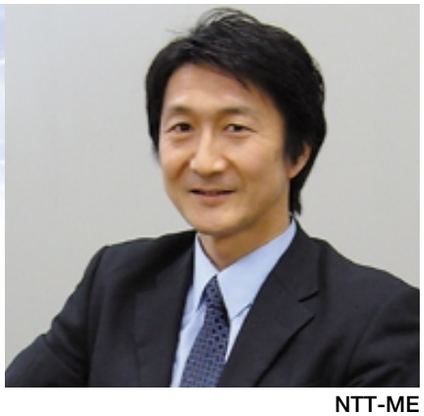
特集

NGNとお客様との接点をワンストップでサポートするNTT-MEのカスタマサービス事業戦略

インタビュー

「まるごとサポートサービス」を中心に、BtoBtoCに向けて事業展開を拡大

平成19年4月の新設から2年目を迎えたNTT-ME カスタマサービス事業部。同事業部は、「NGNとお客様の接点をワンストップでサポートするICTパートナー」をコンセプトとして、ホームネットワーク（HNW）、マンションの光化をはじめとしたソリューションビジネスと、テクニカルコールセンタをベースとしたサポートビジネスを中心に事業を展開している。事業部の今後の展開について、松田淳事業部長にうかがった。



NTT-ME
カスタマサービス事業部長
松田 淳氏

NGNとお客様の接点をワンストップでサポートするICTパートナー

――比較的新しい事業部とお聞きしましたが、カスタマサービス事業部のコンセプトと事業の柱を教えてください。

松田　平成19年4月に、各事業部に分散していた各種テクニカルコールセンタとお客様まわりのソリューション部隊を集結して、新しい事業部として再編しました。事業部発足から、この4月で2年目に突入しました。一般マスユーザー向けのBtoC、中小規模法人向けのBtoBをメインターゲットにスタートしましたが、現在はBtoBtoCも視野に入れて事業展開しています。新事業部のコンセプトは、「NGNとお客様の接点をワンストップでサポートするICTパートナー」です。お客様との接点は、端末とホームネットワーク（HNW）と認識しています。HNWに接続される端末の多様化で、より便利な生活を実現する新たな技術やソリューションへのニーズが高まりつつあります。一方で、HNWと端末の機能が高度化するとともに、HNWに組み込まれる端末の周辺環境が複雑化しています。中堅層のお客様は、個々にカスタマイズしてHNWの環境が区々ですし、さらには「インターネットが全然わからない」とおっしゃるアマチュア層、シルバー層も増大しています。このようにそれぞれのお客様層で、お悩みがあり、サポートニーズがあります。これら双方のニーズに対して、NGNとお客様の接点をワンストップでサポートするという観点から、「HNWをはじめとしたソリューションビジネス」と、「コールセンタをベースとしたサポートビジネス」の2本柱で事業を展開しています（図1参照）。

エンジニアリング力を強みにしたソリューションビジネス

――ソリューションビジネスにおいては、どのようなお考えで取り組んでおられるのですか。

松田　ホームネットワーク、アクセス、マンションの3つをターゲットとしたお客様周り関連のビジネスに取り組んでいます（図2参照）。工事、保守といった現場実務からなるNTT受託業務や、今まで当社の事業において培った技術力、ノウハウがソリューションのベースとなって

