



漸増カーブのIP-PBX 固定・移動融合に期待高まる

PBX/ビジネスホン

PBX市場はついに400億円を割る IP化の波に乗り堅調なビジネスホン

IP化も起爆剤にならないPBX

情報通信ネットワーク産業協会(CIAJ)の「2004年度通信機器中期需要予測」によれば、2003年度の国内のPBX市場は、受注額ベースで前年度比7.3%減の415億円だった。04年度は同10.6%減の371億円と、400億円を割るところか、大きく下回る見込みだ。主要PBXメーカーの見解も同様で、市場は深刻なまでに縮小してきた。

そうしたなか、IP電話機、IP-PBX、VoIPゲートウェイで構成される「VoIP対応装置」は、03年度の154億円から、04年度は247億円と60.4%もの伸びが予測されている。PBX全体に占める割合も66.6%に達する。沖電気工業・IPソリューションカンパニーソリューション開発本部企業ネッ

トワークビジネスユニットの原口哲朗BU長は、「レガシーPBXのみの商談はほとんどなくなった」と現場の動向を裏付けている。

それ以降のPBX市場は、05年度は前年度比6.2%増の394億円、06年度は同1%増の398億円、07年度は同3.3%増の411億円と、わずかながら回復基調が続く。VoIP対応装置が占める割合は、05年度以降73.9%、78.4%、83.2%と着実に上昇し、市場全体を押し上げる。だが、爆発的な効果は見込めない。

企業へのPBXの普及率はほぼ100%。まさにリプレースに支えられている市場といえる。だが、「日本のPBXは丈夫すぎて壊れない」といわれているように、高い信頼性を誇っている。また、電話の機能は2~3年で陳腐化するものではない。このため、

Point!

PBX市場は400億円を割る。VoIP対応装置が占める割合は04年度で66.6%になる
04年度のビジネスホンは10.8%増。小容量機種を中心に「050」IP電話サービスに対応
IPセントレックスとの共存は可能。モバイルセントレックスで市場の成長を期待

一度導入すれば、7~10年程度は利用するのが一般的だ。

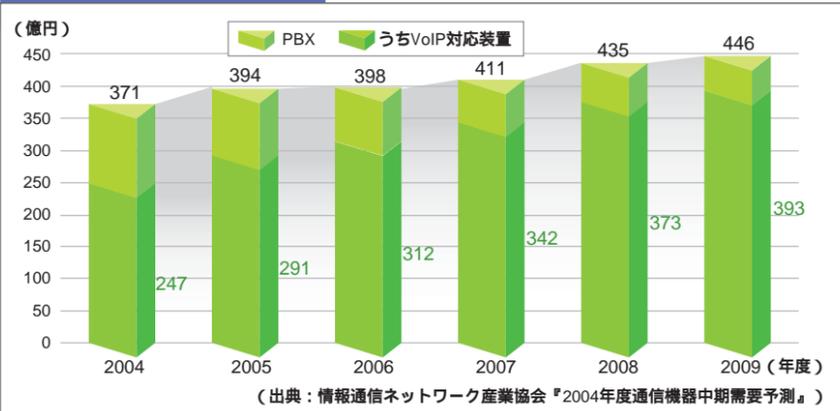
IPの時代になったからといって、こうした慣習が簡単には変わらない。ましてや、長い不況のさなか。高価なPBXは、できるだけ長く利用したいというのがユーザーの本音だ。原口BU長は、「まず、既存のPBXを活かせる安価なVoIPゲートウェイでIP化に対応し、リプレース期になればIP-PBXを核としたソリューションを提案する方法が一番受け入れられる」という。

IP電話サービスの普及が見込める今後も、PBX市場が大きく改善しない理由はここにある。

IP化進む小容量ビジネスホン

ビジネスホンの2003年度国内市場は、出荷額ベースで前年度比0.7%増

図1 PBXの国内市場予測



の572億円だった。04年度はさらに伸長し、同10.8%増の634億円と見られている。

成長要因としてはまず、「2000年問題の際に更新した企業がリプレース期に差し掛かった」という声が多い。PBXと比べてビジネスホンは、投資の回収期間が短いため、リプレース期間も4~5年となっているからだ。

キャリア各社の企業向けIP電話サービスが本格化し、ビジネスホンとの組み合わせ提案が結び付き始めたことも大きな要因だ。VoIP対応装置の出荷額は、03年度の25億円から04年度は56億円と、2倍以上の成長となる見込みだ。

