

インタビュー

中堅・中小オフィス市場全体での 収益最大化を目指す

組織再編により2009年7月発足したNTT東日本のビジネス&オフィス事業推進本部 オフィス営業部。これまでの情報通信機器販売中心のビジネスから、ネットワーク+情報機器+SI+保守、さらにはオフィス一括サービスといった新成長戦略事業など、中堅・中小オフィス市場での収益最大化に向けた新たな取組みについて、大村佳久取締役・オフィス営業部長にうかがった。

中堅・中小オフィス市場での収益 最大化に向け組織を改編

— 2009年7月、従来の法人営業体制を刷新し、新たに法人市場全体をフォーカスする「ビジネス&オフィス事業推進本部」を設置されました。その中で、大村取締役が率いる「オフィス営業部」は、従来の「コンシューマ事業推進本部 オフィス営業推進部」と主要ミッションも含めどのように変わったのでしょうか。

大村 NTT東日本では、今回、主に大規模事業所向けに個別ソリューションを提供してきた「ビジネスユーザー事業推進本部」と、中堅・中小の事業所向けに汎用的なパッケージサービスを提供してきた「コンシューマ事業推進本部 オフィス営業推進部」を統合し、新たに「ビジネス&オフィス事業推進本部」を設置しました。7月よりこの新体制の下、法人分野の幅広いお客様に対して最適かつ高品質なサービス提供を目指して取り組んでいるところです。

私どもオフィス営業部は、新体制になるまでは情報機器の販売をメインに事業展開していました。その中で、いかに中堅・中小企業マーケッ

トを活性化させ、売上拡大を図るかが大きな課題でした。この課題に向けて私は、情報機器販売だけではなく、ネットワークサービス、さらには保守、SIを含めたお客様へのトータルなアプローチを行うことによって、中堅・中小企業市場全体における収益最大化を目指すことが重要と考えました。言い換えると、“機器売り”から“サービスを売る”事業体制への転換です。

— その想いを具現化した新生オフィス営業部の主要ターゲット及びミッションについてお聞かせください。

大村 私どもでは、改めて中堅・中

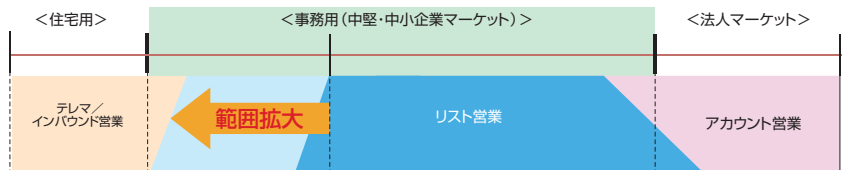


東日本電信電話(株) 取締役
ビジネス&オフィス事業推進本部 副本部長
オフィス営業部長
大村 佳久氏

小企業マーケットを再整理し、個々のお客様に適した形での営業手法を展開するよう変えました。これにより、アプローチが不十分であったお客様を含め、全ての事務用回線をご利用のお客様まで、カバーするように業務範囲を拡大しました。その理由は、例えばNTT東日本の回線を1~2回線ご利用のお客様でも、実際は他社回線を含め多くの回線を

新ミッション(守備範囲)のイメージ

・お客様カバー範囲を全事務用回線へ拡大



新ミッション概要

1.中堅・中小企業市場全体における収益最大化

ネットワーク収入 ネットワーク+ひかり電話オフィスタイプ、フレッツVPN、ビジネスイーサ

情報機器収入 ビジネス系通信機器

保守収入 オフィスマルごとサービス(仮称)

その他(SI) データ系ソリューション

2.直営チャンネル及び外部チャンネルを合わせたチャンネルトータル成果の最大化

図1 ビジネス&オフィス事業推進本部 オフィス営業部の新ミッション

使用していることもあるからです。

前述しましたように、私どもの最大のミッションは、中堅・中小企業マーケット全体における収益最大化を図ることです。それに加え、直営チャネル及び外部チャネルを含めた販売チャネルトータルでの成果の最大化を図ることも主要ミッションとして取り組むこととしました。

