



Next Vision

ICT時代を先見する[ネクストビジョン]

Vol.35
December 2006

IP Solution Providerとして社会に貢献する。NextCom



ネクストコム株式会社 IR・広報室
〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-26 一ツ橋ビル
TEL.03-5259-6102 FAX.03-5259-7214
E-mail. sales@nextcom.co.jp
<http://www.nextcom.co.jp/>

本誌掲載内容の詳細は、下記URLより資料請求頂けます
www.nextcom.co.jp/nv/

※本誌に掲載されているシステム名、製品名、社名、ロゴ等は各社の商標および登録商標である場合があります。
※仕様・型番などは予告無く変更されることがあります。

■巻頭特集

企業向けから社会基盤へと広がる アクティブ型RFIDの可能性

NextCom Interview

同時認識能力に優れたSPIDER製品で日本のアクティブ型RFID需要を開拓

Case Study

コンタクトセンター導入事例：全日本空輸株式会社

Event Review

みやぎコールセンターオペレータコンテスト

December 2006

Vol.35

企業向けから社会基盤へと広がる アクティブ型RFIDの可能性

電車の改札や飛行機の搭乗に、紙の切符ではなく、ICカードやICチップ搭載の携帯電話などを使う例が増えてきました。JR東日本の「Suica」や電子マネー「Edy」などはいずれも、RFIDという技術を用いたICカードです。RFIDはすでに、製造、物流、マーケティングなど、さまざまな企業向けシステムとして実用化されています。今後はさらに、セキュリティや防犯、インテリジェント家電との連携など、暮らしに密着した場面でユビキタス社会を支えるインフラ技術として、大きな可能性が広がろうとしています。

SuicaやEdyは 最も身近なRFID

RFIDとはRadio Frequency Identification(電波方式認識)の略で、数センチから数ミリの微小な無線チップを用い、人やモノの「個体」を識別する技術です。RFIDは、RFIDタグと、アンテナとコントローラを組み込んだリーダー(読み取り機)、情報を電子回路に記憶させるライター(書き込み機)で構成されます。特に、RFIDタグの部分は、「ICタグ」とも呼ばれています。

RFIDタグは、薄くて対象物に貼付できるラベル型から、カード型、コイン型、スティック型、アンテナのついた発信機型など多彩な形状があります。SuicaやEdyは「非接触型ICカード」というグループに入ります。

RFIDは、製造や物流現場でも使われています。工場では、流れ作業の要所にRFIDリーダーを設置することで、作業者がバーコードを読み取る手間をかけずに、1個1個の製品が、いまどの生産プロセスにあるかを管理することができます。多品種小量生産を効率よく行うための切り札となっているのです。

大手スーパーでは、RFIDタグを商品につけて店頭に並べる試みも始まっています。来店客が売り場に設置してあるリーダーに商品を近づけると、生産者情報や物流過程で発生する倉庫保管期間、管理温度の情報まで、さまざまな情報を確認でき、安全で楽しい買い物ができるというわけです。将来的には、生鮮食料品から書籍まであらゆる商品にRFIDタグが添付される可能性がある

と指摘されています。食品を購入して冷蔵庫に入ると、自動的に食品のリストを生成し、消費期限をアラームで知らせてくれる時代がやってくるかもしれません。

電波法改正を追い風に 市場規模が拡大へ

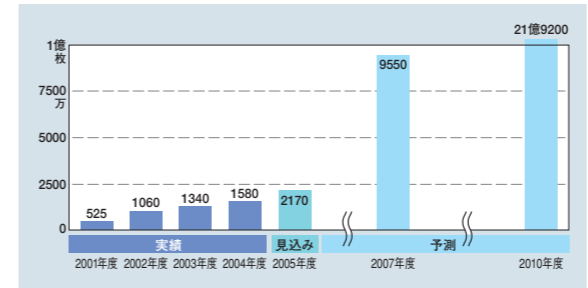
いまRFIDは本格的な実用時代へ突入したと言われています。リーダー/ライターの技術が飛躍的に向上して読み取り精度が上がったうえに、普及によりRFIDタグの低価格化が進み、導入しやすくなったからです。また日本では、2006年1月の電波法改正で帯域規制が緩和されて952～954MHzの帯域を利用できるようになり、UHF帯を用いるRFIDタグの出力向上が可能になりました。

2007年にはアマチュア無線で使われている433MHz帯も、電池内蔵型RFIDタグで使用できるようになる見込みです。433MHz帯は米国の新しい貿易流通システム「ACE(Automated Commercial Environment)」で、海上コンテナにつけるRFIDタグの周波数帯として用いられており、欧州、シンガポール、韓国などはこれに対応する準備を進めています。したがって、この周波数帯の利用が認められると、世界中の貿易・通関の高度情報化の動きに日本も参加することができ、RFID利用が一気に加速することが確実です。

矢野経済研究所の2005年12月の発表によると、国内RFIDの出荷数量は、2001年の525万枚から2005年の2170万枚まで数百万枚ずつ増えてきましたが、2007年に

は一気に9550万枚、2010年には何と21億9200万枚にまで達すると予想しています。2006年のRFID市場は、まさにブレイク前夜と言えます。

国内RFID市場規模推移(数量ベース)



出典: 矢野経済研究所

リアルタイムな動的情報収集に 優れたアクティブ型RFID

RFIDのしくみには、パッシブ型とアクティブ型の2種類があります。

パッシブ型は、リーダーからRFIDタグへ電波を照射し、ICチップの情報を読み出します。SuicaやEdyはこのタイプです。パッシブ型はRFIDタグの通信距離が短いため、タグをリーダーに接近させなければならないという制約がありますが、タグの小型化が容易で低コストです。いま国内で普及している数千万枚のRFIDタグのほとんどが、このパッシブ型です。

