

ダイワボウ情報システムが全国で販売店支援 シスコUC500拡販へ準備万端

シスコシステムズとダイワボウ情報システムが、新製品「UC500」の販売・サポート体制を構築。教育を核とした支援プログラムを全国くまなく行き渡らせ、通信系ディーラーの信頼を勝ち取る。

文◎坪田弘樹(本誌)

シスコシステムズの小規模事業所向けIPテレフォニーの新製品「Cisco Unified Communications 500」(UC500)の発売が間近に迫った。自動応答や無線LANなどの豊富な機能を持ちながら、設定・導入の容易性を兼ね備えた扱いやすさが特徴で、通信系ディーラーの注目を集めている。

シスコと強力なタッグを組み、このUC500の国内展開を推し進めるのが、ダイワボウ情報システム(DIS)だ。DISは2006年10月、シスコと認定ディストリビューター契約を締結。さらに、UC500の国内販売スタートを前に両社は、単なる物流に留まらない販売店支援体制の構築を共同で開始した。

UC500は、シスコが中小市場攻略という難題を攻略するために投入する“目玉商品”。製品そのものはディーラーからの評価を得るに足る特性を有しているが、鍵は拡販に向けた販売店支援にある。十分な質と量を有し、かつ全国で安心して販売できる“広さ”が備わってこそ、販売店の信頼は勝ち取れるのだ。

その条件を満たすためにシスコが選択したのが、DISとのパートナーシップだ。全国をくまなくカバーするDISの広範な販売・サポート網が、シスコのチャンネルプログラムと販売店を結ぶ、いわばインターフェースの役割を果たす。

だが、もちろんDISも網を貸すだけではない。UC500は同社にとって

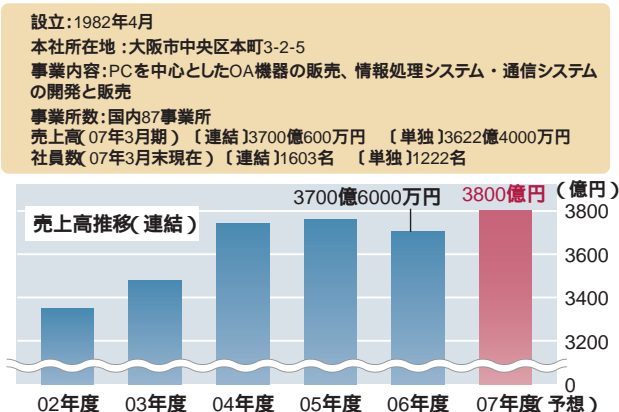
も、単なる一商材以上の意味を持つのだ。IPテレフォニーをベースとしたビジネスに注力することで、DISも新たなチャレンジへ取り組もうとしている。

「箱売り」からの脱皮

ダイワボウ情報システムの主な取扱商材はPC等のOA機器。いわゆるIT関連製品・ソフトウェアをメインに取り扱うディストリビューターだ。100万アイテムを超えるという商材とベンダーの豊富さ、全国87箇所の販売拠点と14箇所の物流センターを抱える地域カバレッジが、同社の実力を示している。

DISが現在重点を置いているのが、いわゆる「箱売り」からの脱皮。技術教育や商材のプレコンフィグレーション(事前設定)等の充実により、モノだけでなく高い利便性をも提供できる体制を構築しようとしている。

図表1 ダイワボウ情報システムの会社概要



販売店向け説明会では、UC500による音声・データ統合ソリューションを実演