

ホワイト・ペーパー

IBM グローバル・ファイナ
ンシングが事業成長と利
益向上をサポート

CHANNELCORP

CHANNELCORP Management Consultants Inc.
6021 Newton Wynd, Vancouver, Canada V6T 1H8
電話番号 604 / 263 6811 FAX 番号 604 / 263 4914
Web サイト www.channelcorp.com

IBM グローバル・ファイナンスिंगが事業成長と利益向上をサポート

市場競争が激化するにつれ、ビジネス・パートナーの全管理職にとって事業成長と利益に関してあらゆる手段を講じることが責務となっています。このホワイト・ペーパーでは、IBM グローバル・ファイナンスिंगが提供する 2 つのサービスについて、より深く考察していきます。IBM グローバル・ファイナンスिंगのサービスである IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションは、事業成長と利益向上に大きく貢献できるでしょう。さらに、既存のお客様維持や新規のお客様確保にも有利な競争力を発揮できます。

このホワイト・ペーパーは次の 5 つのセクションに分かれます。

事業成長について

利益向上について

IBM 認定再生品について

IBM アセット・リカバリー・ソリューションについて

実践

事業成長について

ビジネス・パートナーの事業成長については、いくつかの見方があります。投資を行い、活動を拡大し、最終的に事業成長を成し遂げます。事業成長を評価する指標もさまざまです。例えば、

従業員 1 人当たりの売上げの伸び

従業員 1 人当たりの総利益額の伸び

従業員 1 人当たりの現金の増加

企業の総収入の伸び

企業の総利益額の増加

合計純利益の伸び

企業の合計現金額の増加

最も重要な事業成長の手段は、組織の価値を高めることです。自社の事業を成長させて、自社にとっても、他社にとっても事業の価値を高めます。企業の事業成長プラン実行能力は、新しい事業投資に資金を提供できるかどうかにかかっています。

多くのビジネス・パートナーでは、事業成長のための主な財源は、収益を生む事業活動によって内部で生成されます。利益は、既存のお客様との取引、または新規のお客様との取引のいずれかから生じます。

多くの場合、成長資本の 75% から 85% は、既存のお客様との取引によって生じています。

IBM 認定再生品や IBM アセット・リカバリー・ソリューションを利用することで、費用や資産投資を増やすことなく収益力を強化できるため、知っているのと知らないとは大きく違ってきます。 **利益を増やせるものが成長を促進するのです。**

考察のための質問

- 1 貴社の組織では成長をどのように評価していますか?
- 2 今年の事業成長に影響する最も重要な成果は何ですか?

利益向上について

あるビジネス・パートナーの利益率が、他のビジネス・パートナーのそれを上回るのはなぜでしょうか。取引数、取引規模、取引の歩留まりが平均よりも高いビジネス・パートナーは、利益率が高くなります。運転キャッシュ・サイクルが低く、期間が短いほど、平均よりも利益率が高いことが分かっています（「IBM グローバル・ファイナンスが効率的なキャッシュ運用をサポート」を参照）。販売サイクルが短く、取引実施サイクルが短く、回収期間も短いビジネス・パートナーほど、平均よりも利益率が高くなります。また、経費や投資よりも収益の伸びが速いビジネス・パートナーも同様です。多くのビジネス・パートナーが、リースと資産処分を IBM グローバル・ファイナンスに外注しているのはこのためです。

IBM 認定再生品や IBM アセット・リカバリー・ソリューションを利用して、取引数、取引規模、取引の歩留まりを増やすか、または経費や投資よりも速く収益を伸ばすか、いずれの意図であれ、利益の増加や生産性に大きな違いをもたらせるでしょう。

考察のための質問

- 1 貴社の取引数、取引規模、取引の歩留まりの中央値は、標準的なビジネス・パートナーと比較してどうですか?
- 2 貴社の運転キャッシュ・サイクルは、標準的なビジネス・パートナーと比較してどうですか?
- 3 事業利益を増やすための、今年の実行課題は何ですか?

