

BP

business partner

大塚商会の販売最前線からお届けするセールスノウハウマガジン

Navigator

2010
vol. 52

Presented by **Otsuka Corporation**

広告企画

デジカメ特集
さらなる起爆剤となるか!?
3D対応デジタルカメラ

CAD情報

中小のBIM導入で理想の協業環境を実現

BP Navi Value

24時間 365日 サーバ監視&バックアップ・セミナー
大塚商会グループカンパニー
株式会社アルファネット

につぽんの元気人
CS・ホスピタリティ
総合プロデューサー

林田 正光氏

巻頭インタビュー

第2特集

今すぐご相談を!
プリインストール版PCの
出荷終了目前
さよなら?
Windows XP

巻頭特集

SaaS時代の先駆者に!

BP PLATINUM Type-S



CONTENTS

● 巻頭インタビュー

- 9 **につぼんの元気人**
ホスピタリティは差別化の大きな力
「クレド」でお客様の信頼を勝ち取る
CS・ホスピタリティ総合プロデューサー
林田 正光氏

● ITソリューション

- 18 **巻頭特集**
SaaS時代の先駆者に!
BP PLATINUM Type-S
- 28 **第2特集**
今すぐご相談を! プリインストール版PCの出荷終了目前
さよなら? Windows XP
- 54 **CAD情報**
建築に特化した3次元ソリューション「BIM」
中小のBIM導入で理想の協業環境を実現

● BP Navi Value

- 34 大塚商会BP事業部 販売店様限定
24時間 365日 サーバ監視&バックアップ・セミナー
- 36 大塚商会グループカンパニー
株式会社アルファネット
プレミアムデスクサービスを支える
高い技術と信頼のサービス&サポート
- 38 事例で分かる
プレミアムデスクサービスのメリット
- 46 BP事業部Information

● 製品情報

- 14 New Products
50 ソフトウェアカタログ

● コラム

- 65 IT Trend Watch
69 経営者とIT

● 広告企画

- 60 **デジカメ特集**
高付加価値機能がデジカメ市場を牽引
さらなる起爆剤となるか!? 3D対応デジタルカメラ
- 77 BP Navigator Back Number / AD Index

Series

BP Top Interview

ほんの元気人

各界の最前線で活躍するオピニオンリーダーに
IT業界復活のヒントを聞く

第8回

CS・ホスピタリティ総合プロデューサー
林田 正光氏

ホスピタリティは
差別化の大きな力
「クレド」でお客様の
信頼を勝ち取る

モノが売れない時代。あらゆる産業でし烈な価格競争が繰り広げられている。ホテルブランドとして世界の上流階級から評価の高いザ・リッツ・カールトンでは、ほかのホテルでは味わえない感動体験をウリにファンを増やし、価格競争に陥らないサービス戦略を確立した。機能や効率が重視されるIT業界で軽視されがちな「顧客満足」とは何か。顧客を心から感動させるサービス、それを実践するための企業風土づくりについて、ザ・リッツ・カールトン大阪の元営業統括支配人でCS経営アドバイザーの林田正光氏に伺った。

心からのおもてなしで リピーターを増やす

BP: 林田さんは、お客様に感動を与えることがビジネスを成功に導く秘訣であると考え、その実践方法として「クレド」に基づくホスピタリティ経営を提唱しておられますが、そもそもクレドとは、どういうものなのでしょう。

林田正光氏(以下、林田氏): わたしがクレドの存在を初めて知ったのは1996年。世界的な高級ホテルチェーンとして知られるザ・リッツ・カールトンが日本で初めて開業したザ・リッツ・カールトン大阪に転職したときです。当時50歳でした。

クレドは、ラテン語で「信条」という意味です。日本企業にも経営理念やビジョン、経営方針といったものがありますが、単なるお飾りとなっていることが多いものです。日々の仕事に生かされなければ何の意味もありません。



林田氏が手掛けてきた数々のクレド。クレド制作は、いわゆるサービス業だけでなく、IT企業やプロ野球球団などからも依頼がある

ザ・リッツ・カールトンでは、マネージャーから一般スタッフ、アルバイト、パートにいたるまで、働く人のすべてがクレドの書かれたカードをつねに携帯し、そこに示された考え方、価値観を共有して、日々お客さまに接するうえでの行動規範としています。

BP: ザ・リッツ・カールトンのクレドとは、どのようなものなのでしょう。

林田氏: 特別なことが書かれているわけではありません。

「ザ・リッツ・カールトン・ホテルはお客様への心のこもったおもてなしと快適さを提供することをもっとも大切な使命とこころえています」

これだけです。ホテルや飲食などのサービス業では、事細かなマニュアルに沿ってサービスを提供することが一般的ですが、ザ・リッツ・カールトンのクレドには具体的なことは書かれていません。通り一遍のサービスでは、決してお客様に感動を与えることなどできないからです。

「心のこもったおもてなし」とは何なのか、「快適さ」とはどういうことなのか、ということスタッフ1人ひとりが日々真剣に考え、個々のお客様のお好みや状況に応じて、もっともふさわしいサービスを提供する取り組みが大切なのです。

ザ・リッツ・カールトンのスタッフたちは毎日、クレドに基づいた接客の成功例や失敗例を学ぶ勉強会を行っていま

す。どのようなサービスを提供すればお客様に感動していただけるのか、勉強を重ねながら、気持ちをひとつのものにしていく。これが組織にとって大事なことです。価値観を共有しないと、組織はバラバラになっていきますからね。そうした地道な取り組みが大切なのだということ、ザ・リッツ・カールトンで働いた7年間で学びました。

BP: お客様に感動を与えることが、企業のブランド価値の向上に結び付いているのでしょうか。

林田氏: そのとおりです。これはホテルに限らず、IT企業も含め、あらゆる企業に共通することではないでしょうか。

現代は商品力やサービス力だけでは差別化が図りにくい時代です。お客様は、「どうせ同じモノ買っただったら、愛想の悪い営業マンや気配りのない会社よりも、われわれのことを親身になって考えてくれて、対応も丁寧な会社から買いたい」と思うはず。CS(顧客満足)を高めることが、ブランド価値の向上に結び付くわけです。

商売というのはリピーターをつくるのがいちばん大切。おもてなしの精神がなかったら、お客さまをフォローすることもなく、1回こっきりのお付き合いで終わってしまいます。つまるところ、CSは販売戦略なんですよ。

わたしは「ホスピタリティ経営」を提唱していますが、このホスピタリティという言葉こそが、ザ・リッツ・カールトンのクレドにも書かれている「心からのおもてなし」の意味なのです。

CSを成功させるには ESの充実が欠かせない

BP: 林田さんは、感動を与えるおもてなしの心得として、お客様への「心配り」の大切さを訴えておられますね。

林田氏:「このお客さまは、何をすれば喜んでくださるだろうか」とつねに考えること。それが「心配り」です。

よく「心配り」と「気配り」は同じものだと思っておられる人がいますが、まったく違います。心配りには、家族に対するような愛が必要なんです。

たとえばお客様が「歯が痛い」と言ったときに、「大変ですね。早く歯医者さんに行ったほうがいいですよ」と言う。これは気配りです。だけど、もしもこれが自分の息子や娘だったら、「すぐ一緒に病院に行こう」と積極的な行動を伴いますよね。愛があるからです。

「心配り」とは、お客様に対しても家族を慈しむように接することです。

心配りは「心配(しんぱい)」と書きますよね。愛があるから心配するわけです。気配りだけでは社交辞令的な対応で終わってしまいます。お客様に感動を与えることなんてできません。

BP:「心配り」のあるサービスを実践するために大切なことは何でしょうか。

林田氏:スタッフ1人ひとり、そして会社全体に「お客様を大切に思う心」を育てること。そのために不可欠なのは、CS(顧客満足)だけでなく、ES(従業員



満足)も向上させることです。

従業員が心から誇りと夢と希望を持って働けるような職場環境をつくらなければなりません。夢も希望もないような職場だったら、人材はどんどん辞めていってしまうでしょうし、残ったとしても、「お客様に喜んでいただきたい」という前向きな気持ちでサービスに取り組むことはできないでしょう。

