

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

2004 vol.12

Presented by Otsuka Corporation

Navigator



特集 / グリッドコンピューティング グリッドという未来

[Up Front Opinion]

株式会社 大塚商会 大塚 裕司 社長 × 塩川 公男 取締役
『ソリューション・ディストリビューター』から
『バリュー&ソリューション・ディストリビューター』へ

[第2特集]

パートナー様向けWebシステム『BPプラチナページ』全面リニューアル

[Open Source Solutions]

Open the Linux / コストや手間をかけずに導入できるLinuxアプライアンスソリューション

[CAD情報交差点]

オートデスク / 代表取締役 志賀 徹也氏 インタビュー

[CASE STUDY]

事例紹介 ⑤ Webビジネスを極める大塚商会のホスティングサービス『アルファメール』

6P Up Front Opinion

株式会社 大塚商会

取締役社長 大塚 裕司

取締役 兼 上席執行役員 ビジネスパートナー事業部担当 塩川 公男

『ソリューション・ディストリビューター』から
『バリュー&ソリューション・ディストリビューター』へ

10P [Cutting Edge] マイクロソフト『全国IT構造推進計画II』レポート

14P **巻頭特集** グリッドコンピューティング

グリッドという未来

19P **第2特集** パートナー様向けWebシステム

『BPプラチナページ』全面リニューアル!

24P 大塚商会 実践ソリューションフェア2004 / BP事業部 特別セミナー

28P ソフトウェアライセンス情報 ⑤ 株式会社 シマンテック

31P [連載] ITと勝ち組みの法則 ⑩ 田中 亘
サーチ力の違い、オークションとEC

39P [コラム] しんのオラクルレポート oracle イン・さい・ダー!! ⑥
しん、異動! 編
日本オラクル株式会社 藤原 慎氏

44P [おすすめ製品情報] BPパーフェクト・チョイス プロジェクタ
オフィスからパーソナルまでリーズナブルになったプロジェクタ

51P [連載] IT TREND WATCHING ⑩ 大河原 克行
米国で関心高まるデータアーカイブ
～日本での浸透にはまだまだ時間がかかる?～

53P [Open Source Solutions] Open the Linux
コストや手間をかけずに導入できるLinuxアプライアンスソリューション
大塚商会が推奨するLinuxアプライアンス製品『EasyNetBox』

58P [ソリューション導入事例⑥]
Webビジネスを極める
大塚商会のホスティングサービス『アルファメール』

60P [データ] BP Navigator Ranking

63P [連載] 今のショップに足りないもの ⑩ 島川 言成
Webカメラを活用して社内コミュニケーション向上を

64P [Partner Solution] 日立造船情報システム株式会社
レーザー焼結型ラビッド・プロトタイピングが実現するe-マニファクチャリング

67P [CAD情報] CAD情報交差点
● オートデスク株式会社 志賀 徹也社長インタビュー
● 『Autodesk Inventor Professional 8』
● 『Autodesk AutoCAD Revit』
● CADのお薦めソフト紹介

75P BP事業部ソフトウェアカタログ

82P 編集後記 / AD Index

『ソリューション・ディストリビューター』から『バリュー&ソリューション・ディストリビューター』へ



株式会社 大塚商会
取締役社長

大塚 裕司

×

取締役 兼 上席執行役員
ビジネスパートナー事業部担当

塩川 公男

今回のアップフロントオピニオンは、当社取締役社長の**大塚 裕司**と、**2003年4月1日より、ビジネスパートナー事業部担当に就任した当社取締役 塩川 公男**による対談をお届けします。大塚商会ビジネスパートナー事業部の**2004年の戦略を、お客様、販売店様、メーカー様を含めた営業現場の最前線を熟知する2人に語っていただきました。**

●『Face to Face』で信頼関係を築く

大塚 裕司 社長(以下:大塚):景気は一時より良くなっていると思います。日経平均株価が、6,000円台に入るか入らないかという最悪の時期より、少し上向いていますね。今の1万円が、すぐに3万円の大台に乗るといような急速な回復はないかもしれませんが、底はすでに過ぎていていると思います。

各企業の収益体質も、勝ち組企業と負け組企業が、この10年間ではっきりしてきました。本来強いところが強くなってきて、次の成長路線に入ってきたのです。でも、高度成長のような一気に伸びるというよりは、じわじわと伸びています。

だから、急速に景気が回復しなくても、そう悲観はしていません。脇をきちっと閉めて、まっとうにやってる会社が、最終的には残り、乱暴な売り方をしたり、お客様の信頼を失うような仕事をすると退場になるような市場環境ですね。

ところで塩川さんは、この4月からビジネスパートナー事業部の担当取締役ということで、ひさびさの営業部門ですね。管理部門にはどのくらい在籍しましたか。

塩川 公男 取締役(以下:塩川):6年です。社内システムと物流部門担当ですね、その後Web事業推進に移りました。

大塚:なぜか塩川さんは、私の後を追いかけるように担当してきているんですね。社内システム担当をやって、物流の後を引き継いで、Webでも一緒でした。

塩川:そうですね。実際に上場までの大戦略、乗せ変えの一番泥臭くて作業的な汗かくところを、一緒にやらせて頂きまして……。毎日叱られながら、汗かきながら(笑)。

大塚:一番の山場を(笑)。現場をやりたい、営業をやりたいと言っていましたよね。

塩川:そうですね。社長の後をずっとやらせていただき、良い経験をさせてもらいました。

大塚:その前は福岡支店の支店長として、よりお客様に近いところで仕事していたわけだけども、今はビジネスパートナー事業部から全社を見る立場ですね。同じ大塚商会の中で、直販はお客様に直接営業していますが、販売店様を通すパートナービジネスは、まったく逆の立場で守らなくてはいけない世界です。常に販売店様の立場に立って仕事をしなければなりません。

また、大塚商会のソリューションを提供していくという意味では、販売店様サイドの立場からアドバイスするのがビジネスパートナー事業部ということになりますが、特に心がけていることはありますか？

塩川:昨年は、着任早々、各地の販売店様をできる限り訪問させていただきました。日本全国になりますから、かなり出っ張りだったと思います。

大塚:やはり『Face to Face』が大切ですね。そこで信頼関係を築くこと。大塚商会の取締役の名刺でも、スタンスは、ビジネスパートナーである販売店様の代表だからね。

塩川:私は実際に発注していただいている担当者の方々を大事にしたいと思っています。私たちが行くと、やはり社長、事業部長など、偉い方とお話する機会が多いのです。でも、できるだけ現場の担当営業やアシスタントの方にもお会いして名刺交換させ

ていただく。驚かされてしまうんですけど、大事なことだと思っています。上司から言われても、実際に発注するのは現場の人たちですから。

●バリュー&ソリューション・ディストリビューター

塩川:他社のディストリビューターと大塚商会との最も大きな違いは、ワンストップソリューションを実践しているということです。販売店様とは、現場では競合することもあるのですが、Sler(エスアイヤー)としての大塚商会に興味を持たれている会社も多いです。

特に規模がそれほどではない販売店様の場合、インフラを自社ですべて賄うことは難しいので、「インフラを利用させてもらえるんだったら、大塚商会と協力してSlerとして生きていきたい」という話をたびたび耳にしました。ですから、当社が黒子として振る舞えば、販売店様のお客様の囲い込みが、当社を通じて可能になるのではないのかと感じています。そこが、他社ではない当社でしかできないところなのではないかと思っています。

ボリュームでは、圧倒的に大きいディストリビューターが他にもありますが、それとは違ったお手伝いができるのではないかと。昨年のスローガンだった「ソリューション・ディストリビューター」に対して、今年はひと味違うという意味で「バリュー&ソリューション・ディストリビューター」、他社がやってない、価値あるディストリビューターを目指そうと思っています。

●ワンストップサービスをパッケージで提供

大塚:ところで、価格以外でお客様が求めているものって、何だと思いますか？

塩川:やっぱり、一言で言うとワンストップサービスですね。値段ではなく、自社だけではできないところですね。例えば保守でも、自前でサポートメニューを用意できても、コールセンターを持つわけにはいきません。結局、どこかに振らなくてはなりません。CTO(Configure To Order)は、



また別の会社に振らなきゃいけない。

「当社ならばワンストップでできます。当社は黒子に徹しますから、ぜひ利用してください」それが昨年後半、一番にやってきたことなんです。

大塚:お客様サイドから考えると、ハード、ソフトを組み合わせ、セットメニュー的に価格をつけて安くなったとしても、それでは終わらないんです。後々発生することに対して、サポートを含めて、色々なフォローが必要になります。そうすると、ただ物を提供するというところよりも、トータルソリューションとして提供した方がお客様には喜ばれる。結果として、販売店様からそのお客様へのパッケージ化したソリューションを提案するということになると思います。そういう意味で、ビジネスパートナー事業部の取り組みはどこまで進んでるんでしょうか。

塩川:それに関しては今年最も力を入れる分野だと考えています。今までは、サーバやPCを単体で販売するときに、インストールから、保守まで含めるということですね。当事業部で付加価値を付けるサービスを本格的にやりだしたのは、昨年の5月からですが、前々年からすると3倍くらいの伸びがありました。

