

特集 3

商・材・研・究
IP対応ビジネスホン

低迷打破へ光IP電話に期待
必須のオフィスセキュリティ機能

2005年度のビジネスホン市場は、直収電話や悪徳リース商法という逆風を受け続けた。だがメーカー各社は、セキュリティ機能等、IPを活用した付加価値の提供で巻き返しを図っている。06年度は法人向け光IP電話への対応で飛躍を狙う。

「2005年は本当に苦しかった」。ほとんどのビジネスホンメーカーの営業担当者はこう口を揃える。その言葉の通り、情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)の「2005年度通信機器中期需要予測」によれば、05年度の国内ビジネスホン市場は、前年度比7.3%減の575億円と、600億円を大きく割り込む見通しだ。

04年度は「絶好調」と語るメーカー

があるなど、03年度の572億円から620億円へと大きく伸長した。きっかけは「050」番号によるIP電話サービスだった。03年10月、一般固定電話から050番号のIP電話に着信できることになり、キャリア各社は相次いで企業向けサービスを本格化させた。これに伴って各メーカーはIP電話サービス対応を開始。04年にかけて既存製品のIP化や、IP対応新製品の

投入を積極的に進めた。

企業ユーザー側も、電話番号が変わるといった問題はあったものの、「通話コスト削減」に魅力を感じ、積極的に導入を検討するようになった。

NECインフロンティア・国内営業事業本部販売推進本部ネットワーク販売推進部の芹田国慶部長は、「05年に入ってから市況が一転した」と語る。日本テレコム、KDDI、平成電電の3社による直収電話サービスが出揃ったからだ。

前述のように、それまでメーカー各社と販売店は通話コストの削減をセールストークにして、IP対応機へのリプレース商談を進めていた。だが直収電話なら、既存設備のまま通話コストを削減できる。しかも電話番号は従来のものが継続利用できるため、取引先や顧客への番号変更通

図1 ビジネスホンの国内市場予測

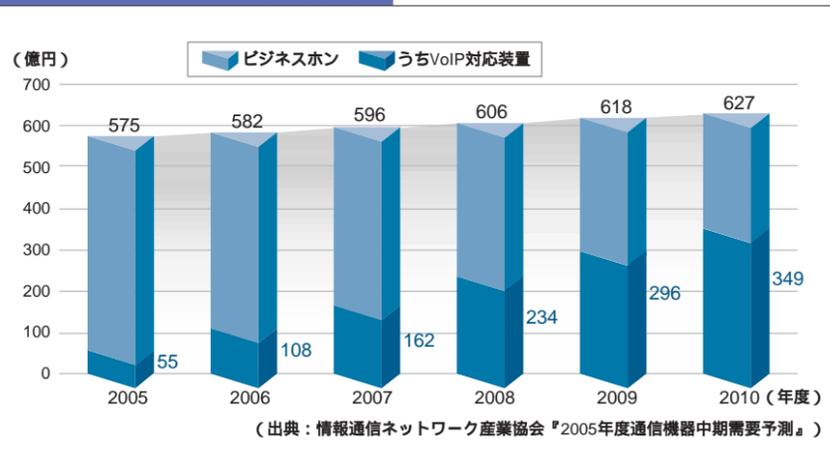
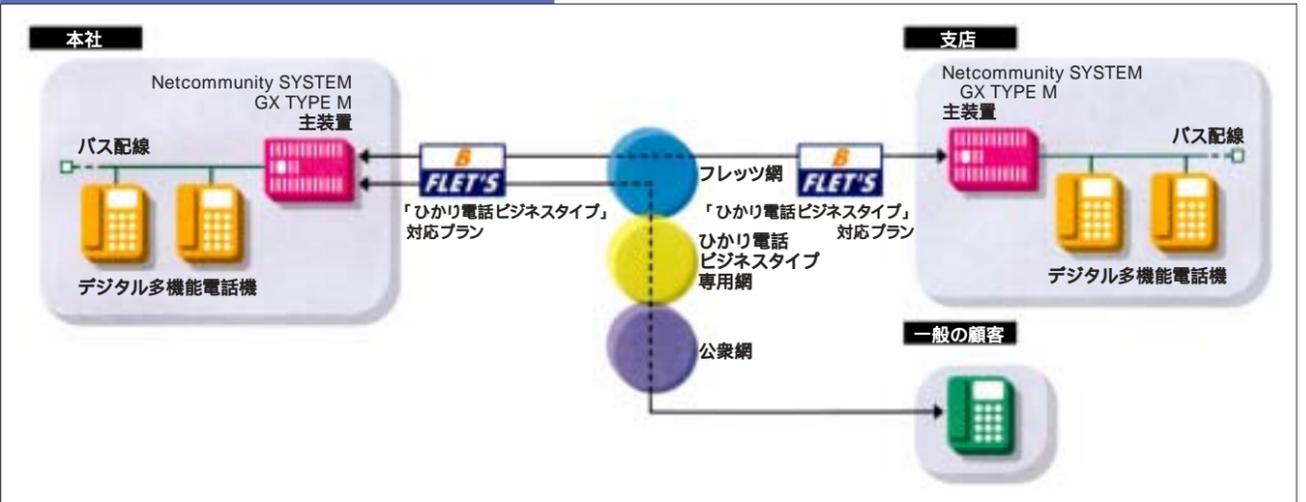


