

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. 53
Presented by **Otsuka Corporation**

CAD情報

データ共有・スピード化を実現した
SolidWorks 2011

広告企画

セキュリティ特集
手間をかけずに安心・安全を
キーワードは「自動化」と「統合性」

NAS特集
最適解はNASの導入
情報爆発時代の次の一手

BP PLATINUM Type-S

販売店様限定セミナーレポート

メーカーズボイス

株式会社バッファロー
株式会社沖データ

巻頭インタビュー

にっぽんの元気人
株式会社フジマキ・ジャパン
藤巻 幸夫氏

巻頭特集

最新ITでコスト削減・ブランド力向上
**中小企業の
環境対策最前線**



CONTENTS

● 巻頭インタビュー

- 9 **につぼんの元気人**
一人ひとりが「自分ブランド」を持てば
会社にイノベーションが巻き起こる
株式会社アジマキ・ジャパン
藤巻 幸夫氏

● ITソリューション

- 18 **巻頭特集**
最新ITでコスト削減・ブランド力向上
中小企業の環境対策最前線
- 54 **SaaSビジネス最前線 BP PLATINUM Type-S**
販売店様限定セミナーレポート
- 68 **CAD情報**
ものづくり先進国「日本」のユーザーニーズに応えた新バージョン
データ共有・スピード化を実現したSolidWorks 2011

● BP Navi Value

- 38 **大塚商会グループカンパニー**
株式会社アルファテック
迅速・丁寧な修理で再受付率1%
「お客様の満足と信頼」を得て事業伸長
- 40 24時間365日の保守サービスを提供
大好評の「プレミアムデスクサービス」
- 50 **BP事業部Information**

● 製品情報

- 14 New Products
65 ソフトウェアカタログ

● コラム

- 70 最新ITキーワード
76 IT Trend Watch
77 経営者とIT【最終回】

● 広告企画

- 28 **セキュリティ特集**
情報漏えい・法令遵守のための統合ソリューション
手間をかけずに安心・安全を
キーワードは「自動化」と「統合性」
- 58 **NAS特集**
高性能・簡単・低コストを実現したストレージ
最適解はNASの導入
情報爆発時代の次の一手

- 85 BP Navigator Back Number / AD Index

Series

にっぽんの元気人

BP Top Interview

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9回

藤巻 幸夫氏

株式会社フジマキ・ジャパン

一人ひとりが
「自分ブランド」を持てば
会社にもイノベーションが
巻き起こる



モノづくりの国、日本では「いい製品さえ作れば、必ず売れる」という考え方がいまだに根強い。しかし、「なぜいいのか」をきちんと言葉で伝えなければ、単なる自己満足に終わってしまう。アパレル業界のカリスマとして知られる藤巻幸夫氏が、自社の強みを明確なブランドとして確立し、それを効果的に情報発信していくためのヒントを伝授。「会社だけでなく、社員1人ひとりも『自分ブランド』を確立し、志を高く持ってビジネスに取り組むことが大切」だと藤巻氏は語る。

未来を予想するための「仮説」と「検証」が大事

BP: 藤巻さんは、東京・新宿の老舗百貨店「伊勢丹」で斬新な売り場を数多く企画したことから「カリスマバイヤー」と呼ばれ、その後、民事再生法が適用された「福助」の社長として再生に取り組むなど、アパレル業に長く、かつ深く携わっておられます。その藤巻さんの目に、いまのアパレル業界はどう映っているのでしょうか。

藤巻幸夫氏（以下、藤巻氏）: 最近では「GAP」や「FOREVER21」「H&M」「ZARA」など海外のファストファッションの勢いがありますね。人気ファッションのテイストを上手に取り入れながら安く大量につくる業態で、2008年ごろから日本市場に押し寄せました。

一方で、80年代から90年代にかけて次々と登場した日本の大手アパレルによるコーディネートブランド、「シャネル」

「アルマーニ」などの海外高級ブランド、デザイナーの個人ブランド、複数のブランドをオーナー自身が編集して独自のファッションスタイルを提案するセレクトショップなど、既存業態も非常に多様化しています。

そうした混沌の中で、アパレル企業はいま、どのポジションを狙っていくべきなのが見えにくくなっているように思います。安さでは海外のファストファッション勢に勝てるわけがないので、より個性を大事にするという意味で、デザイナーの役割が今後ますます重要になるのではないのでしょうか。

BP: 日替わり、週替わりでアイテムを次々と入れ替えるファストファッションの登場で、流行の変化はさらに目まぐるしくなっているようですね。

藤巻氏: 他の業界と同じく、アパレル業界においてもビジネスを成功させるための基本は「仮説」と「検証」です。

かつては過去の売れ筋の色、柄、素

材、デザイン、サイズといったデータをきちんと継承しさえすれば商品が売れたけれど、そのやり方は通用しにくくなってきました。

経済そのものが厳しいので、ますます洋服が売れない。ファッションに興味を持たない若者も増えています。わたし自身、数多くのブランドを手掛けていますが、「簡単にはいかなくなってきたなあ」と日々実感しています。

複雑で変化の激しい今日のアパレル業界においては、過去ではなく、未来を探るための「仮説」と「検証」を行わなければなりません。

「これから何が売れていくのか」と「仮説」を立てながら取り組んでいくことが重要なんですけれど、それは100%は当たらない。だからこそデザイナーの個性を強く打ち出しながら、それをいかに打破っていくかが大事なんじゃないですかね。

BP: アパレル業界向けの情報システムも、未来予測型のものが求められていると言えそうですね。

藤巻氏: ただ、アパレル業界における未来の時間軸はどんどん短くなっています。先週売れたものと、今週売れているものとはまったく違いますからね。

読みにくい未来の「仮説」を立てるわけですから、システムづくりはますます難しくなっていると思いますが、大塚商会さんをはじめIT業界からの画期的なアイデアに期待したいですね。

BP: 福助の再生に当たっては、従来の仕事のやり方やシステムを抜本的に見直されたそうですね。

藤巻氏: 福助の社長に就任した当時は、旧式システムを継ぎ足し継ぎ足して使用しており、部署ごとの帳票もバラバラで、経営判断に必要な情報の集約すら困難な状況でした。そこで古いシ

