

通信系ディーラー経営座談会 新事業領域へスキルアップが急務

閉塞感が漂うPBX市場において苦闘を続ける通信系ディーラー。従来からIP化に積極的に取り組んできた4社に、ビジネスの現状と今後の展望を聞いた(司会 編集部)

構成 坪田弘樹(本誌)

通信機器業界において、従来型ビジネスからの脱皮の必要性が叫ばれて久しい。

IP電話の登場以降、通信系ディーラーは企業内電話システムのIP化を進めてきたが、市場は長く閉塞感に覆われている。中大容量市場においては、通信コスト削減を切り口にレガシーPBXからIP-PBXへのリプレースが進むも、単価の下落がディーラーの収益を圧迫している。また、需要を喚起するような魅力的な提案手法も確立しきれていない。リプレース期間は確実に長期化しており、それが業界の展望に影を落している。

そうした背景によりここ数年、LAN構築やセキュリティ関連商材などに事業の幅を広げることで、生き残り

を図る通信系ディーラーも増えているようだ。

通信系ディーラーの現状とはいかなるものか。それを理解するために、これまでもIP商材に積極的に取り組んできたディーラー4社からキーマンを招き、座談会を行った。

1人目は国際電通・代表取締役社長の滝沢明雄氏。ビジネスホンからスタートして現在はPBXを主体に営業展開する同社は、ネットワーク機器やセキュリティ関連へと商材拡大に積極的に取り組んでいるという。

2人目は東洋通信工業・執行役員兼ネットワーク営業部部長の行方正明氏。同氏が主管するネットワーク営業部は、音声系システムだけでなくデータネットワークの構築、さらに情

報系システムと、3つのグループの集合体。IPを基軸とした「ワンストップサービス」の提供に向けた取り組みを進めている。

富士ネットシステムズ・代表取締役社長の大輪堅一氏は、社内教育への注力を強調する。同社は音声系システム主体から情報機器、ネットワーク構築へと業容を広げてきたが、現在はヘルプデスク事業やIT技術者の人材派遣業など、多彩な事業を展開している。

最後に、三峰電気・情報通信ネットワーク事業本部・営業部部長の牧野邦夫氏。PBX / ビジネスホンが、同氏の属する情報通信ネットワーク事業本部の中核商材だが、商材の拡大を最も重要な課題として捉えているという。

“ニーズが見えない”

通信機器市場は現在、どのような

状況にあるのでしょうか。特に課題として感じていることを教えてください。

牧野 通信機器販売のセット数は、毎年ほぼ横ばいの状況が続いており、市場は飽和状態にあるというのが正直な感想です。加えて、単価もどんどん下がってきているというのが現状ですね。

行方 当社も、既存のレガシーのお客様を中心にIP化していつているのですが、困っているのは、ビジネスホンの機能が充実してきたがために、ビジネスホンで十分と判断するお客様が増えてきていることですね。

PBXと比べれば当然、売り上げも下がりますし利益率も下がります。

牧野 特に変化を感じるのは、ユーザー側の考え方です。

以前は、ランニングコストが削減できるのであれば導入するというケースが多かったのですが、最近ではコストを下げる策も少なくなってきました。リプレースを進めるために何をターゲットにしていくのかが大きな課題ですね。サイクルは確実に長くなっています。

入れ替えるときにどういうニーズがあるかといえば、まずIPへの対応は当然のこととして、将来を見越して「FOMAの内線収容もできたらいいね」といった要望が出てきます。そういった形で進むのですが、ただし「現状ではやらない」という状況です。将来性も考慮するが、現状のインシヤルコストが最優先という傾向が非常に強いですね。

生産性向上は、新たな切り口になると思いますが、それにはお客様の

ニーズを細かく把握することが必要になります。ユーザーに深く踏み込むことに最も注力しています。

滝沢 私は、ユーザーの顔が見えにくくなっていることに懸念を感じていますね。

ユーザーとの密な関係を重視する、営業を主体とした会社にしていきたいのですが、それなりの仕事ができなくなるような大手との協業の依頼が増え、トータル受注を受けたベンダーがコミュニケーションの部分を私たちに発注し、その仕事をこなすという形態が増えています。

そうなると、エンドユーザーの顔が見えなくなるんですよ。業界の構造が変わってきています。

エンドユーザーと通信機ベンダーの関係ではなく、エンドユーザーと一括受注業者の関係が強く、私たちは一括受注業者の協力会社のような形になってきています。

今までも他社と一緒に仕事をする機会は、多くありました。それでも、ユーザーの顔は確実に見えていました。ところが最近は、それが見えない。きちんとした仕事をして、私たちの意思をエンドユーザーへ正確にエスカレーションできない。外注のような形になってしまうことを非常に懸念しているところです。

みなさんも同じだと思うのですが、ユーザーの情報の集まる場所が変わってしまっています。その流れをもう一度引き寄せられないかと考えています。

UCとデュアルは時期尚早

生産性向上につながる新しい提案



三峰電気
情報通信ネットワーク事業本部営業部部長
牧野邦夫氏

手法として、ユニファイドコミュニケーション(UC)や、無線LAN / 携帯デュアル端末にも注目が集まっていますが、ビジネスチャンスにはなりそうですか。

牧野 当社はOKIのPBXをメインに扱っていますが、UCが最初に出てきたのは5年ほど前です。いろいろとユーザーにも実際に提案しましたが、結果的に導入したのはボイスメールだけでした。

メール、ボイスメール、音声を融合するというのがUCの定義でしたが、その当時、メールと連動する例はありませんでした。ボイスメールも日本の風土に合わないようでしたね。

「UCが本当に必要とされているのか」という部分もあって、それほど薦めてはいません。

行方 同感です。私も、ユーザーが本当にそこまで望んでいるのかということを考えると、UCはまだ時期尚早ではないかと思えます。

中堅・中小のお客様を多く持つ当社では、まずは現状における電話や



(左から)
国際電通 代表取締役社長
滝沢明雄氏
三峰電気
情報通信ネットワーク事業本部営業部部長
牧野邦夫氏
東洋通信工業
執行役員兼ネットワーク営業部部長
行方正明氏
富士ネットシステムズ 代表取締役社長
大輪堅一氏