ザ・リッツ・カールトンには、「We are Ladies and Gentlemen, Serving Ladies and Gentlemen」というモットーがあります。「紳士淑女(のお客様)をもてなすわたしたちも紳士淑女です」という意味です。マネージャーは、従業員もお客様と同じ紳士淑女として大切にもてなし、現場の意見や要望に熱心に耳を傾けて、業務や労働環境の改善を図っています。そうしたESの取り組みがあってこそ、CSの向上に結び付くのではないのでしょうか。

BP:IT業界における「心配り」の実践についてアドバイスをお願いします。

林田氏:すべての人がそうだとは思いませんが、IT業界の中には、技術に走りがちで、何事も合理的に考えがちな人もいらっしゃるようです。その結果、人に対する「心配り」がおろそかになることもあるかもしれません。

これは何もIT業界に限った話ではありません。人も会社も、ともすれば自分たちの都合だけで動いてしまうのが現実です。そうではなくて相手の都合に合わせ、相手の心情を理解しながら行動すること、「思いやり」の心を持つことが大切ですね。

クレド精神を根付かせ 永続させることが大切

BP:林田さんは、さまざまな企業のクレドづくりにかかわっておられますが、実際の

クレドのつくり方について教えていただけますか。

林田氏:まず大切なのは、経営者が「はい、これをやりなさい」と押し付けるのではなく、社員が主体となってクレドづくりを行うことです。プロジェクトチームを編成し、社員みんなの意見を聞きながらつくり上げていくプロセスが望ましいでしょう。

わたしがクレドづくりをお手伝いしている会社の場合、会社規模にもよりますが、メンバーは15~40名。30~40代のスタッフを中心に集めることが多いですね。必ず3割以上は女性のメンバーを入れるようにしています。心配りのために必要な気づきやセンスは男性よりも女性のほうが数倍持っていますからね。女性の感性を積極的に取り入れないと、理想的なクレドはできがりません。

毎月1回、約7~8カ月かけて議論をしながら方向性を見極め、途中で役員の方々を集めて報告会を開いたりしながら、文章にまとめ上げていきます。

できあがったクレドは1枚ずつのカードに印刷し、社員全員がつねに携帯できるようにします。

8割の人がクレド精神を持ってくれたら、それは企業風土、企業文化として根付きます。そこまで定着すれば、マネージャーが変わってもクレド精神は生き続けますし、新人が入ってきても、自然にクレド精神に沿ったサービスを実践できるようになります。

BP:最後に林田さんの今後の予定や目標についてお聞かせください。

林田氏:わたしの本をお読みいただき、クレド精神の大切さをお感じになられた多くの企業から、クレドづくりやES・CS向上のためのコンサルティングの依頼をたくさんいただいています。

ホテルマンとして45年働いてきたな

かで、ホスピタリティの精神を発揮してお客様と接すれば、その会社は必ず成功できると確信しました。そのことを研修や講演、本の執筆を通じて多くの人に伝え、「おもてなし文化」を世の中に広げていきたいと思っています。

わたしは外資系ホテルでホスピタリティの大切さや実践方法を学びましたが、「おもてなしの心」は本来、日本の文化にも古くからあるものなのです。

今後は企業だけでなく、個人のクレドづくりもお手伝いしていきたいと考えています。「こういう生き方をして、世の中に喜ばれる人間になりたい」という自分の哲学をまとめ、「自分ブランド」をつくり上げ、個人個人が輝く人になってほしい。輝く人は、放っておいてもどんどん出世しますよ。30歳、40歳と人生の節目ごとに直視して、また新しいクレドをつくっていく。そうして人生を少しずつ、いいものにしていっていただきたいですね。**BP**



林田 正光氏
Masamitsu Hayashida

◎ Profile

1945年熊本県出身。ザ・リッツ・カールトン大阪営業統括支配人として、同ホテルの“感動サービス”の基礎を築いたCSの達人。京都全日空ホテル、彦根キャッスルホテルの社長を歴任。その豊富な経験を伝えるため、株式会社HAYASHIDA-CS総研を設立。代表取締役として年間250件以上の講演活動並びにCS経営アドバイザーとして多数の企業を指導している。

巻頭
特集

SaaS時代の先駆者に!

BP PLATINUM Type-S

「売り手」と「買い手」をつなぐ

SaaS/PaaSプラットフォームの「BP PLATINUM Type-S」。

大塚商会ビジネスパートナー事業部が提供する、

SaaS販売プラットフォームだ。

簡単な手続きで、自社の販売サイトのように

SaaSストアを開設できるうえ、登録料や利用料は無料。

販売しただけ取次手数料が収入となり、

粗利のストックビジネスとして利用できる。

「Type-S」のプラットフォーム開発・運営を行う

ビーブラッツ株式会社の藤田健治氏に、

エンドユーザ様、パートナー様のニーズについて話を聞いた。



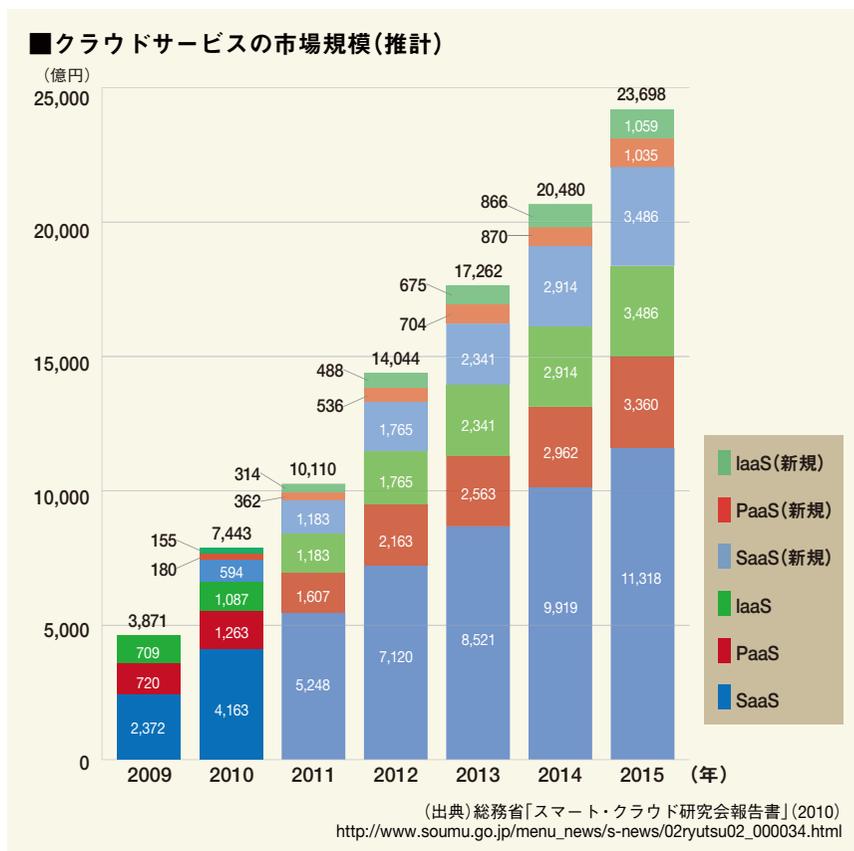
藤田健治氏

1969年三重県出身。ビープラッツ株式会社 代表取締役社長。92年に三井物産入社。02年ライセンスオンラインを設立し代表取締役社長に就任。06年11月、ビープラッツを設立。クラウド/SaaS事業を手がける。

