

通信・メディア業界の競争力強化を支援する 次世代業務アプリケーション 「Oracle Applications」

オラクルでは、競争が激化している通信・メディア業界に向けて、様々な経営課題を解決するソリューションを提供している。ここでは、通信・メディア業界の経営課題を解決するソリューションを適用したオラクルの通信業界向けアプリケーション戦略を紹介する。

Oracle Applicationsの 通信・メディア業界への取組み

オラクルは、データベースシステムのNo.1ベンダーとして、これまで通信・メディア業界へミッションクリティカルなOracle Databaseを提供し、圧倒的な実績を残してきた。そのオラクルは、ユーザーに最も近いフロントエンドの部分であるビジネスアプリケーションに至るまで、幅広い領域をサポートする企業へと進化を遂げている。

特にここ数年、オラクルは、大きな変貌を遂げてきた。特にアプリケーションは、企業買収によるPeopleSoft、JD Edwards、Siebelなどの製品群が加わった。これにより従来から提供している業務用ERPパッケージOracle E-Business Suite（以下、Oracle EBS）と合わせて、ERP、CRM、HCM、SCMなどのアプリケーション領域においても、No.1を目指せる基盤が整った。これら買収製品も含めてオラクルの業務アプリケーションの総称をOracle Applicationsと整理。またオラクルは、2004年初頭から各産業業界へのアプローチを強化している。

「オラクルの通信・メディア業界への実績は、データベースやミドルウェアも含めたシステム製品とアプリケーション製品を含めると、世界の通信業の90%が既にオラクルの製品を導入しています。また、オラクルのアプリケーション製品では、世界の通信業トップ20社中（FORTUNE 500 Telecoms 2006）、19社への導入実績があります。通信・メディア業界の業務的なご要望に対して、オラクルは、フロントオフィスからバックオフィスまでフルカバーでご提供しています。」（日本オラクル(株) アプリケーションSC本部 インダストリーソリューションアーキテクト部 担当シニアマネジャー 通信・メディア担当 北尾康宏氏）

さらにオラクルは、通信業界の技術・業界標準化活動を推進する業界団体である「TeleManagement Forum (TM Forum)」の会員でもある。TM Forumは通信事業者、コンピュータ・ネットワーク機器ベンダー、ソフトウェアベンダー、通信サービスの顧客など、世界中の500社以上の企業が参加している団体。そのミッションは「次世代の情



日本オラクル(株)
アプリケーションSC本部
インダストリーソリューションアーキテクト部
担当シニアマネジャー
通信・メディア担当
北尾 康宏氏

報及び通信サービスの管理と運用を向上させるためのリーダーシップ、戦略的な道筋と、実用的なソリューションを提供すること」である。TM Forumでオラクルは、世界の通信業者やベンダー各社と、次世代の通信サービス業務のあるべき姿、ネットワークやITの標準化推進活動に積極的に参加している。

日本でもTM Forumの支部があり、オラクルは、日本国内の通信業者やベンダー各社とともに参加。顧客のニーズを把握し、情報発信を行っている。そして、TM Forumでの活動の成果を、オラクルの通信業界向けアプリケーションに反映させている。

通信・メディア業界向けソリューション強化のためのM&A戦略

オラクルは、アプリケーション事業強化の一環として、業界特化の戦略を計画的に遂行している。そこで業界で高い評価を得ているアプリケーションのベンダーを戦略的に買収し、傘下に収めてきた。そしてオラクルは、業界に特化したソリューションを次々に提供している。

通信・メディア業界では、アプリケーション以外にも、様々な業界特有の技術を提供しているベンダーを買収してきた。IPネットワークのセッション制御ソフトウェアを提供

している「HotSip」の買収によりSIP技術を獲得。キャリアグレードのParlayソフトウェアを提供している「Net4Call」を買収したことにともない、ParlayとSLEE技術を獲得している。さらに、キャリアグレード領域へのオラクル製品の提供を目指し、「TimesTen」を買収した。これにより、インメモリ・データベース「Oracle TimesTen In-Memory Database」を活用した組み込みソリューションを提供することが可能となった。

