

NI業界の淘汰加速は必至の情勢が ネットワンが“ 間販 ”に本格進出!

ネットワンシステムズの100%子会社で間販ビジネスを担当するネットワンパートナーズが1月から活動を開始した。トップNIerの販路拡大が進展すれば、NI業界の“淘汰”も一層加速することになりそうだ。 文 太田智晴(本誌)

従来、大企業向けの直販ビジネスをメインにしてきたネットワンシステムズ(NOS)が間販ビジネスに本格的に打って出る。

同社は、パートナー事業を担当する100%出資の戦略子会社「ネットワンパートナーズ」(NOP)を昨年11月に設立。年明けから60名体制で活動をスタートさせた。

NIer最大手のNOSは、周知の通り、ネットワークに関して高い技術力、サポート力、ノウハウを有している。ただ前述の通り、これまでは直販が主体で、その高度なネットワークソリューションは約300名の直販営業マンの手が届く範囲にしか基本的には提供できなかった。それが今後は、さまざまなパートナーの販路も従来以上に積極的に活用しながら、各種ネットワークソリューションを販売していくことになる。当然、競合他社にも

多大な影響を及ぼしていくことになるだろう。

SI業界で進む“本業回帰”

そもそもネットワングループが間販ビジネスの拡大に乗り出した背景には、SI業界全体で現在起きている次の変化がある。NOP代表取締役社長の齋藤普吾氏が説明する。「過去、SIer各社はトータルソリューションを志向し、ネットワーク部隊を強化してきた。しかしここ最近、本業回帰の動きが鮮明になってきている。実際、SIerの間では今、ネットワーク部隊を縮小する動きが相次いでいる」。

この理由として挙げられるのは、ユーザーニーズの多様化・専門化に伴い、必要な技術の高度化が進んでいることだ。「やはり餅は餅屋。すべて自前でやるのは難しくなっている」のである。

とはいえ、ユーザー企業が求めるのがトータルソリューションであることは今後も変わらない。では、どのように対応していけばいいのか。高いネットワークスキルを有するNIerの支援を受けることができれば、今まで以上に高品質なトータルソリューションを提供することが可能だろう。間販ビジネスの強化にネットワングループが踏み出したのは、まさに時流を捉えてのことなのである。

ここで、NOPのビジネスの概要を整理しておこう(図表)。NOPの役割はあくまで“黒子”だ。ユーザー企業と直接相対するプライムコントラクターはもちろんパートナー企業であり、NOPはパートナー支援という形でネットワークソリューションを間接販売する格好になる。また、ネットワングループ内での役割分担は次の通り。プリセールス担当SEはNOPに置き、受注後の設計・保守などについてはグループ会社のリソースを必要に応じて活用していく。

間販ビジネスの強化によってネットワングループが狙うのはNOSの直販営業ではリーチすることができなかった新規顧客、新規市場の獲得であるが、それは主に次の3タイプに分類できる。

まずは、パートナーの顧客である大企業。ネットワン単独では受注が難しかった大企業の取り込みを狙う。2番目は、従業員数500~1500名



ネットワンパートナーズ代表取締役社長の齋藤普吾氏(左)と、同執行役員・新規事業開発部長の篠浦文彦氏。2人は共に「寅さん」で有名な葛飾柴又在住。また、他の幹部も下町出身者が多く、下町ならではの人情も武器に、パートナーとの関係を深めていきたいという