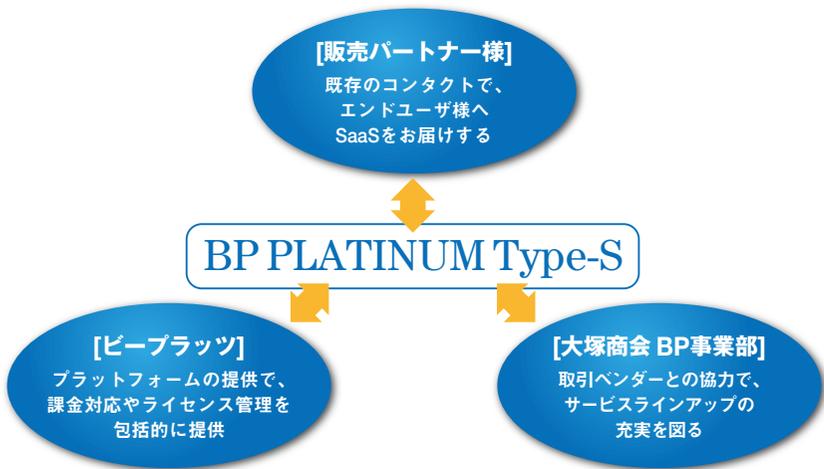
パートナー様とベンダー様の協力でSaaS普及を目指す

大塚商会ではSaaSの流通を実現し、パートナー様にメリットを感じていただける仕組みとして、「BP PLATINUM Type-S(以下、Type-S)」をスタートさせた。すでに国内でも複数のベンダーが流通を介さないダイレクト販売によるSaaSを提供しているが、必ずしも幅広いユーザー層に浸透しているとはいえない。提案や営業活動においてエンドユーザー様に最も近い位置にいる販売パートナー様を抜きにしては、ユーザー様の導入機会は限定的となるからだ。

一方、パートナー様にとっては「Type-S」によるSaaS販売を通じて、販売手数料の継続的な獲得だけでなく、利用期間や利用者の増減に応じた数量最適化、早期立ち上げの実現、月額料金による利用など、従来のライセンス販売を補完するメリットを生かしたご提案が可能となる。また、大塚商会BP事業部では今後ソフトウェアベンダー様のご協力により、パートナー様の提案活動を最大限に生かせるよう支援を行う。ぜひ、皆様も「BP PLATINUM Type-S」によるSaaS販売をご検討いただきたい。



■BP PLATINUM Type-Sにおける役割



ビジネスITの新しい柱
クラウド/SaaS事業

「Type-S」は、ビーブラッツ株式会社が提供するSaaS流通プラットフォームに、大塚商会BP事業部の販売網をプラスしたシステムだ。会員様向けBtoBサイト「BP PLATINUM」から参加登録いただくことで、「Type-S」に掲載されているSaaSをパートナー様が取り扱えるようになる。

世界的な不況が続き、経済回復の兆しがなかなか見えないなか、今の経済状況が常態化するニューノーマルという概念も生まれた。

エンドユーザ様のニーズもリーマンショック前から大きく変化しており、以前のようにビジネスに必要なITシステムをハードウェアも含めて構築し、それを運用・保守していくというビジネスは減少傾向だ。IT投資の抑制傾向が続くなか、エンドユーザ様にはビジネスに必要なソフトウェアなどの提供を月額課金などのSaaSで受けたいというニーズが高まっている。

エンドユーザ様のIT投資への目が厳しくなり、企業におけるITシステムの必要度に応じて、買い取りのほうがコストメリットが高いものはすぐに購入するが、たとえば、スタッフの増減に付随するグループウェアやメールなどのサービスについては、管理・運用面の手間のコストを考慮し、SaaS型を選択する企業が増加した。

総務省が発表した「スマート・クラウド研究会報告書(2010)」によると、SaaS市場は2015年度に1兆8118億円としている。また、自治体クラウドなど、国や行政でクラウド事業を進めるとい

動画
ストリーミング

eラーニング利用に最適な法人向けの動画配信ASPサービス

JFLAT

提供元：株式会社Jストリーム

eラーニングや広告宣伝での法人利用に最適なストリーミング配信ASPサービス。FlashだけでなくH.264の動画形式にも対応し、月額固定料金のみで追加料金は一切なし。使いやすいアクセスログ機能や専用プレイヤーなど、無償機能が充実している点も魅力だ。

専用プレイヤーが搭載されているので、動画配信における工数も大幅に削減できる

- ターゲットユーザ
 - ・映像コンテンツをストリーミング配信したいと考えているWebサイト制作企業
 - ・低コストで手軽な動画配信を始めたい公共団体、学校など
- ユーザメリット
 - ・利用ニーズに合わせて、無駄のないプラン選択が可能
 - ・専用の管理画面が用意されていて、サポートも万全
- パートナー様へのメッセージ
 - ・手離れが良く、安心して販売頂ける動画配信のスタンダードです。

ビジュアル
コミュニケーション

「見える」コミュニケーションを幅広く提供

V-CUBEミーティング／V-CUBE ビデオ／V-CUBE セールス&サポート

提供元：株式会社バイキューブ

「いつでも」「どこでも」「だれでも」使える、各種動画配信ソリューション。Web会議、テレビ会議システムのV-CUBEミーティング、1万拠点に同時配信可能なV-CUBEセミナーやホワイトボードも活用できるV-CUBEセールス&サポートツールをご提供。



「V-CUBEミーティング」は、PCだけでなくスマートフォンや、iPadからでも会議の参加が可能

- ターゲットユーザ
 - ・拠点同士で円滑なコミュニケーションを実現したい企業
- ユーザメリット
 - ・遠隔地同士での会議が手軽に行えるので迅速な経営判断が下せる
 - ・移動にかかるコストの大幅な削減
 - ・地方にある拠点との格差を埋め、会社としてのまとまりを持てる
- パートナー様へのメッセージ
 - ・初年度100社取り扱い、1000件の契約を目指します

方向性も発表されている。

SaaSならば、従来のようなシステム構築と比較して、初期導入コストが低減でき、当面、低い単価で運用をスタートすることが可能だ。また、必要なときに素早く導入・停止できる点に、メリットを感じるエンドユーザー様も少なくない。

しかし、エンドユーザー様がいくらSaaSを導入してコスト削減を図りたいと考えても、どのようなサービスがSaaSとして提供されているのか、どこでSaaSを探せるのか、利用したいSaaSをどういう経路で調達すべきなのかは、はっきりしない状況だ。

一方、パートナー様は、エンドユーザー様のニーズがクラウド/SaaSへ向かうなか、コンサルティングから、システム導入・運用・保守といった従来のビジネスモデルがいつまで可能なのか、次の時代の販売店の役割について、何を売ればいいのか、クラウドを売るにしても、どのように売ればいいのか、自社でクラウドを作って売るのか、思案しているパートナー様も多い。

「販売パートナー様の役割はなくなりません。エンドユーザー様は、『何をかうか』よりも『どこからかうか』というのを実はとても大事にしています。その、『どこ』というのが大塚商会さんの販売パートナー様です」と「Type-S」のSaaS流通プラットフォームを開発・運用している株式会社ビープラッツ代表取締役社長 藤田健治氏は話す。

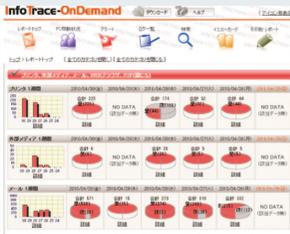
しかし、サーバやPCがIaaSに、開発プラットフォームがPaaSに、ソフトウェアがSaaSにと、ビジネスITにおけるクラウドのボリュームが増加していくなかで、自社の役割がなくなってしまうのではないかと考えるパートナー様も多い。

IT資産管理／情報漏えい対策

eCare-OnDemand／InfoTrace-nDemand

提供元：株式会社ソリトンシステムズ

基本的なセキュリティ管理と、IT資産管理が行える「eCare-OnDemand」と、PC操作ログを取得し、クラウド上の強力なシステムで分析する「InfoTrace-OnDemand」の2種をサービスで提供する。難しいと思っていたセキュリティ対策が、誰でも簡単に実施できる。