ステムをばっさりと切り捨て、最新の情報システムに入れ替えました。

そもそも福助には、取扱商品の商品分類表すらありませんでした。色や柄、デザインなどをきちんと分類しなければ、どの種類の商品がどのような売れ方をしているのかを正確に把握することはできません。しっかりとした分類表を作ってシステムに入れ、売れ筋の「仮説」と「検証」を行うという当たり前のことから改革が始まりました。

「自分ブランド」が企業の革新力になる

BP: 一方で、「福助」ブランドの再構築には相当力を入れたそうですね。

藤巻氏: 福助は海外の有名ブランド品を受託生産するほど優れた製造技術を持ち、製品に対する信頼は非常に強かったので、それを軸にもう一度ブランドを打ち出していこうと考えました。

そもそも福助は120年以上の歴史を誇る老舗です。僕はつねづね、ブランドとは「ヒストリー（歴史）」「ストーリー（物語）」「フィロソフィー（哲学）」であると言っているんですけど、働く人全員がその会社の歴史や物語、哲学をすべて語れて、はじめてブランドは確立されるんじゃないかと思います。

過去のヒット商品は何だったとか、全盛期にはどういう宣伝をしたとか、そういう輝かしい歴史を掘り出して、社員のブランドに対する誇りを高めてもらいました。それが福助再生の大きなカギになったのではないのでしょうか。

自分たちの魂を商品に込めていくと、名前も、売り方も、どういう商品にするかということにも個性が出てくる。それがブランドだと思うんですよ。

BP: 藤巻さんは、企業だけでなく、個人も「自分ブランド」づくりが大切だと提

世間の暗いムードを吹っ飛ばす! 藤巻氏の新たな挑戦



人を巻き込むことで商品やサービスを成長させる藤巻氏は、あらゆるジャンルのクリエイターと活動を共にしている。

生活を明るく楽しくできるような企画として、人気音楽ユニット、DREAMS COME TRUEの衣装なども手掛けるデザイナー丸山敬太さんと組んで、パソコンケースや化粧品、お菓子のパッケージなど、さまざまなモノをデザインするプロジェクトを展開している。

さらに、ゆずや小夏、ツバキ油など天然の国産ハーブだけを使用した「rinRen（凛恋）」(写真左)というヘアケア・ボディケア用品をプロデュース。新たな日本発のブランドとして発信することにも取り組んでいる。

唱されています。「自分ブランド」づくりの意義と、その実践方法についてお聞かせください。

藤巻:かつて伊勢丹でサラリーマンを経験した観点から言うと、社員が会社から言われたことをやっているだけでは、イノベーション(革新)なんてできないと思います。企業の発展のためには革新が不可欠ですが、そのためには社長がイノベティブであるだけでなく、現場から生まれる社員1人ひとりの革新力が重要になってきます。

大切なのは志です。僕の場合、係長のときは部長の気持ち、部長になったら役員をつもり、役員になったら社長のつもりといった感じで、現状よりも2〜3上のステージの志を持って仕事に立ち向かうことを心掛けてきました。

存在感を周囲に明確にアピールすることも大切です。そのためには自分の強みをどんどん伸ばして、それをアピールしていかなければならない。

「あいつにコレを任せておけば、間違いない」と周囲から一目置かれるようになること。それがその人のブランドになるんじゃないですかね。いま、没個性の人が多いんじゃないかと思うんです。BP:革新力を育てるには、少しずつでも自分を変える努力をすることが大事だというのが藤巻さんの持論ですね。著書に「ネクタイや靴の色を変えるだけでもいい」というお話がありました。

藤巻:人間は見かけも大事だと思っているんですよ。すごく有名なブランドの服や高い服を着るという意味じゃなくて、普段の身なりとか、立ち居振る舞いとか、作法、マナー、話し方とか、そういう基本的なこと。

暗い顔をしている人には、誰も近寄りたいと思いませんよね。人間としての基本をしっかりとさせることも、「自分ブラン

ド」を築くうえで大事です。

シンプルなメッセージが「ブランド」を育てる

BP:不況の長期化とともに、ますますモノが売れない時代になっていますが、こういう時代に売り上げを伸ばすための有効な方法とは何でしょうか。

藤巻:日本人は技術力がすごく、モノづくりに長けている国民ですけど、PRが下手なんですよ。

モノを売るためには、もっと自分の思いをメールで発信するとか、言葉の重みを大切にすることが大切な時代に差し掛かっているんじゃないですかね。

企業ブランドも製品ブランドもメッセージじゃないですか。そのメッセージを、きちんと伝え続けることが大事じゃないかなと思います。

僕も最近Twitterを始めたんですけど、こちらから送った情報に対していろいろな反応があって面白いですね。

コミュニケーションというのはキャッチボールと同じです。互いに反応を確かめ合って、好奇心を刺激し合うことから、新たな何かが生まれてくる。

BP:コミュニケーションを成功させるための秘訣は何でしょうか。

藤巻氏:伝えたいことを素直に発信していけばいいんです。なるべく短く、わかりやすい言葉で、シンプルに伝える。

シンプルというのは単純という意味ではなくて、「そぎ落とすこと」だと思うんです。たくさんある情報の中で、いちばん大事な幹の部分だけをきちんと伝えていくほうが、伝わりやすい。

たくさん言葉を盛り込まれると、「結局何が言いたいのかわからない」ってことがありますよね。単刀直入でいいと思います。そういう意味では、Twitterは有効なツールかもしれませんね。

ツールの特性を考えながら、発信したい相手ごとに使い分けることも大切です。テレビCMや新聞広告だけでなく、ブログやTwitterなども有効に活用してみてもいいでしょうか。

BP:最後に藤巻さんの今後の活動予定について教えてください。

藤巻氏:不況の影響で世間には暗いムードが漂っていますが、こういう時代だからこそ、生活を明るく楽しくできるような企画を、どんどん打ち出していきたいですね。

また、地域ごとに埋もれている素晴らしいモノを探り出し、その良さを世界中に伝えていきたい。いい仕事をひたすら続けていくことで、日本に元気を提供できる1人になればいいなと思っています。