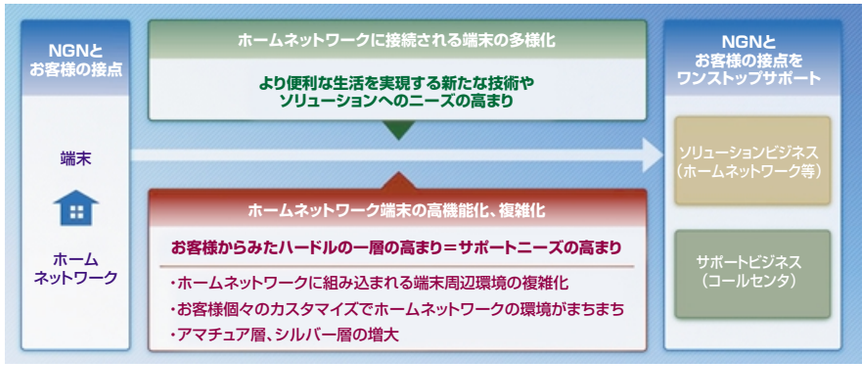


図1　カスタマサービス事業部を取り巻く背景とその事業ターゲット

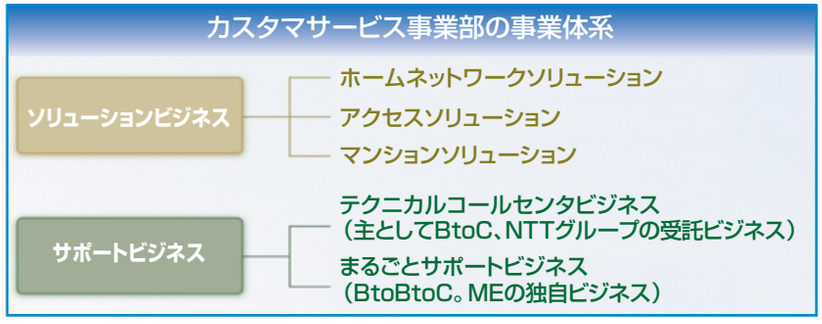


図２　カスタマサービス事業部の事業体系

います。また、小回りのきくフットワークの軽さ、全国機動力が強みであると自負しています。これらの強みを活かして、NTT東日本が手がけにくいところを補完し、NTTグループトータルのラインナップでお客様にご満足いただけるソリューションの実現に向けた取組みを行いたいと考えています。“フットワークの軽さ”という意味では、「NTT東日本の代わりに先行的に商材をマーケットに投入し、反応を探る」といったアンテナショップ的な機能も意識しています。特に重要視しているのは、ニーズを先取りする「目利き」です。自らの市場情報の収集はもちろんですが、テクニカルコールセンタで収集したお客様の声や事業部内にある商品調達機能、量販店等への卸機能等、メーカー、ベンダーとのパイプを通して、目利き力の向上に努めています。基本的には、自主開発するというよりは、この「目利き」を活かして、潜在的な成長力を秘めた市中技術を発掘し、そのベンダーとアライアンスを組んでカスタマイズ、商品化、そしてソリューションとして仕立て上げることを基本スタンスとしています。

――１点目のホームネットワークソリューションでの具体例は。

松田　NTTネオメイトと協同して目利きをした成果の一例として“c.LINKモデム”があります。既設のテレビの配線をそのままホームネットワークにできる商材で、高画質な映像をサクサクと見られる優れものです（図３参照）。NTTコミュニケーションズ（NTTぷらら）の新映像サービス提供に伴うアライアンス商品として採用されるなど、今後の普及に期待しています。漏洩防止フィルターの設置工事が必要ですが、単なる商材発掘展開だけでなく、こうした工事、保守実務にも対応できるところがNTT-MEの強みです。Webカメラも取り扱っています。市販品、競合他社が多いのですが、「NTT-MEだからこそ！」と誇れるものがあります。それは、最適な機器と設置工事をオールインワン化しており、１台のみのお客様はもちろん、チェーン店展開等、スモールスタートからアメーバ的拡大をお考えのお客様にも対応できる点です。小回りがきき、全国対応も可能な業者はそうはいないはずです。大手ゼネコンの建設現場を管理するポータル

図３　c.LINKモデム

サイトを展開する某大手商社様にも、昨年度末、採用していただきました。一方で、早くからCATVに取り組んでいたこともあり、映像、有線TV技術者の放送のプロもそろっています。NTTグループ内で最初のスカパー営業代理店であり、昨年８月にはスカパー工事業者にも認定されました。スカパーの営業～見積もり～工事まですべて対応できることが強みです。他にも、ホームネットワークコンサル充実の観点から無線LANテスター、家庭内あるいはオフィス内の美観を損なわない光配線のためのファイバーライナー等、各種ソリューションを用意しています。詳細は後述しますので、ご参照ください。