また、最近の通信・メディア業界に特化したアプリケーションベンダーの買収では、マーケティング、コ

ールセンター、販売支援やサービスオーダー管理を支援する「Siebel」。請求・収益管理を支援する「Portal」。プロビジョニングやネットワーク構成管理を支援する「MetaSolv」がある。

Siebel、Portalは、BSS業務を支援する。一方、MetaSolvは、OSS業務を支援する。通信業各社は、次世代ネットワーク（NGN）移行や新サービス提供に伴い、新しいネットワーク環境でのプロビジョニング、ネットワークインベントリ管理などのOSS整備が急務となっている。このために現在、OSSの市場が急速に拡大している。オラクルは、このOSSの市場をMetaSolvによるソリューションで支援する。

このようにBSS、OSS含めた通信・メディア業界向けEnd-to-Endソリューションを提供できる唯一の企業がオラクルである（図1参照）。

通信・メディア業界向けビルディングソフトウェアのPortalは、買収以降に「Oracle Communications Billing and Revenue Management (Oracle BRM)」として新たにリリースされた。本製品は、他に類を見ないリアルタイム課金の請求・収益管理アプリケーションである。

通信業特化の専任組織 CGBU 発足

オラクルでは、各産業界への取り組みを強化する一環として、業界別の顧客に、経営の視点からIT戦略を支援する専任組織「Industries Business Unit」を設置。グローバ

通信・メディア業界向けにEnd-to-End solutionを提供できる唯一の企業-オラクル

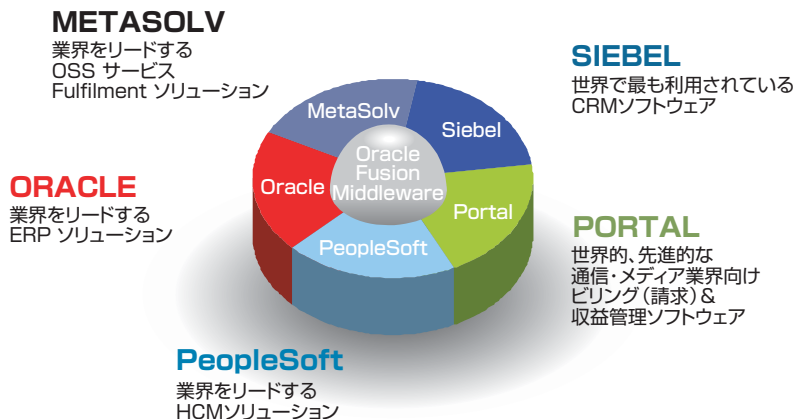
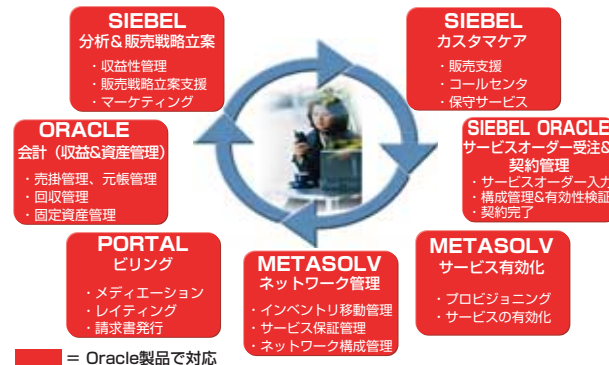


図1 オラクルの通信業向け業務アプリケーション・フットプリント

ルに展開している。具体的には、業界別の専任組織を拡充するほか、無償で提供される業界別コンサルティングプログラム「Oracle Insight Program」の本格展開を開始。顧客に対する独自の価値を提案する。

通信・メディア業界向けには、専任組織「Communications Global Business Unit (CGBU)」をグローバルで設置した。PortalとMetaSolvについては、通信・メディア業界固有のニーズに対応しているため、CGBUで業界の専門家を中心にソリューションの提案活動を行っている。