既存商品のセット販売に加え、新成長戦略事業にも注力

——具体的な取組みの詳細は、後続頁でご紹介しますが、ミッション実現に向けたポイントをお聞かせください。

大村 新ミッション実現に向けた施策としては、情報機器の販売をトリガーとした4点セット「フレッツ光+ひかり電話オフィスタイプ+ビジネスホン+定額保守」の提案強化や、ネットワークの光化をトリガーにした他社通信機器ユーザーへの「ひかり電話オフィスタイプ」の販売促進、データ系ネットワークをトリガーにしたフレッツVPN及びビジネスイーサの拡販とそれに連動したフレッツ光等のアクセス回線の効率的販売があげられます。

それらを効果的に実行するためには、多様化した中堅・中小企業のニーズに応えられる新商材の投入が必要です。

マスメーカーと同様に、中堅・中小企業マーケットにおいても競合他社への対抗戦略をしっかりと検討し、激しい価格競争に伴う、落ち込みの著しい既存のネットワーク収入

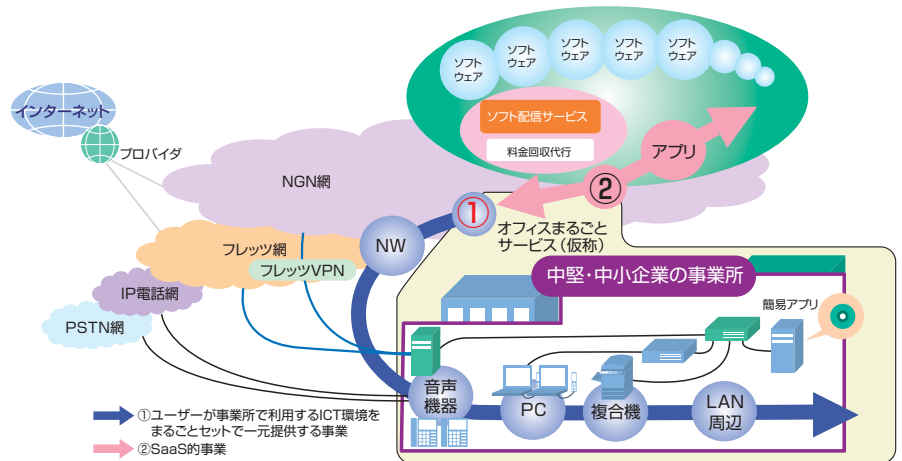


図2 新成長戦略事業「オフィスまるごとサービス(仮称)」のイメージ

を下げ止めるための、新たなストック的な収入源としての要素が極めて重要になってきます。

こういった取組みを効率的に実施するためにはBPR（業務運営スタイルの変革）と、原動力となる人材の育成が重要です。特に、オフィス営業部では、新オフィス顧客DBの構築に加え、生産性2倍化、コスト1/2化を目指したプロセス管理の抜本的見直しが必要で、人材育成に関しては、オフィス分野の総合的人材育成スキームの構築が急務だと考えます。

——新たな成長戦略事業であるストックビジネスとして、どのようなことをお考えですか。

大村 早急に市場投入したい新商材として、「オフィスまるごとサービス（仮称）」を考えています。これは、中堅・中小の事業所に対して、お客様のオフィスのICT環境をアプリケーションを含めてまるごとセットで一元的に提供するというビジネスモデルです。新たな事業領域とし

て、クラウドコンピューティングに代表されるサービス化の流れを踏まえ、NTTグループが提供するSaaSプラットフォームを活用したアプリケーションの提供も視野に入れていきます。

アライアンス戦略を強化

——最後に今後のビジネスの抱負をお聞かせください。

大村 光サービスとのセット販売、データ系ネットワークのSI・NI、さらには「オフィスまるごとサービス（仮称）」の販売のために、社員のパフォーマンスアップは言うまでもなく、外部パートナーとの戦略的な事業連携をいかに図るかにあると思います。その意味で、従来からの関係をさらに深めた提携や、アライアンス企業様支援機能の強化を含めたアライアンス戦略の強化を積極的に図っていきたく考えています。

——今日は有り難うございました。

（聞き手・構成：編集長 河西義人）