

特集

# 2

## 業績回復に著しい地域格差 IPへの切り替え進める販売店

再び実施した通信系ディーラーアンケート調査からは、約1年半を経て再び上がった。前回調査との比較を交えてレポートする。

企業ネットワークのIP化は、着実に進展しつつある。それを最も敏感に感じているのは、市場の最前線に立つ通信系ディーラーだろう。

本誌では、2004年11月号で「IP時代に挑む通信系ディーラー」をテーマに読者アンケートを行い、業界の潮流を読み取ることを試みた。そこでわかったのは「IP化という大転機を迎え、通信系ディーラーがその業績において二極化しつつある」ことだった。

それから1年半近くを経た現在、再度、アンケート調査を実施し、「その後のIP時代に挑む通信系ディーラーの実態を探ってみた。」

調査の方法は、本誌を購読する通信系ディーラーの中から無作為に500社を抽出。62項目の質問に答えてもらった。返答率は19.8%で、99社か

ら有効回答を得ることができた。

アンケートの集計結果からは、通信系ディーラーの実態と事業戦略、業績の好不調を分ける要因までが明らかになった。まず現在、通信系ディーラーはどのような経営環境にあるのかを概観する。

### 減益傾向は漸減

回答企業のプロフィールは、**グラフ1**～**6**のとおり。これらの企業の過去1年間の収益構造の変化を尋ねたのが**グラフ7**である。

増益傾向と減益傾向にある企業は約3割ずつ。前回調査では、増益傾向が約3割で今回と変わらないが、減益傾向にある企業は4割ほどあった。通信系ディーラーが厳しい経営環境に置かれていることに変化はないが、全体的な傾向として、やや回

復基調にあることがうかがえる。

そのことは受注案件数の変化からも読み取れる(**グラフ8**)。「徐々に増えている」と答えた企業は約半数の48.5%。前回の32.5%から16ポイントも上がっている。

だが、それがすぐに収益に結びつかないことは、客単価の変化(**グラフ9**)から見て取れる。「徐々に増えている」が22.2%なのに対し、「徐々に減っている」は39.4%にもものぼるからだ。案件ごとの利益率の変化では、さらに厳しい結果が出ている(**グラフ10**)。「徐々に増えている」は12.1%、「徐々に減っている」が約半数の48.5%になっているのだ。以上を総合してみると、次のことが言える。「受注案件数は増えている。だが、案件ごとの単価は安くなっており、しかも利益率はそれ以上に下がっている。」つまり、

仕事増がそのまま収益増に結びつかない。利幅の狭い仕事を数多くこなさなくてはならない通信系ディーラーの姿が読み取れる。

### 変わらぬ二極化傾向

では、利益率が変化している理由は何なのか。自由記述方式で答えてもらった結果を、編集部が要因別に分析・集計したのが次ページの**グラフ11**だ。「顧客が安く購入しようという傾向が強く、競合になるケースが増えてきた」「複数社による相見積もりで、競争が当たり前になった」など、同業他社との競争や販売価格の低廉化を挙げる声が多かった。

一方、「ビジネス全体におけるコスト意識の徹底と提案内容の差別化」「高利益商材の発掘と新規顧客の開拓」といった社内の要因を挙げる企

業もある。これらの企業努力が前回調査よりも減益傾向を引き下げる素因となっているようだ。

以上のように業界は、減収減益企業の割合が減り、全体としては緩やかな業績回復傾向にある。だが一方、前回調査で明らかにされた「二極化」の傾向はそのまま残っており、早計に楽観視できない状況にあると言える。

### モバイルシステムに注目 旬の商材はセキュリティ

日本の通信系ディーラーは現在、どのような状況に置かれているのか。さらに詳しく見ていこう。

アンケートの質問項目「Q21」では、これまでの主力事業について、次ページの**グラフ12**に挙げた22種の個別事業エリアの中から上位3つまで