今年は、全体の2割くらいまで伸ばす予定です。数字的には2割ですが、どうしても全体のボリュームが非常に大きいものですから。

大塚:ただ、PRができていない、お客様にまだ浸透していないということもあると思うので、逆に認知度が上がったなら、もっと行けるかもしれないわけですね(笑)。



今年是他社にはない、
特長あるディストリビューターを
目指します

● 他社にはない『たのめーる』と『CADビジネス』

大塚:塩川さんは販売店様向けには今年の抱負をどこにおいているのですか？

塩川:ディストリビューターとして「ウチでしかないもの」をもっと広げていくということと、お客様の満足度をさらに上げられるものは、何なんだということを追求していくということです。それは、サービス&サポートであったり、販売店様がお待ちではないインフラを提供したりすることです。それを続けていけば、必然的に、ディストリビューターとしてお声をかけてもらえるのではないかと思います。

大塚:価格以外の今の付加価値ビジネスを、大塚商会自身での成功例を通してお話していく。それに当社のこれを使ったら、販売店様も選択肢が広がるよという提案をしていかないかね。

塩川:今年大きく変わるのは、『BPプラチナ』です。電子発注システムが大幅に強化されて、Web上からいつでも発注、お問い合わせいただけるようになります。だから、周辺機器やパッケージ商品などの簡単な発注業務は、どんどん『BPプラチナ』に置き換えていただき、販売店様には本来の営業活動に注力していただきたいと思っています。

大塚:今のソリューション提案を、本当にもっと、当社が語り部として、きちんと説明して、それを信頼いただける体制まで持って行くということでしょうね。それは、お客様にもプラスですし、販売店様にとっても大切。大塚商会側も、その方向で全体が元気になるということを望んでいます。まさにビジネスパートナー様を大切にしていくということです。

『α Web』、『CTOセンター』、『データリカバリーセンター』など、いろいろなソリューションが用意されていて、その多くが大塚商会本体から切り離された、割とセキュアな環境で、提供できる体制が構築されている。それらが、まだまだPR不足というか、やはり、それを実績として信頼していただくというところには、まだ、道半ばであるということですね。

塩川:たとえば『たのめーる』も、昨年は、やり方が限られていました。当社では、販売店様は、『たのめーる』という当社商品名を使うのは得策ではないと考え、販売店様のロゴを使って、当社がバックで商品を送るという方式だったのです。しかし、なかには、うちは小さいんで、大塚商会に全部まかせて、『たのめーる』をそのままやりたいということも出てきました。しかしこれまで、それを提供するための仕組みがありませんでした。

何よりも「お客様の目線で物を考え実行することが大切です」



また、「請求だけは自分でやりたい。配達は大塚商会でやってもらいたい」というようなご要望もありました。それぞれの条件によりマージンも見直し、いくつかのパターンに対応できるようにシステムを改善しようと取り組んでいます。

当社の販売店様に対して、昨年10月末で『たのめーる』のTPSショップの加盟が400社でした。それを今年1,000社にしようとしています。今、一番差別化になるのは、そこだと思います。他社にはないソリューションですから。

また、CADビジネスも、他社がないものですから、差別化の材料です。CADの話があると、当社にお話しがきます。

大塚:CAD販売は、大塚商会自身が世界のトップレベルにあると思います。『AutoCAD』の出荷量は世界ナンバー1を10年継続しているし、三次元CADの『SolidWorks』も世界1位の出荷量です。

CADは生産財ですから、不況のときには撤退されたところも多かったのです。しかし、大塚商会はやめませんでした。逆に、コピーとコンピュータとそれからCADと、それぞれは昔はバラバラに動いていたものが、今は複合的に総合的な提案ができます。マルチベンダ環境で、最適なCADソリューションを、ご提案できるという意味でも、他社にはない強みだと自負しています。

● ともにお客様の目線で

大塚:大塚商会は一社でいろいろなソリューションを持っています。それを販売店の皆様にもきちんと提供していきます。もちろん、大塚商会の仁義はきちんと守るというのは大前提です。大塚商会の持っているさまざまなソリューションを使っていただくことで、販売店様のビジネスが拡がり、結果、当社のビジネスが伸びていく。そういう関係になりたいですね。

塩川:年度計画などの随所で、社長が仰っているスローガンにある『お客様の目線』ですね。お客様の目線に立って必要なものをすべて提供していくというのは、この卸ビジネスでもまったく同じだと思います。価格だけではなく、お客様が何を望んでいるかということを追求して、やってほしいことをきちんとやっていけば、自ずと実績は、ついてくると思ってます。

大塚:IT減税も2年目に入りました。昨年はいまひとつ立ち上がりが遅かったのですが、大企業から企業収益が回復しつつあるということは、徐々に下まで流れてきます。今は、製造業にしてもWebを使わなかったら入札にも参加できない時代ですから。

塩川:人間関係だけでコスト削減と生産性アップを目指すというのは、もうこの10年、皆様十分やってこられていると思います。その次のレベルに、もう一段ステップアップするとすれば、Webも含めたIT化メインの設備投資を断行する時期にきていますね。

大塚:Webを使って、海外や地方の工場と会社と連絡をとると、そういう意味では、コスト削減と生産性の向上に直結する設備投資ですし、一時からすると金融不安の不安感は少なくなってきましたから、やはり、中小企業は、今投資して前向きに経営を考えていく会社さんか、そうでないかの岐路に入っているのではないのでしょうか。販売店の皆様にとっても今年

最大のビジネスチャンスになるでしょう。バックヤードには大塚商会のインフラがありますから、自社のビジネス拡大にどんどん活用していきたいと思っています。



グリッドという未来

● 田中亘

グリッドコンピューティングという言葉を目にする機会が多くなっている。

その意図するところは、ハイパワーと利便性を兼ね備えた次世代コンピューティングの姿といえる。

しかし、実際のところハイエンドな情報処理や学術計算などが中心と思われがちで、実際のビジネスにどれだけ関係があるのか、わからない面も多い。

そこで、今回の特集ではグリッドコンピューティングというキーワードを紐解く形で、これからのビジネスの方向性を探っていく。

グリッドコンピューティングの概要

グリッドという言葉そのものは電気を伝える高圧送電線網(パワーグリッド)に由来している。複数の同時並行的な電力(コンピュータ)を相互に結びつけることによって、利用者が必要なときに必要なだけのエネルギー(演算処理)を得ようというテクノロジーの総称なのだ。グリッドの発想そのものは、決して目新しいものではなく、マルチプロセッサ技術やクラスタリングと同じだが、ここ1~2年のPCとITを取り巻くテクノロジーと環境の急激な変化により、新たに『グリッドコンピューティング』として注目が集まっている。その状況変化の経緯や傾向、そして可能性を理解することが、ビジネスへの可能性を見出すものとなるだろう。

グリッドを支える3つの基本テクノロジー

グリッドコンピューティングは次の3つの技術進化に支えられている。

1つは、この1~2年で飛躍的な進歩を遂げた『ブレードサーバ』の存在だ。サーバを一枚の基盤(ブレード)上に収め、その基盤をラックに任意の枚数取り付け、多重ノード化を容易にしたこの技術は、まさにグリッドコンピューティングに最適な存在といえるだろう。従来のサーバでも技術的には可能だが、通常の筐体が必要ノード数分並んでいる姿を想像すれば、ビジネスの分野では現実的でないことを理解できるだろう。

2つ目は『汎用ネットワーク技術の進化』だ。代表的なブレードサーバでは、ギガビットイーサなどの低コストの汎用高速回線技術の利用が当たり前になってきており、ネットワークの高速化とコストパフォーマンスの改善によって、今までのように回線速度が極度なボトルネックにならず、トータルパフォーマンスが向上が実現できるのだ。

そして3つ目に、これらの2つのハード的な環境を活用する一番大きな存在として、『ソフトウェアの進化』が存在する。複数のノードに分散しているサーバを使って、どのように効率よく効果的にグリッドコンピューティングを行うのか、それを制御するソフトウェアのパフォーマンスに期待できないならば、グリッド処理そのものが成立しない。

『グリッド』と『クラスタリング』似て非なるもの

グリッドコンピューティングが注目されるようになる以前、コンピュータの計算能力を高める方法は、マルチプロセッサ技術とクラスタリング技術という、大きく二つの進化を重ねてきた。

マルチプロセッサ技術は、改めて説明する必要もないほどに明確で単純な高速処理の手段だ。マザーボード上に複数のプロセッサを搭載し、演算を同時並行的に処理することで、高速化を実現している。しかしその処理分配方法は、プロセッサの設計レベルで決められており、技術の汎用性は存在しない。

一方のクラスタリング技術は、「多重化」という目的で使われることが多く、複数台のサーバを同時に稼働させ、どちらか一方に障害が発生しても、もう一方で稼働し続けることによって、サービスを停止しない仕組みなどに多用される。分配処理用の回線はATM(非同期転送モード)などの高速接続が用いられ、マルチプロセッサに比べ汎用性が増しているのが特徴だ。

これらの技術とグリッドコンピューティングの違いを明確にするキーワードは『接続技術の汎用性の度合い』ということになる。グリッドコンピューティングでは、高速回線をはじめ、今後もさらに進化するであろう汎用ネットワーク技術を最大限に活用

