



usiness artner Navigator

vol. 80 2015

巻頭インタビュー

般社団法人 営業部女子課の会 代表理事 株式会社CDG 取締役

電話をガチャッと切られても「ありがとう」 心の持ち方ひとつで"折れない営業女子"になれる!

CAD情報

Autodesk Subscription オートデスクの新製品は サブスクリプションビジネスで売る!

Navi Value

マイナンバー制度を理解して、商機をつかむ'

メーカーズボイス

株式会社リコー

Windows Server 2003のサポート終了目前!



電話をガチャッと切られても「ありがとう」 心の持ち方ひとつで "折れない営業女子"になれる! 女性の営業職の育成をミッションとして、延べ4万5000人以上の働く女性を支援してきた太田彩子さん。営業女子のためのコミュニティ「営業部女子課」を主宰するなど、働きながら輝く女性を応援する活動を幅広く行っている。そんな太田さんの最新刊「折れない営業女子になる7つのルール」(かんき出版刊)には、営業女子がぶつかりやすい壁とその乗り越え方についてのヒントが満載されている。ひと言ひと言に元気が詰まった太田さんの応援メッセージに耳を傾けてみよう。

つらさを乗り越えれば新しい可能性が広がる

BP:太田さんの著書『折れない営業女子になる7つのルール』を拝読しました。 まずは、この本で伝えたかったことについてお聞かせください。

太田氏: タイトルのとおり、営業職として活躍する女性の方々を応援するために書いた本です。

ご承知のとおり、営業のフロントラインで活躍する女性はここ数年増えていますが、長い間、男性中心の職種だったこともあって、頑張ってはいるけれど、どこかで壁や限界を感じている営業女子がとても多いです。

そして、「やはり営業は男性的なハードワークだよね」とか、結婚や出産を機に 「両立が難しい」と言って辞めてしまう。 それを何とか、折れずに続けてほしいと いう気持ちを込めて書いたのがこの本 です。

辞めてしまったらそこで終わりですが、 つらさを乗り越えていければ、もっと自分 が輝き、新しい可能性もどんどん切り拓 いていけると思います。

なので、つらさから逃げるのではなく、 どう向き合い、いかに気持ちを切り替え れば、心が折れずに乗り越えていけるか というヒントを7つのルールにまとめてみま した。

BP: 大塚商会の女性営業職にも社内 研修をされたことがあるそうですね。

太田氏: 御社から、「女性営業職の方々

が、これからも長く活躍していけるような メッセージを伝えてほしい」というご依頼 をいただいたのがきっかけです。わたし はライフワークとして営業女子を応援し ているので、「少しでお力になれれば」と いうことで快諾させていただきました。

お話をしながら、御社の営業女子の 皆さんは、「みんな仕事が大好きで、強 い意志を持って取り組んでいらっしゃる な」と強く感じました。

ただ、これは御社に限った話ではなく、一般の営業女子に共通することですが、「仕事が大好きで、働き甲斐も感じているけれど、不安でしょうがない」という声をよく聞きます。

いろいろな原因があると思いますが、 とくに不安の大きな要因となっているのは「上を見ても、自分の将来を示してくれるロールモデルがいない」ということです。男性であれば、上を見れば多様なリーダーがたくさんいるので、「ああ、自分もこうやって昇進・昇格していくんだな」というイメージがわくと思います。でも女性の場合、若い世代には営業職がたくさんいますが、中堅以上になると一気に減ってしまう。上の先輩たちの多くが辞めてしまうので、「やっぱりわたしもこのままだと、辞めざるを得ないのかな」と思ってしまって、くすぶっている女性が多いですね。

「あきらめる」のは 決してマイナスではない

BP:そうした方々にどのようなアドバイス

をなさっているのでしょうか。

太田氏:自分の将来やキャリア構築について、毎日毎日、「自分はいまどこにいて、何がアイデンティティで、どういう道を歩いていきたい」なんて考えている人は少ないですよね。その時々の目の前の仕事をこなすだけで精一杯のはずです。でも、何かの節目ごとに考えることは大切です。例えば、ふと立ち止まったときに不安を感じてしょうがない。そういう時こそ、「自分はどうしていきたいか?」ということを真剣に考えるべきだと思います。

これから先、どうすれば自分らしくいられるのか。どんな選択をすれば自分の強みをもっと伸ばすことができるのかということを節目ごとに考えていただきたいですし、なければ自分で作り出すしかないと思いますね。

BP:本の中でとくに印象深かったのは、「あきらめる」という行為を否定的ではなく、前向きにとらえてはどうか?というアドバイスでした。

太田氏: 「あきらめる」というのは、何もネガティブな意味ではなく、「選ぶか、選ばないか」というだけということを伝えたいと思いました。

植物を剪定するのも、不要な枝を切る ことによって、ひとつの大輪の花を咲か せたり、大きな実を結ばせたりすることに つながるからですよね。

同じように、より美しく、実りの多い人 生を手に入れるためには、不要な物事を 「あきらめる」ということも大切なのだと 思います。



BP:もうひとつ、太田さんが取材したコールセンターのオペレーターの方が、相手から電話をガチャンと切られたときに、「ありがとう」という気持ちを持つようにしているというのも、目からうろこが落ちるエピソードでした。

太田氏:あるオペレーターの方の手記に書かれていたエピソードです。普通だったらカッとなる場面かもしれませんが、逆に「ありがとう」という気持ちになるというのは、いかにも女性らしいですよね。

嫌々付き合っていただいて時間を浪

費するぐらいなら、最初から切っていただいたほうが、貴重な時間をほかの大切なお客さまに割り当てることができる。なので「ありがとう」と感謝するというのは素晴らしい考え方だと思います。この例のように、考え方や向き合い方をちょっと変えるだけでも、折れない心を持つことができるのです。

BP:心折れずに仕事を続けた先には、「いずれは管理職」という選択肢も待っています。ただ、女性の場合、必ずしも管理職やリーダーになることを望まない

人が少なくないようですが。

太田氏:できることなら、リーダーという新 しいキャリアをつくっていく道は、選択肢 のひとつとして考えてほしいと思います。 誰かを導いていくという立場になること は、必ず自分の経験値を上げてくれるか らです。