通信・メディア業界の経営課題を解決するオラクルのソリューション

通信・メディア業界を取り巻く経営環境は、目まぐるしく変化している。通信・メディア業界では、①「競争激化」(カスタマーケアの強化、ワンストップサービスの提供、次世

代ネットワークへの移行 [光・IP化]、解約防止策や新規顧客獲得)、②「規制緩和」(新規参入業者、相対取引解禁、番号ポータビリティ [MNP] 導入、FMC [固定電話と携帯電話の融合] や通信とメディアの融合 [ワンセグサービスの開始])、③「収益性低下」(顧客獲得、インセンティブ・コストの削減や設備維持コスト抑制の圧力)、④「資本市場からの要請」(内部統制強化によるリスクマネジメントやコンプライアンス強化) など経営環境の変化が早く、非常に競争の激しい環境に置かれている。また、次々と新しいビジネスチャンスが生まれる同時に、新規参入事業者や企業再編成など益々競争が激化している。

このように、通信・メディア業界各社において競争力強化が急務とされる中、オラクルは、解決すべき急務の経営課題として「経営の可視化

と意思決定の迅速化」、「新規顧客の獲得と解約率の抑制」、「収益の向上 (ARPU 向上)」、「コスト削減 (CAPEX/OPEX削減)」、「内部統制強化 (日本版SOX法) への対応」、「新規サービス提供による他社との差別化」の6つを挙げている。これらの経営課題に対して、オラクルは、それぞれ図2に示すようなソリューションを提供している。

競争力強化を支援する次世代システム基盤 Oracle Fusion Architecture

オラクルは、通信・メディア業界の競争力強化を支援する次世代システム基盤「Oracle Fusion Architecture」を提供している。前述のオラクルの通信・メディア業向けソリューションは、「Oracle Fusion Architecture」の中に組み込まれている。

Oracle Fusion Architectureは、2つのシステム基盤から構成されている。業務の効率化と生産性の向上を支援する「End-to-End Applications」と、新たな収益源の獲得を支援する「Service Delivery Platform」である。

End-to-End Applicationsは、Oracle Applicationsを中心として、主に「コスト削減」に注力する。Service Delivery Platformは、システム製品 (Oracle Fusion MiddlewareやOracle Database) を中心に、主に「収益拡大」に注力する (図3参照)。

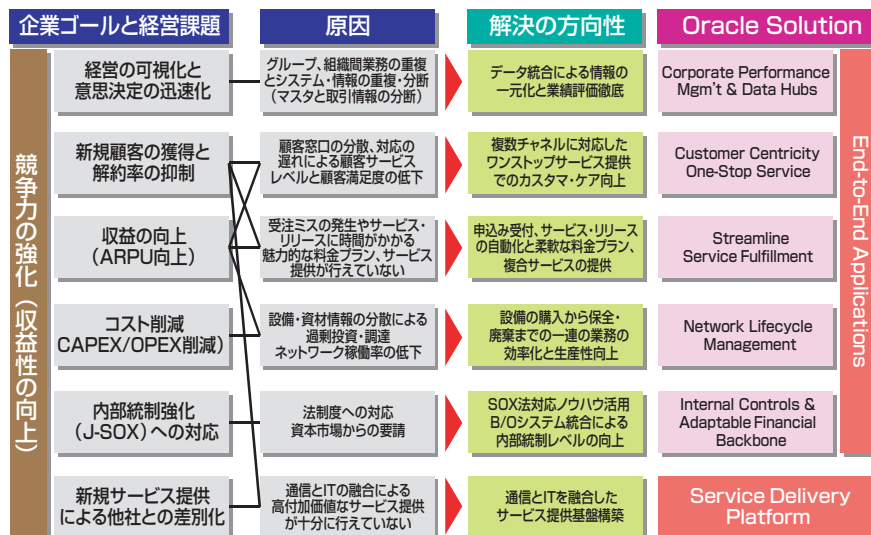


図2 通信・メディア業の経営課題と解決の方向性
～ オラクルの通信・メディア業界向けソリューション ～

通信・メディア業の基幹プロセスを支援するEnd-to-End Applications

通信・メディア業界各社のサービス概念は、電話、インターネット、映像といったトリプルプレイから放送IPTV・サーバ型放送による通信と放送の連携といったクアドラプルプレイへと拡張されている。これにより複数のインフラサービスを提供している。しかし、Time To Marketの考え方から迅速に魅力的なサービスを提供することを優先してきたために、サービスオーダー受注・契約管理、顧客管理、ビルディング管理などそれぞれのサービスごとに分断されたシステム環境となっているのが現状だ。