RFIDタグ自ら情報を発信しないパッシブ型に対して、アクティブ型は、RFIDタグ側にも電池を内蔵し電波を発信します。通信可能距離は数メートルから数十メートルと大変長く、スイッチやセンサーを組み込むことも可能です。戸外で利用したり、特定方向に移動している状態を把握したり、一定温度になると電波で知らせるなどの高度な使い方ができます。

前述の米国貿易流通システム「ACE」で用いるのは、アクティブ型RFIDタグです。巨大なコンテナに自ら発信するRFIDタグを取り付けておけば、トラックに載せたままゲートをくぐるだけで通関手続きを行えます。広大な港湾施設の中で目的のコンテナを探して見取り図に表示することも容易です。

アクティブ型RFIDはパッシブ型に比べてどうしてもサイズが大きくなるため、当初は、コンテナのように大きくハンドリ

ングが困難なものや高価なものへの装着に用途が集中しがちでした。最近では、機能的な注目され、安心・安全など、金銭換算のできない付加価値を提供するシステムに使われるようになってきました。具体的には、情報漏えい対策や犯罪抑止を目的とした事例が増えてきました。

さらにアクティブ型RFIDの次のフェーズでは、より投資効果を明確にした導入が進むと見られています。時間短縮、省力化、業務の正確性向上などを実現して、人件費や欠品による販売機会損失、製品の品質向上などの企業課題を解決し、明瞭なビジネス価値を生み出すソリューションと結びつくと考えられます。

児童の登下校を がっちりガード

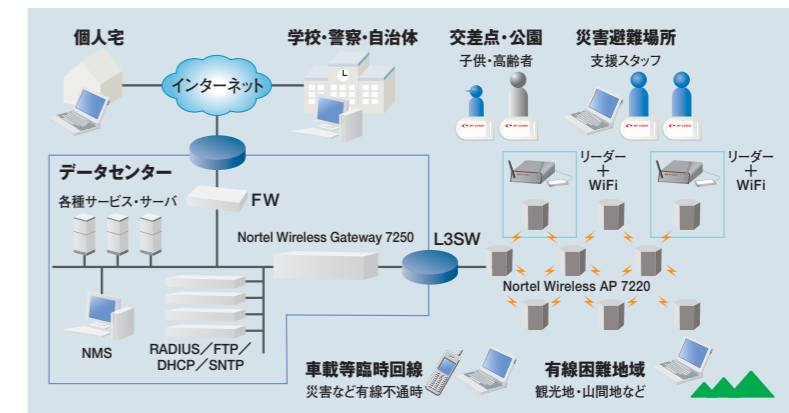
情報セキュリティ、治安、災害、物流、マーケティング。アクティブ型RFIDの多種多様な用途から、最近ことに注目されている3つのソリューションをご紹介します。

第1の事例は、児童の学校への行き帰りを見守る登下校管理システムです。

昨今、児童を狙った犯罪が多発しており、少し帰宅が遅れるだけでも父兄は不安を感じます。学校へ問い合わせの電話がきても、教室や校庭にいるのか、帰宅の途中なのか、先生もすぐには把握できません。

アクティブ型RFIDをランドセルに取り付けておき、校門などにリーダーを設置しておけば、児童がそこを通過した時刻を把握することができます。校門を出た時に、父兄の携帯電話へお知らせメールを自動送信することも可能です。パッシブ型RFIDを用いた同様のシステムでは、児童によりRFIDタグをかざすのを忘れて通ってしまったら、

登下校管理システム(ネットワークインフラにワイヤレスメッシュを利用)



登校時の校門前に駅の改札のごとく行列ができるという可能性があります。アクティブ型RFIDなら、読み取りを児童任せにすることなく、システムが一貫した安心・安全を提供することができます。さらに、性能の高いRFIDであれば、何人もの児童が一度に校門を走り抜けた場合でも、通信データに干渉を起こすことなく、多数のRFIDタグの情報をスムーズに受信することができます。

登下校管理システムは、埼玉県蕨市の蕨市立中央小学校および中央東小学校の児童を対象として、2007年、春から稼働を開始する予定です。両学区内の約30カ所にリーダーを設置し、校門だけでなく学区内全域をカバーする体制も整えます。蕨市の場合、CATV会社の主導のもと、CATVモデムなどを収容するボックスにリーダーを設置し、CATV網でRFID情報を送信する予定です。今後、ワイヤレスメッシュなどの新しい通信技術で地域社会がカバーされるCAN(Community Area Network)環境が充実すれば、RFIDの使い方はさらに多彩になると期待されます。

資産管理やPC持ち出し管理も変わる

第2の事例は、資産管理システムへの適用です。多くの企業では、オフィス内のコンピュータや備品を管理しています。しかし、年に数度の棚卸しには時間がかかり、現場からの報告を部署単位でまとめ、さらに事業所単位で集計して本社へ報告が来る頃には、備品の数が変わっていることもしばしばです。

