

5月 31日

## 平成13年度の経営方針とビジネス戦略を発表

NTTソフトウェアは、平成13年度の経営方針およびビジネス戦略として、今後市場の拡大が見込める「インターネット」、「モバイル」、「EC」の3つの市場を対象とする4分野のトータルソリューション展開を柱に営業力をより強化し、事業を推進します。

具体的には「IPプラットフォーム構築」、「モバイル応用」、「ECフロントシステム」および「ECバックボーンシステム」の4分野のソリューションを主要ソリューションと位置付けて展開していきます。これらの事業の積極的な展開およびさらなる営業力の向上を目的に、大規模顧客に対して特定のソリューションにとらわれない横断的な営業を行うメジャーアカウント営業部、NTTグループ外市場のマーケティングから営業戦略立案までを総合的に推進するマーケット開拓部、などからなるビジネスフロント本部の設立、などの組織改編を行いました。

[http://www.ntts.co.jp/wn/WhatsNew/010531\\_NR.html](http://www.ntts.co.jp/wn/WhatsNew/010531_NR.html)

## お問合せ

NTTソフトウェア株式会社コーポレートコミュニケーション部  
広報担当 / 加藤、田口、加納 TEL: 03-5782-7041  
e-mail: press@cs.ntts.co.jp

6月 5日

## 株式会社イムコスの事業展開発表

- 電子クーポン「GOOPON」事業の本格活動開始 -

NTTソフトウェア、博報堂、プラネット、マイカルシステムズの4社は、他消費財メーカー5社との共同出資のもと、電子クーポン「GOOPON」事業発足のため、株式会社イムコス 代表取締役社長 小山義彦 を2001年5月9日設立し、6月5日から本格的な活動を開始しました(本号「知恵の輪」参照)。

## お問合せ

株式会社イムコス  
広報担当 / 日沖  
TEL: 03-5776-1654  
e-mail: hioki@imcos.co.jp



6月 18日

## XMLコンソーシアムの活動本格化

- NTTソフトウェアはXML技術の普及促進に積極的協力 -

XMLコンソーシアムは6月18日に実質的な設立総会を開催し、本格的な活動を開始しました。総会には220名以上、また総会に併設されたセミナーには270名以上の参加者があり、XMLへの期待の大きさが感じられました。同時に開催された理事会において、当社代表取締役社長、鶴保が会長として、副会長としてインフォテリア社の平野氏、日本IBM社の田原氏がそれぞれ選任されました。

XMLコンソーシアムは日本におけるXML技術の普及促進を目的とし、XML Japan.org、JavaコンソーシアムXML部会、日本経営協会の3団体を母体として2000年7月1日に設立された非営利団体です。昨年度は各団体での普及啓蒙活動を統合したバーチャルなコンソーシアムとして存在しているだけで、実質的な活動は各団体で実施していましたが、このたび組織を一本化し、リアルな組織のコンソーシアムとして、本格的な活動を開始したものです。

NTTソフトウェアでは1999年に社内にXMLセンターを設立し、XML技術の社内普及に取り組んできました。また、XMLコンソーシアムの母体であるJavaコンソーシアムXML部会に中核メンバーとして参加し、活動してきました。今回、XMLコンソーシアムには設立発起企業として参加し、運営委員、各部会の実働メンバーとして活動していくことになりました。今後、同コンソーシアムを足場に、XML技術の普及促進に協力していきます。

<http://www.ntts.co.jp/wn/WhatsNew/010621.html>(報道発表資料)

<http://www.XMLconsortium.org/>(XMLコンソーシアムHP)



設立総会模様(写真提供: XMLコンソーシアム事務局)

## お問合せ

NTTソフトウェア株式会社技術開発部  
担当 / 村田 e-mail: kmurata@po.ntts.co.jp、奥山 e-mail: can@po.ntts.co.jp