いままでのリーダー像は、男性で、長時間労働で、人生を捧げて身を粉にするようなイメージだったと思います。でもこれからは、時短のリーダーだってありうると思いますし、ワーキングマザーとか、介護などの制約のある人がリーダーとして活躍する機会がますます増えるはずです。

実際に自分がそういう地位になってみると、その先に見える景色が変わると思います。実は、そういう選択に迫られるときが人生の節目ですよね。ターニングポイントに差し掛かると、どうしても人間は悩むものですが、そういうときに怖がらずに、新しい一歩を踏み出してほしいと思います。

くすぶっている自分を感じたら 一歩踏み出してみよう

BP:太田さんは、頑張っている営業女子 たちを応援するコミュニティ、「営業部 女子課 | を主宰しておられますね。

太田氏:おかげさまで、無料会員を含めて全国で2500名以上の営業女子の方々が登録しています。

どんな方でも大歓迎ですが、せっかく 参加していただくのであれば、何か目標 を持って入っていただきたいですね。例 えば、「仕事で結果を出したい。そのた めに『営業部女子課』のネットワークを通 じて社内だけでは得られないノウハウや 他社の状況を知りたい」という目標でも いいと思います。

もしくは「自分の目指すキャリアを達成 するには、営業女子としてどんなことを

「折れない営業女子になる7つのルール」(Present (かんき出版刊) プレゼントのお知らせ!!

パートナー様の日頃のご愛顧に感謝を込めて、太田彩子氏の著書 『折れない営業女子になる7つのルール』(かんき出版刊)を100名 のパートナー様にプレゼントいたします。 プレゼントをご希望される パートナー様は、大塚商会の担当営業までお申し出ください。 応募が 多数の場合、抽選となりますので、ご了承ください。



やればいいのか」といった展望を探しに参加する方もいらっしゃいます。よくわたしは「営業女子は達成女子を目指そう」と言っていますが、会員の皆さんの達成願望がこのコミュニティを通じてかなえられたらいいなと思っています。

BP:会員の方の中には、地域への社会 貢献を積極的に行っている方もいらっ しゃるようですね。仕事とプライベートに 加え、地域のことにも積極的にかかわる というのは素晴らしいことですが、3つの ことを同時にやるのは、なかなかパワー がいると思います。

太田氏:もともと「営業部女子課」は、「女性の営業力をもって日本の社会の発展に 貢献する」というミッションを持っています。

わたしたちがせっかく持っている「売る力」を、自分たちのためだけでなく、地域のため社会のためにも還元していきたい。

例えば、地域の伝統商品を「わたしだったらこういうふうに売る」とか、地方 自治体とタイアップして、「もっと地元を盛り上げるために、女性にこんなふうに活躍してもらいましょう」というイベントを行ったりしています。

そうした活動を通じて、最終的には、 わたしたち営業女子に対するイメージを 変えていきたいと思っています。

営業と言うと、どうしても昔ながらのゴリ押し営業とか、男性中心とか、根性論といった、若い女性たちから敬遠されるようなイメージを持たれてしまうのですが、それを変えるべく「営業女子は、「かしこカワイイ女子」を目指そう」という

キャッチフレーズを掲げて、営業女子の 人口そのものを増やしていきたいと思っ ています。

BP:「営業部女子課」に限らず、社会を変えるさまざまな活動を行っていきたいという目標を持っておられるそうですね。 太田氏:いまは営業女子の活躍を応援していますが、そもそもは社会におけるマイノリティ(少数派)の存在をマジョリティ(多数派)に変えていくことが自分の使命だと思っていて、さまざまな活動を考えています。

営業女子も営業職全体の2割前後といわれている典型的なマイノリティですが、少数派だと、どうしても「悩みがあっても解決できない」とか「声を上げてもなかなか届かない」という壁にぶつかってしまいがちです。

届きにくい声を何とか代弁して、それによって社会をよくしていこうよという活動を 進めているわけです。それによって、日本 をもっと元気にしたいと考えています。

皆さんが働くということを通じて、何か しらの力を発揮できるようになっていただ くために、微力ながらお役に立ちたいと 考えています。

BP:最後に本誌の読者にメッセージをお願いします。

太田氏:キャリアの発達に終わりはありません。先ほど「あきらめる」というのは、決してネガティブなことではないと言いましたが、「何歳だから無理」とか、「結婚や出産をしたからもうできない」などと思い込むのは、悪い「あきらめ」だと思いま

す。つねにチャレンジする気持ちだけは、あきらめずに持ち続けてほしいですね。

わたしの場合も、組織人を辞めて一度独立したのですが、また組織に戻っています。40歳手前になって、「これからどういう人生を歩んでいこうか」と考えたときに、やっぱりもう一度組織に戻って、思いっきり組織の力を借りて貢献していこうと思ったわけです。そういう人生って、自分の意思次第でいくらでも選べるので、人間は一生成長できると思います。だから、何かチャンスが来たときは、それを「必ず掴み取る」というくらいの勇気を持って飛び込んでほしいと思います。

いまの立場が安定していればいるほど、人間は「現状を変えたくない」という気持ちが強くなるものですが、それでも何となく気持ちがくすぶっているとすれば、そこが人生の節目です。そういう節目のときは、自分と真剣に向き合って、一歩を踏み出してほしいと思います。

『ア



一般社団法人 営業部女子課の会 代表理事 株式会社CDG 取締役 太田彩子氏

1975年生まれ。早稲田大学法学部卒業。現在、株式会社 CDG(ジャスダック上場企業)の取締役。2009年に立ち上げ た営業女子を応援するコミュニティ「営業部女子課(正式名 称は一般社団法人営業部女子課の会)」の代表理事も務 める。主な著書は「1億売るオンナの8つの習慣」(かんき出 版)、「売れる女性の営業力」(日本実業出版社)などがある。



巻頭 Windows Server 2003のサポート終了目前! 特集 事例を交えた

サーバーリプレース最終提案の具体例

Windows Server 2003のサポートが終了する。日本マイクロソフトの積極的な広報活動もあって、大企業を中心としたエンドユーザー様の移行は、順調に進んでいると見られる。ところが情報システム部を持たないような中堅・中小企業のエンドユーザー様は、少し事情が異なる。例えば、「Windows Server 2003を利用していることを認知していない」ことがあるのだ。このような場合は、エンドユーザー様が本意ではない不利益を被る可能性がある。お客様利益を考えるのであれば、パートナー様は今すぐに行動を起こすべきだ。今回の特集では、簡単な事例を交えながら、サーバーリプレースの最終提案の具体例を紹介。パートナー様の営業活動のご参考になれば幸いである。