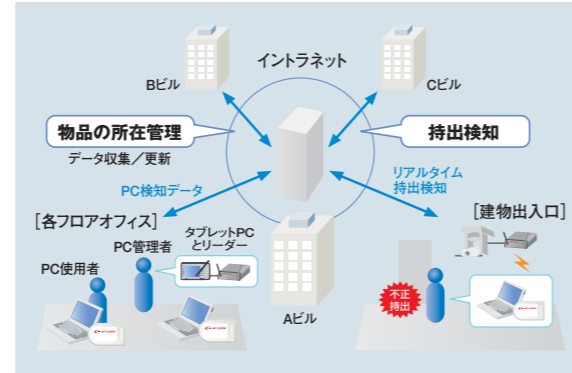
RFIDタグを装着すれば、ユーザーである社員に負担をかけずに、正確な資産管理ができます。特にアクティブ型RFIDを用いれば、管理者が現場へ出向く必要もありません。インテリジェント性を持たないためにネットワークにつながらない備品まで、たちどころに棚卸しができ、リアルタイムなロケーションも把握できます。

またアクティブ型RFIDを装着したコンピュータや備品は、移動や持ち出しをリアルタイムにチェックすることも可能です。この機能をさらに強化したのが、第3の事例であるPC持ち出し管理システムです。

個人情報保護法が制定されて以来、モバイルPCの持ち歩きを禁止したり、顧客情報を含むファイルの持ち出しを制限する企業が増えています。ひとたび情報流出事故が発生すれば、企業イメージは失墜し、取引停止や入札禁止になることもあるからです。しかし持ち出しの禁止や

制限を行うと、業務効率が著しく落ちる原因ともなります。そこで威力を発揮するのがアクティブ型RFIDです。クライアントPCに装着し、出入口にリーダーを置けば、バッグに入っているPCが持ち出し許可を得ているか自動チェックし、許可のないPCの場合、アラームを鳴らすことが可能です。パッシブ型RFIDでは、持ち主がリーダーにPCを近づけないと読み取れないため、不正持ち出し対策には向きません。さらに、アラームを発信すると同時に監視カメラを連動させれば、持ち主を記録することもできます。

PC持ち出し管理システム



リアルタイムな「ヒューマン to マシン」の手段へ

パッシブ型とアクティブ型に共通しているRFIDの本質は、物や人を、情報として捉えることを可能にする技術であるということ。RFIDタグを持っているのが人間であれば、人間とコンピュータをつなぐ情報入力手段だと言い換えることもできます。しかも、入力ミスが発生する危険がきわめて少ない、正確性の高い入力手段です。アクティブ型は、パッシブ型以上に、リアルタイムでより動的かつ柔軟な「ヒューマン to マシン」の手段と言えます。

もうひとつ、RFIDはフルオートメーション化を実現する技術であることも重要です。「個体認識」をしながら、同時に、徹底的な自動化を推し進められます。RFIDで収集した情報とデータベースシステムをマッチングさせれば、小さなRFIDタグから膨大な情報をコントロールすることが可能になるなど、大規模な業務システムの処理をスタートさせるトリガーの役目を持たせることもできます。

従来RFIDは、製造や物流の現場でバーコードに代わる商品識別・管理技術として使われてきましたが、今後は企業ユースにとどまらず、ユビキタス社会を推進する「生活に必須の基盤技術」へと育っていくに違いありません。

同時認識能力に優れたSPIDER製品で日本のアクティブ型RFID需要を開拓

RFID市場はまさにブレイク寸前。パイロットプロジェクトで試用していた企業が、次々に、全社規模でのシステムや、お客様向けのサービスを稼働開始させようとしています。ネクストコムは、米RF Code社と代理店契約を結び、高品質・高信頼のアクティブ型RFID「SPIDERシリーズ」を提供してきました。今後は豊富な納入実績を活かして、ソリューション提案に一層の磨きをかけ、日本のアクティブ型RFID市場を切り拓いていく取り組みを、さらに拡大していきます。



ネクストコム株式会社 マーケティング部 サービスソリューション課 課長 松下 俊行

アクティブ型RFIDの国内最大級の納入実績を誇るネクストコム

「ネクストコムは、早くからアクティブ型RFIDの可能性に着目し、1999年には、この分野の草分け的存在である米RF Code社と代理店契約をしました。同社の優れた製品である『SPIDERシリーズ』の提供を通じて、日本のアクティブ型RFID市場を切り拓いてきたと自負しています」と、マーケティング部の松下は強調します。

ネクストコムとRF Code社の関係は、メーカーとベンダーという単純なものにとどまりません。日本市場のニーズをダイレクトにRF Code社に伝えたり、同社の生産拠点へ品質情報をフィードバックするなど、日本のお客様に安心してRF Code社のRFIDを利用していただくための密接なパートナーシップを展開しています。

「RF Code社はアンチコリジョンという特許技術を持っているため、SPIDERシリーズは他のアクティブ型RFIDに比べて同時認識能力が高く、7秒間に500個ものタグの読み取りが可能です」と松下はSPIDERシリーズの特長を述べます。

ネクストコムは、アクティブ型RFIDでは国内最大級の納入実績を誇ります。300社以上の日本企業で数万個を超えるRFIDタグが稼働しているという実績からも、SPIDERシリーズが優れた製品であることがうかがわれます。

RFIDに関わるソリューション提案とワンストップ対応を徹底

国内随一の豊富な納入実績を持つネクストコムは、アクティブ型RFIDの技術や製品をそのまま提供するのではなく、お客様の問題を解決するソリューションとして提供する体制を整えています。資産管理ソリューション、PC持ち出し管理ソリューション、登下校管理ソリューションなどはその一例です。

