



都市圏と地方圏の格差も縮小

「悪徳訪販」沈静化で業績回復

通信系ディーラーの業績は回復傾向にある。主たる要因は、ビジネスホン市場を苦境に陥れた「悪徳訪販問題」の沈静化だ。また、前回調査では目立った「都市圏」と「地方圏」での地域格差も解消しつつある。 文 太田智晴(本誌)

通信系ディーラーは今、どのような経営環境に置かれているのか。過去1年間の業績について聞いた結果が図表2-1だ。

2006年6月号で実施した前回のアンケート調査と比較して著しい差が表れたのは、減収減益ディーラーの割合である。

前は18.2%だったのが今回は10.6%と、マイナス7.6ポイントの大幅改善となっている。増収増益は前比1ポイントマイナスの21.2%とやや減少したものの、通信系ディーラーの業績は回復傾向にあることが見て取れる。

「競争の激化」「ユーザーからの値下げ圧力の上昇」などを要因に、案

件当たりの利益率に関しては前回同様、半数のディーラーが「減少している」と回答しており、この業績回復は利益率の下げ止まりによるものではない。

では、何が理由なのか。調査結果を分析した結果、判明した理由の1つは、いわゆる「悪徳訪販問題」の沈静化だ。

悪質な営業手法でビジネスホン販売するディーラーが一部にいることは、以前から業界内で問題視されていたが、一昨年、大手メディアで取り上げられたことをきっかけに社会問題化。健全なディーラーにまで影響は広がり、ビジネスホン市場全体に大打撃を与えていた。

悪徳対策1位は「再教育」

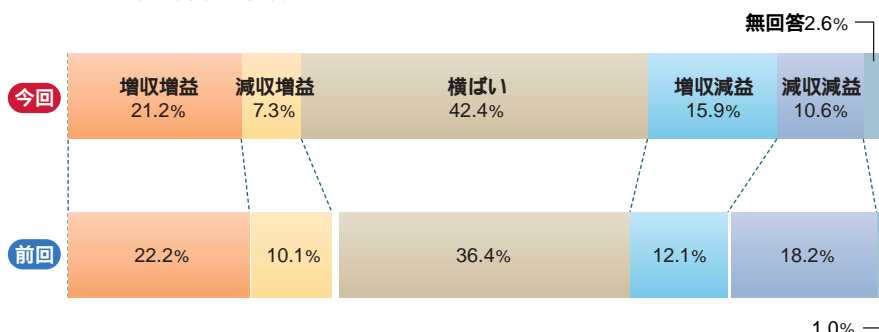
図表2-2は、悪徳訪販問題の影響と業績の相関関係を図示したものだ。被害が深刻なディーラーほど、増収増益率がはつきりと高くなっている。

メインターゲットとする企業の従業員規模別に業績を見て、小規模企業を中心に営業活動しているディーラーのほうが好調との結果が出ており、悪徳訪販問題の沈静化が通信系ディーラーの業績を押し上げていることは間違いなさそうだ。

ただ、まだまだ「終結した」とは言うことができない。図表2-2の減収減益の項目を見ると、「現在も甚大な影響を被っている」は12.5%、「まだ相当の影響を受けている」は17.6%と、いずれも平均値を上回っている。全体としては「悪徳訪販不況」は底を打ちつつあるが、いまだ苦境から抜け出せていないディーラーも少なくはないようだ。

なお、悪徳訪販問題の影響を受けたディーラーのうち、28社はユーザーからの誤解を招かぬよう、営業マンの再教育を行っている(図表2-

図表2-1 過去1年間の業績



前回調査は2006年6月号で実施。99社から有効回答を得た