――２点目のアクセスソリューションはいかがですか。

松田　全国に散在するお客様拠点での現場調査・工事・保守といった膨大な量の現地オンサイト業務を実施しています。保守案件では、全国700台の

食堂券売機の点検・保守、全国1,400ヵ所の観測装置保守、全国8万ヵ所の無線基地局保守等を、工事案件では、全国700ヵ所の無線監視装置の設置等を実施してきました。特に、国（総務省）が推進する地上波TVのデジタル化にあたっての「アナログ周波数変更対策工事」では、ジョイントベンチャーの一員として全国15万世帯のTVアンテナ調整等を実施してきました。具体的には、電波状況調査やお客様宅におけるチャンネルプリセット、アンテナの方向調整、取替え等ですが、この膨大な業務量を2年間で完遂しました。以上述べてきた実績は、NTT受託業務で培ってきたベンダーマネジメント力に支えられています。NTT-MEが抱えるオンサイトベンダーに対して、まずはしっかりとした教育の実施、競争環境の導入、加えて、ベンダーと一体となった工事調整、管理の実施により全国の現場を一元的にグリップすることで、工事品質・コストパフォーマンスを向上させています。当然ながら、このマネジメントは現場業務を熟知したエンジニアが実施しており、現場への的確な指示を行うことで、オンサイトベンダーとの信頼関係を強固なものとしています。いずれも作業内容に応じた複数ベンダー・複数拠点のマネジメントにより、実施している案件であり、この実績・ノウハウは今後のサポートビジネスでも大きく活用できるものと考えています。

――3点目のマンションソリューションについてはいかがですか。

松田　マンションソリューションでは、「マンションの光化工事ならNTT-ME」のブランドを確立すべく邁進しています。SOPP（Single mode Optical fiber Point to Point distribution）という商材をもち、4年前からブロードバンド化を希望するマンションでの各戸への個別光引き込みの工事を行ってきました。最近は、2011年にアナログ波が停波することをビジネスチャンスと捉え、「テレビが見られなくなるのは困りますよね」、といった切り口で地上波デジタル（地デジ）ソリューションを展開しています。テレビ共聴設備交換に留める低予算で“とりあえず”の「梅」、古い同軸ケーブルを新しい同軸に置換する等“どうせならBSもデジタル”の「竹」、古い同軸ケーブルを光ケーブルに置換して、各戸へ個別に光を引き込む「松」のメニューを用意しています。「将来も安心！光のSOPPでマンションの資産価値もアップ」をキャッチフレーズに、NGNを見据えた「松」をターゲットとした営業を進めています。また、インターホンの設備改修として、「松・竹・梅」のメニューも用意しています（図4参照）。「松」は、ITを駆使して各種マンション内設備との連動や、カメラ監視を装備した最先端のシステムです。集合玄関があるマンションは1980年代後半から建設されてきましたが、インターホンの寿命は15年～20年であり、これを超えると修理部品がなくなり、そろそろ更改時期になります。これらのマンションは、2011年までに、更改時期のピークを迎え、地デジの工事改修時期と重なるため、地デジ対応とあわせた営業展開も考えています。加えて、工事においては、様々な悪条件に遭遇します。「30年前の古い同軸ケーブルが配管から引き抜けないため、新しいケーブルを敷設する空間がない」、「配管があると思ったのに、お客さま宅でリフォームが行われていて配管の出口が塞がれてしまっている」、「新しい同軸ケーブルが部屋の壁にむき出しになるのは美観上耐えられない」等々。NTT-MEの強みは、このような様々な悪状況下でも、創意工夫により完遂してきたところにあります。「松」、すなわち既設マンションの光化においては、NTT-MEの独壇場です。大手事業者が参入を控える中、地道な営業活動を通してニーズを掘り起こし、ノウハウ、現場力を身につけてきました。今年度から、NTT東日本がマンションの光化に本格的に参入します。NTT-MEとして、お役に立てるところが多々あると自負しています。

