

まず顧客の現状を正確に把握 8タイプからメリットを比較検討

電話をIP化する方法は多岐にわたり、すべての手法を理解している人は少ない。また、顧客に何を提案すべきか悩んでいるディーラーも多い。これらの点について、藤島信一郎氏に解説していただいた。(編集部)

IP化の波が急激に押し寄せてきて、「これからのビジネスはレガシーよりもIPだ」と喧伝されたため、ユーザーもディーラーもその気になった。

だが実際の商談では、今一つ実績が上がらず、「IP疲れ」の様相を呈している。また、ディーラーは適切なIP化の提案ができずに悩んでいる節もある。

そこで本稿では、顧客への提案に際し、どのようなシステムがあり、それぞれのシステムのメリット・デメリットを明らかにし、それらを提案するのに適した業種等についてポイントを解説する。

1. IP化システムの種類

IPの時代になって、選択肢氾濫時代を迎えている。レガシーの時代には、PBXは国内大手4社とNTTほかいくつかのメーカー、さらに海外製品もあった。だが、乱暴な言い方をすれば、システム内容は大同小異であった。

長らく企業の音声系通信設備を管掌してきた総務部長は、IP時代の到来で、もたもたしている「蚊帳の外」に追いやられてしまうようになってきた(図1)。

図2と図3は、選択肢氾濫の現況を、従来と比較したものだ。IP電話登場以前の選択肢は、単純合計で30種程度だったが、現在では130種前後にまで増え、比較検討は複雑・困難を極めるようになった。

企業用IP電話システムの種類は表1のように、9種類に整理できる。

これらのシステムには、それぞれメリットとデメリットがある。営業マ

図2 IP時代以前(従来)の選択肢

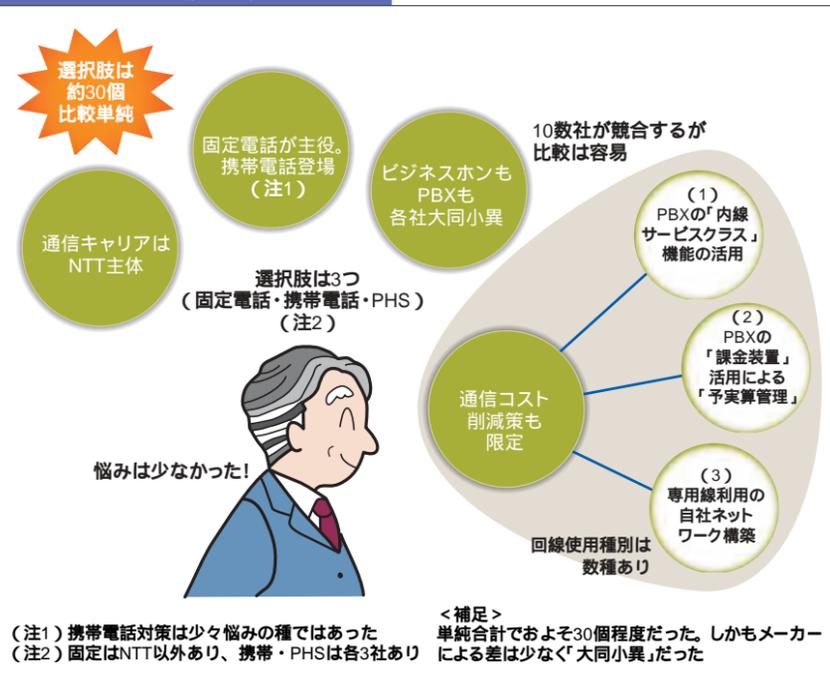


図1 選択肢氾濫時代の到来



ンやSEの顧客企業の要件にピタリと合致するものもあれば、選択肢にも入らないものもあるだろう。

レガシー時代の大同小異のシステムなら、異なるメーカーのものを採用しても、トラブルが発生する確率は少なかった。

だがこれからは違う。IP時代にな

って、PBXには「交換機型」と「サーバー型」が登場した。さらにIPセントレックスやモバイルセントレックスの出現により、システムの選定は、種類の多さに内容の複雑さも伴って、非常に難しくなった。