Oracle Fusion Architectureにより、サービスの申込み受付から、サービスリリース、ビルディング管理といった通信・メディア業における基幹

業務を強力に支援し、収益拡大とコスト削減に大きく貢献する。

以下、Oracle Fusion Architectureで提供する通信・メディア業界向けのEnd-to-End Applicationsを紹介する。

(1) データ統合による情報の一元管理と業績評価の徹底を実現する「Corporate Performance Management & Data Hubs」

顧客別収支、サービス別収支やARPUなど経営管理に必要な業績評価指標（KPI）が、経営管理統合データモデルに蓄積され、経営ダッシュボードにより、経営者を含め、必要な利用者へ情報を提供することが可能となる。さらに、同じデータベース上に、経営管理データとERPのデータが管理されているので、KPIから詳細データへとたどることができる。

(2) 複数チャネルに対応したワンストップサービスによるカスタマーケア向上を実現する「Customer Centricity One-Stop Service」

電話、FAX、Eメール、Webなどの複数チャネルからの顧客問合せに対して、サービス申込み受付や保守受付、クレーム対応など、担当する組織がそれぞれ異なるために時間がかかり、対応が遅れるといった課題が生じている。

この課題に対して、Customer Centricity One-Stop Serviceは、複数チャネルに対応したコールセンター、営業支援（SFA）、フィールド保守、ヘルプデスクを、顧客にフォーカスしたワンストップで提供。顧客対応の迅速化とカスタマーケアの向上を実現する（図4参照）。

(3) 申込み受付、サービスリリースの自動化、柔軟な料金プランと複合サービスを実現する「Streamline Service Fulfillment」

「Siebel Order Capture」、「Oracle Communications Billing & Revenue Management」と「MetaSolv」は、サービスと料金プランの組合せルールによる受注受付、複数サービスのプロビジョニング、複雑な条件を加味した課金・請求により、受注精度の向上、プロダクト・ミックスによる魅力的なサービス提供を支援する。

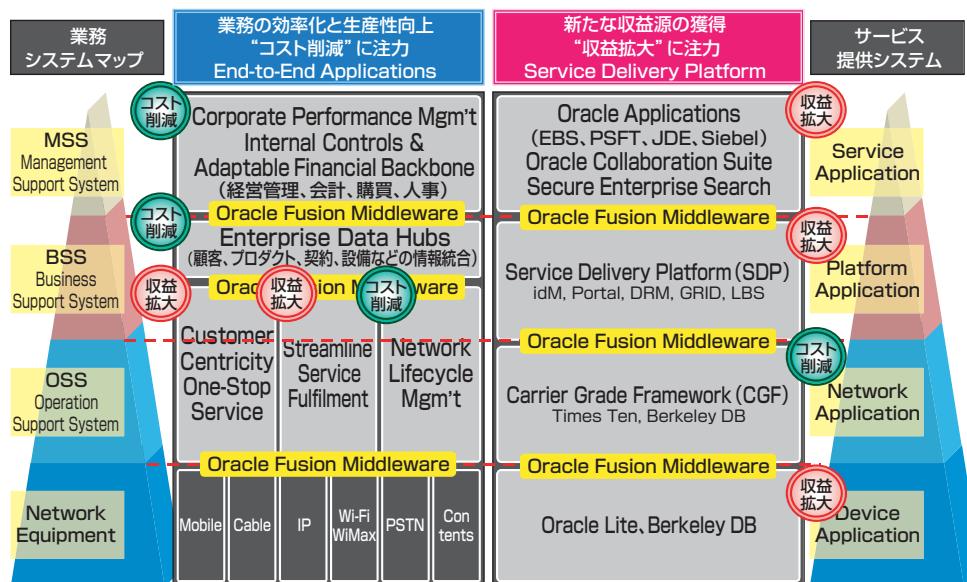


図3 競争力を強化する通信・メディア業界の次世代システム基盤
～ Oracle Fusion Architecture ～

(4) 設備の購入から保全・廃棄までの全業務の効率化と迅速化を支援する「Network Lifecycle Management」

ネットワーク及びその他の事業設備のライフサイクル（購入→構築→設置→稼働→保全→廃棄）において、担当する組織やシステムが別々であるために業務が連携せず、設備や資材の情報が分散しているなどの課題が発生している。