している。

しかし、『グリッド』と『クラスタリング』の違いは、接続方法の汎用性の違いだけなのだろうか。すでにオラクルのOracle9iでは、クラスタリング技術を用いた高度な負荷分散処理を可能にしている、ほとんどグリッドに近いソリューションを実現していたのだ。

『仮想化』と『プロビジョニング』こそがグリッドのキモ

乱暴にいってしまえば、従来の『グリッド』と『クラスタリング』との間に明確な差はない。各種クラスタリング技術の統合こそがグリッドコンピューティングの礎だからだ。

しかし、ビジネスにおけるグリッドコンピューティングとなると話は変わってくる。そこにはコンピューティングに対する柔軟性(スケーラビリティ)を追求する意味で、ハードウェアの仮想化とプロビジョニングが大きく関わってくることとなる。それらを見極めるには、具体的に利用されるビジネスシーンを知ることが重要だろう。すでに、オラクルの『Oracle 10g』のように、グリッドコンピューティングに向けて積極的に取り組んでいる例もある。次のパートでは、その『Oracle 10g』を中心として、データベースの分野で、ビジネスの可能性や方向性を探っていく。

オラクル『Oracle 10g』に見るグリッドの未来

オラクルの『Oracle Database 10g』は、グリッドコンピューティングのために設計された世界初のデータベースになる。これまで、『8i』『9i』という“Internet”を象徴するキーワードの“i”を掲げてきたオラクルだが、『10g』では“Grid”を意識する“g”へと変更し、これからのデータベースがあるべき姿を示している。

従来のシステムに潜む根本的課題を解決する『Oracle 10g』

まず、従来のシステムには、どのような課題があるのだろうか。

これまでのデータベースでは、当たり前のようにシステムごとにサーバが存在していた。当然、ある基幹系システムで利用しているサーバにおいて、締め日付近の稼働を100%するとすれば、残りの日数では相対的に10%にも満たない状態で待機していることになる。また、社内のイントラネットを利用されているサーバであれば、日中は90%くらいの負荷になっているのに、夜間や休日は0%に近い待機状態になる。つまり、システムごとのサーバにはその用途に依存する負荷と待機があるのだ。そのため、多くの企業では冗長的なサーバ構成を組まざるを得ない。つまり社内の情報資産には、多重な投資と無駄な待機時間が蓄積され続けていることになる。

この課題を解決するために、グリッド

コンピューティングではすべての情報資産を仮想的な一つの資源(リソース)として、必要に応じてリソースを迅速に再配分する。これが『仮想化』と『プロビジョニング』だ

『Oracle 10g』が実現するメリット

日本オラクル株式会社 マーケティング本部 本部長の清水 照久氏は、『Oracle 10g』が登場した背景について、次のように説明する。

「企業が求めているコンピューティングは『グリッド』へ向かっていると言えます。その背景には、各ハードウェアの技術革新をはじめとして、コストパフォーマンスに優れたブレードサーバの登場や、ストレージ共有技術があります。これらの技術によって、ハードウェアの仮想化やプロビジョニングが簡素化され、多くのハードウェアベンダーが、それを可能にする管理ソフトウェアを提供しています。当社は、これらの技術革新を

効率的に利用するデータベースとして『Oracle Database 10g』および『Oracle Application Server 10g』を提供します。『Oracle 10g』は、これまでのオラクルが築いてきたテクノロジーの延長線上にありながら、まったく異なるパラダイムを創造しようとしています。その一つの要素が『グリッドコンピューティング』です。その他にも、インストールが飛躍的に容易になったり、自動最適化やプロビジョニング機能など先進的なテクノロジーが数多く投入されています。『Oracle 10g』を導入すれば、データの移行やプラットフォームの変更など、規模の拡大や最適化に対して、多くの企業が大きなアドバンテージを得ることができるでしょう。中でも、『Oracle Application Server 10g』を活用すれば、システムの負荷に合わせてアプリケーションサーバそのものを増減できるという、柔軟で現実的なスケーラビリティを実現します。グリッドコンピューティングは、計算処理における経済性を根本的に変えるものです。グリッドコンピューティングの登場によって、コンピューティングのコストは大幅に下がり、逆に可能性は拡大します。それは、コンピューティング資源の可用性を拡張し、より高い生産性と品質の向上を可能にするのです」

グリッドのためのデータベース

『Oracle 10g』を技術的な仕組みで理解しようとする大変難解に思えるが、

を導入すれば、仮想化された膨大なリソースをそれぞれの部門で必要なときに最適に利用できるのです。我々の提供しているグリッドコンピューティングは、『9i』で実績のあるクラスタリング技術を基盤としており、お客様のビジネスにも安心してすぐに使っていただけるソリューションです。昨年12月のオラクルワールドでお見せした128ノードの実演(コラム参照)でもお解かりいただけるように、中小規模の企業で現実的な4ノード程度の構成から、今回の128ノードの構成まで、真のスケラビリティと稼働を約束しています。実演ではお見せできませんでしたが、『Oracle 10g』ではストレージグリッドも実現しています。コア技術として

ストレージの管理ツールを装備しているので、テラバイトを超えるペタバイト(1PB=1,000,000GB)にいたるまで、ASM(Automatic Strage Management)によって、管理者の手を煩わせることなく、効率のよいストレージグリッドを実現します(清水氏)

ここで重要なのは、128ノード化による処理の高速化よりも、メインフレームでも困難な演算処理の配分という課題を、『Oracle 10g』によるグリッドコンピューティングは、通常のサーバ(ブレードサーバ)群で実現してみせたということだ。このことはグリッドコンピューティングという技術が、既に実ビジネスに導入可能なことを意味しているのだ。

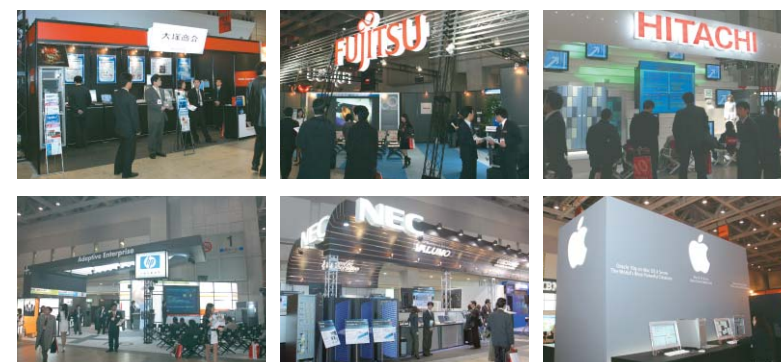
OracleWorld Tokyo開催! 『Oracle 10g』で128ノードを実演



日本オラクルは12月17、18の両日、東京国際展示場(東京ビッグサイト)において『OracleWorld Tokyo』を開催した。各社ブースが盛況を極める中、『Oracle Database 10g』による128ノードのクラスタリング処理の実演が行われた。

128ノードのブレードサーバは、ラックにマウントされた状態で、各構成機器の価格合計が定価で5,000万円を下回るという、圧倒的なコストパフォーマンスを誇る構成となっている。

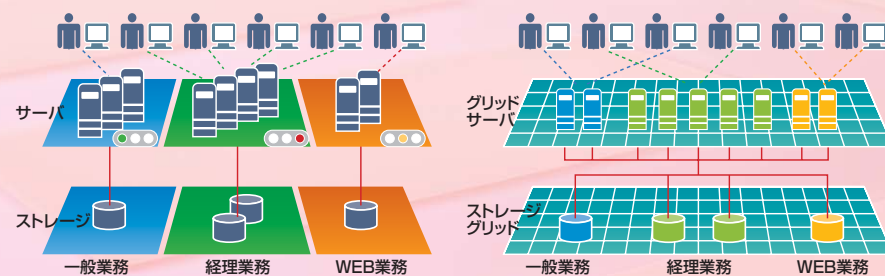
実演では、検索用のSQL文を128リクエスト同時に発行して、128ノードで各SQL文を平行に処理する「インターノード・パラレル・クエリー」を行った。そして、段階的に処理ノード数を上げていき、32ノード/約45秒、64ノード/約23秒、128ノード/約12秒と、数値は、ほぼニアにノード数によって処理能力が向上することを示した。実演の環境では、検索のみの処理しか計測されていないが、今後は更新処理が発生する「リード/ライト(検索と更新の競合)やライト/ライト(更新と更新の競合)」の実験も計画しているという。



いずれにしても、世界でも初といえる128ノードという最大規模のグリッドコンピューティングが、優れたポテンシャルと実用性を兼ね備えていることを実証した。

また、ハードウェアメーカー各社のブレードサーバ製品のデモンストレーションや、アドビシステムズ株式会社の『Adobe InDesign』『Adobe Graphics Server』と『Oracle 10g』の連携発表など、グリッドコンピューティング以外にも、各社の取り組みが披露された充実の2日間だった。

