

ディーラー訪問 ラピッドテレコム

武器は「中古専門」ならではの厚さ

“中古専門”のビジネスホンディーラー、ラピッドテレコム。安さを活かして顧客の要望に細かく対応するのが同社の特徴だ。「やっていることは普通の電話屋と変わらない」と濱田社長は話す、同社の強みはその辺りにあるようだ。

最近、Webサイトの取扱商品欄に中古商品を掲載するディーラーが増えた。Yahoo!オークションにおけるビジネスホンの出品も常時数千点を数える。中古ビジネスホンの流通は確実に増えている。

「中古を特殊なものとは考えていない。当たり前にある選択肢」と話すのは東京・笹塚にある通信機ディーラー、ラピッドテレコム代表取締役の濱田直旋氏だ。

2004年8月設立の同社は“中古専門”。会社設立以前から個人事業として中古品の取扱いを始めたという。その後、悪徳訪販問題の影響で市場が冷え込み始めた頃から中古

の取扱業者が増え、現在の状況があるのだが、それでも中古専門というのは非常に稀な存在だ。

集客は自社Webサイトと販促チラシ、および顧客からの紹介という。「大概、相談を受けるところから商売が始まる」という言葉が、中古に対する確かな需要を物語っている。

訪販業者とは対極をなすスタイルながら、競争が増え続ける中でも取扱量は着実に増加。現在、アルバイトも含めスタッフ数は22名、工事業業者との協力関係の下、全国各地でサービスを提供する。在庫量は2万点を超えるまでになった。

商品は、他の販売店や工事業業者から調達するものが大半。ネットでの買取りも行う。いずれも、かつてはゴミとして処分されていたものだ。それらを分解・洗浄・除菌し、再び世に出す。「エコ」も同社にとって重要なキーワードだ。

売りは「細やかさ」

新品・中古の併売店は現在も増える一方だが、格安の中古商品を取り扱うのは“客寄せ”の要素が強い。当然、中古に新品以上の旨みが期待できるわけではなく、濱田氏も「中古ビジネスホンだけでは正直厳しい」と認める。ただ、だからといって新品も販売するのではなく「中古商品で一般的なディーラーと同じことをやっている」と、中古の良さにこだわる。



代表取締役
濱田直旋氏

「もともと、細かな提案をするのが好きだった。お客さんの要望を丁寧に聞いて、回線や他の機器も組み合わせさせて提案する」

そこには、中古ならではのやりやすさがあるという。「些細な変更が必要になることは、電話屋にはよくある。例えばTAや追加のユニットが必要になったときに、新品ではその度に数万円の商品代をお客さんにお願ひすることになる。それが、ほとんどお金をかけずに調達できて、当てはめていってあげられる。小さな電話屋さんほど、中古品を扱うことで仕事がやりやすくなるはず」。

現在は、オープンソースのIP-PBXソフトAsteriskにも注目しているという。「中古のIP電話端末を使って、リユースのIP-PBXを提供することも考えられる。僕らが電話屋のエッセンスを入れて提供すれば、十分に売れる商品になる」。

中古商品をベースにどのような価値を提供できるか——。単に安さを訴えるのではなく、そこに知恵を絞ることこそが、中古専門の強みと言えるだろう。



事務所内には中古の電話機が所狭しと並ぶ。OA機器やPC等も含め、在庫数は2万点を超えるという