またソリューションのワンストップ提供にも力を入れてきました。コンサルティングから開発、保守、運用支援だけでなく、実証実験のお手伝いまで一貫して提供します。

微弱電波というのは外部の環境にとっても影響を受けやす

く、アンテナを設置するだけでも豊富な経験とノウハウが要求されます。こうした技術

力と、大規模プロジェクトを推進する能力、さらには幅広い業種や業務に関する知識の蓄積などを結集して、ネクストコムはお客様の問題解決に全力を尽くします。

音声、データ、システムインテグレーションを融合した総合ソリューションを提供できるのもネクストコムの強みです。

「アダムネットやBSIとの合併後は、シナジー効果を活かしたシステム提案を積極的に行ってきました。例えばRFIDタグの情報をもとにエレベータとタイムレコーダと空調を自動制御するソリューションをご提案したり、携帯電話の通信カードを使ってRFIDタグの情報を遠隔地へ送るシステムをご紹介するといった具合です」と松下は語ります。

ネクストコムでは次の課題として、RFID環境のプラットフォーム化も検討しています。

個体を認識する技術は、アクティブ型RFIDだけではありません。ネクストコムは、お客様のニーズに応じて、パッシブ型RFIDや、先進のセンサーネットワークなども柔軟に組み合わせ、技術革新のトレンドを先取りした提案により、つねにお客様のROI(Return On Investment:投資収益率)向上に貢献していきたいと考えています。

PCカードリーダー 新発売記念キャンペーン実施中

「Active RFID SPIDER V PCカードリーダー評価キット & JTAVIS コンセントレータ SDK」が今ならお得

SPIDER VシリーズのPCカードリーダー新発売を記念して、PCカードリーダー評価キットとJTAVIS コンセントレータ SDKのセットをキャンペーン価格でご提供しています。



通常販売価格 609,000円(税込)のところ

キャンペーン価格 **441,000円(税込)**

限定 100セット

コンタクトセンター導入事例

CS向上を目指すコンタクトセンターへ 顧客との接点を強化するシステム改革がスタート

全日本空輸株式会社

アジア・ナンバーワンを経営ビジョンに掲げ、全社的に顧客サービスの高品質化をめざす全日本空輸株式会社(ANA)。同社では、2006年4月、予約窓口としてのコールセンターから、CSを向上させる「コンタクトセンター」への改革をめざし、システムの抜本的な見直しを行いました。インターネットによるWeb予約システムの普及により、各種サービスやキャンペーン、マイレージ、インターネット予約操作などの問い合わせがウエイトを増すなか、IP電話サービスの導入によって、さらに便利で快適な情報提供を実現する「総合コンタクトセンター」へ向け、大きな前進を果たしました。



社名 全日本空輸株式会社
本社所在地 〒105-7133 東京都港区東新橋1-5-2 汐留シティセンター
資本金 約1,600億円
事業内容 定期/不定期航空運送事業、航空機使用事業、その他附帯事業
従業員数 12,523人
(2006年3月31日現在)

サービスの多様化にともなって コールの内容が変化

現在、ANAのコンタクトセンターは東京、大阪、福岡、札幌の4ヶ所に設置され、航空券予約と各種問い合わせに対応しています。

従来の電話予約センターでは、コールのほとんどが航空券予約でした。インターネット予約の普及や1997年のマイレージセンター立ち上げなどをうけ、電話予約は減少し、代わって各種サービスやキャンペーン、マイレージ、インターネット予約操作などに関する問い合わせが増加していました。



全日本空輸株式会社
IT推進室
システム企画グループ
主席部長
富満 康之氏

IT推進室システム企画グループ主席部長の富満康之氏は「コールセンター業務の変化は時代の流れに沿ったものでした。サービスの多様化は、一方で複雑化をもたらし、お客

様にとって知りたい情報にたどり着きにくいという不満が生まれていました。サービス利用に関する問い合わせが増えた結果、コールセンターにも新たな機能が必要になったのです」と語ります。

そこでANAはコールセンターの役割を見直し、予約への対応を主眼とするコストセンターから、CS向上のためのベネフィットセンターへと再構築を図ったわけです。

業務側、システム側の2つの課題を解決するために

そもそも、このプロジェクトを立ち上げるにあたっては、業務側とシステム側、両面の事情がありました。業務側から見た場合、今後、顧客情報を有効に活用するには新しいシステムが必要だったこと。そして、もう1つはシステムの老朽化です。この2つの課題を早急に解決する必要がありました。

まず、業務面で問題点となっていたのは、サービスの多様化にともなって「どこに電話をすればいいのか分からない」顧客が増加していることでした。また、全国4ヶ所のコールセンターごとに担当地域が決まっていたため、コールセンター間での通話量の

平準化が難しかったことも挙げられます。一方、インフラの老朽化については、旧システムの導入からすでに9年が経過しており、その間、コールセンターに用いられる技術も大きく変わっていました。富満氏はこうした状況に対して「当社としても新技術をもっと活用することにより、コールセンターをCSを向上させる“総合コンタクトセンター”に変革していきたいと考えました。今回のIP電話サービスの導入は、その第一歩です」と語ります。

こうして業務とシステム、2つの課題を解決するため、全国で1,000席を擁する大規模IPコンタクトセンターのプロジェクトがスタートしました。

キーワードは「分かりやすく、 かかやすい」

新しいANAのコンタクトセンターシステムでは、お客様はまずIVR(Interactive Voice Response:音声応答装置)の案内にしたがって希望用件を選択します。従来、ANAでは予約や問い合わせなど、用件ごとに複数の電話番号が設定されていましたが、今回「全国一律の1つの電話番号」ですべて

の用件に対応できるようになり、お客様のご要望にあった窓口を分かりやすく案内することができるようになりました。

次に用件に合った適切なコミュニケーターにつなぐと同時に、CTIにより、顧客データベースに蓄積されたお客様情報をもとに、よりきめ細かいサービスを提供できるようになりました。さらに、お客様とコミュニケーターのやり取りはデジタル音声として記録されるため、寄せられた問い合わせをナレッジとして共有でき、コンタクトセンター自体の品質向上に活用されます。