図2 「ひかり電話ビジネスタイプ」の利用イメージ



知のためのコストもかからない。岩崎通信機の執行役員で通信事業本部エリア統括営業部の二村裕治統括部長が「IPの浅いところでビジネスをしていた」と振り返るように、各メーカーはたちまち苦境に立たされてしまった。

「販売部隊も奪われた」と語るのは、サクサ・ネットワークソリューションカンパニー事業企画部事業推進の小野明担当部長だ。特に営業攻勢が激しかった日本テレコムの「おとくライン」を担ぐ販売店が多く、同社のビジネスホン営業がなおざりになっていたという。

逆風が続いた2005年

だが、直収電話は大きくつまづいた。10月3日、平成電電が東京地方裁判所に民事再生法の適用を申請して経営破たん。現在はスポンサーとともに再建計画をまとめている。

日本テレコムは法人市場に特化するために営業体制を再構築。10月から攻勢をかけることを表明していたが、ビジネスホン各社は「気になるほどの動きはない」という。この2月10日に発表された12月末現在のおとくラインの加入数は76万。9月からの3カ月でわずか8万しか伸びていないことから、まだ新営業体制が軌道に乗っていないことが窺える。

KDDIは遅ればせながらISDN対応を実現するなど、「KDDIメタルプラス」の商品力を高めて法人向けにも攻勢をかけるべく、販売店にもアプローチしている。だが「皆、おとくラインで疲れ切っており、腰が重いようだ」(サクサの小野部長という)。

このように、直収電話という嵐が過ぎ去り、年度末に向けて再び盛り返しを期待するメーカーが多かったが、思わぬ逆風が吹いた。悪徳リース商法問題だ。

一部の販売店が主に個人事業者を訪問し、「新しい電話機に変えれば電話代が安くなる」などと言葉巧みにだまし、高額なリース契約を結ばせるというものだ。事業者間の売買契約はクーリングオフ制度の適用除外になることを狙ったもので、社会問題に発展。12月6日には経済産業省が対応策を実施するに至った(本誌p.86「市場レポート」参照)。

このため、リプレース提案をしようと顧客企業を訪問しても、門前払いになるケースが急増しているという。売り上げへの影響も看過できないくらいに表れており、「このままでは、再販体制をも揺るがしかねない」と指摘するメーカーもある。また別のメーカーによれば、「この状況は少なくとも4月くらいまでは続きそうで、最終的にどのくらいの影響が出るのか予測できない」という。

だからといって、手をこまねいてい