

B P

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.16

Presented by Otsuka Corporation

Navigator



特集

エンタープライズ市場へビジネスチャンスを拡大する
オープンソース・Linuxの全貌

第2特集

ビジュアルコミュニケーションでビジネスが変わる!
ビジネスチャンスを広げる
テレビ会議システム

[Up Front Opinion]

株式会社テンアートニ 代表取締役社長 喜多 伸夫氏
株式会社大塚商会 常務取締役 サービス&サポート本部 本部長 濱田 一秀
株式会社 大塚商会 取締役 ビジネスパートナー事業部担当 塩川 公男

Java&Linuxならばテンアートニとともに。
大塚商会ならではの万全のサポート体制で、
本格的にオープンソースビジネスへ。

R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

8P Up Front Opinion

株式会社 テンアートニ 代表取締役社長 喜多 伸夫氏
株式会社 大塚商会 常務取締役 サービス&サポート本部 本部長 濱田 一秀
株式会社 大塚商会 取締役 ビジネスパートナー事業部担当 塩川 公男

**Java&Linuxならばテンアートニとともに。
大塚商会ならではの万全のサポート体制で、
本格的にオープンソースビジネスへ。**

12P [CASE STUDY] Linuxソリューション
『LifeKeeper』で高可用性を実現した
Java&Linuxベースの大規模なWebシステムを開発

16P **巻頭特集**
**エンタープライズ市場へビジネスチャンス拡大する
オープンソース・Linuxの全貌**

24P [パートナー様向けWebシステム]
『BPプラチナページ』の注文履歴機能

26P **第二特集**
**ビジュアルコミュニケーションでビジネスが変わる!
ビジネスチャンスを広げるテレビ会議システム**

38P [おすすめ製品情報] BPパーフェクト・チョイス 無線LAN
ワイヤレスでシンプルにデータのやり取りを行える

42P [連載] ITと勝ち組みの法則 ⑩ 田中 亘
運用管理の最前線:キーワードはITIL

45P [コラム] しんのオラクルレポート oracle イン・さい・ダー!! ⑨
しん、OracleDirect 1周年 編
日本オラクル株式会社 藤原 慎氏

46P [連載] 今のショップに足りないもの ⑩ 島川 言成
時代は総合セキュリティサービスに向かっている

47P [連載] IT TREND WATCHING ⑩ 大河原 克行
デジタル家電需要の本番は、オリンピックのあと?

48P [データ] BP Navigator Ranking

54P ソフトウェアライセンス情報 ⑨ 日本アイ・ビー・エム株式会社

56P [CAD情報] CAD情報交差点
兼松エレクトロニクスのeエンジニアリングソリューション

59P [Partner Solution] 都築電気株式会社
中堅・中小製造業向けPLMソリューション

61P [Partner Solution] ソフトブレーン株式会社
eセールスマネージャー

63P BP事業部ソフトウェアカタログ

70P BP Navigator Back Number / AD Index

Java&Linuxならばテンアート二とともに。 大塚商会ならではの万全のサポート体制で、 本格的にオープンソースビジネスへ。



今年8月、東証マザーズに新規上場を果たした株式会社テンアート二は、大塚商会のオープンソース事業の中核を担うべく1997年5月に設立された企業です。以後一環してJava&Linux関連の製品開発および、企業情報システムの構築に注力し、有力企業を中心に数多くの導入実績をあげています。今回のアップフロントオピニオンは、これから本格始動と思われるオープンソースビジネスをめぐる最新情勢や、大塚商会独自の取り組みを中心に、株式会社テンアート二 代表取締役社長 喜多 伸夫氏と、当社常務取締役 サービス&サポート本部 本部長 濱田 一秀、当社 取締役 ビジネスパートナー 事業部担当 塩川 公男による鼎談をお届けします。

○ サポート期間が短いLinuxに 期間延長などの付加価値を提供

大塚商会 常務取締役 サービス&サポート本部 本部長 濱田 一秀(以下濱田):大塚商会では1997年にグループ企業として、株式会社テンアート二を設立し、Linuxに力を入れ始



株式会社テンアート二
代表取締役社長
喜多 伸夫氏

お客様やビジネスパートナー様に
信頼していただける
ポジションの獲得が目標です

めたわけですが、それが今年あたりから急激に伸びてきているという感じです。

その要因は何かというと、Linuxが持つサポート期間の短さという不安に対して、大塚商会とテンアート二様とで協力体制をしくことで、お客様に安心感が生まれたことだと思います。つまり、Linuxの導入を考える際に、一番の問題だったサポートを強化してきたということです。Linux系のOSのサポートは、普通は製品の販売が終了して3年程度で打ち切られることが多いですからね。そのサポートを延長できるようなサービスを、大塚商会とテンアート二様で提供することで、Linuxでサーバを運用しようという動きが出てきたということだと思います。

テンアート二代表取締役社長 喜多 伸夫(以下喜多):4~5年前に起こったLinuxブームの時には、無料のオープンソースOSということで、Webサーバや、メールサーバ用には普及しましたが、業務システム用のOSとしては、まだまだ機能が十分ではありませんでした。それが、最近は十分な信頼性をもったOSとなってきています。市場の機運も上昇してきていますし、もう一時的な『ブーム』ではなく、サーバ用途など普通に使える段階まで来ていると捉えていいと思います。大塚商会 取締役 ビジネスパートナー 事業部担当 塩川 公男(以下塩川):Linux市場に関しては、大塚商会の実績を見ても、去年から今年にかけて急速に右上がりで伸びているんです。

実際Linuxのディストリビューターとしては、テンアート二様のお陰もあって、国内では大塚商会グループが大きなシェアを占めています。その中でも卸となるBP事業部では、さらなるサポートの向上で『バリュー&ソリューション・ディストリビューター』としてLinuxビジネスに力を入れていこうと考えています。

濱田:そして『Windowsにしる、Linuxにしる、大塚商会ならどちらでも、製品自体からサポートまで、ワンストップでソリューションを提供できる』という体制を持っているということも、パートナーの皆様がのビジネスにぜひ活用していただきたいと思っています。