■グリッドコンピューティングとは



通常、締め日などピークの異なるそれぞれの業務にシステムの最大負荷を合わせるため、全体として冗長な構成になりやすい。

グリッドコンピューティングではパワールソースやストレージを要求負荷に合わせて再配分するのでシステムに無駄が起これにくい。

グリッドコンピューティングと『ビジネスチャンス』

次世代のメインフレームを目指す動き

グリッドコンピューティングが目指しているゴール。それは、『メインフレームの置き換え』だ。これまでの分散型サーバ環境では不可能だった処理も、グリッドコンピューティングを採用すれば、メインフレームよりも効率よく、さらにコストパフォーマンスに優れた基幹系システムを構築できる。また、グリッドコンピューティングには、業務処理や要求された負荷条件に合わせてノード数を変化させ、柔軟に対応できるスケラビリティがあるので、コストと処理性能の両面から企業の情報システムに貢献できる。例えば、運用における最大負荷が予測できないサービスでの導入や、月末や締め日にしか負荷のかからない業務処理に対して最適化された効率のよいノード分散を行えば、メインフレームやハイエンドのオープン系システムよりも遙かに優れたシステムを安価に構築できる。

もっとも、処理の内容によっては、グリッド化することによって反対に時間(コスト)がかかってしまうことがある。3D画像処理におけるレンダリングのように、複数に分割されたパートを複数台のノードで『並列的に処理』する場合には、グリッドコンピューティングは大きな威力を発揮する。しかし、衝突時の衝撃

シミュレーションなどのように、『計算する対象が連続して影響し合う処理』では、グリッドによる並列化はさほど有効に働かない。

グリッドコンピューティングと集中化

グリッド環境を利用する、ユーザやアプリケーションなどのクライアントは、自分のデータが『どの』ストレージにあるか、『どの』CPUで計算が行われているかといった、バックエンドの仕組みや特定の装置などに注意を払う必然はない。重要なことは『指定した計算が実行されること』と、『必要なときに最短で情報が届くこと』だ。一方、サーバ側にとってのグリッドは、自分たちの日常的な『やりくり』に例えると理解しやすいかもしれない。人が何か作業をするときに、延ばせない決められた納期があって、一人では目標を達成できないとわかれば、誰かに救援を求めるのが普通だ。サーバにも同じことがいえる。しかし、一人では不可能な納期も、複数人で処理すれば短時間で完了する。だからといって、常に人数を抱えているのでは非効率だ。そのためにはサーバが人に匹敵するような柔軟性や相互の互換性を確立する必要がある。日本のグリッド協議会(<http://www.jpgrid.org/about/>)では、グリッド技術の標準化を目指

してGGF(グローバル・グリッド・フォーラム)と連携した活動を続けている。

そして、適用分野ごとに最適な処理分配を行う仕組みが重要だ。IBMでは、具体的なグリッドの重要適用産業として、金融市場、ライフサイエンス、自動車・航空宇宙、行政をターゲットにしている。このように多くの産業分野において、グリッドコンピューティングによる情報資産の集中化や再配分は、大きなソリューションを提供可能なのだ。

『ユーティリティコンピューティング』への発展

グリッドコンピューティングが目指す方向性の一つに『ユーティリティコンピューティング』があり、利用者の利便性を高めるための取り組みとして注目されている。これまでの、目的や用途別に構築してきたコンピューティング環境を統合し、単一の環境で多様な対応を実現しようという取り組みだ。そのイメージは、ASPに近いかもしれない。

グリッドコンピューティングには、異機種のデバイスやシステムを統合したり、オペレーティング環境の費用対効果を向上させ、柔軟で安全性の高い仮想化された利用環境の作成を可能にするメリットがある。また、演算やデータ処理の需要変動に対して、柔軟なコンピュータ資源の増減ができ、運用に弾力性をもたらす。こうしたメリットによって、さまざまなビジネスのITニーズに対応できるだけでなく、これまでよりも利便性の高い情報環境を構築できるようになる。それは、今後も進んでいくサーバ統合やストレージ統合の先にあるもので、こうした利便性(ユーティリティ)を重視した情報システムへの発展や、拡張を目指したシステム提案が、これからの大きなビジネスチャンスになるだろう。

IBMが掲げる4つの適用分野

□ 金融市場(ビジネス分析と事業最適化の重点領域)

- ・ 高速解析グリッド
 - ・ IT最適化グリッド
- 金融取引処理を加速化し、金融取引市場における競争力を強化活用されていないコンピューティングリソースなどの活用を支援

□ ライフサイエンス(研究・開発の重点領域)

- ・ 高速解析グリッド
 - ・ 情報アクセスグリッド
- 演算数を増やし、創業にかかる時間の短縮などに貢献標準化されていない既存データや資産の有効活用を実現

□ 自動車・航空宇宙(エンジニアリング・製品設計の重点領域)

- ・ エンジニアリング製品設計グリッド
 - ・ デザイン・コラボレーション・グリッド
- 既存インフラを最適化することで支出管理を支援データ共有とワークフロー分散で、設計プロセスを高速化

□ 行政機関(行政機関の各種施策の重点領域)

- ・ アクセスグリッド
- 既存データリソースやその他の資産を活用し、さまざまなデータマイニングや関連付け、インターフェイス統一によるアクセスの単純化を実現

第5回 株式会社シマンテック

サーバ製品とクライアント製品の割合を
ユーザが自由に振り分けることができる

シマンテック・セキュリティ・ ライセンス・プログラム

近年、ポイント制などを導入することで、コストメリットを出すことにより、ライセンス購入のメリットを訴えるメーカーが増えてきている。しかし、シマンテックでは、ポイント制ではなく、サーバアプリケーションもクライアントアプリケーションも、まとめてライセンスを発行し、サーバであろうがクライアントであろうがまとめて、同様なライセンスを発行するというライセンス・プログラムを採用している。

欲しい製品を思いついたときに 利用できるライセンス・プログラム

セキュリティ市場で、大きなシェアを誇るシマンテックは、多くのメーカーが採用している、購入価格にポイントを割り当てるといったライセンス発行形態をとっていない。サーバの数やクライアントPCの数、使用するOSやネットワークのプラットフォームの種類にとらわれずに利用できる『シマンテック・セキュリティ・ライセンス・プログラム(以下『ライセンス・プログラム』)』というライセンス・プログラムを採用している。

セキュリティソフトにもサーバ用のものとクライアント用のものなどが存在するが、『ライセンス・プログラム』では、ライ

センスの区別をしていない。つまり、購入ライセンス数の中であれば、クライアント・サーバのセットの、サーバ用ソフトを何本使っても、クライアント向けのソフトを何本使ってもいいのだ。極端な話では、10クライアント購入して、サーバを10本、クライアントを0本という導入の仕方でもできる。

ネットワークの規模の変化などによって、サーバの数やクライアントPCの数が変動することはよくあるが、このライセンス形態であれば、構成が変わった場合でも、フレキシブルに対応できる。

さらに、このプログラムでは、対応OSなどの変更も、新たなライセンスを購入することなく行うこともできる。例えば、『Symantec AntiVirus Corporate Edition

8.1 for Workstations and Network Servers』に含まれるアプリケーションがサポートしているOSは、『Windows98』や『WindowsXP』などのWindowsシリーズから、『NetWare Server』まで広範に渡る。例えばサーバを切り替えるなどの事態が生じた場合でも、『Windows Server 2003』用のサーバソフトを使っていたライセンスで、そのまま『NetWare Server』用のサーバソフトを利用することもできる。

「ウイルス対策」などには ゴールドメンテナンスが標準添付

もともとサポートを受ける頻度が高いセットとなる「ウイルス対策」と「コンテンツ・フィルタリング」製品のライセンスに

Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1の対応OSと必要なライセンス

ご使用OS	対応製品			必要なライセンス(下記のいずれか)		
	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for Windows Client	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for Windows Server	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for NetWare Server	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for Workstations & Network Servers	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for Workstations	Symantec AntiVirus Corporate Edition 8.1 for Network Servers
Windows 95	△*	X	X	○	○	
Windows 98/98 SE	○	X	X	○	○	
Windows NT 4.0 Workstation	○	○	X	○	○	
Windows 2000 Professional	○	○	X	○	○	
Windows Me	○	X	X	○	○	
Windows XP Home	○	X	X	○	○	
Windows XP Professional	○	○	X	○	○	
Windows NT 4.0 Server/ Terminal Server (SP6a)	○	○	X	○		○
Windows 2000 Server/ Advanced Server	○	○	X	○		○
Windows Server 2003 (32bit)	○	○	X	○		○
Windows Server 2003 (64bit)	○	X	X	○		○
NetWare Server 5.x	X	X	○	○		○
NetWare Server 6.x (SP1)	X	X	○	○		○

*同梱のver.7.6で対応

注意:クライアントOSで使用する場合には「Workstations」または「Workstations & Network Servers」のライセンス、サーバOSで使用する場合には「Network Servers」または「Workstations & Network Servers」のライセンスが必要。

は、「ゴールドメンテナンス」というサポートが標準で添付する。

「ゴールドメンテナンス」には、ウイルス定義ファイルやその他のセキュリティ・アップデート、最新バージョンのソフトの使用権、電話・FAX・電子メール・Webなどを通じたサポートを受ける権利などが含まれている。

最新バージョンの使用権というのは、「アップグレードインシュアランス」と呼ばれているもので、ゴールドサポート適用期間中に、新バージョンが出荷された場合に、ライセンスメディアパックの購入のみで利用することができるというものだ。

