

媒体名	発行部数	掲載日	掲載面
テレコミュニケーション	38,000部	2006年8月	p. 96

ネットワーク・セキュリティ

岩通がセキュリティ商材

UTMアプライアンスの取り扱いエリアを広げる

岩崎通信機が東北地区で、通信系ディーラーにも取り扱いやすいネットワークセキュリティ製品、UTMアプライアンスを販売している。5月には首都圏に販路を広げ、本格的に注力していく構えだ。

岩崎通信機は、UTM(統合脅威管理)ベンダーであるフォーティネットジャパンのUTMアプライアンスを、東日本支社(仙台)で年初から販売している。5月には首都圏地区で販売店への説明会も開始し、販売エリアを広げていく方針だ。

UTMはネットワーク・セキュリティの脅威を水際で防ぐためのオールインワン型製品。VPNが統合されたファイアウォールなどは多く存在するが、UTMはアンチウイルス、IDS/IDP、Webフィルタリングアンチスパムといった機能も併せ持つ。

岩通がフォーティネットのUTMを取り扱うようになった背景には、ビジネスホンマーケットの厳しさに加え、リプレースの時期までの5年から10年の間、顧客と接点を持ちにくいという問題があった。通信事業本部エリア統括営業部販売促進部長の三浦弘氏は、「最近ではNTT東西の『ひかり電話』を話題にして訪問する機会も増えたが、新規商材はなかなか持

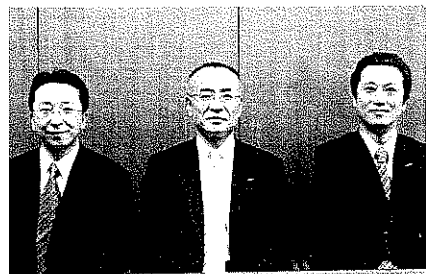
っていけない状態にあった」と話す。

そんな中、東北地区の販売店からの「セキュリティで提案したら顧客の反応がとてもよかった」という情報を受け、紹介されたのがフォーティネットだった。

具体的にはエントリーモデルのUTM「FortiGate-50A」「FortiGate-60」を中心に展開。通信系ディーラーは配線は得意だが、ネットワーク機器の設定は苦手といった面がある。だが、同製品は簡単に設定できるうえ、顕在化するさまざまな悪意に対応する。セキュリティに対する顧客のニーズは高いので、販売店はこの製品を持って顧客にアプローチでき、接点も増えるというわけだ。

全国販売を目標に

岩通がUTMを取り扱う理由はほかにもある。主体となる事業はビジネスホンだが、さまざまな通信手段が生まれた現在、電話はオフィスの主役ではなくなった。IP化の進展で電話がIPネットワーク上に乗るようになれば、当然セキュリティの問題が出てくる。もしそこでセキュリティ機器を他社に取られるようなことがあれば、電話システムを含めたネットワーク上の機器を丸ごと囲い込まれてしまう可能性がある。岩通にはそれを防ぐ



(左から) 通信事業本部エリア統括営業部販売促進部販売促進担当課長の天幸俊男氏、通信事業本部エリア統括営業部販売促進部業務支援担当部次長の坂本泰氏、通信事業本部エリア統括営業部販売促進部長の三浦弘氏

必要があるのだ。

通信事業本部エリア統括営業部販売促進部業務支援担当部次長の坂本泰氏は、「大規模なユーザー企業は関心が高く、それなりのセキュリティ対策を講じている。だが、中小規模事業所はそう簡単にいかない。地道に提案し、理解してもらう活動を展開している最中」とし、そのためにもUTMのようなわかりやすいセキュリティ商材が必要だったと話す。

また、UTMのアンチウイルス部分は、新しい脅威に対応するためにソフトウェアの更新が必須である。一旦導入した後も毎年サービスレベニューが期待できるのも、箱売りにはない魅力だった。

通信事業本部エリア統括営業部販売促進部販売促進担当課長の天幸俊男氏は「現在、東日本支社での売上は月間数十台程度。これを100台ベースまで持っていければ全国販売へと展開できる」と期待を込める。

他方、フォーティネットとしても、顧客から信頼を得ている岩通を販路に持つ意味は大きい。セキュリティ商材のビジネスは顧客の信頼の上に成り立っているからだ。通信系ディーラーの取り扱いが増えれば、両社の関係はさらに深まっていくだろう。



フォーティネットジャパンのUTM「FortiGate-50A」(上)と「FortiGate-60」