IBM 認定再生品について

IBM 認定再生品は、IBM新製品の延長と考えてよいでしょう。新製品の市場での販売活動を補完するものであって、競合するものではありません。

では、どのような場合に IBM 認定再生品の利用が効果的でしょうか？

お客様から無理な割引を要求されますか？ IBM 認定再生品なら、新製品を割引してマージンやソリューションの適正価格を犠牲にせずに、お客様の予算ニーズに応えることができます。お客様は IBM の品質とサポートを低価格で入手でき、ビジネス・パートナーも新製品の大幅割引を避けることができます。

お客様には、一時的または緊急のニーズ（建設プロジェクトや事務所移転など）がありますか？ IBM 認定再生品は、新テクノロジーの導入に伴う問題（リード・タイム、互換性、学習曲線など）にわずらわされることなく容量を増加したい場合に最適です。

お客様は、販売終了したアップグレードを導入しそこなっていないですか？ 市場から撤退した最近の製品やアップグレードは、IBM 認定再生品であれば、比較的入手しやすいでしょう。これにより、大きな問題を解決できます。

お客様の信用枠は充分ですか？ 新製品の購入資金がないお客様を失わずに済むのです。中古機器の信用要件は、新製品よりも柔軟性が高いうえに、IBM 認定再生品にかかわる他のソリューションを提案できます。

お客様には、大型ソリューションが必要なのに、中型分の予算しかありませんか？ アップグレードが必要にもかかわらず、予算が足りない場合に、新型の再生品であれば、低コストで対応できます。新製品の購入資金がなくても、再生品と新製品を組み合わせれば、お客様は問題を完璧に解決できます。今後の機器投資にこうしたソリューションを利用することで、大きな効果が期待できるでしょう。

お客様には、旧型のプラットフォームしかないが、新型のソフトウェアが必要ですか？ お客様がソフトウェア・パッケージまたはアップグレードを必要としているのに、お手持ちのハードウェアでは適切に動作しない場合、IBM 認定再生品で追加アップグレードを行うと、問題なく対応できます。

このように、多くの機会に IBM 認定再生品を販売できます。

IBM 認定再生品の販売を始めるにあたっての戦略的な営業理由とは何でしょうか？

新製品では入り込めない市場でも、適正価格をアピールできます。

競合他社が「お客様を奪おう」とする状況でも、新製品の平均販売価格を下げることなく、既存のお客様を守る仕組みができます。

新規と中古の IT ソリューションを柔軟に組み合わせられます。

要するに、IBM 認定再生品は、事業成長と利益向上のための重要な推進策として、既存のお客様を保護する守りと、新しいビジネスを構築する攻めと両方を備えた武器となり得るのです。

考察のための質問

- 1 貴社では、IBM 認定再生品の販売が可能な (または必要な) 状況にありますか?
- 2 お客様の要望する価格で新製品を提供できないことによって失う年間売上はいくらですか?
- 3 低価格の取引を獲得できないことによって失うサービス、サポート、トレーニング、およびコンサルティングの総利益額はいくらですか?
- 4 回収期間の短縮が OCC と期間にどのような影響を与えますか?
- 5 貴社の製品ラインで、IBM 認定再生品を販売する価値がありますか?

IBM アセット・リカバリー・ソリューションについて

営業担当者が新しいソリューションを扱う際、旧型 IT 機器の処分まで考えることはめったにありません。それはなぜでしょうか? 家や新しいビルを建てる場合、まずは敷地を片付け、古い建造物を取り除く必要があります。穴を掘って土を運び出して処分し、敷地が汚染されていれば土壌改良も必要になります。新しい建造物の建築が始まるのは、古い建造物が適切に処理された後ですから、古い建造物の除去と敷地の片付けは、建築ソリューションの一部なのです。

同じことが、IT ビジネスにもあてはまります。しかしながら、国際・データ・コーポレーション(IDC) の調査 1 によれば、米国ベースの中堅企業のうち、IT 資産の処分方法を会社の方針として定める必要があると感じている企業は、わずか 45.4% にとどまっています。この処分方法とは、多くの場合は寄贈のみで、データ保護、環境規制の順守、および経済的収益の可能性を保証する確実な方法ではありません。