図4　マンションの地デジ対応

豊富な実績・ノウハウを活かした「まるごとサポートサービス」を積極展開

――2本目の柱であるサポートビジネスの状況をお聞かせください。

松田　NTTグループのコールセンタに関しては、BtoC、BtoBのテクニカルサポートの分野で、様々な受託実績があります。ISPサービスに関しては「OCNサービスセンタ」の運営を受託しています。主として法人向けのカスタマサポート、故障受付対応等の業務を任されており、10年余りの実績があります。NTT通信機器端末に関しても、顧客対応のみならず現場からの高度なレベルの技術相談を受ける機能を備えており、「通信機器お取り扱い相談センタ」、「IP機器お取り扱い相談センタ」の運営を受託しています。また、光アクセスサービスに関しても、急増するひかり電話全般の顧客対応機能を有しており、「光サポートセンタ」の運営も受託しています。これら受託業務を通して、ネットワークに関するテクニカルサポートノウハウを蓄積するとともに、「ITビジネスサポートセンタ」で臨時ヘルプデスク等の一般市場ビジネスも、自ら展開してきました。最近は、NGN関連の端末、他社端末等の更なるノウハウ向上に注力しています。もちろん、各々のコールセンタにおいて、更なる顧客満足度の向上に向けて、ノウハウ向上と同時に、最適な運営を目指して切磋琢磨していることは言うまでもありません。

――BtoC、BtoBとは別の切り口のBtoBtoCのサポートサービスもお考えとのことですが・・・・。

松田　NGN時代の高度なホームネットワークにおいて、端末を提供する法人の視点に立った場合、どのようなサポートニーズがあるか考えました。その結果生まれたサービスが、BtoBtoCの「まるごとサポートサービス」（図5参照）で、これまでにない新しい形態のサービスです。

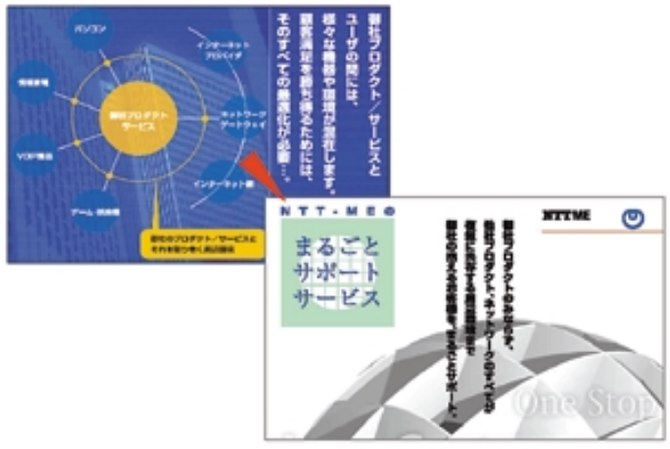


図5　まるごとサポートサービス

――「まるごとサポートサービス」について、もう少し説明していただけますか。

松田　端末がHNWにどんどん接続されていくと、その周辺環境が複雑化していきます。お客様は、その端末をうまくセットアップできない、トラブルが発生しても、その端末が悪いのか、回りの環境が悪いのかもわかりません。「どうすればいいかわからない、助けてくれ」というお客様をなんとかしなければ、その端末、そしてそれを提供した法人は信頼を失います。一方で、法人の視点にたてば、自社端末以外の他社製品まで含めた境界領域のサポートが負担だ、と想像するに難くありません。

したがってアウトソースニーズがあると考え、「まるごとサポートサービス」を展開することとしました。

「まるごと」には、「法人のユーザーをまるごと」と「法人がユーザーに提供した端末とその境界領域をまるごと」の2つの意味があります。「面倒なことを含めて、すべてお任せください！」ということです。サービス内容は、法人になりかわって「セットアップコンサル」と「保守サポート」をテクニカルコールセンタで可能な限り遠隔で行うとともに、要望があれば、直接お邪魔して「訪問サポート」するというものです。詳細は後述しますが、これら3点セットの基本サービスに法人の要望をカスタマイズして提供します。上記3点セットを提供する一般マスの個人会員向けBtoCの有料サービスは、NTT東日本で「リモートサポートサービス」、「訪問サポートサービス」として昨年度からスタートしています。

私どもの事業部は、「リモートサポートセンタ」、「訪問サポートセンタ」の運営も受託していますが、その実績、ノウハウが、「まるごとサポートサービス」のベースになっています。