全国の
大塚商会の
技術者が
いるので
Linuxの
パートナー
様に高い
価値を
提供
できます



株式会社 大塚商会
常務取締役 サービス&サポート本部 本部長
濱田 一秀

○ オープンソースならではの素早い対応に 強力な技術スタッフによる安心を提供

喜多:特にLinuxはオープンソースとして、ソースコードが公開されていますから、セキュリティ問題などに関しても素早い対応ができます。このメリットは大きいです。そういう面からもWebサーバやメールサーバは、既にかなりLinuxに移行してきています。

塩川:そうですね。BP事業部としては『お客様にどのような付加価値を提供できるか?』ということで、ハードウェアやソフトウェアを含め模索していたんですが、その中で『関連会社でもあるテンアート二様がこんなに近くにあり、また大塚商会全体も前向きに対処しているのに、なぜオープンソースビジネスに手を付けていないのか?』と。そう考えまして、一年ほど前に、一部の大手のお客様達に提案を行って見たところ、大変大きな反響があったんです。

そこで、導入してみたいけれど、サポートの問題などで躊躇されている普通のお客様に対しても、よりお客様にとっての安心度と手軽さを高めたアプライアンスなどのソリューションを用意して、この市場をもっともっと開拓していこうと考えたわけです。



株式会社 大塚商会
取締役
ビジネスパートナー事業部担当
塩川 公男

成長著しいオープンソースビジネスを
バリュー&ソリューション・
ディストリビューターとしてサポートします

喜多: BP事業部様には「Red Hat Enterprise Linux」やアップデートサービス、アプライアンスサーバなどを意欲的に取り扱っていただき、本当に感謝しております。サポートに関しても、大塚商会様のLinux技術者の皆様と協力して、より高い信頼を得るよう努力してきた結果が、今の市場の高まりにでてきているのだと思っています。

濱田: テンアート二様のサポートノウハウに加え、大塚商会に

は現在Linux系の技術認定者が200名ほどいます。これらの技術者が、全国の大塚商会の各拠点に散らばって、導入後のサポートを行っているわけですから、今後この市場に参画しようというビジネスパートナーさんにとって見れば、心強い限りだと思います。

喜多: 我々の強みというのは、LinuxやJavaなどのオープンソースのビジネスに対して『誰がサポートするんですか? どう具体的に使うんですか?』という部分への解決策を、きちんと提案できるという所です。

○ 段階を踏みながらも進行している『UNIXとのリプレイス』

喜多: 実際のビジネスとして、私が今感じているのは、『Red Hat Enterprise Linux』などの登場により、従来UNIXが占めていた基幹系などの大規模なエンタープライズサーバの領域にも、Linuxが入り始めているということです。

特にUNIXのハイエンドの方の市場というのは、Windows系のサーバなどとは、価格帯も含めて、全く別次元です。その分野に導入できる、エンタープライズ向けのLinuxが登場してきたということは、費用対効果から考えても大きなビジネスチャンスになります。

濱田: UNIXのリプレイスという市場の規模は、非常に大きいですね。コストパフォーマンスを考えれば、当然Linuxが取って代わっていくことになると思います。



喜多: 経済産業省が、オープンソースソフトウェアを強力に後押ししていることもあって、自治体によっては、Linux導入にかなり積極的ですし、金融系の企業などでも導入が始まっています。ただ、日本国内での特性として、他所の導入ケースを見ながら、徐々に自分の所にも導入していこうという考えがあります。ですから、流れとしては、まずWebサーバなどに導入して、様子を見て、それから基幹系の置き換えに、という順番になると思います。

○ OS自体からインフラまでのトータルソリューションを提供

喜多: 今後の方向性としては『EasyNetBox』のように、簡単に導入できる、アプライアンスサーバでの市場獲得がまずあります。オープンソースへの『食わず嫌い』を無くしてもらおうと(笑)

濱田: Linuxの操作性を意識させないというのも、アプライアンスサーバの、これまでにない付加価値であるわけですからね。

喜多: ええ。問題なく利用いただけると思います。ただ、広い意味での浸透として、クライアントOSの分野への普及は

これからでしょうね。日本ではローカライゼーションの問題がありますから、そこが改善される必要があります。Linuxは、アメリカでは相当数がデスクトップPC用としてディストリビュートされていますので、将来的には期待できる分野だと思います。またその他にはキオスク端末用OSのように、機能的には多機能ではなく、単機能に絞った形での浸透も進んでいます。

そんな中で、当社としての具体的な目標としては、これまでのLinuxの展開に加えて、アプリケーションサーバとしてOSの上に乗るレイヤーのサポートであったり、アプリケーション部分などの開発を強化することです。将来的には『OSからWebアプリケーション開発まで、オープンソースならテナアート二に訊けばなんとかなる』と、お客様やビジネスパートナー様に信頼していただけるポジションを獲得できるよう努力して参ります。

塩川: 今回の東証マザーズ上場でもおわかりのとおり、市場の期待も高いようです。販売店のみならず、これをきっかけとして、大塚商会とテナアート二様の強力なサポート体制をバックに、安心して、どこよりも「売りやすい」オープンソースビジネスに本格的に取り組んでいただければと思います。本日は、どうもありがとうございました。

● 株式会社テンアート二

テンアート二は、LinuxとJavaを主としたオープンソースビジネスのリーディングカンパニーとして、1997年の創業以来Linuxシステムの構築、Javaを使ったWebシステムの開発で、業界トップクラスの実績を誇っている企業です。早期段階からの実績をベースに培った各種ノウハウと、日進月歩で進化するLinuxとJava技術への意欲的な対応で、最先端の製品と安心して導入いただけるサポートサービスを提供しており、大塚商会との強力なパートナーシップと共に、末端のユーザーやビジネスパートナーの皆様への、価値創造に意欲的に取り組んでいます。



<http://www.10art-ni.co.jp/>



特集

エンタープライズ市場へビジネスチャンスを拡大する

オープンソース・Linuxの全貌

オープンソースであるLinuxは、コスト削減やセキュリティを重視する企業ユーザーに支持され、企業内システムにおいて瞬く間に普及した。そして今では、高可用性と高信頼性が求められる、大規模な基幹業務システムなどのエンタープライズ市場にも、積極的に導入されるようになり、Linuxの活用範囲は大きく広がっている。そこで今回は、ビジネスチャンスがますます拡大するLinuxの優れた特性や市場動向などをまとめてみた。