管理者は特別な知識がなくても各PCの利用状況を把握することができ

- ターゲットユーザー
 - ・セキュリティポリシーを徹底させたいSOHO、中小企業など
 - ・既存のセキュリティ商材からのリプレイス
- ユーザメリット
 - ・大企業と同等のセキュリティ対策を中小企業でも実施可能
 - ・サービス申し込み後、3営業日で導入可能
- パートナー様へのメッセージ
 - ・難解なセキュリティ導入の問題点を、SaaSが解決。クラウドでセキュリティは変わります

セキュリティ対策とライセンス管理の工数を軽減

IT資産管理 ISM

提供元：クオリティソフト株式会社

社内PCのセキュリティ対策やIT資産管理をクラウド型サービスとして提供。Microsoft OfficeやAdobe製品に対しては専用台帳が用意されスムーズな管理が可能だ。また、よりセキュアな「プライベートクラウド」も選択できる。



ハードウェアやソフトウェア情報は自動収集され、IT資産の現状把握が容易に行える

- ターゲットユーザー
 - ・社内ハードウェアやソフトウェアのライセンス管理が煩雑化している製造業、情報通信事業など
 - ・専任者をおかず手軽にIT資産管理を行いたい中小企業している中小企業
- ユーザメリット
 - ・クラウド型なので低コストで導入でき、運用の負担も軽減できる
 - ・情報流出につながるWinnyなどのソフトを起動制御可能
 - ・社内全体のセキュリティ状況が日次で診断され、リスク把握も容易

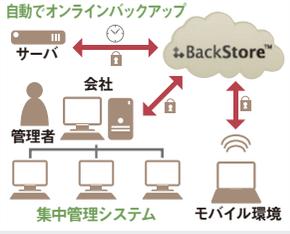
BCP対策に最適なバックアップシステム

バックアップ BackStore

[http://www.backstore.jp/]

提供元：株式会社ねこじゃらし

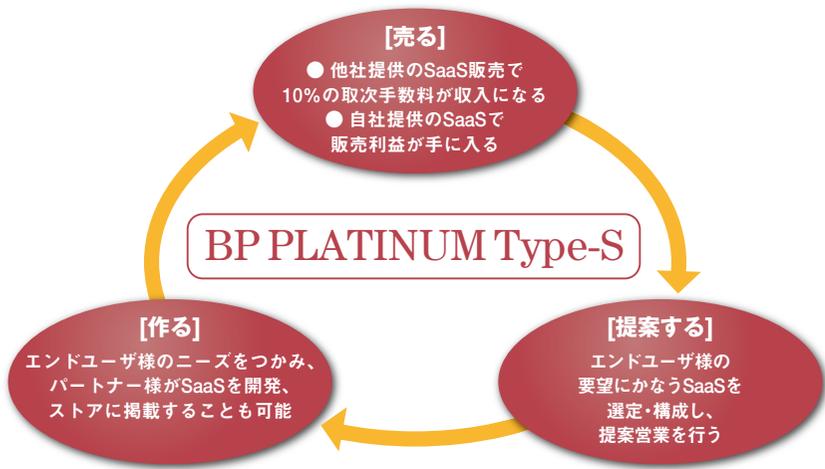
社内PCやサーバ上のデータを、高度な暗号化技術を使用し東京や沖縄にあるデータセンタに分散バックアップし、大規模災害時のデータ損失リスクから保護できるサービス。バックアップは自動で行われ、復元も簡単に行えるのでエンドユーザー様の負担も少なく済む。



導入時の初期費用や運用の手間なしにバックアップサイトが利用できる

- ターゲットユーザー
 - ・定期的なバックアップを手軽に行いたい企業、BCP(事業継続計画)やディザスタリカバリ等の対策が必要な企業
 - ・機器の故障によるデータロストを防ぐ必要がある企業
- ユーザメリット
 - ・物理的な分散バックアップ環境を低コストで実現できる
 - ・高度な世代管理機能により、効率的なバックアップが可能
 - ・すべてのPCを集中管理できるので管理者の負担も軽減

■パートナー様のSaaS活用例



「ビジネスITのクラウド化が加速するなかで、たとえばマイクロソフトさんのSaaSが登場しています。これまでは、『PCやサーバにマイクロソフトのライセンスをつけていくら』というビジネスだったのが、『ソフトを1カ月使ったらいくら』に変わり、毎月、利用数や利用料に応じて、マイクロソフトさんへ使用料を支払うというサービス事業へと変わっていきます」と藤田氏。

「SaaSに変わることで、提供されるサービスは、『従来のソフトウェア』より小粒化しています。たとえば『勤怠管理のSaaSを作りました』といっても、企業には会計ソフトもメールも必要です。さまざまな企業が提供するSaaSをパートナー様が組み合わせて販売することが必要になってきます。逆にいうと、『自社のSaaS』があったら、それを他社にも販売してもらいたい。そうすると『Type-S』を中心にSaaSがぐるぐる回り出し、新しいライセンス販売の形が加速していくことになります。実は、これが『Type-S』のテーマなんです」と説明する。

パートナー様が開発したSaaSを、「Type-S」に乗せることで、全国を網羅する大塚商会の販売パートナー様の既存の商流が相互に活用できるようになる。エンドユーザ様のクラウド/SaaSへのニーズと、パートナー様の新ビジネスへのニーズに応えるプラットフォームが「Type-S」となる。

「売り手」と「買い手」をつなぐプラットフォームを提供

「Type-S」はSaaS販売に特化した流通プラットフォームとして開発されている。手間がかかって煩わしかったこれまでのライセンス販売を、ポータル型のわかりやすい仕組みに落とし込んで

マルウェア対策

クラウド型のセキュリティでライセンス管理工数を大幅に低減

Panda Cloud Office Protection

提供元：PS Japan株式会社

クラウド型のアンチマルウェア、ファイアウォールなどのセキュリティ対策サービス。インターネット経由で各クライアントを一括管理できるので運用が手軽に行える。また、パートナー様がエンドユーザ様への管理業務を含めたサービスとして提供することも可能。

各クライアントの基本情報とステータスは自動収集され、IT資産のセキュリティ面からの現状把握が容易に行える

- ターゲットユーザー
 - ・協力企業からセキュリティ環境の整備を求められているSOHO、中小企業など
 - ・多拠点、フランチャイズ、チェーンを持つ企業
 - ・Google Appsと連携させた環境を利用している中小企業
- ユーザメリット
 - ・管理サーバー不用、初期コストと管理コストを大幅に抑えられる
 - ・ネット環境があれば、どこからでも各クライアントを集中管理可能
 - ・クライアント間のライセンスの移動もWebコンソールから手軽に行え、有効活用可能

スパムメール対策

スパム検知率99%の高い検知精度を誇るスパムフィルタ

Proofpointスパムメールフィルタリングサービス

提供元：NRIセキュアテクノロジーズ株式会社

各種セキュリティ資格を持つ専門家がサービス型で提供するマネージドセキュリティサービス。高精度なスパムメールフィルタで誤判定率は約0.002% (50,000通に1通) を誇る。長年にわたり大手金融機関などへ提供の実績を持ち、判定率による返金保証制度がある。

受信したスパムメールは、ダイジェストメールとしてまとめて送信されるため必要なメールを見逃さない

- ターゲットユーザー
 - ・100~1,500名規模でメールサーバを運用する企業
- ユーザメリット
 - ・面倒なチューニングをほぼ必要とせず、高精度な検知率を返金型で保証
 - ・万が一誤判定された場合でもダイジェストメールによりユーザー側で解除可能
- パートナー様へのメッセージ
 - ・15年にわたるマネージドセキュリティサービスプロバイダの実績・ノウハウをご提供します。今後さまざまなセキュリティサービスをご提供して参ります

提供する。

「Type-S」を利用するエンドユーザー様のメリットとしては、月額課金での見えやすいコスト、単価の安さ、必要なときに必要なサービスの提供を受けられることがある。

パートナー様には、エンドユーザー様への自社で行うには負担の大きな請求管理やライセンス数の管理を提供し、ポータル型の管理サイトでエンドユーザー様の状況を一元管理できる仕組みを提供する。

