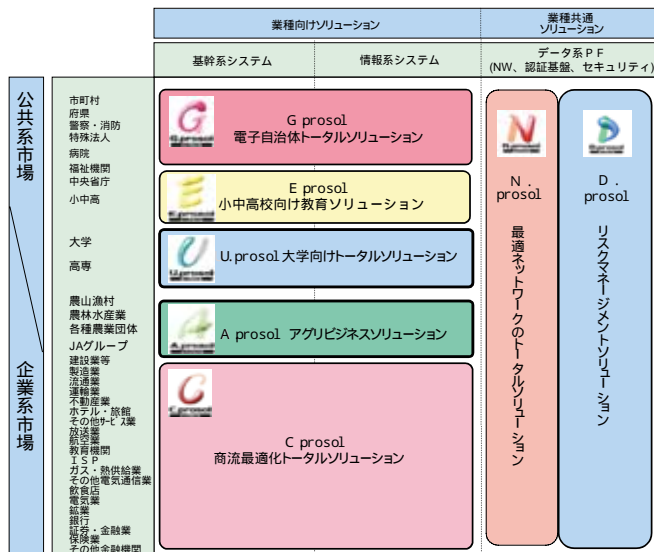


図1 「prosol」シリーズのソリューション体系

西尾 エンタープライズ市場は非常に幅が広いので、我々としても親和性の高いコールセンターを中心にしたCRMや、ERP、EDIといったコアとなるソリューションをいくつか柱にして、リソースの選択と集中を行いつつ実力を蓄えていくことが重要だと考えています。また、人が多いというのは弱みでもあります。人が多いからこそ地域に密着した活動ができるというのも私どもの強みです。地域密着型でかつ提案型の営業活動を行い、ソリューションまで提供できれば、大きな強みになります。加えて、長年培ったブランドがあります。これを生かした地域密着型のソリューション営業を展開していくことで、ビジネス的にも優位に立てると考えています。

もっと幅広く中小・中堅のお客様に食い込み、新しい価値をもたらすソリューションを提供し、信頼を勝ち得ることが必要です。

ローチするといったことがあげられます。診断方法が業種・業態によって異なりますので大変ですが、今後製造業以外にもサービスの範囲を拡大していきたいと考えています。

最近特に注力されているソリューション分野として、どのようなものがあげられますか。

西尾 先程お話ししたCRM、ERP、EDIに加え、IP電話を含めたネットワークのIP化、さらには私どもが提供している超高速ブロードバンドサービスである“光プレミアム”を活用したソリューションの営業に力を入れています。また、セキュリティの分野にも注力しています。2003年11月にNTT西日本グループトータルで1,000人規模の「セキュリティサービス推進室」を設置し、セキュリティサービスを積極的に推進してきており、ビジネス的にも大きく成長してきています。

また、アグリ(農業)や大学とい

そういった中小・中堅企業へのリーチの方法はどのようにして行っているのですか。

西尾 例えばすでに製造業向けに展開している「ITの活用診断」という簡易なコンサルのサービスを通じて、お客様にアプ

った中間的な分野にも力を入れており、専担のグループを設置していません。そういった公共性の強い分野は、私どもにとっても親和性があり、支店のアカウント体制も充実するなど、非常に力を入れています。例えば、大学関係のビジネスは、昨年100億円を超えています。アグリ関係も農林水産省関連の案件も含めて、今後さらに伸ばせるのではないかと考えています。

企業向けビジネスの比率を6割に底上げすることが当面の目標

企業向けビジネスの比率をどの程度伸ばしていくお考えですか。今後の抱負を含め、お聞かせください。

西尾 ソリューションビジネス全体のパイを膨らませ、その中で公共系対企業系の比率を逆転して、企業系を6割にすることが当面の目標です。そのためには、企業系ビジネスを現在の倍に拡大する必要があり、注力すべき分野及びアカウント体制も含めた検討が必要だと考えています。それによって、これまでの成長性をさらに高めることができます。光インフラの拡大、ITの革新により、我々のビジネスの場も次のステージに移りつつあります。その意味では、まだまだ拡大できる可能性があり、ここが頑張りどころだと思っています。

本日は有り難うございました。

(聞き手・構成 編集長 河西義人)