10クライアント以下の場合 「Small Business Edition」

ライセンスの購入は、基本的には1サーバ・10クライアントから購入可能になっている。また、ライセンスの発行は販売店を通して行われるため、どうしても何日かの時間がかかってしまうが、店頭で購入できるパッケージならば、購入日にすぐに使い始めることもできる。

そうした場合には、店頭でも販売されている、10クライアント以下のライセンスを使用するユーザ向けの『Small Business Edition』を利用すればいい。その他に「5ユーザー・パック」「10ユーザー・パック」などのパッケージが用意されている。こうしたパックも、サーバとクライアントが含まれているものは、「10ユーザー・パッ

ク」であるなら、サーバとクライアントの数の合計が10以内で、ユーザが好きなようにインストールできるということは、通常のライセンス購入の場合と変わらない。

「システム管理製品」では ライセンスのみの購入も可能

「ウイルス対策製品」では、ライセンスに必ず添付されている「ゴールドメンテナンス」サポートだが、「システム管理製品」「ファイアウォール/VPN製品」「ポリシー監査/脆弱性検査製品、侵入検知製品」などでは、購入するかしないかを、ユーザが選択できる。「ゴールドメンテナンス」サポートを購入しなければ、当然ながらさまざまなサポートを受けられなくなるが、その分コストを低くすることができる。

ただし、「ゴールドメンテナンス」には、バージョンアップの権利なども含まれているため、バージョンアップしたいと思っても、アップグレード料金が発生するといった問題も生じる。「社内ですべて運用できるからサポートは必要ない」という理由だけで「ゴールドメンテナンス」を購入しないと決断せず、後々のことまで考えるようにしたほうがいいだろう。

価格のみの追求ではなく 運用面での利便性を追求

シマンテックのライセンス・プログラムの最も大きい特徴は、ライセンス数の管理を、OSやアプリケーションの種類

という壁を取り除いて行うようにしているところだろう。システム管理者などにとって、ライセンス管理は頭を悩ませることが多い部分だ。どのOS用のアプリケーションが何本、サーバ用は何本といった具合に分けて管理するより、トータルの数だけで管理できるほうが簡単になるのは明らかである。もちろん、購入するライセンス数が、多ければ多いほど価格面でのメリットも大きくなっていく。シマンテックのライセンス・プログラムは、価格面と運用面の両方に配慮されたものだといえるだろう。

シマンテック・ セキュリティ・ライセンス・ プログラムのメリット

ライセンス購入でコストを削減

ボリュームディスカウントが適用され、通常のパッケージ製品を購入するよりも1ライセンスあたりの価格は大幅に下がる。

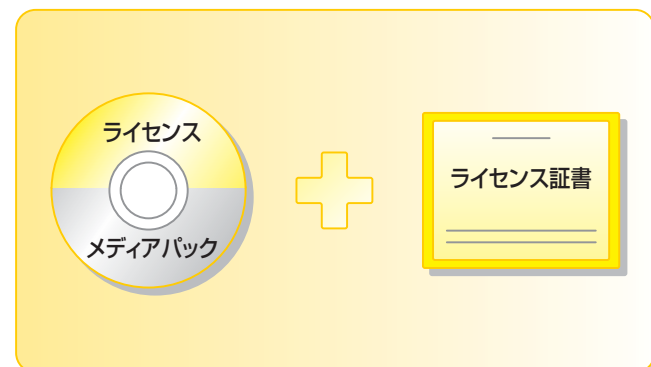
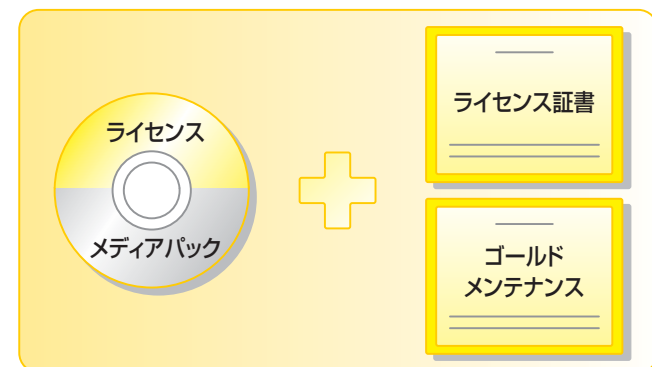
システム管理者の負担を軽減

各コンピュータでのソフトウェア使用権は、ライセンス証書で保証されるため、パッケージ管理やユーザ登録の手間が省ける。

セキュリティがより強固に

ライセンスを一括購入することで、部門ごとやユーザごとなどの個々で購入した場合に生じる思わぬセキュリティホールや脆弱性の発生などを防げる。

ライセンス購入2つのパターン



もともと基本的なセットとなる「ウイルス対策」と「コンテンツ・フィルタリング」製品のライセンスには、「ゴールドメンテナンス」というサポートが標準で添付する。「ゴールドメンテナンス」には、ウイルス定義ファイルやその他のセキュリティ・アップデート、電話・FAX・電子メール・Webなどを通じたサポートを受ける権利などが含まれている

「システム管理製品」「ファイアウォール/VPN製品」「ポリシー監査/脆弱性検査製品、侵入検知製品」などには、サポート等は不要というユーザもいるため、「ゴールドメンテナンス」は標準では添付されない。しかし、サポート等を受けたいという場合には、「ゴールドメンテナンス」をつけて購入することもできる

ITと勝ち組みの法則

【サーチ力の違い、オークションとEC】

インターネットを使って利益を出す。そのためにあるいくつかの方法の中で、直接の物販に結びつく電子商取引(EC:エレクトロニック・コマース)やオークションは、そのビジネスモデルが明確でわかりやすい。一時期の仮想店舗賞賛の時代は終わり、今はバーチャルとリアルの組み合わせが最適だと言われているが、果たして本当にそうなのだろうか。むしろ、ネットバブルの頃のECサイトは、インターネットの真の価値や意義を見出せないままに、ユーザから取り残されてしまったのではないだろうか。その意味について、とあるデータ検索システムのテクノロジーから考えてみよう。

第12回

田中 亘氏

筆者のプロフィール／筆者は、IT業界で20年を超えるキャリアがあり、ライターになる前はソフトの企画・開発や販売の経験を持つ。現在はIT系の雑誌をはじめ、産業系の新聞などでも技術解説などを執筆している。得意とするジャンルは、PCを中心にネットワークや通信などIT全般に渡る。最近ではビジネスモデルやサービスなど、経営とITが密接に関連した事例や記事を手がけることが多くなっている。

●儲かるECサイトの秘訣はどこにあるのか

以前に、この連載でHMVジャパンのECサイトを取り上げたことがある。同サイトでは、ジャンルごとに専門のスタッフがいて、最新のCDやお勧めの一枚などを丁寧に紹介していた。そうした努力と、HMVというブランド力が合致して、国内でも有数のECサイトとして売り上げを伸ばしていた。その一方で、ECサイトは立ち上げてみたものの、なかなか予想していたような売り上げに到達していない企業も多い。その理由の中には、ECサイトそのものの認知が低かったり、商品の紹介が不十分だったり、価格や商品が魅力的ではないなど、さまざまな要因が考えられる。儲かるECサイトでは、利用者が求める品物が妥当な価格で手軽に買えるかどうか、何よりも重要だ。それに加えて、サイトからの情報発信

によって、利用者の潜在的な購買意欲を刺激できるかどうか大きな鍵を握る。amazon.comのレコメンド機能は有名だが、そうした機械的な部分だけではない「接客」と同等の情報サービスが求められている。

しかし、一方でそれだけの手間をかけても、採算が取れるのかどうか分からないと、なかなか会社として取り組めないことも確かだ。ECサイトで販売する商品に余程の特殊性や優位性がなければ、すぐに同様の商品を安く売っているECサイトに顧客を奪われてしまう。あるいは、決済にかかる手数料や送料を計算すると、近くの店で買った方が安い、ということにもなりかねない。それだけに、いまや単にECサイトを立ち上げるだけでは、収益よりも出費の方が多くなりかねない。

儲からないからECサイトを出さない方がいいのか、それとも儲かる

ECサイトを育てていくのか。それはかなり高度な経営判断になる。また、ECサイトそのものを自社でホスティングするのか、xSP型のサービスに委託するのも迷う選択だ。ECサイトを自社で運営すれば、自由なサイトのデザインと柔軟かつ多様な検索キーを設定できる。自社のURLをそれほど積極的にPRする予算がなければ、とにかく頼りになるのは検索サイトでのヒット率になるからだ。その意味では、「サーチされる力」が問われている。

大なり小なり、人は購買という行為を楽しみたいと思っている。そして、何らかの商品やサービスを求めたいと考えている。そうした期待に対して、きちんと商品が検索エンジンにヒットしてくれるかどうかは、かなり重要な要素になる。また、検索エンジンがキーワードをヒットしたときに、その前後の関連する文章が、どれだけ手短かに端的に商品の特徴

を現しているかということや、利用者の購買意欲を刺激する内容になっているかなどが、そのリンクをクリックしてくれるかどうかを左右する。こうした地味だが基本的な情報発信をきちんとしているか否かが、ECサイトの売り上げに大きな影響を与えている。