「たとえば、エンドユーザー様から受注して、月額数百万円の保守料をもらったり、1千万円のハードウェアを売ったりしているようなSIerさんがいるとします。そのようなSIerさんが、月額1,000円のSaaSを販売するのは実は難しいんです。しかも、1千万円のハードウェアを売った人は請求書を1枚処理して終わりですが、月額1,000円のサービスを100社に売の場合は、請求書を100枚出さなきゃいけないのに、毎月の発行が必要になります。契約してからも、ライセンス数が増減しますので、処理がたいへんです。ここを支えるのが「Type-S」です」

パートナー様が「Type-S」に参加することで、プラットフォームにのっているSaaSを取り次ぐだけでも10%の手数料が収入となり、粗利のストックビジネスとして活用いただける。さらに自社がSaaS提供者にもなって「Type-S」を活用することでパートナーシップが変化し、パートナー様の事業モデルが変わる。

ビジネスITのSaaS指向が予見されるなかで、いつSaaSビジネスへ参入するかが重要となってくるのではないだろうか。

「たとえば、パートナー様がエンドユーザー様のご要望に応じてデータを加工したり、ツールを追加したりして、何

セキュア型
メール環境

メールの暗号化や誤送信メッセージの取り消しが可能

Zenlok for Google Apps / Zenlok プレミアム

提供元: Zenlok株式会社

メールや添付ファイルの暗号化、誤送信による情報漏えい対策、1TBのオンラインストレージなどを組み合わせたセキュアメッセージングサービス。1件最大2GBもの大容量ファイルを暗号化して送信できる。Google Appsにも対応しており導入も手軽だ。

- ターゲットユーザ
 - ・高い信頼性の暗号化通信を必要としている個人事業主や中小企業、大企業
 - ・モバイル環境下でのセキュリティや大容量ファイル受信に最適
- ユーザメリット
 - ・インストール不要、低コストで導入でき、一般的なメールクライアントやウェブメールで運用が可能
 - ・送信メールの取り消し機能で誤送信を水際で防止できる
 - ・送信メールアーカイブは容量・期限無制限で利用可能

業界初！ 誤送信したメールは、リコール機能で相手の受信箱に到着したメールでも、開封不可にできる

グループウェア

生産性向上に直結するコミュニケーションの統合環境

KDDI Business Outlook

提供元: KDDI株式会社

1アカウントから利用可能な、ExchangeとSharePointの統合環境。オフィスもモバイルもアクセス手段を選ばず、円滑なコミュニケーションを実現。ファイル共有など、豊富なツールが利用可能。au携帯電話やWindows Phoneを利用すれば会社のメールを直接携帯で送受信できる。

- ターゲットユーザ
 - ・PCと携帯のシームレスな情報連携
- ユーザメリット
 - ・Exchangeを月額980円/IDから利用可能
 - ・KDDIの通信インフラを支える、高度な技術と設備を利用し、セキュリティ対策も万全
- パートナー様へのメッセージ
 - ・SaaSの展開は「販売」が一番重要と考えています。販売店様の事業における有益なサービスとしてご活用ください。可能な限りご支援させていただきます

PC用クライアントとして「Outlook 2007」が無料配布される

SSLサーバ
証明書

1ライセンスで複数サーバでもOK! 費用対効果の大きなSSL

スターフィールド SSL

提供元: 伊藤忠商事株式会社

世界最大のホスティング事業者Go Daddy社発行のSSLサーバ証明書。複数のサーバやサイトでも1ライセンスで対応できるため、従来では高額だったSSLサーバ証明書コストを大幅に軽減可能。サーバ仮想化時など複数ホストでもライセンスの追加が不要。

- ターゲットユーザ
 - ・高い信頼性の暗号化通信を必要としている個人事業主や中小企業、大企業
 - ・低コストでSSLサーバ証明書を取得したいサイト運営企業など
- ユーザメリット
 - ・ドメイン認証は¥9,500円から、組織認証は¥24,500円からご利用可能
- パートナー様へのメッセージ
 - ・スターフィールドSSL証明書なら圧倒的なコストメリット! クラウド環境にも最適!

スターフィールドSSLサイトシール



からの作業を行っていると思います。また、受託開発などで『販売管理システムを作ってよ』というご要望に、開発したシステムを納品して終わりというのが従来のビジネスモデルだったのだとすれば、それをサービス事業としてや、SaaS商品として展開するなどし、クラウド/SaaS事業者へと立ち位置を変えてみるチャンスが今なのではないでしょうか」と藤田氏。

エンドユーザー様と顔を合わせ、ニーズを一番理解しているパートナー様だ

からこそ、市場ニーズの高いSaaSを提案、開発できる利点が考えられる。従来の商流では販売が難しいニッチなソフトウェアも、全国対応のプラットフォームかつ、それぞれのパートナー様の商流が生かせる「Type-S」を活用することで、販売機会のチャンスが増大する。

販売パートナー様の活動をBP事業部が支援

いまや、ITなしではビジネスは成り立たない。ITにおける「売り手」と「買い

手」、さらに「作り手」をつなぐ、クラウド時代の新ビジネスが「Type-S」だ。次世代のソフト販売プラットフォームとして、その販売形態が大きく変革している。

大塚商会BP事業部では、パートナー様への情報提供やセミナー、教育支援活動を行いSaaSビジネスを確かなものへと育てていく考えだ。

10月から11月にかけて大塚商会BP事業部の全国拠点にて「Type-S」のセミナーを開催する。SaaSへの取組みを検討されている方、新規ビジネスを企画されている方、営業部門を統括されている方などはぜひ当セミナーにご参加いただきたい。

リモートコントロール

費用対効果の高いリモートコントロール環境

ISL Online

提供元：株式会社オーシャンブリッジ

クライアントライセンスよりもお得な、同時セッション単位で契約できるリモートコントロールプラットフォーム。遠隔地にあるPCの操作や画面の送信ができる。遠隔デモンストレーションやユーザーサポート、社内ヘルプデスクなどに活用できる。



同時接続単位でライセンス購入が可能なので、ライセンス管理コストも削減できる

- ターゲットユーザー
 - ・社内ヘルプデスクや在宅勤務体制を整えたい企業
- ユーザメリット
 - ・「簡単」「セキュア」「低価格」に業務の効率化を実現
 - ・オペレーターIDの作成が無制限
- パートナー様へのメッセージ
 - ・ISL Onlineは世界100ヵ国、75,000社以上の導入実績があります。今後は、日本のお客様にまだ知られていない「使える」SaaS製品を発掘しリリースしていきます。

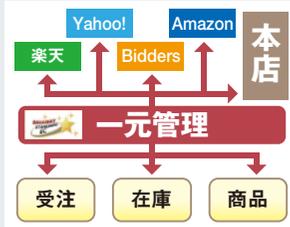
ネットショップ管理

クラウド型で導入コストが低く各クライアント管理も手軽

SAVAWAYスタンダードEC(サバスタ)/ストックギアpro/PowerDo pro/easyECS/マルチドメインカート

提供元：株式会社SAVAWAY

「SAVAWAYスタンダードEC(サバスタ)」は、EC事業を支援する各種ツールがセットになったパッケージだ。ショッピングモールの多店舗展開において大きな負担となる、在庫や受注、商品情報の管理を一元化することができる。



セット内にある「ストックギアpro」「PowerDo pro」「easyECS」「マルチドメインカート」の個別導入も可能

- ターゲットユーザー
 - ・多モール経営で効率的に黒字化を実現したい企業
 - ・受注管理、在庫管理、商品管理の手間を少しでも減らしたい企業
- ユーザメリット
 - ・モール同士の在庫連携により機会損失を減らすことが可能
 - ・一元管理することでモール管理や配送業務の時間コストも削減
 - ・集客サイトとの連携で、本店サイトに優良顧客が集まる

BP事業部 | 販売店様限定セミナー

「SaaSでかせぐ!?!」～「BP PLATINUM Type-S」のご提案～セミナー



詳細は以下のURLからご覧ください
<http://event.otsuka-shokai.co.jp/10/1022bp/>

- 東京会場
 - 日時：10月20日開催予定
 - 14時～17時10分 受付開始 13時30分
 - 場所：株式会社 大塚商会 本社ビル3階 セミナールーム
- 大阪会場
 - 日時：10月22日開催予定
 - 14時～17時10分 受付開始 13時30分
 - 場所：株式会社 大塚商会 ITソリューションセンター大阪 7階 セミナールーム

BP PLATINUM Type-Sに参加! 「楽天」「Yahoo!」ECサイト一元管理のトップシェアツール

「売れる」「儲かる」ECサイトとは?