また、従来はお客様の地域によりつながりやすさが異なりましたが、IP電話の導入により、地域に限定されない受付の一元化・平準化を実現できました。お客様からのコールは4ヶ所の拠点のうち空いているコミュニケーターにすばやくつながり、効率的に業務運用できるようになりました。

蓄積したナレッジデータの 有効活用へ

ANAではシステム構築パートナーを選定するに当たって、すでにIP電話を導入している企業へのヒアリングも積極的に実施しました。SierであるNTTコミュニケーションズ株式会社の提案のもと、ネクストコムソリューションを採用した理由について富満氏は「IPテレフォニーの分野において多くの導入実績やノウハウを有している点

と、今後、マルチチャネル化を図っていく上でシステムの信頼性や拡張性を高く評価した結果です」と語ります。ANAのコンタクトセンターは、航空運輸という公共性の高いビジネスを支えているだけに、つながらないとか、かからないといった事態が許されません。そ

こで、万一の障害時には東京データセンターと大阪データセンターが相互にバックアップを図ることで、ノンストップのコンタクトセンター業務を可能にしました。また、今後の展開として、電話だけでなくeメール、Webなどのマルチチャネル化を視野に入れながら、大量かつ多様な「顧客の声(VOC)」を、「顧客満足の上昇」さらには「経営」に活かしていくことが目標、と富満氏は語ります。導入前に懸念していた音声品質についても、現場コミュニケーターからはむしろ以前より音質が良くなったと高い評価をいただきました。

ANAのサービス品質を革新 するための欠かせないツール

「稼働から約半年、大きなトラブルはなく、当社のさまざまなシステム構築事例のなか

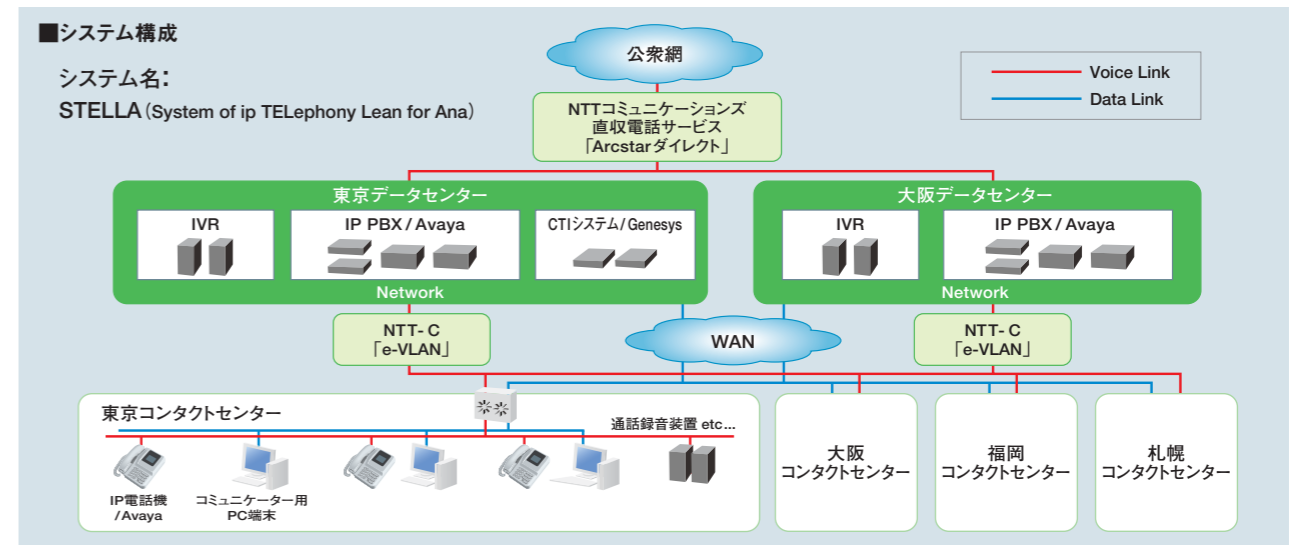


東京コンタクトセンター

でも、その導入効果が高く評価されています。また、4拠点で1,000席以上の大規模コールセンターのIP化は、前例のない巨大プロジェクトだったにも関わらず、NTTコミュニケーションズのマネジメントのもと、当初納期どおりに稼働できたことも大きなポイントです」と、富満氏は満足している様子で話します。

「時代の要請や市場のニーズの高まりなども配慮しながら機能を高め、第一線のコミュニケーターが会社の姿勢を具現化していくことが理想」と語る富満氏。ネクストコムがサポートするコンタクトセンターソリューションは、ANAのサービス品質を高め、コーポレートブランドの価値向上を支えるツールとして、今後の一層の活躍が期待されています。

お客様ホームページ
URL <http://www.ana.co.jp/>





合併のお知らせ

ネクストコムと三井情報開発は合併し、2007年4月1日より「三井情報株式会社」としてスタートします

当社ネクストコムと三井情報開発株式会社(以下、三井情報開発)は、2007年4月1日を効力発生日とする合併について最終合意に至ったことを、去る12月21日に発表しました。2007年4月1日より「三井情報株式会社(以下、三井情報)」として新たなスタートを切り、更なる飛躍を目指してまいります。以下に、その概要をご紹介します。