基礎編

サーバー移行は順調に進展。残る課題はファイルサーバー移行とマイナンバーへの対応

7月時点で約4割の ユーザーが移行を完了

2015年7月のWindows Server 2003サポート終了に向けたサーバー 移行ビジネスは、いよいよ終盤戦を迎え ようとしている。

まずは現時点の状況を確認しておこう。今年に入り、大企業を中心にサーバーOSの移行は加速化している。日本マイクロソフトによると、2014年末時点で国内において稼働していた約21万台のWindows Server 2003は、今年3月末までの3カ月間で約14万台に減少している。サポート終了までに同社は、さらに9万台の削減を目指している。

ところが7月までに移行を終えるエンドユーザー様は4割程度に留まるとも見られている。その背景には、予算化の遅れと共に、マイナンバー制度と合わせて対応したいというニーズがある点には注目が必要だろう。

マイナンバーの通知は今年10月から 開始されるが、変更が予定される帳票 の様式が一部確定していないこともあり、 対応が夏以降になるパッケージソフトも 少なくないと見られる。そのため、マイナ ンバー制度と合わせた移行提案はこれ からが本番になる。セキュリティ対策を合 わせて提案することで、案件規模の拡大 を積極的に図っていきたいところだ。

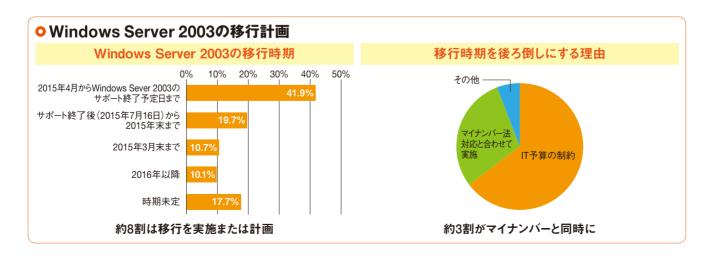
ファイルサーバー移行では 対象OS発掘を含めた支援を

その一方で「セキュリティソフトを導入しているため、OS移行の必要はない」「仮想化しているので、サポート終了の影響は受けない」という認識を持つエンドユーザー様は今も少なくない。特に後者の場合、サポート終了後に発見されたぜい弱性に完全に無防備な状態になってしまう。サポート終了後のリスクについて、今後も積極的に啓発を続ける必要があるだろう。

また、「社内で稼働中のサーバーOS のバージョンを把握しきれていない」と いう声を耳にすることも多い。特にファ イルサーバーの場合、クライアントOSな どとは違って、利用者がOSバージョンを意識する機会はほとんどない。スムーズなOS移行の実現を図る上では、エンドユーザー様の社内に眠る対象OSの発掘を積極的にサポートすることも大切になるだろう。

その際に利用を検討したいのが、サーバーOS発見サービスだ。NECでは2015年4月より、Windows Server 2003で動作するサーバーを発見する「ファイルサーバー発見サービス」を開始している。これは同社が提供する機器をエンドユーザー様のネットワーク環境に一定期間設置し、その後、機器を返送することで、NECがOS情報の抽出・解析を行うもの。対象OSの発掘を効率的に行うには、こうしたサービスを活用してもいいだろう。

なお日本マイクロソフトの調査による と、現時点で対応が最も遅れているの はファイルサーバーであると見られてい る。対象OSの発掘も含め、ファイルサー バー移行提案はこれからの重要な課 題になるだろう。





●提案1ファイルサーバー移行

訴求ポイントは、仮想化によるBCP/DR対策の強化 選択肢としてのクラウド提案は不可欠に

提案の方向性は大きく三通り NASの人気も高い

日本マイクロソフトの調査によると、 OS移行の遅れが最も目立つのはファイルサーバーである。背後には、すで に触れた通り、ファイルサーバーのOS バージョンが見えにくいことと、「自社 のファイルサーバーには重要なデータ が保管されていない」と考えるエンド ユーザー様が少なくないなどの事情 がある。

だがファイルサーバーには、社員の個人情報が含まれていることが一般的だ。また製造業におけるCADデータのように、事業継続計画/災害復旧(BCP/DR)対策の観点からみて重要なデータも数多く含まれている。サポート終了後のWindows Server 2003の運用は、セキュリティ面で大きなリスクがあると考えるべきだろう。「ファイルサーバーは後回しでいい」と考えるエンドユーザー様に向けては、今後、一層の啓発が大切になるに違いない。

ファイルサーバーの移行提案は、大き く三つの方向から考えることができる。 一つは「Windows Server 2012 R2」 への移行だ。標準搭載されたHyper-V レプリカによって、BCP/DR対策が容 易に行えるようになることがその第一の メリットになる。またHyper-Vによる仮 想化は、将来的なクラウドへの移行の ファーストステップとしての意味も持つ。 こうしたクラウドとの親和性の高さも訴 求ポイントの一つである。

二つ目が、ファイルサービス専用 機であるNAS(Network Attached Storage)の活用提案である。その第 一の特長は、ネットワークに接続する だけで簡単にセットアップできるという 導入の容易さにある。また、クライアント数に応じたCAL(Client Access License)が不要であることを評価す るエンドユーザー様も多い。Windows Storage Server搭載のNASであれ ば、Active Directoryに完全対応して いる。

最後が、クラウドへの全面的な移行である。現時点では、回線帯域の問題などCADや動画ファイルなどのクラウド移行には課題も少なくない。だが、取りこばしをなくし、既存顧客を維持していく上では、エンドユーザー様の選択肢の一つとしてのクラウド提案は不可欠である。