この課題を解決するオラクル製品「Oracle Procurement」、「Oracle Project Management」、「Oracle Enterprise Asset Management」は、設備に関連する業務全般の効率化と生産性向上を支援する。

(5) SOX法対応ノウハウ活用、バックオフィス・システム統合による内部統制レベルの向上「Internal Controls & Adaptable Financial Backbone」

「Oracle Internal Controls Manager (ICM)」は、企業の経営幹部、業務プロセス管理者、内部監査部門のための包括的なツールであり、企業に要求されている内部統制の文書化と評価を支援し、コンプライアンスの状況を継続的に監視する。

通信とITを融合したサービス提供基盤「Service Delivery Platform」

新しい収益源を獲得するための新サービス提供のために、サービスを

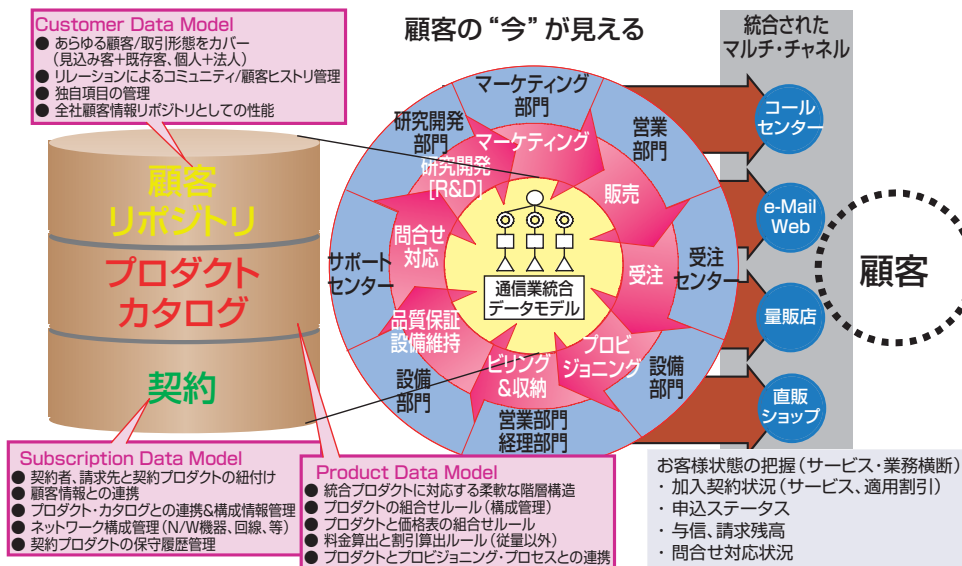


図4 Customer Centricity One-Stop Service

開発する基盤を提供している。通信インフラと業務アプリケーションを組み合わせることで、Siebel On DemandといったSaaS (Software as a Service) 提供や通信事業者との協業ビジネスも検討している。

日本の通信業における製品別導入数と通信・メディア業界の導入事例

日本の通信・メディア業界におけるオラクルのアプリケーション製品の導入数（サイト数）は、37サイトに達している。その製品別導入数と、通信・メディア業界の製品別の代表的な導入事例を以下に示す。

(1) 日本の通信業におけるアプリケーション製品別導入数

- Oracle EBSの会計、SCM：3サイト
- Oracle EBSのCDH（顧客情報統合）：2サイト
- PeopleSoftの人事：4サイト

- PeopleSoftのCRM：6サイト
- SiebelのCRM：12サイト
- Oracle BRM：8サイト
- JD Edwardsの会計：2サイト

(2) Oracle EBSの導入事例 (ERP)