もちろん、わたし1人の力でできることには限界があります。賛同してもらえる企業や人と手を組み、一緒になって取り組んでいく。そうした出会いの機会を得るためにも、コミュニケーションはとても大切です。BP



藤巻 幸夫氏
Yukio Fujimaki

◎ Profile

1960年東京都出身。大学卒業後、伊勢丹に入社。カリスアドバイザーとして多くの成功をおさめる。セブンアンドアイ生活デザイン研究所、福助の社長を歴任。現在では、日本をキーワードにしたブランド作りの仕掛け人として、日本のいいもの、いいひとをつなぐプロジェクトを推進。教育分野では、アカデミーヒルズ「日本元氣塾」の講師や明治大学特任教授としても活躍している。

最新ITでコスト削減・ブランド力向上 中小企業の 環境対策最前線

2010年11月9日、国際エネルギー機関(IEA)が発表した、2010年版『世界エネルギー見通し』では、各国が現行のエネルギー政策を継続した場合、2035年には原油価格が2009年の4倍になると報告されている。国内においても、環境に関わる法制度は年々厳しさを増し、大規模企業のみならず、中堅・中小企業でも電気・CO₂・紙の使用量削減を含めた環境対策が急務といえる。IT投資が回復傾向にある今、環境対策を企業全体でのコスト削減のチャンスと捉え、買い控えられていたIT機器のリプレイスなどをご提案できる。エンドユーザ様のコスト削減・ブランド力向上を実現する環境対策ソリューションをご紹介します。

コスト削減
環境対策
業務効率向上
ブランド力向上



中小企業に響くポイントは コスト削減>環境対応

多くの中小企業にとっては、改正省エネ法などへの対応も含めて環境対策は重要という理解はあるものの、コストの点を心配して導入が遅れる例も少なくないという。

大塚商会で環境対策ソリューションを担当する、ODSプロモーション部 北堀利明は、「中小企業へのご提案時に喜ばれるのは『初期費用がかからない』ことです。初期費用がかかったとしても『短期間でコスト削減が達成できる』ものもポイントが高いですね。さらに、導入によって、人的負担が減って、運用の手間が削減できるなど、わかりやすい効果が期待できるものも好まれます」と話す。

「お客様に環境対策のソリューションをおすすめする際には、あまり『環境』を前面に出さず、『コスト削減が可能で環境にも効果がある』というような話

改正省エネ法で年間のエネルギー使用量が1,500kl以上となる事業者の目安		●注意 事業所の立地条件(所在地、等)や施設の構成(例えば、ホテルの場合ではシティホテルとビジネスホテル、病院では総合病院と療養型病院)等によってエネルギーの使用量は異なります。あくまで一般的な目安として例示したもの。
小売店舗	約3万m ² 以上	
オフィス・事務所	約600万kWh/年以上	
ホテル	客室数300~400規模以上	
病院	病床数500~600規模以上	
コンビニエンスストア	30~40店舗以上	
ファストフード店	25店舗以上	
ファミリーレストラン	15店舗以上	
フィットネスクラブ	8店舗以上	

し方を心がけています。中小企業の方は、コスト削減につながる事がわかってはじめて、環境ソリューションの提案を受けて入れてくれるところがあります。ITソリューションの運用で業務効率をあげて、人件費を削減しながら電力使用量も削減できるという複合的なものが喜ばれます」。

厳しさを増す環境法制度に 中小企業も準備が必要

2010年4月の改正省エネ法の施行で、これまでの工場・事業所単位での

エネルギー管理から、企業全体でのエネルギー管理へと変更になり、詳細な報告を義務付けられる「特定事業者」が大幅に増加した。

「特定事業者」に該当するのは、年間のエネルギー使用量が1,500kl(原油換算)以上の企業。このため、1カ所の工場で大量に電力を消費する製造業だけでなく、コンビニエンスストアやフランチャイズチェーン店など、1カ所は小規模でも国内に多くの事業所、拠点を持つ大企業は、正確なエネルギー使用量を計測する必要がある。

中小企業への「環境商材」セールスポイント

コスト削減法として提案する

初期費用を抑え、
段階的な提案にする

短期間でコスト削減効果が
見えるようにする

人件費削減・システム運用の
負担低減を考慮する

コスト削減は
もちろん
環境基準も
クリアできますよ

株式会社大塚商会
マーケティング本部
ODSプロモーション部
ODSプロモーション課
北堀利明





経済産業省が所管する省エネ法に加えて、環境省所管の「地球温暖化対策の推進に関する法律」（温対法）への対応も必要。こちらは、エネルギー由来のCO₂以外の温室効果ガス（メタン、一酸化二窒素等）などの排出量に関する報告を義務付けている。

東京都では、国よりもさらに厳しい環境確保条例が施行されている。省エネ法、温対法は、報告は義務付けられているものの、あくまでも努力目標に過ぎないが、環境確保条例には罰則もある。都内で1,500kl（原油換算）以上の電力消費量がある事業所を対象に、2010～14年間の5年間の平均で、オフィスビルには8%、工場では6%の削減を義務付けている。自力でこれらの削減義務が達成できない場合は、東京都から排出権を調達して達成しなければならない。条例違反者には、50万

円の罰金や違反事実の公表などの罰則が設けられるなど、これまでにない厳しい内容となっている。

この条例の対象となるのは、都内で約1,300カ所（オフィスなど業務施設：約1,000カ所、工場など産業施設：約300カ所）とみられているが、オフィスビルの場合は、テナント事業者にもビルオーナーの削減義務達成への協力が定められており、中小企業にとっても環境対策は無縁ではない。