オープンソースのLinuxとは何か？

「オープンソース」や「Linux」といった言葉が、新聞などでもよく扱われるようになってきている。サーバの領域では、既に非常に大きなポジションを占めるようになってきている「Linux」を中心に、オープンソースについて述べたい。

ソースコードを公開する オープンソースのメリット



オープンソースとは、インターネットなどを通じてソフトウェアの設計図にあたる、ソースコードを無償で公開し、その改良や再配布を誰でも自由に行うことができるソフトウェアのことである。ソースコードがあれば、そのソフトウェアの類似品を作成したり、その技術を転用することが容易になる。そのため、通常、企業では自社開発したソフトウェアのソースコードは公開せず、他社に供与するときには高額なライセンス料を取っている。それに対して、オープンソースの考え方は、ソースコードを公開することで、有用な技術を共有し、その開発に世界中の技術者が参加できるようにすることで、より完成度の高いソフトウェアを世に送り出そうという思想に基づいている。

オープンソースで開発されたソフトウェアには、UNIX系OSのLinuxやWebサーバ『Apache』などがある。これらオープンソース・ソフトウェアが普及した要因としては、まず無償で使用できるという点が挙げられる。これにより、システム構築における投資コストを大幅に抑えることができる。さらに、多くの技術者が開発に参加しているため、ソフトウェアの問題点が十分に検証されるため、セキュリティも高いといわれている。そのうえ、特定のベンダーに縛られにくいという利点もある。こうした理由から、政府や自治体では特に注目されている。

企業に急速に普及したLinux ミドルウェアが豊富な点も魅力



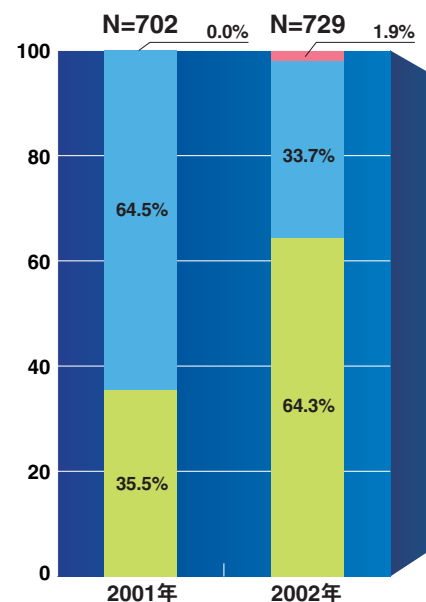
とりわけ、Linuxは、コスト削減の切り札として、企業内においても急速に浸透しており、すでにインターネット・サーバの定番となっている。そして、今ではミッションクリティカルな基幹業務システムにも、十分対応できる環境が整いつつある。IDC JapanのサーバOS市場予測(2003年3月

発表)によると、2002年のサーバOS市場におけるLinuxの台数シェアは7.3%で、UNIXやWindowsに比べて高い成長率が見込まれており、2007年にはLinuxが15.9%のシェアを占めると予測されている。ただし、これはサーバに搭載されて出荷されたOSや、ライセンス販売されたOSの台数に基づいたものなので、Linuxが無償で使用されたケースも含めれば、実際には、より多くのLinuxサーバが使用されていることになる。

特にLinuxは、そのOS上で安定して動作する、オープンソースのミドルウェアが豊富に揃っていることも大きな魅力である。例えば、RDBMS(Relational Database Management System)『PostgreSQL』やWebサーバ『Apache』、メールサーバ『sendmail』、ファイルサーバ『samba』といった定番ソフトに加え、グループウェア『サイボウズ ガルーン』やクラスタリングソフトウェア『Lifekeeper』などもある。そのため、企業ユーザーは、Linuxをベースにした各種システムを安心して構築・運用できるようになった。

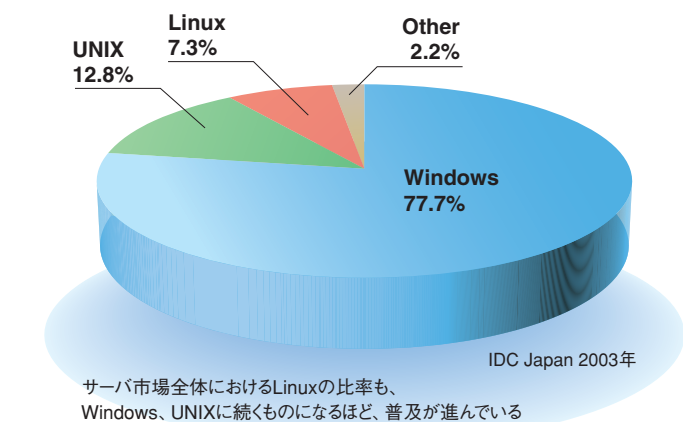
◆ Linuxサーバの導入有無 (2001~2002)

導入している ■ 導入していない ■ わからない ■



2001年と2002年のデータだが、何らかの形で「Linuxサーバ」を導入している企業の数は、年々増加している

◆ 国内サーバ市場 OS別出荷台数シェア (2002年7月~9月期)



サーバ市場全体におけるLinuxの比率も、Windows、UNIXに続くものになるほど、普及が進んでいる

システムのパッケージ化を行う ディストリビュータ

Linuxは、オープンソースという特性上、さまざまなパーツを組み合わせて利用することが多い。しかし、専門知識のないユーザーには、非常に難しい作業になる。そこで、Linuxをパッケージ化してくれるディストリビュータが必要になるのだ。

Linuxディストリビュータが 必要なパーツをパッケージ化



もともとLinuxは、フィンランドの学生であったリーナス・トーバルズ氏が中心となり、1991年にUNIX互換のOSとして開発されたものである。彼らが開発・提供しているのは、主にOSの中核となるカーネル部分であり、OSとして機能するためのパーツは、さまざまなコミュニティのプロジェクトによって開発が進められている。そのため、ユーザーがLinuxをOSとして利用する場合は、これらのパーツを個別に付け足していく必要がある。しかし、専門知識のないユーザーが、実際に必要なパーツを組み込んでいくというのは、決して容易なことではない。そこで、ユーザーの手間を省くため、OSとして使用できる基本的なパーツやアプリケーション、さらにはサポートサービスを含めてパッケージ化し、提供するディストリビュータが登場した。この存在は、Linuxが世界中で普及するようになった大きな原動力となった。言い換えれば、一般のユーザーが、Linuxを手軽に利用するた

