

A 40-Year History of
NEC Mobiling



NECモバイリング40年史

最近10年のあゆみ



発刊のご挨拶

当社は1972（昭和47）年、NECが製造・販売する移動通信機器の保守サービスを行うことを目的に、日本電気移動無線サービス株式会社として設立されました。おかげさまで、2012（平成24）年12月15日をもちまして、創立40周年を迎えます。

40周年という一つの節目を迎えることができましたのも、株主のみなさまをはじめ、お取引先のみなさま、そしてお客さまの温かいご指導、ご支援の賜物であります。また創立以来、幾多の関門を乗り越え、克服された先輩方の並々ならぬご尽力のおかげであると、心よりお礼申し上げます。

振り返りますと、創立当時の業務はポケットベルの保守が主体でありましたが、情報通信サービスに対する時代の流れを背景に、当社は保守サービスの範囲を逐次拡大してまいりました。これとともに事業分野も多様化させ、携帯電話の販売や修理、エンジニアリング、ソリュー

ションも行うようになってまいりました。これらはつねに新しい取り組みへの挑戦であり、困難との戦いの歴史でした。しかしみなさまのご支援のもと、それを乗り越え、日本の情報通信サービスの今日の発展に少なからず貢献をすることができました。

現在、国内外の移動通信市場においては情報通信技術の活用が進み、高速ネットワークとスマートフォン需要の急拡大を背景に新しいサービスが次々と登場することが期待されております。こうした結果、国内にとどまることなく、グローバルな市場への対応も望まれるようになってまいりました。

これに対し当社はショップというセールスプラットフォームと技術力の両方を持つ特色を活かし、次世代の移動通信サービスにも迅速な対応ができる体制を日々強化するとともに、より一層の成長を目指し、事業の発展、業績の向上に努めてまいります。

私がNECに入社いたしましたのは、くしくも当社が設立された1972年のことです。それから今日まで40年間、私は業界の発展と同時に変化の激しさをつねに肌で感じてまいりました。このたび40周年にあたり本書を刊行するのは、こうした変化に果敢に挑んできた私たちの姿勢を再認識するとともに、これまで培ってきた技術とノウハウを確認し、それらを礎に次の50周年への当社のあり方を見据えることにあります。ご関係のみなさま方には、当社の現在と未来の姿をご理解していただく一助となれば幸いです。

今後ともみなさま方には、一層のご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げますとともに、本書制作にあたりご協力いただいたすべての方々に改めて感謝を申しあげ、発刊のご挨拶に代えさせていただきます。

代表取締役社長

小崎 耕司

NECモバイルリング企業理念

NECモバイルリングは、

モバイル・マルチメディアをとおして、

世界の人々が、いつでも、どこでも

相互に理解を深め、

個性を十分に発揮し合う

生き生きとした社会の実現に貢献します。

CONTENTS

2	発刊のご挨拶
4	NECモバイルリング企業理念
6	特集 この10年で築いた強みで、未来を拓く
12	最近10年の歩み
32	資料編
38	事業の沿革
40	編集後記

この10年で築いた強みで、未来を拓く

この10年、当社は東証一部上場で幕を開けた。同時に、当社を取り巻く環境も大きく変化を始めた。私たちはそうした社内外の変化にどのように対応し、今に至ったのか。ここではこの10年の各事業を牽引してきた人々に、この10年をステップに未来をどう切り拓いていこうとしているのか、インタビューした。

ショップはお客さまとの出会いの場、 お客さまとの出会いを大切にすることが仕事です

モバイルセールス事業本部



小野 雅之(左)、小林 国博(右)

エリアマーケティングを徹底して行った出店戦略

東証一部上場で始まったこの10年、キャリアショップの店舗数は劇的に増加した。当社の店舗数は10年前に比べ約2.5倍の246店舗（2012年10月現在）になった。新規出店にあたっては、他代理店に先駆けエリアマーケティングを強化した。通信事業者の方針を踏まえ、どこに出店すればより多くのお客さまにご来店いただき販売台数が確保できるかを人口や通行量、購買データなどから分析し、徹底的にリサーチを行い、積極的に店舗を増やしていった。

この10年は怒濤の出店が続いた。出店のスピードが速いため、店長にはスタッフの採用や店舗の核となる人材の育成も含め、業績の目標達成を軸とした質の高いマネジメント力が必要となった。2002年に始まった「店長処遇（ライセンス）制度」により店長の役割が定義され、よりやりがいのある職位となった。

「事業規模、目標達成度合いによる処遇を行い、店長としての高いマネジメント力と、より高いレベルの目標達成を求め、処遇する制度です。」

これ以降、店長は管理職となり、女性店長も数多く誕生している。現在では、「プロジェクトリーダー制度」と

ともに制度運用されている。

損益管理ツール活用による経営者“店長”の確立

当社の経営効率は代理店の中でも上位に位置している。その大きな理由は損益管理手法のレベルアップにある。

「店舗ごとに損益を管理しています。とくに営業利益に関しては、店舗単位で週毎に細かくトレースできるようにしているので、店長が損益構造を把握できます。そうすると状況に応じて素早く対策がとれるようになります。現状ではデیلیーで各手数料の収入推移、ウィークリーで損益の進捗、そして月末着見込みが把握できるようになっています。代理店業界の中でも当社の管理手法のレベルは高いと思っています。」

かつては販売台数やネットワークオプションの獲得件数を追うものの、月中での損益が把握できず、月締が完了しなければ損益の数字が把握できなかった。

そこで、当社独自の管理システムを開発し導入した。その結果、自分の店舗の利益に対するモチベーションが上がり、店長に経営者の意識や商売人としての意識が強く芽生え、店長以下ショップスタッフも商売への貪欲さを

持つようになってきた。各代理店の中でも当社の高い収益力の根本は、この部分が極めて大きいと感じている。

新しいアイデアの導入でスマートフォンへの需要をカバーする

スマートフォンの登場で、ここ数年、市場環境は大きく変化している。

「スマートフォンは初期設定や使用方法の説明などで接客時間がどうしても長くなります。この効率化が課題です。まだ十分ではないですね。」
カタログやマニュアルを携えての接客から、接客に関わる情報をタブレット端末に集約し、お客さま応対時間の効率化を図った「タブレット接客」や、スマートフォンの初期設定をお客さまご自身でしていただける「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」など、新しいアイデアツールの導入も続けている。

これまであまりパソコンなどになじみのなかったシニアのお客さまにも、らくらくスマートフォンの需要が高まっている。当然ながら売れば売れば、アフターセールの対応が増える。簡単とはいえ、通話機能だけの端末ではないからだ。今後、シニアの方々の消費活動がより活性化し市場をリード



していくことをにらみ、よりお客さまの属性に合わせた対応が重要となってくる。

「いつでも気軽に相談に来ていただける、いつも丁寧に対応させていただき、また、つねにお客さまにとって有益な情報を提供させていただく。そういうショップであることが重要になってきます。これからますますそうなってくると思います。今の高校生や中学生の世代は、携帯電話デビューがスマートフォンなのですからね。」

一方で、スマートフォンは店舗の作りにも変化を与えた。さまざまな機能を持つスマートフォンやタブレット型端末などの商品には、実際に手にとって操作できる体験型の展示スペースが必要となった。すると小規模な店舗では展示スペースが取れないため、そういうショップは移転・増床しなくてはならない。そうしないとお客さまから支持されなくなってしまうからだ。また周辺環境変化により、移転・増床が必要となっているケースもある。それら店舗の整備にも順次対応していかなければならない。

お客さまや市場の変化を感じ取る感覚を持つ

次の10年、販売チャネルの変化により店舗数は増減するものと思われる。通信事業者の市場シェアの変化、量販店の動向によりショップ再編も起きてくるであろう。

「今後を見据えてやるべきことは何か。それは現在のショップや傘下の量販店を含めたセールスプラットフォームの拡大と質の向上です。これまでやってきたことのブラッシュアップはもとより、日々変化する市場とお客さまニーズをいち早く察知し、柔軟に対応できる体制と適応力



の高い人材が重要だと考えています。」

お客さまの求めるものはつねに変化している。市場環境の変化に対応できる柔軟性がないとお客さまにそっぽを向かれてしまう。たとえば、通信事業者が送り出す新しい商品・サービスと、お客さまが求めていらっしゃるものの中にはギャップがある場合がある。そのあいだに立って、お客さまのニーズと商品・サービスをマッチさせるのがショップの役割となる。たとえばテレビショッピングの販売手法は、商品の“高機能”“高性能”をうたい文句にしない。機能や性能をいくら説明してもお客さまには伝わらないからだ。そこで、こういうときに使うとすごく便利、こういうふうに使ってこんな素敵なことができる、と話す。それで商品がヒットする。つまり商品の機能・知識だけでなく、お客さまが気付いていない潜在ニーズを引き出すための対応スキルが必要なのだ。

「お客さまと市場の変化を感じ取れる感覚が大事だと思います。繁盛しているショップはお客さまに訴求するための店頭POPから他店と違っています。接客の中でお客さまの疑問や要求を吸収して、お客さまにご提案するための自分の引き出しをいかに増やせるかが重要なので



スマートフォン体験コーナー

す。それを表現するセンスが問われているのです。」

ショップにはさまざまなお客さまがいらっしゃる。ビジネスのヒントがある。ヒント以上に大切なものがある。

「ショップで接客していると、生涯出会わないであろうお客さまと出会うこともあります。“想定外”の人と出会うのは人生の糧であり有益なことです。出会いは無限で、誰でもそういう体験を一度はするべきだと思うのです。そういう場で人を見る“目”を養っていく。この仕事を通してショップは、人間として成長させてくれる場なんだと感じています。」

お客さまとの出会いを大切に、何度も繰り返しお店に来ていただけることが、私たちにとってのビジネスにほかならない。 ■



いらっしゃいませ！ 私たちにおまかせください

“電話屋さん”のままでは終わらない、 変化をリードする意気込みが大事

モバイルソリューション事業本部法人ソリューション事業部

“コストの最適化”を提案しておつきあいを深めていく

携帯電話は個人での利用にとどまらず、企業のなかでも必要不可欠なコミュニケーションツールとして定着してきた。これにともない、各ショップ内で法人向け営業を担う要員を中心に、店頭とは異なる販売ノウハウを持つ独自のプロフィット部門として組織化した。「法人ソリューション事業部にとって、この10年というのはまさにその立ち上げから現在に至るまでの歴史です。各ショップで法人向け販売を担当していた者が一堂に集まり、“自分の食い扶持は自分たちで稼ぐんだ”と誓いを立てるところから始まりました。」

法人・企業を対象とするセールス。最初のアプローチは通信コスト低減の提案だった。そのころ企業のなかで利用されている携帯電話は、個々人の利用頻度の違いなどを考慮せず、一律の



福田 和久



平船 勉

契約内容になっていたため割高な料金を支払っていることも多かった。そこで、当時すでにプロトタイプが完成していた料金プランシミュレーションシステム（ItsmoSaver）を活用し「こうすれば御社のご利用実態に合った料金の最適化ができますよ」という提案をしていった。

このような活動を積み重ね、企業内で携帯電話の管理を担当する方々からの信頼を厚くし、そのパイプをどんどん太くしていった。

「今では物販での利益に対してソリューションの利益が比率を増えています。月額いくらという形、いわゆるストックビジネスの利益がジワッと効いてくる構造になっています。」

通信のプロとして“揺りかごから墓場まで” 一手にケア

音声通話のみを目的としていた携帯電話から、PC用のデータ通信カード、スマートフォン、さらにはタブレット型端末と、取り扱う商品も高度化している。通話中心の携帯電話は事務用品と同じように総務系の部署で管轄するのが通常だったが、スマートフォンやタブレット型端末、データ通信カードでは担当がIT関連の部署に変わる。これは“OA機器”としての用途が広がり、扱う情報もパソコンと同様のセキュリティ管理を厳密にする必要が生じてきたためだ。そのため、求められる提案もコストだけではなくってきた。

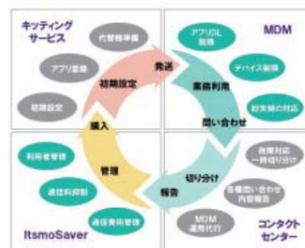
たとえば、スマートフォンやタブレットを使って外出先から自席のパソコンを操作したり、どこでもメンバーのスケジュールや資料を共有できる用途の提案。あるいは端末を紛失した際に遠隔操作で機能制限やデータ消去まで行える「MDM（モバイル・デバイス・マネージメント）」の提案。そういう形でお客さまが困っていることを見つけ出し、解決していく。そこでは商品知

識だけでなく、通信のプロ集団としての企業の総合力がものをいう。

「大げさに言うところ情報通信端末の“揺りかごから墓場まで”。当社はこの“ライフサイクルマネージメント”をワンストップサービスで実現できるので、導入前のセキュリティポリシーの作成から始まり、部署や業務内容に応じて端末の初期設定を行います。こうしたことはカスタムソリューション事業部やシステムソリューション事業部と連携して取り組んでいます。実際の運用が始まれば先ほどの『ItsmoSaver』や『MDM（モバイル・デバイス・マネージメント）』を通じてご支援し、使い方などで困った際のコールセンターも構築しています。そして機種交換時のデータ消去も。こうしたサイクルを、組織力でしっかりとお客さまをサポートしていくのが、我々の目指す“通信のプロ”です。」

市場は大きく変容している。競合相手もほかの携帯代理店だけでなく、IT業界まで広がる。

「単に変化を待つのではなく、自分たちで変化をリードしていくぞという意気込みこそが重要です。尻込みしては“出入り業者の電話屋さん”で終わってしまう。私たちは“通信のプロ”である、という自負をもって若い人たちがソリューションに取り組んでいる。それを心強く感じています。そういうことができないと将来はありませんから。」



携帯電話端末のライフスタイルに合わせた提案

“NECモバイルリングに任せれば大丈夫” 顧客の信頼は高い品質を生む技術から

モバイルソリューション事業本部システムソリューション事業部

否応なしの自立、しかし“武器”は身につけていた

当社はNECが納入した無線装置を設置する協力会社として実績を積み重ね、システムソリューション事業部にとっては、それが当たり前のことだった。ところが2009年度からNECの通信事業者向け無線装置設置業務がなくなることが決まった。このことは何を意味したか。会社が生き残っていくためには、仕事をNEC以外から受注しなければならなかったのだ。

「それまではNECとの対応だけすればよかったので営業は必要ありませんでした。しかしこれからは自分たちで仕事を取りに行かねばなりません。初めて営業部を作り、すぐに活動を始めました。」

それまで経験のなかった営業を手探りで始めた。そうしたなかで、海外の通信機器メーカーから、基地局の工事・試験や局データの作成業務を受注した。それまでNEC製の無線装置を採用していた通信事業者は、今後当該メーカー製品へ交換しなくてはならない。それにはNEC製機器の知識を持つエンジニアが必要だった。そこで、その知識と経験を持ち、それに見合った技術力を持つ当社に白羽の矢が立った。

「私たちにはNEC傘下で培った技術の積み重ねと実績がありました。エンジニアリング力、とくに無線系の技術に大きな力を持っていました。それが評価を得たのです。」

広がる業務領域。対応は柔軟に、コアの技術を極める

プロジェクト単位に移動を繰り返していた事業拠点をエンジニアリングセンターとして常設し、責任者の顔を外から見えるようにしたのも営業展開を視野に入れてのことだった。通信事業各社から受託する自宅訪問の事業も全

国への展開が続いている。個人のお客さまのご自宅まで出張し、受信状態を調査して最適な改善策を実施する。

「お客さまのお求めになる水準はどんどん高くなっています。“電話がつかない”だけではなく、“データの伝送が遅い”ことにも対応する知識と技術が必要ですし、接客態度にも高い水準が求められています。」

求められる技術も様変わりした。かつて基地局は大規模な設備の更新が当たり前だったが、現在はソフトウェアの更新で済んでしまうようになった。

「業務量としては減っているのですが、サービス系や家電など仕事の領域は拡大しています。そうするとコアをなす技術が時代にマッチしているかが重要になってきます。」

これからのシステムソリューション事業部には変化に対応できる柔軟さを持った人材が求められる。もちろん、技術を極めていく姿勢には揺るぎはない。

爆発的に増える通信データ、それらをさばく知恵と腕がある

アナログ携帯電話からデジタルへ。そして3GからLTEへと通信データ量は爆発的に増大した。“つながる”から“速度”を求めた時代となった。

「エリアを広げることは簡単です。問題はトラフィックの増加をどうさばいていくのか。それをケースごとにコンサルティングして、自分たちの技術を応用して、いかに解決するかを提案していきます。」

ある通信事業者からは東京23区内におけるエリアの最適化を依頼され、その設計の半分を担当している。渋谷、新宿、東京駅など人も通信も輻輳するエリアもある。この技術で競合できる同業他社は多くない。

「経験とノウハウがモノをいう仕事です。アンテナ方向の微調整や無線制御装置・基地局装置のパラメータ



月俣 俊博



松浦 賢一



現地調査試験

最適化、細かいトラフィックの予測、場合によっては『ここに基地局を新設しましょう』と提案することもあります。」

設計だけにとどまらず工事もできることは大きな強みだ。

「私たちは技術を品質という形でお客さまに提供し、信頼という対価をいただいています。“NECモバイルリングに任せれば大丈夫”と、今後もそう言われ続けなければなりません。」

立ち上がることで見つけた未来、 “生産革新” 実現までの長い日々

モバイルソリューション事業本部カスタマソリューション事業部



豊嶋 好二



佐々木 和久

激しく拒絶された “楽に早く仕事をする方式”

「この10年を振り返れば“生産革新”これがすべてですね。昨日までの仕事のやり方を、今日から180度変えてしまう。社員にそういうことを求めたわけです。それから10年にもおおよぶ年月をかけて座り仕事を立ち仕事へと変えた。それは効率のよさ、コストの低減、品質の向上を追求するために不可欠なことでした。」

当時、端末修理ラインでは大量の修理品の注文を抱え、修理品の滞留が解消できずいた。故障個所の解析にも時間がかかり、品質面でも多くの課題を抱えていた。

修理現場ではバラバラの工程で作業が進んでいた。社員一人が10個の修理品を持って作業をし、次の工程に渡す。そこでも同様に10個ずつ作業をする。修理品1台の修理にどのぐらいの時間を要するのか、把握することすら困難だった。

個人に腕の差があった。早い人にはどうしても仕事量のしわ寄せがくる。それを平準化したかった。検討を重ね、今までの考え方にはない生産革新を取り入れ、スムーズな流れができるラインづくりを目指すことを決断した。

「修理品を抱え込んで座って作業をしていたところへ、立って1個ずつ作業をするようにさせました。目標は1日250台と宣言しました。そうすることで1台あたりの作業時間が読めるようになり、大量の修理でもどのくらいかかるかがわかるようになりました。お客さまにも『明日は無理ですが明後日にはお渡しできます』と正確に答えられる。顧客満足度の面でも向上することができるのです。」

予想していたとはいえ、やはり社員から大きな反発があった。社員にはこれまでやってきた仕事のやり方への誇

りがあった。

これは“楽に、早く仕事をしよう”という手法なんだと繰り返し言ってもなかなかこだわりが捨てられなかった。立てと言っても立たないし、作業をやらない。毎日がそれとの闘いだった。命じるだけではだめなので、センター長自らが作業ラインに入り、実際に立ち作業をやってみせた。そしてやりやすくなることを一人一人に理解させていった。

重要なのは、出荷のために何をするか、ということだった。いわゆる“職人意識”を捨てるが必要だったのだ。新しい仕事の進め方が染み付いてくると、自然と今度はいい意味でライン間の競争が生じはじめた。向こうは何台修理したから、こちらも負けずにと、モチベーションの向上につながっていった。

“なぜ”を突き詰めて 即座に改善、おカネをかけずに 知恵で勝負

「どうやって付加価値100%を実現するかをつねに考えてきました。“立っている方が作業効率が上がる”ことを証明するためには、“なぜ”を克服しなければならない。やって見せて納得させる必要がありました。理解が進めば仕事にリズム感が出てくるし、失敗がなくなる。素直に仕事に入れるようになるわけです。管理職がラインに入る、つまり上司の背中を見せて部下を育てるのです。」

最初はトップダウンでも、やがてボトムアップで知恵が出てくるようになった。今ではラインの皆が現場に寄り、付加価値を上げることを目指している。

また、管理職も自ら作業に加わることで“改善点”を見つけることができる。現場に行って、話してみても、はじ

めて分かることがいくつもあった。

生産革新を進めていく過程で、誰が仕事をしてもし失敗が起こらない仕組みを作ることを目指した。データをフィードバックし、“見える化”を図って悪いところを少しずつつぶしていった。

「私たちの5WはWhenやWhereではなく、Whyが5回、“なぜ”の5乗です。“なぜ”を突き詰め、そして決めたら“3即”。ノーエクスキューズで即時、即座、即応。改革におカネをかけず知恵で勝ってみせたんです。」

カスタマソリューション事業部には営業職がない。だから修理品を早くお返しすることが営業活動になる。修理の状況は通信事業者からベンチマークされ、リードタイムや再修理率が他社と比較される。

以前、当社は5番目にすぎなかった。これが生産革新導入後すぐに3位以内となり、現在では断然トップを走っている。

「修理は“あたりまえ”の仕事。直ってあたりまえ。早くあたりまえ。それを実現したことがブランドロイヤリティとなりました。」

提出した見積価格で先方に驚かれる。安い、そして仕事が速い、人も少

ない。これは生産革新で競争力を高めた結果だ。

「効率と競争の時代に生きている以上、それを追求していくのが使命だと考えています。修理の対価はつねに下げられる。昨日と同じことをやっているのは10年後はない。マグロのように、“止まったら死ぬ”。そういう覚悟です。」

サービスセンター自体を 商品に。方法論を武器に さまざまな分野へ

この10年はいわば3Gの10年だった。しかしスマートフォンの登場で携帯電話市場は変容した。従来の携帯電話はメーカーごとに独自性があり、修理には技術や経験が大きくものをいった。しかしスマートフォンはパソコンと同様に汎用部品が多い。他社から仕事を奪うことも可能になる反面で、仕事を奪われる可能性も出てくる。買い換えのスピードが上がっていったら、修理そのものがなくなる危機感すらある。

「だったら自分たちはサービスセンターそのものを商品として売り出すんだ、という発想で仕事を広げている。」

生産革新の手法を身に着けた人材を派遣することもできる。工数支援ができるのでほかの事業部が取ってきた仕事をケアすることもできる。いろいろな企業が困っていることを聞いて、解決策を提案する。カスタマサービスからカスタマソリューションへ、可能性は外向きにも広がっている。

「修理にとどまらず、いろいろなことにこの方法論が応用できるはず。たとえばレストランの革新だって手伝えるのではないかと、そんなことも考えているのです。」

利益率を劇的に変えた生産革新。しかしそれも手段であって、時代ごとに合うものがある。リーダーたちの背中を見て新しいリーダーも育っているはずだ。

「我々の世代は改革を“やらされた”という感覚が強かった。しかし育ってきた次期リーダーは、自分がやるか決めるときには、強烈的な自己主張が出てくるはず。時代が変わっても“品質”は変わらない。修理がなくなる危機感のなかで、新たな提案が出てきてほしい。」

簡単ではなかった生産革新。しかし革新の歩みは未来に向かって、止まることなく続いていくのだ。 ■



お客さまからお預かりした端末の故障状況をひとつひとつ解析



1個流しの立ち作業でリードタイムを大幅に短縮



当社の出来事

- 1月 法人ソリューション統括部の新設
- 2月 カメラ付携帯電話向けサービス「プリモード」の販売開始
- 3月 東京証券取引所第一部に株式上場
- 4月 販売事業統合再編とNECグループのモバイル販売事業統合
- 4月 販売事業本部の新設（ブロック制・エリア制導入、お客さま相談室の新設など）
- 6月 人事処遇制度の改訂（職務グレード制導入）
- 8月 動的ホームページサービス「ダイナミックウェブ（dynamicweb）」の販売開始
- 9月 モバイルプルQ「ガスモデル」サービス開始
- 10月 コンプライアンス推進室の新設
- 10月 マラソン大会「よこはま Fun run day in こどもの国」の協賛（2002年～2008年）
- 10月 香港の携帯電話基地局最適化プロジェクトで感謝状受領
- 12月 知育玩具事業を開始
- 12月 携帯電話修理事業で修理表をペーパーレス化

業界の出来事

- 11月 auが1x EV-DO（3.5G）開始
- 12月 世界初骨伝導ケータイ発売（ソニー TS41）

一般社会の出来事

- 2月 スペースシャトル「コロンビア」が空中分解
- 3月 イラク戦争勃発（4月、フセイン政権崩壊）
- 3月 新型肺炎（SARS）が各国で猛威
- 4月 日本郵政公社発足
- 5月 「個人情報保護法」成立
- 6月 「有事法制関連3法」成立
- 7月 「イラク復興支援特別措置法」成立
- 9月 阪神、18年ぶりリーグ優勝
- 11月 衆院選で与党自民党が絶対安定多数を獲得、民主党も議席を伸ばし2大政党化進む
- 11月 イラクで日本大使館員2人殺害 流行歌「世界に一つだけの花」 「さくら（独唱）」



SARS患者を隔離して搬送できる車両が準備された（毎日新聞社）

カメラ付携帯電話向けサービス「プリモード」の販売開始

「プリモード」はカメラ付携帯電話の普及と女子中高生を発信源とする写真シール「プリクラ」ブームを背景に、家庭用のプリンターでは印刷することがむずかしく、メール利用が中心だった携帯電話で撮影した写真を手軽に印刷できるサービスとして企画された。

当初はショップ事業でのカメラ付携帯電話販売促進を目的に小規模な販売を予定していたが、2002年10月のプレス発表後に携帯電話販売代理店業界のみならず、全国のデジカメ写真プリントサービス業者やゲーム関係者などから問い合わせが殺到した。このため新たな販売網を構築して全国規模の販売となった。



「プリモード」

東京証券取引所第一部に株式上場

2002年2月、当社は東証二部に上場。その10月には東証より市場一部への指定について打診があった。そこで東証に対し、市場一部銘柄指定の申請を行うこととした。審査に必要な書類や質問に対する回答書を作成し、東証の審査を受けた。そして2003年3月3日、ついに当社株は一部上場銘柄となった。二部上場の2002年2月22日に続き、再び「ぞろ目」の日付となったのは印象深い。

当日は、大久保敬二社長（当時）から社員向けに役員便りが発行された。「東証第一部の企業となったことを誇りに思いましょう」という喜びの言葉とともに、「株主のみならずからの期待はますます大きくなり、社会的責任が重くなります。従来にも増してコンプライアンスを重視して日々の業務を遂行し、さらなる業績伸張を目指しま

しょう」という、社員全員へのメッセージが出された。

二部上場時には1,740円の初値をつけた株価であったが、一部指定となった後は、会社の成長への期待が高まり、2003年10月17日には4,340円の上場以来の高値をつけた。



一部上場の認証式で鐘を打つ千葉正人会長(当時)

販売事業統合再編とNECグループのモバイル販売事業統合

2001年度において全社売上高の66%を占めるに至ったショップ事業ではあったが、市場は鈍化の兆しが顕著となりつつあった。そこで競合他社との競争に勝ち抜く事業構造改革の一環として、ショップ事業に関する経営資源の有効活用を図り販売力強化につなげるため、販売事業を統合再編成することとした。2003年4月に東日本販売統括部、西日本販売統括部、販売事業支援部を統合してショップ事業に関する企画・運営を総括する販売事業本部を新設した。なお、これは当社にとって初の事業本部となった。

また、同年4月に埼玉日本電気株式会社から携帯電話の販売事業について2店舗の譲渡を、6月にはNECカスタマックス株式会社から16店舗の営業譲渡を受け、NECグループにおけるモバイル販売事業は当社に統合された。

コンプライアンス推進室の新設

当社のコンプライアンス体制は2000年3月の「NECモバイリング行動規範」の制定、各スタッフ部門における法令遵守についての監査などで、法令および企業倫理の遵守推進を確立しつつあった。しかし、今後ますます重要となるコンプライアンス体制を強化し実効性のあるものとするた

め、2003年10月にコンプライアンス推進室を新設し、当社の企業活動全般のコンプライアンスにかかわる企画・立案、方針展開ならびに啓発活動などを担当することとした。

その後、コンプライアンス推進室は2004年4月にコンプライアンス推進部となり、2007年4月のスタッフ部門組織再編に伴い、CS推進機能と調査機能を統合し現在のCSR推進部となった。

マラソン大会「よこはま Fun run day in こどもの国」の協賛（2002年～2008年）

横浜市や地域住民の方たちの健康増進に寄与するため、2002年から「健康マラソンフェスティバル in こどもの国」に対する特別協賛を実施した。同大会は2007年から「よこはま Fun run day in こどもの国」に名称変更し、幼児からベテランランナーまで2,000人を超える参加者がそれぞれの目的やレベルにあわせた6種類の競技に参加する大イベントとなった。

松尾義武社長（当時）によるスタートの合図が高らかに鳴り響き、当社ロゴ入りのゼッケンを付けた参加者たちが健脚を競った。スタート・ゴール地点には当社ロゴ入りの横断幕が掲げられた。また、当社ののぼりがたくさん立てられたメイン会場ではお楽しみ抽選会が実施され、当社ブースでは子供向けに射的、キャラクターの人形すくい、ターゲットフリスビーなどのアトラクションを実施し、多くの参加者で賑わった。社内からも家族を含め74名が競技に参加した。



NECのキャラクターも登場

香港の携帯電話基地局最適化プロジェクトで感謝状受領

NECが受注した香港における携帯電話基地局1,200局によるエリア構築において、当社はエリアの通信品質

向上に向けた最適化対応を担当した。さまざまな問題点を克服してこれを推進し、工事を完了した結果、お客さまより感謝状をいただいた。

当時、香港では新型肺炎SARS（サーズ）の感染が広まり始めており、プロジェクト遂行中は感染を防ぐために外出を控え、連日ホテルと職場の行き来だけという環境であったが、幸い感染者もなく無事に乗り切ることができた。

知育玩具事業を開始

携帯電話市場が人口普及率において飽和状態となりつつある状況を踏まえ、中長期的な売上・利益拡大を目指す事業構造の改善を進めるため2001年10月に新規事業開発部会「プロジェクト1」を発足させ、新規ビジネスの検討を開始した。同会議では抽出した4つの新規ビジネス候補の中から、当社の接客スキルを活かせることや少子化により子供一人当たりの教育費などが増加する傾向、先行する米国市場での高い成長などを考慮し、幼児の学習を目的とした知育玩具販売とコンサルティング事業に絞り込んだ。2003年7月から8月にかけてモザイクモール港北の仮設店舗でのテストマーケティングを経て、2003年12月に第1号店を横浜市のモザイクモール港北に開店した。2007年10月には店舗数11を数え、販売事業部から独立したGROBKIDS事業推進部を発足した。翌2008年には16店舗、さらに2009年には最大23店舗にまで拡大した。



オープン当時の店舗

携帯電話修理事業で修理表をペーパーレス化

携帯電話の修理工程管理には既存のMAINSシステム（NEC修理品質情報管理システム）より修理表を作成し、修理者が修理の内容および処置などを手書きで記入してきたが、修理表作成のコストや記入ミスによる手戻り工数の増加やタイムリーに修理進捗管理ができていないなどの問題点を抱えていた。このためカスタムサービス統括部はペーパーレス化を決断し、2003年8月よりシステム構築に向けたプロジェクトチームを発足させて準備を進め、同年12月中旬より運用を開始した。

ペーパーレス化にあたってはMAINSシステム（Ver.3）とのデータ連携性を高めることでのヒューマンエラーの最小化、進捗状況の見える化、余剰スペースの有効利用などを目標に据えた。これらにより工数削減や修理状況の情報共有化が実現し、修理工程の「生産革新」の一歩となった。

2003年 注目の出来事

パケット定額制の登場



W11H

第3世代の移动通信システムでNTTドコモのFOMAに後れを取っていたKDDIは、2003年11月より、3.5世代となるCDMA2000 1x EV-DO方式を利用した新たなサービスの提供を開始した。

前年、CDMA 1Xサービスの提供を開始して3Gの仲間入りを果たしたものの、データ通信速度の遅さから、大容量データの配信に向いていなかった。新たなサービスはCDMA 1X WINと呼ばれ、サービス提供に合わせて、メールやWebを利用した場合にデータ通信料が定額となるサービス（パケット定額制）も日本の携帯電話として初めて導入されたことから、市場に大きなインパクトを与えた。