現実問題として、モバイル端末やネッ トワークサービスに強みを持つベンダー が、「クラウド」を武器に新規顧客を積 極的に開拓する動きが目立ちはじめて いる。例えば、オンプレミスで運用してき たファイルサーバーをMicrosoft Azure に移行したあるエンドユーザー様の場 合、当初、提案を依頼したのは、以前 から取引がある物販に強みを持つべ ンダーだった。だが、そのオンプレミス サーバーのリプレース提案は、ニーズと コストの両面で同社の要求には見合わ ないものだった。同社は次に、クラウド を得意にするベンダーに提案を依頼。 Microsoft Azureによるその提案は、 要求を確実に満たした上で、以前の提 案とは比較にならないほど安いコストを 実現していた。提案を受け、同社は迷う ことなくクラウドへの移行を決断。その 背景に、大規模な初期投資が不要で、 必要に応じて容量を増減できるクラウド の特長があることは間違いないだろう。

サーバー移行はBCP対策など クロスセルのチャンス

東日本大震災を契機に、BCP/DR への関心は一気に高まった。だが限ら れたIT予算の中、対策は後回しにされ

○ファイルサーバー移行の三つの方向性

Windows Server 2012 R2に移行

標準搭載されるHyper-Vレプリカによる、高度なレプリケーションが可能。 BCP/DR対策と合わせた提案が効果的

NASに移行

導入の容易さが第一のメリット。

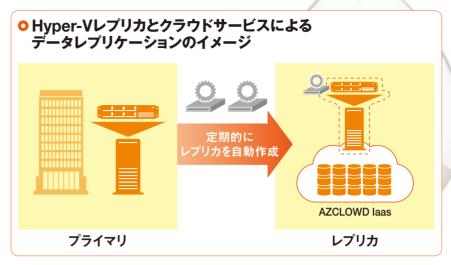
クラウドに移行

クライアント数に応じたCALが不要になる点を評価するエンドユーザー様も多い

必要に応じた容量を少ない導入コストで確保することが可能。 顧客維持のため、提案には、選択肢の一つとして必ず含めたい ることが少なくなかった。サーバー移行は、BCP/DR対策を提案する機会に もなる。

すでに触れた通り、その際にぜひ注目したいのが、Windows Server 2012 R2に標準装備されたHyper-V レプリカである。

Hyper-Vレプリカは、プライマリサイト上の本番稼働サーバーの仮想マシンをレプリカサイト上のサーバーにコピーするもの。障害発生時には、手動フェールオーバーによって、ダウンタイムがない



復旧が可能になる。

複数拠点を展開するエンドユーザー様の場合、拠点間のデータレプリケーションにより、BCP/DR対策を図ることが可能になる。また、Microsoft Azureなどのクラウド上に

レプリカサイトを構築することでも同様の効果を得ることができる。こうしたオンプレミス/クラウドのハイブリッド提案は、サブスプリクションビジネスへの移行を図る第一歩としても有意であるに違いない。

● 提案2 シンクライアントサーバーの移行

注目したい、VDIに代わる新たな リモートデスクトップソリューション

スペック向上が可能にした 新たなシンクライアント環境

ハードウェアとしてのサーバーのスペックは、近年飛躍的な向上を遂げている。IoT、ビッグデータ時代への対応を掲げるHP Moonshot systemは、高密度、省電力、運用コストの大幅削減を図ることで、従来のラックサーバーと比較して9割前後のスペースコスト削減を実現している。

こうしたハードウェアの進化のもと、 日本HPが提案するのが、VDIに変わる新たなリモートデスクトップソリューションであるHDI(Hosted Desktop Infrastructure)だ。仮想化を行わ ず、HP Moonshot system上で直接 WindowsクライアントOSを稼働すること が最大の特長。これにより物理PC同様、 OSのフル機能を使うことが可能になる。

クライアントOSの仮想化は、物理リソースを共有化するため、性能問題を引き起こしやすいという課題があった。

また、その利用にあたってはファイル検索や視覚効果などの機能の無効化が推奨されてきた。こうした弊害を改善するHDIは、Windows Server 2003上のシンクライアント環境からの移行において、ぜひ注目したいテクノロジーと言えるだろう。

○HDIとVDIの違い VDI HDI 物理リソース、OS、アプリケーションを占有 物理リソースは共有利用 【アプリケーション】 【アプリケーション】 占有 占有 APP APP APP APP s os os [OS] (OS) 占有 占有 【物理リソース】 【物理リソース】 占有 共有



●提案3メールサーバーの移行

陳腐化するメール環境の改善が 大きなビジネスチャンスに

意外なほど多い、メール環境に 課題を抱える事例

メールサーバーとして利用される Windows Server 2003は全体の約1 割程度と見られる。だが、オンプレミス で稼働中のメールサーバーの有無を問 わず、この機会を利用してエンドユー ザー様のメール環境にぜひ注目した い。驚くほど不便なメール環境に甘んじ ているケースが、意外なほど多いことが その理由である。

例えば、メールホスティングサービスからOffice 365に移行したあるエンドユーザー様の場合、PCを立ち上げると同時にメールボックス内の不要メールを削除することが毎朝の日課になっていたという。業務内容に較べて、メールボックス容量が圧倒的に不足していたことがその理由だ。

現実問題として、ホスティングサービスでは、今も1アカウントのメールボックス容量が1GB以下というプランが存在

することが珍しくない。それは添付ファイル付きメールが数多くやり取りされる 今日のビジネス環境には、とても対応できる容量ではないはずだ。また、プランによっては、添付可能なファイル容量が厳しく制限されているというケースも目立つ。

こうした前時代的なメール環境に甘んじているエンドユーザー様が少なくない背後には、「利用者自身がその不便さに気づいていない」という現実がある。以前から使い慣れてきたシステムの場合、利用者自身がその不便さやそこに内包される課題に気づくことは難しい。その改善には、外部の人間がヒアリングを通して問題を発見し、その解決策を提示することが大切になる。

移行先の第一候補は クラウド系サービスに

24時間365日稼働することが求められるメールサーバーの場合、移行先の第一候補はやはりクラウドサービスにな

るだろう。国内企業が運営するホスティングサービスの場合、グローバル展開するクラウドサービスに比べ、メールボックス容量などの面で見劣りすることも少なくないからだ。

クロスセルのチャンスにもぜひ注目したいところだ。日本国内ではこれまで、評価が高いパッケージグループウェアベンダーがメールサービスの強化に消極的だったこともあり、スケジューラーとメーラーはそれぞれ別ベンダーが担うことが一般的だった。だがエンドユーザー様にとって、それは決して望ましい環境ではない。今後は、その一元化というニーズが強くなるだろう。

