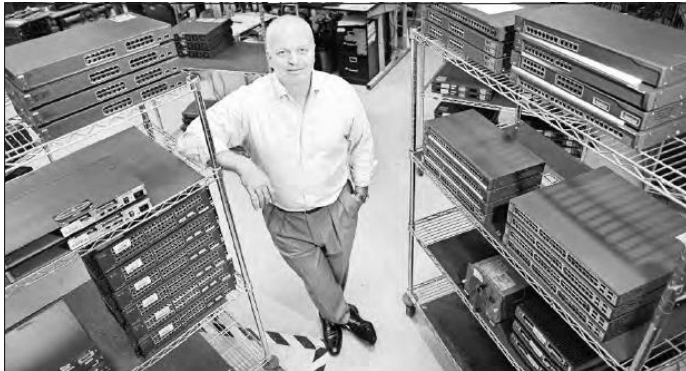


注目を浴びる、中古ネットワーク機器市場の成功



トレンドを追う： NHR のシェルドン氏は、経済危機にもかかわらず、売り上げは順調と語る。チャンギの同社シンガポール倉庫にて。

ネットワーク・ハードウェア・リセール、アジアにおける同社の中古品ビジネスを強化するため、シンガポール本部の業務拡大を計画
(2009年11月12日、ONG BOON KIAT執筆)

Singapore - 中古品の購入には、抵抗があるかもしれない。しかし、中古ネットワーク機器プロバイダーであるネットワーク・ハードウェア・リセール (Network Hardware Resale : NHR) が世界各地で展開する事業にはこうした抵抗感もまったく関係ない。

NHRは、スタッフ35名を擁するアジア太平洋本部をシンガポールに構えている。最高責任者 (CEO) 兼社長のマイク・シェルドン氏によると、現在この地域でのさらなる成長を目指し、本部の業務拡大を計画しているという。

シェルドン氏は、Biz-ITが最近同社を訪れた際に、この業務拡大によりアジア地域の売り上げは、2009年の推定2,000万米ドル (約19億円) から2012年には5,000万米ドル (約47億円) を超える見込みであると語った。

同氏は次のように続けた。「シンガポールでは今年 (2009年) 末までに、さらに6名のスタッフを追加する予定です。我々の予想通り2012年までに売り上げが5,000万米ドル (約47億円) に達すれば、シンガポールのスタッフは80名前後になるでしょう」

同氏はまた、同社の倉庫は2012年までに、現在の2倍以上となる25,000平方フィート (約2,320平方メートル) に拡大されると予測している。

NHRは2007年にシンガポールに進出し、現在、チャンギ・ビジネスパーク (Changi Business Park) 内で10,000平方フィート (約930平方メートル) の倉庫を運営している。世界規模では280名のスタッフを抱える。

同社は1986年に設立されたカリフォルニアを本拠地とするベンダーで、シスコシステムズ、エクストリームネットワークス、ジュニパーネットワークスなどのネットワーク機器の中古品や修理再生 (リファービッシュ) 品、新古品を取り扱い、定価より75%も安価で販売している。また、米国のハイエンドネットワーク機器メーカー、

フォーステンネットワークスの新品を扱う代理店でもある。

NHRが販売する機器には保証も付いており、新品を販売するベンダーと同様に、サービスやメンテナンスも提供している。

シェルドン氏は、この経済危機にもかかわらず、売り上げは順調で、特にアジア太平洋地域のビジネスは好調だと語る。同氏は、2009年の世界各地の合計売り上げは2億米ドル（約190億円）に達し、アジアでは1,900～2,000万米ドル（約18～19億円）になると予測している。その大部分は、シンガポール、香港、マレーシアの売り上げによるものである。

同氏は次のように語る。「（アジアの売り上げは）2008年にほぼ2倍にまで増大したこともあり、2009年の伸び率は50%ほどと見込んでいます。2010年についても、現状では50%ほどの成長を見込んでおり、売り上げは2,700～2,800万米ドル（約25～26億円）となると予測しています」