当社の出来事

- 2月 NTTドコモグループ（第11回）全国改善事例発表大会の優良賞受賞
- 3月 ASPサービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供開始
- 4月 中国に上海慕百霖通信有限公司を設立
- 4月 「itsmoSaver（イツモセーバー）」の提供開始
- 4月 法務室を新設
- 4月 携帯電話マニュアル作成業務をNEC埼玉へ移管
- 5月 NECによる当社株式の一部売却
- 6月 松尾義武社長就任
- 6月 CMMレベル4の認定を取得（CMM公式アセスメント）
- 8月 「ドコモマイショップ」サービス活動開始
- 10月 販売事業本部内に広域営業ブロックを新設
- 11月 歯科医院紹介ポータルサイト「418ねっと」サービスをスタート

業界の出来事

- 7月 おサイフケータイ搭載端末発売 この年の携帯電話の人口普及率が70%を超える

一般社会の出来事

- 1月 山口県で鳥インフルエンザ発生
 - 2月 陸上自衛隊本隊、イラク到着
 - 3月 マドリッドで列車爆破テロ、死者約190人
 - 5月 小泉首相、平壤を訪問し金正日総書記と再会談。拉致被害者家族5人が帰国
 - 6月 「年金改革関連法」成立
 - 6月 観測史上最多の台風上陸で被害多発（～10月）
 - 8月 アテネオリンピック開催
 - 10月 イチローが大リーグのシーズン最多安打記録更新
 - 10月 新潟県中越地震
 - 11月 米大統領にブッシュ氏再選
 - 12月 インドネシアのスマトラ沖でM9.0の地震
- 流行歌「Jupiter」「瞳をとじて」



NTTドコモグループ（第11回）全国改善事例発表大会の優良賞受賞

2004年2月20日、NTTドコモグループ第11回全国改善事例発表大会が、グランキューブ大阪・大阪国際会議場で開催され、ドコモ北陸支社代表としてドコモショップ富山山室店「むろっち」サークルが出場し優良賞を受賞した。発表テーマは「マイユーザー囲い込み作戦～ひろげようやまむろの輪～」で、いち早く取り入れた会員制への取り組みに関する内容であった。ドコモ北陸支社グループが同大会に出場するのは初めてで、北陸支社管内のショップ約50店舗（チーム）が参加し、支店決勝大会の5チームに選ばれ、北陸支社グループ大会の最優秀賞を受賞し全国大会に出場した。

このNTTドコモグループ全国改善事例発表会は、全国のNTTドコモグループ（当時は全国ドコモ9社体制）の代表チームが集い、改善事例を披露することで改善事例の共有および改善活動の活性化を図り、効果的に水平展開を実施することを目的に開催されるもので、ドコモ中央から4チーム、地域ドコモ8社からは各2チームの、合計20チームが全国大会に出場した。



全国大会で発表する富山山室店「むろっち」サークル

ASPサービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供開始

2004年3月、ASP（アプリケーション・サービス・プロバイダ）サービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供を開始した。「ケータイサラダ」は携帯電話を使って簡単なホームページの作成やメール配信、顧客管理ができる小売店・サービスショップ向けのサービスで、iモードなどインターネット

接続機能やカメラ機能付携帯電話の普及により、携帯電話を活用した顧客アプローチが形成されつつあるなかで事業化を開始した。

初期段階では通信事業者3社の携帯電話向け画像変換サーバを開発し、携帯電話販売促進での活用を念頭にプレ営業を開始したが、サイト構築だけでなくメール配信機能への要望が強かったため、この機能を搭載することとした。

事業化にあたっては市場ニーズを確認するため、サンプル企業の獲得活動を開発メンバー全員で行い100社を獲得した。ターゲットは中小の商店や関連団体とし、「商品のモバイル版チラシ」、「モバイル版アルバム」での利用を働きかけていった。

「ケータイサラダ」はクーポン、ポイント、絵文字対応など機能強化を重ね、2005年には利用数が300件を突破し、2008年には1,000件を超えた。採用先も小売業から公的機関、携帯電話通信事業者、百貨店、メーカーとの連携など大手企業まで浸透していった。



「ケータイサラダ」のカタログ

中国に上海慕百霖通信有限公司を設立

2004年4月、中華人民共和国上海市外高橋保税区に海外子会社の「上海慕百霖通信有限公司」を設立した。同社はNECが中国携帯市場へ本格的に事業拡大するのに際し、当社の現地法

人を設立し、NEC向けに携帯電話端末保守部材の供給事業拡大を目的とするものであった。中国国内向けの携帯電話および携帯電話システムの保守部材および関連するマニュアル・治具の調達と販売を主な事業領域とし、社員は3名でスタートした。

「itsmoSaver（イツモセーバー）」の提供開始

2004年4月、「itsmoSaver（イツモセーバー）」のサービスを開始した。「itsmoSaver」はショップ事業拡大に伴い、社内で増加する携帯電話料金の管理を効率的に行うことを目的とした社内用管理ツールだったが、法人営業担当者から担当企業に紹介したいとの要望を受けて外販化に向けた検討を重ね、提供を開始した。

開発当初の目的は携帯電話の管理工数の削減にあった。外販化を進める中、通信費の削減にも取り組むこととして、「管理者による通信費の監視」ではなく「利用者の「気づき」による抑制」を特長とした「利用実績メール配信機能」を組み込むことで、費用対効果の高いツールとして他社サービスとの差別化を行った。

スタート当初、対応する通信事業者は1社だったが、通信事業者の増加やサービスの变化などに対応し、2005年4月にはマルチキャリア対応を実現した。また2006年11月にはNEC向け



「イツモセーバー」のカタログ

カスタマイズ（「itsmo-Saver for NEC」）、2008年4月には携帯電話の管理業務請負サービス（BPO）の提供をそれぞれ開始。2010年2月には固定電話通信事業者へも対応し、2011年7月にはスマートフォン管理業務請負サービスの提供を開始した。

2012年現在、「itsmoSaver」はASPサービスの枠を越え、営業・開発・運用の三位一体で端末の導入支援から管理運用、ヘルプデスク、料金コンサルテーションまで行うトータルサービスに発展し、導入企業数350社以上に達した。

NECによる当社株式の一部売却

2004年5月、当社株式の流動性を高め株主層の拡大を図ることを目的として、NECが保有する当社株式のうち234万株が売却された。これにより2004年3月末に4,396名だった株主数は2005年3月末には9,914名に増加した。また、NECによる当社の持株比率は67.1%から51.0%となった。

松尾義武社長就任

1970年4月NECに入社。1996年4月同社交換移動通信事業本部移動通信システム事業部長、2002年4月NECネットワークス執行役員などを歴任後、当社第7代社長に就いた。就任にあたっては「すべてはお客さ



第7代社長 松尾 義武

まのために」を最大の価値観とし、職業倫理と遵法精神を貫き、「打てば響くような風通しの良い、きびきびした会社」、「絶えることのない成長への挑戦」を経営方針として掲げ、携帯電話販売事業、携帯電話修理・エンジニアリング事業に継ぐ第三の事業の柱の育成を目指して大規模な社内横断プロジェクトを推進、新事業の開拓に努めた。

CMMレベル4の認定を取得（CMM公式アセスメント）

2004年6月、当社の第一開発統括部第一モバイル開発部はCMMレベル4の認定を取得した。CMM（capability maturity model＝能力成熟度モデル、現行はCMMI）はカーネギーメロン大学が開発したソフトウェア開発能力の品質管理手法で、達成度合いにより等級が設けられている。当社が取得したレベル4は、5段階のうち上から2番目の「標準化されたプロセスを定量的に測定し、洗練化していく状態」にあたる。日本のモバイルソフトウェアの開発に携わる部門での取得はまだ例が少なく、業界内での注目を集めた。

2004年 注目の出来事

おサイフケータイが登場



mova P506iC

2004年6月、NTTドコモは電子マネーとして店舗や自動販売機、インターネット通信販売での商決済だけでなく、乗車券やチケット、ポイント、会員証などのさまざまな用途に使うことのできるおサイフケータイのサービスを開始した。

すでに携帯電話にはメールやインターネット接続、カメラ（静止画や動画）機能、音楽再生機能も付いて年々多機能化が進んでおり、その後もGPS機能、ワンセグ視聴などが加わり、さらに多機能化していった。

2005

平成 17 年

当社の出来事

- 1月 法人ソリューション統括部を廃止し、法人営業本部とソリューション開発本部を新設
- 2月 プライバシーマークを取得
- 3月 香港にコースウェイベイリペアショップを設立
- 4月 新事業開発プロジェクトを開始
- 4月 ポイント制退職金制度・規約型企業年金制度を導入
- 6月 執行役員制度を導入
- 6月 NEC CS社長特別賞の受賞（仙台プロジェクト事務所）
- 6月 サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗オープン
- 9月 個人情報保護の第三者認証マークTRUSTeを取得
- 11月 TBS「イブニングファイブ」でドコモショップ西日暮里店の電話教室の様子を放映
- 11月 フジテレビ「ごきげんよう」でDo-Plazaの「ラーメン占い」を放映
- 11月 ASPサービス契約数順調に推移（「ケータイサラダ」300件突破）
- 12月 「社内基幹システム（e-Bis）」の開発プロジェクトスタート

業界の出来事

- 4月 NTTドコモ、PHSの新規申し込み受付終了
- 12月 auがワンセグ対応携帯電話を発売

一般社会の出来事

- 2月 ライブドア、ニッポン放送株35%取得を発表
 - 3月 愛知万博開催（～9月25日）
 - 4月 「個人情報保護法」施行
 - 4月 ローマ法王ヨハネ・パウロ2世が死去
 - 4月 JR福知山線脱線事故、107人死亡
 - 8月 米南部に超大型ハリケーン・カトリーナ襲来
 - 9月 衆院選で自民圧勝、第3次小泉内閣発足
 - 10月 「郵政民営化関連法」成立
 - 10月 ロッテ、31年ぶり日本一
 - 11月 耐震強度偽装事件発覚、「住」への不安が広がる
- 流行歌「*～アスタリスク～」 「さくら」



にぎわう愛知万博（毎日新聞社）



プライバシーマークを取得

2005年2月、財団法人日本情報処理開発協会（JIPDEC）のプライバシーマークを取得した。

2003年5月個人情報保護法が施行され、2005年4月より事業者を対象とした個人情報保護に関する義務条項の施行が決定した。当社の個人情報保護体制の整備は、2002年にプロジェクトを発足し、2003年1月に個人情報保護ポリシーを制定、同年8月に個人情報保護に関する規程・細則を施行し、全社員への教育を実施した。2004年2月には内部監査を行い、個人情報保護体制を整え、プライバシーマークの取得審査に備えた。

プライバシーマークの取得は、第三者機関の厳格な審査を受け認められるものであり、とくにショップ運営上でも、お客さまの個人情報を取り扱う当社にとっては重要なことであった。今後も継続的に管理体制を維持していかねばならない。



香港にコースウェイベイリペアショップを設立

2005年3月、NEC中国香港支店からの依頼を受け、香港にリペアショップを開業した。当時、香港におけるNECグループの携帯電話販売事業は、販売がNEC香港、保守が当社という体制がとられていた。当地では日本とは異なり、携帯電話の修理はメーカーに直接持ち込まれるため、NEC製携帯電話修理のための拠点を立ち上げる必要性に迫られていた。

リペアショップ開設にあたり、2005年1月より香港島内の区域で店舗探しを開始し、数十件の物件候補からコースウェイベイ駅から1分のコンチネンタルダイヤモンドプラザビルに決定した。同年3月に当社香港支店の

1拠点としてコースウェイベイ リペアショップを開業した。当初は中国人スタッフを含む総勢4名で立ち上げ、香港向けNEC製携帯電話の端末修理を行った。その後、香港でのNEC製携帯電話の利用が減少し、2007年12月末で惜しまれながら撤退することとなった。



コースウェイベイリペアショップ

新事業開発プロジェクトを開始

2005年当時、当社の事業は通信事業者ブランドのショップ事業とソフト開発や端末修理などNEC関連事業とに大別されていたなかで、自主事業の開拓が大きな課題であった。松尾義武社長（当時）の「第三の事業の柱を育成したい」という熱い思いのもと、外部の知識とノウハウを活用するべくコンサルティング会社を採用し、社内横断プロジェクトを発足させて約半年間にわたり活動した。

このプロジェクトは約10名の社内メンバーとコンサルティング会社の数名のスタッフで構成され、当社の強みと弱みを分析し、新たな領域のビジネスチャンスの可能性とその潜在規模などを体系的に分析した。結論として、他社修理の獲得やリフレッシュ事業への挑戦、組み込みソフト開発分野への進出、ショップ店頭でのクロスセルの拡大、さまざまなサービスをバックヤードに取り込んで携帯ユーザーに提供する「モバイル・バリュー・プロデューサ」への脱皮、などが提言された。

執行役員制度を導入

2005年6月より執行役員制度を導入した。同制度の導入により、取締役会が担っている経営監督機能と業務執行機能を分離することで取締役会の意思決定の迅速化を図るとともに、業務執行に対する監督機能を強化した。一方、執行役員は業務執行に専念することになった。これにより効率的な経営と競争力の強化を図っていった。

サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗オープン

2005年6月、ドコモショップモバイルタウン小塚店内にサーティワンアイスクリーム那覇小塚店をオープンした。また、9月にはドコモショップ石岡店内にサーティワンアイスクリーム石岡店をオープンさせるなど、全盛期には全国で9店舗の運営を行っていた。

当時、ドコモショップのお客さまは、比較的年齢層が高いこともあり、若年層の取り込みが課題となっていた。ドコモショップ店舗内のスペースの有効利用や若い女性に人気のアイスクリーム店の併設といった新しいスタイルが、今後ドコモショップとサーティワンアイスクリーム店双方の顧客獲得に相乗効果をもたらすものとして開設した。



サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗

個人情報保護の第三者認証マーク TRUSTe を取得

2005年9月、当社は運営中の7つのWEBサイトにおいてTRUSTe（トラスト・イー）の認証を取得した。TRUSTeは、国際的なプライバシー保護組織として知られる米国の非営利団体で、WEBサイト運営企業・団体が収集した個人情報の取り扱いを第三者の立場で審査し、その基準を満たしている企業が認定されるものである。

「社内基幹システム（e-Bis）」の開発プロジェクトスタート

ショップ事業における従来の販売管理システムは、蓄積されたデータを毎日1回、夜間に本社へ送信するためリアルタイム性がなかった。また各店舗にサーバが設置されていたため、セキュリティやメンテナンスの面にも多くの課題を抱えていた。そこでショップ事業の新しい販売管理システム「e-Bis」の開発プロジェクトが2005年12月に発足した。約1年半の開発期間を経て2007年6月から順次導入が開始され、2008年1月に全国稼働となった。

新システムの導入により、入力項目の削減とコンピュータそのものの高速化で1件当たりのデータ入力時間が従

来の約半分となり、レジ端末単体での処理時間も短くなった。また、各店舗に設置されていたサーバをデータセンターに移設・集約したことでセキュリティ面での安全性も向上し、ビル停電やネットワーク障害などでの業務への影響もなくなった。さらにWEBベースのシステムに変更したことにより、販売・在庫など各種の実績データが30分ごとに更新されるようになり、リアルタイムで実績の把握が可能となった。



「iモード」をかたどった入口が特長的な店舗

2005年 注目の出来事

901i シリーズが FOMA 市場を牽引



FOMA N901iC

2005年2月、NTTドコモのFOMAサービスの契約は全国で1,000万件を突破し、8月に1,500万件、年末の12月31日には全国で2,000万件を突破した。このFOMA契約数の拡大を牽引したのがN901iCをはじめとする901iシリーズだった。

FOMAのサービスは次世代の携帯電話として2001年から開始されていたものの、サービスエリアの拡大の遅れから、契約数が伸びていなかった。しかしサービスエリアが充実するとともに、端末の性能の向上やおサイフケータイ機能の搭載などにより、人気は急上昇し、翌2006年にはNTTドコモの契約数の50%以上をFOMAが占めるようになった。

2006

平成 18 年

当社の出来事

- 1月 「V1-Generate」の販売開始
- 3月 MNP（モバイルナンバーポータビリティ）の予約獲得件数がドコモ中央内で第一位
- 4月 モバイルソフトウェア事業を営業譲渡
- 4月 NECモバイルリング従業員会の発足
- 4月 携帯電話エリアサポート業務を受注
- 4月 端末修理ラインの改革
- 5月 ベネズエラで初の海外工事を受注
- 6月 チャネル販売力の強化（量販ルート獲得・サーティワン併設増強など）
- 7月 NEO新横浜第二ビルへ本社移転
- 11月 光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアル開始
- 11月 カラーをテーマにしたSNS（ソーシャルネットワーキングサイト）「Colorful・CAFECLIP」をオープン
- 12月 企業向けASP事業の拡大（「ケータイサラダ」600社超・「itsmoSaver」75,000件加入）

業界の出来事

- 4月 ワンセグ放送開始
- 4月 ソフトバンク孫社長、ボーダフォンを買収（新販売方法での参入）
- 7月 ケータイ補償サービス開始
- 10月 MNP（モバイルナンバーポータビリティ）の開始

一般社会の出来事

- 1月 ライブドア事件で堀江貴文社長ら逮捕
- 2月 トリノ冬季オリンピック開催。フィギュアスケートで荒川静香選手が金
- 3月 ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）、王ジャパン初代王者に
- 5月 ジャワ島地震で死者約6,000人
- 6月 村上ファンドの村上世彰代表、インサイダー取引容疑で逮捕
- 7月 北朝鮮がミサイル発射、日本海に着弾
- 8月 福岡市職員の飲酒運転事故で3児死亡、自治体で飲酒運転への懲戒免職が広がる
- 9月 秋篠宮妃紀子さま男子ご出産
- 9月 安倍内閣発足
- 10月 福岡で中学2年生が遺書残し自殺、いじめ苦自殺が相次ぐ
- 10月 日本ハム、44年ぶり日本一
- 流行歌「三日月」「Real Face」



「V1-Generate」の販売開始

2006年1月、リアルアフィリエイト事業である「V1-Generate (Value one generate)」が首都圏において販売を開始し、同年2月に九州、4月には全国展開を開始した。

リアルアフィリエイト事業とは、実在する携帯ショップなどでネット上のコンテンツをユーザーの意向に合わせて紹介するビジネスを指す。携帯電話の普及とともにさまざまなジャンルの携帯コンテンツが立ち上げられたが、ユーザーが自分の希望に合ったコンテンツを探して登録する手間は複雑であり、その解決の場として携帯ショップなどのリアル店舗を活用してもらうことを提案した。

これにより契約店舗は在庫のいらない新たな収入源を確保し、コンテンツプロバイダーは新たなユーザー層へのアプローチが可能となった。

「V1-Generate」は順調に成長を続け、2008年には取扱数が1,000店舗となった。



お客さまに「V1-Generate」でコンテンツを紹介

モバイルソフトウェア事業を営業譲渡

2006年4月、NEC製の移動体通信端末に組み込まれるソフトウェアや移動体通信の基地局装置用ソフトウェアの開発などを行うモバイルソフトウェア事業を、日本電気通信システム株式会社に営業譲渡した。当社のモバイルソフトウェア事業は、NECグループのモバイル端末事業をとりまく技術や市場環境の変化を受けて縮小していた。そこで携帯電話に関連する販売、修理およびビジネスソリューション事業に経営の基盤を集中し、中期的な事

業収益の向上を図るため同部門を営業譲渡することとした。

NEC モバイルリング従業員会の発足

2006年4月、NECモバイルリング従業員会が発足した。当社では拠点やショップの増加に伴い、1996年12月に従業員間のコミュニケーション向上を図るため「ねむこむ会」を発足し、主にレクリエーション活動を行ってきたが、労使協定の締結や従業員からの意見聴取、従業員代表の選出などの法定手続きを適法に実行するため「ねむこむ会」を再編し、新たに従業員会として発足した。NECモバイルリング従業員会では、経営方針・経営課題の浸透と法定手続きを実行する機関として労使懇談会、労使専門委員会を設置し、年に2回定期的に開催している。従業員代表と経営陣の間では活発な意見交換が行われ、働きやすい会社を目指して改善が行われている。

携帯電話 エリアサポート業務を受注

2006年4月、東海地区の通信事業者より受注したエリアサポート業務を開始した。この業務は同年2月に同社より当社へエリアコールセンター業務の実施について打診があり、具体的な業務は未経験ながら今後の発展を考慮してチャレンジすることを決定した。

まず要員50人を集めたが、全員が未経験者であったことから、ただちに教育と業務トライアルを開始し4月からの業務スタートに備えた。

本件をきっかけとして関東地区でも訪問調査業務は拡大していき、ほかの



お客さまのもとで調査を行うスタッフ

通信事業者から全国での自宅訪問業務を受注するに至った。

端末修理ラインの改革

2001年前後よりNEC製携帯電話は人気が高まり、4年連続トップシェアを維持していた。こうしてNEC製品の稼働台数が増えた結果、修理台数も増加の一途をたどり、2006年当時、当社の端末修理ラインでは修理品の滞留が解消できなくなっていた。また修理解析時間も工数を要していたため、後工程においても滞留を解消できず、品質面での課題も抱えていた。

そこで端末修理ラインの拡大と効率化に向けた検討を重ね、量産（生産）における改善活動の考え方を修理現場にも適用すべく、仕掛削減、修理効率、品質向上の視点から改善活動を開始した。さまざまな要因により改善活動は苦戦をしいられたが、スムーズな流れができるラインづくりを目指し、納期短縮、原価低減、棚卸削減、キャッシュフローならびに修理品質の向上を図っていった。



改善された端末修理ライン

ベネズエラで初の海外工事を受注

2006年5月、当社初の海外工事となるベネズエラ国鉄向けカラカス近郊線鉄道複合通信システムの列車無線に関わる本線工事が始まった。同工事は当社からNECへ出向中の社員が納入プロジェクトを担当し、当社復帰後も担当していたことから引き続き管理業務を請け負うこととなったものである。

当初は受注元の総合会社からプロ

ジェクト窓口業務および列車無線に関する管理業務を委託されていたが、代替製品の対応や具体的な現地工事の開始に伴い、管理業務を担当し、契約内容およびシステムを熟知している当社が工事も含めたプロジェクト全体を円滑に実行できることが評価され当社が主契約者となった。

工事はプースタの設置、鉄塔の建設、全長43kmにもおよぶLCX（漏洩同軸ケーブル）の敷設、営業車両への無線機取付けなどを行った。また、保守車両への無線機の取付けや、すでに製造中止となっていた車載無線機の代替品の調達など、追加工事も行い、2007年3月末に工事は完了した。



LCXの敷設

光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアル開始

2006年11月より、インターネット固定回線である光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアルをドコモショップ町田店においてスタートした。

2004年11月発表のNTT中期経営戦略の中で、次世代ネットワーク構築に向けて2010年までの光回線3,000万契約が打ち出され、FMC（固定回線と移動通信の融合）に向けた取り組みが始まっていた。

2006年10月にシステム統括部においてブロードバンド販売計画が立案され、2007年4月には事業戦略として回線販売を加速するとともに、FMCの市場開拓についても指示が出された。また、収益性確保と合わせてITソリューションショップ構想も示され、その後は販売事業本部新事業推進室が総括の責任部門となった。

2007年秋以降はドコモショップにおけるBフレッツの販売を加速し、パソコンやFAXなどと合わせた「光スターターパック」キャンペーンや、Wi-Fi機能を搭載したNEC製携帯電話端末N-02B、N906iLとのキャンペーンなどを展開した。



当時の取扱店

2006年 注目の出来事

ソフトバンクが市場参入



ボーダフォンの買収を報じる新聞（2006年3月18日付朝日新聞）

2006年4月、ソフトバンク株式会社は日本で携帯電話事業を行っていたボーダフォンの日本法人を買収し、同年10月にソフトバンクモバイル株式会社が設立された。ソフトバンクモバイルは翌2007年から、ホワイトプランなどの割安な料金プランを発表するとともに、CM戦略で若者層の支持を集めはじめ、毎月の純増数でほかの通信事業者を抑えて首位になることが多くなった。さらに2008年から国内独占販売を開始したiPhoneが人気を呼んだことが追い風となり、2012年8月には契約数が3,000万件を超えてKDDIに迫る勢いとなり、日本の携帯電話市場を牽引するまでになっている。

2007

平成 19 年

当社の出来事

- 4月 公共モバイル事業を営業譲渡
- 4月 携帯電話基地局の初期対応保守業務を受注
- 4月 事業構造改革の推進（全社スタッフ再編）
- 5月 神奈川県で初の「くるみん」認定取得
- 5月 「カスタマ2.0」改革プロジェクトスタート
- 6月 携帯電話海上エリア測定業務開始
- 7月 テレビ神奈川「NEWSハーバー」内で次世代育成支援認定企業の特集放送
- 8月 「ケータイサラダ」事業単月黒字化（スタートから3年6カ月）
- 10月 業種特化型ソリューション「MV Pro」販売開始
- 10月 特定派遣業務開始
- 11月 ドコモ中央スタッフ対応コンテストでグランプリ受賞

業界の出来事

- 1月 ソフトバンクモバイル、ホワイトプラン導入
- 3月 13年ぶりの新通信事業者「イーモバイル」誕生
- 4月 3G携帯、GPS機能標準搭載へ
- 11月 新販売方式導入
- 12月 携帯電話加入数、1億件超え

一般社会の出来事

- 1月 不二家が洋菓子販売休止
 - 3月 各国で中国産品から有毒物質、安全性に不安が高まる
 - 4月 年金記録漏れ5,000万件判明
 - 5月 仏大統領にサルコジ氏就任
 - 7月 新潟県中越沖地震
 - 7月 参院選で自民党歴史的惨敗、与党が過半数割れし、ねじれ国会に
 - 9月 安倍首相が突然の退陣、福田内閣発足
 - 9月 ミャンマーで反政府デモ、日本人映像ジャーナリスト死亡
 - 11月 中日ドラゴンズ、53年ぶり日本一
 - 11月 防衛省汚職発覚。守屋前防衛次官逮捕
 - 11月 原油価格高騰。1バレル＝100ドル近くに
- この年 赤福、船場吉兆などで食品偽装相次ぐ
米サブプライムローン問題で、世界の金融・経済混乱
流行歌「千の風になって」「蕾（つぼみ）」



公共モバイル事業を営業譲渡

2007年4月、当社の公共モバイル事業（自営無線通信システム事業）を NEC ネットワーク・センサ株式会社 に営業譲渡した。

当社では公共モバイル事業として NEC グループの公共公益団体向け自営無線通信システムの開発、製造、SI（システム・インテグレーション）、保守などの業務を取り扱ってきたが、デジタル化の進展や消防救急無線の広域化などの影響を受けて、これらの業務をとりまく技術や市場環境が変化してきていた。こうした状況の中で、当社が保有するリソースでは公共モバイル事業のデジタル機器開発や統合ソリューションの提案を効率的かつタイムリーに進めることは困難になっていた。そのため NEC とともに検討を重ね、同事業を NEC の消防・防災ソリューション事業の一部を担当している開発・生産会社の NEC ネットワーク・センサ株式会社へ移管した。

携帯電話基地局の初期対応保守業務を受注

2007年4月、関東地区における通信事業者より、基地局の一次保守業務（東京ブロックⅢ）を当社単独で直接受注することに成功した。

NEC が同社向けに基地局装置を納入していたことから、納入地区の一次保守を NEC が受注し、当社が協力会社の位置付けで実施していたものであった。

2006年から、一次保守業務の受注を目指して提案活動を開始した。新たな提案の基本は、陸上特殊1級取得者が対応する無線技術の高さや価格競争力などであった。これらを実現するために、高い技術力のあるキーマンの育成、24時間対応、3時間以内駆けつけ体制の確立、資格取得の講習会実施、短期間での簡易拠点設置などの施策を実行し、受注に至った。

神奈川県で初の「くるみん」認定取得

2007年5月、当社は仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組んでいる企業として、神奈川県労働局より県内では初となる認定マーク（通称「くるみん」）を取得した。

当社では、育児休職者向け専用ホームページ（「育チュウ.com」）の開設や子育て支援サービス利用費補助、管理職向け意識向上研修などを実施しており、法定基準である女性の育児休職取得率70%、男性育児休職取得者1名以上を満たしていた。

認定マークの取得に関しては、地元テレビ局tvk（テレビ神奈川）のニュース番組「NEWSハーバー」で両立支援に取り組む企業として特集で紹介されたほか、財団法人21世紀職業財団主催の両立支援推進者セミナーにおいて、神奈川県内企業約70社へ事例紹介も行った。



「くるみん」認定マーク

「カスタマ2.0」改革プロジェクトスタート

2007年5月、当社の事業活動を、NEC製携帯電話の修理から“一歩先ゆくステージ”へ進化するための土台作りとして、カスタマサービス部（当時）の中核をなしている「Repair&Service」をバージョンアップし新規事業を取り込める体制を構築するため、改革プロジェクトを立ち上げた。当時、携帯電話販売は好調な一方で修理台数の増加が停滞し、社員のモチベーションの低下も見られ職場風土の改善が求められていた。このため同プロジェクトにはモチベーションを2倍、職場風土も2倍良くして、利益も2倍にしようという意気込みを込め、ソフトウェアなどのバージョンアップになぞらえて“2.0”と命名した。

プロジェクトでは風土改革のプロジェクトグループを組織し、ステアリングコミティー、プロジェクトリーダー、改革チームリーダーを選任して毎月フォローアップミーティングを実施し、4半期ごとにステアリングコミティーへの報告会を行った。また、期末の3月にはチームごとに活動の発表と表彰を実施した。表彰後の懇親会には社長はじめ役員も参加し、新横浜（当時）に全員が集まることで改革の機運を盛り上げていった。

この改革プロジェクトの実施によって、事業部の業績は向上し、事業部内全体での改革意識にも変化が見られ、環境変化に対応できる風土を構築することができた。その後も2012年には、「カスタマ3.0S改革プロジェクト」として活動を継続しており、カスタムソリューション事業部の改革・改善の基礎としてその活動は根付いている。



「カスタマ2.0」のポスター

業種特化型ソリューション「MVPro」販売開始

2007年10月、「MVPro（モバイル・バリュー・プロデューサ）」の販売を開始した。「MVPro」は新事業開発プロジェクトの検討結果である「4つの事業領域への挑戦」のひとつとして取り組んだものだった。

販売にあたり約50におよぶ各業界のトップ3企業を訪問。業界や各社が抱える問題をヒアリングし、解決手段として携帯電話を使ったソリューションの可能性を協議していった。そのうちスポーツジム関連企業やゴルフ場経営企業などの事業分野において突破口

を見だし、これら業界向けソリューションとして「MVPro」を販売することとした。また、それまで動的ホームページ・サービス「ダイナミックウェブ」で囲い込んでいた歯科業界やガソリンスタンド向けのサービスを「MVPro」に吸収し、固定費の削減を図った。

その後もeコマースのプラットフォームやSNS（Social Networking Service）機能を取り込むなど「MVPro」シリーズとしてメニューを強化し、社内から広く販売員のリソースを集めてストック型ビジネスとしてもメリットを追求した。



「MVPro」のカタログ

特定派遣業務開始

2007年10月、カスタムソリューション事業部（当時）のノウハウを活かし、通信事業者テクニカルコールセンターへの特定派遣を皮切りに派遣事業・請負（BPO）事業を開始した。

特定派遣に続き、同年11月には携帯電話関連の物流業務における請負（BPO）事業を開始、翌2008年には

システムソリューション事業部（当時）からの委託により携帯電話関連会社エンジニアサポートセンター業務を受託した。

2008年3月には厚生労働省より登録型の「一般派遣」許認可を取得。同年4月から一般派遣事業を開始し、2010年12月には稼働する派遣スタッフが100名を超える規模に成長した。こうして実績を積み上げていくことで、派遣先企業より定期採用枠の獲得も可能となっていた。

ドコモ中央スタッフ対応コンテストでグランプリ受賞

2007年11月に開かれたドコモ中央スタッフ対応コンテストにおいて、窓口対応部門で秋葉原昭和通り店（当時）の嶋村容子がグランプリを受賞。同コンテストはさらなる“お客さま満足度向上”を目指して“おもてなしの心”を実践し、スタッフの意識向上を目的に支社単位で実施しているもの。当社からは7名ものスタッフが厳しい審査を通過し本戦に出場した。