めには、オープンソースをそのまま使うよりも、Linuxディストリビュータが提供しているパッケージを利用する方が、得策といえるのである。

例えば、Linuxのセキュリティホールが新たに発見された場合、ユーザーは直ちに修正プログラムのパッチを当て、対応しなければならない。ところが、サーバ1台ならまだしも、それが100台、1,000台にもなると、その1台ごとにパッチ当て作業を行うのは不可能に近い。そこで、こうした問題を解消するため、Linuxの代表的なディストリビュータであるレッドハット社では、RHN(Red Hat Network)という仕組みを提供している。これは、セキュリティホールなどの問題点に対する自社検証が終わり次第、ネットワーク経由でパッチを配信し、サーバを止めることなく安心してアップデートできるというものである。

導入後のメンテナンスを考え 信頼性の高い製品選びが重要



また、ディストリビュータが提供している

パッケージのことを、ディストリビューションと呼ぶが、Linuxを採用する企業にとっては、その選択も重要なポイントになる。ディストリビューションに組み込まれているモジュールは、少なくとも700~800種類もあり、それらはディストリビューションの種類によって異なる。その理由は、主にディストリビュータの開発環境と、ディストリビュータが提供しているローカルパッチの違いによるもので、実は、このローカルパッチが思わぬ問題を引き起こす要因にもなっている。したがって、Linuxのディストリビューションであれば、何でもよいというわけではなく、『Red Hat Linux』のような、企業システムにおける導入実績が豊富なディストリビューションを選びたい。特にLinuxを企業の基幹業務システムで運用していく場合は、アップデートなどのメンテナンスを考えなくてはならない。そうすると、長期的な視野で快適に運用できる、信頼性の高いディストリビューションを選択することが重要となるのである。

エンタープライズLinuxで 基幹業務システムにも対応



Linuxが企業内に導入され始めた当初は、インターネットのフロントエンドのWebや、メールなどのネットワークサーバや、ファイアウォールなどのアプライアンスサーバに使用されることがほとんどだった。ところが現在では、アプリケーションサーバやデータベースといった、ミッションクリティカルな基幹業務システムにまで拡大し、UNIXシステムからのリプレース需要が急増している。実際、他の市販のOSと比較してみても、安定性やセキュリティの面で、決して劣っていないことは、すでに多くの事例で実証されている。むしろ、セキュリティの面では、ウイルス感染などの危険性が高いWindowsよりも安心だという声をよく聞く。また、サポートサービスに関しても、ディストリビュータ各社の体制はそれぞれ十分に整備されている。主要なハードベンダーやソフトベンダー、さらにはSIベンダーも、Linuxの企業導入に積極的に取り組んでいる。そのため、Linuxの主要な商用

ディストリビューションを導入する限り、運用面での不安材料は特に見当たらない。

ただし、基幹業務システムに代表される「エンタープライズ」分野では、ほんの数分間のシステムダウンが日常業務やビジネス活動に大きな支障を引き起こす場合がある。これによって、多額な損失を招くおそれもあるため、信頼性と可用性の向上が大きな課題となる。しかし、こうした問題も今では確実に解消されつつあり、わずかなシステムダウンも許されない、ミッションクリティカルな領域で、実際にLinuxが導入されはじめています。

システムダウンが許されない 通信業界もLinuxに大きな期待



その顕著な例が通信業界におけるLinuxの導入である。通信事業者の守備範囲は、かつては電話による音声通話がほぼすべてだった。ところが、IPネットワークとの統合が進むにつれ、大容量の動画や音声データを、高速にやり取りする領域にまで拡大してきた。そのため、通信事業

者各社は、自社の通信システムの強化や再構築を迫られている。しかし、従来のようにメインフレームや商用UNIXを使った独自のシステムを開発すると、昨今のような市場ニーズの急激な変化に柔軟に対応することが難しく、その都度、システムを再構築するとなると莫大なコストがかかってしまう。そこで、その問題を解消するため、通信業界では、Linuxに注目をした。Linuxをプラットフォームに採用することで、低コストでスケラビリティに優れたシステムを構築できると期待したのだ。そして、Linuxの推進団体であるOSDLが、「キャリアグレードLinux」のワーキンググループを発足し、通信事業のシステム利用に耐えうる要求仕様をまとめた。すでにそれに準拠したハードウェアが製品化され、一部の通信事業者でテスト運用が始まっている。

特に通信業界では、年間で5分間のシステム停止が限度とされており、その厳しい環境下でLinuxが導入できるということは、当然のことながら、一般企業の基幹業務システムでも十分な信頼性と可用性を確保できることを意味している。



Linuxの最大のシェアを誇るディストリビュータが、『Red Hat』のブランドを有するレッドハット社
URL : <http://www.jp.redhat.com/>



OS自体のパッケージ化を行うのではなく、ソリューションやサポートを提供するテナント二のような会社もある
URL : <http://www.10art-ni.co.jp/>



日本ヒューレット・パカードなどは、Linux対応のサーバをリリースしている(写真はLinux対応サーバ「HP ProLiant DL585」)



エンタープライズ向けの「キャリアグレードLinux」のワーキンググループの発足を行うなど、Linux業界の中核を担う「OSDL」
URL : <http://www.osdl.jp/>

オープンソースビジネスを支える Linuxソリューション

ここでは、Linuxソリューションの代表例として、Linuxで最大のシェアを誇るレッドハット社のLinuxと、エンタープライズ向けのHA (High Availability) クラスタを紹介する。

エンタープライズ用途に最適な 『Red Hat Enterprise Linux』

エンタープライズ用途に最適な製品として、レッドハット社の『Red Hat Enterprise Linux』がある。同製品は、ミッションクリティカルな企業システム向けのLinuxプラットフォームで、高可用性と信頼性に優れたビジネスインフラを高レベルで実現する。クライアントから大規模サーバまで対応する3製品をラインアップし、このうち、『Red Hat Enterprise Linux AS』は最上位に位置する製品で、大規模ユーザーやデータセンターなどのプラットフォームに対応する。また、『Red Hat Enterprise Linux ES』は、Linux環境で最も利用されている、フロントエンドのエッジサーバから中規模の部門サーバまで幅広く対応。さらに『Red Hat Enterprise Linux WS』は、上位2製品のクライアント環境で最適に動作する。各製品は、カーネルやライブラリなどのコンポーネントを共通化しているため、製品ファミリーを組み合わせ



