

# レカムが自社ブランド製品「anoa」を発売 ビジネスホンの「ユニクロ」になる

自社ブランドによるオリジナルのビジネスホン「anoa」の販売を開始したレカム。製販一体のメリットを活かして販売増を狙うだけでなく、保守ビジネスの育成にも取り組み、ビジネスモデルの転換をも狙う。 文 坪田弘樹(本誌)

情報通信機器の販売・保守を行うレカムが2009年10月、自社ブランドによるオリジナルのIPビジネスホン「AI-900シリーズ」(ブランド名は「anoa(アノア)」)の販売を開始した。

開発・製造は、グループ会社であるアスモ(旧ケーイーエス。08年10月に社名変更)が担当。アスモは、ヒットを記録したPHS端末「9(nine)」の製造メーカーであり、PHS事業は08年にネットインデックスへ事業譲渡)そのほか、旧神田通信時代からのNTTへのOEM等の実績や、無線技術のノウハウを持つ。そのリソースを注入して開発したのが今回の商品だ。レカム代表取締役兼執行役員社長CEOの伊藤秀博氏によれば、「オリジナルビジネスホンの開発は、06年のケーイーエス子会社化の目的の一つだった」という。

自ら吸い上げた顧客の声を企画開発に活かし、市場ニーズに適った商品を低コストに調達する。伊藤氏は、「『ユニクロ』と同じモデル」と、小売店から製造型小売業への転換を契機に急成長を遂げた衣料品業界の革命児に、自社をなぞらえる。「市場そのものの成長が見込めなくなった今、それが利益最大化を図るのに最適なモデル」と語る。

## 独創的な電話機デザイン

さて、製販一体のメリットは、新商品にどう活かされているのか。その特徴から見ていこう。

極端にコモディティ化の進んだビジネスホンは、機能の差別化はもはや非常に厳しい状態にある。そこで第1にこだわったのがデザインだ。

anoaは、「amadana」ブランドでデ



レカム代表取締役兼執行役員社長CEOの伊藤秀博氏

ザイン家電を展開するリアル・フリーと共同で企画・開発された。アルミやアクリル素材で高級感を出すだけでなく、従来のビジネスホンに比べて奥行きを約半分とし(116mm)机上スペースを有効活用できる。従来のオフィス電話機にない独創的なデザインだ。ボタンサイズは小さいが、ボタンを斜めにせり上げて押しにくさを解消するなどの工夫を施している。

また、液晶画面の操作にはアイコン表示を採用。携帯電話/PHSライクな操作性を取り入れている。

「どの業界でもデザインがヒット商品を生み出すきっかけになっているのに、ビジネスホンでは話題にもなっ

図表1 複合機(MFP)との連携による業務効率改善