環境対策が必須の 特定事業者の工夫とは

改正省エネ法についても、東京都の環境確保条例でも、自社が該当するかどうかを判断するためには、年間の電力消費量データを取得することが必要になる。

すでに特定事業者として対応環境対策が進んでいる大規模企業などで

は、全国に分散する拠点・工場・オフィスビルの各フロアの消費電力量を集計するために、どのようなことを行っているのだろうか。

北堀は手間をかけずに報告書が作成できる電力消費量データの入力、計算にはOSKが提供する「エナジーカルク」が効果的という。

「弊社も全国で約140拠点ある省エネ法の特定事業者です。新しく記録を取り始めなければならなかった事業所も多く、それぞれが毎月の請求書を集めて記録・集計し、報告するなど、かなりの負荷がかかりました。エナジーカルクを利用することで負担が軽減されています」と話す。

エナジーカルクは、これまでASPで提供していたへん好評を得ており、2011年12月から、ビジネスパートナー事業部（以下、BP事業部）が推進するSaaS販売プラットフォーム「BP PLATINUM Type-S」で取り扱いが開始される予定だ。企業の全事業所のエネルギー使用量（電気・ガスなど）をWebブラウザから入力するだけで、年間のエネルギー使用量が集計され、改正省エネ法と東京都環境確保条例で定められた様式でデータ出力できる。

月額課金方式のため、初期投資コスト・運用コストともにたいへん低くなっているのもポイントが高い。

削減したコストが見えやすい Web会議システム

では、実際に電力消費量を削減するために、即効性のあるソリューションはあるのだろうか。北堀は「Web会議システムとeラーニングがおすすめ」と話す。

「Web会議システムの最大のメリット

は、複数の拠点を結んで会議を行うことにより、人の移動に伴うCO₂の排出を防げることです。さらに新幹線や飛行機など、交通費のコストを抑えられます。会議に出席する従業員の賃金も時給換算すれば、費用対効果が非常によく見えるソリューションです」

かつてのWeb会議（テレビ会議）システムは、導入に伴う初期投資が非常に高額だったが、ブイキューブ提供の「V-CUBEミーティング」など、インターネットにつながったPCがあればシステム導入費なし・インストール作業費なしで利用できるサービスが増加している。

北堀は、「現在のWeb会議システムは、時間単位でシステムを借りることができ、初期導入・運用コストともにたいへん低額です。契約も1時間単位からと、使いやすい形で提供されています。これまでコスト面から二の足を踏んでいた中小企業でも、少ない負担で試すことができます」と説明する。

Web会議システムでは、会議の記録を動画として保存できる機能もあるため、社内での情報共有が進むというメリットもある。

エナジーカルクやV-CUBEのようなSaaS型のサービスは、初期投資コストが低いため中小企業におすすめしやすい。BP PLATINUM Type-Sで、各種SaaSをご案内しているので、ぜひチェックしていただきたい。

eラーニングの導入では、Web会議システムと同様、集合研修にかかる受講者・講師などの人の移動を、テレビ会議と同様に削減できる。さらに、研修時に必要なテキストが不要となるため、ペーパーレスの効果も期待できる。

「企業内での通常の教育、研修など

は、多くの拠点から人を1カ所に集めて、講師を呼んで、テキストを配布して、などの形で行われますが、eラーニングであれば、移動する必要もなく、従業員が、それぞれのタイミングで受講できます。弊社では、eラーニングの導入で社内教育に関するコストを10分の1に減らすことができました」と実際の導入効果を北堀は説明する。

PCのリプレイスで 約50%の電気料金を削減

不況の影響で、コストの回収期間が短くなる傾向にあり、かつては3年で回収と考えていた企業が、1年で結果を出さなければならなくなっているという。

「ハードウェアの導入による環境対応策では、PCの買い替えによる効果が大きいですね。Windows 7に付属の省電力設定はかなり効果が高いです。古いデスクトップタイプのものから、新しい

■改正省エネ法と東京都環境確保条例 改正省エネ法では努力目標とされるエネルギー消費原単位が、東京都の環境確保条例では義務とされる。

	改正省エネ法 (2010年4月1日施行)	東京都 改正環境確保条例 (2009年4月1日施行 2010年4月1日に削減義務開始)
対象者	事業者(企業)ごと。年間エネルギー使用量1,500kl以上が特定事業者に認定される	事業所ごと。年間エネルギー使用量1,500kl以上
義務	エネルギー管理統括者・エネルギー管理規格推進者の選任 エネルギー使用状況届出書・定期報告書・中長期計画書の提出	I-1 オフィスビル等と地域冷暖房施設（区分I-2に該当するものを除く） 削減義務率 8% I-2 オフィスビル等のうち、地域冷暖房を多く利用している事業所 削減義務率 6% II 区分I-1、I-2以外の事業所(工場等) 削減義務率 6% 義務履行状態の確認は、5年間の計画期間終了後に行う（削減義務が達成できない場合、取引による削減量の取得）
目標	事業者全体での判断基準の遵守（管理標準の設定、省エネ措置の実施等）を行うとともに、中長期的にみて年平均1%以上のエネルギー消費原単位の低減に努める	――
罰則	エネルギー管理者等を選任しなかった場合 →100万円以下の罰金 義務づけられた書類を提出しない・虚偽の報告をした場合 →50万円以下の罰金	義務履行期限を過ぎて削減義務未達成の場合、措置命令（義務不足量の1.3倍の削減）命令違反の場合、罰金50万円、違反事実の公表、知事が命令不足量を調達し、その費用を請求
優遇制度	――	CO ₂ 削減対策に積極的なトップレベル事業所や準トップレベル事業所に認定されれば、削減義務率は1/2又は3/4に軽減される



エネルギー量の集計・報告書作成のコストを低減するSaaS

●エナジーカルク 【OSK】

改正省エネ法への対応に欠かせない、電気・ガス等のエネルギー量集計が行えるSaaS。拠点や工場、フランチャイズ店などから、使用エネルギー量を入力してもらうだけで、最新の法制度に対応した計算方法で自動算出が可能。改正省エネ法や東京都環境確保条例など、各種提出様式に対応するため、管理者負担を大きく減らすことができる。使用エネルギー量は、わかりやすいグラフで表示されるので、エネルギー削減の目標設定にも役立つ。