さらにスマートフォンやタブレットなど、 モバイルデバイスからのスムーズなアク セスも重要なポイントになる。グループ ウェア機能の統合化、モバイルデバイ スへの対応を考えると、Office 365な どのクラウドサービスを活用したクロス セル提案は、今後大きな意味を持つに 違いない。

○ Office 365のメールボックス 容量

	機能	office 365 Business Essentials
	ユーザーメールボックス	50GB
	アーカイブメールボックス	50GB
	共有メールボックス	50GB
	リソースメールボックス	50GB
	サイトメールボックス	5GB
	パブリックフォルダ メールボックス	50GB
/		

○ Office 365の利用イメージ メール&予定表にいつでもどこでもアクセス



● 提案4 マイナンバー制度への対応

セキュリティソリューションまで含むクロスセル提案がポイントに

民間企業への影響も大きい マイナンバー制度

サーバー移行はマイナンバー制度への対応と同時に行いたいという声も多い。マイナンバー法では、従業員が違反行為を行った場合は事業主も罰せられることになる。個人情報保護法とは異なり一般の中小企業も対象になることもあり、その関心は極めて高い。事業者に示されたガイドラインでは、「物理的安全管理」「技術的安全管理」という二つの方向からの安全管理措置が求められている。

物理的安全管理措置として求められるのは、「不正な入退室」「PC持ち出し・盗難」への対応で、具体的には「入退室管理」「セキュリティワイヤー」などのソリューションがそれに対応する。

技術的安全管理措置として求められるのは、「システムへのアクセス制

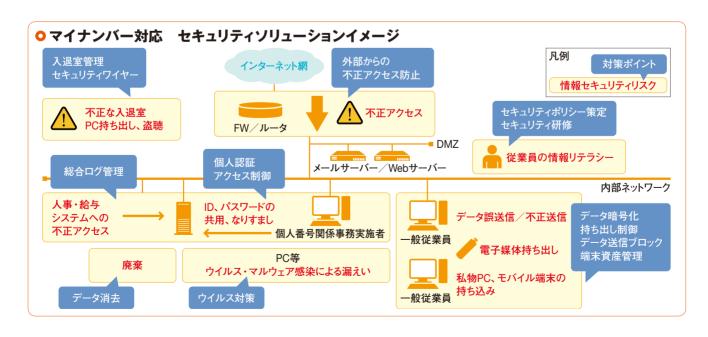
御 | 「アクセス者の識別と認証 | 「外 部からの不正アクセス防止 | 「情報漏 えい防止 | の各項目で、具体的には、 「Active Directoryによるよりセキュ リティ強度の高いログイン環境 | 「統合 脅威管理プラットフォーム」「IT資産管 理によるデータ暗号化、持ち出し制御、 データ送信ブロック | 「ウイルス対策 | な どのソリューションが対応する。また今 後、マイナンバーに関連する特定個人 情報が記載された機器を破棄したり、 リサイクルする場合、ハードディスクを フォーマットするだけではデータを復元 されるリスクが発生する。それを回避 するには、対象機器内のデータを完全 の消去するデータ消去ソフトの利用が 効果的だ。

Active Directoryの ニーズ拡大も期待できる

Active Directoryを導入していない

中小企業は今も少なくない。部署や役職に応じたアクセス制限が可能になるActive Directoryは、個人情報の確実な管理を図る上での第一歩になる。マイナンバー制度は、その普及の起爆剤にもなり得るだろう。

またID/パスワード認証によるなりすましを防止する上では、マイナンバー担当者を生体認証によって識別するシステムの構築が効果的だ。例えば、指紋情報と指静脈情報という二つの生体情報によって個人認証を行う、NECの非接触型ハイブリッドスキャナHS100-10は一台1万円程度で導入できる。マイナンバー担当者は限られているため、エンドユーザー様は無理のない形で大きな成果を得ることが可能になる。こうしたニーズをきめ細かく発掘していくことで、マイナンバー制度への対応をクロスセル・アップセルにつなげていきたい。





第 2 特集

ソフトウェア販売の新しいビジネスモデル

スクリプ ネスの始め方

ソフトウェアの販売は、パッケージ販売からダウンロート販売、そしてサブ スクリプションへと移行が進んでいる。パッケージ販売と比較すると一時 的に売上が下がる販売方式に、なぜ移行が進んでいくのか? 今後、パー トナー様のソフトウェア営業戦略に大きな影響を及ぼす、サブスクリプ ションビジネスのメリットについて、大手ソフトメーカーに聞いた。



AUTODESK® SUBSCRIPTION









大手ベンダーがサブスプリクションへの移行を急速に進める背後にあるものは?

ソフトウェア導入のハードルを 一気に引き下げる月額課金制

大手ベンダーを中心に、月額課金を前提としたいわゆるサブスプリクション方式への移行が急速に進んでいる。例えば、アドビシステムズは2013年にサブスプリクションへの全面移行を実施。オートデスクは2015年2月にアップグレード版の販売を終了し、2016年2月からは、単体ソフトウェア製品をサブスプリクション版のみ提供することを発表している。マイクロソフトが掲げる「ソフトメーカーからサービス企業へ」という目標も、この流れの上にあることは間違いないだろう。

こうした動きの背後にあるのは、サブスプリクションの優位性だ。永久ライセンスによる従来のビジネスモデルでは、エンドユーザー様はソフトウェア導入に大きな初期投資が求められ、ソフトウェア普及の障害になっていた。最新版のソフトウェアを月額制で利用で

きるサブスプリクションは、導入のハードルを一気に引き下げることを可能に する。

また、エンドユーザー様のニーズに 柔軟に対応できる点も、そのメリットの 一つだ。例えば建設業や製造業では、 プロジェクト単位で設計スタッフを社内 外から集める弾力的な人員配置が一 般化している。こうした場合、プロジェク ト単位で原価が完結するサブスプリク ションは大きなメリットを持つ。

注目したいのは、売上が 予算化できるというメリット

「クラウドサービスとサブスプリクションの違いが分からない」という声も耳にする。そこでサブスプリクションの定義を簡単に説明しておこう。サブスプリクションとは、利用期間に応じた料金を支払うソフトウェアの利用方式を指す言葉だ。そのためSaaSは典型的なサブスプリクションと言えるだろう。だが、その言葉が及ぶ範囲はさらに広く、デ