【企業名】 Korea Telecom

【Why Oracle】

最も重要なのは、ビジネスプロセスの変革であり、オラクルのソリューションは、全てのビジネスプロセスを通して、変革を支援し、高い効率性を提供。

【概要】

- ・ 民営化へ向けた「業務効率性の向上」、「サービス開発促進」、「顧客満足度の最大化」を目的に、業務プロセス合理化とコスト削減の確実な手段として、情報システム更改を検討。
- ・ 会計、購買、設備管理の領域において、Oracle EBSの導入を決定。
- ・ 3つの会計システムを1つに統合

することによって、より正確な会計情報のアクセスが可能となり、経営の透明性確保とコーポレート・ガバナンス実現というゴールを達成。

- ・会計、購買、物流、ネットワーク設備構築、設備保全、不動産管理といった業務をERPにより統合し、情報の一元化と迅速な意思決定を実現。
- ・設備のライフサイクルをERPで管理（調達から設置、保守や廃棄を通じたプロセス）。

【導入効果】

- ・5年間で2.33億ドルのコスト削減。
- ・25%の経理スタッフを高付加価値業務へ再配置。
- ・月次決算を15日から5日に短縮。
- ・調達リードタイムを45日から17日に短縮。
- ・会計情報と実際の設備情報間の整合性を99%確保。

（3）Siebelの導入事例（CRM）

【企業名】 British Telecom

【Why Oracle】

Siebel Analyticsは戦略的なマーケティングキャンペーンにとって不可欠な存在。各キャンペーン向けにダッシュボードから適切に対象顧客をピックアップすることができる。異なるチャネルの成功率及び適用性の比較、レスポンス率の分析、将来的な効果性の調整など全てが、個人用ダッシュボード上で可能となる。

【概要】

- ・Analyticsは1,200名（内、マーケティング担当者は110名、全

Siebelユーザー数は22,500名）。

- ・100日で稼動。
- ・サポートされるプロセスは、顧客セグメンテーション・パイプライン分析・キャンペーン効果分析。

【導入効果】

- ・95%の手動の営業及びマーケティングレポートを廃止。
- ・対面イベントと比べ、オンラインセミナー参加率が18%向上。
- ・リードごとのコストを41%削減。
- ・顧客セグメンテーション分析の改善により未配達DMを12%削減。
- ・コンタクトデータの質が30%向上。

（4）Oracle BRMの導入事例（請求）

【企業名】 Orange UK

【Why Oracle】

- ・統合課金基盤の構築（複数サービス [音声、コンテンツ]、支払形態 [プリ、ポスト] の統合基盤）。
- ・柔軟なサービス/価格のポートフォリオ管理（音声、着信音、待受画面、ビデオなど）。
- ・データ量ベースの課金から、イベント、価値ベース課金へのシフト
- ・Time to Market（新サービスの迅速な市場投入）の加速。
- ・パートナー管理の自動化（代理店、コンテンツパートナー間との事業者間精算）。

【概要】

- ・英国における携帯電話普及率は、約99.4%。多くの携帯電話事業者は、音声サービスの激しい価格競争と収益減少を経験した。2002年までに、音声サービスは、コモディティ化（一般商品化）し、コン

テンツサービスなどの付加価値サービス（VAS）[非音声サービス]による差別化が急務とされた。

- ・コンテンツサービスの約85%は、1～2週間という非常に短いライフサイクル“Replace and Replenish”（取替と補充）となっている。一握りのサービスが多くの収益を上げ、他のほとんどのサービスは、あまり収益を上げないため、新サービスの開発、市場投入といった新サービスに伴う業務の迅速化と低コスト化が求められた。
- ・Oracle BRM導入により、コンテンツ・プロダクトのライフサイクルを極めて迅速に管理できるようになり、業務コスト削減と同時に、新サービスの迅速な市場投入（Time to Market）の確保、競合優位な顧客提案、顧客満足度の向上を実現できた。

【導入効果】

- ・6ヶ月以内に、ROI回収。
- －100万人の加入契約者増。
- －330万の付加価値サービス（VAS）取引。
- －コンテンツ・サービスの平均利益率向上。
- ・付加価値サービス（VAS）の収益倍増。
- ・新サービスの市場投入によりリードタイム短縮。最短48時間以内を実現した。

お問い合わせ先

Oracle Direct

TEL : 0120-155-096

URL : <http://www.oracle.co.jp/direct/>