ミッションクリティカルな業務にも対応可能という、信頼性の高い『Red Hat Enterprise Linux』

ることで、一元化されたユーザー環境が実現できる。

また、旧バージョンである『Red Hat Linux』のディストリビューションサポートが終了した後も安心して利用できるように、大塚商会では、『Linuxアップデートサービス』を提供している。同サービスは、テナートニが、レッドハット社のサポート終了から3年間、新たに発見されたセキュリティホールなどのパッチファイルを作成し、ユーザーに継続的に提供するもの。例えば、2004年4月末にディストリビューションサポートが終了した『Red Hat Linux 9.0』は、1年ごとの更新で2007年4月末まで継続的にアップデートサービスを受けることができる。

高可用性を容易に実現する HAクラスタ『LifeKeeper』

エンタープライズ用途では、システムの24時間365日の連続稼働が求められる。これは、複数のサーバマシンを使用して冗長化させるHA (High Availability) クラスタシステムを構築することにより、障害時におけるシステムの停止時間を最小限に抑えることができる。具体的には、実稼働しているアクティブサーバに何らかの障害が発生した際に、待機しているスタンバイサーバに自動的にサービスを引き継ぐことで、ユーザーは障害発生に気づくことなく、サービスを継続的に利用できるようになる。

このHAクラスタシステムをLinuxベースで容易に実現するのが『LifeKeeper』だ。同製品は、米国のSteelEye Technology社が開発したHAクラスタソフトウェアだ。

複数の障害検知機能により、同じ共有ディスクに接続されて



『LifeKeeper』は、高度なクラスタ機能などを、JAVAベースのGUIで、非常に簡単に操作を行うことができる

いるノード間でのシステムの障害を自動的に検出できる。その際、アプリケーションの処理は、他のノードへ引継がれ自動的に復旧する。また、インストールや運用・保守は、JavaベースのGUIにより簡単に行え、さらにWebブラウザベースでリソース管理を行えるため、運用管理にかかる負担を軽減する。

すでに全世界で3,000ライセンス以上の導入実績があり、99.99%の稼働率、すなわち、年間約53分の停止時間という、エンタープライズレベルの高可用性を実現している。

現在、「テレビ会議システム」の市場が急速に拡大している。コストの削減や、意思決定のスピードアップという業務上の必要性と、IP接続等のネットワークや「テレビ会議システム」自体の性能やクオリティの向上、低価格化が主な要因だ。また、「テレビ会議」だけにとどまらず「ビジュアルコミュニケーション」の分野は、新たなニーズとビジネスをも生み出している。今、ブロードバンドの普及で、「テレビ会議システム」の市場にもネットワークシステムの構築力が求められている。私たちはこれを見逃すわけにはいかない。さらに、「テレビ会議システム」同様に、市場が広がっている、遠隔地の映像を確認・監視する「モニタリングシステム」も合わせて紹介する。

ビジュアルコミュニケーションでビジネスが変わる！

ビジネスチャンスを広げる テレビ会議 システム

ビジネスシーンを一新する テレビ会議システム

出張コストの削減に、意思決定のスピードアップなど、様々な恩恵をもたらすのがテレビ会議システム。導入と運用に掛かるコストもかなり安くなっている。

会話の基本の「Face to Face」を実現するテレビ会議

テレビ会議というと、大企業で社長の挨拶を全社員に向けて行ったり、会議に参加できない重役がミーティング参加のために利用するという大仰なイメージがある。しかし、通信コストとテレビ会議システム自体の低価格化が進むことで、出張コストの軽減や遠隔地どうしのミーティングといった、通常の業務に密接に関わった用途が増えてきている。

例えば、東京・大阪間での出張しての会議を考えてみれば、1人が往復する新幹線代だけで約3万円かかる。さらに、移動中で何もできない6時間という往復時間の人件費を加えるとかなりの金額になる。それを何人も、何回も発生することを考えれば、導入コストがある程度かかっても、長期的に見ればテレビ会議システムのほうが安くなることは明らかだ。

会議といえば、電話会議などもあるが、やはり話し合いの基本は「Face to Face」である。さらに、複数対複数という形の会議になると、電話の声だけでは誰が発言しているかも分かりにくい。もちろん、テレビ会議も膝つき合わせてというわけではないが、電話だけで話すのに比べれば、相手をずっと身近に感じることができる。何回も会議を繰り返すような場合は、テレビ会議を使って何度か会議を行い、最後の話

めの部分だけは、実際に会ってミーティングを行うというのも効果的だ。つまり、テレビ会議というシステムは、コスト削減も大きいですが、今までほとんど行われなかった、遠隔地どうしの打ち合わせレベルのものを簡単に行うことができることによる、「情報の共有化」の推進という効果も生むのだ。

テレビ会議システムで大事なのは音声の品質

以前は、ISDNを使ったテレビ会議システムが多かったが、最近はADSLや

光回線といったブロードバンド回線を安価で使うことができるため、ランニングコストは下がり、画質や音質は上がっている。テレビ会議を行う場合、特に重要なのは、画質よりも音質のほうだ。会議の基本は会話であるため、画面が少々乱れるのは許せても、音声が聞き取れないとスムーズな会議にはならないのだ。

通常のアナログ電話の音声帯域は、3.4kHz相当であるが、従来よりもいい音質を出すには、さらに大きなデータ転送域を確保する必要があった。しかし、ポリコムの「VSXシリーズ」の音声



テレビ会議システムでは、会話相手の顔を見ることはもちろん、PCに表示されるアプリケーションの画面を表示・操作しながら会議を進めることもできる

第2特集

の帯域は、アナログ電話の4倍以上となる14kHzを、従来のデータ転送域で可能にしている。

このように、音声の帯域を上げることで、よりストレスのないコミュニケーションが可能となる。当然、テレビ会議用のシステムを導入する場合には、単にテレビ会議用のハードウェアのみではなく、回線やLAN環境まで含めた総合的なソリューションとして考える必要があるのだ。