グランプリを受賞 嶋村 容子

2007年 注目の出来事

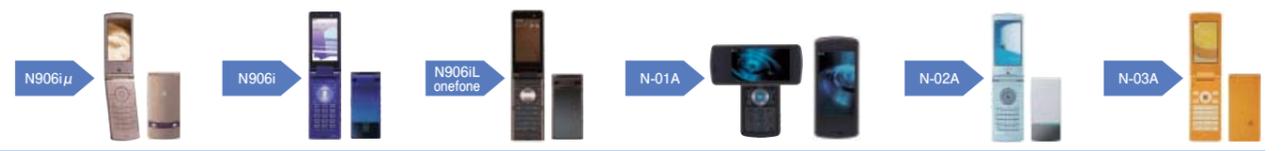
“0円”販売から割賦販売へ



FOMA N905i

総務省は2007年9月に「モバイルビジネス活性化プラン」を発表し、従来の携帯電話端末価格“0円”販売の背景となっていた販売奨励金の見直しを通信事業者各社に求めた。これにより端末代金と毎月の通信料は明確に分離されることとなり、携帯電話事業各社は携帯電話の新しい購入方法を発表していった。

NTTドコモが開始したバリュープランは12回払いや24回払いが利用できる割賦制度で、これが好評となり、新発売の905iシリーズにこれが適用されたことも相まって、割賦販売の契約数は受付開始からわずか3週間で100万件を突破するなど、携帯電話の新しい販売方法が市場に受け入れられることとなった。



当社の出来事

- 3月 旧ツーカーホン関西の空中線撤去作業実施
- 4月 健康手帳「Cナビゲーター」を NEC が採用
- 6月 新販売方式に伴い中央サービスセンター開設
- 6月 中川勝博社長就任
- 7月 NEC香港から携帯電話のサービスセンター業務を受託
- 7月 「アソシエイト社員制度」、「コミュニティ社員制度」の導入
- 9月 携帯電話修理事業で“保有在庫の見える化”実施
- 9月 「ケータイサラダ」ASP契約件数 1,000件突破
- 10月 「プロジェクトリーダー制」導入
- 10月 新たな基地局関連ビジネスを開拓
- 11月 販売事業本部事業ラインの再編（ブロック制を廃止し、ショップ販売事業部と法人営業事業部を新設）
- 12月 ショップにおける新商品・新サービスの拡大（Bフレッツ1,000件、「V1-Generate」1,000店舗）

業界の出来事

- 6月 iPhone 3G発売
- 7月 NTTドコモが地域8社と合併

一般社会の出来事

- 2月 イージス艦「あたご」と漁船衝突
- 4月 後期高齢者医療制度スタート
- 5月 中国・四川大地震
- 6月 東京・秋葉原で無差別殺傷事件
- 6月 岩手・宮城で震度6強、13人死亡
- 8月 北京オリンピック開催
- 9月 福田首相が突然の退陣表明、麻生内閣発足
- 9月 米証券大手リーマン・ブラザーズが破綻、米国発の金融危機が世界に波及
- 10月 日本人4人がノーベル賞受賞
- 10月 東京株、バブル後最安値を記録
- 11月 米大統領選でオバマ氏勝利、米史上初の黒人大統領誕生へ
- 11月 元厚生次官宅襲撃事件で3人死傷 流行歌「海雪」「キセキ」



リーマン・ブラザーズの経営破綻を受けて日経平均が大幅下落（毎日新聞社）

旧ツーカーホン関西の空中線撤去作業実施

2008年3月末日をもってKDDIIによるツーカー携帯電話サービスが終了することにより、当社は旧ツーカーホン関西エリアにおける空中線の撤去のための準備作業を受注した。

通信事業者は無線局の停止（停波）をした場合、空中線を撤去しなければならず、その準備段階として基地局の電源を落とし、空中線フィーダーを撤去する必要があった。当社は継続的に基地局の保守を受託してきたため、蓄積した知識と技術が評価されての受注となった。基地局数約2,800局を5社で分担することとなり、当社は617局を請け負った。

電波停止までの保守は他社が実施していたが、その後は当社が電波停止後の基地局の電源断およびフィーダー線カット作業を行い、4月1日から4月25日の期間で無事完了した。

ツーカーホン関西は1994年4月に開業したが、近畿圏におけるデジタル自動車電話のサービス開始に際しては、当社がその前年の1993年春からシステムの現地調整を始め、同年秋には大阪事務所を開設して無線自局試験、無線対向試験、エリア試験などを実施してサービスインに備えた。対象は大阪、京都、兵庫、和歌山、滋賀、奈良の2府4県にまたがり、138局を数えた。同社は2005年10月に、ツーカーセラー東京、ツーカーセラー東海とともにKDDIIに吸収合併されている。

健康手帳「Cナビゲーター」を NEC が採用

メタボリック症候群予防のためNECではグループ全体で健康維持推進施策「NEC Health Innovation 21 (NHI21)」の推進を決めた。そこで当社では、社内向けに開発していた「Cナビゲーター」、「からだスマイル」、「コンタクトセンター」などをパッケージ化してヘルスケア市場を開拓することとし、「Cナビゲーター」サービスがソリューションとして完成した。

「Cナビゲーター」は携帯電話を利用して自分専用のサイトに体重、運動、

食事カロリーなどのデータを記録でき、生活習慣改善に必要な運動や食事の情報を受けることもできる双方向型のサービスである。2007年12月にNECより問い合わせを受け、2008年1月に「NHI21」トライアルを受注、同年4月に正式契約を果たし、その後、さらにサービスを拡大していった。



「Cナビゲーター」のホームページ

新販売方式に伴い中央サービスセンター開設

2008年6月、東京都大田区平和島に中央サービスセンターを開設した。前年に実施された端末価格と通信料金の分離プラン導入に伴い、従来の端末価格を通話通信料金に上乗せする、いわゆる“0円”販売から、端末価格を2年分割で支払う購入方法が増加することとなった。この結果、端末の店頭価格が50,000～60,000円になるなど高騰し、端末の機種変更需要が減少して、故障時には修理して長期間使う傾向が強まり、修理台数が従来の4割増となった。また、一般修理以外とは修理代金の請求先が異なる「ケータイ補償お届けサービス」の修理受付にも対応するため修理ラインを分ける必要が生じ、新たに修理拠点を立ち上げることが必要となった。

こうして中央サービスセンターでの対応を開始したものの修理件数は急増し、さらに別フロアにも修理ラインを増床して、5本あった修理ラインを新たに6本増設、修理機の迅速な返却への努力に注力した。ライン当たり8人が必要となる人員の手当てとそのスキルの向上にはとくに苦労が伴ったが、各自の努力により軌道に乗せ、2012年3月の鴨居への移転まで“ケータイ補償”修理に寄与した。

中川勝博社長就任



第8代社長 中川 勝博

1971年4月NECに入社。1997年7月同社交換移動通信事業本部移動通信国内システム本部長、2006年4月同社執行役員常務兼第2キャリアソリューション事業本部長などを歴任後、当社第8代社長に就いた。

就任にあたり、経営の基本として「問題の特定」、「実行の優先順位」、「わかりやすさ」の3点を掲げ、競合他社の分析強化と「プロジェクトリーダー制」（業績評価制度）導入の重要性を打ち出した。

また、「高度ICT社会への到来に向けて光り輝く企業へ」を基本方針に既存事業の強化、新しいビジネスの創造と育成を推進し、社員に対しては創意工夫を發揮し自らが経営者という意気込みで「知識労働者」を目指すように指導した。

携帯電話修理事業で“保有在庫の見える化”実施

2008年9月、修理需要が急増するなかで、名古屋サービスセンターにおいて“かんぱん方式”として修理部材の後補充方式のトライアル導入が開始された。この当時、拠点の修理部材保有在庫を把握するためには膨大な部材の棚卸作業が必要となり、リアルタイムで数値を把握することは困難であった。また、拠点からサプライチェーンマネジメント（SCM）部への修理部材要求においては、リスト作成に専門的な経験が必要となるため特定のメンバーしか作業ができず、一方でSCM部では在庫や他拠点の要求数量を考慮しない方式であったため払い出し部材の管理抑制がむずかしく、“拠点在庫の見える化”を実現するシステム構築が求められていた。

SCMサービス部（SCM部が名称変更）では全社基幹システム「アリーナ」を使用して部材の管理を行ってきたが、他部門も利用しているシステムであるため大規模なシステムの改修は容易ではなかった。“かんぱん方式”を早期に実現させるためにシステムの新規開発を行うこととし、時間短縮のため既存の在庫管理システムパッケージソフトをカスタマイズする方式で“かんぱん+ハンディターミナル”を利用した「後補充方式在庫管理システム」の開発に着手した。

名古屋サービスセンターにおけるトライアル導入後、問題点の洗い出しを行って全国へ展開し、全国での後補充方式在庫管理システムの運用が開始され“保有在庫の見える化”が実現した。これにより拠点ごとの情報把握が可能となり、長期滞留部材・過剰保有部材の発見が容易となったことで全修理拠点の保有部材の最適化を実現した。

「プロジェクトリーダー制」導入

携帯電話の国内販売はピークを越えて減少に転じた。2008年10月、厳しい市場環境下において、業績向上のための施策として「プロジェクトリーダー制」を導入した。

ショップ、サービスセンター、エンジニアリングセンターなど、最小損益単位（プロジェクト）別に事業責任者（プ

ロジェクトリーダー：マネージャークラス、ショップの場合は店長）を定めて、半期ごとに数値目標を設定する。その成果を明確な基準で算定し、個人業績を評価する仕組みとした。とくに好業績を上げたリーダーには表彰もしている。

この制度によって、社員のモチベーションが非常に高まった。スタート時の2008年下期以降、7期連続で前年比増益を記録し、業績向上の原動力となっている。



「プロジェクトリーダー制」のポスター

新たな基地局関連ビジネスを開拓

2008年10月、海外の通信機器メーカーから基地局の工事・試験業務を受注した。設計から設置工事・保守までの無線通信エンジニアリング力が高く評価された結果である。NEC製基地局の設置が中心だった当社にとって大きな転換期となった。

2008年 注目の出来事

iPhone 3G が 日本上陸



iPhone 3G

2008年6月、米国Apple社のスティーブ・ジョブズ氏はWDC2008の基調講演のなかで、次世代のiPhoneとして3Gの通信に対応したiPhone 3Gを発表した。iPhone 3Gは7月から北米や欧州、オーストラリア、日本、香港など22地域で発売が開始され、日本ではソフトバンクモバイルが独占販売することになった。

iPhone 3Gは携帯電話にはなかったタッチパネルの操作性や、インターネットサービスの利便性の高さ、音楽配信をはじめとする豊富なコンテンツで人気を集めた。翌年には低価格を武器にしたiPhone 3GSが市場に登場し、世界的なトレンドとなっていった。

2009

平成 21 年

当社の出来事

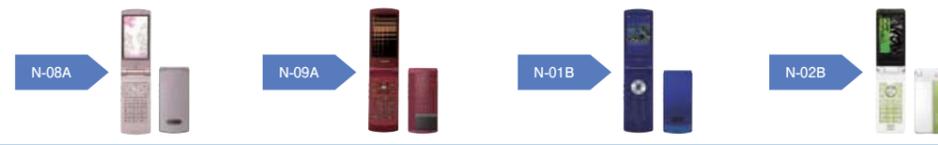
- 2月 「日産スタジアム駅伝大会」に協賛 (2009年～2011年)
- 3月 2008年度において最高益を記録
- 4月 全国7カ所にエンジニアリングセンター設立
- 4月 販売事業本部内にFMC事業推進部を新設
- 8月 アドバイザリーボードを設置
- 8月 温暖化対策で打ち水実施
- 9月 クラウド型業務管理システムの受注
- 10月 新たな通信事業者からの自宅訪問調査業務の受注
- 10月 「創意工夫賞」の創設
- 10月 通信モジュール内蔵パソコンと高速通信サービスをセットにしたレンタルサービスを開始
- 12月 D社 (関西) エンジニアリング部門より、安全品質優良会社賞、安全ポスター優良賞を受賞
- 12月 おサイフケータイをかざしてポイントが貯まる販売促進サービス「タッチサラダ」の提供開始

業界の出来事

- 7月 NTTドコモから日本初のGoogle Android OS 搭載のスマートフォン発表
- 7月 UQコミュニケーションズのモバイルWiMAX商用化
- 12月 NECカシオモバイルコミュニケーションズ株式会社設立

一般社会の出来事

- 3月 日本がワールド・ベースボール・クラシック (WBC) 連覇
- 3月 高速道路料金上限1,000円スタート
- 4月 北朝鮮、弾道ミサイル発射
- 4月 米クライスラーが経営破綻、6月にはGMも破綻
- 4月 新型インフルエンザ大流行、世界で死者が相次ぐ
- 5月 「裁判員制度」スタート
- 6月 足利事件再審決定、DNA鑑定に誤り
- 6月 米歌手マイケル・ジャクソン氏急死
- 8月 衆院選で民主党圧勝、歴史的政権交代で鳩山内閣発足 (9月)
- 9月 イチロー選手が大リーグ史上初の9年連続200本安打
- 9月 南太平洋、スマトラで大地震相次ぐ
- 流行歌「Someday」
「Believe / 曇りのち、快晴」



「日産スタジアム駅伝大会」に協賛 (2009年～2011年)

当社は2009年2月に横浜市港北区の日産スタジアム (横浜国際総合競技場) で行われた「第2回日産スタジアム駅伝大会」に地域貢献活動の一環として協賛し、大会を盛り上げた。同大会は1チーム4名が全長22kmのコースを走るもので、男子の部187組、女子の部28組、男女混成の部349組の合計2,256名が参加した。

大会当日、スタートとリレーゾーンとなったバックスタンド前には当社ののぼりが立てられ、マラソングートにはドコモショップ新横浜駅前店と「NECモバイル」の横断幕を掲し、選手の熱い走りを見守った。



バックスタンド前の当社ののぼり

2008年度において最高益を記録

2008年度決算において、当社は営業利益で創業以来の最高益を更新した。当期は景気の悪化および「端末価格と通信料金の分離プラン」が導入されたことによる端末販売価格の上昇などにより、販売台数が前年度比2割超の減少となるなど携帯電話販売市場が低調に推移した。しかし取り替え需要の積極的な取り込みと経営効率の改善に取り組んだことにより、営業利益65億2,400万円 (前年度比13.6%増) を計上し、過去最高益を達成した。その後も営業利益において過去最高を更新し、2011年度には100億円を超えた。中川勝博社長 (当時) の下で立案した社内中期計画の目標利益を一年前倒して実現した。

全国7カ所にエンジニアリングセンター設立

2009年4月、全国7カ所 (札幌・

仙台・横浜・名古屋・大阪・広島・福岡) にエンジニアリングセンターを設立した。当時、当社はNECの携帯電話基地局設置工事の一部を担当し、プロジェクト単位に事務所を設け、工事が完了するとその事務所を閉鎖していた。

その頃、新たな領域での事業拡大が必要であったこともあり、全国におよぶ基地局の設置工事完了後、当時あった7カ所の事務所に営業機能を持たせ、エンジニアリングセンターに改称した。そして、各拠点には、責任者としてセンター長を置き、地域への営業活動を強化した。

現在では、きめ細かい客先への対応が可能になり、地域に根ざした受注の拡大に繋がっている。

アドバイザリーボードを設置

2009年8月、アドバイザリーボードを設置した。これは当社の経営の透明性と客観性を確保しコーポレート・ガバナンスを強化するために、当社と利害関係のない有識者により経営全般に関する評価および助言、提言を求めるとを目的としたものである。アドバイザリーボードは取締役会の諮問機関として位置付け、コーポレート・ガバナンス体制、上場企業としての適正な事業の運営体制、取締役候補者の適格性、役員の報酬制度、そのほか経営に関する重要事項を審議事項とし、3カ月に1回定例会を開き、必要に応じて臨時に開催することとした。

温暖化対策で打ち水実施

猛暑となったこの年、8月6日から31日まで各ショップにおいて打ち水を実施した。この企画は地球温暖化対策の一環として提唱されている「打ち



新横浜駅前店の店舗前での打ち水

水大作戦」の趣旨に賛同して行ったもので、6支店77店舗が開店時に、可能な店舗は夕方店頭の前において実施し、来店されるお客さまや通行される方々に清涼感を提供した。

打ち水を通じてショップ周辺の方々とコミュニケーションにも繋がることから継続して行っており、現在では毎年恒例の夏の風物詩となっている。

クラウド型業務管理システムの受注

2009年9月、通信事業者よりクラウド型業務管理システムを受注した。エリアサポート業務 (自宅訪問調査) のトライアルを契機として、同業務の効率化と自宅センターとのリアルタイム性を訴求した提案が実を結ぶこととなった。

当時、業務支援システムを提案したのは業務を受託している7社のうち当社のみであり、またクラウド自体も黎明期にあり、対応可能なシステムインテグレーターもごくわずかだった。しかし、トライアル時にプロトタイプモデルを構築できたことが功を奏し、顧客の発注業務から、協会会社への架電、訪問結果などの報告書作成、さらには顧客の検証業務までを一貫した商用レベルのシステムとして評価され受注を獲得した。

その後2012年4月には、旧システム技術部が新しい分野としてクラウド関連の業務を取り込むために、SI部が新設された。

新たな通信事業者からの自宅訪問調査業務の受注

2009年10月、当社システムソリューション事業部は、新たな通信事業者から自宅訪問調査業務を受注した。自宅訪問調査業務は、お客さまのお宅へ訪問し、室内のエリア調査と状況説明、対策として屋内用レピーター・外付けアンテナの設置を行う業務であり、訪問調査によって顧客満足度を向上させることが加入者維持に大きく関わってくるため各通信事業者とも非常に重要視していた。

当社では、それまで大手通信事業者のうち2社から業務を受注していたが、さらなる顧客層の拡大が期待されていた。そこで営業活動の強化を図るため、2009年4月にシステムソリューション事業部に営業に特化したシステム営業部を新設し、通信事業者関連事業経験者ならではの提案力によって他社との差別化を図ることができた。6月から1カ月間の首都圏限定トライアウトを契機に、当社の高い顧客対応力と技術力・業務管理能力を存分にアピールしたことで、全国展開において正式な委託業者に選定された。



お客さまのお宅を訪問して調査を行う

「創意工夫賞」の創設

2008年に導入した「プロジェクトリーダー制」は当社に大きな成果をもたらした。一方で、自ら考えた工夫を業務で活かし業績改善に結びつけることを実践している社員も少なくなかった。そこでプロジェクトリーダー以外の、日々努力している社員を表彰し、モチベーション向上を促すことを目的に「創意工夫賞」を創設し、2009年10月より開始した。

「創意工夫賞」は各部門での活動を半期に一度の選考会で審査して表彰するもので、1級受賞者と2級受賞者には金一封の副賞を設けた。経営者からのメッセージ性を高めるために選考基準を明確に示し、ほかの社員が参考にできるように創意工夫の内容を全員通知で紹介した。

選考会には全社から毎回20件を超える申請があるなど幅広い浸透がうかがわれる。表彰された実例として、モバイルセールスにおいてはフォトパネルの店頭展示による販売強化や、「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」導入による稼働効率化などが、またモバイルサービス (旧組織) においては新たな故障解析方法の考案や実際の修理業務への導入など、全社横断的に展開されるような優れた創意工夫もなされている。



「創意工夫賞」の表彰式

2009年 注目の出来事

Android ケータイが日本初上陸



HT-03A

NTTドコモは、2009年夏モデルとしてHTC製のスマートフォンHT-03Aを7月から発売開始した。HT-03Aは、OSにAndroidを採用したスマートフォンで、Android搭載機種としては日本で初めての登場となった。

すでにiモードでもGmailやGoogleマップ、YouTubeなどのGoogleサービスを利用してきていたが、Androidを採用したことでより直感的に、より快適に利用することができるようになった。さらにGPSや地磁気センサー、加速度センサーなども搭載されており、アプリとの連携でさまざまな使い方が可能となった。

2010

平成 22 年

当社の出来事

- 2月 「itsmoSaver」 FMC対応を開始
- 2月 福岡サービスセンターが、D社九州支社品質コンテスト1位を受賞
- 3月 **マイスター・オブ・ザ・イヤ― 2010全国大会優秀賞受賞**
- 3月 **マツハヤ・コーポレーションを子会社化**
- 3月 **Z社より最優秀修理会社として表彰される**
- 4月 「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」開始
- 10月 **中国における携帯電話のアフターサービス事業拡大**
- 11月 「ケータイサラダ」を活用したスタジアム来場ポイントサービス「ジュピロモパッチ」試験運用開始
- 11月 “青少年を守ろう！”キャンペーンに参画（2007年～2010年）
- 12月 **新横浜地域ボランティア花の植え替え実施（1999年～2010年）**

業界の出来事

- 2月 ウィルコム、会社更生手続き開始申し立て
- 5月 iPad発売
- 12月 NTTドコモ、LTE（Long Term Evolution）Xiサービス開始

一般社会の出来事

- 1月 ハイチでM7.0地震、約23万人死亡
 - 3月 EU首脳が財政危機のギリシャ支援に合意
 - 4月 宮崎で家畜伝染病口蹄疫発生
 - 4月 メキシコ湾で原油流出、米史上最悪の海洋汚染事故
 - 5月 上海万博開幕、7,300万人入場（～10月31日）
 - 6月 鳩山首相退陣、菅内閣発足
 - 6月 小惑星探査機「はやぶさ」帰還
 - 7月 日本相撲協会が野球賭博問題で大関琴光喜らを解雇
 - 8月 チリ鉱山落盤事故、10月に33人が生還
 - 9月 観測史上最も暑い夏と気象庁発表
 - 9月 尖閣諸島沖で中国漁船が海上保安庁巡視船と衝突
 - 10月 日本人2人がノーベル化学賞受賞
 - 11月 ミャンマーで20年ぶり総選挙、民主化運動指導者アウン・サン・スー・チー解放
- 流行歌 「I Wish For You」
「ヘビーローテーション」



マイスター・オブ・ザ・イヤ― 2010 全国大会優秀賞受賞

2010年3月1日、東京ビッグサイトにおいて開かれたドコモショップスタッフ対応コンテスト、マイスター・オブ・ザ・イヤ― 2010全国大会に当社から2名が地区代表として出場し、優秀賞を受賞した。

マイスター・オブ・ザ・イヤ―全国大会は、全国のドコモショップ約2,300店舗で働くスタッフ3万2,000人が対象となっており、NTTドコモの9支社がそれぞれ開催する大会においてグランプリに輝いたスタッフが全国大会へ出場する。言葉遣い、笑顔や身だしなみ、会話の速度や抑揚、正確な業務知識と顧客ニーズに応える能力などが総合的に審査され優劣を競う。関東・甲信越大会グランプリのドコモショップ蒲田店の末光恵美、中国大会グランプリのドコモショップ岡山南店の小林亜由美が2010年全国大会に出場し、それぞれ優秀賞を受賞した。



蒲田店 末光 恵美



岡山南店 小林 亜由美

マツハヤ・コーポレーションを子会社化

2010年3月、当社はマツハヤ・コーポレーション株式会社の全株式を取得し、完全子会社化した。これは当社初のM&Aである。

マツハヤ株式会社は長崎県と福岡県にまたがるエリアでドコモショップ13店舗を経営しており、長崎県内の9店舗で県下の30%以上のシェアを持っていた。マツハヤ・コーポレーション株式会社はマツハヤ株式会社から携帯電話販売事業を継承した新設会社であり、同社を当社の子会社とすることで携帯電話販売事業におけるシェア拡大を図ることを目的に、このM&Aを実施した。これを通じて当社の九州地区における地位が磐石なものとなった。



マツハヤ・コーポレーションの長崎大波止店

Z社より最優秀修理会社として表彰される

2009年7月、中国深圳市に本社をおくZ社製携帯電話端末の日本市場におけるアフターサービス業務について基本契約を締結し業務を開始した。NEC製携帯電話端末の販売台数が減少していることを受けて、当社では新たな修理事業を獲得し成長を図る必要があった。そこで日本国内ではアフターサービスの体制が十分でないと推測される海外メーカー製携帯電話端末の修理業務に取り組むべく、当社の強みをアピールしての営業活動を開始した。

Z社に対しては2008年7月、日本国内ワイヤレス関連展示会の際にアプローチを始め、基本契約にこぎつけることができた。2009年度、Z社はグローバルに6,100万台の携帯電話端末（データ通信を含む）を出荷し、第4四半期には世界第5位のシェアを持っていた。こうして2009年7月よりZ社

製携帯電話端末の修理業務を開始した。

翌2010年3月には、Z社より全世界で契約している修理会社の中から、最優秀修理会社として表彰された。

「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」開始

2010年4月、遠隔対面販売システムのトライアルを北海道にあるドコモショップ南大通店など11店舗でスタート。当時の本社ビル内にセンターを設置し「ビジュアル・コンタクト・センター」の業務を開始した。

遠隔対面販売システムは、フレッツ光回線を利用したNEC製の高画質・高音質テレビ会議システムをもとに新規事業を検討するなかから生まれたアイデアであった。テレビ電話で接客するというサービスを立ち上げるにあたっては、サポート内容をスマートフォンに特化した。そしてショップにおける専門性の高いサポートや、高度な説明において遠隔対面の仕組みで本当にサポートが可能か、また販売においてもお客さまへの訴求が可能かを検証することとした。その結果、ショップスタッフはお客さまが、このシステムを操作する補助的な役割をするだけで、遠隔側のサポートスタッフが専門的なお客さまの質問に対応し、また高品質映像を駆使した分かりやすいご案内などにより、繁忙期の店頭での混雑が緩和された。さらに他店にはないサポートサービスを実現したことで話題となり、新聞にも多数掲載されるなど、ブランド力の向上にもつながった。

2010年下期からはキャリア新ビジネスグループとして、販売事業本部での外販活動を展開。この結果、既存事業領域以外でも各通信事業者と関係が強まり、とくにスマートフォンの高度な問い合わせをサポートする「スマホチーム」の業務受託に成功した。



「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」の広告

中国における携帯電話のアフターサービス事業拡大

2009年10月より中国で販売が開始される携帯電話のアフターサービスの受注を目指した営業活動に注力し、翌2010年5月に当該携帯電話メーカーよりアフターサービス拠点の認定を受けるに至った。そこで2010年10月、当社の中国における携帯電話機器のアフターサービス拠点となる上海明天店をオープンさせた。

この結果、当社のお客さまサービスの高い品質が評価され2012年には中国進出の母胎となる旗艦店3店を北京、杭州、深圳にオープンした。



「AND market」ブランドで出店している現在の上海明天店

“青少年を守ろう！”キャンペーンに参画(2007年～2010年)

当社は2007年から2010年にかけて、朝日写真ニュース社の“青少年を

守ろう！”キャンペーンに参画し、横浜市立篠原小学校に掲示板を設置した。同キャンペーンは、青少年の安全かつ健全な成長を願い「守ろうよ きれいな地球 いつまでも」という地球環境保護を呼びかけるスローガンによって理解を深めてもらうことを目的としたもの。掲示板には政治・経済・社会・文化・スポーツのジャンルから毎週4枚の報道写真が掲示された。

新横浜地域ボランティア花の植え替え実施(1999年～2010年)

新横浜町内会では毎年2回、4月と12月に町内に設置された100以上あるプランターの花の植え替えを実施している。当社は1999年から2010年まで、広めの会議室や昼食などを提供し、社員もボランティアで参加した。春と秋の植え替えにより四季折々の花で通りゆく人々を楽しませていた。



花の植え替えに参加する社員

2010年 注目の出来事

NTT ドコモが LTE サービス開始



LTEのサービス開始 (2010年12月25日付朝日新聞)

NTTドコモは2010年12月、次世代携帯通信サービスとなるLTE技術を使用した高速通信サービスを、日本で初めて開始した。LTEは「4Gに限りなく近い3G技術」という意味で3Gと呼ばれている国際的通信規格であり、今後、世界の移動通信方式として主流になるとされている。

NTTドコモのLTEのサービスはXi（クロスシィ）と呼ばれ、東京・大阪・名古屋の3大都市圏でスタートし、順次サービスエリアを拡大している。当初はデータ通信向けの端末での利用しかできなかったが、その後タブレット型端末やスマートフォンにも対応し、人気を集めている。

2011

平成 23 年

当社の出来事

- 2月 新横浜から霞が関へ本社移転
- 4月 マーケティング戦略本部、ホームICT事業推進部の新設
- 4月 モバイルサービス事業本部内にカスタマケア事業部を新設
- 6月 「AND market 霞が関」オープン
- 6月 山崎耕司社長就任
- 7月 「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末の導入
- 9月 「厳選アプリ+」サービスの提供開始
- 10月 第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に単独出展
- 12月 本社移転記念行事「ファミリーデー」開催と社長からのメッセージカード

業界の出来事

- 4月 SIMロック解除開始
- 5月 2011年第1四半期の世界のスマートフォン販売台数が前年同期と比べ倍増したと発表される

一般社会の出来事

- 2月 日本相撲協会が八百長問題で春場所中止を決定
- 2月 ニューゼaland地震で日本人28人死亡
- 3月 東日本大震災、国内観測史上最大のM9.0、死者・行方不明者約2万人
東京電力福島第1原発事故
- 7月 東京電力と東北電力管内で電力使用制限発動
- 7月 地上波テレビのアナログ放送終了、地上デジタル放送に移行
- 7月 なでしこジャパン世界一、サッカー女子W杯
- 9月 タイで大洪水、日本企業が操業停止
- 9月 野田内閣発足
- 10月 米アップル創業者ジョブズ氏が死去
- 10月 円が戦後最高値を更新
- 11月 野田首相がTPP（環太平洋連携協定）交渉参加を表明
- 12月 北朝鮮の金正日総書記が死去
流行歌「フライングゲット」
「マル・マル・モリ・モリ！」



新横浜から霞が関へ本社移転

2011年2月、本社を東京都千代田区の霞が関ビルディングに移転した。都内に移転することによって利便性を向上して事業拡大や成長に繋げることが目的であった。新横浜に比べ通勤圏が格段に広がったことで、採用面でも以前に増して多くの応募があり、優秀な人材の獲得に繋がっている。

ビルの選定に際しては防災やセキュリティなど危機管理も重視した。移転直後に発生した東日本大震災時には、霞が関ビルディング側の素早い対応や危機に対する備えは万全であった。

新オフィスのデザイン・レイアウトは「社員全体のコミュニケーション」を重視、広いフロアを活かし部署間の壁などを極力なくして見通しをよくした。さらにリラックスできる空間として作ったカフェテリアやパウダールームも社員に好評で、交流の場として活用されている。



霞が関ビルと執務フロア

「AND market 霞が関」オープン

2011年6月、霞が関ビル1階に「AND market 霞が関」を開設した。これは携帯電話市場の急激な変化と、それに伴う消費者ニーズの変化にいち早く対応できるショップ運営を目指し、スマートフォン専門ショップとしてスマートフォンのみならず新しい販売スタイルやお客さまサポートサービスのあり方を模索するためのトライアル店舗である。初年度は①新規商材の発掘、②サポートビジネスの検証、③有効な販売方法の検証、④接客スタイルの効果検証を中心に運営を行ってきた。次年度以降はコラボ店舗やフランチャイズなどによる多店舗化を視野に

入れた事業展開を図るための活動をしている。



「AND market 霞が関」

山崎耕司社長就任



第9代社長 山崎 耕司

1972年4月NECに入社。2008年4月同社執行役員兼モバイルターミナル事業本部長、2010年5月NECカシオモバイルコミュニケーションズ株式会社社長などを歴任後、当社第9代社長に就いた。

就任にあたり、スマートフォンにより急激に変化するモバイル市場環境において、技術力とセールスプラットフォームの両方を持つ当社の特長を活かし、「総合的にお客さま満足を提供できる会社を目指す」を事業の基本姿勢としている。創立40周年にあたり「グローバル人材育成研修」として意欲のある若手社員を海外3カ国に長期間渡航させるなど、当社の成長戦略を担う若い人材の育成にも力を入れている。

「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末の導入

2011年7月、当社の首都圏支店全直営ドコモショップに「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末を導入した。スマートフォンの劇的な販売増加に伴い、購入時の端末初期設定、操作説明の要望に加えて、量販店など