スクトップアプリケーションも含め、すべての月額課金のソフトウェア利用が含まれる。

コンシューマ市場に目を向けると、映画や音楽のストリーミング配信を始めとするパッケージの有無にこだわらないソフトウェア利用形態がすでに一般化している。ビジネス市場においても、永久ライセンスからサブスプリクションというビジネスモデルの移行は避けられないと考えられる。

だが、サブスプリクションへの移行に 二の足を踏まれるパートナー様も多い。 現実問題として、移行は短期的には売 上減少に直結することが一般的だから だ。一方で、売上の予算化・平準化が 可能になるなどのメリットが存在するこ とも間違いない。

こうした中、サブスプリクションという新たなビジネスモデルに、どう取り組むべきなのか。次に、サブスプリクションへと大きく舵を切ったベンダーへの取材を通し、その最適解を考えていきたい。

●サブスプリクションと永久ライセンスの違い

サブスプリクション プロジェクトの進展などに応じた、 一時的な利用を希望

初期導入コストを低減 長期的には永久ライセンスと同等のコストになることも多い

3カ月、1年、3年などの期間限定

基本的に使用者にライセンスが紐付けられている ライセンスを持つ使用者であれば、複数端末で利用できる

ユーザーの傾向

ユーリーの同時に

トータルコスト

ライセンスの 利用期限

ライセンス形態

永久ライセンス

継続的な利用を希望

高い初期投資コスト 長期的なバリュー

原則として永久に利用可能

使用者を限定しない ライセンスがハードウェアに紐付けられていることも多い ライセンスの範囲内であれば、何人でも利用できる



▶日本マイクロソフト

Microsoft

サブスプリクションへの流れは止まらない 本腰を据えて取り組むべき

ソフトウェア産業を常にリードしてきたマイクロソフト。サブスクリプションへの取り組みも早く、Office 365をはじめとするアプリケーションのサブスクリプションモデルへの移行も順調のようだ。サブスクリプションの普及が進む背景と、今後のビジネスチャンスを聞いた。

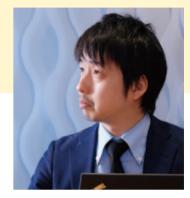
サブスプリクションが前提の 新たなビジネスチャンスも

「マイクロソフトは、10年以上前からサブスプリクションビジネスへ移行を模索してきたという歴史があります」と説明するのは、SMBマーケティング本部 エグセクティブマーケティング本部の川瀬 透氏だ。同社では、利用するPC台数に応じたライセンス料金を支払う「Open Value Subscription」など、サブスプリクションの仕組みを早くから取り入れてきた。だが、買い切りを当然のことと考えるエンドユーザー様の認識もあり、その普及は進まなかったという。

「こうした状況を大きく変えたのが、いわゆるクラウドサービスの登場でした。ASPやSaaSの普及は、月額課金制への抵抗感を一気に打ち消しました」

サブスプリクションの普及が進む背後には、テクノロジーの変化もある。 今日のソフトウェア製品の多くは、インターネットを介して常に最新の状態に保つことを前提に開発されている。買い切りというスタイルは、こうしたテクノロジーの変化にそぐわないのだ。

「確かに、売上減少を危惧するパートナー様も多いはずです。しかしサブスプリクションは、売上を平準化すると共に、その継続によってストックビジネ



SMBマーケティング本部 エグゼクティブマーケティングスペシャリスト 川瀬 诱氏

スとしての効果が得られる魅力的なビジネスモデルです。どこかのタイミングで本腰を据えて取り組む必要があるはずです!

そのキーワードの一つが、 "Consumerization of IT"と呼ばれる概念だ。これは企業向けソリューションにコンシューマ向け製品・サービスが浸透する状況を表している。こうした流れの中で、サブスプリクションを前提とした新たなビジネスチャンスが生まれていると川瀬氏は指摘する。

「ビジネスシーンにおいてSNSを活用する動きが目立っていますが、一般的なSNSサービスは、ビジネスでの利用を想定していません。そのため、当社のエンタープライズ向けSNSであるYammerを採用する動きが目立つことは、その一例になるでしょう。そのほかメールサーバーの移行など、取り組みやすい部分からサブスプリクションビジネスを始めてはいかがでしょうか



エンタープライズソーシャルネットワークとして、普及が期待されている [Yammer]。 Office 365の多くのプランに [Yammer Enterprise] が含まれているので、うまくOffice 365の拡販につなげたい。

▶オートデスク

AUTODESK.

営業担当が新規顧客開拓に専念できる それがサブスプリクション移行のカギに

新しいビジネスモデルへの移行推進に積極的に取り組むオートデスク。サブスクリプションへの移行は、もはや検討の段階ではなく、実行すべき段階にあるという。製品の購入サイクルを踏まえ、パートナー様の営業的な視点から、サブスプリクションモデルのビジネスメリットについて聞いた。

売上は一時的に減るが 利用者は確実に増える

初期投資コストを大幅に圧縮する サブスプリクションには、ソフトウェア の導入ハードルを引き下げる効果が ある。特に高額なCADソフトの場合、 こうした傾向が顕著だ。だが、「パートナー様にとっての利点も決して小さ くありません」と指摘するのは、チャネ ルセールス サブスクリプション マネー ジャー 国松 いづみ氏だ。

「それは、マクロ・ミクロの二つの 方向から説明できます。まずはミクロ の視点から考えていきましょう。定型 業務に利用されることが多い2次元 CADは、永久ライセンスの場合、次 の買い替えは5、6年後になることが 珍しくありません。次回提案時には、 担当窓口自体が変更されていること も十分に考えられます。しかしサブス プリクションは契約更新ごとに、コンタ クトデータも常に更新されます。こうし て得られる最新データは、クロスセル・ アップセルの重要なツールになるで しょう