さらに、日本では携帯電話によるアクセスも大きな市場になっているだけに、サイトのデザインにもさらなる工夫が求められる。購買にまで結びつかなくても、新製品の案内やサイトへの誘導などに利用できるかどうかは、集客数に大きく関わってくる。

これら一連の設計や運用をしっかりとやろうとすれば、やはり片手間で対応できない。また、一つのコンテンツをウェブブラウザの種類に合わせて自動的に変換したり、用途別に保存できるようなツールの活用も必要になる。さらに、ECサイトそのものにもシステムとしての工夫が求められる。例えば独自のポイント制や会員管理などのシステムだ。加えて、顧客情報を管理するとすれば、そのデータベース管理だけでなく、個人情報保護といった観点からのセキュリティや情報漏えい対策も求められる。今後は、そうした基本的なシステムとしてのインフラをしっかりと構築しているECサイトが、円滑で安全な運用を推進できるだろう。

一方で、こうしたことを自社ですべて賄うのは不可能と判断して、集合店舗型のECサイトに展覧したり、決済や顧客管理だけをASP型のサービスと連携したり、ホスティングそのものをアウトソーシングする例も多い。そうした選択は、自社のコアビジネスに集中するという意味においては、かなり賢い選択といえるだ

ろう。ITシステムの運用や保守にかかるコストと人的な資産を削減して、「店舗」としての「接客」に専念することは、ECサイトの成功にとって重要なポイントだ。

しかし、委託型のECサイトを運営するときの注意点は、先に触れた「サーチされる力」への配慮にある。例えば、販売したい商品が委託先サイトのデータベースに格納されている場合、通常の検索エンジンではヒットしない可能性が高い。また、サーチされたとしても、検索結果の一部からは商品の特徴や魅力などがわからないことも多い。

もちろん、自社でECサイトを運営している場合には、掲載商品が的確に検索できるシステムの提供が重要になる。商品点数が多くなれば、それだけ目的の商品に出会う確率は低くなる。それを補うためには、自社サイトの「サーチされる力」を高める必要がある。しかし、現実にはそこに大きな壁がある。その壁について解説する前に、ECサイトの強力なライバルともいえるオークション系サイトについて考えてみよう。

●成功しているオークション系サイトの特長

日本のオークションのサイトにはかなりの明暗がある。米国をはじめ海外で成功しているeBay.comは、日本での事業を撤退してしまった。変わって日本では、ヤフーオークションが会員数や取引数の面で優勢だ。これは、ヤフーのブランド力やサイトの認知度を活かし、会員数を獲得したことが大きな理由といえるだろう。オークション系のサイトでは、出品者も購買者も数の多さが重要になる。品揃えも購買量も、参加

者の数によって賑いと成約率が比例してくるからだ。

また、オークション系サイトでは、出展された物品を静的なページとして掲載しているケースが多く、検索エンジンでヒットすることが多い。そのため、ECサイトではみつけられない物品をオークション系サイトで発見する例も多々ある。

ECとオークション。どちらもサイトにアクセスする人たちが、何らかの物品などを購入するという目的は同じだ。しかし、二つのサイトには、大きな違いが一つある。それは、売すべき商品を出す側の違いだ。通常のECサイトでは、そのサイトを運営または利用している商店や企業ごとに、特定の方向性がある。それに対してオークションでは、何が出てくるかわからない。もちろん、ある程度の分類はあるとしても、すべての物品がその枠に収まるとは限らない。それでも、出品する側は少しでも多くの利用者に探し出してもらいたいと願って、さまざまな検索キーを設定する。ここでもやはり「サーチされる力」を意識した出品者の意欲が感じられる。

しかし、オークション系サイトの検索も万能ではない。そこにはやはり、テクノロジーの限界による壁が立ちあがっている。それは、データを探し出すデータベース管理システムの問題にある。

●RDBの限界

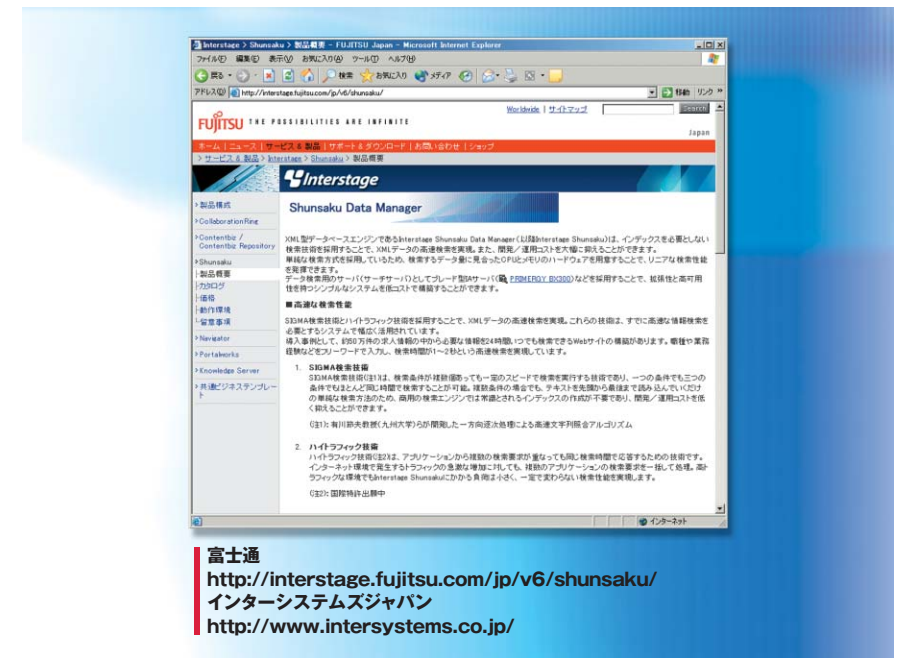
一般的に、何らかの情報を蓄積して利用するためには、データベースが利用される。そして、数あるデータベースの中でも、データを表のイメージで管理するリレーショナル型データベース管理システム(いわゆる

RDBMS:以下RDB)が使われることが多い。著名なOracleやDB2をはじめとして、Microsoft SQL ServerやオープンソースのMySQLにPostgreSQLなど、多くのデータ管理システムがRDBというアーキテクチャを採用している。そして、多くのECサイトやオークション系サイトでは、実用十分な検索能力を発揮しているように思われる。しかし、果たして本当にそうなのだろうか。もしも、もっとデータベースの検索機能が優れていたら、見落とされていた商品を利用者が探し出せるのではないだろうか。

その可能性を考えるために、RDBの技術的な限界を考えてみよう。インデックスの問題だ。

RDBのインデックスは、検索を効率よく高速にするために用意される特別な管理ファイルだ。ある検索要求に対して、いちいちデータベース本体を探しては、時間がかかるという理由から、あらかじめ検索される頻度の高いフィールドのデータだけを別ファイルとして管理し、検索要求に対して短時間での解決を試みる。そして、多くのECサイトやオークション系サイトで設定されている商品分類やキーワードなどが、このインデックスとして管理されている。

ところが、RDBにとって検索効率を向上させるインデックスには、大きな欠点がある。それは、インデックスを増やしすぎると検索性能が落ちるといふ点だ。また、フィールドの設計などを変更すると、インデックスの再編成や再構築が必要になる。そのため、一度運営を開始したサイトでは、余程のことがない限り、データベースの設計変更や更新は行わない。しかし、それが反対にその



サイトの「サーチされる力」を低下させ、競争力を失うことにもなる。

●XML型データベースファイルの夢と現実

RDBの限界を突破するために、いまいくつかの新しいデータベース技術が登場している。それは、決して新参者というわけではなく、10年から20年以上の実績のある技術だ。しかし、これまであまり日の目を見なかったのは、今ほどインターネットが普及して問題が表面化するまでは、誰もRDBの限界に注目しなかったためだ。

この半年で、筆者が取材などを通じて知った画期的なデータベース技術が二つある。富士通の「Interstage Shunsaku Data Manager」と、インターシステムズジャパンの「Cache(キャッシュ)」だ。富士通の製品は、XML型データベースファイルを活用したデータ管理システムで、RDBでは困難な多重階層型のデータ管理を実現する。例えば、一件の伝票をデータ化しようとするときに、

XMLのタグを使って1対nのデータ保存を可能にする。一方の「Cache」は、全世界88カ国で10万システム以上の導入実績を持つポストリレーショナル・データベースといわれ、オブジェクト型のデータ管理を実現している。

これらの新技術に共通した特徴は、RDBの欠点の克服にある。表の形式で制約の多いデータベースに対して、柔軟性と高速さによる革新を目指している。「サーチされる力」や「探す力」が、ITにおける新たな勝ち組を生み出す今、改めて自社システムやサービスにおいて、そのインフラとなるデータベースについて再考してみるべきではないだろうか。

今後の予定

- オープンソースの夢と現実
- ライセンス料と保守サービス料
- ERPからHRまで
- セルフサービスで成功するビジネス
- IT投資のキープポイント
- 全体最適化と営業支援
- オープン・システムを加速する
- 三階層モデルとアプリケーション
- 営業力を強化するには
- eCRMやSFAにモバイル活用
- …などなど