当社の店舗以外で購入されたお客さまの接客時間が増大することが想定された。そこで、スマートフォン各機種種の初期設定方法をデジタルコンテンツとして作成。専用タッチパネルPCIに搭載して、お客さまご自身で操作していただくことでスタッフの稼働時間の削減やカウンター稼働率の改善を図ることとした。

まず、町田店において先行導入し効果検証を行ったところ、お客さまからの評判も良く、スタッフの稼働時間の削減も確認されたことから全社への導入を決定。7月末の首都圏に続き9月末には全国直営ドコモショップに拡大、大規模店舗を中心に活用されており、お客さまの待ち時間が短くなることでお客さま満足度の向上に寄与している。



「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」を利用するお客さま

「厳選アプリ+」サービスの提供開始

2011年、スマートフォンユーザー向けのアプリケーション紹介型アフィリエイトビジネスである「厳選アプリ+」の提供を開始した。これは、無料アプリをお客さまにおすすめることによって企業やコンテンツプロバイダーから成果報酬を得られるビジネスモデルに着目したもので、当社の新たなビジネスとして2011年4月より検討を開始した。

9月には店舗トライアル結果をもとに社内での事業化承認を得て、全国展開に向けての営業を推進した。12月には直営店舗60店舗、代理店舗300店舗までに規模を拡大。従来型携帯電話向けコンテンツの需要が急速に落ち込むなか、スマートフォン向けの「厳選アプリ+」の需要が急拡大し、当社の利益に貢献している。

第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に単独出展

2011年10月、幕張メッセで開催された第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に7つの商材を出展した。この展示会はモバイル業界でもっとも注目度の高い展示会の一つで、新規事業定着に向けた認知度の向上を図ることを目的に当社単独で出展した。

出展した商材は法人営業事業部が「ケータイサラダ」、「スマートデバイス管理支援サービス」、「SPPM (Smart Phone Policy Manager)」、「Remote View for Android」、マーケティング戦略本部が「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」、「らくサボ」、「厳選アプリ+」の計7件である。

この出展により当社ならびに当社製品の認知度アップをはじめ、新規顧客の開拓、受注確率の高い顧客へのアプローチなど有効な営業活動を図ることができ、ブース運営や顧客へのアフターフォローなど今後の出展に関するノウハウを習得することもできた。



当社の単独ブース

本社移転記念行事「ファミリーデー」開催と社長からのメッセージカード

〈ファミリーデー〉

2011年12月、本社移転記念行事として「ファミリーデー」を実施した。晴天の日曜日、子供85名、大人150名の計235名が本社に集い職場見学会を行い、昼食には霞が関ビルディング35階の展望レストランでランチボックスを提供した。天候に恵まれたこの日、展望レストランの名前にふさわしく東京タワー、東京湾、富士山などが一望できた。また、携帯電話やタブレットなどの体験コーナー、GROBKIDS雑貨やスマートフォンの特別価格セールなども実施し、子供たちにはクリスマスプレゼントも用意され喜ばれた。

〈社長からのメッセージカード〉

クリスマスには山崎耕司社長から社員を支えて下さった方々へ感謝を込めたクリスマスカードとささやかなギフトが贈られた。対象は全社員3,500名（派遣社員などを含む）で、社員のそれぞれの思いで贈り先を決めた。ギフトにはフェアトレードのオーガニックコットンタオルが贈られた。このオーガニックコットンタオルは購入することで、途上国の綿農家30名分の1年間の雇用につながるもの。到着後、社員やそのご家族から社長あてに感謝のメールが寄せられた。

2011年 注目の出来事

東日本大震災で見直された携帯電話の重要性



東日本大震災の津波 (毎日新聞社)

2011年3月11日に発生した東日本大震災の直後、携帯電話は災害に伴う重要な通信を確保するために通信通話の規制が行われ、通話ができなくなった。この結果、携帯電話のメールに利用が殺到したため、メールも大幅に遅れて届く状況となった。

安否確認の手段として、さらには正しい情報入手するための重要なインフラへと成長した携帯電話。通信事業者各社は、災害時の通信を確保するため、通信システム強化の取り組みを開始し、通信設備の多重化や、基地局や機器の耐震補強や停電対策、新たな安否情報確認サービスの提供など、信頼性を高める努力を行っている。



当社の出来事

- 1月 ペットボトルキャップ収集で世界の子どもにワクチンを(2007年~継続中)
- 2月 NTTドコモグループ(第19回)全国改善事例発表大会の優秀賞受賞
- 6月 「スマホビジョン」の販売開始
- 7月 創立40周年記念施策「グローバル人材育成」研修実施
- 8月 「霞の打ち水」と「霞テラスフラワーフェスタ」の協賛
- 10月 南国テレホンの子会社化
- 12月 「モバイルリングチャリティボックス」による使用済み切手など収集・寄付(1999年~継続中)

業界の出来事

- 1月 東京でNTTドコモの携帯電話が通信障害、約252万人に影響
- 2月 全国でauのスマートフォンなどが通信障害、約600万台に影響
- 3月 NTTドコモの携帯電話movaがサービス終了
- 10月 ソフトバンク、イー・アクセスとの経営統合を発表
- 10月 ソフトバンク、米国スプリント・ネクステル・コーポレーションの買収を発表

一般社会の出来事

- 4月 京都府で多数の歩行者を死傷させる自動車事故が相次ぐ
- 5月 日本国内の原子力発電所がすべて停止
- 5月 日本で金環日食が観測される(東京では173年ぶり)
- 5月 自立式鉄塔として世界一となる東京スカイツリー(高さ634m)がオープン
- 7月 ロンドンオリンピック開催
- 10月 新日本製鉄と住友金属工業が合併し、新日鉄住金誕生
- 10月 山中伸弥医学博士、ノーベル生理学・医学賞受賞



オープンした東京スカイツリーの夜景(毎日新聞社)

ペットボトルキャップ収集で世界の子どもにワクチンを(2007年~継続中)

2007年度から、NPO法人「世界の子どもにワクチンを」日本委員会のペットボトルキャップの収集を通じて途上国の子どもたちにワクチンを届ける活動に参画している。ワクチンは1本約20円。これはペットボトルキャップ約400個分(約1kg)に相当する。この回収によりCO2排出量の約3kgの削減にも繋がる。

当社では2011年度末までに、累計で136本分のポリオワクチンに協力することができた。こうした日頃の活動が評価され、2012年1月、NPO法人Reライフスタイルより感謝状をいただいた。



Reライフスタイルからの感謝状

NTTドコモグループ(第19回)全国改善事例発表大会の優秀賞受賞

2012年2月、東京・新宿の京王プラザホテルにおいて開催されたNTTドコモグループ第19回全国改善事例発表大会で、九州支店ドコモショップ高城観音店「みやこんじょ」チームが業務部門優秀賞に輝いた。

スーパー・タイヨー高城店の中にある同ショップでは、お客さま満足度の向上のため日頃から対応コンテスト九州大会準グランプリを受賞したスタッフを中心に店内でのロールプレイングなどを行い、年間を通じて高いロイヤリティを維持し、さらなるサービス向

上を目指していた。地域のお客さまにリピーターになっていただくためには何が不足しているのかを検討するなかで、タイヨー高城店やそのテナントの方々と意見交換を行い、お客さまに合わせた用語の使い分けや、お客さまに合わせてアプリを提案するなど、地域に密着した対応の改善を行った。この結果、当店のリピーターの増加に繋がるとともに、スーパー全体の集客力の向上にも貢献した。



高城観音店



受賞した「みやこんじょ」チーム

「スマホビジョン」の販売開始

2012年6月、スマートフォンと携帯電話の両方に対応した携帯電話販売促進ASPサービス「スマホビジョン」の販売を開始した。これは携帯電話ショップの販売促進ツールとして「店舗の紹介サイト構築」(携帯電話、スマートフォン両方に対応)、「メール・メルマガ配信」、「顧客管理」の基本機能を安価で手軽に利用できるものだ。当社の人気サービスであるフィーチャーフォン向けASPサービス「ケータイサラダ」をスマートフォン向けに改良したものである。

オプション機能としては「クーポン配信(アクセス分析)」、「FeliCaを利用した「来店ポイントシステム」、「アンケート」がある。

創立40周年記念施策「グローバル人材育成」研修実施

2012年7月、当社創立40周年記念施策として、海外事業要員の発掘と育成を目的とした「グローバル人材育成」研修を実施した。

当社は国内事業に軸足を置きながら、中国や香港での携帯電話修理事業、インドやフィリピンでのソフト開発、さらにアジア・南米での通信システム工事や保守など種々の海外事業にも携わってきた。近年、国内業務の割合は高まりつつあるが、市場がグローバル化するなかで国内事業が中核であっても広い視野を持つことが重要という課題認識のもと、「海外で市場の変化を感じとる感覚を養う」ことを期待し、若手社員5名を選抜して3カ月の「武者修行」に出す「グローバル人材育成」を実施することとした。

派遣先はアメリカ(受け入れ先 NEC Corporation of America: 2名)、ベトナム(同 NECベトナム: 1



(アメリカ)



(アメリカ)



(ベトナム)



(中国)



(中国)

未来のグローバル展開を担う5人の若手社員

名)、中国(当社上海モバイリング: 2名)の3カ国とした。参加希望者は予想を上回る数であった。今回、派遣の対象となった社員に共通していたのは、失敗を恐れないチャレンジ精神とハングリー精神が旺盛なことである。今回の記念施策は、今後も未知の領域に果敢に挑む社員が増えるきっかけとなるだろう。

「霞の打ち水」と「霞テラスフラワーフェスタ」の協賛

霞が開ビルディングへ本社を移転した2011年から、当社は新たに仲間入りした地域コミュニティの行事にも積極的に参加している。

2011年8月には霞テラスで行われた「霞の打ち水2011」に参加した。また、同会場では併せて東日本大震災義援金の募金も実施された。



2011年「霞が開ひよっこ」



2012年「育てよう自然！」

さらに2011年10月から開催された「霞テラスガーデニングショー2011」(「霞テラスフラワーフェスタ」の旧称)にも参加し、企業や団体がデザインした大きな花絵を展示する「霞テラス花絵コレクション」には可愛らしいひよこをモチーフにした「霞が開ひよっこ」を出品。

2012年の「霞テラスフラワーフェスタ」では、ふたばをモチーフにした「育てよう自然！」を出品した。

南国テレホンの子会社化

2012年10月、当社は九州を主力市場とする携帯電話販売会社である南国テレホン株式会社の全株式を取得して完全子会社化した。これにより同社が鹿児島県下で保有するドコモショップ10店舗を傘下に収めた。



南国テレホンの本社ビル

2012年 注目の出来事

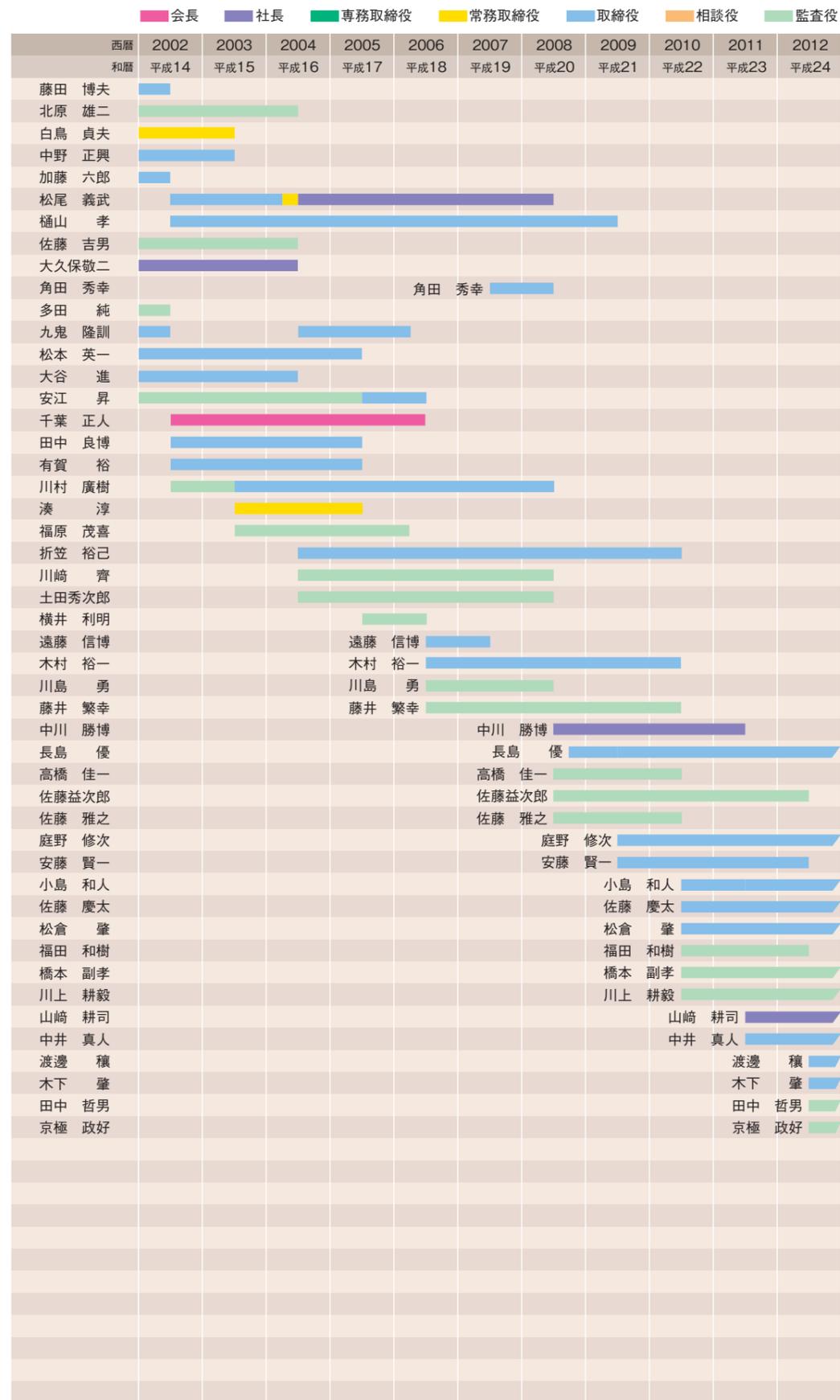
ソフトバンクが国内外で経営統合



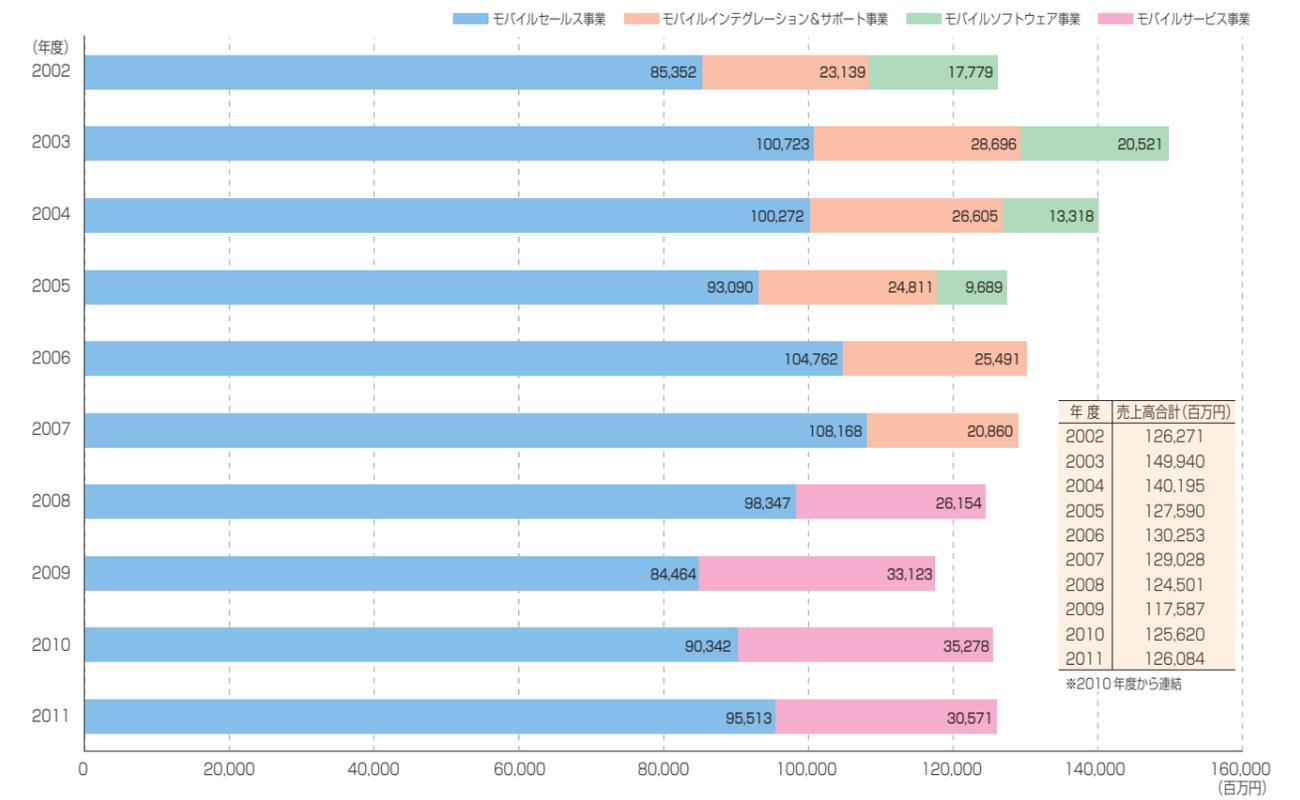
ソフトバンク孫正義社長とスプリント・ネクステルのCEO(毎日新聞社)

2012年10月1日、ソフトバンクはイー・アクセスとの経営統合を発表した。ソフトバンク・モバイルはLTE向けに2.1ギガヘルツ帯の電波を使っているが、イー・アクセスとの経営統合で1.7ギガヘルツも使えるようになり、端末がつながりやすくなる見込みだ。

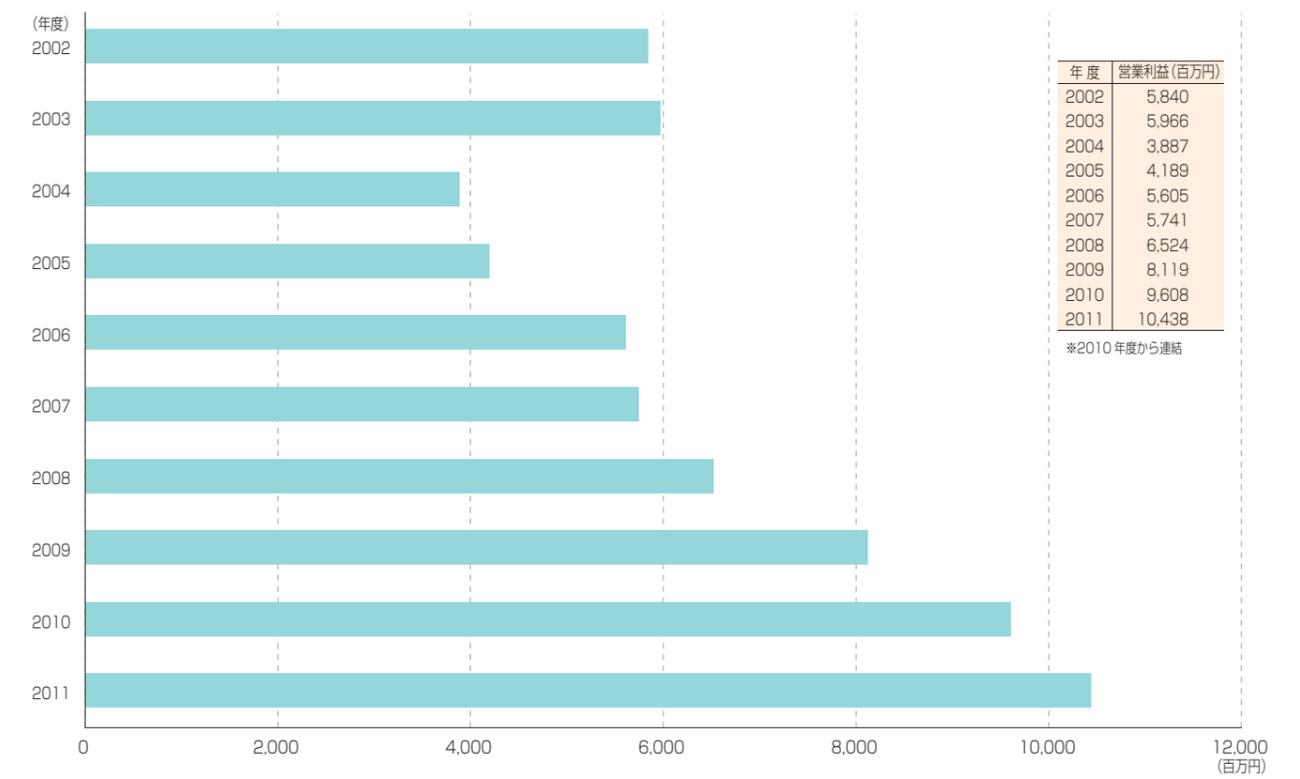
続いて10月15日、米国のスプリント・ネクステル・コーポレーションを買収すると発表。両社を合わせた移動体通信事業の売上高は世界第3位となることから、規模を生かしたローコストオペレーションが目的とされている。



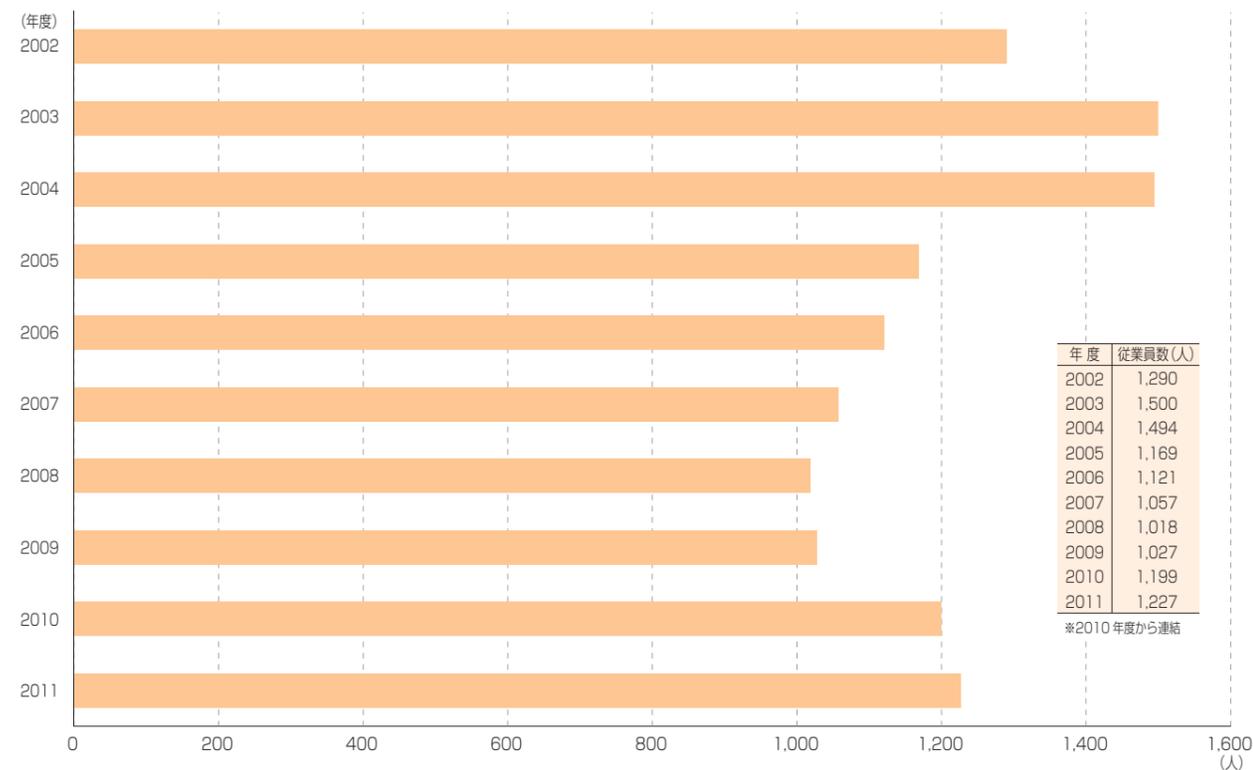
売上高の推移



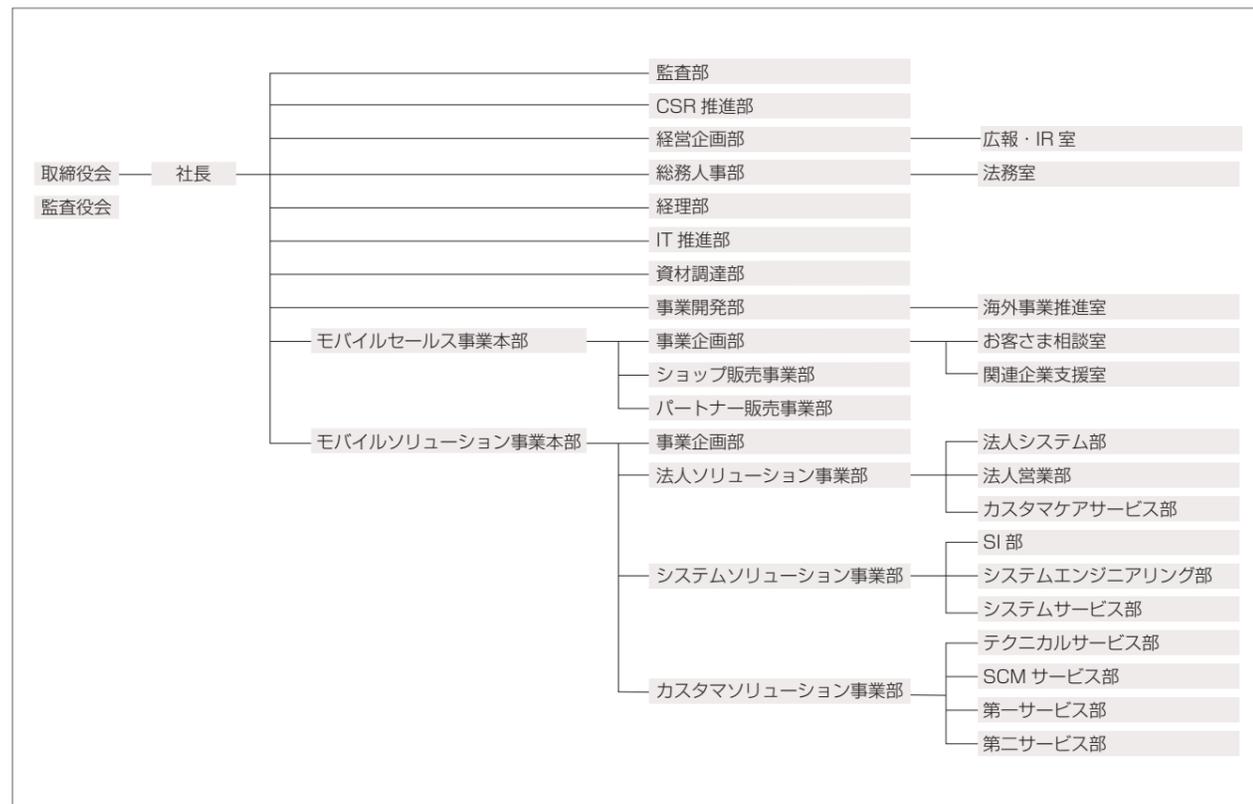
営業利益の推移



従業員数の推移



組織図 (2012年12月3日現在)



会社概要 (2012年10月1日現在)

- 会社名** NECモバイルリング株式会社
英文表記：NEC Mobiling, Ltd.
- 本社所在地** 〒100-6006
東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング
- 拠点**
支店：国内9拠点、海外1拠点
サービスセンター：5拠点
エンジニアリングセンター：7拠点
ショップ販売網
ドコモショップ：238店舗
auショップ：6店舗
ソフトバンクショップ：1店舗
スマートフォン専門店：1店舗
- 代表者** 代表取締役社長 山崎 耕司
- 設立** 1972年12月15日
- 資本金** 23億7,078万円
- 売上高** 1,261億円 (2011年度)
- 従業員数** 単独：1,066人 (2012年3月末現在)
連結：1,227人 (2012年3月末現在)
- 主要事業**
モバイルセールス事業
・携帯電話の販売代理店 (ショップの運営)
・携帯電話関連商品等の販売
モバイルソリューション事業
・携帯電話の故障解析、修理・保守サービス
・移动通信システムのシステム設計、工事、調整試験、エリア調査、最適化、保守サービス
・法人向け携帯端末・ソリューションの提供
- 主要子会社**
マツハヤ・コーポレーション株式会社
南国テレホン株式会社

事業の沿革 1972年～2012年

1972 1982 1992 2002 2012



設立当時の本社
(日本電気第二別館)



第8森ビルに移転



NEC新横浜第一ビルに移転



「日本電気移動通信」
に社名変更



NEC移動通信ビルに
移転



企業理念の制定



東証二部上場



「NECモバイル」
に社名変更



東証一部上場



NEC新横浜第二ビルに移転



霞が関ビルディングに移転



ポケットベル

保守業務を開始



大阪営業所を西日本支店に昇格



TZ-801型
自動車電話



テンダーサイン

mora (上) デジタル
moraII (下) ムーバン



香港事務所



マニラ支店



ドコモショップの先駆けとなる池袋
サービスセンター



mova
N103



上海駐在員
事務所



mova
N501i



広州駐在員
事務所



FOMA
N2001



修理ライン



香港リペアセンター



FOMA
N901iC



生産革新



MEDIAS
N-04C



MEDIAS TAB UL

無線機器の販売を開始



アプローチコード
I型無線機の開発
販売



パーソナル無線の
販売保守を開始



ページの販売

ドコモショップを展開



PHSの販売開始



ドコモショップ新横浜駅前店



「イツモセーバー」の開発販売



マツハヤ・
コーポレーションを
子会社化



「ケータイサラダ」の
開発販売



「AND market 霞が関」
オープン



ドコモショップ田町店



「厳選アプリ+」の提供



南国テレホンの子会社化

ソフトウェア開発を開始



自動車電話の
開発支援



TZ-803

ムーバの開発支援



N203向け
ソフト開発



iモードの
開発

システムエンジニアリング事業を開始



ページャ基地局建設



バスロケーション
システムを開発



基地局の
現地調整



ベネズエラ国鉄向け
列車無線の工事



自宅訪問



エリア最適化業務

公共無線事業を開始



列車無線



防災用屋外
拡声器出荷



公共公益用システムの
デジタル化の開発



戸別受信機開発

編集後記

2012（平成24）年12月15日に当社が創立40周年を迎えるにあたり、最近10年のあゆみを社史としてとりまとめることになりました。当社はこの10年間で、変化するモバイル市場の中で大きな成長を果たしてきました。事業の変革に携わってきた社員の生の声を記録に残すことは、50周年に向けた当社を展望していく上でも重要であると考え、発刊にいたりました。

今回は2003年からの短い歴史の編さんであったにもかかわらず、正確な事実の確認や写真の整理などは、予想以上に困難な作業であることを実感しました。しかし、取材を通して多くの人々にこの10年を振り返ってもらうことで、いま私たちがここに立つことができている理由をようやく明確にすることができたように思います。また、変化が激しいこの業界では、数年先どころか1年先を見極めるのも大変難しいことですが、無理を承知で将来の展望を語ってもらいました。将来へのひとつの指針として、私たち社員のこれからの励ましになれば幸いです。

最後になりましたが、本書の発刊にあたり、資料のご提供や取材にご協力いただきました先輩方をはじめ社内外の関係各位に心よりお礼申し上げます。また、企画・制作にあたって多大なご尽力をいただいたNECデザイン&プロモーション様に心より感謝申し上げます。

編集委員長 中島 祐一

創立40周年記念社史編集委員会

委員長	中島 祐一		
副委員長	竹本 和代		
委員	中村 珠美	鈴木 雅則	事務局 石井 隆
	山口 光義	田邊 哲也	岩田 朝生
	関戸 伸夫	豊嶋 好二	
	宇野 公策	片桐 公男	
	手塚 嘉徳	宮田 正美	
	高木 利彰	石塚 広之	
	平林 久朋		