資産管理を重視する組織の場合は、これより良い結果が出ています。ガートナー社の Asset Management Summit における調査 2 では、回答者の約 70% が IT 資産の処分方法を会社の方針として定めていることが分かりました。正式な IT 資産の処分方法が定められているのはなぜですか? 理由はさまざまです。データ・セキュリティのリスク管理、ストレージ・コストの削減、環境リスクの緩和、収益の最適化、または処分コストの最小化などです。

ガートナー社によるこの調査では、回答者の 80% が、ベンダーの IT 資産処分サービスを使用していることも分かりました。企業が外注ベンダーを使用するのはなぜですか? これにもさまざまな理由があります。利便性、記録保持、コスト最小化、規制準拠、および中核ビジネスへの専念などです。

ガートナー社によると、調査対象企業の半数以上が、正式な処分方法を定めているだけでなく、資産処分を行う外部ベンダーを利用しています。

これらの2つの調査結果は、貴社にも密接に関係しています。調査結果が提起する問題は明らかです。

お客様が IDC 調査の回答者と同じように、資産処分方法を定める必要があると感じている (45.4%) か、必要性を感じない (54.6%) かにかかわらず、包括的な資産処分とデータ保護ソリューションを他のベンダーより先に提案すべきではないでしょうか？

お客様の半数が、すでに資産処分業務をベンダーに外注しているのであれば、そこに貴社は含まれていますか？ 少なくとも既存のお客様に、このサービスを提案してはいかがでしょうか。

お客様がいずれの回答者にあてはまる場合でも、検討課題はあります。ITソリューションを提案する場合、データ消去および資産処分の必要性について考えていますか？ 資産処分と関連するサービスを、取引におけるもう一つの利益源と見なしていますか？ 提案には販売終了したサービスが含まれていますか？ お客様から、資産処分サービス提供者として選ばれるために必要なものは何ですか？

すべてのお客様が資産処分サービスを利用する見込みはありますか？

資産処分サービスを購入していただける見込みがあるのは、どのような状況ですか？

お客様の資産に、再販売前に上書きが必要なデータが含まれている場合、購入見込みがあります。

お客様がハードウェアを入れ替える場合、購入見込みがあります。

さまざまな理由で、保管コストのかかる不要 IT 機器の在庫をお客様がため込んでいる場合、購入見込みがあります。

お客様が合併または買収され、その結果、人員整理や IT システムの標準化が行われ、余剰 IT 機器が生じた場合、購入見込みがあります。

お客様の割賦またはローンが終了している場合、購入見込みがあります。

資産処分サービスを購入する見込みがある状況は、おそらく多くの貴社のお客様と同じです。このサービスを提供するのは貴社ですか、それとも競合他社でしょうか？

IBM グローバル・ファイナンスは、IBM アセット・リカバリー・ソリューションに関するさまざまなサービスを提供しています。市場でこれらのサービスに対する需要が根強く、かつ高まっていることが調査により分かっています。このサービスには、次のものがあります。

買い取り – 売却したい資産の市場価値に応じて、さまざまな価格帯で買い取ります。IBM が受け取って検査した後、すぐに売却代金が支払われます。

処分 – 市場価値のない資産は、IBM 指定の場所に送られ、地域の環境規制に従って分解および廃棄されます。

データ・セキュリティ – ハード・ファイル・データは、上書きプロセスで処理され、お客様の要件に対応し、機密情報を保護します。

在庫/倉庫保管の分析 – お客様現場の貴重なスペースを解放するため、余剰資産は IBM の指定場所へ送っていただけます。

資産の検査 – 再販売の価値がある資産は検査を受け、システムごとに機能を検証し、仕様を確認して、販売時の市場価値を高めます。

梱包と輸送 – お客様個別の要件に合わせて、これらのサービスをカスタマイズできます。

再構成と再配置サービス – お客様の中古資産を受け取った後に分類、修理調整、保管、再配分します。

IBM アセット・リカバリー・ソリューションは、新たな IT 投資のための「道を開ける」お手伝いをします。資産処分の問題の解決策をお客様に提供することによって、競合他社よりも包括的な、お客様のニーズに合ったソリューションを提供できます。また、ビジネスを拡大し、収益を確保できます。しかも、実際にサービスを提供するためのインフラストラクチャーに費用をかけることなく、サービスを販売できます。

