

拡張性重視の小規模向けビジネスホン ユニバーサルデザインを徹底追求



NTT西日本
サービスクリエーション部
情報機器部門 開発担当
担当部長
橋本慶浩氏

NTT東西が最大2チャンネルのSOHO・小規模事業所向けの「Netcommunity SYSTEM BX」を市場投入した。従来の主装置一体型に加え、主装置型の製品も用意。FOMA連携等の「拡張性」へのニーズにも対応できるようにした。両社は今後、販売店と一緒に「ビジネスホン、ひかり電話、+」のソリューションでユーザーに提案していく方針だ。

NTT東日本 / 西日本のIP対応ビジネスホン「Netcommunity SYSTEMシリーズ」は、すべての業種、業態、企業規模のユーザーに対応できるフルラインナップが最大のセールスポイントだ。加えてNTT東西の「ひかり電話ビジネスタイプ / オフィスタイプ」にも対応しているため、販売代理店にとっては非常に提案しやすい商材である。

2006年12月、Netcommunity SYSTEMシリーズに新たな製品が加わった。「Netcommunity SYSTEM BX」だ。BXは外線として最大2チャンネルを収容するSOHOや小規模事業所などがメインターゲットのシステムであり、従来の「Netcommunity SYSTEM AX」の後継機だ。

NTT東西ではBXの開発に当たり、4つの開発方針を掲げた。ひかり電話への対応、AXに対するユーザーニーズを極力取り込む、FMCに代表されるような新たな使い方を提案する、リモートメンテナンスへの対応、である。

については、従来の050番号によるIP電話サービスは、代表電話番号が変わることを懸念して様子見のユーザーが多かった。だが、ひかり電話に代表される光IP電話は、既存の0AB～J番号がそのまま継続利用できるため、ユーザーの関心は高い。

法人向け光IP電話サービスは、以前は大規模事業所向けという位置付けだった。だが、NTT東西が05年と06年に、ひかり電話ビジネスタイプとオフィスタイプを相次いで市場投入したことで、ビジネスホン層の企業ユーザーも容易に導入できる環境が整った。

については、さまざまな要求が開発サイドに上がってきていた。なかでも多かったのが「さらなる使い勝手の向上」だった。

NTT西日本・サービスクリエーション部情報機器部門開発担当の橋本慶浩担当部長は「開発するうえで大切なポイントは、最先端の技術を、いかにしてユーザーにやさしく提供し、IPのメリットを享受してもらうかを考えることだ」と強調するように、従来から電話機の使い勝手にはこだわっており、販売店やユーザーの評価も高かった。だがSOHO・小規模事業所には比較的年配のユーザーが多いのが実情であり、一層の使い勝手の追求が必要だった。

そこで今回は、ユニバーサルデザイン(UD)を前面に押し出した。AXと比較してボタンサイズを1.1倍、文字サイズを縦1.4倍、横1.6倍に拡大。視覚障害にも配慮し、使用頻度の高い外線ボタンと保留ボタンに黄色と青を採用した。また、LCD部の文字を

半角20桁、4行に大型化するとともに、0～45°のチルトアップ機構を搭載するなど、UDをより進化させた。さらに橋本担当部長は「BXでは格好の良さも追求した。われわれはUDとは使い勝手だけでなく、格好の良さも備わっているデザインだと考えている」と語っている。

コールバック機能で公私分計も

と の両方に共通するのが「拡張性」だ。

従来のAXは、電話機の中に主装置を内蔵した一体型の製品だ。上位機種であるGXのような拡張性はないものの、コンパクトで機能が限定され、手軽に利用できるというように、最大2チャンネルの小規模ユーザー層には最適な製品だった。だが、FOMA/無線LANデュアル端末の登場を契機にユ

ーザーニーズが多様化。それに対応するには拡張性が重要なポイントになった。そこでBXでは、従来の一体型とともに、拡張可能な主装置型もラインナップ。将来FOMA連携等を視野に入れるユーザーにも対応できるようにした。

主装置型に搭載した「コールバック機能」も新たな使い方の提案の1つになりそうだ。例えば、営業マンの携帯電話の番号を設定しておけば、BXに着信があった際、自動的に折り返しの電話を発信できる。また、BXを経由して顧客などの第三者に電話をかけることも可能だ。ともに会社の経費で通話する形になるため、営業マンに携帯電話を貸与しなくても、個人の端末を利用して通話料の公私分計ができるというわけだ。

のリモートメンテナンスへの対応も主装置型のみ機能だが、標準装

備のブロードバンドルーターユニットにフレッツアクセスラインを直接収容することで、さまざまな機能のバージョンアップが自動的に行われる。

販売店向け提案ツールを作成

BXのメインチャンネルは販売代理店であり、すでに商品の説明会や勉強会を各地で実施中だ。

代理店チャンネルを担当するNTT東日本・コンシューマ事業推進本部代理店営業部第三アカウント営業部門第一事業所担当の松村光洋所長はさらに「2～3月に主要販売店とトライアルを実施する」という。「通常のパンフレットとは別に“主装置型とひかり電話、+”というようなソリューションが提案できるように、3つの例を示した提案ツールを作成し、それを活用して実際に提案する。2カ月間のトライアルの結果を踏まえてツールを見直し、それを全販売店が活用する形にしたい」方針だ。なお、提案ツールには簡易見積書も入っており、提案時に概算の見積もりを提示することが可能だ。

松村所長は「BXを投入したことで全ラインナップで“ビジネスホン、ひかり電話、+”の提案が可能になった。+の部分でわれわれはNGN(次世代ネットワーク)を見据えた開発にもすでに着手しており、将来への備えも万全だ。まずは各販売店がソリューション型の営業ができるよう、さまざまな形で支援していく方針なので、一緒に頑張っていたきたい」と語っている。

お問い合わせ先
NTT東日本
E-mail: info-ced@sinoa.east.ntt.co.jp
NTT西日本
E-mail: info.t@west.ntt.co.jp

図「Netcommunity SYSTEM BX」の概要