写真提供●DoPlaza／毎日新聞社／朝日新聞社

NECモバイルリング40年史 最近10年のあゆみ

2012年12月 発行

発行●NECモバイルリング株式会社／東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング

編集●NECモバイルリング創立40周年記念社史編集委員会

制作協力・印刷●NECデザイン&プロモーション株式会社／東京都大田区平和島四丁目1番23号

©NEC Mobiling,Ltd. 2012 Printed in Japan

NECモバイルリング40年史
最近10年のあゆみ

A 40-Year History of NEC Mobiling



NECモバイルリング40年史
最近10年のあゆみ

<http://www.nec-mobiling.com/>
NECモバイルリング

A 40-Year History of
NEC Mobiling



NECモバイリング40年史
最近10年のあゆみ



発刊のご挨拶

当社は1972（昭和47）年、NECが製造・販売する移動通信機器の保守サービスを行うことを目的に、日本電気移動無線サービス株式会社として設立されました。おかげさまで、2012（平成24）年12月15日をもちまして、創立40周年を迎えます。

40周年という一つの節目を迎えることができましたのも、株主のみなさまをはじめ、お取引先のみなさま、そしてお客さまの温かいご指導、ご支援の賜物であります。また創立以来、幾多の関門を乗り越え、克服された先輩方の並々ならぬご尽力のおかげであると、心よりお礼申し上げます。

振り返りますと、創立当時の業務はポケットベルの保守が主体でありましたが、情報通信サービスに対する時代の流れを背景に、当社は保守サービスの範囲を逐次拡大してまいりました。これとともに事業分野も多様化させ、携帯電話の販売や修理、エンジニアリング、ソリュー

ションも行うようになってまいりました。これらはつねに新しい取り組みへの挑戦であり、困難との戦いの歴史でした。しかしみなさまのご支援のもと、それを乗り越え、日本の情報通信サービスの今日の発展に少なからず貢献をすることができました。

現在、国内外の移動通信市場においては情報通信技術の活用が進み、高速ネットワークとスマートフォン需要の急拡大を背景に新しいサービスが次々と登場することが期待されております。こうした結果、国内にとどまることなく、グローバルな市場への対応も望まれるようになってまいりました。

これに対し当社はショップというセールスプラットフォームと技術力の両方を持つ特色を活かし、次世代の移動通信サービスにも迅速な対応ができる体制を日々強化するとともに、より一層の成長を目指し、事業の発展、業績の向上に努めてまいります。

私がNECに入社いたしましたのは、くしくも当社が設立された1972年のことです。それから今日まで40年間、私は業界の発展と同時に変化の激しさをつねに肌で感じてまいりました。このたび40周年にあたり本書を刊行するのは、こうした変化に果敢に挑んできた私たちの姿勢を再認識するとともに、これまで培ってきた技術とノウハウを確認し、それらを礎に次の50周年への当社のあり方を見据えることにあります。ご関係のみなさま方には、当社の現在と未来の姿をご理解していただく一助となれば幸いです。

今後ともみなさま方には、一層のご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げますとともに、本書制作にあたりご協力いただいたすべての方々に改めて感謝を申しあげ、発刊のご挨拶に代えさせていただきます。

代表取締役社長

小崎 耕司

NECモバイルリング企業理念

NECモバイルリングは、

モバイル・マルチメディアをとおして、

世界の人々が、いつでも、どこでも

相互に理解を深め、

個性を十分に発揮し合う

生き生きとした社会の実現に貢献します。

CONTENTS

2	発刊のご挨拶
4	NECモバイルリング企業理念
6	特集 この10年で築いた強みで、未来を拓く
12	最近10年の歩み
32	資料編
38	事業の沿革
40	編集後記

この10年で築いた強みで、未来を拓く

この10年、当社は東証一部上場で幕を開けた。同時に、当社を取り巻く環境も大きく変化を始めた。私たちはそうした社内外の変化にどのように対応し、今に至ったのか。ここではこの10年の各事業を牽引してきた人々に、この10年をステップに未来をどう切り拓いていこうとしているのか、インタビューした。

ショップはお客さまとの出会いの場、 お客さまとの出会いを大切にすることが仕事です

モバイルセールス事業本部



小野 雅之(左)、小林 国博(右)

エリアマーケティングを徹底して行った出店戦略

東証一部上場で始まったこの10年、キャリアショップの店舗数は劇的に増加した。当社の店舗数は10年前に比べ約2.5倍の246店舗（2012年10月現在）になった。新規出店にあたっては、他代理店に先駆けエリアマーケティングを強化した。通信事業者の方針を踏まえ、どこに出店すればより多くのお客さまにご来店いただき販売台数が確保できるかを人口や通行量、購買データなどから分析し、徹底的にリサーチを行い、積極的に店舗を増やしていった。

この10年は怒濤の出店が続いた。出店のスピードが速いため、店長にはスタッフの採用や店舗の核となる人材の育成も含め、業績の目標達成を軸とした質の高いマネジメント力が必要となった。2002年に始まった「店長処遇（ライセンス）制度」により店長の役割が定義され、よりやりがいのある職位となった。

「事業規模、目標達成度合いによる処遇を行い、店長としての高いマネジメント力と、より高いレベルの目標達成を求め、処遇する制度です。」

これ以降、店長は管理職となり、女性店長も数多く誕生している。現在では、「プロジェクトリーダー制度」と

ともに制度運用されている。

損益管理ツール活用による経営者“店長”の確立

当社の経営効率は代理店の中でも上位に位置している。その大きな理由は損益管理手法のレベルアップにある。

「店舗ごとに損益を管理しています。とくに営業利益に関しては、店舗単位で週毎に細かくトレースできるようにしているので、店長が損益構造を把握できます。そうすると状況に応じて素早く対策がとれるようになります。現状ではデیلیーで各手数料の収入推移、ウィークリーで損益の進捗、そして月末着見込みが把握できるようになっています。代理店業界の中でも当社の管理手法のレベルは高いと思っています。」

かつては販売台数やネットワークオプションの獲得件数を追うものの、月中での損益が把握できず、月締が完了しなければ損益の数字が把握できなかった。

そこで、当社独自の管理システムを開発し導入した。その結果、自分の店舗の利益に対するモチベーションが上がり、店長に経営者の意識や商売人としての意識が強く芽生え、店長以下ショップスタッフも商売への貪欲さを

持つようになってきた。各代理店の中でも当社の高い収益力の根本は、この部分が極めて大きいと感じている。

新しいアイデアの導入でスマートフォンへの需要をカバーする

スマートフォンの登場で、ここ数年、市場環境は大きく変化している。

「スマートフォンは初期設定や使用方法の説明などで接客時間がどうしても長くなります。この効率化が課題です。まだ十分ではないですね。」
カタログやマニュアルを携えての接客から、接客に関わる情報をタブレット端末に集約し、お客さま対応時間の効率化を図った「タブレット接客」や、スマートフォンの初期設定をお客さまご自身でしていただける「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」など、新しいアイデアツールの導入も続けている。

これまであまりパソコンなどになじみのなかったシニアのお客さまにも、らくらくスマートフォンの需要が高まっている。当然ながら売れば売るほど、アフターセールスの対応が増える。簡単とはいえ、通話機能だけの端末ではないからだ。今後、シニアの方々の消費活動がより活性化し市場をリード



していくことをにらみ、よりお客さまの属性に合わせた対応が重要となってくる。

「いつでも気軽に相談に来ていただける、いつも丁寧に対応させていただく、また、つねにお客さまにとって有益な情報を提供させていただく。そういうショップであることが重要になってきます。これからますますそうなってくると思います。今の高校生や中学生の世代は、携帯電話デビューがスマートフォンなのですからね。」

一方で、スマートフォンは店舗の作りにも変化を与えた。さまざまな機能を持つスマートフォンやタブレット型端末などの商品には、実際に手にとって操作できる体験型の展示スペースが必要となった。すると小規模な店舗では展示スペースが取れないため、そういうショップは移転・増床しなくてはならない。そうしないとお客さまから支持されなくなってしまうからだ。また周辺環境の変化により、移転・増床が必要となっているケースもある。それら店舗の整備にも順次対応していかなければならない。

お客さまや市場の変化を感じ取る感覚を持つ

次の10年、販売チャネルの変化により店舗数は増減するものと思われる。通信事業者の市場シェアの変化、量販店の動向によりショップ再編も起きてくるであろう。

「今後を見据えてやるべきことは何か。それは現在のショップや傘下の量販店を含めたセールスプラットフォームの拡大と質の向上です。これまでやってきたことのブラッシュアップはもとより、日々変化する市場とお客さまニーズをいち早く察知し、柔軟に対応できる体制と適応力



の高い人材が重要だと考えています。」

お客さまの求めるものはつねに変化している。市場環境の変化に対応できる柔軟性がないとお客さまにそっぽを向かれてしまう。たとえば、通信事業者が送り出す新しい商品・サービスと、お客さまが求めていらっしゃるものの中にはギャップがある場合がある。そのあいだに立って、お客さまのニーズと商品・サービスをマッチさせるのがショップの役割となる。たとえばテレビショッピングの販売手法は、商品の“高機能”“高性能”をうたい文句にしない。機能や性能をいくら説明してもお客さまには伝わらないからだ。そこで、こういうときに使うとすごく便利、こういうふうに使ってこんな素敵なことができる、と話す。それで商品がヒットする。つまり商品の機能・知識だけでなく、お客さまが気付いていない潜在ニーズを引き出すための対応スキルが必要なのだ。

「お客さまと市場の変化を感じ取れる感覚が大事だと思います。繁盛しているショップはお客さまに訴求するための店頭POPから他店と違っています。接客の中でお客さまの疑問や要求を吸収して、お客さまにご提案するための自分の引き出しをいかに増やせるかが重要なので



スマートフォン体験コーナー

す。それを表現するセンスが問われているのです。」

ショップにはさまざまなお客さまがいらっしゃる。ビジネスのヒントがある。ヒント以上に大切なものがある。

「ショップで接客していると、生涯出会わないであろうお客さまと出会うこともあります。“想定外”の人と出会うのは人生の糧であり有益なことです。出会いは無限で、誰でもそういう体験を一度はするべきだと思うのです。そういう場で人を見る“目”を養っていく。この仕事を通してショップは、人間として成長させてくれる場なんだと感じています。」

お客さまとの出会いを大切に、何度も繰り返しお店に来ていただけることが、私たちにとってのビジネスにほかならない。 ■



いらっしやませ！ 私たちにおまかせください

“電話屋さん”のままでは終わらない、 変化をリードする意気込みが大事

モバイルソリューション事業本部法人ソリューション事業部

“コストの最適化”を提案しておつきあいを深めていく

携帯電話は個人での利用にとどまらず、企業のなかでも必要不可欠なコミュニケーションツールとして定着してきた。これにともない、各ショップ内で法人向け営業を担う要員を中心に、店頭とは異なる販売ノウハウを持つ独自のプロフィット部門として組織化した。「法人ソリューション事業部にとって、この10年というのはまさにその立ち上げから現在に至るまでの歴史です。各ショップで法人向け販売を担当していた者が一堂に集まり、“自分の食い扶持は自分たちで稼ぐんだ”と誓いを立てるところから始まりました。」

法人・企業を対象とするセールス。最初のアプローチは通信コスト低減の提案だった。そのころ企業のなかで利用されている携帯電話は、個々人の利用頻度の違いなどを考慮せず、一律の



福田 和久



平船 勉

契約内容になっていたため割高な料金を支払っていることも多かった。そこで、当時すでにプロトタイプが完成していた料金プランシミュレーションシステム（ItsmoSaver）を活用し「こうすれば御社のご利用実態に合った料金の最適化ができますよ」という提案をしていった。

このような活動を積み重ね、企業内で携帯電話の管理を担当する方々からの信頼を厚くし、そのパイプをどんどん太くしていった。

「今では物販での利益に対してソリューションの利益が比率を増えています。月額いくらという形、いわゆるストックビジネスの利益がジワッと効いてくる構造になっています。」

通信のプロとして“揺りかごから墓場まで” 一手にケア

音声通話のみを目的としていた携帯電話から、PC用のデータ通信カード、スマートフォン、さらにはタブレット型端末と、取り扱う商品も高度化している。通話中心の携帯電話は事務用品と同じように総務系の部署で管轄するのが通常だったが、スマートフォンやタブレット型端末、データ通信カードでは担当がIT関連の部署に変わる。これは“OA機器”としての用途が広がり、扱う情報もパソコンと同様のセキュリティ管理を厳密にする必要が生じてきたためだ。そのため、求められる提案もコストだけではなくってきた。

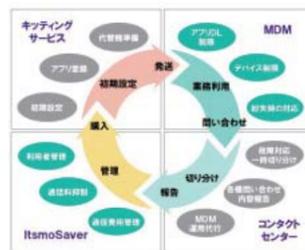
たとえば、スマートフォンやタブレットを使って外出先から自席のパソコンを操作したり、どこでもメンバーのスケジュールや資料を共有できる用途の提案。あるいは端末を紛失した際に遠隔操作で機能制限やデータ消去まで行える「MDM（モバイル・デバイス・マネジメント）」の提案。そういう形でお客さまが困っていることを見つけ出し、解決していく。そこでは商品知

識だけでなく、通信のプロ集団としての企業の総合力もものをいう。

「大げさに言う情報通信端末の“揺りかごから墓場まで”。当社はこの“ライフサイクルマネジメント”をワンストップサービスで実現できるので、導入前のセキュリティポリシーの作成から始まり、部署や業務内容に応じて端末の初期設定を行います。こうしたことはカスタムソリューション事業部やシステムソリューション事業部と連携して取り組んでいます。実際の運用が始まれば先ほどの『ItsmoSaver』や『MDM（モバイル・デバイス・マネジメント）』を通じてご支援し、使い方などで困った際のコールセンターも構築しています。そして機種交換時のデータ消去も。こうしたサイクルを、組織力でしっかりとお客さまをサポートしていくのが、我々の目指す“通信のプロ”です。」

市場は大きく変容している。競合相手もほかの携帯代理店だけでなく、IT業界まで広がる。

「単に変化を待つのではなく、自分たちで変化をリードしていくぞという意気込みこそが重要です。尻込みしては“出入り業者の電話屋さん”で終わってしまう。私たちは“通信のプロ”である、という自負をもって若い人たちがソリューションに取り組んでいる。それを心強く感じています。そういうことができないと将来はありませんから。」



携帯電話端末のライフスタイルに合わせた提案

“NECモバイルリングに任せれば大丈夫” 顧客の信頼は高い品質を生む技術から

モバイルソリューション事業本部システムソリューション事業部

否応なしの自立、しかし“武器”は身につけていた

当社はNECが納入した無線装置を設置する協力会社として実績を積み重ね、システムソリューション事業部にとっては、それが当たり前のことだった。ところが2009年度からNECの通信事業者向け無線装置設置業務がなくなることが決まった。このことは何を意味したか。会社が生き残っていくためには、仕事をNEC以外から受注しなければならなかったのだ。

「それまではNECとの対応だけすればよかったので営業は必要ありませんでした。しかしこれからは自分たちで仕事を取りに行かねばなりません。初めて営業部を作り、すぐに活動を始めました。」

それまで経験のなかった営業を手探りで始めた。そうしたなかで、海外の通信機器メーカーから、基地局の工事・試験や局データの作成業務を受注した。それまでNEC製の無線装置を採用していた通信事業者は、今後当該メーカー製品へ交換しなくてはならない。それにはNEC製機器の知識を持つエンジニアが必要だった。そこで、その知識と経験を持ち、それに見合った技術力を持つ当社に白羽の矢が立った。

「私たちにはNEC傘下で培った技術の積み重ねと実績がありました。エンジニアリング力、とくに無線系の技術に大きな力を持っていました。それが評価を得たのです。」

広がる業務領域。対応は柔軟に、コアの技術を極める

プロジェクト単位に移動を繰り返していた事業拠点をエンジニアリングセンターとして常設し、責任者の顔を外から見えるようにしたのも営業展開を視野に入れてのことだった。通信事業各社から受託する自宅訪問の事業も全

国への展開が続いている。個人のお客さまのご自宅まで出張し、受信状態を調査して最適な改善策を実施する。

「お客さまのお求めになる水準はどんどん高くなっています。“電話がつかない”だけではなく、“データの伝送が遅い”ことにも対応する知識と技術が必要ですし、接客態度にも高い水準が求められています。」求められる技術も様変わりした。かつて基地局は大規模な設備の更新が当たり前だったが、現在はソフトウェアの更新で済んでしまうようになった。

「業務量としては減っているのですが、サービス系や家電など仕事の領域は拡大しています。そうするとコアをなす技術が時代にマッチしているかが重要になってきます。」

これからのシステムソリューション事業部には変化に対応できる柔軟さを持った人材が求められる。もちろん、技術を極めていく姿勢には揺るぎはない。

爆発的に増える通信データ、それらをさばく知恵と腕がある

アナログ携帯電話からデジタルへ。そして3GからLTEへと通信データ量は爆発的に増大した。“つながる”から“速度”を求めた時代となった。

「エリアを広げることは簡単です。問題はトラフィックの増加をどうさばいていくのか。それをケースごとにコンサルティングして、自分たちの技術を応用して、いかに解決するかを提案していきます。」

ある通信事業者からは東京23区内におけるエリアの最適化を依頼され、その設計の半分を担当している。渋谷、新宿、東京駅など人も通信も輻輳するエリアもある。この技術で競合できる同業他社は多くない。

「経験とノウハウがモノをいう仕事です。アンテナ方向の微調整や無線制御装置・基地局装置のパラメータ



月俣 俊博



松浦 賢一



現地調査試験

最適化、細かいトラフィックの予測、場合によっては『ここに基地局を新設しましょう』と提案することもあります。」

設計だけにとどまらず工事もできることは大きな強みだ。

「私たちは技術を品質という形でお客さまに提供し、信頼という対価をいただいています。“NECモバイルリングに任せれば大丈夫”と、今後もそう言われ続けなければなりません。」

立ち上がることで見つけた未来、 “生産革新” 実現までの長い日々

モバイルソリューション事業本部カスタムソリューション事業部



豊嶋 好二

激しく拒絶された “楽に早く仕事をする方式”

「この10年を振り返れば“生産革新”これがすべてですね。昨日までの仕事のやり方を、今日から180度変えてしまう。社員にそういうことを求めたわけです。それから10年にもおおよぶ年月をかけて座り仕事を立ち仕事へと変えた。それは効率のよさ、コストの低減、品質の向上を追求するために不可欠なことでした。」

当時、端末修理ラインでは大量の修理品の注文を抱え、修理品の滞留が解消できずにいた。故障個所の解析にも時間がかかり、品質面でも多くの課題を抱えていた。

修理現場ではバラバラの工程で作業が進んでいた。社員一人が10個の修理品を持って作業をし、次の工程に渡す。そこでも同様に10個ずつ作業をする。修理品1台の修理にどのぐらいの時間を要するのか、把握することすら困難だった。

個人に腕の差があった。早い人にはどうしても仕事量のしわ寄せがくる。それを平準化したかった。検討を重ね、今までの考え方にはない生産革新を取り入れ、スムーズな流れができるラインづくりを目指すことを決断した。

「修理品を抱え込んで座って作業をしていたところへ、立って1個ずつ作業をするようにさせました。目標は1日250台と宣言しました。そうすることで1台あたりの作業時間が読めるようになり、大量の修理でもどのくらいかかるかがわかるようになりました。お客さまにも『明日は無理ですが明後日にはお渡しできます』と正確に答えられる。顧客満足度の面でも向上することができるのです。」

予想していたとはいえ、やはり社員から大きな反発があった。社員にはこれまでやってきた仕事のやり方への誇

りがあった。

これは“楽に、早く仕事をしよう”という手法なんだと繰り返し言ってもなかなかこだわりが捨てられなかった。立てと言っても立たないし、作業をやらない。毎日がそれとの闘いだった。命じるだけではだめなので、センター長自らが作業ラインに入り、実際に立ち作業をやってみせた。そしてやりやすくなることを一人一人に理解させていった。

重要なのは、出荷のために何をするか、ということだった。いわゆる“職人意識”を捨てるが必要だったのだ。新しい仕事の進め方が染み付いてくると、自然と今度はいい意味でライン間の競争が生じはじめた。向こうは何台修理したから、こちらも負けずにと、モチベーションの向上につながっていった。

“なぜ”を突き詰めて 即座に改善、おカネをかけずに 知恵で勝負

「どうやって付加価値100%を実現するかをつねに考えてきました。“立っている方が作業効率が上がる”ことを証明するためには、“なぜ”を克服しなければならない。やってみせて納得させる必要がありました。理解が進めば仕事にリズム感が出てくるし、失敗がなくなる。素直に仕事に入れるようになるわけです。管理職がラインに入る、つまり上司の背中を見せて部下を育てるのです。」

最初はトップダウンでも、やがてボトムアップで知恵が出てくるようになった。今ではラインの皆が現場に寄り、付加価値を上げることを目指している。

また、管理職も自ら作業に加わることで“改善点”を見つけることができる。現場に行って、話してみても、はじ

めて分かることがいくつもあった。

生産革新を進めていく過程で、誰が仕事をしてもし失敗が起こらない仕組みを作ることを目指した。データをフィードバックし、“見える化”を図って悪いところを少しずつつぶしていった。

「私たちの5WはWhenやWhereではなく、Whyが5回、“なぜ”の5乗です。“なぜ”を突き詰め、そして決めたら“3即”。ノーエクスキューズで即時、即座、即応。改革におカネをかけず知恵で勝ってみせたんです。」

カスタムソリューション事業部には営業職がない。だから修理品を早くお返しすることが営業活動になる。修理の状況は通信事業者からベンチマークされ、リードタイムや再修理率が他社と比較される。

以前、当社は5番目にすぎなかった。これが生産革新導入後すぐに3位以内となり、現在では断然トップを走っている。

「修理は“あたりまえ”の仕事。直ってあたりまえ。早くあたりまえ。それを実現したことがブランドロイヤリティとなりました。」

提出した見積価格で先方に驚かれる。安い、そして仕事が速い、人も少

ない。これは生産革新で競争力を高めた結果だ。

「効率と競争の時代に生きている以上、それを追求していくのが使命だと考えています。修理の対価はつねに下げられる。昨日と同じことをやっているのは10年後はない。マグロのように、“止まったら死ぬ”。そういう覚悟です。」

サービスセンター自体を 商品に。方法論を武器に さまざまな分野へ

この10年はいわば3Gの10年だった。しかしスマートフォンの登場で携帯電話市場は変容した。従来の携帯電話はメーカーごとに独自性があり、修理には技術や経験が大きくものをいった。しかしスマートフォンはパソコンと同様に汎用部品が多い。他社から仕事を奪うことも可能になる反面で、仕事を奪われる可能性も出てくる。買い換えのスピードが上がっている。修理そのものがなくなる危機感すらある。

「だったら自分たちはサービスセンターそのものを商品として売り出さう、という発想で仕事を広げている。」

生産革新の手法を身に着けた人材を派遣することもできる。工数支援ができるのでほかの事業部が取ってきた仕事をケアすることもできる。いろいろな企業が困っていることを聞いて、解決策を提案する。カスタムサービスからカスタムソリューションへ、可能性は外向きにも広がっている。

「修理にとどまらず、いろいろなことにこの方法論が応用できるはず。たとえばレストランの革新だって手伝えるのではないかと、そんなことも考えているのです。」

利益率を劇的に変えた生産革新。しかしそれも手段であって、時代ごとに合うものがある。リーダーたちの背中を見て新しいリーダーも育っているはずだ。

「我々の世代は改革を“やらされた”という感覚が強かった。しかし育ってきた次期リーダーは、自分がやるか決めるときには、強烈的な自己主張が出てくるはず。時代が変わっても“品質”は変わらない。修理がなくなる危機感のなかで、新たな提案が出てきてほしい。」

簡単ではなかった生産革新。しかし革新の歩みは未来に向かって、止まることなく続いていくのだ。 ■



お客さまからお預かりした端末の故障状況をひとつひとつ解析



1個流しの立ち作業でリードタイムを大幅に短縮



当社の出来事

- 1月 法人ソリューション統括部の新設
- 2月 カメラ付携帯電話向けサービス「プリモード」の販売開始
- 3月 東京証券取引所第一部に株式上場
- 4月 販売事業統合再編とNECグループのモバイル販売事業統合
- 4月 販売事業本部の新設（ブロック制・エリア制導入、お客さま相談室の新設など）
- 6月 人事処遇制度の改訂（職務グレード制導入）
- 8月 動的ホームページサービス「ダイナミックウェブ（dynamicweb）」の販売開始
- 9月 モバイルプルQ「ガスモデル」サービス開始
- 10月 コンプライアンス推進室の新設
- 10月 マラソン大会「よこはま Fun run day in こどもの国」の協賛（2002年～2008年）
- 10月 香港の携帯電話基地局最適化プロジェクトで感謝状受領
- 12月 知育玩具事業を開始
- 12月 携帯電話修理事業で修理表をペーパーレス化

業界の出来事

- 11月 auが1x EV-DO（3.5G）開始
- 12月 世界初骨伝導ケータイ発売（ソニー TS41）

一般社会の出来事

- 2月 スペースシャトル「コロンビア」が空中分解
- 3月 イラク戦争勃発（4月、フセイン政権崩壊）
- 3月 新型肺炎（SARS）が各国で猛威
- 4月 日本郵政公社発足
- 5月 「個人情報保護法」成立
- 6月 「有事法制関連3法」成立
- 7月 「イラク復興支援特別措置法」成立
- 9月 阪神、18年ぶりリーグ優勝
- 11月 衆院選で与党自民党が絶対安定多数を獲得、民主党も議席を伸ばし2大政党化進む
- 11月 イラクで日本大使館員2人殺害 流行歌「世界に一つだけの花」 「さくら（独唱）」



SARS患者を隔離して搬送できる車両が準備された（毎日新聞社）

カメラ付携帯電話向けサービス「プリモード」の販売開始

「プリモード」はカメラ付携帯電話の普及と女子中高生を発信源とする写真シール「プリクラ」ブームを背景に、家庭用のプリンターでは印刷することがむずかしく、メール利用が中心だった携帯電話で撮影した写真を手軽に印刷できるサービスとして企画された。

当初はショップ事業でのカメラ付携帯電話販売促進を目的に小規模な販売を予定していたが、2002年10月のプレス発表後に携帯電話販売代理店業界のみならず、全国のデジカメ写真プリントサービス業者やゲーム関係者などから問い合わせが殺到した。このため新たな販売網を構築して全国規模の販売となった。



「プリモード」

東京証券取引所第一部に株式上場

2002年2月、当社は東証二部に上場。その10月には東証より市場一部への指定について打診があった。そこで東証に対し、市場一部銘柄指定の申請を行うこととした。審査に必要な書類や質問に対する回答書を作成し、東証の審査を受けた。そして2003年3月3日、ついに当社株は一部上場銘柄となった。二部上場の2002年2月22日に続き、再び「ぞろ目」の日付となったのは印象深い。

当日は、大久保敬二社長（当時）から社員向けに役員便りが発行された。「東証第一部の企業となったことを誇りに思いましょう」という喜びの言葉とともに、「株主のみならずからの期待はますます大きくなり、社会的責任が重くなります。従来にも増してコンプライアンスを重視して日々の業務を遂行し、さらなる業績伸張を目指しま

しょう」という、社員全員へのメッセージが出された。

二部上場時には1,740円の初値をつけた株価であったが、一部指定となった後は、会社の成長への期待が高まり、2003年10月17日には4,340円の上場以来の高値をつけた。



一部上場の認証式で鐘を打つ千葉正人会長(当時)

販売事業統合再編とNECグループのモバイル販売事業統合

2001年度において全社売上高の66%を占めるに至ったショップ事業ではあったが、市場は鈍化の兆しが顕著となりつつあった。そこで競合他社との競争に勝ち抜く事業構造改革の一環として、ショップ事業に関する経営資源の有効活用を図り販売力強化につなげるため、販売事業を統合再編成することとした。2003年4月に東日本販売統括部、西日本販売統括部、販売事業支援部を統合してショップ事業に関する企画・運営を総括する販売事業本部を新設した。なお、これは当社にとって初の事業本部となった。

また、同年4月に埼玉日本電気株式会社から携帯電話の販売事業について2店舗の譲渡を、6月にはNECカスタマックス株式会社から16店舗の営業譲渡を受け、NECグループにおけるモバイル販売事業は当社に統合された。

コンプライアンス推進室の新設

当社のコンプライアンス体制は2000年3月の「NECモバイリング行動規範」の制定、各スタッフ部門における法令遵守についての監査などで、法令および企業倫理の遵守推進を確立しつつあった。しかし、今後ますます重要となるコンプライアンス体制を強化し実効性のあるものとするた

め、2003年10月にコンプライアンス推進室を新設し、当社の企業活動全般のコンプライアンスにかかわる企画・立案、方針展開ならびに啓発活動などを担当することとした。

その後、コンプライアンス推進室は2004年4月にコンプライアンス推進部となり、2007年4月のスタッフ部門組織再編に伴い、CS推進機能と調査機能を統合し現在のCSR推進部となった。

マラソン大会「よこはま Fun run day in こどもの国」の協賛（2002年～2008年）

横浜市や地域住民の方たちの健康増進に寄与するため、2002年から「健康マラソンフェスティバル in こどもの国」に対する特別協賛を実施した。同大会は2007年から「よこはま Fun run day in こどもの国」に名称変更し、幼児からベテランランナーまで2,000人を超える参加者がそれぞれの目的やレベルにあわせた6種類の競技に参加する大イベントとなった。

松尾義武社長（当時）によるスタートの合図が高らかに鳴り響き、当社ロゴ入りのゼッケンを付けた参加者たちが健脚を競った。スタート・ゴール地点には当社ロゴ入りの横断幕が掲げられた。また、当社ののぼりがたくさん立てられたメイン会場ではお楽しみ抽選会が実施され、当社ブースでは子供向けに射的、キャラクターの人形すくい、ターゲットフリスビーなどのアトラクションを実施し、多くの参加者で賑わった。社内からも家族を含め74名が競技に参加した。



NECのキャラクターも登場

香港の携帯電話基地局最適化プロジェクトで感謝状受領

NECが受注した香港における携帯電話基地局1,200局によるエリア構築において、当社はエリアの通信品質

向上に向けた最適化対応を担当した。さまざまな問題点を克服してこれを推進し、工事を完了した結果、お客さまより感謝状をいただいた。

当時、香港では新型肺炎SARS（サーズ）の感染が広まり始めており、プロジェクト遂行中は感染を防ぐために外出を控え、連日ホテルと職場の行き来だけという環境であったが、幸い感染者もなく無事に乗り切ることができた。



オープン当時の店舗

携帯電話修理事業で修理表をペーパーレス化

携帯電話の修理工程管理には既存のMAINSシステム（NEC修理品質情報管理システム）より修理表を作成し、修理者が修理の内容および処置などを手書きで記入してきたが、修理表作成のコストや記入ミスによる手戻り工数の増加やタイムリーに修理進捗管理ができていないなどの問題点を抱えていた。このためカスタムサービス統括部はペーパーレス化を決断し、2003年8月よりシステム構築に向けたプロジェクトチームを発足させて準備を進め、同年12月中旬より運用を開始した。

ペーパーレス化にあたってはMAINSシステム（Ver.3）とのデータ連携性を高めることでのヒューマンエラーの最小化、進捗状況の見える化、余剰スペースの有効利用などを目標に据えた。これらにより工数削減や修理状況の情報共有化が実現し、修理工程の“生産革新”の一歩となった。

2003年 注目の出来事

パケット定額制の登場



W11H

第3世代の移动通信システムでNTTドコモのFOMAに後れを取っていたKDDIは、2003年11月より、3.5世代となるCDMA2000 1x EV-DO方式を利用した新たなサービスの提供を開始した。

前年、CDMA 1Xサービスの提供を開始して3Gの仲間入りを果たしたものの、データ通信速度の遅さから、大容量データの配信に向いていなかった。新たなサービスはCDMA 1X WINと呼ばれ、サービス提供に合わせて、メールやWebを利用した場合にデータ通信料が定額となるサービス（パケット定額制）も日本の携帯電話として初めて導入されたことから、市場に大きなインパクトを与えた。