7月 31日

## 『続』コールセンター』のすべて』出版

2000年3月に発行され、好評発売中の『『コールセンター』のすべて』(NTTソフトウェア取締役菱沼千明著)の続編として、『続』コールセンター』のすべて - eCRMへの挑戦 実践編 - が7月末に出版されました。本書では、eCRMの実践として、「インターネットの波にどう対応していくか」、「経営に対する効果が見えない」、「システムのコストを抑えたい」などの課題に応えるとともに、これからコールセンターが向かうとしている「eCRM」とはなにか、現状のコールセンターにはどのような悩みがあり、それをどのように解決されているかについて解説しています。

本書の章構成は次のとおりです。

- 第I章: コールセンターからeCRMへ
- 第II章: コールセンターの悩みとその解決法
- 第III章: Webコンタクトセンターの構築

## お問合せ

NTTソフトウェア株式会社ビジネスフロント本部  
菱沼 e-mail: hisinuma@po.ntts.co.jp



リックテレコム刊  
2,000円(税別)

## 先端的インターネット技術でビジネスシーズを創出する

インターネット技術センター(INL)は、TCP/IP によるネットワーク技術をベースとしながらインターネットでの最新技術を探求し、ビジネスシーズを生み出すことを目的として1998年に創設されました。センター長は後藤滋樹早稲田大学教授です。現在INLで実施しているプロジェクトと、その中で具体的にどんな技術に関連した仕事をしているのか、キーワードごとにご紹介します。

### IPv6 における KAME & USAGI

#### KAME

WIDE プロジェクト主催の研究プロジェクトの一つで、IPv6 プロトコルスタックの参照実装を行うことを目的としています。現在ではその成果が各種BSDのリリース版にデフォルトで組み込まれています。

#### USAGI

これもWIDE プロジェクト主催の研究プロジェクトの一つで、LinuxにおけるIPv6プロトコルスタックの整備を目的としています。LinuxにはBSD系OSに比べて早い時期からIPv6プロトコルスタックがカーネルの標準的な機能として付属しているのですが、仕様やAPIが日くして現在のIPv6の仕様に適合しなくなってきています。このプロジェクトではカーネルの仕様やライブラリに対して最新のIPv6技術を提供し、カーネルや周辺のライブラリ、アプリケーションへの貢献を目的としています。

#### これらのプロジェクトについて

KAMEとUSAGIは、どちらもカーネルソースをすべて提供することでIPv6の新機能を提供しています。KAMEについては、いわば枯れた部分をそれぞれのBSD系OSのカーネルに提供され、時期的に間に合うリリース版で使うことが可能となっています。Linuxについては、まだ全体的な統合の話はなく、USAGIプロジェクト内で発見されたバグが修正される程度です。

INLでは、USAGIプロジェクトに携わりMobile IPv6の実装を行っています。

### セキュアコンテンツ配送(コンテンツ著作権保護)

最近デジタルコンテンツとしての動画(蓄積型、ストリーム型(VOD/ライブ)配送が注目されています。RealNetworks、Microsoft等から著作権保護を可能とする製品が発表され、どの方式もデファクトスタンダードとなるために激しい競争を行っています。

INLでは、NTTの研究所の技術を用いたコンテンツ著作権保護機構の開発を行っています。

### ストリーム配送

音声や動画のように時間軸のあるデータを、すべてダウンロードしなくとも受信しながら再生できるよう配送する技術です。代表的なものとして、マイクロソフトのWMT、リアルネットワークスのRealSystem、アップルのQuickTimeがあります。

ADSLやFTTHのようなブロードバンドによるアクセスネットワークが提供されたため、今年末あたりから爆発的な普及が予想されます。

INLでは、配信エンジンとしての高ファンアウトスプリッタの開発を行っています。

### 電子透かし

電子透かしとは、人間が感知できない程度の透かし情報を埋め込み、コンテンツを加工・変更しても同じ透かし情報を保持することにより、コンテンツの出所を確認できるので、著作権保護として有効な技術です。