1. 合併の背景及び目的

ITサービス業界においては、SI(システムインテグレーション)とNI(ネットワークインテグレーション)の垣根が低くなってきており、顧客ニーズはインフラとアプリケーションの領域を相互に超えています。多様化しつつあります。また、コンサルティングから構築、保守・運用までを一貫して受託できる体制へのニーズが高まっており、案件の大型化・複雑化も一層進んでいます。私たちITサービス企業には、より広範なサービス領域と高度なサービスレベル、規模の拡充がますます強く求められるようになってきています。

このように多様化・複雑化する市場ニーズに応え、システムの導入(コンサルティング及び設計、構築)から保守・運用にわたりシームレスなサービスの提供を実現するために、ネクストコムと三井情報開発は対等の精神のもと合併契約の締結に至りました。ネクストコムのネットワーク技術力と営業力、三井情報開発の安定した顧客基盤、システム構築力と運用・サービス力を結集し、長期安定収益基盤の上に立ったSI&NIコラボレーションを展開してまいります。本合併は両社の経営基盤とサービスラインアップの飛躍的な拡充をもたらすものと確信しています。

■両社の課題と合併のねらい



【中期経営計画重点課題】

- 総合技術力の増強(SI+ICT)
- 特色あるSI事業の確立
- 直販を通じた業種・業務知見の取り込み



【中期経営計画重点課題】

- 営業力・コンサル力の強化
- 個別機能の強化と総合力の発揮
- 顧客の情報戦略を担える企業規模拡大

ネットワーク技術力、営業力の強いネクストコムと
システム構築力、運用サービス力の高い三井情報開発による
SI&NIコラボレーションの実現

■新会社の概要

合併期日：2007年4月1日
 新会社商号：三井情報株式会社
 英文呼称：MITSUI KNOWLEDGE INDUSTRY CO., LTD.
 存続会社：ネクストコム株式会社
 合併比率：三井情報開発(株)の1株に対しネクストコム(株)の株式0.048株を割り当てる。
 本店所在地：東京都中央区(現三井情報開発本社)
 代表者：増田 潤逸(ますだ じゅんいち)
 資本金：4,113百万円

■合併後の事業規模(単純合算ベース)

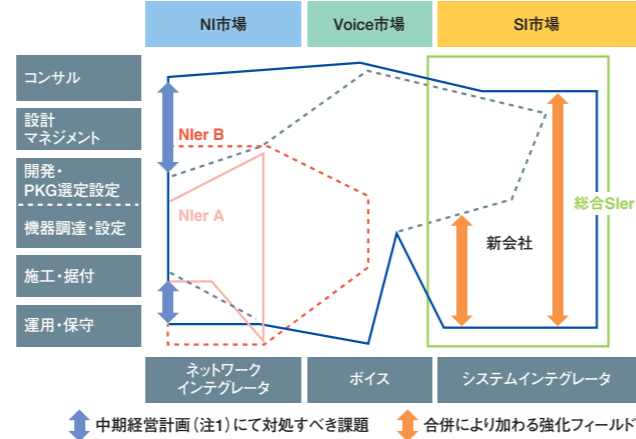
(単位：社員数・拠点数以外) 百万円 百万円以下切捨て)

	2006年3月期 連結実績			2007年3月期 連結見通し		
	ネクストコム	三井情報開発	単純合算	ネクストコム	三井情報開発	単純合算
売上高	44,329	24,190	68,519	46,800	28,500	75,300
経常利益	3,120	1,310	4,431	2,395	2,400	4,795
純利益	1,660	891	2,551	1,392	1,300	2,692
株主資本	15,613	9,514	25,128			
総資産	27,254	15,073	42,328			
社員数	841	1,048	1,889			
国内拠点	14 <small>(本社7CSセンター含)</small>	4 <small>(本社グループ会社)</small>	18			
海外拠点	0	2 <small>(本社グループ会社)</small>	2			

本資料に記載されている業績見通しは、将来の予測であって、リスクや不確定要素を含んだものです。実際の業績は経済状況をはじめ、さまざまな要素により、これらの見通しと異なることをご了承ください。

■ネクストコムからみた合併意義

- SI事業のフィールド拡充
 - 総合技術力の増強(SI+ICT)
 - 直販を通じた業種・業務知見の取り込み
- ネクストコムの現在のフィールド
 新会社として目指すフィールド



(注1)ネクストコムは、2006年度から2008年度まで(平成19年3月期から平成21年3月期まで)の3年を対象とする中期経営計画を策定し、8月に発表致しました。当中期経営計画は、今後も引き続き実行してまいります。本合併により、計画の具体化がより加速・拡充していくものと捉えています。

2. 新会社「三井情報」の目指す姿

三井情報は、経営理念として以下のミッション(企業使命)、バリュー(行動指針)、ビジョン(目指す姿)を掲げます。

ミッション

顧客の情報ライフライン(情報基盤)を守る

バリュー

顧客の情報戦略、情報ビジネスをICTを活用して実現する

ビジョン

顧客の情報生活を豊かに・楽しくする

この経営理念の下、三井情報はお客様の要求に応え常に進化を続ける企業となるべく、最先端技術力、営業力、そしてお客様業務の理解を一層深めてまいります。また、SI、NI、ボイス事業という3つの事業の特色を生かしたコラボレーション(協働)により、拡大する市場を積極的に取り込み成長する企業となります。

3. コラボレーションの効果

私たちは本合併を“SIとNIのコラボレーション”と捉えています。両社の事業領域や機能において補完関係が成り立ち、SI・NI・ボイスという3つのビジネスそれぞれを生かしたワンストップサービスの提供が可能となります。この“SI&NIコラボレーション”の効果として、主に以下を挙げます。