当社の出来事

- 2月 NTTドコモグループ（第11回）全国改善事例発表大会の優良賞受賞
- 3月 ASPサービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供開始
- 4月 中国に上海慕百霖通信有限公司を設立
- 4月 「itsmoSaver（イツモセーバー）」の提供開始
- 4月 法務室を新設
- 4月 携帯電話マニュアル作成業務をNEC埼玉へ移管
- 5月 NECによる当社株式の一部売却
- 6月 松尾義武社長就任
- 6月 CMMレベル4の認定を取得（CMM公式アセスメント）
- 8月 「ドコモマイショップ」サービス活動開始
- 10月 販売事業本部内に広域営業ブロックを新設
- 11月 歯科医院紹介ポータルサイト「418ねっと」サービスをスタート

業界の出来事

- 7月 おサイフケータイ搭載端末発売 この年の携帯電話の人口普及率が70%を超える

一般社会の出来事

- 1月 山口県で鳥インフルエンザ発生
 - 2月 陸上自衛隊本隊、イラク到着
 - 3月 マドリッドで列車爆破テロ、死者約190人
 - 5月 小泉首相、平壤を訪問し金正日総書記と再会談。拉致被害者家族5人が帰国
 - 6月 「年金改革関連法」成立
 - 6月 観測史上最多の台風上陸で被害多発（～10月）
 - 8月 アテネオリンピック開催
 - 10月 イチローが大リーグのシーズン最多安打記録更新
 - 10月 新潟県中越地震
 - 11月 米大統領にブッシュ氏再選
 - 12月 インドネシアのスマトラ沖でM9.0の地震
- 流行歌「Jupiter」「瞳をとじて」



NTTドコモグループ（第11回）全国改善事例発表大会の優良賞受賞

2004年2月20日、NTTドコモグループ第11回全国改善事例発表大会が、グランキューブ大阪・大阪国際会議場で開催され、ドコモ北陸支社代表としてドコモショップ富山山室店「むろっち」サークルが出場し優良賞を受賞した。発表テーマは「マイユーザー囲い込み作戦～ひろげようやまむろの輪～」で、いち早く取り入れた会員制への取り組みに関する内容であった。ドコモ北陸支社グループが同大会に出場するのは初めてで、北陸支社管内のショップ約50店舗（チーム）が参加し、支店決勝大会の5チームに選ばれ、北陸支社グループ大会の最優秀賞を受賞し全国大会に出場した。

このNTTドコモグループ全国改善事例発表会は、全国のNTTドコモグループ（当時は全国ドコモ9社体制）の代表チームが集い、改善事例を披露することで改善事例の共有および改善活動の活性化を図り、効果的に水平展開を実施することを目的に開催されるもので、ドコモ中央から4チーム、地域ドコモ8社からは各2チームの、合計20チームが全国大会に出場した。



全国大会で発表する富山山室店「むろっち」サークル

ASPサービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供開始

2004年3月、ASP（アプリケーション・サービス・プロバイダ）サービス「K-tai salad（ケータイサラダ）」の提供を開始した。「ケータイサラダ」は携帯電話を使って簡単なホームページの作成やメール配信、顧客管理ができる小売店・サービスショップ向けのサービスで、iモードなどインターネット

接続機能やカメラ機能付携帯電話の普及により、携帯電話を活用した顧客アプローチが形成されつつあるなかで事業化を開始した。

初期段階では通信事業者3社の携帯電話向け画像変換サーバを開発し、携帯電話販売促進での活用を念頭にプレ営業を開始したが、サイト構築だけでなくメール配信機能への要望が強かったため、この機能を搭載することとした。

事業化にあたっては市場ニーズを確認するため、サンプル企業の獲得活動を開発メンバー全員で行い100社を獲得した。ターゲットは中小の商店や関連団体とし、「商品のモバイル版チラシ」、「モバイル版アルバム」での利用を働きかけていった。

「ケータイサラダ」はクーポン、ポイント、絵文字対応など機能強化を重ね、2005年には利用数が300件を突破し、2008年には1,000件を超えた。採用先も小売業から公的機関、携帯電話通信事業者、百貨店、メーカーとの連携など大手企業まで浸透していった。



「ケータイサラダ」のカタログ

中国に上海慕百霖通信有限公司を設立

2004年4月、中華人民共和国上海市外高橋保税区に海外子会社の「上海慕百霖通信有限公司」を設立した。同社はNECが中国携帯市場へ本格的に事業拡大するのに際し、当社の現地法

人を設立し、NEC向けに携帯電話端末保守部材の供給事業拡大を目的とするものであった。中国国内向けの携帯電話および携帯電話システムの保守部材および関連するマニュアル・治具の調達と販売を主な事業領域とし、社員は3名でスタートした。

「itsmoSaver（イツモセーバー）」の提供開始

2004年4月、「itsmoSaver（イツモセーバー）」のサービスを開始した。「itsmoSaver」はショップ事業拡大に伴い、社内で増加する携帯電話料金の管理を効率的に行うことを目的とした社内用管理ツールだったが、法人営業担当者から担当企業に紹介したいとの要望を受けて外販化に向けた検討を重ね、提供を開始した。

開発当初の目的は携帯電話の管理工数の削減にあった。外販化を進める中、通信費の削減にも取り組むこととして、「管理者による通信費の監視」ではなく「利用者の「気づき」による抑制」を特長とした「利用実績メール配信機能」を組み込むことで、費用対効果の高いツールとして他社サービスとの差別化を行った。

スタート当初、対応する通信事業者は1社だったが、通信事業者の増加やサービスの变化などに対応し、2005年4月にはマルチキャリア対応を実現した。また2006年11月にはNEC向け



「イツモセーバー」のカタログ

カスタマイズ（「itsmo-Saver for NEC」）、2008年4月には携帯電話の管理業務請負サービス（BPO）の提供をそれぞれ開始。2010年2月には固定電話通信事業者へも対応し、2011年7月にはスマートフォン管理業務請負サービスの提供を開始した。

2012年現在、「itsmoSaver」はASPサービスの枠を越え、営業・開発・運用の三位一体で端末の導入支援から管理運用、ヘルプデスク、料金コンサルテーションまで行うトータルサービスに発展し、導入企業数350社以上に達した。

NECによる当社株式の一部売却

2004年5月、当社株式の流動性を高め株主層の拡大を図ることを目的として、NECが保有する当社株式のうち234万株が売却された。これにより2004年3月末に4,396名だった株主数は2005年3月末には9,914名に増加した。また、NECによる当社の持株比率は67.1%から51.0%となった。

松尾義武社長就任

1970年4月NECに入社。1996年4月同社交換移動通信事業本部移動通信システム事業部長、2002年4月NECネットワークス執行役員などを歴任後、当社第7代社長に就いた。就任にあたっては「すべてはお客さ



第7代社長 松尾 義武

まのために」を最大の価値観とし、職業倫理と遵法精神を貫き、「打てば響くような風通しの良い、きびきびした会社」、「絶えることのない成長への挑戦」を経営方針として掲げ、携帯電話販売事業、携帯電話修理・エンジニアリング事業に継ぐ第三の事業の柱の育成を目指して大規模な社内横断プロジェクトを推進、新事業の開拓に努めた。

CMMレベル4の認定を取得（CMM公式アセスメント）

2004年6月、当社の第一開発統括部第一モバイル開発部はCMMレベル4の認定を取得した。CMM（capability maturity model＝能力成熟度モデル、現行はCMMI）はカーネギーメロン大学が開発したソフトウェア開発能力の品質管理手法で、達成度合いにより等級が設けられている。当社が取得したレベル4は、5段階のうち上から2番目の「標準化されたプロセスを定量的に測定し、洗練化していく状態」にあたる。日本のモバイルソフトウェアの開発に携わる部門での取得はまだ例が少なく、業界内での注目を集めた。

2004年 注目の出来事

おサイフケータイが登場



mova P506iC

2004年6月、NTTドコモは電子マネーとして店舗や自動販売機、インターネット通信販売での商決済だけでなく、乗車券やチケット、ポイント、会員証などのさまざまな用途に使うことのできるおサイフケータイのサービスを開始した。

すでに携帯電話にはメールやインターネット接続、カメラ（静止画や動画）機能、音楽再生機能も付いて年々多機能化が進んでおり、その後もGPS機能、ワンセグ視聴などが加わり、さらに多機能化していった。

2005

平成 17 年

当社の出来事

- 1月 法人ソリューション統括部を廃止し、法人営業本部とソリューション開発本部を新設
- 2月 プライバシーマークを取得
- 3月 香港にコースウェイベイリペアショップを設立
- 4月 新事業開発プロジェクトを開始
- 4月 ポイント制退職金制度・規約型企業年金制度を導入
- 6月 執行役員制度を導入
- 6月 NEC CS社長特別賞の受賞（仙台プロジェクト事務所）
- 6月 サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗オープン
- 9月 個人情報保護の第三者認証マークTRUSTeを取得
- 11月 TBS「イブニングファイブ」でドコモショップ西日暮里店の電話教室の様子を放映
- 11月 フジテレビ「ごきげんよう」でDo-Plazaの「ラーメン占い」を放映
- 11月 ASPサービス契約数順調に推移（「ケータイサラダ」300件突破）
- 12月 「社内基幹システム（e-Bis）」の開発プロジェクトスタート

業界の出来事

- 4月 NTTドコモ、PHSの新規申し込み受付終了
- 12月 auがワンセグ対応携帯電話を発売

一般社会の出来事

- 2月 ライブドア、ニッポン放送株35%取得を発表
 - 3月 愛知万博開催（～9月25日）
 - 4月 「個人情報保護法」施行
 - 4月 ローマ法王ヨハネ・パウロ2世が死去
 - 4月 JR福知山線脱線事故、107人死亡
 - 8月 米南部に超大型ハリケーン・カトリーナ襲来
 - 9月 衆院選で自民圧勝、第3次小泉内閣発足
 - 10月 「郵政民営化関連法」成立
 - 10月 ロッテ、31年ぶり日本一
 - 11月 耐震強度偽装事件発覚、「住」への不安が広がる
- 流行歌「*～アスタリスク～」 「さくら」



にぎわう愛知万博（毎日新聞社）



プライバシーマークを取得

2005年2月、財団法人日本情報処理開発協会（JIPDEC）のプライバシーマークを取得した。

2003年5月個人情報保護法が施行され、2005年4月より事業者を対象とした個人情報保護に関する義務条項の施行が決定した。当社の個人情報保護体制の整備は、2002年にプロジェクトを発足し、2003年1月に個人情報保護ポリシーを制定、同年8月に個人情報保護に関する規程・細則を施行し、全社員への教育を実施した。2004年2月には内部監査を行い、個人情報保護体制を整え、プライバシーマークの取得審査に備えた。

プライバシーマークの取得は、第三者機関の厳格な審査を受け認められるものであり、とくにショップ運営上でも、お客さまの個人情報を取り扱う当社にとっては重要なことであった。今後も継続的に管理体制を維持していかねばならない。



香港にコースウェイベイリペアショップを設立

2005年3月、NEC中国香港支店からの依頼を受け、香港にリペアショップを開業した。当時、香港におけるNECグループの携帯電話販売事業は、販売がNEC香港、保守が当社という体制がとられていた。当地では日本とは異なり、携帯電話の修理はメーカーに直接持ち込まれるため、NEC製携帯電話修理のための拠点を立ち上げる必要性に迫られていた。

リペアショップ開設にあたり、2005年1月より香港島内の区域で店舗探しを開始し、数十件の物件候補からコースウェイベイ駅から1分のコンチネンタルダイヤモンドプラザビルに決定した。同年3月に当社香港支店の

1拠点としてコースウェイベイ リペアショップを開業した。当初は中国人スタッフを含む総勢4名で立ち上げ、香港向けNEC製携帯電話の端末修理を行った。その後、香港でのNEC製携帯電話の利用が減少し、2007年12月末で惜しまれながら撤退することとなった。



コースウェイベイリペアショップ

新事業開発プロジェクトを開始

2005年当時、当社の事業は通信事業者ブランドのショップ事業とソフト開発や端末修理などNEC関連事業とに大別されていたなかで、自主事業の開拓が大きな課題であった。松尾義武社長（当時）の「第三の事業の柱を育成したい」という熱い思いのもと、外部の知識とノウハウを活用するべくコンサルティング会社を採用し、社内横断プロジェクトを発足させて約半年間にわたり活動した。

このプロジェクトは約10名の社内メンバーとコンサルティング会社の数名のスタッフで構成され、当社の強みと弱みを分析し、新たな領域のビジネスチャンスの可能性とその潜在規模などを体系的に分析した。結論として、他社修理の獲得やリフレッシュ事業への挑戦、組み込みソフト開発分野への進出、ショップ店頭でのクロスセルの拡大、さまざまなサービスをバックヤードに取り込んで携帯ユーザーに提供する「モバイル・バリュー・プロデューサ」への脱皮、などが提言された。

執行役員制度を導入

2005年6月より執行役員制度を導入した。同制度の導入により、取締役会が担っている経営監督機能と業務執行機能を分離することで取締役会の意思決定の迅速化を図るとともに、業務執行に対する監督機能を強化した。一方、執行役員は業務執行に専念することになった。これにより効率的な経営と競争力の強化を図っていった。

サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗オープン

2005年6月、ドコモショップモバイルタウン小塚店内にサーティワンアイスクリーム那覇小塚店をオープンした。また、9月にはドコモショップ石岡店内にサーティワンアイスクリーム石岡店をオープンさせるなど、全盛期には全国で9店舗の運営を行っていた。

当時、ドコモショップのお客さまは、比較的年齢層が高いこともあり、若年層の取り込みが課題となっていた。ドコモショップ店舗内のスペースの有効利用や若い女性に人気のアイスクリーム店の併設といった新しいスタイルが、今後ドコモショップとサーティワンアイスクリーム店双方の顧客獲得に相乗効果をもたらすものとして開設した。



サーティワンアイスクリームとのコラボ店舗

個人情報保護の第三者認証マーク TRUSTe を取得

2005年9月、当社は運営中の7つのWEBサイトにおいてTRUSTe（トラスト・イー）の認証を取得した。TRUSTeは、国際的なプライバシー保護組織として知られる米国の非営利団体で、WEBサイト運営企業・団体が収集した個人情報の取り扱いを第三者の立場で審査し、その基準を満たしている企業が認定されるものである。

「社内基幹システム（e-Bis）」の開発プロジェクトスタート

ショップ事業における従来の販売管理システムは、蓄積されたデータを毎日1回、夜間に本社へ送信するためリアルタイム性がなかった。また各店舗にサーバが設置されていたため、セキュリティやメンテナンスの面にも多くの課題を抱えていた。そこでショップ事業の新しい販売管理システム「e-Bis」の開発プロジェクトが2005年12月に発足した。約1年半の開発期間を経て2007年6月から順次導入が開始され、2008年1月に全国稼働となった。

新システムの導入により、入力項目の削減とコンピュータそのものの高速化で1件当たりのデータ入力時間が従

来の約半分となり、レジ端末単体での処理時間も短くなった。また、各店舗に設置されていたサーバをデータセンターに移設・集約したことでセキュリティ面での安全性も向上し、ビル停電やネットワーク障害などでの業務への影響もなくなった。さらにWEBベースのシステムに変更したことにより、販売・在庫など各種の実績データが30分ごとに更新されるようになり、リアルタイムで実績の把握が可能となった。



「iモード」をかたどった入口が特長的な店舗

2005年 注目の出来事

901i シリーズが FOMA 市場を牽引



FOMA N901iC

2005年2月、NTTドコモのFOMAサービスの契約は全国で1,000万件を突破し、8月に1,500万件、年末の12月31日には全国で2,000万件を突破した。このFOMA契約数の拡大を牽引したのがN901iCをはじめとする901iシリーズだった。

FOMAのサービスは次世代の携帯電話として2001年から開始されていたものの、サービスエリアの拡大の遅れから、契約数が伸びていなかった。しかしサービスエリアが充実するとともに、端末の性能の向上やおサイフケータイ機能の搭載などにより、人気は急上昇し、翌2006年にはNTTドコモの契約数の50%以上をFOMAが占めるようになった。



当社の出来事

- 1月 「V1-Generate」の販売開始
- 3月 MNP（モバイルナンバーポータビリティ）の予約獲得件数がドコモ中央内で第一位
- 4月 モバイルソフトウェア事業を営業譲渡
- 4月 NECモバイルリング従業員会の発足
- 4月 携帯電話エリアサポート業務を受注
- 4月 端末修理ラインの改革
- 5月 ベネズエラで初の海外工事を受注
- 6月 チャネル販売力の強化（量販ルート獲得・サーティワン併設増強など）
- 7月 NEO新横浜第二ビルへ本社移転
- 11月 光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアル開始
- 11月 カラーをテーマにしたSNS（ソーシャルネットワーキングサイト）「Colorful・CAFECLIP」をオープン
- 12月 企業向けASP事業の拡大（「ケータイサラダ」600社超・「itsmoSaver」75,000件加入）

業界の出来事

- 4月 ワンセグ放送開始
- 4月 ソフトバンク孫社長、ボーダフォンを買収（新販売方法での参入）
- 7月 ケータイ補償サービス開始
- 10月 MNP（モバイルナンバーポータビリティ）の開始

一般社会の出来事

- 1月 ライブドア事件で堀江貴文社長ら逮捕
- 2月 トリノ冬季オリンピック開催。フィギュアスケートで荒川静香選手が金
- 3月 ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）、王ジャパン初代王者に
- 5月 ジャワ島地震で死者約6,000人
- 6月 村上ファンドの村上世彰代表、インサイダー取引容疑で逮捕
- 7月 北朝鮮がミサイル発射、日本海に着弾
- 8月 福岡市職員の飲酒運転事故で3人死亡、自治体で飲酒運転への懲戒免職が広がる
- 9月 秋篠宮妃紀子さま男子ご出産
- 9月 安倍内閣発足
- 10月 福岡で中学2年生が遺書残し自殺、いじめ苦自殺が相次ぐ
- 10月 日本ハム、44年ぶり日本一
- 流行歌「三日月」「Real Face」

「V1-Generate」の販売開始

2006年1月、リアルアフィリエイト事業である「V1-Generate (Value one generate)」が首都圏において販売を開始し、同年2月に九州、4月には全国展開を開始した。

リアルアフィリエイト事業とは、実在する携帯ショップなどでネット上のコンテンツをユーザーの意向に合わせて紹介するビジネスを指す。携帯電話の普及とともにさまざまなジャンルの携帯コンテンツが立ち上げられたが、ユーザーが自分の希望に合ったコンテンツを探して登録する手間は複雑であり、その解決の場として携帯ショップなどのリアル店舗を活用してもらうことを提案した。

これにより契約店舗は在庫のいらない新たな収入源を確保し、コンテンツプロバイダーは新たなユーザー層へのアプローチが可能となった。

「V1-Generate」は順調に成長を続け、2008年には取扱数が1,000店舗となった。



お客さまに「V1-Generate」でコンテンツを紹介

モバイルソフトウェア事業を営業譲渡

2006年4月、NEC製の移動体通信端末に組み込まれるソフトウェアや移動体通信の基地局装置用ソフトウェアの開発などを行うモバイルソフトウェア事業を、日本電気通信システム株式会社に営業譲渡した。当社のモバイルソフトウェア事業は、NECグループのモバイル端末事業をとりまく技術や市場環境の変化を受けて縮小していた。そこで携帯電話に関連する販売、修理およびビジネスソリューション事業に経営の基盤を集中し、中期的な事

業収益の向上を図るため同部門を営業譲渡することとした。

NEC モバイルリング従業員会の発足

2006年4月、NECモバイルリング従業員会が発足した。当社では拠点やショップの増加に伴い、1996年12月に従業員間のコミュニケーション向上を図るため「ねむこむ会」を発足し、主にレクリエーション活動を行ってきたが、労使協定の締結や従業員からの意見聴取、従業員代表の選出などの法定手続きを適法に実行するため「ねむこむ会」を再編し、新たに従業員会として発足した。NECモバイルリング従業員会では、経営方針・経営課題の浸透と法定手続きを実行する機関として労使懇談会、労使専門委員会を設置し、年に2回定期的に開催している。従業員代表と経営陣の間では活発な意見交換が行われ、働きやすい会社を目指して改善が行われている。

携帯電話 エリアサポート業務を受注

2006年4月、東海地区の通信事業者より受注したエリアサポート業務を開始した。この業務は同年2月に同社より当社へエリアコールセンター業務の実施について打診があり、具体的な業務は未経験ながら今後の発展を考慮してチャレンジすることを決定した。

まず要員50人を集めたが、全員が未経験者であったことから、ただちに教育と業務トライアルを開始し4月からの業務スタートに備えた。

本件をきっかけとして関東地区でも訪問調査業務は拡大していき、ほかの



お客さまのもとで調査を行うスタッフ

通信事業者から全国での自宅訪問業務を受注するに至った。

端末修理ラインの改革

2001年前後よりNEC製携帯電話は人気が高まり、4年連続トップシェアを維持していた。こうしてNEC製品の稼働台数が増えた結果、修理台数も増加の一途をたどり、2006年当時、当社の端末修理ラインでは修理品の滞留が解消できなくなっていた。また修理解析時間も工数を要していたため、後工程においても滞留を解消できず、品質面での課題も抱えていた。

そこで端末修理ラインの拡大と効率化に向けた検討を重ね、量産（生産）における改善活動の考え方を修理現場にも適用すべく、仕掛削減、修理効率、品質向上の視点から改善活動を開始した。さまざまな要因により改善活動は苦戦をしいられたが、スムーズな流れができるラインづくりを目指し、納期短縮、原価低減、棚卸削減、キャッシュフローならびに修理品質の向上を図っていった。



改善された端末修理ライン

ベネズエラで初の海外工事を受注

2006年5月、当社初の海外工事となるベネズエラ国鉄向けカラカス近郊線鉄道複合通信システムの列車無線に関わる本線工事が始まった。同工事は当社からNECへ出向中の社員が納入プロジェクトを担当し、当社復帰後も担当していたことから引き続き管理業務を請け負うこととなったのである。

当初は受注元の総合会社からプロ

ジェクト窓口業務および列車無線に関する管理業務を委託されていたが、代替製品の対応や具体的な現地工事の開始に伴い、管理業務を担当し、契約内容およびシステムを熟知している当社が工事も含めたプロジェクト全体を円滑に実行できることが評価され当社が主契約者となった。

工事はプースタの設置、鉄塔の建設、全長43kmにもおよぶLCX（漏洩同軸ケーブル）の敷設、営業車両への無線機取付けなどを行った。また、保守車両への無線機の取付けや、すでに製造中止となっていた車載無線機の代替品の調達など、追加工事も行い、2007年3月末に工事は完了した。



LCXの敷設

光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアル開始

2006年11月より、インターネット固定回線である光ブロードバンド回線・Bフレッツの販売トライアルをドコモショップ町田店においてスタートした。

2004年11月発表のNTT中期経営戦略の中で、次世代ネットワーク構築に向けて2010年までの光回線3,000万契約が打ち出され、FMC（固定回線と移動通信の融合）に向けた取り組みが始まっていった。

2006年10月にシステム統括部においてブロードバンド販売計画が立案され、2007年4月には事業戦略として回線販売を加速するとともに、FMCの市場開拓についても指示が出された。また、収益性確保と合わせてITソリューションショップ構想も示され、その後は販売事業本部新事業推進室が総括の責任部門となった。

2007年秋以降はドコモショップにおけるBフレッツの販売を加速し、パソコンやFAXなどと合わせた「光スターターパック」キャンペーンや、Wi-Fi機能を搭載したNEC製携帯電話端末N-02B、N906iLとのキャンペーンなどを展開した。



当時の取扱店

2006年 注目の出来事

ソフトバンクが市場参入



ボーダフォンの買収を報じる新聞（2006年3月18日付朝日新聞）

2006年4月、ソフトバンク株式会社は日本で携帯電話事業を行っていたボーダフォンの日本法人を買収し、同年10月にソフトバンクモバイル株式会社が設立された。ソフトバンクモバイルは翌2007年から、ホワイトプランなどの割安な料金プランを発表するとともに、CM戦略で若者層の支持を集めはじめ、毎月の純増数でほかの通信事業者を抑えて首位になることが多くなった。さらに2008年から国内独占販売を開始したiPhoneが人気を呼んだことが追い風となり、2012年8月には契約数が3,000万件を超えてKDDIに迫る勢いとなり、日本の携帯電話市場を牽引するまでになっている。

2007

平成 19 年

当社の出来事

- 4月 公共モバイル事業を営業譲渡
- 4月 携帯電話基地局の初期対応保守業務を受注
- 4月 事業構造改革の推進（全社スタッフ再編）
- 5月 神奈川県で初の「くるみん」認定取得
- 5月 「カスタマ2.0」改革プロジェクトスタート
- 6月 携帯電話海上エリア測定業務開始
- 7月 テレビ神奈川「NEWSハーバー」内で次世代育成支援認定企業の特集放送
- 8月 「ケータイサラダ」事業単月黒字化（スタートから3年6カ月）
- 10月 業種特化型ソリューション「MV Pro」販売開始
- 10月 特定派遣業務開始
- 11月 ドコモ中央スタッフ対応コンテストでグランプリ受賞

業界の出来事

- 1月 ソフトバンクモバイル、ホワイトプラン導入
- 3月 13年ぶりの新通信事業者「イーモバイル」誕生
- 4月 3G携帯、GPS機能標準搭載へ
- 11月 新販売方式導入
- 12月 携帯電話加入数、1億件超え

一般社会の出来事

- 1月 不二家が洋菓子販売休止
 - 3月 各国で中国産品から有毒物質、安全性に不安が高まる
 - 4月 年金記録漏れ5,000万件判明
 - 5月 仏大統領にサルコジ氏就任
 - 7月 新潟県中越沖地震
 - 7月 参院選で自民党歴史的惨敗、与党が過半数割れし、ねじれ国会に
 - 9月 安倍首相が突然の退陣、福田内閣発足
 - 9月 ミャンマーで反政府デモ、日本人映像ジャーナリスト死亡
 - 11月 中日ドラゴンズ、53年ぶり日本一
 - 11月 防衛省汚職発覚。守屋前防衛次官逮捕
 - 11月 原油価格高騰。1バレル＝100ドル近くに
- この年 赤福、船場吉兆などで食品偽装相次ぐ
米サブプライムローン問題で、世界の金融・経済混乱
流行歌「千の風になって」「蕾（つぼみ）」



公共モバイル事業を営業譲渡

2007年4月、当社の公共モバイル事業（自営無線通信システム事業）を NEC ネットワーク・センサ株式会社 に営業譲渡した。

当社では公共モバイル事業として NEC グループの公共公益団体向け自営無線通信システムの開発、製造、SI（システム・インテグレーション）、保守などの業務を取り扱ってきたが、デジタル化の進展や消防救急無線の広域化などの影響を受けて、これらの業務をとりまく技術や市場環境が変化してきていた。こうした状況の中で、当社が保有するリソースでは公共モバイル事業のデジタル機器開発や統合ソリューションの提案を効率的かつタイムリーに進めることは困難になっていた。そのため NEC とともに検討を重ね、同事業を NEC の消防・防災ソリューション事業の一部を担当している開発・生産会社の NEC ネットワーク・センサ株式会社へ移管した。

携帯電話基地局の初期対応保守業務を受注

2007年4月、関東地区における通信事業者より、基地局の一次保守業務（東京ブロックⅢ）を当社単独で直接受注することに成功した。

NEC が同社向けに基地局装置を納入していたことから、納入地区の一次保守を NEC が受注し、当社が協力会社の位置付けで実施していたものであった。

2006年から、一次保守業務の受注を目指して提案活動を開始した。新たな提案の基本は、陸上特殊1級取得者が対応する無線技術の高さや価格競争力などであった。これらを実現するために、高い技術力のあるキーマンの育成、24時間対応、3時間以内駆けつけ体制の確立、資格取得の講習会実施、短期間での簡易拠点設置などの施策を実行し、受注に至った。

神奈川県で初の「くるみん」認定取得

2007年5月、当社は仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組んでいる企業として、神奈川県労働局より県内では初となる認定マーク（通称「くるみん」）を取得した。

当社では、育児休職者向け専用ホームページ（「育チュウ.com」）の開設や子育て支援サービス利用費補助、管理職向け意識向上研修などを実施しており、法定基準である女性の育児休職取得率70%、男性育児休職取得者1名以上を満たしていた。

認定マークの取得に関しては、地元テレビ局tvk（テレビ神奈川）のニュース番組「NEWSハーバー」で両立支援に取り組む企業として特集で紹介されたほか、財団法人21世紀職業財団主催の両立支援推進者セミナーにおいて、神奈川県内企業約70社へ事例紹介も行った。



「くるみん」認定マーク

「カスタマ2.0」改革プロジェクトスタート

2007年5月、当社の事業活動を、NEC製携帯電話の修理から“一歩先ゆくステージ”へ進化するための土台作りとして、カスタマサービス部（当時）の中核をなしている「Repair&Service」をバージョンアップし新規事業を取り入れる体制を構築するため、改革プロジェクトを立ち上げた。当時、携帯電話販売は好調な一方で修理台数の増加が停滞し、社員のモチベーションの低下も見られ職場風土の改善が求められていた。このため同プロジェクトにはモチベーションを2倍、職場風土も2倍良くして、利益も2倍にしようという意気込みを込め、ソフトウェアなどのバージョンアップになぞらえて“2.0”と命名した。

プロジェクトでは風土改革のプロジェクトグループを組織し、ステアリングコミティー、プロジェクトリーダー、改革チームリーダーを選任して毎月フォローアップミーティングを実施し、4半期ごとにステアリングコミティーへの報告会を行った。また、期末の3月にはチームごとに活動の発表と表彰を実施した。表彰後の懇親会には社長はじめ役員も参加し、新横浜（当時）に全員が集まることで改革の機運を盛り上げていった。

この改革プロジェクトの実施によって、事業部の業績は向上し、事業部内全体での改革意識にも変化が見られ、環境変化に対応できる風土を構築することができた。その後も2012年には、「カスタマ3.0S改革プロジェクト」として活動を継続しており、カスタムソリューション事業部の改革・改善の基礎としてその活動は根付いている。



「カスタマ2.0」のポスター

業種特化型ソリューション「MVPro」販売開始

2007年10月、「MVPro（モバイル・バリュー・プロデューサー）」の販売を開始した。「MVPro」は新事業開発プロジェクトの検討結果である「4つの事業領域への挑戦」のひとつとして取り組んだものだった。

販売にあたり約50におよぶ各業界のトップ3企業を訪問。業界や各社が抱える問題をヒアリングし、解決手段として携帯電話を使ったソリューションの可能性を協議していった。そのうちスポーツジム関連企業やゴルフ場経営企業などの事業分野において突破口

を見だし、これら業界向けソリューションとして「MVPro」を販売することとした。また、それまで動的ホームページ・サービス「ダイナミックウェブ」で囲い込んでいた歯科業界やガソリンスタンド向けのサービスを「MVPro」に吸収し、固定費の削減を図った。

その後もeコマースのプラットフォームやSNS（Social Networking Service）機能を取り込むなど「MVPro」シリーズとしてメニューを強化し、社内から広く販売員のリソースを集めてストック型ビジネスとしてもメリットを追求した。



「MVPro」のカタログ

特定派遣業務開始

2007年10月、カスタムソリューション事業部（当時）のノウハウを活かし、通信事業者テクニカルコールセンターへの特定派遣を皮切りに派遣事業・請負（BPO）事業を開始した。

特定派遣に続き、同年11月には携帯電話関連の物流業務における請負（BPO）事業を開始、翌2008年には

システムソリューション事業部（当時）からの委託により携帯電話関連会社エンジニアサポートセンター業務を受託した。

2008年3月には厚生労働省より登録型の「一般派遣」許認可を取得。同年4月から一般派遣事業を開始し、2010年12月には稼働する派遣スタッフが100名を超える規模に成長した。こうして実績を積み上げていくことで、派遣先企業より定期採用枠の獲得も可能となっていた。

ドコモ中央スタッフ対応コンテストでグランプリ受賞

2007年11月に開かれたドコモ中央スタッフ対応コンテストにおいて、窓口対応部門で秋葉原昭和通り店（当時）の嶋村容子がグランプリを受賞。同コンテストはさらなる“お客さま満足度向上”を目指して“おもてなしの心”を実践し、スタッフの意識向上を目的に支社単位で実施しているもの。当社からは7名ものスタッフが厳しい審査を通過し本戦に出場した。