双方向システムのテレビ会議でビジネスクオリティの向上を促進

全社会議、各部門会議、勉強会はもちろん、規模を問わず日々の打ち合わせにテレビ会議システムは使われる。「電話だけ、声だけだと、相手と打ち解けあうのに時間がかかるが、頻りに顔を合わせることで、顔が見えることで親近感がわく」「コミュニケーションも良くなり仕事がスムーズに運ぶ」と社員も語る。会議は大勢のスケジュールを抑えるのが一苦労だが、テレビ会議なら複数拠点の人を簡単に集めることができ、時間も有効に使える。出張だと

その人の範囲でしか物事は決められないが、テレビ会議なら必要な人間全員が顔を揃え、短時間にその問題を共有し決断を下せる。

出張費などコスト削減が目いくテレビ会議システムだが、導入ユーザーからは「コスト削減も重要、けれど情報の共有化で生まれるビジネスメリットの方が大きい」との声が高い。必要なときに顔を合わせられる利便さ快適さで、複数対複数の会議も簡単になり、意思決定も早くなる。トップの意向を伝える手段、代理店教育などなど、つなぎ放しのユーザーでは相手が本当にそこに居る錯覚に陥ってしまうほど馴

染んでいるところもあるほどだ。

もう、テレビ会議は特別なものではない。社長の訓示で使うものでも、大企業の重役が海外の支店との会議で使うものでも、数週間前に予約して使うものでもない。日常的に使われる、ミーティングの延長上にあるものだ。現在、『VSXシリーズ』のように高品質な機器がかつてとは比較にならないほどの低価格で導入できるようになり、さらにIP接続で通信費の定額制が実現、通信コストを気にせず利用できるようになった。誰でも簡単に手軽に利用できる環境が整っているのだ。



エントリーレベルでありながら、高い機能性を実現している、ポリコムテレビ会議システム「VSX 7000」

VSX 7000



「VSX 7000」は、設置が簡単なセットアップ型のボディに、高性能なカメラとスピーカーを内蔵。さらに、ステレオ音声でのビデオ通話にも対応している

ポリコム株式会社

高い性能と操作性の良さを両立させた
テレビ会議システムのスタンダード

「VSX7000」はエントリーレベルの高機能テレビ会議システムだ。最新の映像符号化方式「H.264」、14kHzのハイクオリティな音声を実現する音声符号化方式「Siren14」、ビデオ通話のセキュリティを高める「AES」暗号化機能等を標準装備している。また、最大4地点のシステムを同時に接続するための「マルチポイントライセンスキー」や、PCの画面データを高精細に送受信する「VisualConcert VSX」等、ユーザーの多様なニーズに対応できるオプションが用意されている。

デジタル、IP、HDD録画対応など
モニタリングシステムも高機能化

デジタル録画や高倍率ズーム、暗視機能や、HDD録画などに加え、IP対応によるネットワーク機能の強化で、モニタリング市場は、新たな段階に入っている。

モニタリングシステムは
総合的なソリューションへ

テレビ会議システム同様、IP・ブロードバンド化の恩恵を受けているのがモニタリングシステムだ。セキュリティや監視カメラのニーズが多かったモニタリング市場だが、画像配信のニーズも多様化しており、ネットワークカメラとIP化により2005年には2,000億円規模の市場規模が予測されている。

新しいモニタリングシステムであるネットワークカメラは、IPを使って動画データなどのやりとりを行うことができる。そのため、録画用のプログラム

を本社等にあるサーバとネットワーク化すれば、複数拠点の映像を容易に一元管理できる。従来のアナログカメラとビデオレコーダーのシステムは設置した数だけ個別の管理が必要だった。例えば、カメラ内蔵のATMがカメラごと盗まれても、ネットワークシステムなら映像データは本社のサーバに残るのだ。

また、モニタリングシステムは、防犯、防災、状況監視などのセキュリティシステム以外にも利用されるようになってきている。例えば、観光地のライブ映像をリアルタイムに配信したり、店舗でのディスプレイなどの状況確認といっ

た、サービス・PRツールやマーケティングツールとしての利用など、その用途は多様になっている。

そして、これらの新しいモニタリングシステムには、ITとネットワークが不可分なものとなっている。そのため、モニタリングシステムの導入業者の主役は、設備業者や工事業者から、ネットワークを構築するシステムインテグレータに変わってきている。これからのモニタリングシステムは、カメラとビデオだけを用意すればいいというものではなく、通信回線からネットワーク環境、サーバシステムといった、総合的なソリューションになっているのだ。

VB-C50i



高画質、高フレームレート、1ルクスの明るさでもカラー撮影可能なスローシャッター機能、さらにはオプションながら音声の送受信にも対応している「VB-C50i」

音声の送受信や自動追尾機能も
搭載した高機能なネットワークカメラ

「VB-C50i」は、サーバ機能を内蔵し、TCP/IPやHTTPに対応しているため、IPネットワークに接続するだけで、簡単に映像の配信を行うことができる。被写体の動き検知とそれに合わせた自動追尾などの機能に加え、クラス最高水準の光学26倍ズームレンズを搭載することにより、映像監視目的での利用にも威力を発揮する。さらに、640×480ピクセルの画質を毎秒30フレームの高レートで配信することができるほか、音声の送受信機能を可能にするオプションも用意されているなど、さまざまな強力な機能を実現する。

●ネットワークビデオレコーダ「VK-64」
(オプション)

オプションのネットワーク録画ソフトウェア「VK-64」を使うと、1台の録画サーバで最大64台までのモニタリング映像をIPネットワーク経由で同時に録画することができる

キヤノン販売

ITと勝ち組みの法則

【運用管理の最前線:キーワードはITIL】

ITILという言葉を目にしたことがあるだろうか。いま、エンタープライズ系のオープンシステムでは、欧米が中心となって企業の情報システムがどのようにITILを実現するかで、積極的な取り組みが進んでいる。それは、メインフレームからオープンシステムへの移行にとって、避けて通ることのできない課題であり、ITILの成否がその企業の情報戦略だけでなく、ビジネスそのものの成否を左右する存在となっている。そして近い将来には、大企業だけではなくあらゆる規模の企業が、ITILもしくはそれに準拠するIT基盤の運用管理体制を確立しなければならないことも意味している。