INLでは、電子透かしを使ったアプリケーションの開発を行っています。

### Radius認証システム

インターネットサービスプロバイダを通じてインターネットに接続する際に、ほとんどの場合、一番最初に認証を行います。その認証システムのほとんどが、Radiusプロトコルを使用したものです。INLでは、Radiusプロトコルによる認証機構、およびそれを含めたシステム開発を行っています。

### P2P

P2PはPeer to Peerの略です。NapsterやGnutellaなどのMP3データの違法交換で新聞や雑誌に取り上げられているのでご存知の方も多いでしょう。実際には悪の技術ではなく、パーソナルコミュニケーションを実現し、世の中に様々な影響を与える可能性を持った技術です。LEAFの公開や、Jnutella Workshopでの講演などの活動をしています。

(参考: <http://www.jnutella.org/jnudev/>)

## INLオリジナルの成果

### PortForwarder

PortForwarder(ポートフォワード)はSSH(Secure Shell)のポートフォワード(port forward)機能を実装したプログラムです。Windows 95/98/NT/2000およびWindows CE(Handheld PC Pro/2000, Pocket PC)上で動作します。WWWにより社外に公開しています。( <http://portforwarder.nttsoft.net/> )

### BBSランキング

BBSランキングは複数の掲示板サイトの新規投稿件数をカウントし、カテゴリごとにランキング表示するサービスです。大手ポータルサイトがインターネット上でサービスしている掲示板を調査対象としています。WWWにより社外に公開しています。( <http://bbs-ranking.nttsoft.net/> )

### LEAF

LEAFはGnutellaクローンのアプリケーションを作るため、Javaで作成されたライブラリです。WWWにより社外に公開しています。( <http://alt.nttsoft.net/> )

## こちらBaySide - 4 -

BaySide25は、若い女性をはっきりとターゲットにした異色のショッピングモールです。今回はこのBaySide25の概要をご紹介します。

### BaySide25の生い立ち

“こちらBaySide”の第一回目(SO-15号)のお話に出たように、BaySideは、SlerとしてのNTT SOFTがユーザとじかに触れるB2Cの実験・体験の場、という要素の強いビジネスとしてスタートしました。

BaySide25は、「知的で都会派の20代～30代の女性」をターゲットとしたeショッピングモールとして立ち上げました。

20代～30代の女性という、ブランドに敏感な世代です。そこで、BaySide25を「市場の中で、すでにこの世代に対して強いブランドイメージを確立しているテナントが集っている」サイトとして特徴付けるために、ターゲット層に訴求力のあるテナントを集めることを第一の目標にしました。ただ、それだけですとおぼろげなモールになってしまうので、入っていただくテナントは、今までeビジネスをしておらず、これからクリックス&モルタル型として発展しようという清新さと意欲のあるテナントにしようということになりました。現在のテナントは、まさにそういう私たちの思いに賛同してくださった方たちです。出店計画としては非常に達成感があり、また個人的にとっても愛着を持っています。