マクロ的視点から見たメリットは、 販売の予算化が可能になる点だ。毎 月の売上が予測できることは、経営管 理面で大きな意味を持つことは間違 いないだろう。

「永久ライセンスに比べて単価が 低いサブスクリプション販売は、短期 的な売上減少につながるため敬遠さ



チャネルセールス サブスクリプション マネージャー 国松 いづみ氏

れがちですが、一方でそれは、顧客数拡大の契機になります。また営業方法の見直しなどを通し、販売コストの圧縮化が可能になることも販売メリットの一つ。サブスプリクションへの移行では、単に売上だけを見るのではなく、利益を最大化するという観点が重要になるでしょう」

そのヒントとして国松氏が指摘するのは、営業担当が新規顧客開拓に注力できる体制の構築だ。

「既存顧客の契約更新は、コンタクトデータを活用したメール配信や、定型化したテレセールスによっても対応可能。契約更新を担当する専門部隊を編成することで、営業担当は、これまで以上に新規顧客の開拓に注力することができるようになります」

新規顧客の積み上げは、毎月の売 上の拡大に確実につながる。ぜひ参 考にしたいアイデアといえるだろう。



オートデスクのサブスプリクションは、クラウドサービスをうまく取り込むことで、製品そのものの価値を高めている。 オートデスクが提唱するサブスクリプションをより深く理解することが、パートナー様の利益拡大につながりそうだ。



▶アドビ システムズ

Adobe

サブスプリクションはクリエイターが求める 最新機能のいち早い提供を可能にする

クリエイターが望むツールを提供し、制作現場から高い評価を受け続けているアドビ。プロが使うツールとして、高価なイメージのある同社の製品は、サブスクリプションモデルへの移行にともない大きな変化が訪れている。同社が提案する5つのアクションプランについて聞いた。

ユーザー数は3割増加 効率的な営業で利益確保を

「クリエイターの多くは、常に新しい機能を求めています。それを受け、 我々は急速に整備が進むクラウドサービスリリースサイクルの短縮化を加速すべきと判断しました。」2013年、同社がサブスプリクションに全面的に移行した理由を代表取締役社長の佐分利ユージン氏はこう説明する。背景には、従来と異なる利用方法の提案によって、比較的高額な同社製品の販売拡大につなげたいという狙いもあった。その一方で、それによる売上減少を危惧する声も少なくなかったという。 「実は当社も、移行直後は売上が減少しています。一方でこのビジネスモデルは、売上の安定化というすばらしいメリットも備えていました。また、エンドユーザー様との継続的な関係が構築できる点もそのメリットの一つです。」

スムーズな移行の実現に向け、同 社は以下の5つのアクションプランを 提案する。

- ①効率的な営業活動に取り組む。 Webや電子メール、テレセールスを駆使したクロスチャネル・マーケティングを積極的に推進する。
- ②「Creative Suite 3」以降のバージョンは、「Creative Cloud」に未移行のライセンスが数多く残されている。その移行推進は、売上ベースの



代表取締役社長 佐分利 ユージン氏

積み上げへと直結するだろう。

- ③販売後もパートナー様用の管理サイト「リセラーコンソール」を通し、ユーザー管理や各種サービスの提供に努める。
- ④今年4月にリリースされた「Acrobat DC」の販売促進。クラウドサービス連携、モバイル対応を実現した「Acrobat DC」は、アップセル・クロスセルの重要なツールになる。
- ⑤サブスプリクションを前提にした報酬体系、コミッションの見直し。営業担当のモチベーションアップにつながる見直しは、移行自体を一気に加速させるだろう。

「サブスプリクションへの移行後、 当社製品のユーザーは3割増加しています。それこそが、このビジネスモデルが備えるポテンシャルです。このツールを武器に、ぜひ一緒に力強いビジネスを展開していきましょう。」と佐分利氏は笑顔で締めくくった。



サブスプリクションへの移行は、一時的な売上の減少があるものの、売上の安定化をもたらしたという。パートナー様は、この点を理解し、価格を武器に新規契約を積み上げることで、売上と利益の拡大につながるはずだ。





サンドボックス

sandbox

ネットワークセキュリティの分野では、パターンファイルなしでマルウェアを検出できる「サンドボックス」に注目が集まっている。一定の限界はあるものの、標的型攻撃への対策としても十分に期待ができる。

サンドボックスとは、幼稚園の園庭や児童公園にある「砂場」のこと。外部の実世界から切り離されていて、いろいろなものを自由に作ることができる場所、という意味合いから、ITの世界ではソフトウェアをテストするための環境をサンドボックスと呼ぶこともある。

例えば、実際の機械を制御するための組み込み系ソフトウェアの場合、作ったばかりのものをいきなり実機で試すと機械が破損してしまったり人間が怪我をしたりする恐れがある。そこで、初期のテストは他に被害を及ぼすことがないサンドボックス環境で行い、ある程度見極めがついた段階で実機でのテストに切り替える、という二段構えにするのが普通だ。

ネットワークセキュリティの分野でもサンドボックスは広く使われている。

というのも、インターネットから入手したファイルにはウイルスやワームなどのマルウェアが含まれていることがあるからだ。そのようなファイルをいきなり開いたり実行したりすると、PCやサーバーがマルウェアに感染してしまう可能性は大。そのマルウェアが標的型攻撃用に作られたものの場合は、社内ネットワーク全体が乗っ取られてしまうことも考えられる。

そうしたマルウェアを検出するために以前から使われてきたのが、マルウェアファイルの特定の位置に存在するビットパターンを記録した「パターンファイル」である。

パターンファイルで検出する方式は効率の高さとコストの低さでは優れているが、マルウェアが出現してからパターンファイルの配布が始まるまでのウィンドーピリオド(空白期間)が存在するという弱点があることも確か。マルウェアの側も、配布が始まったパターンファイル内に自分のビットパターンがあるかどうかを調べて、存在する場合はデータの一部を変えた「亜種」を作って対抗することが多い。

一方、インターネットから入手したファイルをサンドボック

スの中で開いたり実行したりして何が起きるかを調べる方式なら、パターンファイルは要らない。出現したばかりのマルウェアや、特定の企業・団体を狙い撃ちしているためにセキュリティ対策ツールベンダーの"探知網"にひっかからないものであっても、サンドボックスを使えば原理的には検出できるのである。