グランプリを受賞 嶋村 容子

2007年 注目の出来事

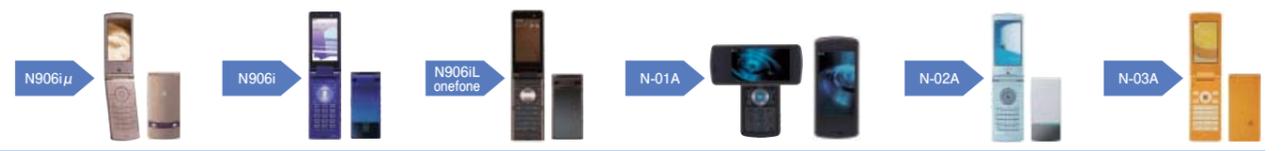
“0円”販売から割賦販売へ



FOMA N905i

総務省は2007年9月に「モバイルビジネス活性化プラン」を発表し、従来の携帯電話端末価格“0円”販売の背景となっていた販売奨励金の見直しを通信事業者各社に求めた。これにより端末代金と毎月の通信料は明確に分離されることとなり、携帯電話事業各社は携帯電話の新しい購入方法を発表していった。

NTTドコモが開始したバリュープランは12回払いや24回払いが利用できる割賦制度で、これが好評となり、新発売の905iシリーズにこれが適用されたことも相まって、割賦販売の契約数は受付開始からわずか3週間で100万件を突破するなど、携帯電話の新しい販売方法が市場に受け入れられることとなった。



当社の出来事

- 3月 旧ツーカーホン関西の空中線撤去作業実施
- 4月 健康手帳「Cナビゲーター」を NEC が採用
- 6月 新販売方式に伴い中央サービスセンター開設
- 6月 中川勝博社長就任
- 7月 NEC香港から携帯電話のサービスセンター業務を受託
- 7月 「アソシエイト社員制度」、「コミュニティ社員制度」の導入
- 9月 携帯電話修理事業で“保有在庫の見える化”実施
- 9月 「ケータイサラダ」ASP契約件数 1,000件突破
- 10月 「プロジェクトリーダー制」導入
- 10月 新たな基地局関連ビジネスを開拓
- 11月 販売事業本部事業ラインの再編（ブロック制を廃止し、ショップ販売事業部と法人営業事業部を新設）
- 12月 ショップにおける新商品・新サービスの拡大（Bフレッツ1,000件、「V1-Generate」1,000店舗）

業界の出来事

- 6月 iPhone 3G発売
- 7月 NTTドコモが地域8社と合併

一般社会の出来事

- 2月 イージス艦「あたご」と漁船衝突
- 4月 後期高齢者医療制度スタート
- 5月 中国・四川大地震
- 6月 東京・秋葉原で無差別殺傷事件
- 6月 岩手・宮城で震度6強、13人死亡
- 8月 北京オリンピック開催
- 9月 福田首相が突然の退陣表明、麻生内閣発足
- 9月 米証券大手リーマン・ブラザーズが破綻、米国発の金融危機が世界に波及
- 10月 日本人4人がノーベル賞受賞
- 10月 東京株、バブル後最安値を記録
- 11月 米大統領選でオバマ氏勝利、米史上初の黒人大統領誕生へ
- 11月 元厚生次官宅襲撃事件で3人死傷 流行歌「海雪」「キセキ」



リーマン・ブラザーズの経営破綻を受けて日経平均が大幅下落（毎日新聞社）

旧ツーカーホン関西の空中線撤去作業実施

2008年3月末日をもってKDDIIによるツーカー携帯電話サービスが終了することにより、当社は旧ツーカーホン関西エリアにおける空中線の撤去のための準備作業を受注した。

通信事業者は無線局の停止（停波）をした場合、空中線を撤去しなければならず、その準備段階として基地局の電源を落とし、空中線フィーダーを撤去する必要があった。当社は継続的に基地局の保守を受託してきたため、蓄積した知識と技術が評価されての受注となった。基地局数約2,800局を5社で分担することとなり、当社は617局を請け負った。

電波停止までの保守は他社が実施していたが、その後は当社が電波停止後の基地局の電源断およびフィーダー線カット作業を行い、4月1日から4月25日の期間で無事完了した。

ツーカーホン関西は1994年4月に開業したが、近畿圏におけるデジタル自動車電話のサービス開始に際しては、当社がその前年の1993年春からシステムの現地調整を始め、同年秋には大阪事務所を開設して無線自局試験、無線対向試験、エリア試験などを実施してサービスインに備えた。対象は大阪、京都、兵庫、和歌山、滋賀、奈良の2府4県にまたがり、138局を数えた。同社は2005年10月に、ツーカーセラー東京、ツーカーセラー東海とともにKDDIIに吸収合併されている。

健康手帳「Cナビゲーター」を NEC が採用

メタボリック症候群予防のためNECではグループ全体で健康維持推進施策「NEC Health Innovation 21 (NHI21)」の推進を決めた。そこで当社では、社内向けに開発していた「Cナビゲーター」、「からだスマイル」、「コンタクトセンター」などをパッケージ化してヘルスケア市場を開拓することとし、「Cナビゲーター」サービスがソリューションとして完成した。

「Cナビゲーター」は携帯電話を利用して自分専用のサイトに体重、運動、

食事カロリーなどのデータを記録でき、生活習慣改善に必要な運動や食事の情報を受けることもできる双方向型のサービスである。2007年12月にNECより問い合わせを受け、2008年1月に「NHI21」トライアルを受注、同年4月に正式契約を果たし、その後、さらにサービスを拡大していった。



「Cナビゲーター」のホームページ

新販売方式に伴い中央サービスセンター開設

2008年6月、東京都大田区平和島に中央サービスセンターを開設した。前年に実施された端末価格と通信料金の分離プラン導入に伴い、従来の端末価格を通話通信料金に上乗せする、いわゆる“0円”販売から、端末価格を2年分割で支払う購入方法が増加することとなった。この結果、端末の店頭価格が50,000～60,000円になるなど高騰し、端末の機種変更需要が減少して、故障時には修理して長期間使う傾向が強まり、修理台数が従来の4割増となった。また、一般修理以外とは修理代金の請求先が異なる「ケータイ補償お届けサービス」の修理受付にも対応するため修理ラインを分ける必要が生じ、新たに修理拠点を立ち上げることが必要となった。

こうして中央サービスセンターでの対応を開始したものの修理件数は急増し、さらに別フロアにも修理ラインを増床して、5本あった修理ラインを新たに6本増設、修理機の迅速な返却への努力に注力した。ライン当たり8人が必要となる人員の手当てとそのスキルの向上にはとくに苦労が伴ったが、各自の努力により軌道に乗せ、2012年3月の鴨居への移転まで“ケータイ補償”修理に寄与した。

中川勝博社長就任



第8代社長 中川 勝博

1971年4月NECに入社。1997年7月同社交換移動通信事業本部移動通信国内システム本部長、2006年4月同社執行役員常務兼第2キャリアソリューション事業本部長などを歴任後、当社第8代社長に就いた。

就任にあたり、経営の基本として「問題の特定」、「実行の優先順位」、「わかりやすさ」の3点を掲げ、競合他社の分析強化と「プロジェクトリーダー制」（業績評価制度）導入の重要性を打ち出した。

また、「高度ICT社会への到来に向けて光り輝く企業へ」を基本方針に既存事業の強化、新しいビジネスの創造と育成を推進し、社員に対しては創意工夫を發揮し自らが経営者という意気込みで「知識労働者」を目指すように指導した。

携帯電話修理事業で“保有在庫の見える化”実施

2008年9月、修理需要が急増するなかで、名古屋サービスセンターにおいて“かんぱん方式”として修理部材の後補充方式のトライアル導入が開始された。この当時、拠点の修理部材保有在庫を把握するためには膨大な部材の棚卸作業が必要となり、リアルタイムで数値を把握することは困難であった。また、拠点からサプライチェーンマネジメント（SCM）部への修理部材要求においては、リスト作成に専門的な経験が必要となるため特定のメンバーしか作業ができず、一方でSCM部では在庫や他拠点の要求数量を考慮しない方式であったため払い出し部材の管理抑制がむずかしく、“拠点在庫の見える化”を実現するシステム構築が求められていた。

SCMサービス部（SCM部が名称変更）では全社基幹システム「アリーナ」を使用して部材の管理を行ってきたが、他部門も利用しているシステムであるため大規模なシステムの改修は容易ではなかった。“かんぱん方式”を早期に実現させるためにシステムの新規開発を行うこととし、時間短縮のため既存の在庫管理システムパッケージソフトをカスタマイズする方式で“かんぱん+ハンディターミナル”を利用した「後補充方式在庫管理システム」の開発に着手した。

名古屋サービスセンターにおけるトライアル導入後、問題点の洗い出しを行って全国へ展開し、全国での後補充方式在庫管理システムの運用が開始され“保有在庫の見える化”が実現した。これにより拠点ごとの情報把握が可能となり、長期滞留部材・過剰保有部材の発見が容易となったことで全修理拠点の保有部材の最適化を実現した。

「プロジェクトリーダー制」導入

携帯電話の国内販売はピークを越えて減少に転じた。2008年10月、厳しい市場環境下において、業績向上のための施策として「プロジェクトリーダー制」を導入した。

ショップ、サービスセンター、エンジニアリングセンターなど、最小損益単位（プロジェクト）別に事業責任者（プ

ロジェクトリーダー：マネージャークラス、ショップの場合は店長）を定めて、半期ごとに数値目標を設定する。その成果を明確な基準で算定し、個人業績を評価する仕組みとした。とくに好業績を上げたリーダーには表彰もしている。

この制度によって、社員のモチベーションが非常に高まった。スタート時の2008年下期以降、7期連続で前年比増益を記録し、業績向上の原動力となっている。



「プロジェクトリーダー制」のポスター

新たな基地局関連ビジネスを開拓

2008年10月、海外の通信機器メーカーから基地局の工事・試験業務を受注した。設計から設置工事・保守までの無線通信エンジニアリング力が高く評価された結果である。NEC製基地局の設置が中心だった当社にとって大きな転換期となった。

2008年 注目の出来事

iPhone 3G が 日本上陸



iPhone 3G

2008年6月、米国Apple社のスティーブ・ジョブズ氏はWDC2008の基調講演のなかで、次世代のiPhoneとして3Gの通信に対応したiPhone 3Gを発表した。iPhone 3Gは7月から北米や欧州、オーストラリア、日本、香港など22地域で発売が開始され、日本ではソフトバンクモバイルが独占販売することになった。

iPhone 3Gは携帯電話にはなかったタッチパネルの操作性や、インターネットサービスの利便性の高さ、音楽配信をはじめとする豊富なコンテンツで人気を集めた。翌年には低価格を武器にしたiPhone 3GSが市場に登場し、世界的なトレンドとなっていった。



当社の出来事

- 2月 「日産スタジアム駅伝大会」に協賛 (2009年～2011年)
- 3月 2008年度において最高益を記録
- 4月 全国7カ所にエンジニアリングセンター設立
- 4月 販売事業本部内にFMC事業推進部を新設
- 8月 アドバイザリーボードを設置
- 8月 温暖化対策で打ち水実施
- 9月 クラウド型業務管理システムの受注
- 10月 新たな通信事業者からの自宅訪問調査業務の受注
- 10月 「創意工夫賞」の創設
- 10月 通信モジュール内蔵パソコンと高速通信サービスをセットにしたレンタルサービスを開始
- 12月 D社 (関西) エンジニアリング部門より、安全品質優良会社賞、安全ポスター優良賞を受賞
- 12月 おサイフケータイをかざしてポイントが貯まる販売促進サービス「タッチサラダ」の提供開始

業界の出来事

- 7月 NTTドコモから日本初のGoogle Android OS 搭載のスマートフォン発表
- 7月 UQコミュニケーションズのモバイルWiMAX商用化
- 12月 NECカシオモバイルコミュニケーションズ株式会社設立

一般社会の出来事

- 3月 日本がワールド・ベースボール・クラシック (WBC) 連覇
- 3月 高速道路料金上限1,000円スタート
- 4月 北朝鮮、弾道ミサイル発射
- 4月 米クライスラーが経営破綻、6月にはGMも破綻
- 4月 新型インフルエンザ大流行、世界で死者が相次ぐ
- 5月 「裁判員制度」スタート
- 6月 足利事件再審決定、DNA鑑定に誤り
- 6月 米歌手マイケル・ジャクソン氏急死
- 8月 衆院選で民主党圧勝、歴史的政権交代で鳩山内閣発足 (9月)
- 9月 イチロー選手が大リーグ史上初の9年連続200本安打
- 9月 南太平洋、スマトラで大地震相次ぐ
- 流行歌「Someday」
「Believe / 曇りのち、快晴」

「日産スタジアム駅伝大会」に協賛 (2009年～2011年)

当社は2009年2月に横浜市港北区の日産スタジアム (横浜国際総合競技場) で行われた「第2回日産スタジアム駅伝大会」に地域貢献活動の一環として協賛し、大会を盛り上げた。同大会は1チーム4名が全長22kmのコースを走るもので、男子の部187組、女子の部28組、男女混成の部349組の合計2,256名が参加した。

大会当日、スタートとリレーゾーンとなったバックスタンド前には当社ののぼりが立てられ、マラソングートにはドコモショップ新横浜駅前店と「NECモバイル」の横断幕を掲し、選手の熱い走りを見守った。



バックスタンド前の当社ののぼり

2008年度において最高益を記録

2008年度決算において、当社は営業利益で創業以来の最高益を更新した。当期は景気の悪化および「端末価格と通信料金の分離プラン」が導入されたことによる端末販売価格の上昇などにより、販売台数が前年度比2割超の減少となるなど携帯電話販売市場が低調に推移した。しかし取り替え需要の積極的な取り込みと経営効率の改善に取り組んだことにより、営業利益65億2,400万円 (前年度比13.6%増) を計上し、過去最高益を達成した。その後も営業利益において過去最高を更新し、2011年度には100億円を超えた。中川勝博社長 (当時) の下で立案した社内中期計画の目標利益を一年前倒して実現した。

全国7カ所にエンジニアリングセンター設立

2009年4月、全国7カ所 (札幌・

仙台・横浜・名古屋・大阪・広島・福岡) にエンジニアリングセンターを設立した。当時、当社はNECの携帯電話基地局設置工事の一部を担当し、プロジェクト単位に事務所を設け、工事が完了するとその事務所を閉鎖していた。

その頃、新たな領域での事業拡大が必要であったこともあり、全国におよぶ基地局の設置工事完了後、当時あった7カ所の事務所に営業機能を持たせ、エンジニアリングセンターに改称した。そして、各拠点には、責任者としてセンター長を置き、地域への営業活動を強化した。

現在では、きめ細かい客先への対応が可能になり、地域に根ざした受注の拡大に繋がっている。

アドバイザリーボードを設置

2009年8月、アドバイザリーボードを設置した。これは当社の経営の透明性と客観性を確保しコーポレート・ガバナンスを強化するために、当社と利害関係のない有識者により経営全般に関する評価および助言、提言を定めることを目的としたものである。アドバイザリーボードは取締役会の諮問機関として位置付け、コーポレート・ガバナンス体制、上場企業としての適正な事業の運営体制、取締役候補者の適格性、役員の報酬制度、そのほか経営に関する重要事項を審議事項とし、3カ月に1回定例会を開き、必要に応じて臨時に開催することとした。

温暖化対策で打ち水実施

猛暑となったこの年、8月6日から31日まで各ショップにおいて打ち水を実施した。この企画は地球温暖化対策の一環として提唱されている「打ち



新横浜駅前店の店舗前での打ち水

水大作戦」の趣旨に賛同して行ったもので、6支店77店舗が開店時に、可能な店舗は夕方店頭の前において実施し、来店されるお客さまや通行される方々に清涼感を提供した。

打ち水を通じてショップ周辺の方々とコミュニケーションにも繋がることから継続して行っており、現在では毎年恒例の夏の風物詩となっている。

クラウド型業務管理システムの受注

2009年9月、通信事業者よりクラウド型業務管理システムを受注した。エリアサポート業務 (自宅訪問調査) のトライアルを契機として、同業務の効率化と自宅センターとのリアルタイム性を訴求した提案が実を結ぶこととなった。

当時、業務支援システムを提案したのは業務を受託している7社のうち当社のみであり、またクラウド自体も黎明期にあり、対応可能なシステムインテグレーターもごくわずかだった。しかし、トライアル時にプロトタイプモデルを構築できたことが功を奏し、顧客の発注業務から、協会会社への架電、訪問結果などの報告書作成、さらには顧客の検証業務までを一貫した商用レベルのシステムとして評価され受注を獲得した。

その後2012年4月には、旧システム技術部が新しい分野としてクラウド関連の業務を取り込むために、SI部が新設された。

新たな通信事業者からの自宅訪問調査業務の受注

2009年10月、当社システムソリューション事業部は、新たな通信事業者から自宅訪問調査業務を受注した。自宅訪問調査業務は、お客さまのお宅へ訪問し、室内のエリア調査と状況説明、対策として屋内用レピーター・外付けアンテナの設置を行う業務であり、訪問調査によって顧客満足度を向上させることが加入者維持に大きく関わってくるため各通信事業者とも非常に重要視していた。

当社では、それまで大手通信事業者のうち2社から業務を受注していたが、さらなる顧客層の拡大が期待されていた。そこで営業活動の強化を図るため、2009年4月にシステムソリューション事業部内に営業に特化したシステム営業部を新設し、通信事業者関連事業経験者ならではの提案力によって他社との差異化を図ることができた。6月から1カ月間の首都圏限定トライアウトを契機に、当社の高い顧客対応力と技術力・業務管理能力を存分にアピールしたことで、全国展開において正式な委託業者に選定された。



お客さまのお宅を訪問して調査を行う

「創意工夫賞」の創設

2008年に導入した「プロジェクトリーダー制」は当社に大きな成果をもたらした。一方で、自ら考えた工夫を業務で活かし業績改善に結びつけることを実践している社員も少なくなかった。そこでプロジェクトリーダー以外の、日々努力している社員を表彰し、モチベーション向上を促すことを目的に「創意工夫賞」を創設し、2009年10月より開始した。

「創意工夫賞」は各部門での活動を半期に一度の選考会で審査して表彰するもので、1級受賞者と2級受賞者には金一封の副賞を設けた。経営者からのメッセージ性を高めるために選考基準を明確に示し、ほかの社員が参考にできるように創意工夫の内容を全員通知で紹介した。

選考会には全社から毎回20件を超える申請があるなど幅広い浸透がうかがわれる。表彰された実例として、モバイルセールスにおいてはフォトパネルの店頭展示による販売強化や、「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」導入による稼働効率化などが、またモバイルサービス (旧組織) においては新たな故障解析方法の考案や実際の修理業務への導入など、全社横断的に展開されるような優れた創意工夫もなされている。



「創意工夫賞」の表彰式

2009年 注目の出来事

Android ケータイが日本初上陸



HT-03A

NTTドコモは、2009年夏モデルとしてHTC製のスマートフォンHT-03Aを7月から発売開始した。HT-03Aは、OSにAndroidを採用したスマートフォンで、Android搭載機種としては日本で初めての登場となった。

すでにiモードでもGmailやGoogleマップ、YouTubeなどのGoogleサービスを利用してきていたが、Androidを採用したことでより直感的に、より快適に利用することができるようになった。さらにGPSや地磁気センサー、加速度センサーなども搭載されており、アプリとの連携でさまざまな使い方が可能となった。

2010

平成 22 年

当社の出来事

- 2月 「itsmoSaver」 FMC対応を開始
- 2月 福岡サービスセンターが、D社九州支社品質コンテスト1位を受賞
- 3月 **マイスター・オブ・ザ・イヤースタッフ 2010全国大会優秀賞受賞**
- 3月 **マツハヤ・コーポレーションを子会社化**
- 3月 **Z社より最優秀修理会社として表彰される**
- 4月 「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」開始
- 10月 **中国における携帯電話のアフターサービス事業拡大**
- 11月 「ケータイサラダ」を活用したスタジアム来場ポイントサービス「ジュピロモパッチ」試験運用開始
- 11月 “青少年を守ろう！”キャンペーンに参画（2007年～2010年）
- 12月 **新横浜地域ボランティア花の植え替え実施（1999年～2010年）**

業界の出来事

- 2月 ウィルコム、会社更生手続き開始申し立て
- 5月 iPad発売
- 12月 NTTドコモ、LTE（Long Term Evolution）Xiサービス開始

一般社会の出来事

- 1月 ハイチでM7.0地震、約23万人死亡
 - 3月 EU首脳が財政危機のギリシャ支援に合意
 - 4月 宮崎で家畜伝染病口蹄疫発生
 - 4月 メキシコ湾で原油流出、米史上最悪の海洋汚染事故
 - 5月 上海万博開幕、7,300万人入場（～10月31日）
 - 6月 鳩山首相退陣、菅内閣発足
 - 6月 小惑星探査機「はやぶさ」帰還
 - 7月 日本相撲協会が野球賭博問題で大関琴光喜らを解雇
 - 8月 チリ鉱山落盤事故、10月に33人が生還
 - 9月 観測史上最も暑い夏と気象庁発表
 - 9月 尖閣諸島沖で中国漁船が海上保安庁巡視船と衝突
 - 10月 日本人2人がノーベル化学賞受賞
 - 11月 ミャンマーで20年ぶり総選挙、民主化運動指導者アウン・サン・スー・チー解放
- 流行歌 「I Wish For You」
「ヘビーローテーション」



マイスター・オブ・ザ・イヤースタッフ 2010 全国大会優秀賞受賞

2010年3月1日、東京ビッグサイトにおいて開かれたドコモショップスタッフ対応コンテスト、マイスター・オブ・ザ・イヤースタッフ 2010全国大会に当社から2名が地区代表として出場し、優秀賞を受賞した。

マイスター・オブ・ザ・イヤースタッフ全国大会は、全国のドコモショップ約2,300店舗で働くスタッフ3万2,000人が対象となっており、NTTドコモの9支社がそれぞれ開催する大会においてグランプリに輝いたスタッフが全国大会へ出場する。言葉遣い、笑顔や身だしなみ、会話の速度や抑揚、正確な業務知識と顧客ニーズに応える能力などが総合的に審査され優劣を競う。関東・甲信越大会グランプリのドコモショップ蒲田店の末光恵美、中国大会グランプリのドコモショップ岡山南店の小林亜由美が2010年全国大会に出場し、それぞれ優秀賞を受賞した。



蒲田店 末光 恵美



岡山南店 小林 亜由美

マツハヤ・コーポレーションを子会社化

2010年3月、当社はマツハヤ・コーポレーション株式会社の全株式を取得し、完全子会社化した。これは当社初のM&Aである。

マツハヤ株式会社は長崎県と福岡県にまたがるエリアでドコモショップ13店舗を経営しており、長崎県内の9店舗で県下の30%以上のシェアを持っていた。マツハヤ・コーポレーション株式会社はマツハヤ株式会社から携帯電話販売事業を継承した新設会社であり、同社を当社の子会社とすることで携帯電話販売事業におけるシェア拡大を図ることを目的に、このM&Aを実施した。これを通じて当社の九州地区における地位が磐石なものとなった。



マツハヤ・コーポレーションの長崎大波止店

Z社より最優秀修理会社として表彰される

2009年7月、中国深圳市に本社をおくZ社製携帯電話端末の日本市場におけるアフターサービス業務について基本契約を締結し業務を開始した。NEC製携帯電話端末の販売台数が減少していることを受けて、当社では新たな修理事業を獲得し成長を図る必要があった。そこで日本国内ではアフターサービスの体制が十分でないと推測される海外メーカー製携帯電話端末の修理業務に取り組むべく、当社の強みをアピールしての営業活動を開始した。

Z社に対しては2008年7月、日本国内ワイヤレス関連展示会の際にアプローチを始め、基本契約にこぎつけることができた。2009年度、Z社はグローバルに6,100万台の携帯電話端末（データ通信を含む）を出荷し、第4四半期には世界第5位のシェアを持っていた。こうして2009年7月よりZ社

製携帯電話端末の修理業務を開始した。

翌2010年3月には、Z社より全世界で契約している修理会社の中から、最優秀修理会社として表彰された。

「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」開始

2010年4月、遠隔対面販売システムのトライアルを北海道にあるドコモショップ南大通店など11店舗でスタート。当時の本社ビル内にセンターを設置し「ビジュアル・コンタクト・センター」の業務を開始した。

遠隔対面販売システムは、フレッツ光回線を利用したNEC製の高画質・高音質テレビ会議システムをもとに新規事業を検討するなかから生まれたアイデアであった。テレビ電話で接客するというサービスを立ち上げるにあたっては、サポート内容をスマートフォンに特化した。そしてショップにおける専門性の高いサポートや、高度な説明において遠隔対面の仕組みで本当にサポートが可能か、また販売においてもお客さまへの訴求が可能かを検証することとした。その結果、ショップスタッフはお客さまが、このシステムを操作する補助的な役割をするだけで、遠隔側のサポートスタッフが専門的なお客さまの質問に対応し、また高品質映像を駆使した分かりやすいご案内などにより、繁忙期の店頭での混雑が緩和された。さらに他店にはないサポートサービスを実現したことで話題となり、新聞にも多数掲載されるなど、ブランド力の向上にもつながった。

2010年下期からはキャリア新ビジネスグループとして、販売事業本部での外販活動を展開。この結果、既存事業領域以外でも各通信事業者と関係が強まり、とくにスマートフォンの高度な問い合わせをサポートする「スマホチーム」の業務受託に成功した。



「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」の広告

中国における携帯電話のアフターサービス事業拡大

2009年10月より中国で販売が開始される携帯電話のアフターサービスの受注を目指した営業活動に注力し、翌2010年5月に当該携帯電話メーカーよりアフターサービス拠点の認定を受けるに至った。そこで2010年10月、当社の中国における携帯電話機器のアフターサービス拠点となる上海明天店をオープンさせた。

この結果、当社のお客さまサービスの高い品質が評価され2012年には中国進出の母胎となる旗艦店3店を北京、杭州、深圳にオープンした。



「AND market」ブランドで出店している現在の上海明天店

“青少年を守ろう！”キャンペーンに参画(2007年～2010年)

当社は2007年から2010年にかけて、朝日写真ニュース社の“青少年を

守ろう！”キャンペーンに参画し、横浜市立篠原小学校に掲示板を設置した。同キャンペーンは、青少年の安全かつ健全な成長を願い「守ろうよ きれいな地球 いつまでも」という地球環境保護を呼びかけるスローガンによって理解を深めてもらうことを目的としたもの。掲示板には政治・経済・社会・文化・スポーツのジャンルから毎週4枚の報道写真が掲示された。

新横浜地域ボランティア花の植え替え実施(1999年～2010年)

新横浜町内会では毎年2回、4月と12月に町内に設置された100以上あるプランターの花の植え替えを実施している。当社は1999年から2010年まで、広めの会議室や昼食などを提供し、社員もボランティアで参加した。春と秋の植え替えにより四季折々の花で通りゆく人々を楽しませていた。



花の植え替えに参加する社員

2010年 注目の出来事

NTT ドコモが LTE サービス開始



LTEのサービス開始 (2010年12月25日付朝日新聞)

NTTドコモは2010年12月、次世代携帯通信サービスとなるLTE技術を使用した高速通信サービスを、日本で初めて開始した。LTEは「4Gに限りなく近い3G技術」という意味で3Gと呼ばれている国際的通信規格であり、今後、世界の移動通信方式として主流になるとされている。

NTTドコモのLTEのサービスはXi（クロスシィ）と呼ばれ、東京・大阪・名古屋の3大都市圏でスタートし、順次サービスエリアを拡大している。当初はデータ通信向けの端末での利用しかできなかったが、その後タブレット型端末やスマートフォンにも対応し、人気を集めている。

2011

平成 23 年

当社の出来事

- 2月 新横浜から霞が関へ本社移転
- 4月 マーケティング戦略本部、ホームICT事業推進部の新設
- 4月 モバイルサービス事業本部内にカスタマケア事業部を新設
- 6月 「AND market 霞が関」オープン
- 6月 山崎耕司社長就任
- 7月 「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末の導入
- 9月 「厳選アプリ+」サービスの提供開始
- 10月 第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に単独出展
- 12月 本社移転記念行事「ファミリーデー」開催と社長からのメッセージカード

業界の出来事

- 4月 SIMロック解除開始
- 5月 2011年第1四半期の世界のスマートフォン販売台数が前年同期と比べ倍増したと発表される

一般社会の出来事

- 2月 日本相撲協会が八百長問題で春場所中止を決定
- 2月 ニューゼaland地震で日本人28人死亡
- 3月 東日本大震災、国内観測史上最大のM9.0、死者・行方不明者約2万人
東京電力福島第1原発事故
- 7月 東京電力と東北電力管内で電力使用制限発動
- 7月 地上波テレビのアナログ放送終了、地上デジタル放送に移行
- 7月 なでしこジャパン世界一、サッカー女子W杯
- 9月 タイで大洪水、日本企業が操業停止
- 9月 野田内閣発足
- 10月 米アップル創業者ジョブズ氏が死去
- 10月 円が戦後最高値を更新
- 11月 野田首相がTPP（環太平洋連携協定）交渉参加を表明
- 12月 北朝鮮の金正日総書記が死去
流行歌「フライングゲット」
「マル・マル・モリ・モリ！」



新横浜から霞が関へ本社移転

2011年2月、本社を東京都千代田区の霞が関ビルディングに移転した。都内に移転することによって利便性を向上して事業拡大や成長に繋げることが目的であった。新横浜に比べ通勤圏が格段に広がったことで、採用面でも以前に増して多くの応募があり、優秀な人材の獲得に繋がっている。

ビルの選定に際しては防災やセキュリティなど危機管理も重視した。移転直後に発生した東日本大震災時には、霞が関ビルディング側の素早い対応や危機に対する備えは万全であった。

新オフィスのデザイン・レイアウトは「社員全体のコミュニケーション」を重視、広いフロアを活かし部署間の壁などを極力なくして見通しをよくした。さらにリラックスできる空間として作ったカフェテリアやパウダールームも社員に好評で、交流の場として活用されている。



霞が関ビルと執務フロア

「AND market 霞が関」オープン

2011年6月、霞が関ビル1階に「AND market 霞が関」を開設した。これは携帯電話市場の急激な変化と、それに伴う消費者ニーズの変化にいち早く対応できるショップ運営を目指し、スマートフォン専門ショップとしてスマートフォンのみならず新しい販売スタイルやお客さまサポートサービスのあり方を模索するためのトライアル店舗である。初年度は①新規商材の発掘、②サポートビジネスの検証、③有効な販売方法の検証、④接客スタイルの効果検証を中心に運営を行ってきた。次年度以降はコラボ店舗やフランチャイズなどによる多店舗化を視野に

入れた事業展開を図るための活動をしている。



「AND market 霞が関」

山崎耕司社長就任



第9代社長 山崎 耕司

1972年4月NECに入社。2008年4月同社執行役員兼モバイルターミナル事業本部長、2010年5月NECカシオモバイルコミュニケーションズ株式会社社長などを歴任後、当社第9代社長に就いた。

就任にあたり、スマートフォンにより急激に変化するモバイル市場環境において、技術力とセールスプラットフォームの両方を持つ当社の特長を活かし、「総合的にお客さま満足を提供できる会社を目指す」を事業の基本姿勢としている。創立40周年にあたり「グローバル人材育成研修」として意欲のある若手社員を海外3カ国に長期間渡航させるなど、当社の成長戦略を担う若い人材の育成にも力を入れている。

「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末の導入

2011年7月、当社の首都圏支店全直営ドコモショップに「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」端末を導入した。スマートフォンの劇的な販売増加に伴い、購入時の端末初期設定、操作説明の要望に加えて、量販店など

当社の店舗以外で購入されたお客さまの接客時間が増大することが想定された。そこで、スマートフォン各機種種の初期設定方法をデジタルコンテンツとして作成。専用タッチパネルPCIに搭載して、お客さまご自身で操作していただくことでスタッフの稼働時間の削減やカウンター稼働率の改善を図ることとした。

まず、町田店において先行導入し効果検証を行ったところ、お客さまからの評判も良く、スタッフの稼働時間の削減も確認されたことから全社への導入を決定。7月末の首都圏に続き9月末には全国直営ドコモショップに拡大、大規模店舗を中心に活用されており、お客さまの待ち時間が短くなることでお客さま満足度の向上に寄与している。