ネットショップ支援事業
株式会社SAVAWAY [サバウェイ]

株式会社SAVAWAY(以下、SAVAWAY)は、ネットショップの運営サポートやECサイト関連のシステム開発・コンサルティングを行っている。

BP PLATINUM Type-Sへは、ECサイトの商品管理ツールである「SAVAWAYスタンダードEC『サバスタ』(以下、サバスタ)」の提供で参入する。サバスタは、多店舗展開を支援するASPサービスとして、複数のツールをセットにしたECサイト売上拡大のためのオールインワンツールだ。初期費用無料で、月額料金のみで利用できる。

今回、Type-Sでのサービス提供が決定している多モール間Web自動在庫管理システム「ストックギアpro」もサバスタを構成する1つ。楽天やYahoo!、Amazon、ビiddersなどで複数店舗を運営するECサイト事業者には必須のツールで、同ツールを利用した月間流通総額が40億円を突破するという、シェアNo.1の実績を持つ。

「多店舗展開を行っているほとんどのネットショップ様では、どのモールにも同じ商品を出品しています。『サバスタ』のような、管理システムが異なる多モール間の在庫を一元管理するツールがなかった5年前前は、楽天で1つ商品が売れたら、Yahoo!店の管理画面から在庫を手作業で1つ減らし、過剰販売を防ぐというアナログな作業を行っていた店がほとんどでした」と、SAVAWAY企画室の中井健司氏は説明する。

2005年頃、ネットショップを複数のモールで展開しているところは少数だったが、ストックギアproが多モール間の在庫を一元管理できるサービスを

提供したことで、複数店舗を運営する事業者が増加し、国内主要ECサイトの横展開を縁の下で支えた。

「ECで成功していくモデルは、媒体を横展開していくこと。リアル店舗でも、1店舗成功したら、『もっと人の多いところに支店をだしたい』と考えますが、それと同じです」と中井氏。

ストックギアproの導入で、複数サイトをはりつきで管理する人員のコスト削減や、少ロットのECサイトでも、正確な在庫を複数モールで表示可能できることにより、機会損失を防ぐという大きな効果がある。

また、多モール間商品一元管理システム「PowerDo pro」は、多モール間の商品データをマスターで一元管理できるツールだ。商品管理の仕様が異なる複数モールに対し、1回の登録作業で、商品の一括登録・一括編集が行える。

「ECサイトで『ポイント10倍!』などと商品名に含めて記載されているのをご

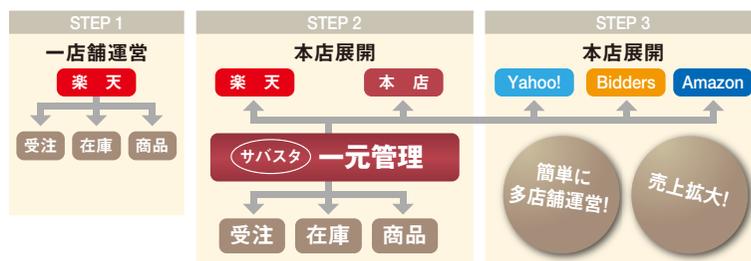
覧になったことがあると思いますが、たとえば、楽天の全商品に、そういったキーワードを一括で追加できるのがメリットです。また、同様のツールの中では、初のAmazon対応を実現しました」と同社コンサルグループの岡本隆宏氏。

SAVAWAYのシステムは、楽天やYahoo!の売上ランキング上位に入る有名店舗に多く導入され、多店舗展開の手間を削減し、ECサイトの黒字化に貢献する。

パートナー様へのメッセージとして中井氏は、「これまで、楽天のカンファレンスを中心に広報を行っていましたが、今回Type-Sへの参加で、大塚商会さんのパートナー様が築いてきた商流とマッチできればと考えています。弊社商品のセールスシナリオとしては、Slerさんの持つ基幹系の提案にフックとして活用していただき、『基幹システムとこういうふうに関連していきたい』とご提案いただくのが、つながりやすいと思います」BP

サバスタのコンセプト「ネットショップの黒字化を実現します!」

サバスタはネットショップ多店舗運営を支援するためのツールがすべてセットになった2店舗目展開からの必須ツールです。



「売上アップ」「業務効率向上」「経費削減」すべて同時に実現できるのはサバスタだけ!

多店舗運営で黒字化を実現!!

第2特集

今すぐご相談を!

プリインストール版PCの出荷終了目前

さよなら?
Windows XP

2001年に発売されて以来、じつに9年にもわたってNo.1のシェアを誇ってきたWindows XP。だが、Windows 7が好調なこともあり、主要PCメーカーでは、ついにプリインストール版PCの出荷を終了すると発表している。Windows XPに依存した独自システムを利用している企業などにとってはまだ需要が高いと思われるため販売終了を迎える前に早めにご相談いただきたい。



Time Limit
2010.10.22

■ ついにWindows XPの プリインストールPCが販売終了

2010年10月22日、Windows XPがプリインストールされたPCが出荷を終了する。米マイクロソフトの発表では、XPへのダウングレード権自体はOEM版Windows 7の提供が終了するまで継続することだが、国内主要PCメーカーは、2010年10月22日でXPがプリインストールされたPCの出荷を終えることを発表している。

この機会に買い逃した場合、エンドユーザー様はWindows 7搭載の新規PCを調達し、自らWindows XPへのダウングレード作業を行わなければならない場合がある。Windows XPのライセンス購入費用など、予想外のコスト負担がかかるうえ、ドライバの適用などで時間がかかり、本来の業務を圧迫するほどの導入負荷がかかる可能性がある。

現時点で、Windows 7環境へ移行するための評価作業が終わっていない企業様や、XPにしか対応していない周辺機器・社内システムを必要とする企業様に心当たりがある場合には、すぐにXPでのリプレースをご提案いただきたい。

はじめに、ダウングレード権について

簡単に説明すると、現行OS購入時に、過去バージョンから現行OSへの移行期間を保証するユーザーのための権利のことだ。この権利は、Windowsの正規版ユーザーに付与される。

OEM版OSの場合、通常は現行OSの1つ前のOS、つまり7に対してはVistaが対象となる。しかし、ユーザー数の多さからか、Windows 7からXPへのダウングレード権は特別に認められている。

ダウングレード権を行使してPCを購入した場合、出荷時には旧OSがプリインストールされ、現行OSはメディアで添付される。つまり、ユーザー自身が手間のかかるOSのダウングレード作業を行う必要がない。ライセンス的には、将来、Windows 7へ移行するときに、新たにWindows 7のライセンスを買い直す必要がなくなるため、コストメリットも高い。