第16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。

●IT基盤の運用管理標準

そもそも、ITILとはIT Infrastructure Libraryの略称で、英国政府商業室OGC(Office of Government Commerce)に属するCCTA(Central Computer & Telecommunications Agency)が、IT運用の知識やノウハウを集めて、ITサービス管理の指標として開発した、IT基盤構築と運用に関する包括的な指標になる。米国の統計学者で、品質管理の権威としても知られるエドワード・デミング博士が提唱した、Quality Loopのコンセプトに基づき、顧客のニーズとその対応に焦点を当てた実践的なITサービスマネジメントにおける業務プロセスと、その手法を標準化したものだ。すでに先進国を中心として世界の17カ国で、ITILの導入が進んでいる。そのため、ITILはITサービス管理の国際業界標準として認知されはじめていく。特に、運用管理を中心とした製品やソリューションを提供しているベンダーや、システムインテグレータでは、

ITILを旗印にセールスを展開しているケースが、日本でも増えてきている。

しかし、一昔前のインターネットではないが、システムインテグレータに「ITILください」と注文しても、何か具体的な製品とかパッケージが手に入るわけではない。もともと、ITILはビジネスとITをつなぐ目的で、1980年代後半に開発された。現在では、8分野8冊で構成されたライブラリとなっている。その中でも、いま注目されている分野が、「サービスサポート」と「サービスデリバリー」になる。

ITILに積極的に取り組んでいるメーカーやソフトハウスでは、ホームページを中心にさまざまな情報を発信しているが、ITサービスマネジメントフォーラムジャパン[it SMF(it Service Management Forum) Japan]という組織が、日本でもセミナーや普及活動を行っている。そのit SMF Japanの資料によれば、ITILの全体像から「サービスサポート」と「サービスデリバリー」の位置付けは、右ページの図

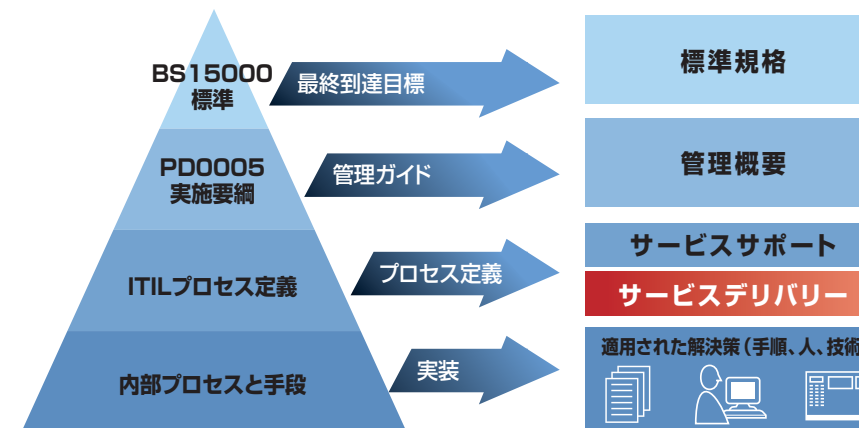
のようになっている。

●サービスサポートとデリバリー

なぜ「サービスサポート」と「サービスデリバリー」が重要なのか。なぜなら、二つのサービスがIT全般の運用管理において、もっとも日常的に継続して行われなければならない業務であり、その改善と発展が、IT基盤全体の向上につながるからだ。

まず、「サービスサポート」は日常的な運用とユーザーサポートの管理手法を定義したものになる。主に社内のサービスデスクやIT部門に対する問い合わせに(インシデント)の管理、各種の問題管理に構成管理、変更管理やリリース管理などで構成されている。

そして、「サービスデリバリー」では、どのようなサービスをビジネスで要求されるかに焦点を当て、中長期的な計画と改善を考察していく。その管理業務は、サービスレベル管理/可用性管理/キャパシティ管理/ITサービス財務



管理/ITサービス継続性管理の5プロセスにて構成されている。

こうしたITILにおける「サービスサポート」と「サービスデリバリー」に対して、各メーカーが対応する自社製品のマップを作成している。ITILを実現するためには、単独の製品ではなく、複数の運用管理ツールやユーティリティを組み合わせ、サービス全体を構築していく。そのため、これだけの仕組みを個人や小規模なIT部門で運用していくのは、ほぼ困難といえるだろう。

ちなみに、「サービスサポート」「サービスデリバリー」以外の6分野とは、サービス管理の導入計画、ICT基盤管理、セキュリティ管理、アプリケーション管理、ITサービスビジネスの展望、ソフトウェア資産管理となっている。そして、ライブラリは現在でも更新され成長し続けており、その著作権は英国政府が所有している。しかし、その使用には制限はなく、共有財産(パブリック ドメイン)となっている。

●エンタープライズな仕組みをどのようにブレイクダウンしていくかが課題

ITILは、IT基盤の運用管理分野における業務の流れや構成などのフレームワークが、体系的に整理され、公開されていることが特長となる。そして、特定メーカーの製品やサービスに限定されることなく、プロセス重視のベストプラクティスとして、ライブラリ化されたことで、入手が容易で汎用性の高い内容に

なっている。反面、ライブラリに示されている内容はあくまでも試行のための指標なので、実際に自社に適用させようとするれば、専門的なコンサルティングの導入やプロジェクトチームの編成などが必須となる。そのため、エンタープライズ規模の企業であれば、導入するだけの意義や効果も期待できるが、小規模な組織では業務を運営する部門よりも管理部門が肥大化してしまう心配もある。とはいえ、どんなに小さな企業でも、この2つのサービスに関連する管理項目をおろそかにすることはできない。

この連載では、個々のサービスモデルの詳細までは解説しないが、サービスデスクやリリース管理に、サービスレベル管理など、ITILの二つのサービスで定義されている項目は、そのどれもがIT基盤の円滑かつ発展的な運用にとって、欠かすことのできない改善テーマであることは事実だ。これまでは、部門内でPCやITに詳しい人がボランティアでサポートしていた利用支援や、総務部が兼務で行っていた機器管理など、日常業務の中に埋もれてしまったIT関連の管理業務や経費などが、ITILによる分析を行うことによって明確になる。経営者が意識しているかどうかに関わりなく、おおよそ何らかのITを導入し利用している会社では、必ずここに掲げられているサービスが、日常的に社内発生しているのだ。