このような背景から、サンドボックスをなんらかのかたちで組み込んでいるセキュリティ対策ツールは多い。パターンファイルを使わずに動作監視だけでマルウェアを見つけ出す方式として以前から使われてきた「振る舞い検知」も、広い意味ではサンドボックスの一種。最近は、サンドボックスをコンピューター仮想化技術によって実現したセキュリティ対策のソフトウェアツールやアプライアンスサーバーも増えてきた。

ただし、サンドボックスを使ったマルウェア検出には限界 もある。

そもそも、すべてのマルウェアがおかしな振る舞いを見せるとは限らないし、「おかしい」「おかしくない」の判定は所定の基準に基づいて機械的に下すしかないので検出漏れは当然に発生する。ビットパターンとの一致が"確定証拠"だとすれば、サンドボックスで得られるのは"状況証拠"なのである。

また、標的型攻撃に使われるマルウェアは、侵入・感染時はおかしな振る舞いをせず、攻撃者のサーバー(C&Cサーバー)からの指示があってはじめて凶暴化するものも多い。このような"時間差攻撃"の場合も、サンドボックスだけで検出するのはきわめて難しい。

結局のところ、現状で言えるのは、サンドボックスはセキュリティ強化に大きく貢献するが、既存の他のセキュリティ対策も引き続き使うべきであるということ。複数の方式で情報システムを守るという多層防御の考え方は、いぜん重要なのである。



Possibility of IT basic technology

進化する

▋┸基礎技術の可能性

text by 石井英男

1970年生まれ。ハードウェアや携帯電話などのモバイル系の記事を得意とし、IT系雑誌やWebのコラムなどで活躍するフリーライター。

「スティックPC」が可能にした新たなPCの利用形態

PCの歴史は、小型化(ダウンサイジング)の歴史と言い換えてもよい。1990年代は、タワーケースを採用したデスクトップPCが主流であったが、1990年代後半からノートPCのシェアが年々増加し、2000年には初めて国内のPC出荷台数において、デスクトップPCをノートPCが逆転した。ちなみに、アメリカ市場でノートPCの出荷台数がデスクトップPCを上回ったのは2008年であり、国土が狭い日本では、特にPC小型化のニーズが高いのだ。ノートPCも登場当初はA4ファイルサイズで重量も3kg近かったが、年々小型軽量化が進み、1kgを切る製品も珍しくはなくなっている。さらに最近は、液晶サイズが8インチ程度のWindowsタブレットや筐体のフットプリントがCDケースよりも小さい超小型PC規格「NUC」準拠製品も人気を集めており、小さなPCへのニーズは依然として根強い。

そのPC小型化の最終形態ともいえるのが、「スティックPC」である。スティックPCとは、文字通りスティック状のPCであり、サイズは100×40×10mm程度、重量は50g程度しかない。スマートフォンよりも小さい、まさに手のひらサイズのPCなのだ。スティックPCには、HDMI出力端子が用意されており、液晶ディスプレイやテレビのHDMI入力端子に接続して利用する。また、USB 2.0ポートやMicroSDカードスロットを備えており、キーボードやマウスを接続することが可能だ。サイズは非常に小さいが、CPUとしてAtomを搭載し、2GBのメモリを搭載、ストレージは32GBまたは64GB、OSとしてWindows 8.1 with Bingを採用と、スペックとしては8インチ前後のWindowsタブレットとほぼ同等であり、Webブラウズやメールチェックはもちろん、Officeなども問題なく動作させることができる。無線LANやBluetoothもサポートしているので、ワイヤレスキーボードやマウスを利用することも可能だ。

スティックPCの元祖であるマウスコンピューターの「m-Stick MS-NH1」が発売されたのは2014年12月5日であり、今からわずか5カ月前のことだ。その1カ月後の2015年1月に、Intelが「Compute Stick」という名称のスティックPCを市場投入することを発表。CPUベンダーであるIntelも力を入れているとうことで、一気にスティックPCへの注目が集まった。その後も、ほぼ同等のスペックを持つスティックPCが各社から発売されており、歴史は浅いが、ひとつ

の製品カテゴリとして定着した感がある。

スティックPCは、ポケットなどに気軽に入れられるサイズ にもかかわらず、実用的な性能を備えたPCであり、価格も2 万円前後とリーズナブルであることが魅力だ。スティックPC は、その小ささを活かした、さまざまな活用が可能だ。例え ば、家庭で使うなら、リビングの大画面テレビに接続して、 家族で一緒にWebページやネット動画を見るといった使い 方がすぐに思い浮かぶ。また、気軽に持ち運べるので、PC のない実家に帰省する際なども、スティックPCと無線LAN ルーターを持っていけば、重要なメールが来ていないか、気 にする必要はなくなる。ビジネスにおいても、スティックPC が活躍する場面は多い。例えば、飲食店などにある液晶テ レビにスティックPCを接続すれば、デジタルサイネージの出 来上がりだ。客先でプロジェクターを利用してプレゼンテー ションを行う場合でも、スティックPCがあれば、わざわざノー トPCを持ち歩く必要はない。 また、 泊まりがけの出張に行く 場合でも、ノートPCと一緒にバックアップ用のPCとしてス ティックPCを持って行けば、ノートPCにトラブルが発生して 使えなくなっても、ホテルの部屋のテレビにスティックPCを 接続して、仕事の続きや報告書などを作成することが可能 になる。アイデア次第で、スティックPCの可能性はまだまだ 広がるだろう。現在、販売されているスティックPCは、CPU にAtomを採用しているが、Intelは2015年後半か2016年 に、Core Mを搭載した上位モデルを投入する予定だ。 Core M搭載なら、最新の2-in-1 PCやUltrabookに負けな いパフォーマンスを実現できるので、スティックPCをメインマ シンとして使うといったことも十分に考えられる。もちろん、 スティックPCが登場したからといって、Windowsタブレット やUltrabookなどのWindowモバイルPCがすべてスティック PCにとって代わられるわけではないが、スティックPCとモバ イルPCをあわせて利用することで、その応用範囲や利便 性、信頼性などは大きく向上する。これまで、オフィスのPC 環境を一新する場合、ノートPCを一括導入するのがポピュ ラーであったが、今後はスティックPCを絡めた導入プランが

重要になってくるであろう。BP

IntelのスティックPC「Compute Stick」。サイズは小さいが中身は立派なPCであり、冷却ファンも内蔵している。