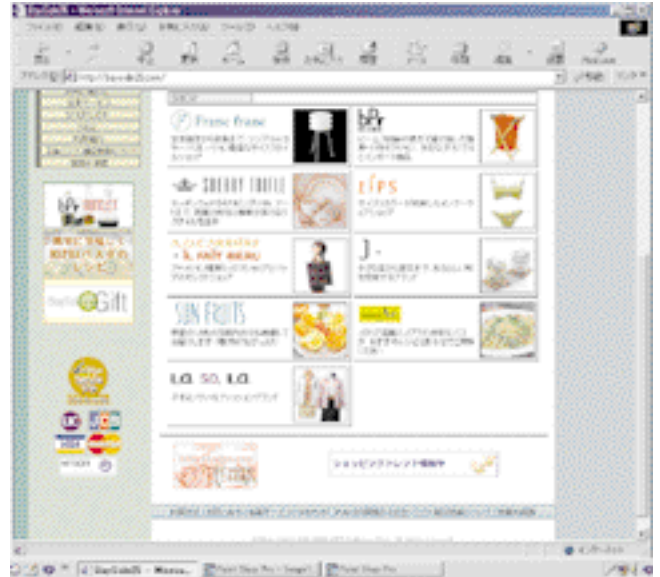
### システムとサービスの融合

市場でのブランド力を重視した背景には、実はもう一つ理由があります。NTT SOFTはSlerであり、BaySide25も技術集団の立ち上げたモールです。他のモールに比べると、システム自体の信頼感と、お客様の要望を取り入れたシステム改良が即座にできるという柔軟性があるという強みがあります。反面、サービス業経験者があまりないため、サービス面を補う必要があります。そこで、市場でブランドを確立されているテナントなら独自のサービスノウハウをお持ちですので、システムとサービスの良い補完関係ができ、双方の利点を伸ばしたモール運営が可能になると考えたからです。そのためには、モールの大型化や拡大を考えた運営をするより、厳選したテナントと、共感できるお客様を絞り込んで、サービスをご提供していくことが必要だとも思いました。一体感というのは、そういうところから生まれています。

ギフトページ



BaySide25のトップページ



### モールとショップの意見交換

私の主要な業務はテナント営業なので、日々の業務の中でテナント各社との緊密なコミュニケーションは欠かせません。さらに、定期的に「テナント会」を開催するなど、意見交換の場も設けています。「テナント会」は非常に重要な場で、システム側とテナント側のみならずテナントの間での交流もできるので、単なる交歓の場ではなく、大切な勉強の場にもなっています。そこでいろいろ話し合っているうちにモールでの新しい企画が生まれてくることなどもあり、モール運営の大きな原動力にもなっています。

BaySide25は、先にもお話しした通り、各テナントに特徴があがながら、テナント相互に一体感のあるモールを目指しています。そのため、テナント横断的なイベントも手掛けています。今、力を入れているのはギフトセットの販売です。メインユーザである若い独身女性が結婚の引出物に使えるもの、というテーマで各テナントから商品を選別してもらい、それをBaySide25の企画としてサイトに上げています。

今後はさらに、新しい企画として、お客様からの声を集めて消費者参加型の商品開発を行い、BaySide25で先行販売するという事も考えています。こうした展開を図りながら、これからも良質なモールをご提供できるように努力していきたいと思っております。「BaySide25」をこれからもよろしくお願ひいたします。

BaySide25 <http://bayside25.com>

先端システム開発センター  
アシスタントセールスマネージャ  
渡部瑞枝



## 「SO-」Vol.19のお知らせ

次号「SO-」vol.19 SO-創刊5周年記念号のテーマは「モバイル応用」(仮題)です。(2001年12月発行予定)

今日のITの進化の過程で、「モバイル」は最も重要なキーワードになっており、さまざまなシステムがモバイルへの対応を推進しています。次号では拡大するモバイル市場とその取り組みをご紹介します。

## SEED - 表紙の種 -

### 「種 現在を超越していく小さなもの」

花の盛りあとの種が残ります。繁栄の花が散ったあと、豊稔の果実の中心に、堅く小さく寡黙な種が残るのです。この残された種は確かに一つの季節の終わりを告げるものですが、しかし同時に次代につながる予感のようなものを感じさせるものでもあります。生長のサイクルの始点と終点に位置する種には両義性が秘められているのです。「一粒の麦、もし死なずば...」という一節が聖書にあります。一粒の麦は、そのままなら単なる麦一粒に過ぎません。しかし、種もみとして凍土に蒔かれ、荒涼とした時間のなかにいっとき死ぬことで、やがて巡る季節に実りをもたらされるのです。そのために一粒の麦は蒔かれなければならないのでしょう。種は自ら仮りの死を選ぶことで、死の連鎖をもっと深いところで断ち切ろうとする「くさび」のような意志のあらわれでもあるかもしれません。