移動費の削減とペーパーレス会議でコストを削減

●V-CUBE ミーティング 【ブイキューブ】

Web会議システム「V-CUBEミーティング」は、移動にかかっていたCO₂排出量や交通費、移動時間を削減でき、「コストが75%カットできた」企業様もあると好評だ。ペーパーレス会議を実現する資料共有プランでは、会議参加者が閲覧中の資料にメモを同時に書き込んだり修正したりできる。会議終了後は、共有した資料から簡単に議事録が作成可能だ。また、資料はiPad連携機能により、閲覧性を損なわずに共有が行え、大量の紙やトナーだけではなく、印刷の手間や廃棄業務の削減にもつながる。



省電力対応のノートパソコンに換えただけで、使用電力が半分になるというケースはよくあります」と北堀は説明する。電気料金が半額であれば、回収期間も短縮可能だ。

NECがWebサイトで提供する「ECOシミュレータ」は、企業でお使いのPCの導入年度を指定し、ご利用台数などの項目を数カ所入力するだけで、年間消費電力量やCO₂排出量などを算出してくれるシミュレータだ。デスクトップから一体型PC、デスクトップからノートPCなど、エンドユーザ様の環境に沿ったシミュレーションをご訪問前に行い、セールストークとして活用することもできるだろう。

NECのPCでは、消費電力を低減させるだけでなく、植物由来のプラスチックを利用してCO₂を削減するなど、導入・運用・廃棄まで、環境にやさしい製品を提供しているため、おすすめだ。

サーバによるコスト削減には、どのようなものがあるだろうか。「サーバに関しては、仮想化と集約が環境面での効果がありますが、中小企業に対しては、クラウド対



サーバのコストとメンテナンスの手間を大幅に削減

●VMware vSphere 【ヴェイムウェア】

システム導入の度に増加する余剰サーバを仮想化して集約化・統合することで、設備投資コストを大幅に削減できる。物理サーバやネットワーク装置などが減ることにより、サーバ維持にかかる空調などの電気料金も大幅に低減可能だ。また、サーバメンテナンスやパフォーマンス管理などの作業を簡素化することで、IT管理者を、本来の業務に集中させることもできる。VMware vSphereの自動化機能により、ビジネス継続性も高められる。

サーバの仮想化でITにかかるコストを低減

ITのコスト

固定費
■ハードウェア 保守
■ソフトウェア 保守
■環境維持
マシンルーム
電気代
電気・空調設備
■人件費



応のサービスをおすすめするケースも増えていますね」と北堀は話す。昨年、導入が活発化したサーバの仮想化については、ヴェイムウェアが提供するVMware vSphereを使い、余剰サーバを集約化することで、電気使用料の削減やデータセンタ使用料の低減が実現可能だ。また、物理サーバの台数削減により、IT管理者の運用負荷の手間も軽減できる。

オフィスの中でも電気使用量の割合が高い空調については、サーバ台数を

減らすことで、電気使用料金を大幅に節約できる。気が早いかもしれないが、夏の猛暑への対策にもサーバの仮想化は有効といえる。

省エネ機能が大幅に向上したプリンタ・複合機

オフィスになくってはならないプリンタでは、省エネ機能が進化している。沖データのA3モノクロLEDプリンタCOREFIDO「B840dn／B820n」は、

消費電力を極限まで抑える新エンジンを搭載し、スリープ時の電力は約0.9Wを実現した。安心の5年保証もつき、オフィスの省エネ化・環境対策はもちろん、メンテナンスコストの削減にも貢献する。

エプソンのカラリオ「EP-803A」は、E-Web Print(Web印刷ソフト)や割付印刷・割付コピー機能を使うことによって用紙の無駄を削減したり効率的にプリントを行うことができる。また、メモリカードへのダイレクトプリント／スキャンにも対応しているため、PCに電源を入れずともプリンタから直接操作が可能だ。

カラープリンタではインクの運用コストが気になるところだが、ブラザー販売の「MFC-J850DN」なら、インク節約モード機能により、最大80%までインク消費量を抑えたコピーやプリントが可能だ。プリント時の色はやや薄くなるものの、輪郭を強調する仕様のため、見やすい印刷ができる。社内資料などに適した印刷モードだ。

オフィスのペーパーレス化で「探す」時間を削減

紙の削減という観点からは、複合機の見直しも大きな効果が期待できる。

「複合機には、ペーパーレスのソリューションが多数用意されています。オフィスのペーパーレス化では、紙資料を電子化することで、二重、三重にコピーする必要がなくなり、紙が節約できます」と北堀は話す。ペーパーレス化された環境では、増える紙資料をファイルに整理したり、資料の山から1枚の紙資料を探したりといった手間がなくなり、業務効率が格段に向上する。また、紙



低消費電力で運用可能なLEDプリンタ

●COREFIDO B840dn／B820n 【沖データ】

極限まで消費電力を削減しつつ、ファーストプリント5秒という高速印刷を実現。環境対応はもちろん、ビジネス効率性を高めている。印刷品質は、低温定着トナーの採用により従来機より約20%向上している。沖データで配布の印刷ログ管理ソフト(10台以下無償)は、印刷物のセキュリティを確保したい企業ユーザのニーズに対応。COREFIDOシリーズの生産は「CO₂排出ゼロ工場」で行われ、生産にかかるCO₂排出はすべてオフセットされている。



ダイレクト印刷・無線LAN対応で業務効率を向上

●カラリオ EP-803A 【エプソン】

無線LAN搭載&カンタン・キレイで人気のエプソンのカラリオ複合機「EP-803A」は、1日の電力量を、蛍光灯(40W)1本を1時間点灯した程度と同等で省エネルギー性が高い。製品の小型・軽量化にも取り組み、2005年モデルと比較して商品容積で約34%の小型化を実現した。インクカートリッジは標準タイプ・小容量タイプの2種類から選択でき、モノクロ出力が多いオフィスなら、ブラックインクを標準、カラーインクを小容量にすることで、インクの無駄をなくせる。PCレスで印刷可能なダイレクト印刷機能では、CD/DVDのレーベルプリントもプリンタのみで行える。