再度、Windows XPをクリーンインストールしたい場合には、購入時に添付のリカバリディスクなどから行える。

■ 10月22日までが低価格で XPを手に入れる最後のチャンス

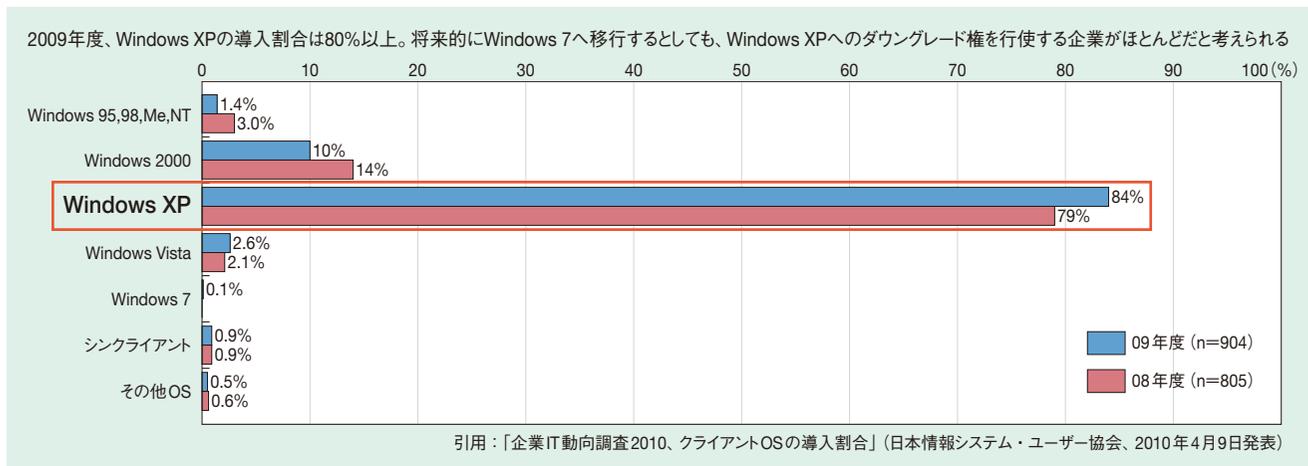
10月22日以降はWindows XPへのダウングレード権こそ残るものの、

Windows XPがプリインストールされたPCは通常出荷されなくなり、一部のメーカーによる有償のサービスとなる。

有償サービスの詳細はメーカーによって異なるが、Windows XPのインストール作業費として1台につき3,000円～4,000円程度の費用がかかり、さらに25台以上、エンドユーザー様直送などの制約ですべてのユーザーが利用できるわけではない。また、有償サービス自体の提供期間はメーカーによって定められるため、時期によっては、希望メーカーや希望スペックのPCを購入することができなくなってしまう可能性もある。

有償サービスが終了したのちには、エンドユーザー様自身がWindows XPのメディアを入手し、Windows 7のPCに、Windows XPをクリーンインストールする作業を行う必要があるがOSはアップグレードこそ簡単だが、ダウングレードは思いのほか難解な作業だ。OEMライセンスの場合、1台ごとの手作業となるうえ、OSとPCに対応したドライバを用意する必要があるなど、工数のかかる作業となる。Windows XPでの導入を迷っているエンドユーザー様には、コストと手間の負担が大きくなるというところをご案内いただきたい。

● 図1 企業におけるWindows XPの普及率は約8割



このように10月22日から時間がすぎ
ていけばいくほどコストがかさむうえに
人手も時間もとられてしまうという、デメ
リットばかりが目立ってくることになる。
そのため、PCの購入を考えているエン
ドユーザー様にはWindows XPの利用
の有無を確認し、必要であるならば早
めの決断をしてもらえるように働きかけ
ていくことが重要になる。

もっとも低価格で手間をかけずに
「Windows XP」のPCが入手できる
最後のチャンスが、2010年10月22日
であるということを強調していただきたい。

XP用の独自システムが 7への乗り換えに二の足を踏ませる

2010年5月に発表された、日本情報
システム・ユーザ会の調査によると、企
業ユーザの約84%は現在もWindows
XPを使用している。2001年に発売が
開始されたOSであることを考えればま
さに驚異的な数字だが、それだけ企業
が使用する社内システムなどがXPに
依存していることが考えられる。

実際に、企業の独自システムには、

Windows XPとIE6 (IE7) が利用され
ていることが多い。対してWindows 7
ではIE8がプリインストールされている
ため、クライアントPCのOSをアップグ
レードする場合には、システムが正常
に動くかを、あらかじめ検証しなければ
ならない。そのため、景気悪化の影響
でIT投資がしづらい企業が多い今、
Windows XPへの依存度が下がらな
い原因のひとつといえる。

とはいえ、古くなり動作が怪しくなっ
てきたPCは買い替えなければならないた
め、Windows XPへの需要が多い。

Windows 7はビジネスIT市場に好
意的に受け止められてはいるものの、
企業では利用アプリケーションや周辺
機器などの対応状況を検討して移行
する必要がある。景気が落ち着くまで
は、延長サポート期限である2014年
まで「XP」を使いたいと考えているエン
ドユーザー様も少なくない。Windows
XPがインストールされた最新のPCを
手に入れるラストチャンスである今が、
駆け込み需要を呼び込むことになりそ
うだ。

急激な駆け込み需要に備えて 早めのご案内が重要

現在、各PCメーカーでは駆け込み需
要の急増に備えて、ダウングレードモデル
の受注締め切りを大幅に早めてきている。

本誌がお手元に届く頃には大半の
メーカーが新規受注を締め切っていると
思われる。

でも、ご安心いただきたい。

大塚商会BP事業部では、ご希望
ユーザーへの供給を継続できるように豊富
なWindows XPダウングレードPCの在
庫を確保している。販売パートナー様
においては、心当たりのある企業ユー
ザー様に対して弊社在庫を活用した積
極的なアプローチを行っていただきたい。
Windows XPの継続利用を考えて
いるエンドユーザー様に対しては、これ
がWindows XPのプリインストール版
が購入できる最後の機会であることと、
自らダウングレードを行うことの難しさ
をお伝えいただくことが重要だろう。

そして商談が進んでいる案件につい
ては今すぐ弊社営業までご相談いた
だきたい。BP

● 図2 Windows XPの新規導入はいつまで可能?

2010年10月22日以降にWindows XPを搭載した新しいPCを導入しようとする、コストやシステム管理者の手間が増大することになる

2010年
10月22日まで

ダウングレード
Windows XP をメーカーが提供

**10/22までが
Windows XPを
低コストで導入できる
最後のチャンス**

各メーカーが
サービスを
終了する
までの期間

ダウングレード
Windows XP をサービスメニューとして一部メーカーが提供

※1台3000円～5000円のインストールサービス費用が発生
※申込みにはエンドユーザ名が必須で、かつ25台以上
※2011年4月ごろまでサービス提供とみられる

それ以降

**別途購入したメディア等を利用して
ユーザがダウングレード**



Windows XP どうしても自力でダウングレードするとしたら…



個人、もしくは企業様で、Windows 7のPCをこれから購入し、ダウングレードを試みようとしているお客様へ
ダウングレードの**制約**と**条件**についてお知らせします。

1. ダウングレード可能なWindows 7とダウングレード先OSについて

ダウングレード権を有しているWindows 7製品

- PCにプリインストールされたOEM版 [Windows 7 Professional] [Windows 7 Ultimate]
- DSP版製品 [Windows 7 Professional] [Windows 7 Ultimate]
- ボリュームライセンスプログラムにおける Windows 7 Professional以上をお持ちのお客様

| ダウングレード先として使用できるOS | |
|--------------------|-------------------------------------|
| Windows Vista | Windows Vista Business |
| | Windows Vista Ultimate |
| | Windows Vista Business x64 Edition |
| | Windows Vista Ultimate x64 Edition |
| Windows XP | Windows XP Professional |
| | Windows XP Tablet PC Edition |
| | Windows XP Professional x64 Edition |

ただし同一言語・同一エディションに限定されます。例:Windows 7 Ultimate→Windows Vista Ultimateは可、Windows 7 Professional→Windows Vista Ultimateは不可

2. ダウングレードの準備

ダウングレードには以下のものがすべて揃っている必要があります。

- **Windows XPのインストール用メディア**
ボリュームライセンス用のインストールメディアや過去に購入したパッケージ版のメディア等が使用できます。また過去に購入したPCのリカバリーメディアやバックアップメディアが利用できる場合もありますが、これはMicrosoftのソフト利用契約に違反しますので使用しないでください。同時に、利用するメディアのプロダクトキーも必要です。
- **ダウングレードしようとするPCのXP用デバイスドライバー**
- **インターネットへの接続環境**
XPのアクティベーション、XPインストール後のアップデートに必要です。
- **ご利用のPCのバックアップデータ**

