

# 当たり前前のごことをやりとげる力で 通信機ディーラー満足度No.1を獲得

ナカヨ通信機はテレコミュニケーション10月号の特集通信機ディーラー白書2008で行った調査で、製品サポートや機器の設定のし易さなどのサービス分野で、ディーラーから高い満足度を得ている。昨年の調査でも同様の結果を獲得しており、同社の取組みは評価に値する。その秘訣はどこにあるのだろうか。ナカヨ通信機の商品戦略や事業体制を取材する中で探していきたい。

ビジネスホン市場は、情報通信ビジネスの一角に位置している。ここ数年で技術革新が進み、次々と新しい技術が生まれ、それに対応した多くの新製品が開発されてきた。ただ、ビジネスホンは普及率も高く成熟市場であるために、新製品の販売による売上げ増は思った以上に簡単ではない。そのような市場環境の中では「選択と集中」が重要になってくる。

ビジネスホン市場のプレイヤーであるナカヨ通信機は、そのセオリーを守りながら厳しい市場環境下でも着実なビジネスを展開している。

同社は、通信機器を製造して利益を得るメーカーだけに、製品開発の優劣は事業展開を左右する重要な意味をもつ。そこで、ナカヨ通信機がどのような「選択と集中」を行い製品開発を行ってきたのか。また、今後どのような新商品を市場に送り出すのか。ビジネスホンの開発で重要なキーワードと思われる、「電話のIP化」「モバイル対応」「NGN対応」という3つの視点を中心に聞いていくことにする。

## 隙のない製品構成で柔軟な対応

電話のIP化がビジネスホン市場で近年最も影響を与えた技術革新であることは確かだ。通信事業者のサービ



無線コントローラを内蔵し低コストでVoIP電話を可能にするAP「IP-1N-AP101A/IP-2N-AP101A」

スの拡大や大企業でのIP電話の導入が相次ぎ、比較的規模の小さい事業所を対象とする

ビジネスホン市場でも、それに追従するようにIP化ビジネスが始まった。ユーザーのニーズの中心は既存通信網とIP網の併用にあるようだ。ナカヨ通信機の開発統括本部商品企画室課長である大戸一昌氏は同社の製品について次のように語る。「ナカヨ通信機は、2004年に既存通信網とIP網を併用して使える、ハイブリッド化した主装置をいち早く開発するなど、市場の先駆となるような動きをしてきました。現在でもIP多機能電話機(SIP)のラインアップが豊富なことは自負しています。日本の通信事業者やサービスプロバイダーの提供するIP電話サービスのほとんどすべてに接続できることを含めて、選択の幅の広い商品構成をもっているのが強みだと思います。他にもIP多機能電話機には、次のような独自機能を持っている。

### PC接続用LANポート装備

電話からPCに直接接続してLANとして使える機能

### 盗聴防止機能搭載

IPネットワークに接続し盗聴防止ボタンを操作することで特別な認証サーバー無しに、独自の方式で通話を暗号化する

### タグVLAN対応

タグVLANに対応



IP多機能電話機「VoiceCaster IP PHONE」シリーズ

応、音声とデータを分けたネットワーク構築が可能

電話機だけをみても他社にはない、豊富な機能を持っており、隙のない製品ラインアップで構成されている。最近ではホテル向けIP電話機を開発するなど、従来から強いホテル業界向けIP電話機も販売を始めた。

現在、今後NGNなどで進展が予想されるフルIPでのビジネスに対応するために、VoIPの標準となる通信プロトコルSIPに対応したサーバーを、グループ会社であるナカヨ電子サービスが開発しており、フルIPの電話システムにも備えを怠っていない。蓄えた技術の総合力を活かし、市場動向を見据えながら柔軟に新たな製品を市場に販売していく予定だ。

## 新機軸の製品開発前向き検討

2つ目のキーワードであるモバイル対応ではナカヨ通信機は、本年5月に無線LANアクセスポイント「IP-1N-AP101A(シングルバンドタイプ)および「IP-1N-AP101A(デュアルバンドタイプ)を発売している。無線コントローラを内蔵し中小規模オフィスへの無線VoIP電話端末を含む無線LANの導入を低コストにて実現可能にした。同時期に発売された、無線LAN機能を搭載したFOMA端末「onefone(N906iL)」に対応するなど素早い対応