米国で関心高まる データアーカイブ

日本での浸透にはまだまだ時間がかかる？

第10回

大河原克行氏

Ohkawara Katsuyuki



米国では、企業でやりとりされている電子メールを保存しておく重要性についての議論が高まっている。

これは、日本で最近話題を集めているディザスタリカバリやビジネスコンテュニティという考え方とは異なるものであり、それらと区別する言い方をすれば、「データアーカイブ」あるいは「コンテンツアーカイブ」という観点で捉えることができる動きといえるだろう。

なかでも、金融サービス事業者や医療保険業界においては、電子メールのデータや患者の電子データを一定期間保存しておくことが証券取引法をはじめとする各種法律で義務づけられている。最近では、これを実施していなかった複数の証券会社に対して、8,000万ドルにのぼる罰金を支払うよう命じたという例も出ているほどだ。

また、これらの法規制の対象にならない企業においても、昨今では、電子メールを一定期間保存しておくといった動きが出ているのだ。

米国でこうした動きが注目されている背景にはいくつかの理由がある。

ひとつは、法規制の対象となっている企業に限らず、すべての企業は、州や連邦機関などからの問い合わせに対して、迅速に情報を提供しなければならない、という点だ。

現在、企業活動において、電子メールは欠かせない存在となっている。むしろ、業務連絡のほとんどを電子メールに頼っている企業が多いだけに、電子メールデータを保存しておくことは、直接、企業活動に関わる情報のほとんどを保存しておくことにもつながる。この点から、必然的に電子メールデータを保存しておくという仕組みが構築されたわけだ。

2つめには、訴訟大国という米国ならではの事情がある。

社内外から持ち込まれる企業や個人からの訴訟に対して、絶対的な証拠のひとつとして活用できるのが電子メールだ。米国のある調査によると、米国内の著名な企業は、平均125件もの訴訟を常に抱えているのが実態だという。これだけの訴訟大国のなかでは、電子メールデータが重要な証拠物件として提出されることも多く、機密情報の漏洩問題や社内のセクシュアルハラスメントに関する訴訟などの有効なデータとしても活用されている。

では、日本における状況どうなのだろうか。

外資系企業では本社の意向を受けて、データアーカイブに対する意識が強いようだが、日本に本社を置く企業では、国際企業といえどもまだ意識が低いのが実態といえそうだ。

ストレージベンダーや管理ソフトウェアベンダーによると、ディザスタリカバリやビジネスコンテュニティという観点でのデータバックアップ、レプリケーション、スナップショットとしての活用には高い関心があるものの、データをアーカイブしておくという考え方に関心を寄せる企業は極めて少ないという。米国のように、常に訴訟にさらされるという経験がないという市場特性や文化の違いが大きく影響し、必要性を感じていないという背景が大きいのは明らかだ。

また、企業の情報化投資予算が抑制傾向

にあるなか、直接利益を生み出さないデータアーカイブに投資をするという例は稀だ。戦略的投資に案件に比べると、どうしても後回しになってしまうのは否めないだろう。

だが、関係者の間では、日本においても、データアーカイブの重要性が今後は高まるであろうと指摘する声も出始めている。

欧米同様、電子メールが企業内外のコミュニケーションツールとして欠かすことができない存在になっているいま、この情報を、紙の文書やFAXの送受信文書と同様に一定期間保存しておくことの重要性に気がつきはじめている企業も多いからだ。電子商取引や電子政府の浸透、電子認証制度の導入などによって、取引を証明するといったシーンにも、アーカイブは必要とされることになるだろう。

さらに、訴訟や事件の際にも電子メールデータが証拠として活用される場面も出始めている。実際、公正取引委員会が証拠物件のひとつとして電子メールのデータを押収したという例もある。

また、別の側面から見れば、電子メールデータを、ストレージからアーカイブデータとして定期的に別のストレージに保存することによって、ストレージそのものの負荷を軽減できるというメリットもある。

ストレージの低価格化に加えて、ストレージ統合の進展や、プロビジョニングやオーケストレーションといった機能によって、低コストでより効率的なストレージ管理を行える環境もできあがってきた。情報ライフ管理という観点で頻りに利用するデータと、長期間利用しないデータを切り分ける提案のなかでもデータアーカイブの考え方はひとつの切り口になる。顧客への提案材料のひとつにしてみてもどうか。

大塚商会が推奨するLinuxアプライアンス製品



簡単に手軽に導入できる オールインワンサーバ『EasyNetBox』

『EasyNetBox』は、インターネットへ常時接続するために、低コストで多彩なサーバ機能を搭載したオールインワンサーバだ。安定性に優れたLinuxをOSに採用し、WWW、Mail、DNS、Proxy、DHCP、Firewallなど、インターネット接続に必要な機能をすべて装備。ハードウェア本体にOS、ソフトウェア、簡易設定ツールがインストールされており、そのうえ、Webブラウザで簡単に設定が行えるので、コマンドによる設定も不要だ。まさに、これ1台でインターネット接続に必要な機能を網羅。簡単に、早く、安く、手軽にインターネットサーバを導入できる。

サポートオプションの「Remote Support Service」を利用すれば、以下のサービスも利用可能になる。

・セキュリティパッチ自動更新

OSのパッチが作成された場合、監視センターからネットワークを通じて自動的に更新が行われるので、ユーザ側でメンテナンスをする手間を省くことができる。

・不正アクセス検知

外部や内部からの『EasyNetBox』への不正アクセスをリモートで監視。日進月歩の攻撃手法にも随時対応していくので安心して運用できる。

●『EasyNetBox』本体仕様・価格

Type	Cube	Cube RAID	Tower
CPU	Celeron 2.2GHz	Celeron 2.2GHz	Xeon 2.4GHz
Memory	256MB	256MB	512MB
HDD	40GB IDE	40GB IDEx2 (Raid 1)	36.2GB SCSIx2 (Raid 1)
ネットワークインターフェイス	WAN:10/100Base-TX x1 LAN:10/100Base-TX x1		
外形寸法	185 (H) x 200 (W) x 300 (D)	185 (H) x 200 (W) x 300 (D)	555 (H) x 226 (W) x 440 (D)
DATオプション	未対応	未対応	対応 (オプションで内蔵可能)
製品定価	¥328,000	¥398,000	¥598,000
年間サポート価格	¥180,000	¥228,000	¥276,000

・機械故障監視

ユーザ先の『EasyNetBox』のHDDやNICなどの障害もリモートで監視します。

このように『EasyNetBox』は、導入コストのみならず、管理コストも大幅に低減できることも大きなメリットだ。



ウイルス対策の手間を省く 『VirusShoot for EasyNetBox』

『VirusShoot for EasyNetBox』は、ゲートウェイ型のウイルス対策ソフトを搭載したインターネット・アプライアンスサーバで、インターネットの出入り口でウイルスをブロックし、社内LANを守る。Sophos社のエンジンを採用したウイルス対策ソフト『VirusShoot』をバンドルし、メールサーバでEメールを受信する前に添付ファイルを含めたウイルスチェックを行い、本来の宛先に転送する。「インターネットサーバを導入して、ウイルス対策の手間や費用をかけずに行いたい」というユーザにはまさに最適だ。

また、『EasyNetBox』と同様に、サポートオプションの「Remote Support Service」を利用すれば、セキュリティパッチ自動更新、不正アクセス検知、機械故障監視のサービスも利用できるので管理工数も軽減する。

●『VirusShoot for EasyNetBox』価格

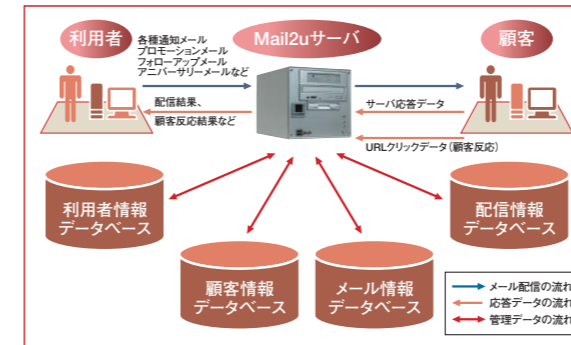
ライセンス数	30	50	100	250
定価合計	¥522,000	¥626,000	¥876,000	¥1,376,000

※ 上記価格には、「EasyNetBoxハードウェア」および「VirusShoot」が含まれます。
 ※ 上記価格は「Cube」モデル:定価¥328,000-の場合の価格例です。
 ※ 設置作業費用、および保守料金が別途必要となります。

メール配信管理機能を備えた 『Mail2u for EasyNetBox』

『Mail2u for EasyNetBox』は、ゲートウェイ型同報配信ソフトウェア『Mail2u』を搭載したアプライアンス型メールサーバで、メール配信管理機能を備え、ユーザの配信作業を強力にサポートする。さらに、投資効率の高いマーケティング手法であるEメールを活用したメールマーケティングを簡単・確実に実現することができる。