最近、IP化を行ったものの、失敗してシステムを構築し直した事例を、筆者はいくつも知っている。

2. システムの詳細比較

表1のシステムのうち、Skypeを除く8種類について、図と表に詳しくまとめた。資料として保存したり、持ち歩けるように、本稿の後半3ページに掲載した。

図6は、8つのシステムのイメージである。表2は、各システムのメリットとデメリット、どのような企業・業種に適しているのか等を整理したものだ。

表中「自営型」とあるのは、ユーザー自らが直接メーカーやディーラーから購入し、構築・運用する導入形態をいう。これに対し、キャリアに構築を依頼する形態を「直営型」と呼ぶ。ともに古い電話業界用語なので、表では「直営型」を「キャリア型」と表現した。

3. 提案方法

次に、ユーザーに提案する際に注意しなければならないポイントを説明しよう。

残念ながら、システムの選定や提

図3 IP時代の選択肢

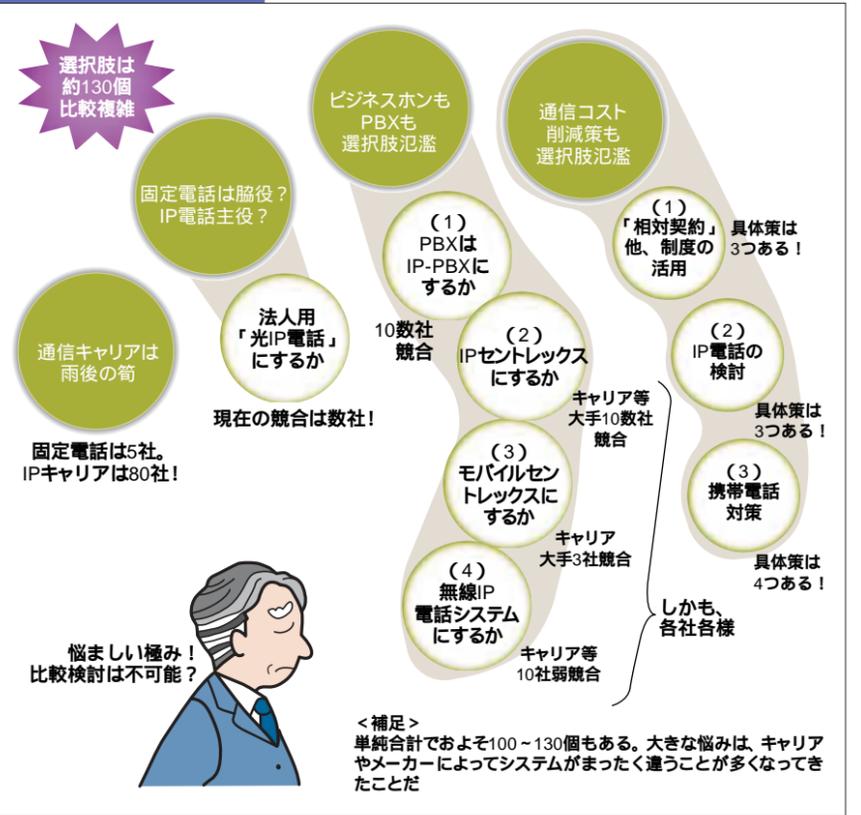


表1 今後選択の対象となる企業通信システム

システム名称	ワンポイント説明
レガシー-PBX等 + IP-GW	ゲートウェイでIP化
IPビジネスホン	ビジネスホンのIP化
IP-PBX(交換機型)	交換機ベースのIP-PBX
IP-PBX(サーバー型)	サーバーベースのIP-PBX(SIPサーバー)
IPセントレックス(キャリア型)	キャリア提供のIPセントレックス(各社各様)
IPセントレックス(自営型)	メーカーが提供するIPセントレックス(各社各様)
モバイルセントレックス(キャリア型)	キャリアが提供するモバイルセントレックス(各社ごとにコンセプトがまったく異なる)
モバイルセントレックス(自営型)	メーカーが提供するモバイルセントレックス
Skypeの企業利用	Skypeを企業で使いこなす(今後の検討課題)

<補足> これらの内容やメリット・デメリット、提案時の注意事項などを図6と表2に示した。Skypeはまだ、企業利用の兆しが出てきた程度なので、今回は説明を割愛した

案方法に「王道」はない。顧客の会社にマッチしたシステムを選定するしかないのだ(図4)。

そのためには、顧客の会社の実態をキチンと把握し、問題解決(ソリューション)型の提案を心掛ける必