ファクスデータをワイヤレス転送できる「無線ファクス」で効率向上

●MyMio MFC-J850DN 【ブラザー】

ファクス・電話・プリンタ・コピー・スキャナが搭載されたオールインワンタイプで省スペース性と導入コストの低減を実現。新機能「無線ファクス」は複合機本体に電話線が不要でどこに置いてもファクス送受信ができるため、置き場所を選ばない。「PCファクス」機能は、PCから直接ファクスを送受信でき、PCで作成した書類を印刷せずに直接送信できる。受信時はPC画面でファクス内容を確認でき用紙代・インク代を大幅にカット。受信したファクスは電子データとしてPCで効率的に管理できる。



「ECOシミュレータ」でPCのリプレースによる削減コストを把握【NEC】

我慢して少し前の機種を使い続けるよりも、PCに関してはリプレースのメリットのほうが大きいと考えられる。電気料金は約半額になったうえ、本体価格も以前より値下がりがしている。それ以上に、現行PCはCPUの性能が数倍高いため、処理能力が大幅に向上している。これにより、業務の効率化を実現できる。



2006年に導入したPCから現行機種にリプレースを行う場合の削減コストは？

■デスクトップ→液晶一体型

年間電気料金 **約2,212円の節約**
2006年の標準的なPC 約3,318円/年
NEC現行機種 約1,106円/年

■ノートPC → A4ノート

年間電気料金 **約532円の節約**
2006年の標準的なノートPC 約896円/年
NEC現行機種 約364円/年

ECOシミュレータ <http://www.nec.co.jp/products/bizpc/promotion/eco/simulator/index.shtml>

資料を保管していたキャビネットの空間が有効活用できるようになる。

手早く・確実に使用電力量を低減できるLED照明

電力消費量の削減で、一番簡単に効果が計りやすいものとして、北堀は「LED照明」を挙げる。

「従来の照明からLED照明にリプレイスするだけで、確実に電力消費を抑えられて、電気代も大きく削減できます。しかし、『LED電球自体のコストが

まだまだ高い』と導入を躊躇するお客様も多いようです」と話す。

大企業の場合には、CSRの一環として、環境に力を入れているとアピールするためにも会社のエントランスなど、来客の目につきやすいところにLED照明を使用する場合がある。しかし、中小企業の場合は初期導入コストがある程度かかることから、なかなか一歩を踏み出してもらえない。そういうエンドユーザー様には、LED照明とあわせて使用電力量が計測できる、河村電器産

業のeモニターをすすめている。eモニターは、配電盤とつなぐことで、流れる電流量を自動計測する装置だ。時間ごとや月別の電力使用量の推移などがグラフでわかりやすく表示されるため、使用エネルギー量を低減したい企業に導入が進んでいる。

例えば、工場などで特定のラインだけLED照明に変更し、eモニターでそのラインについての電力量を計測すれば、ラインごとの電力コストが試算できる。どれくらいの期間でLED導入のコストが回収できるかが計算できれば、エンドユーザー様の決断も早い。電力使用量がリアルタイムで確認できるため、環境マネジメントシステムISO14001への対応にeモニターは最適だ。使用電力量が見える化できるため、特定事業者に必要な、エネルギー使用効率の向上目標に向け、適切に対応できる。

強まる環境規制を見越し 周辺機器の省エネ化が進む

世界的な環境対策が望まれる中、主要メーカーでは、製品の環境対策を進めている。

強い光が必要なプロジェクタには、もちろんLED搭載の機種がある。カシオのグリーンスリム XJ-A130は、LEDによる軽量化で、1,024×768ドットXGAリアルに対応しながらも、約2.3kgと持ち運びに便利なサイズを実現した。

NECのプロジェクタ「ViewLightシリーズ」のなかでも「NP-M350XJL」「NP-M300XJL」「NP-M260XJL」「NP-M300WJL」「NP-M260WJL」は、低消費電力設計で、待機電力は0.2Wほど。エコモードを利用することでランプの交換時期を延長でき、最大

6,000時間まで延長可能だ。

液晶モニタのバックライトにも、LEDが使われている。プリンストンテクノロジーの「PTFBEF-23W」は、白色LEDバックライトパネルを搭載した、23インチ液晶カラーディスプレイだ。デザイン制作やCADによる製図・モデリング時に使用する大型のディスプレイをLED搭載機にリプレイスすることで、運用するだけで電力量削減が実現する。プリンストンテクノロジーの従来機との比較では、約30%もの消費電力を削減することに成功している。製造業や学校など、大型のモニタが必要なエンドユーザー様へご提案いただきたい。

NECの環境対応液晶ディスプレイ「MultiSync」は、マルチモニタ環境での利用を想定したビジネスアドバンスモデルだ。ディスプレイを縦型に回転でき、スタンド高さを最大110mm上下できるため、使用者の利用環境にあわせて自由にお使いいただける。

削減したCO₂排出量を発信し イメージアップを

ご紹介した、さまざまなソリューションで「コスト削減」「環境対策」「業務効率向上」が実現する。パートナー様がエンドユーザー様へ導入したIT機器、ソリューションにより、年間の電気料金、CO₂排出量などが、どのくらい削減できたのかをエンドユーザー様のWebサイトや環境報告書に掲載することで、企業のイメージアップの支援になる。

厳しくなる一方の環境法制度への対応だけでなく、企業の業績アップへ向けての取り組みとして、環境対策をとらえてみてはいかがだろうか。





削減したCO₂排出量が把握できるカーボンメータ搭載

●MultiSync[LCD-EA241WM、LCD-EA241WM(BK)] 【NEC】

消費電力を低減するECO MODEを搭載、通常使用で支障のないレベルまでディスプレイの輝度を下げること、消費電力を大幅に削減する。削減したCO₂排出量がわかるカーボンメータを搭載し、従業員の環境対策への意識向上に貢献する。