手品のタネという比喩もあります。巧妙に仕込まれた小さな仕掛けが私たちの目に映る風景を一変させるとき、種とは現実を一変させる大きな可能性を隠したものの象徴であるといえるでしょう。それ自体で展開し拡張していく巨大なメカニズムを蔵しているものが種なのです。凝縮していながら、膨張を約束されたもの。内部に宿りながら、外部を指向する本質を持つもの。現在に連綿とせず、未来を志す小さなもの。種はこれらのすべてです。種とは暗夜に灯る小さな明かりの形をしているのです。

梅澤北明(ライター)

SO-創刊時、生長の始点の意味から表紙に種シリーズを採用しました。次号が創刊5周年を迎えるため、この号で種シリーズをひとまず終了し、次号から新しいシリーズの表紙で再スタートします。(編集室)

## SO-18号編集後記

「SO-」創刊以来4年を経過し、2001年12月で5周年を迎えます。SO-17号送付時、主に企業の読者の方を中心に読者アンケートを実施し、多数の方からご回答をいただきました。ご協力ありがとうございました。

18号では今年始めから新聞・雑誌などで急に目にするようになった「eCRM」を特集にとりあげました。今回は巻頭言をやめ、慶應義塾大学國領二郎先生と弊社取締役菱沼千明との特別企画の対談を行いました。これまでと違った特集構成をとることができました。

次号の19号が創刊5周年号になります。前記アンケートでのご意見を反映しながら、より役に立つ、読みやすいジャーナルにしていきたいと思っています。これからもよろしくお祈りします。(田島)

私の幼い頃には、お薬屋さんが家々を回り、良く使うお薬を補充してくれたり、古くなったお薬を持っていくてくれたりしていました。その薬売りの人から、お土産に紙風船などの簡単なおもちゃをもらったりするのがとても楽しみでした。ワンツーワンマーケティングの原点と、わけていいる薬売りの顧客名簿には、色々なことが書かれていたそうで、とても貴重なものだったそうです。これからは、このような日本の文化をもちこんだ心のこもった繊細なCRM手法が開発されて、より豊かな暮らしができるといいなと思いました。(田口)

読者アンケートにご協力くださいました皆さま、誠にありがとうございました。「SO-」へのご意見のほか、編集担当宛にも叱咤激励を多々頂き、とても良い刺激を受けました。今後も皆さまのパートナーとしてNTTソフトウェアの新情報やIT業界のトレンド情報など、皆さまのお役に立てる情報をお届けして参ります。お気づきの点やご質問・ご要望は編集室宛にお送りください。

さて、今回はeCRMを特集としたほか、電子クーポン「GOOPON」やショッピングモール「BaySide25」といったNTTソフトウェアとしては新しい分野でのビジネスの一端をご紹介します。ぜひそちらのホームページもご覧いただければと思います。(蒲)

1円でも安ければ遠くのスーパーに行くのも苦にならないのと同じように、点数をためるといづから安くなるポイントカードやスタンプカードは主婦の買い物の必需品です。おかげで、財布はいつもパンパン。心を鬼にしてダイエツとしても「特典付き」の甘い言葉に惑わされいつの間にか元通りに・・・。

自分の周りのお店が「GOOPON」を導入してくれたら、スーパーモデルのような財布を持つのに!と思うこの頃です。(上野)

発行 / NTTソフトウェア株式会社  
コーポレートコミュニケーション部「SO-」編集室  
発行人 / 田島 孝  
発行日 / 2001年9月7日  
〒108 - 6113 東京都港区港南2-15-2  
品川インターシティビルB棟13F  
TEL03-5782-7041  
E-mail so-info@cs.ntts.co.jp  
Homepage <http://www.ntts.co.jp/>  
企画編集 / 株式会社ジャパンライフデザインシステムズ  
編集協力 / フラケツ  
撮影 / 大塚勉・岩瀬陽一  
イラスト / 保田多三雄  
デザイン / 株式会社コンセプト  
印刷 / 図書印刷株式会社  
©1996-2001NTTソフトウェア株式会社