考察のための質問

- 1 IT 資産の処分方法を正式に定めているお客様の数は? 分からない場合は、貴社の組織でだれがこの情報を持っていますか?
- 2 IT 資産の処分方法を正式に定めており、**かつ** その業務を外注しているお客様にサービスを提案できる準備は整っていますか?
- 3 貴社のお客様の上位 25% に対して資産処分サービスと関連するサービスを提供することはお客様にとって価値がありますか?
- 4 IBM アセット・リカバリー・ソリューションのようなサービスをお客様に提供している競合他社は何かありますか?

実践

このホワイト・ペーパーは、貴社の製品とサービスに、IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションを追加すべき理由を説明しています。しかしながら常に、難しいのは実際に行動に移すことです。

CEO/総括管理者 – CEO または統括管理者の方であれば、ここで概説する IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションについて真剣に検討する価値があります。成長の実現は厳しく、利益向上はさらに厳しいものです。役立つツールはすべて利用しなければなりません。IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションはビジネス・チャンスであり、これを利用しない手はありません。IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションを既に取り扱っているのであれば、成功の鍵は、お客様教育と販売担当者の報酬制度の調整にあります。マーケティング担当者が、お客様への説明としてこれら 2 つのサービスに関する資料作成や活動をしているかどうか確認してください。お客様から、これらのサービスについての質問を聞き出してください。営業担当者が、これらのサービスの理解度や販売に応じた報酬を受け取っているかどうか確認してください。営業活動に関するガイドが必要な場合は、IBM グローバル・ファイナンスの担当者にお問い合わせください。

販売部長 – 販売部長の方にとっても、IBM 認定再生品の販売が、最近失ったお客様の獲得、および既存のお客様の維持に役立つかどうか検討する価値があります。

最近失敗した取引があれば、次のような Lost Sale Analysis を行ってください。

はい いいえ

- | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 お客様は、貴社にとって無理な価格を要求しましたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 お客様には一時的または緊急のニーズがありましたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 お客様はアップグレードを導入しそこなっていましたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 お客様の信用度は標準以下でしたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 お客様は予算以上に多くのソリューションを必要としていましたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 お客様は新しいソフトウェアを希望していましたか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 IBM 認定再生品を利用していれば取引できた可能性がありますか? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

IBM アセット・リカバリー・ソリューションを **すべての** 提案に組み込んでいれば、競合他社との差別化ができましたか?

営業担当者 – 営業担当者の方の場合、次の質問を自問自答してみてください。つまり、– IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションを販売できれば、生産性が向上しますか? 答えが「はい」である場合、IBM 認定再生品と IBM アセット・リカバリー・ソリューションの販売について更に深く理解いただく必要があります。IBM グローバル・ファイナンスの担当者にお問い合わせください。

現在の厳しい市場状況では、事業成長と競争力を生み出す有利な材料があれば、それを無視できません。このホワイト・ペーパーの内容、または財務上のニーズについては、IBM グローバル・ファイナンスの担当者にお問い合わせください。

¹ IDC、「IBM Global Financing Brings Structured Asset Disposition to the Mid-Market」、2006年10月30日

² Gartner Inc.、「IT Asset Management Conference 2006 Survey Results: IT Asset Disposition」、2006年12月19日

著者について

Bruce R. Stuart, CMC は、ChannelCorp Management Consultants Inc. の社長兼 CEO です。ChannelCorp は、ソリューション・プロバイダーの価値向上とベンダーのチャネル戦略の生産性向上を専門とする、グローバル・マネジメント・コンサルティング会社で、管理コンサルティング、管理者教育、および製品を提供しています。ChannelCorp のお客様は、年間 \$3000 億ドル以上に値するコンピューターや通信ハードウェア、ソフトウェア、周辺装置やサービスを販売しています。ChannelCorp とそのサービスについて詳しくは、www.channelcorp.com をご覧ください。Bruce Stuart に直接ご連絡いただくには、info@channelcorp.com にメールをお送りください。