2台のPCを同時に接続できるデジタル&アナログの2系統入力やUSBハブ機能、スタンド高さ調節機能など、使い勝手のよさも向上している。





消費電力の大幅な削減を実現する白色LEDバックライトを搭載

●PTFBEF-23W 【プリンストンテクノロジー】

白色LEDバックライトを搭載したフルHD表示可能な液晶ワイドディスプレイ。消費電力量は、同社従来機の約30%ほど。

明るさを押さえて消費電力を低減するエコモードや、作業に最適なPCモードが搭載され、利用シーンにあわせてセレクトできる。

HDMI端子を2系統搭載し、HDMIケーブルが1本標準で付属している。

最大500万:1の高コントラストを実現するダイナミックコントラスト機能により、細やかな階調表示が可能だ。





省電力・長寿命で電気料金を10分の1に低減

●LumiDasシリーズ 【ファウテクノロジー】

電気料金の大幅な削減に貢献するLED照明。大塚商会ではファウテクノロジーの一次代理店としてLumiDasシリーズを取り揃えている。放熱設計と特殊技術工法により、表面温度が低いのが特長だ。

LED照明は紫外線を出さないため虫が近寄らず、照射物を劣化させない。飲食・小売業におすすだ。また、天井が高く、電球取り替えのコストがかかる倉庫・工場にもぜひご提案いただきたい。

LED導入に関する助成金(補助金)・優遇税制の例(一部掲載)

機関	助成(補助)事業名	補助率・控除
経済産業省	エネルギー需給構造改革推進投資促進税制	7%の控除か30%の特別償却
東京都	中小規模事業所省エネ促進・クレジット創出プロジェクト	3/4以内(限度額7,500万円)もしくは、1/2以内(限度額5,000万円)
神奈川県	神奈川県	1/3(上限額700万円)

このほかにも多数の制度があります



環境配慮と使いやすさを追求したプロジェクタ

●ViewLight[NP-M350XJL/NP-M300XJL/NP-M260XJL/NP-M300WJL/NP-M260WJL] 【NEC】

投写映像に合わせて輝度を自動調整するオートエコモードを搭載。明るさはそのまま、消費電力を最大23%削減する。小スクリーン投写時の明るすぎる場合には消費電力を約56%まで低減するエコモード2が便利だ。エコモードの使用で、ノーマル時約5,000時間のランプ交換時間を約6,000時間にまで延長することができる。また、スピーディな投写・片づけを可能にするクイックスタート・クイックオフ機能や、コンセント差し込み時に電源オンとなるオートパワーオン機能で、効率的な時間活用が可能だ。





水銀フリーのレーザー&LEDハイブリッド光源で環境に配慮

●グリーンスリム XJ-A130 【カシオ】

レーザー&LEDハイブリッド光源により、従来比約10倍の光源寿命約20,000時間を実現。水銀ランプの交換が必要な従来機種に比べ、メンテナンスの手間を大幅に軽減している。特に天吊使用のユーザーに好評だ。また、非常に高額な従来の交換用ランプに比べ、ランニングコストを大幅に削減している。また、光源に水銀を使用していないため廃棄の手間もかからない。長寿命光源で輝度劣化が緩やかなため、鮮明な映像品質で長時間ご利用いただくことが可能だ。A4サイズ・2.3kgと軽量、クイックON機能で、快適なモバイルスタイルを実現する。





IT Keyword 💡 最新ITキーワード

HCM

【Human Capital Management：人的資本管理】

人材の獲得、育成、活用は、企業の生産性向上に不可欠であるだけでなく、新たなビジネスモデルや事業展開にも必要なものだ。ITを使って効率的な人材管理を行うフレームワークが求められている。

HCMは、人事において各従業員の成果や能力向上などを把握し、採用、配置、育成、評価、報酬を中長期的な戦略で総合的に管理することを示す。給与などの管理を行う従来の人事情報システムとは異なるものと考えられ、人材の能力を把握して不足点をスキルアップさせ、人材の最適化と能力の最大発揮を行うことを目的としている。同義語として、HRM(Human Resource Management)という言葉があるが、HRMではResource(資源)という言葉が使われているため、人材を「消費」するイメージが強かったが、ResourceをCapital(資本)という言葉に置き換えることによって、人材が企業に重要なものとして位置付けられている。しばしば「人財」というように表記されることもある。

以前は、人材の育成管理を一部の優秀な社員に対してしか行っていなかったが、経済環境やビジネス環境の厳しさから、一定レベルの全社員が能力を最大発揮して持続的な成長に貢献できるよう、包括的な管理を行うことが求められており、大企業を中心に人材に注目して企業価値を高めることが考えられている。また、新興市場へビジネスがシフトし、グローバル化も進む中、グローバルな人材の育成も急務だ。IBMが行っている主要企業のCEOや経営層などを対象とした調査「Global CEO Study 2010」では、今後5年間で重視する取り組みとして日本のCEOの約93%が「人材・スキルの向上」をあげており、人材の重要性が多くの企業で認識されていることを示している。

人事部門が効率的に人材の管理を行うには、給与管理だけでなく戦略的に経営に直結した人材管理のフレームワークを構築する必要がある。各従業員が入社後に受けた教育・資格、配属された部署と手がけた業績、資質や行動などを効率的にデータ化・数値化し、それによって事業戦略をベースにした人材戦略を行わなければならない。そのためには、ITによって効率的に人材管理する必要があり、多くのソフトウェアベンダーがHCMに関連したソリューションを提供している。

さらに、HCMはリーダー不足の解消といった課題に使われることもある。HCMシステムに蓄積された教育や業績の実績や資質に関する情報を活用すれば、企業のトップなどの後継者をこれまで以上に的確に選抜できるようになる。今後は、大手企業だけでなく、中小でもHCMを活用することが期待されるが、人事部門やシステム部門がしっかりとした運用を行わなければHCMシステムを活用できないことが課題となるだろう。

長引く不況やビジネス環境への対応などの多くの課題がある中、企業は価値の向上と持続的成長のために一層の努力を行わなければならない。限られた“資産”である人材を適切に育成・管理していくことは、このような課題の解決策の1つとして非常に有効であるため、今後も多くの企業がHCMに注目していくことが予想される。

I T Trend Watch

文:元麻布春男

HDDが超えた2TBの壁

2010年10月19日、Western Digitalは容量が3TBのHDDを発表した。省エネルギー性を重視した同社のCaviar Greenシリーズに、2.5TBドライブと3TBドライブの2製品を追加したもので、内蔵ドライブとしては、初めて2TBを上回る容量のHDDとなる。従来の最大容量ドライブである2TBの製品が同シリーズに加わったのは2009年1月27日だから、2TBから3TBへ20カ月以上かかったわけだ。