「スマートフォン・コンシェルジュ・サービス」を利用するお客さま

「厳選アプリ+」サービスの提供開始

2011年、スマートフォンユーザー向けのアプリケーション紹介型アフィリエイトビジネスである「厳選アプリ+」の提供を開始した。これは、無料アプリをお客さまにおすすめることによって企業やコンテンツプロバイダーから成果報酬を得られるビジネスモデルに着目したもので、当社の新たなビジネスとして2011年4月より検討を開始した。

9月には店舗トライアル結果をもとに社内での事業化承認を得て、全国展開に向けての営業を推進した。12月には直営店舗60店舗、代理店舗300店舗までに規模を拡大。従来型携帯電話向けコンテンツの需要が急速に落ち込むなか、スマートフォン向けの「厳選アプリ+」の需要が急拡大し、当社の利益に貢献している。

第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に単独出展

2011年10月、幕張メッセで開催された第1回スマートフォン&モバイルEXPO【秋】に7つの商材を出展した。この展示会はモバイル業界でもっとも注目度の高い展示会の一つで、新規事業定着に向けた認知度の向上を図ることを目的に当社単独で出展した。

出展した商材は法人営業事業部が「ケータイサラダ」、「スマートデバイス管理支援サービス」、「SPPM (Smart Phone Policy Manager)」、「Remote View for Android」、マーケティング戦略本部が「ビジュアル・コンシェルジュ・サービス」、「らくサボ」、「厳選アプリ+」の計7件である。

この出展により当社ならびに当社製品の認知度アップをはじめ、新規顧客の開拓、受注確率の高い顧客へのアプローチなど有効な営業活動を図ることができ、ブース運営や顧客へのアフターフォローなど今後の出展に関するノウハウを習得することもできた。



当社の単独ブース

本社移転記念行事「ファミリーデー」開催と社長からのメッセージカード

〈ファミリーデー〉

2011年12月、本社移転記念行事として「ファミリーデー」を実施した。晴天の日曜日、子供85名、大人150名の計235名が本社に集い職場見学会を行い、昼食には霞が関ビルディング35階の展望レストランでランチボックスを提供した。天候に恵まれたこの日、展望レストランの名前にふさわしく東京タワー、東京湾、富士山などが一望できた。また、携帯電話やタブレットなどの体験コーナー、GROBKIDS雑貨やスマートフォンの特別価格セールなども実施し、子供たちにはクリスマスプレゼントも用意され喜ばれた。

〈社長からのメッセージカード〉

クリスマスには山崎耕司社長から社員を支えて下さった方々へ感謝を込めたクリスマスカードとささやかなギフトが贈られた。対象は全社員3,500名（派遣社員などを含む）で、社員のそれぞれの思いで贈り先を決めた。ギフトにはフェアトレードのオーガニックコットンタオルが贈られた。このオーガニックコットンタオルは購入することで、途上国の綿農家30名分の1年間の雇用につながるもの。到着後、社員やそのご家族から社長あてに感謝のメールが寄せられた。

2011年 注目の出来事

東日本大震災で見直された携帯電話の重要性



東日本大震災の津波 (毎日新聞社)

2011年3月11日に発生した東日本大震災の直後、携帯電話は災害に伴う重要な通信を確保するために通信通話の規制が行われ、通話ができなくなった。この結果、携帯電話のメールに利用が殺到したため、メールも大幅に遅れて届く状況となった。

安否確認の手段として、さらには正しい情報入手するための重要なインフラへと成長した携帯電話。通信事業者各社は、災害時の通信を確保するため、通信システム強化の取り組みを開始し、通信設備の多重化や、基地局や機器の耐震補強や停電対策、新たな安否情報確認サービスの提供など、信頼性を高める努力を行っている。



当社の出来事

- 1月 ペットボトルキャップ収集で世界の子どもにワクチンを(2007年~継続中)
- 2月 NTTドコモグループ(第19回)全国改善事例発表大会の優秀賞受賞
- 6月 「スマホビジョン」の販売開始
- 7月 創立40周年記念施策「グローバル人材育成」研修実施
- 8月 「霞の打ち水」と「霞テラスフラワーフェスタ」の協賛
- 10月 南国テレホンの子会社化
- 12月 「モバイルリングチャリティボックス」による使用済み切手など収集・寄付(1999年~継続中)

業界の出来事

- 1月 東京でNTTドコモの携帯電話が通信障害、約252万人に影響
- 2月 全国でauのスマートフォンなどが通信障害、約600万台に影響
- 3月 NTTドコモの携帯電話movaがサービス終了
- 10月 ソフトバンク、イー・アクセスとの経営統合を発表
- 10月 ソフトバンク、米国スプリント・ネクステル・コーポレーションの買収を発表

一般社会の出来事

- 4月 京都府で多数の歩行者を死傷させる自動車事故が相次ぐ
- 5月 日本国内の原子力発電所がすべて停止
- 5月 日本で金環日食が観測される(東京では173年ぶり)
- 5月 自立式鉄塔として世界一となる東京スカイツリー(高さ634m)がオープン
- 7月 ロンドンオリンピック開催
- 10月 新日本製鉄と住友金属工業が合併し、新日鉄住金誕生
- 10月 山中伸弥医学博士、ノーベル生理学・医学賞受賞



オープンした東京スカイツリーの夜景(毎日新聞社)

ペットボトルキャップ収集で世界の子どもにワクチンを(2007年~継続中)

2007年度から、NPO法人「世界の子どもにワクチンを」日本委員会のペットボトルキャップの収集を通じて途上国の子どもたちにワクチンを届ける活動に参画している。ワクチンは1本約20円。これはペットボトルキャップ約400個分(約1kg)に相当する。この回収によりCO₂排出量の約3kgの削減にも繋がる。

当社では2011年度末までに、累計で136本分のポリオワクチンに協力することができた。こうした日頃の活動が評価され、2012年1月、NPO法人Reライフスタイルより感謝状をいただいた。



Reライフスタイルからの感謝状

NTTドコモグループ(第19回)全国改善事例発表大会の優秀賞受賞

2012年2月、東京・新宿の京王プラザホテルにおいて開催されたNTTドコモグループ第19回全国改善事例発表大会で、九州支店ドコモショップ高城観音店「みやこんじょ」チームが業務部門優秀賞に輝いた。

スーパー・タイヨー高城店の中にある同ショップでは、お客さま満足度の向上のため日頃から対応コンテスト九州大会準グランプリを受賞したスタッフを中心に店内でのロールプレイングなどを行い、年間を通じて高いロイヤリティを維持し、さらなるサービス向

上を目指していた。地域のお客さまにリピーターになっていただくためには何が不足しているのかを検討するなかで、タイヨー高城店やそのテナントの方々と意見交換を行い、お客さまに合わせた用語の使い分けや、お客さまに合わせてアプリを提案するなど、地域に密着した対応の改善を行った。この結果、当店のリピーターの増加に繋がるとともに、スーパー全体の集客力の向上にも貢献した。



高城観音店



受賞した「みやこんじょ」チーム

「スマホビジョン」の販売開始

2012年6月、スマートフォンと携帯電話の両方に対応した携帯電話販売促進ASPサービス「スマホビジョン」の販売を開始した。これは携帯電話ショップの販売促進ツールとして「店舗の紹介サイト構築」(携帯電話、スマートフォン両方に対応)、「メール・メルマガ配信」、「顧客管理」の基本機能を安価で手軽に利用できるものだ。当社の人気サービスであるフィーチャーフォン向けASPサービス「ケータイサラダ」をスマートフォン向けに改良したものである。

オプション機能としては「クーポン配信(アクセス分析)」、「FeliCaを利用した「来店ポイントシステム」、「アンケート」がある。

創立40周年記念施策「グローバル人材育成」研修実施

2012年7月、当社創立40周年記念施策として、海外事業要員の発掘と育成を目的とした「グローバル人材育成」研修を実施した。

当社は国内事業に軸足を置きながら、中国や香港での携帯電話修理事業、インドやフィリピンでのソフト開発、さらにアジア・南米での通信システム工事や保守など種々の海外事業にも携わってきた。近年、国内業務の割合は高まりつつあるが、市場がグローバル化するなかで国内事業が中核であっても広い視野を持つことが重要という課題認識のもと、「海外で市場の変化を感じとる感覚を養う」ことを期待し、若手社員5名を選抜して3カ月の「武者修行」に出す「グローバル人材育成」を実施することとした。

派遣先はアメリカ(受け入れ先 NEC Corporation of America: 2名)、ベトナム(同 NECベトナム: 1



(アメリカ)



(アメリカ)



(ベトナム)



(中国)



(中国)

未来のグローバル展開を担う5人の若手社員

名)、中国(当社上海モバイリング: 2名)の3カ国とした。参加希望者は予想を上回る数であった。今回、派遣の対象となった社員に共通していたのは、失敗を恐れないチャレンジ精神とハングリー精神が旺盛なことである。今回の記念施策は、今後も未知の領域に果敢に挑む社員が増えるきっかけとなるだろう。

「霞の打ち水」と「霞テラスフラワーフェスタ」の協賛

霞が開ビルディングへ本社を移転した2011年から、当社は新たに仲間入りした地域コミュニティの行事にも積極的に参加している。

2011年8月には霞テラスで行われた「霞の打ち水2011」に参加した。また、同会場では併せて東日本大震災義援金の募金も実施された。



2011年「霞が開ひよっこ」



2012年「育てよう自然！」

さらに2011年10月から開催された「霞テラスガーデニングショー2011」(「霞テラスフラワーフェスタ」の旧称)にも参加し、企業や団体がデザインした大きな花絵を展示する「霞テラス花絵コレクション」には可愛らしいひよこをモチーフにした「霞が開ひよっこ」を出品。

2012年の「霞テラスフラワーフェスタ」では、ふたばをモチーフにした「育てよう自然！」を出品した。

南国テレホンの子会社化

2012年10月、当社は九州を主力市場とする携帯電話販売会社である南国テレホン株式会社の全株式を取得して完全子会社化した。これにより同社が鹿児島県下で保有するドコモショップ10店舗を傘下に収めた。



南国テレホンの本社ビル

2012年 注目の出来事

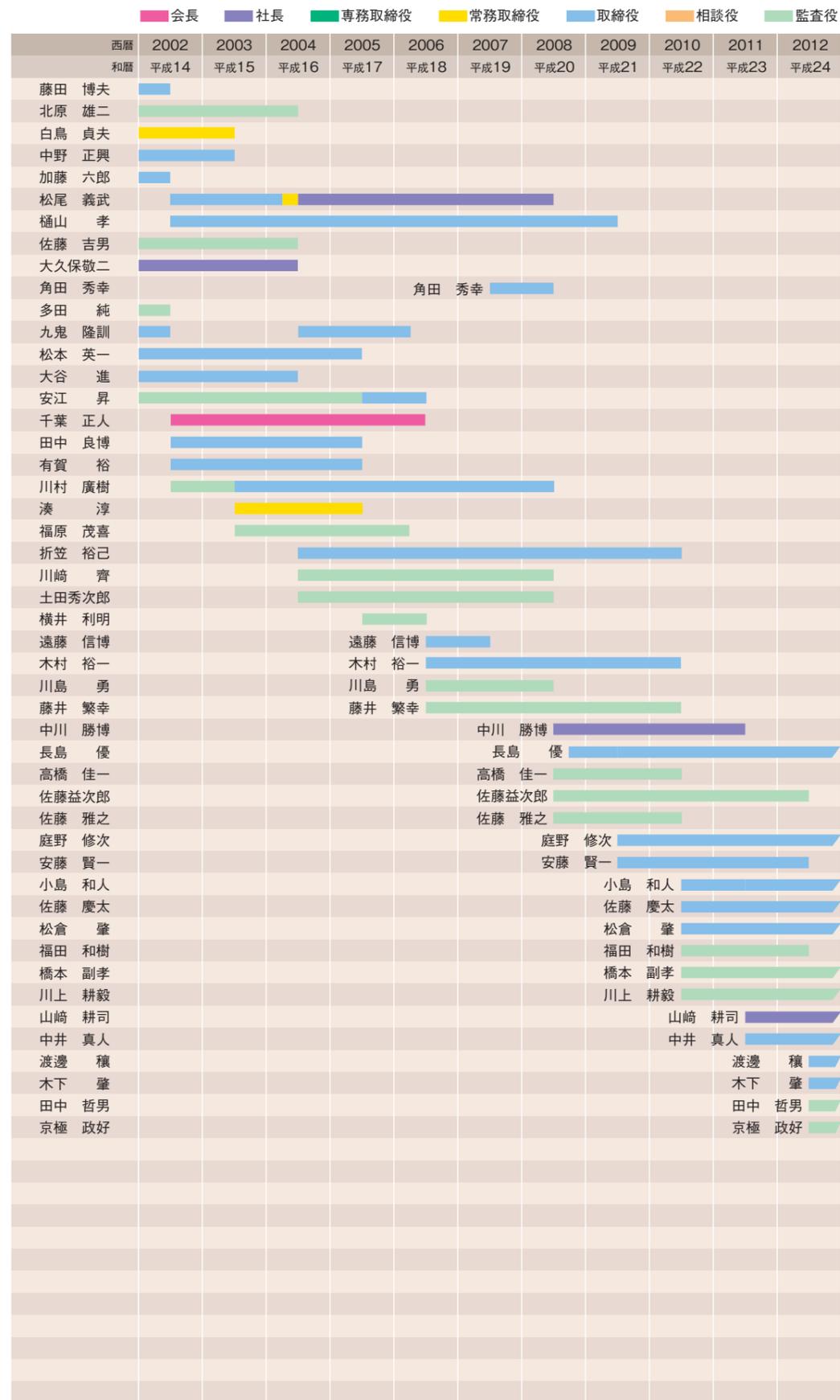
ソフトバンクが国内外で経営統合



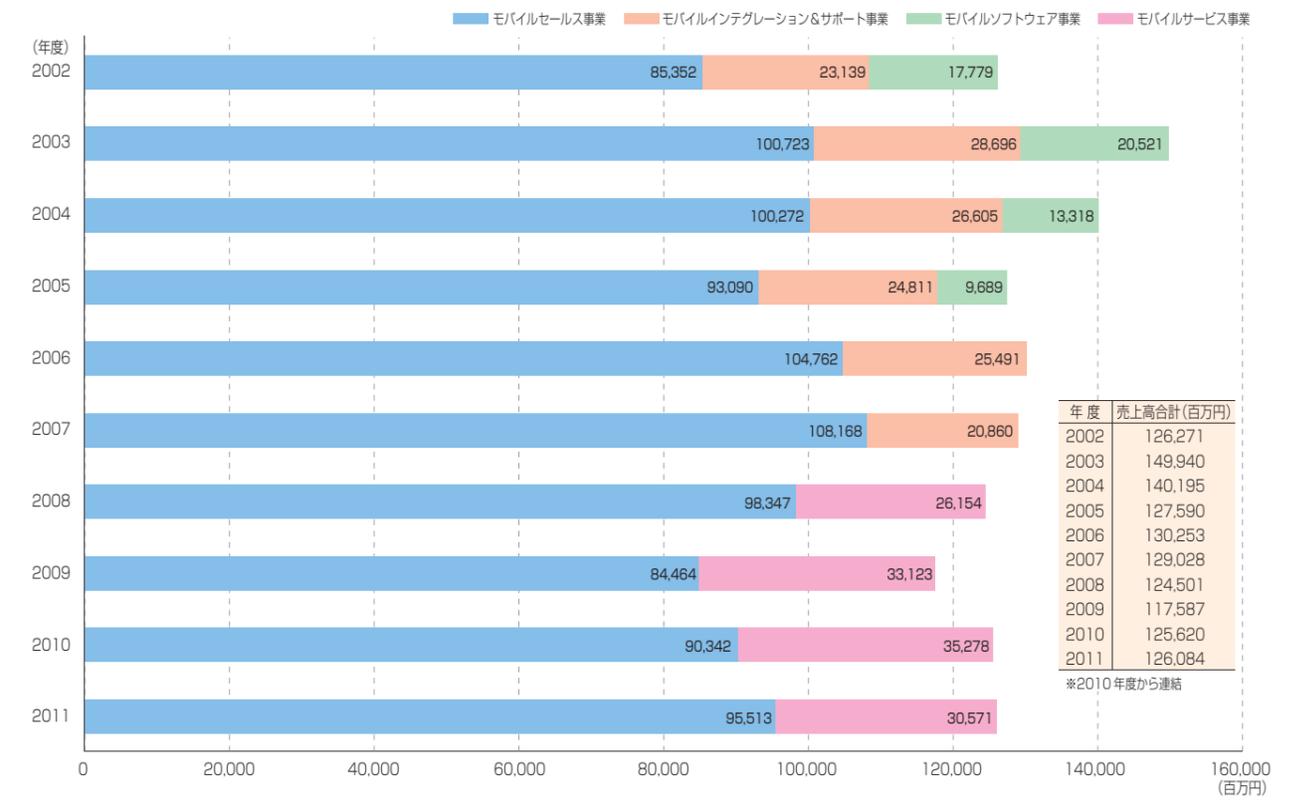
ソフトバンク孫正義社長とスプリント・ネクステルのCEO(毎日新聞社)

2012年10月1日、ソフトバンクはイー・アクセスとの経営統合を発表した。ソフトバンク・モバイルはLTE向けに2.1ギガヘルツ帯の電波を使っているが、イー・アクセスとの経営統合で1.7ギガヘルツも使えるようになり、端末がつながりやすくなる見込みだ。

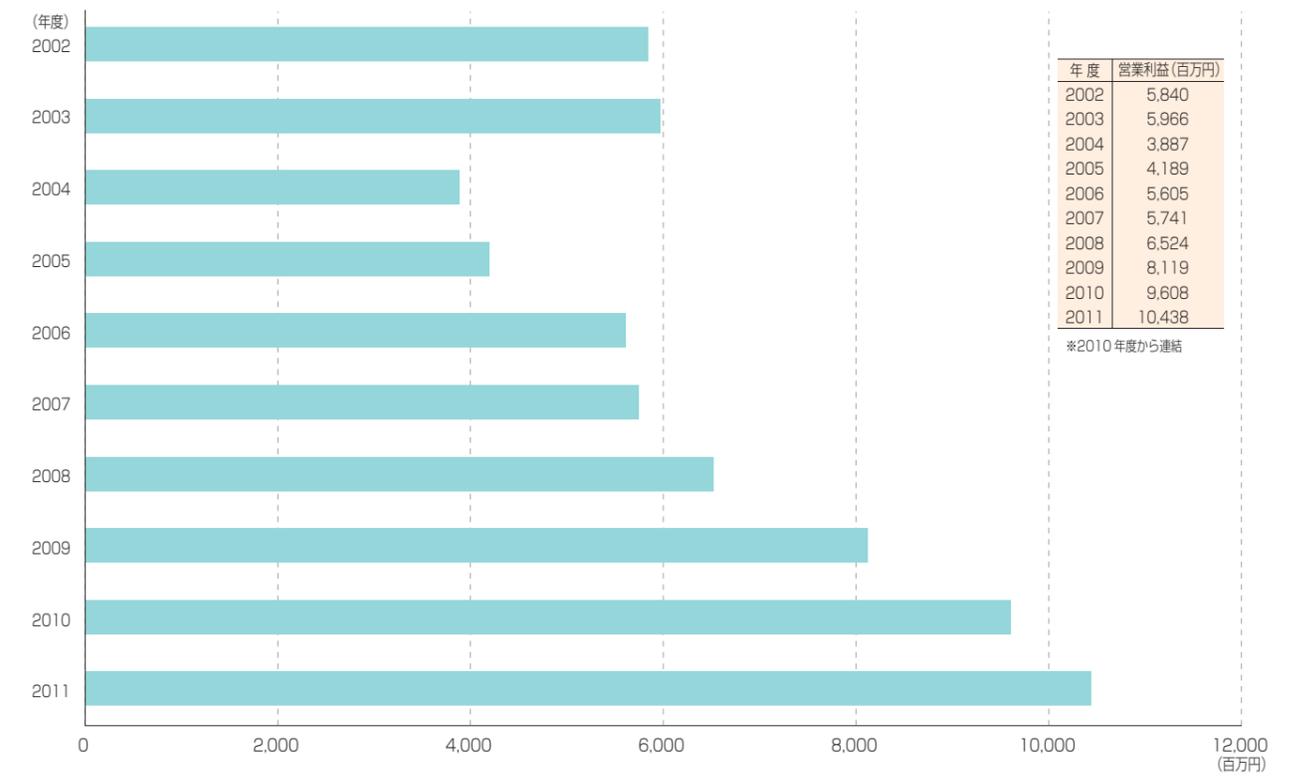
続いて10月15日、米国のスプリント・ネクステル・コーポレーションを買収すると発表。両社を合わせた移動体通信事業の売上高は世界第3位となることから、規模を生かしたローコストオペレーションが目的とされている。



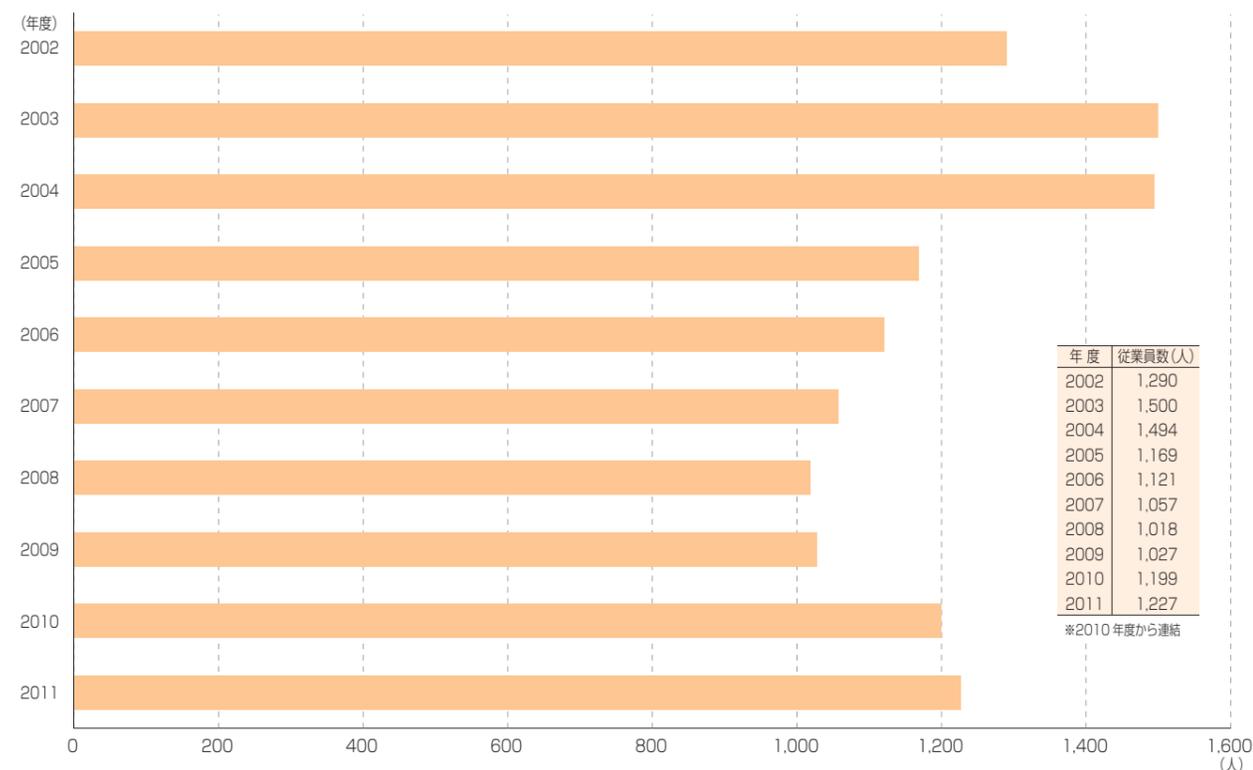
売上高の推移



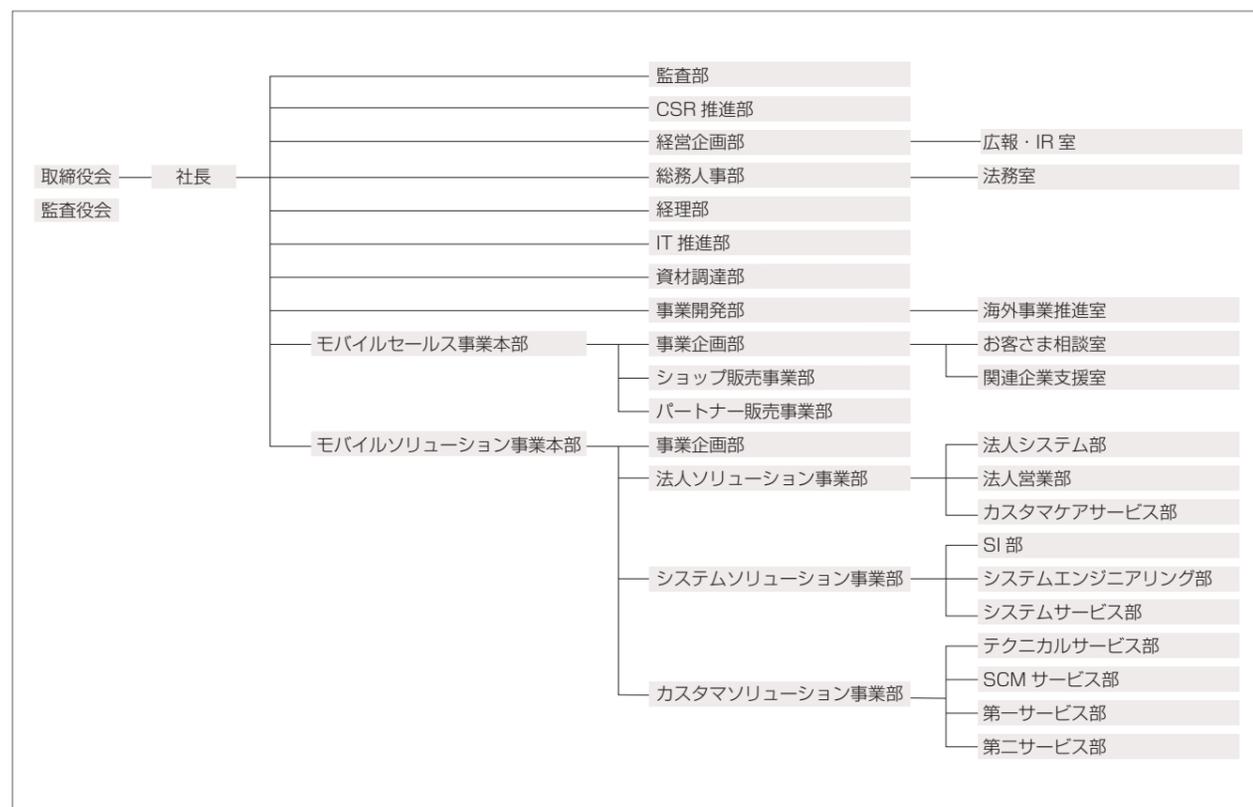
営業利益の推移



従業員数の推移



組織図 (2012年12月3日現在)



会社概要 (2012年10月1日現在)

- 会社名** NECモバイルリング株式会社
英文表記：NEC Mobiling, Ltd.
- 本社所在地** 〒100-6006
東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング
- 拠点**
支店：国内9拠点、海外1拠点
サービスセンター：5拠点
エンジニアリングセンター：7拠点
ショップ販売網
ドコモショップ：238店舗
auショップ：6店舗
ソフトバンクショップ：1店舗
スマートフォン専門店：1店舗
- 代表者** 代表取締役社長 山崎 耕司
- 設立** 1972年12月15日
- 資本金** 23億7,078万円
- 売上高** 1,261億円 (2011年度)
- 従業員数** 単独：1,066人 (2012年3月末現在)
連結：1,227人 (2012年3月末現在)
- 主要事業**
モバイルセールス事業
・携帯電話の販売代理店 (ショップの運営)
・携帯電話関連商品等の販売
モバイルソリューション事業
・携帯電話の故障解析、修理・保守サービス
・移动通信システムのシステム設計、工事、調整試験、エリア調査、最適化、保守サービス
・法人向け携帯端末・ソリューションの提供
- 主要子会社**
マツハヤ・コーポレーション株式会社
南国テレホン株式会社

事業の沿革 1972年～2012年

1972 1982 1992 2002 2012



設立当時の本社
(日本電気第二別館)



第8森ビルに移転



NEC新横浜第一ビルに移転



NEC新横浜第二ビルに移転



霞が関ビルディングに移転



ポケットベル



TZ-801型
自動車電話



テンダーサイン

mora (上) デジタル
moraII (下) ムーバン



mova
N103

mova
N501i

FOMA
N2001



FOMA
N901iC



MEDIAS
N-04C

MEDIAS TAB UL

保守業務を開始



大阪営業所を西日本支店に昇格



香港事務所



マニラ支店



ドコモショップの先駆けとなる池袋サービスセンター



上海駐在員
事務所

広州駐在員
事務所



修理ライン



香港リペアセンター



生産革新

無線機器の販売を開始



アプローチコード
I型無線機の開発
販売



パーソナル無線の
販売保守を開始



ページの販売

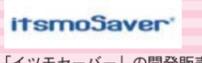
ドコモショップを展開



PHSの販売開始



ドコモショップ新横浜駅前店



「イツモセーバー」の開発販売



マツハヤ・
コーポレーションを
子会社化



「AND market 霞が関」
オープン



ドコモショップ田町店



「ケータイサラダ」の
開発販売



「厳選アプリ+」の提供



南国テレホンを子会社化

ソフトウェア開発を開始



自動車電話の
開発支援



TZ-803

ムーバの開発支援



N203向け
ソフト開発



iモードの
開発

システムエンジニアリング事業を開始



ページャ基地局建設



バスロケーション
システムを開発



基地局の
現地調整



ベネズエラ国鉄向け
列車無線の工事



自宅訪問



エリア最適化業務

公共無線事業を開始



列車無線



防災用屋外
拡声器出荷



公共公益用システムの
デジタル化の開発



戸別受信機開発

編集後記

2012（平成24）年12月15日に当社が創立40周年を迎えるにあたり、最近10年のあゆみを社史としてとりまとめることになりました。当社はこの10年間で、変化するモバイル市場の中で大きな成長を果たしてきました。事業の変革に携わってきた社員の生の声を記録に残すことは、50周年に向けた当社を展望していく上でも重要であると考え、発刊にいたりました。

今回は2003年からの短い歴史の編さんであったにもかかわらず、正確な事実の確認や写真の整理などは、予想以上に困難な作業であることを実感しました。しかし、取材を通して多くの人々にこの10年を振り返ってもらうことで、いま私たちがここに立つことができている理由をようやく明確にすることができたように思います。また、変化が激しいこの業界では、数年先どころか1年先を見極めるのも大変難しいことですが、無理を承知で将来の展望を語ってもらいました。将来へのひとつの指針として、私たち社員のこれからの励ましになれば幸いです。

最後になりましたが、本書の発刊にあたり、資料のご提供や取材にご協力いただきました先輩方をはじめ社内外の関係各位に心よりお礼申し上げます。また、企画・制作にあたって多大なご尽力をいただいたNECデザイン&プロモーション様に心より感謝申し上げます。

編集委員長 中島 祐一

創立40周年記念社史編集委員会

委員長	中島 祐一		
副委員長	竹本 和代		
委員	中村 珠美	鈴木 雅則	事務局 石井 隆
	山口 光義	田邊 哲也	岩田 朝生
	関戸 伸夫	豊嶋 好二	
	宇野 公策	片桐 公男	
	手塚 嘉徳	宮田 正美	
	高木 利彰	石塚 広之	
	平林 久朋		

写真提供●DoPlaza／毎日新聞社／朝日新聞社

NECモバイルリング40年史 最近10年のあゆみ

2012年12月 発行

発行●NECモバイルリング株式会社／東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング

編集●NECモバイルリング創立40周年記念社史編集委員会

制作協力・印刷●NECデザイン&プロモーション株式会社／東京都大田区平和島四丁目1番23号

©NEC Mobiling,Ltd. 2012 Printed in Japan

<http://www.nec-mobiling.com/>
NECモバイリング