2003年10月、一般固定電話からIP電話へ着信できる「050」番号によるIP電話サービスが可能になった。キャリア各社はすぐにこれに対応。企業向けIP電話サービスをラインナップした。このことは、広域内線網のIP化だけでは大きなメリットが見出せずに、様子見だった中堅・中小企業のIP電話導入の機運を高めた。

ビジネスホンメーカー各社は、これに素早く対応。2004年初頭から春にかけて、小容量機種を中心にIP対応機を相次いで市場に投入した。このことが04年度のVoIP対応装置の数字となって表れている。

05年度以降のビジネスホン市場は緩やかな成長が見込まれるが、VoIP対応装置は05年度が前年度比96.4%増の110億円、06年度が同38.2%増の152億円と高成長が続くと見られる。ビジネスホン全体に占める割合も、05年度以降17.1%、23.3%、33.1%と急速に拡大すると予測される。

ただ、ビジネスホンメーカー各社は、「IPの実装率を04年度内に全製品の70~80%に高める(サクサ)」「IP化率を06年度までに89%に向上させる(岩崎通信機)」のように、IP化対応を急いでいる。このため、今後のVoIP対応装置の比率は、CIAJの予測を大きく上回る可能性がある。

PBX/ビジネスホンのIP化は、今後急速に進む。だが、「通信機ディー

ラーの中にはまだまだ尻込みをしているところが多い」という。レガシーの市場は今後、急速に縮小していくわけで、意識の切り換えが求められている。

IPセントレックスと共存可能

今後のビジネスのポイントを見ていこう。まず、IPセントレックスサービスへの対応だ。

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阿部一之エキスパートが「営業の妨げにはなっていない」と言い切るように、ビジネスホンへの影響は、当面はないと見られている。メインユーザーである中小企業には、ビジネスホンの機能へのこだわりがある。各社が共通で使う機能は10種類程度だが、業種・業態によって異なるニーズは多岐にわたっている。現在、合計で400~500の機能があるが、IPセントレックスがそれだけの機能に対応するまでには、相当の時間を要するという見方が支配的だ。

モバイルセントレックス 企業内のモバイル化が急進展

モバイルセントレックスは携帯電話端末を企業内の内線電話で利用できるようにするシステム。一部では構内無線IP電話「VoWLAN(Voice over Wireless Local Area Network)」や、通信キャリアによる無線IP電話サービスのことを指す場合もある。リサーチ会社シード・プランニングの調査によれば約33%の企業が導入を検討しており、「今後4年間で切り替わるとすると、年間需要は270万台となる」と予測されている。

モバイルセントレックスは、携帯電話キャリア3社が2004年に相次いでサービスを投入したことから、企業ユーザーの関心が高まり、大きな話題となった。

NTTドコモの「PASSAGE DUPL(パッセージ・デュプレ)」は、FOMA/無線LANデュアル端末「N900iL」と、これに対応するIP-PBXやSIPサーバー等を組み合わせたシステムだ。現在のところ、NECのIP-PBX「SV7000」にのみ対応しているが、2005年には複数メーカーの機器が利用できるようになり、市場ベースが一気に広がらそうだ。PBXメーカーの間では「SOHO向け低価格版SIPサーバー」の投入も検討しているという。

KDDI/auの「OFFICE WISE(オフィス・ワイズ)」も2004年11月にスタートした。「多数の引き合いがある」と小野寺社長もコ

メントしており、順調な立ち上がりを見せているようだ。

OFFICE WISEは、企業の構内に「エリア内通信用設備」と「小型アンテナ設備」を設置することで、エリア内で折り返し通信する分について1端末月額945円で利用できるようにするもの。当面、東京エリアで1000端末以上の大型案件が対象になるが、2005年以降には他の都市部や中小企業にも順次適用していく方針だ。

ボーダフォンの「Vodafone Mobile Office(ボーダフォン・モバイル・オフィス)」は、第3世代携帯電話「Vodafone 3G」を対象に、MVPN(Mobile Virtual Private Network)を構成。設定端末同士を内線電話的に利用できるシステムだ。初期導入コストが少なく、短時間で導入できる点を訴求し幅広いユーザーに提案を進めているという。

モバイルセントレックスは多様なシステムが混在している。それぞれの特徴を活かした用途市場を見つけれられるかが重要だろう。特にNTTドコモのPASSAGE DUPLは、企業が既存PBXをIP-PBXに更新する際の「付加価値」として評価されており、端末需要だけでなくIP-PBX市場全体を押し上げる可能性を秘めている。