- ① **企業規模の拡大による経営基盤の安定化**
 企業規模の拡大により経営基盤を安定させ、お客様企業がICT(インフォメーション&コミュニケーションテクノロジー)関連業務のフルアウトソーシングを長期的に委託出来る企業としての地位を確立します。
- ② **シームレスなサービスの提供による事業機会の増大**
 ネクストコムが持つネットワーク技術力・営業力と、三井情報開発が持つシステム構築力と運用・サービス力を組み合わせ、コンサルティングから設計、構築、保守・運用までをシームレスに結びトータルなサービスの提供を目指します。また、各社の事業領域であるデータ&コ

ミュニケーション・ネットワーク領域とシステムインテグレーション領域を統合することで、インフラとアプリケーションの両面におけるサービスの提供を、一層拡充します。

- ③ **業種・業務知見と提供サービスの高度化**
 商社、不動産、金融、製造、通信など両社の顧客基盤を中心に、各社が持つ業種・業務知見を共有し、相互蓄積することで、顧客との接点を多面的に拡大するとともに、より高度なサービスを展開します。
- ④ **顧客基盤拡大によるビジネス機会の増大**
 両社の既存事業における互いの顧客基盤に対し、各々のソリューションやサービスを展開することで、ビジネス機会の増大を図ります。
- ⑤ **経営効率の向上**
 リソースの最適配置・間接部門の統合及びプロジェクト管理の高度化・内部統制の徹底などを通じて経営効率の向上を実現します。
- ⑥ **攻めの経営に向けた収益構造の多様化**
 長期安定収益をもたらすサービス型ビジネスの拡充と共に、新規プロダクト、ソリューションへの積極的な取り組みを通じて、安定成長の基盤に立った成長へのチャレンジを続けます。

IT市場では業界再編が待たなして進んでおり、顧客ニーズも加速度的に複雑化・多様化している中、いち早く顧客ニーズに対応し、業界におけるポジションを向上させるべくこの度の合併に至りました。本合併を通して、お客様に対するより一層のサービス充実を図ってまいりますので、これまでと変わらぬご支援ご愛顧を賜りますようお願い申し上げます。



みやぎコールセンターオペレータコンテスト

行政とコールセンター事業者の協力による オペレータコンテストの第2回が開催



近年、コールセンター／コンタクトセンター誘致による雇用創出や地域活性化を期待する地方自治体と、不動産賃貸料や人件費などの低減を目指している企業とのニーズが合致し、コールセンターの地方進出が活発化しています。このような中、コールセンターの誘致を積極的に実施している宮城県と仙台市では、本年3月、行政とコールセンター事業者が協力して行うコンテストとして全国初の試みとなった「みやぎコールセンターオペレータコンテスト」を初開催。そしてこの11月にコールセンター企業14社との共催により、第2回が開催されました。オペレータ業務を広く知ってもらい地場産業としてコールセンターを定着させること、また、オペレータの方々のモチベーションアップに繋げることを主旨としており、会場は大変な盛況でした。ネクストコムは当コンテストに審査員として参加しました。

コンテストは、座談会とコンテスト決勝戦の二部構成で開催されました。座談会では、「コールセンターってどんなところ?」というテーマのもと、現役オペレータの方々によるコールセンターでのお仕事にまつわる本音トークが繰り広げられました。

オペレータコンテストでは、参加企業14社のオペレータ4,000名の中から選抜・推薦された50名による予選を勝ち抜いた、優秀者6名で決勝戦が行われました。

テレフォンショッピング対応業務との想定で実施され、お客様からの問合せ対応やセールストークの実演を(1)話し方の好感度(2)業務遂行度(3)対応マナー——といった観点から審査し、インバウンド部門とアウトバウンド部門それぞれから1名ずつ最優秀者が選ばれ、盛況のうちに幕を閉じました。

仙台市ご担当者へのインタビュー

仙台市 経済局 産業政策部 産業振興課 主事
加藤 康弘氏

2003年からコールセンター誘致に取り組み、コールセンターの認知度アップに繋がる活動が続けてきました。今回のコンテストもそのひとつです。コールセンター誘致の効果としては、雇



用機会の創出ができたことが一番で、有効求人倍率は1倍を超えることができ、経済効果も見られます。今後は、地方一拠点としてのコールセンターではなく、コールセンター本部そのものの進出を期待しています。また、オペレータ業務だけでなく、昨今コールセンターに付随してきているBPO業務にも積極的に取り組み、事務系業務の創出も狙っています。

宮城県ご担当者へのインタビュー

宮城県 企画部 情報産業振興室 主事
三浦 敬氏

コールセンターで多くの人々に働いて欲しいという思いから、オペレータ養成講座や企業と求職者のマッチングの場、コールセンター見学会などを普段から企画していますが、今回のコンテストもその一貫です。まだまだ知名度が十分でないコールセンターをもっと多くの方々に知ってもらうために、またオペレータのモチベーションアップなどを狙いとして開催しました。コンテストの企画・運営は、実行委員会の手作りです。本当に人が集まるのか?など、苦労や心配は絶えませんでした。200名近くの観客の方々にお越し頂き、盛況のうちに終了することができました。来年も開催したいと思っています。



審査員担当者のコメント

ネクストコム(株) CRMコンサルティング室
窪田 尚子

仙台のコールセンター事業は、とても成功していると思います。ひたむきさ、一生懸命さといった、仙台市民性がマッチしているのかもしれない。今回参加のオペレータさんも、皆、基本はおさえている上で、相手の要望をうまく聞き出せていました。予選はテープで送られてきた声だけで審査を行っていたので、声しか聞くことができませんでしたが、実際にお会いすると受賞者の方々の顔には輝きがありました。人＝声なんだなと思ったし、仕事を楽しんでいる様子も伺えました。