同氏は、NHRにとってシンガポールはアジア太平洋地域のベースとして、この地域の成長を牽引する鍵となるだろうと付け加えた。

NHRの最大の顧客は電気通信企業およびテクノロジー企業であり、金融、教育、ヘルスケア部門が主な成長市場となっている。同社のシンガポールにおける顧客は、DBS銀行の子会社AXS、通信ソリューションプロバイダーのハロー・テクノロジーをはじめとする「大手通信事業者すべて」である。

シェルドン氏は、さらなる成長を求めるだけでなく、シンガポール政府への進出も狙っている。シンガポール政府との間ではこれまでのところ、単発的なメンテナンスとハードウェアの取引にしか至っていない。同氏は、公共部門から大規模なIT取引を獲得するのは困難であることを認めながらも、2012年までには「政府および準政府関連」の売り上げを400～500万米ドル（約3億8,000万～4億7,000万円）にまで伸ばせると確信している。

「シンガポール政府がNHRにも入札を開放してくれれば、当社は数百万ドル規模の事業を手掛けることができ、そうなれば（政府機関は）事業にかかわる多額の費用を大幅に節約できるようになるでしょう」（シェルドン氏）

企業社会では、中古機器の購入や使用についてはマイナスのイメージがあるが、シェルドン氏は、アジアの中で、中古機器について前向きにとらえる企業が今後増えていくだろうと考えている。「中古品に対する印象が最も悪いのは日本ですが、シンガポールや香港はそれほどでもありません。ですから、当社はこれらの地域で業績を伸ばせているのです。シンガポールの人々は考え方が現実的なため、我々が価値や品質を伝えるためにしっかり話せる機会があれば、こうしたマイナスのイメージは払拭させることができるのです」（シェルドン氏）

同氏はさらに次のように語る。「中古品と聞いて、ほとんどの人がまず思い浮かべるのは、修理のことや、どこのメーカーのものか、壊れたものではないのか、正常に動作するのかということです。こうしたイメージを打ち消すために必要なのは、とにかく話し合うことです。

そこで、我々は今、最高情報責任者（CIO）や最高技術責任者（CTO）と連絡をとり、説明することに全力を傾けています。いったん不安が取り除かれれば、同じ機器を、きちんとしたサポートが付いて、ずっと安価で購入できるということは、非常に魅力的であるからです」

シスコとの愛憎半ばする関係

シェルドン氏は、NHRがシスコシステムズにとって悩みの種となっているかもしれないが、シスコシステムズの機器をNHRが安価で販売しているやり方を見れば、ある部分ではシスコにとっても利益になっていると言う。

「シスコの営業担当者は、NHRをまさに『悪の帝国』だと考えています。NHRはシスコの機器をシスコの顧客に安価で販売する、非常に強力な競合相手となっているのです。ですから、両社の営業部門は非常に激しい競争を展開しています」（シェルドン氏）

ただし、同氏はシスコの「戦略」レベルの人々は、NHRの存在価値を認める十分な理由があると言う。

1つには、NHRが牽引する中古市場がシスコ機器の魅力を高めるのに役立っていることが挙げられる。

「わたしが知るあらゆるIT製品市場の中で、シスコ機器の中古市場が世界で最も好調です。ファウンドリー（現ブロード）や、エクストリーム、ジュニパーの製品価値がゼロになる一方で、シスコ製品は発売から3年経っても、元の価格の30～40%の価値を維持しています。

表示価格では、それがディスカウント価格である場合でも、シスコ機器が一番安いということはめったにありません。しかし、3年経てば顧客は相当な金額を回収できるという事実によって、TCO（総所有コスト）ベースではおそらくシスコ機器が最も安いということになるのです。これは完全に中古市場の存在の賜物なのです」（シェルドン氏）

さらに、NHRが中小企業に進出していることも、シスコに好影響を及ぼしている。

シェルドン氏は次のように語る。「例えば米国では、ローエンド市場において、ヒューレット・パッカード（HP）プロカーブ、スリーコム、エクストリーム、リンクシスが大きな成功を収めています。NHRはここに参入し、我々の参入がなければそもそもシスコ機器を購入することがなかったはずの顧客にシスコ機器を販売することで、実際にシスコ製品に切り替えさせ、こうした企業の競合相手となっているのです。

シスコとしても戦略的レベルでは、顧客がスリーコムから買ったスリーコムの機器を使うよりも、NHRから買ったシスコ機器を使うことを望んでいると確信しています」