3. ダウングレードの手順

1. SATAハードディスクの認識

現在主流のSATAインターフェイスのHDDを搭載しているPCではXPのインストール時にHDDが認識できず、インストールができません。あらかじめAHCIドライバディスクとUSB接続のフロッピーディスクを用意してインストール時に組み込むか、BIOSの設定画面からSATA→IDE互換に変更してから作業する必要があります。同時にCDから起動できないように設定されている場合は、起動ディスクにCDが利用できるように変更します。

2. XPのインストール

3. デバイスドライバのインストール

4. ネットワーク接続の確認とインターネットのセットアップ

5. XPのアップデート

インターネット接続が確立したらWindows XP SP3へのアップデートを最初に行ない、つぎに追加のアップデートを行なうことになります。**SP3以降でも約80個のアップデート**がありますので、全部適用完了まで半日以上かかる場合があります。

6. 必要なアプリケーション、バックアップデータのインストール

Windows XP SP1のディスクからインストールの場合で、全工程に2日以上かかります！

注意

ここで紹介したダウングレード手順はあくまでも一般的な手順について紹介したもので、ドライバの適用やインストールに関してはPCの機種・CPU・チップセット・BIOS等によって異なります。実際のダウングレードに関しては各PCメーカー、Microsoftならびに各デバイスメーカーで詳細な情報をご確認ください

IT Trend Watch

文:元麻布春男

M&Aが相次ぐストレージ業界 その訳とは?

仮想化ストレージベンダーの3PARをめぐるDellとHPの買収合戦は、半月の綱引きを経てHPの勝利に終わった。8月16日に発表されたDellによる3PARの友好的な買収だったが、ライバルのHPがDellを上回る買収額を示したことでたちまち行方が分からなくなる。DellとHPによる競り合いで買収額はどんどん上昇し、最終的には当初のDellの提案額である1株あたり18ドルを大きく上回る、1株33ドルでHPが買収することになった。18ドルという買収金額も、発表時点での3PARの株価の2倍近いプレミアだったから、わずか2週間で3PAR株の価値は3倍以上にふくらんだことになる。

この3PARに限らず、ストレージ分野のM&Aは決して珍しくない。昨年の夏は、NetappとEMCによるData Domainの争奪戦があり、今回同様、後から乗り込んできたEMCに軍配が上がった。Dell、HPともミッドレンジストレージ製品の中核は、それぞれが買収したEqual LogicとLefthandの製品で構成されている。今回、買収の対象となった3PARは、ハイエンドまでは行かないにしても、Equal LogicやLefthandよりも少し上のクラスのストレージベンダーである。

なぜストレージベンダーにM&Aが目立つのか。その大きな理由の1つは、仮想化からクラウドへという流れにあって、主戦場がサーバからストレージへ移ろうとしているからだろう。サーバ統合によるコスト削減を目標にスタートした仮想化技術は、より積極的な仮想化の利用による可用性や信頼性の向上、オンデマンドによる利用率の向上へと向かっている。それを実現するには、物理アドレスに縛られず、物理容量の制約を受けない仮想化されたストレージが必要になる。が、サーバの仮想化に比べて、ストレージの仮想化は普及が遅れており、商戦もこれから本格化すると期待されている。Equal Logic、

Lefthand、3PAR、いずれもが仮想化ストレージの代表的なベンダーであり、特に3PARは物理容量に依存せず容量の割り当てを可能にするシンプロビジョニングや、性能の異なるデバイス(SSD、SASディスク、SATAディスク)を混在させた階層化ストレージをいち早く提唱したことで知られる。先進的な技術とアイデアを持つ1社であることは間違いない。

また、水平分業化が進み、各コンポーネントの標準化が進んだサーバと異なり、ストレージはストレージベンダーごとに技術的な差異が大きい。可用性や信頼性の実現や、性能の確保、さらにはストレージ拡張の方式まで、ベンダーごとに異なる。一般にA社のストレージにB社のストレージを増設するといったことはできない。たとえ容量が増えたとしても、それはA社とB社の2本立てになる(管理も二重になる)のであって、A社のストレージを拡張したことにはならない。サーバであれば、仮想マシンをA社のサーバからB社のサーバにホットムーブすることさえ、それほど難しいことではないし、サーバ管理のチップにさえ一定の標準(IPMI)が存在する。サーバに比べてストレージは、一度選ぶと、技術的な連続性という点で乗り換えが難しい。またユーザにしても、命より大事なデータを任せている以上、よほどの不具合でもない限り、動いているストレージはそのままにしておきたい、というのが正直なところだろう。

つまり、技術的にも、心理的にも、ストレージはユーザのロイヤリティが高い製品だ。ベンダーを買収した場合も、戦略的な方向転換でもない限り、大多数のユーザはついてきてくれると期待できる。顧客ベースの維持という点で、買収する側にとってストレージベンダーは、比較的风险の低い買い物だと考えられる。これもストレージベンダーのM&Aが目立つ理由の1つかもしれない。BP

text × Haruo Motoazabu 【元麻布春男】

IT系雑誌やインターネットのコラムなどで広く活躍するフリーライター。執筆歴は15年以上におよぶ。1960年生まれ。

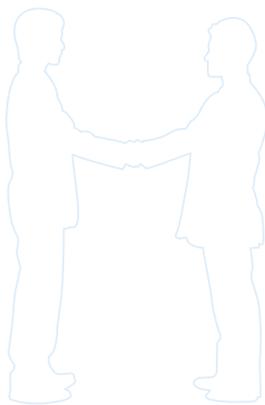
経営者とIT

文：ITコンサルタント 中村文雄

いま求められるITセンスとは

第5回

消えつつあるCIOと情報戦略



最近、何人かの経営者や自治体のトップの方々とお話していると、企業の情報システムに大きな変化が起きていることに気付く。それは、システム全体を大手Slerへ丸投げしてしまっているところが多いということだ。

どうということかと言うと、一時期注目されていたCIO(最高情報担当役員)や同補佐官の存在が、ほとんど形骸化、またはなくなってしまっており、企業がその戦略に応じて独自に策定すべきITのポリシーでさえ自社内から消えかけてきているということである。

これまで企業におけるIT投資額は、景気がよくなると増加し、不況になると減少していた。しかし、今回の景気減速時には、意外にIT投資の本格的削減が進展していない。これは、大手Slerからの費用要求を削減しきれないことが理由のように思われる。

ユーザ企業はITを本業としていないため、入札を行って一番安いところに依頼すればとにかく安くシステム導入ができるとの発想があった。ところが中・長期的なITに関するポリシーや戦略がないので、大手Slerの言いなりでコスト負担を継続している部分もあるのだろう。大手Slerも心得たもので、とりあえず、入札案件を廉価で落札し、後の改修や保守などで利益を確保するという以前のスタイルに戻ってしまったのである。

このような形になると、再びIT業界のゼネコン構造が活発化し、中堅・中小Slerは二次受けや三次受けが当たり前となってしまうためオリジナルのシステム開発ができなくなってしまう。

CIOの役割とは

CIOの役割として、まず挙げられるのは、ITコストの内容を吟味し、無駄な費用を削減することである。

次に、企業のIT化を情報戦略と位置づけ、新たな技術や仕組みにチャレンジし、その企業や自治体のアドバンテージとなるように育て上げることだ。

最後に、個人情報保護法への対応や情報漏えいを防ぐという、企業における個人情報管理の責任者としての役割もある。最近では、このようなセキュリティや内部統制など、かなり後向きのIT政策を優先させられることが多かったのではないだろうか。

企業がITによるシステム化を進めるときに、単にコスト削減やセキュリティの確保、システムの安定稼働などを目的にしてしまうと、結局、対応事例の多い大手Slerに頼むしか方法がなくなってしまう。

ユーザ企業はCIOを任命し、IT化の推進や中・長期的な戦略を社内ですっかりと策定する力を持つべきだ。また、システム導入・運用の際には、Slerへ丸投げするのではなく、一緒に社内システムを高めていける中堅・中小Slerと手を組み、積極的に新しい技術や仕組みを採用するのがよいだろう。BP