オペレータ職の方には、彼女達／彼らをぜひ見習って欲しいです。企業側には、オペレータの皆さんがモチベーションを保てるような、やりがいを感じられるようなコンタクトセンター運営を目指して頂きたいと思います。コールセンターはこれからますます広がると思います。今、ホームページがないときちんとした企業ではない・・・と見られるように、コールセンターがないと・・・となる日も近いかもしれません。

みやぎコールセンターオペレータコンテスト

平成18年11月25日(土)13:30～16:30 於 せんだいメディアテーク
主催:平成18年度宮城県企業合同説明会イベント実行委員会
(株)IUT、(株)アイティ・コミュニケーションズ、イオンクレジットサービス(株)北日本事務センター、キューアンドエー(株)仙台オペレーションセンター、ソフトバンクモバイル(株)東日本カスタマーコミュニケーションセンター、トランスコスモス(株)、日本マルチメディアサービス(株)仙台事業所、日立キャピタル債権回収(株)コールセンター、(株)フロントライン、(株)ベルシステム24東北支店、(株)マックスコム東北リージョナルオフィス、(株)もしもしホットライン仙台青葉センター、(株)もしもしホットライン東北支店、(株)ライフパートナー、宮城県、仙台市
後援:社団法人日本テレマーケティング協会、(株)LCAコミュニケーションズ、ネクストコム(株)、リックテレコム(株)

ネクストコムとMPT、CTIミドルウェアの シンクライアント化ソリューションを提供

ネクストコムと株式会社エム・ピー・テクノロジーズ(以下:MPT)は、コンタクトセンターで利用されるCTIミドルウェアをシンクライアント環境で利用可能とするソリューションを開発しました。大量のユーザ情報を取り扱うことが多く、従来よりシンクライアント化のニーズが叫ばれていたコンタクトセンターでも、このソリューションにより、情報漏洩対策を意識した、高セキュリティ環境を構築することができます。当ソリューションは、シトリックス・システムズの「Citrix Presentation

Server」とジェネシスのCTIシステムを独自方式でつなぎ込むことで実現し、シンクライアント環境下でもソフトフォンの利用や、顧客情報画面のポップアップなどが可能となります。ネクストコムとMPTは、今回のソリューション開発によりアライアンス関係を一層強化し、金融機関やテレマーケティング会社など顧客情報の取扱いを厳しく管理するコンタクトセンターへの共同拡販を進め、今年度で約10サイトへの販売を目指します。

ネクストコムとノーテル、ワイヤレスメッシュネットワーク分野で協業

ネクストコムとノーテルネットワークス株式会社は、ワイヤレスメッシュネットワーク分野で協業し、全国の自治体や公共機関、大学などへのワイヤレスメッシュ・ソリューション提案を共同で展開していくことを発表しました。

ワイヤレスメッシュネットワークは、屋外をもカバーする広範囲な無線LAN環境を、低コストかつ容易に構築できるソリューションとして注目されているだけでなく、地理的条件によるデジタルデバイド(情報格差)を解消するためのブロードバンドサービス条件不利地域などへの

有効なソリューションとして期待されています。当協業においては、ノーテルがワイヤレスメッシュ製品の提供を、ネクストコムが全国に広がる営業拠点網を活かしたユーザへのシステム提案および構築支援を担当し、ソリューション提案を共同で展開していきます。また、ネクストコムのRFIDソリューションなどと組み合わせ、より付加価値の高い形態でのソリューション提案も予定しています。

住友電気情報システム、三井物産、三井情報開発、ネクストコムの4社が、 デジタルコンテンツ・メタデータ管理ソリューション分野で協業

住友電気情報システム株式会社、三井物産株式会社、三井情報開発株式会社、ネクストコムの4社は、デジタルコンテンツ・メタデータ管理ソリューション分野で業務提携し、販売促進活動を共同推進していくことで合意しました。

デジタルコンテンツを取り巻く環境が急速な変化を遂げている今日、カタログの情報や権利情報を含めたコンテンツに付随するメタ情報を一元的に管理する重要性が益々高まっています。そのような

中、住友電気情報システムの提供する類似情報検索エンジン「QuickSolution」と三井物産／三井情報開発の提供するネイティブXMLデータベース「NeoCore XMS」を、両製品のインテグレート実績を豊富に有するネクストコムが組み合わせ、デジタルコンテンツ・メタデータ管理ソリューションを提供します。当ソリューションにより、新規ビジネスの開拓のみならず、デジタルコンテンツ流通市場の活性化支援を行ってまいります。

緊急開催! アンケート企画にご応募ください。

「10年後のインターネットはどうなっているだろう?」 ご応募の中から3名様に「USB+車載用携帯充電器」をプレゼント

日本にインターネットが登場して20年以上が過ぎました。これまでのインターネットは、光の急速な普及など高速化の追求しながら成長してきましたが、間もなく幕を開けると予想されるNGNなどを機に、社会や企業のインフラを担う、より重要なファクターとして変貌していくような気がします。

10年後の社会で、インターネットはどのような役目を果たしているか?どのようなインターネット技術が誕生しているか?などなど、皆さまが思い描く10年後のインターネット像を、お聞かせください。

アツ〜イ想いや、ズバリ一言、ユニークな発想など、様々なご意見をお待ちしています!

募集要項
応募締め切り:2007年2月末
応募先:press@nextcom.co.jpへ、Eメールでご応募下さい。
詳細は、www.nextcom.co.jp/go/ をご覧下さい。



USB+車載用携帯充電器