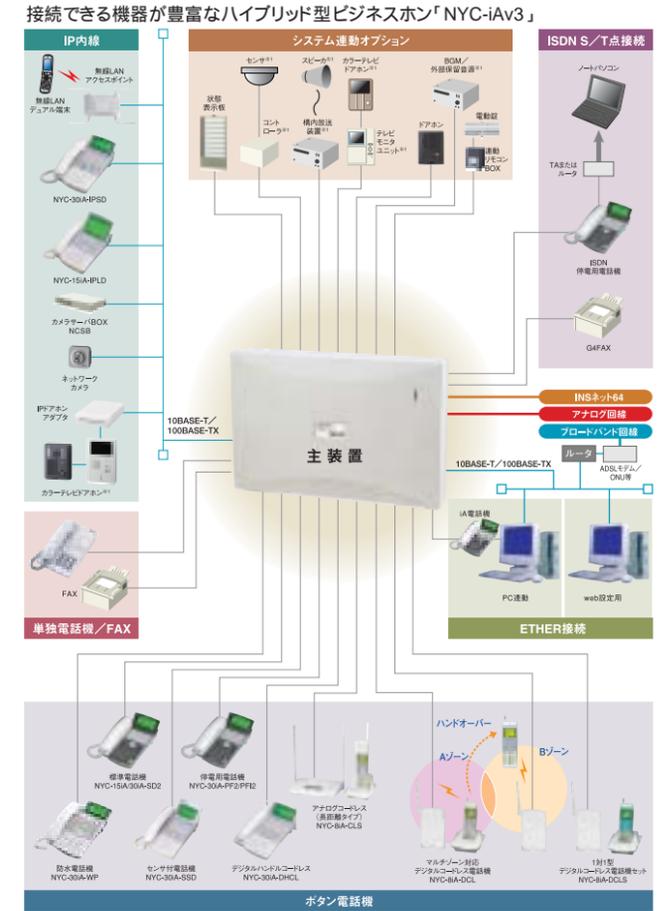
をみせている。従来あった携帯電話/無線LANデュアル端末N902iLとau E02SAにも接続できるために、携帯電話とWiFiを使ったコミュニケーションが柔軟に出来るようになった。また、従来からあるコードレスホンも長距離で通信のできるアナログタイプに対応している。旧来からあるニーズと新しいニーズの双方に対応した製品で事業展開を行っている。

3つ目のキーワードNGNの対応についてだが、同社がIPビジネスホンで技術的には先行していた経緯や、NGNのインフラの整備が急ピッチで進みサービス地域が拡大していることもあり、前向きに検討していく予定だ。特に大容量のデータを扱う映像を使ったビジネス展開に期待している。最近ビジネスホンとネットワークカメラを接続して提案する案件が増えており、特に画像を使ったビジネスアプリケーションに市場性を感じているようだ。

このようにみると、ナカヨ通信機の製品ラインアップは多機能、多品種で、市場の多様なニーズに応える商品構成をとっている。ただ、さまざまな「選択」はしているが「集中」という意味では製品や機能を絞りきれてない感がある。しかし、成熟市場であるビジネスホンにおいては、選択を狭めることはビジネスチャンス逃がすことにもなる。現在の製品ラインアップと機能は同社がこれまで築きあげた、技術資産とディーラーやユーザーの支持に裏づけられ最適化されたものである。今後の市場動向によっては大胆な製品の集中化もありえるだろう。

## 満足度に加えブランド力向上を目指す

ナカヨ通信機のディーラー評価は総じて高い。その秘訣は何かと聞いたところ、次のようなコメントが返ってきた。「とりたてて何か特別なことをしているわけではありません。案件1つ1つの中身を真面目に聞き対応した、地味



な努力が、このような結果になったと思っています(大戸氏)

何もしないで評価が高くなると思えない。顧客対応についてどのような体制かをよく聞くと、とく組織内で対立したり疎遠になりやすい、販売窓口と品質管理部隊が一体となったサポート体制をとっている。密にコミュニケーションをとりながら、知識の共有をすることを実践するなど、「お客さま第一主義」を貫いていることが評価につながったと思われる。このような体制を築く粘り強い事業変革の意識が、このような結果をもたらしたと推察できる。

ただ、同社ではディーラーの評価に満足しているわけではない、前述のディーラー調査では、「満足度は高いがブランド力が低い」という評価は気になるところだ。ビジネスホンの販売の第一線に携る関係者の意見では、ブ

ランド力は販売する上で重要だという。TVコマーシャルを流すブランドをもつ競合他社がこの市場では存在しており、間接販売が中心のこの業界であってもブランド力は必要なものだ。

製造販売の実力は十二分にもち、IR活動も充実してきた同社であるが、ブランド構築にもう少し力を入れる必要はあるようだ。最近では、広報宣伝活動をもっと増やすようにする必要を感じているようだ。

このように、ナカヨ通信機は「顔の見える経営改革」をすべく、製造開発、販売が一体となった事業展開でビジネスホン市場で存在感を見せていく方針だ。

お問い合わせ先  
株式会社ナカヨ通信機  
URL : http://www.nyc.co.jp/  
TEL : 03-3496-1151