●『Mail2u for EasyNetBox』構成例



『Mail2u』を使えば、約10分で数千人の顧客にメール配信することが可能で、電話やFAXによる送信に比べて飛躍的な時間短縮となる。また、URLをクリックした見込み客へ電話やDMでフォローするなど、効果的なコミュニケーションミックスが可能で、自社サイトのURLをメールに書き込むことによって、EメールからWebサイトへの直接的な誘導も行える。さらに、ウイルスの一番の感染源である添付ファイルを送信しないので、ウイルスメールの過失配信のリスクも軽減する。

機能面も充実しており、メール同報配信機能に加え、エラーメール自動再送信機能、配信結果レポート機能、誤配信防止機能、予約配信機能などを備えている。

『EasyNetBox』のハードウェア2台と『Mail2uSS』(宛先件数5,000件まで)を含め、価格は113万6,000円。大量のメールを一括配信したいというユーザにはお勧めだ。

電子証明書ソリューション 『CertWorker for Linux』

現在、インターネット利用の安全性を確保するために、強固な認証システムの構築が求められている。そのためには、多くのユーザが容易に証明書を発行できるソフトウェア環境が必要になる。『CertWorker for Linux』は、そうしたニーズに応える電子証明書ソリューションで、電子政府・自

治体で標準的な認証方式であるデジタル証明書をユーザに安価に提供し、わかりやすいユーザインターフェイスによって証明書発行者の運用の手間も軽減する。

具体的には、『CertWorker for Linux』を導入することによって、次の5つのセキュリティ対策が実現される。

・情報漏洩防止 (機密性確保)

第三者によるデータの盗難を防止し、万一盗まれた場合でも悪用を阻止し、機密性を確保する。

・改ざん防止 (安全性確保)

データへの無許可のアクセスを防止し、データ改ざんを検知し、安全性を確保する。

・否認防止 (責任追及性確保)

「データを送信していない」という送信者の否認と、「データを受信していない」という受信者の否認を防止し、責任追及性を確保する。

・なりすまし防止 (本人性確保)

ユーザ認証を行うとともにリプレイを検知し、なりすましを防止する。

・取引先の特定防止 (匿名性確保)

取引を行った人物のプライバシーを守り、匿名性を確保する。

『CertWorker for Linux』は、Webアクセス、Eメール、リモートアクセス、無線LANなど、さまざまな方法で活用できる。例えば、Webアクセスを利用する場合は、WebサーバとWebクライアントが事前に相互認証を行い、互いの証明書を交換して暗号化通信 (SSL) を行う。これにより、インターネットショッピングや会員専用サイト、Webメールなどを安全に利用できるようになる。

なお、『CertWorker for Linux』は、Standard版とEnterprise版があり、それぞれの証明書有効期限は3年と無制限、証明書発行枚数は500と2,000になっている。

●『CertWorker for Linux』活用例

Webアクセスでの利用	電子メールでの利用
WebサーバとWebクライアントは事前に相互認証を行います。お互いの証明書を交換して暗号化通信 (SSL) を行います。	署名付き電子メールの送受信を行い証明書の交換を行います。交換後に暗号メールをやりとります。
利用用途 インターネットショッピング 会員専用サイトの利用、Webメール	利用用途 取引先企業・海外オフィスのメール交換 外出先、出張先などからのメール交換
リモートアクセスでの利用	無線LANでの利用
VPN通信 (IPsec) でリモートクライアントとVPN装置は相互認証を行います。VPN通信 (SSL) でリモートクライアントとSSL-VPN装置は相互認証を行います。	無線LAN通信で無線クライアントとRADIUSサーバは相互認証を行います。無線クライアントとアクセスポイント間は暗号化通信を行います。
利用用途 外出先、出張先などからの社内リソース利用 小規模拠点、海外オフィスからの社内リソース利用	利用用途 商談スペースやショールームでの無線LAN利用 一般オフィスや会議室での無線LAN利用 大学や病院などの無線LAN利用

今のショップに足りないもの

第12回 「Webカメラを活用して社内コミュニケーション向上を」 ● 島川言成氏

IP電話が注目されている一方で、Webカメラを活用したテレビ会議システムも注目されています。従来の企業で利用されていたテレビ会議システムは、専用機を使用するものでした。遠隔医療や放送局の要望に応えられるような高品質な水準を求める場合、そちらを選択することになりますが、ブロードバンド環境の普及と同調して、インターネットを活用したテレビ会議システムも注目されています。

最近のPCにはWebカメラが同梱されているケースが増えています。それだけWebカメラへの関心が高まっていることを証明しているといえるでしょう。

PCを利用したテレビ会議システムは、インターネットの接続環境次第で多様な構成を組むことができます。会議に利用するケースも考えられますが、場合によってはテレビ電話的なものになることもあるでしょう。遠隔地にいる人との会議に利用する状況も考えられますが、社内でのコミュニケーション活用ツールとしても注目すべきです。

映像メディアはテキストメディアと比較した場合、相互理解が非常に高まります。Webカメラに「これが新製品のモデルです」と提示された状態を想像してみてください。双方向性がありますから「ちょっと裏側を見せて」という要求を出すことも可能です。ADSLで実効速度1.5Mbps以上を確保できれば、多くのユーザが満足できるレベルの動画を見ることができるようでしょう。

社内において代表取締役の命令などを全事業所に向けて発表するというケースを考えてみましょう。フランチャイズビジネスなどに関わる中堅・中小企業でしたら、数百の事業所を抱えることも珍しくはないはずです。経営責任者が発する情報が、書面などに編集・加工されずに、ダイレクトに伝達されることは、スピード経営を重視される時代、非常に重要なことだと思います。

コストパフォーマンスを迫及できるWebカメラを利用したテレビ会議は、企業内研修に役立てることも可能です。所属長が開催する集合研修や製品説明会のメリットを否定するわけではありませんが、部署のスタッフの空間と時間を規制することも否定できません。大切な取引先とのミーティングのために出張に出かけることと製品説明会の、どちらを優先するのでしょうか。

ブロードバンドを活用すれば、遠隔地からでも製品説明会の様子を映像で確認することができることは言うまでもありません。社内情報を共有化することは強い企業になるために必須の行為だと考えられます。

音声のみでの説明が難しい商品として金融関係、製薬業関係の商品があります。昨年、話題になった総合ディスカウントショップのドンキホーテのビジネスを記憶されている読者がいらっしゃることでしょ。同店では店内のドラッグコーナー

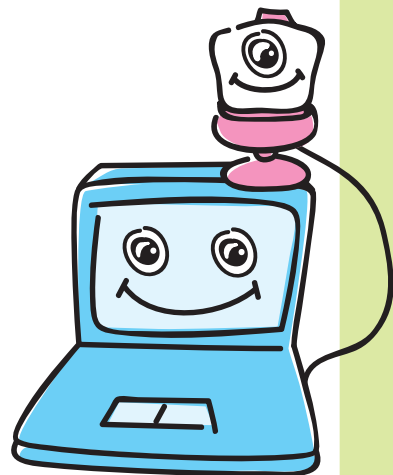
にテレビ電話を設置して、テレビ電話の向こうにいる薬剤師が消費者の相談を受け、薬品の販売を行ないました。

この行為に対して厚生労働省からは薬事法違反と指摘されましたが、石原東京都知事からは支持されました。全国的な薬剤師の不足という事情がありながら、ドラッグストアは出店ラッシュが続いています。そんな状態なのに薬剤師の常駐を求める薬事法という壁は大変悩ましい問題でした。薬剤師をテレビ電話の前に配置させることで、そうした問題を解決できるのです。

話が少しそれました。現在販売されているWindowsXP搭載パソコンには『Windows Messenger』が標準搭載されています。PCにおけるテレビ会議システムは、このパソコンにWebカメラ(ビデオボードが必要になる場合もありますが)を購入するだけです。WebカメラはUSB接続のものが多く、数千円程度のものから販売されています。USBで接続することは非常に簡単ですが、パソコンの処理速度が速いものでないとストレスを感じるかもしれません。もちろん最新モデルならば問題はありません。

パソコンはテレビ会議の端末にもなります。従来のテレビ会議システムも利用したいというなら、IP接続でLANのなかでテレビ会議システムを運用することが考えられます。大半のテレビ会議システムはITU-T国際標準のH232に対応しているはずです。ちなみに「Windows Messenger」もこれに準拠しています。

注意しなければならぬことは、テレビ会議で利用されるデータ通信の帯域の確保だだと思います。インターネットを利用したテレビ会議システム導入を考えられている人は、社内LANを構築したシステム管理者の見解を聞くべきだと思います。せっかく導入したのにストレスばかり蓄積するようなシステムになっては大変ですから。



島川言成

パソコン黎明期から秋葉原有名店のパソコン売場でマネージャを勤め、その後ライターに。IT関連書籍多数。日本経済新聞社では「アキハバラ文学」創作者のひとりとして紹介される。国内の機械翻訳ソフトベンチャー企業、外資系音声認識関連ベンチャー企業のコーポレート・マーケティング部長を歴任。現在、日経BP社運営のビジネスサイト「日経 SmallBiz」でIT業界の現状分析とユニークな提案をするコラムを連載中。PC月刊誌「日経ベストPC」では秋葉原のマーケティング状況をレポート。また、セキュリティ関連ベンチャー企業のマーケティング部門取締役、ゲームクリエイター養成専門学校でエンターテインメント業界のマーケティング講座も担当。