このように時間がかかったのにはおそらく理由がある。HDD技術の本質である、記録密度の向上も大きなチャレンジだったに違いない。だが今回の場合、最も大きな障害は、現在のシステムに潜む2TBの壁とどうやって折り合いをつけるか、ということではなかったかと思う。正確には、問題はHDDドライブ側にあったわけではない。OSやシステムファームウェア側の問題が、どのようにまとめられるのかを探っていたのではないだろうか。

2TBを超えるためのシステムの問題は大きく2つに集約される。1つはパーティションテーブルにおける制約、そしてもう1つはディスクへのアクセスに用いるアドレッシングの問題だ。そして、この2つを解消した上で、システムのファームウェアが対応していないと、2TBを超えるHDDからシステムを起動することができない。

これまで多くのPCや、x86サーバーには、MBR(Master Boot Record)と呼ばれるパーティションテーブルが使われてきた。MBRでは、パーティションの開始位置や総セクタ数を32ビットで表現する。セクタサイズは512バイトだから、これに32ビットを掛け合わせた数である2TB(正確には2.19TB)が、MBRで扱えるパーティション全体の大きさの上限となる。ここでいうパーティション全体というのは、パーティションテーブルで管理されるパーティションの総量なので、3TBのドライブを2つに分割して「1.5TBずつのドライブ」として扱うことはできない。

アドレッシングの問題は、OSが利用するブロックコマンドの制限に起因する。古いWindowsでは、ストレージデ

バイスへのアクセスに32ビット LBAを用いた10バイトのCDB(Command Descriptor Block、ストレージアクセスに必要なパラメーターを収納したデータブロック)を利用している。MBRの項で述べたのと同じ理屈で、32ビットLBAでは2TBを超える容量にOSはアクセスできない。

だが、この2つの問題に対する解決策は、実は提供済みだ。2TBを超えるディスクに対応できるパーティションテーブルの規格としてGPT(GUID Partition Table)では、64ビット LBAをサポート可能なブロックコマンドセットとしてSCSI-3 Block Commands-2が存在し、実装も行われている。問題は、これらがすべての環境でサポートされているわけではない、ということだ。

Windowsの場合、上記2つをサポートし、データドライブ(非ブートドライブ)として利用できるのはWindows XP x64 EditionおよびWindows Server 2003 SP1以降となり、32ビット版のWindows XP(全SP)では扱うことができない。さらに2TBを超えるドライブからシステムを起動するには、64ビット版のWindows Vista SP1あるいはWindows Server 2008以降と、システムファームウェアとしてEFI(UEFI)が必須となる。32ビット版のWindows VistaやWindows 7では、データドライブとしての利用だけがサポートされる。

残念ながら、現時点でこれらは必ずしも普及しているわけではない。特にクライアントPCではEFIの普及は進んでいないし、2TB超に対応できないWindows XPは、ようやく新規プリインストールが終了したばかりだ。今、2TBを超えるHDDを販売することは、ユーザーの間に混乱を招く可能性があるわけだが、それでもリリースすることにしたのは、製品をリリースしない限り、問題が解決することもないと判断したのかもしれない。今後、ますますWindows 7が普及し、クライアントPCのUEFIへの切り替えも進むだろうが、今後数年間、HDDの増設や交換時には気をつける必要があるだろう。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

最終回

世界で通用する新事業を生み出す!



一時期、フィンランドのノキアが携帯電話などで台頭してきたころ、小さい企業は、小回りが効き決断も早く、技術の変化にも対応しやすいことから、大きい企業よりも革新的な商品開発などができて、有利であるとの流れがあった。

フィンランドは、人口約500万人で日本の四国の400万人を少し大きくした程度の国である。もともとゴム長靴を作っていたノキアが、携帯電話のシェアを世界的に大きく広げていったのは、ご存知の通りである。

また、最近はサムスンやLGなど韓国勢の活躍も目立つ。韓国もそんなに大きな国ではないが、自国のIT市場はそれなりに発達している。欧米のIT市場に進出し、大きな実績を残した韓国は、ここ最近、周辺中国や日本のIT市場に上陸してきている。

これらのことから、日本の中堅・中小企業が考えるべき新たな事業について触れてみたい。

まず事業分野の決定である。

たとえば、オリンピックに出たいと思ったら、誰もやっていない競技を選び、必死に努力する。よく言われてきた言葉である。

事業も同じで、世界に通用するものを作ろうと思ったら、誰もやっていない全く新しい分野を狙うべきであろう。

ITに関しては、オープンソース・ソフトウェアなど初期投資が少ないものを選ぶのがいいだろう。世界のグーグルでさえ、もともとはオープンソースを活用してシステムを構築している。

日本は、実績で評価する大企業社会なので、中堅・中小企業が始めた分野などは相手にされないことが多い。そこで、新たな事業を考えるとき、IT先進国である米国で成功する事業か、あるいは成功しかけている事業に狙いを定め、米国で交渉をしてみるといいかもしれない。

幸いなことに、我が国の市場はある程度の規模があるため、海外の企業から見れば、魅力的な交渉相手となるのである。

次に、独自性の発揮である。

狙いを定めた分野で、「世界一」を目標としよう。

「世界一」などと言うと、最近の若者にバカにされるかもしれないが、かつての日本の先人たちは、みんな中小企業から世界を制してきたのである。

独自性とは、10人中9人が右と言う時に、ただ1人だけ、左と言うことである。

現在のIT業界はクラウドが全盛であり、「集中」の時代である。しかし、これまでのITは、「集中」と「分散」を繰り返してきている。あえて、この時代に「脱クラウド」を掲げるのも大きな一手である。となると「分散」のビジネス可能性を追求することがビジネスチャンスかもしれない。

メモリが廉価になった今こそ、クラウドのように何処だか分からないところに個人データを預けるのではなく、それぞれの個人のPCに大量のデータを蓄積する方向にもっていけるような事業が、何かありそうではないだろうか? **BP**

