

7-1. SOHO・コンシューマ市場における取り組み①

■ 従来の取り組みに加え、パートナー企業の商材と組み合わせるパッケージ提供するアライアンスモデルの構築により、光の普及拡大・継続利用促進に取り組む。

- パートナー企業の商材と組み合わせることで、新たな光の価値(利用シーン)を創造するとともに、営業面での連携により、当社ではリーチが困難だったお客さまに対する効率的なアプローチが可能。
- パートナー企業に対しては、パートナー企業ではリーチ困難だったお客さまへのアプローチ、開通サポートや設定サポート、料金回収代行サービス(フレッツ・まとめて支払い)等の面において協力していく。

第一興商との連携 (B2B2B)

- フルハイビジョンの高精細映像や生音演奏を搭載した最新鋭のカラオケ機「LIVEDAM GOLD EDITION」の普及拡大に向け、カラオケ店・飲食店等への導入提案に際し、アクセス回線の光化推進を全面的にサポート。

LIVEDAM
GOLD EDITION



<NTT東日本の取り組み>

- ✓ 回線コンサルティング、申込受付
- ✓ 開通サポート

※ ビル内・店内の通線ルートの事前確認や様々な通信機器との接続・設定をサポート

TSUTAYA.comとの連携 (B2B2C)

- HD画質の映像コンテンツ40,000作品以上を配信する「TSUTAYA TV」を視聴できるスマートTV端末「TSUTAYA Stick」の提供において協業。「TSUTAYA Stick」の販売、設定サポート等を実施。



<NTT東日本の取り組み>

- ✓ 「TSUTAYA Stick」の販売
- ✓ Wi-Fi等の利用環境の設定サポート
- ✓ 「TSUTAYA TV」利用料金とフレッツ光利用料金との一括請求を予定(フレッツ・まとめて支払いサービス)