ソリューションとサポートの両ビジネスのシナジーを活かし事業を拡大

――事業運営する際に特に意識していることはありますか。

松田　ソリューションから、その後のサポートまで、一つの流れとしてご提供することを意識しています。c.LINKモデムを一例とした目利きによる商材開拓を先に述べましたが、開拓にあたっては境界領域サポートに結びつけられるようなHNW関連商材に的を絞り、商品化と同時に、そのベンダーから「まるごとサポート」を受託する、というような連携を考えています。マンションソリューション（マンションの光化工事）もその例にもれません。一見、HNWソリューションとは性格を異にするようにみえますが、光化した後のマンションは、いうなればHNWの高度集積体です。マンションの光化工事から、一連のIT設備の管理、保守に展開していく一方で、マンションの管理会社あるいは管理組合とまるごとサポート契約をすることで、住民個々のHNWをまるごとサポートする、というビジネスも考えています。

第2に意識していることは、「まるごとサポート」での、お客様とのコンタクトポイントを営業機会として最大限に活用することです。テクニカルコールセンタのオペレータがお客様対応する時と、ベンダーのスタッフが訪問サポートでお客様宅にお邪魔させていただく時が、そのポイントです。種々のソリューションや商材のクロスセル、アップセルを行い、営業効率を上げていきたいと思っています。

第3は、研修ビジネス（ソリューション）との効果的な連携です。私どものビジネスは、オペレータ、ベンダーとそのスタッフ等、多数の方々からの協力により成り立ちます。その輪を確実に広げていくための研修機会は多々あると考えています。

――2本の柱は、独立して存在していながら、お互いに密接に関係しあっているのですね。

松田　おっしゃる通りです。「まるごとサポートサービス」は、リモートサポートツールを完備したテクニカルコールセンタ機能、スタッフを手配するためのシステム機能、スタッフを抱えるベンダーに対するマネジメント機能からなるプラットフォームビジネスに他なりません。更に、前述した内容を実現するための、研修機能、商品調達機能、量販店への卸し機能等が必要です。このプラットフォームに、様々なソリューションを組み合わせて、価値の最大化を図ることが肝要と考えています。リソースの有効活用、要は「割り勘」でのコスト削減、ならびに情報・ノウハウを融合したシナジー効果の追及です。そういう意味では、「まるごと」の第三の意味は、「事業部まるごと」、「NTT-MEまるごと」、ということになるのかもしれません。

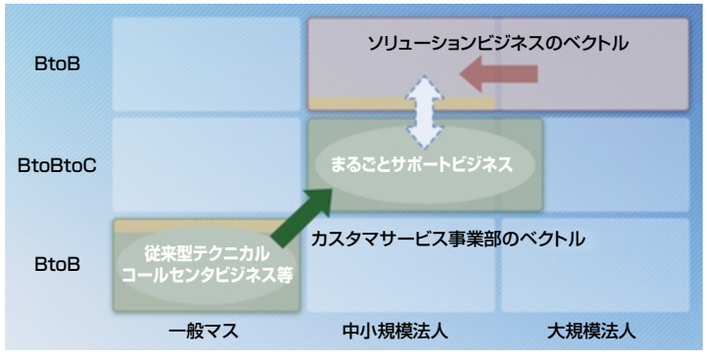


図6　カスタマサービス事業部のベクトル

――今後の抱負をお聞かせください。

松田　これまで、HNW関連等、一般マス、中小規模法人向けのソリューションを扱ってきましたが、ME全社で見た場合でも、ソリューションビジネス全体が大規模から中小規模法人向けに領域を拡大する動きがあります。また、サポートビジネスでも、主として中小規模法人向けのBtoBtoCの領域を開拓しようとしています。今後は、この中小規模法人の融合領域が、お客様の新しいニーズとしてクローズアップされてくることが想定されます。そのニーズにいかに応えていくかはNTT-MEの中期的課題の一つであろうと考えます（図6参照）。カスタマサービス事業部にとって、平成20年度はその目標に向けた基盤を確立する時と位置づけています。BtoBtoCという新しい切り口の「まるごとサポートサービス」を本格的に世に問い、お客様の潜在ニーズにお応えしていきたい。そのためにも、良きパートナーと積極的にアライアンスを組み、ビジネスを展開していく所存です。

http://www.ntt-me.co.jp/csservice/
をご覧いただければ幸いです。

――本日は有難うございました。