こうしたIT運用のサービスに関わるコストやリソースを明確にするかどうかは、今後も継続的かつ発展的に、業

務に組み込まれていくITの経営戦略にも大きく関わってくる。なぜなら、これだけハードや通信インフラが安価になってきた現在にあって、今後のITにかかる負担の多くが、この見えづらいサービスの分野に集中していくからだ。ちなみに、このサービスのほかに今後のITにかかるコストとして注目されているのが「教育」だが、それは別の機会に触れる予定だ。

ともかく、経営規模の大小に関わらず、ITILで定義しているそれぞれのサービス項目の具体的な業務分担や付帯コストの算出は、機会があれば取り組んでみる価値がある。誰がいつどのサービスをどのくらいのコストで行っているのか、それが業務にとって有益なのか損失なのか、それぞれのサービス項目は兼務できるのか否か、アウトソーシングとの社内運用のコストバランスはどうか、既存の業務に組み入れることは可能か、などなど自らがコンサルタントの立場に立って、自社や顧客企業の分析を行ってみるべきなのだ。

もはや、ビジネスのインフラとなってきたITにとって、今後の勝負の行方を左右するテーマは、「継続は力なり」にある。最新のOSや高性能なCPUばかりを追い求めても、もうビジネスのアドバンテージは得られない。反対に、これまでのIT資産やシステムをいかに効率よく管理して、業務やビジネスを止めない運用を継続し発展させていけるかが、新しい時代の勝ち組みを支えていくのだ。

今後の予定

- オープン・システムを加速するミドルウェアとWeb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
- Linuxで成功する人と企業オープンソースとライセンスモデル
- 人的リソースと教育の相関関係eラーニングとHRシステム
- 統合と分散の波ストレージとサーバー統合...などなど

今のショップに足りないもの

第16回 「時代は総合セキュリティサービスに向かっている」 ● 島川言成氏

秋葉原のパソコンショップでは、小規模企業からの情報セキュリティ対策に関する問い合わせが増えています。情報セキュリティは、大企業ならば専任のシステム管理者が、全社的なセキュリティポリシーを決定する傾向がありますが、専任者をおけない小規模企業の場合、経営者の意識の高低で、セキュリティの方向性が決まります。このあたりを有名店の店員は次のように話しています。

「アキバの小売店に影響を及ぼすのは、新種や亜種のウイルスやワームが流行して、それをマスコミが報道した直後ですね。電話での問い合わせ数や、アンチ・ウイルス・ソフトの売上が格段に違います」

ウイルスやワームだけでなく、スパイウェアの場合でも同様だそうです。ただ、過剰な反応をする人を相手にする場合、閉口するときもあるそうです。

「有名企業の個人情報漏えいが報道された場合、自分のところのリスクを問い合わせられて来られる方がいらっしゃるのですが、事件の概要を把握されてからお問い合わせいただきたいと思いますね」

この店員によれば、通常の使い方をしていて、数万人、数十万人という規模の個人情報が漏えいすることは考えにくいとのことでした。

「留意しておいて欲しいのは、ノートPCやハードディスク、CD-Rなどの管理ミスなんですよ。ISPとのウイルス検知・駆除契約をして、しかも端末にアンチ・ウイルス・ソフトをインストールしていれば、余程のことがない限り、ウイルス、ワーム、スパイウェアなどの被害に遭うことはありませんよ」

こうした書き方をすると、最新ウイルスの検知・駆除には、パターンファイルがアップロードされるまでの時間がかかるのではないかと指摘する人もいます。それは事実なのですが、筆者はあくまでアキバの味方(笑)ですので、店員の説明のほうが説得力があると感じます。

なぜかといえば、大規模の個人情報が漏えいする原因を精査してみると、大半の原因が、システム管理室への入退室管理の甘さなのです。ご存知のように、セキュリティポリシーを策定するとき、部署や担当者におけるアクセス権限を設定します。ところが、実際の企業内において、そうした接触管理を実施しているところが何社あるでしょうか？

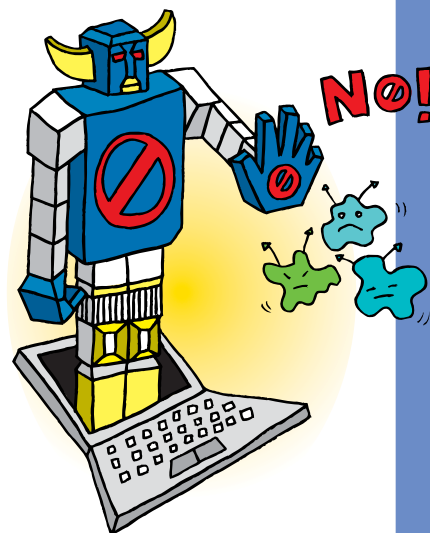
このように、被害に遭う大半の原因が、対策の至らなさであり、それに対して、パターンファイルがアップロードされるまでの時間に被害に遭う可能性は、低いといえるの

ではないでしょうか。

一方、IT機器の進化も無視できない問題です。現在では、大容量のハードディスクを搭載したノートPCが普及し、DVD-Rのような大容量メディアが当たり前のように使用されています。セールスツールとしてスタッフは、それらを客先に持参したり、モバイル環境でデータのやりとりをするシーンも珍しくなくなりました。

筆者の失敗例ですが、先日、取材の帰りに空腹を覚え、有名なラーメン店に入店しました。パナソニックのレッツノートが入った黒いパソコンバッグを、カウンター下の棚に置き、デジタルカメラやICレコーダーなどを入れた手持ち袋をカウンターの上に置きました。醤油味の冷やしラーメンを食して、満腹気分を味わい鋭気を養った筆者は、次なる取材先に向かいました。

某店で働く旧知と30分程度、IT機器の最新事情を話していたときのことで、肩が妙に軽いと思ったのです。その瞬間、全身から冷や汗が噴き出しました。肩から掛けているはずのパソコンバッグがないのです。瞬間的に、先ほどのラーメン店に置き忘れてきたことを思い出しました。旧知に急用を思い出したと話しながら、もしも、あのカウンターの下からなくなっていたら…と考えることは言うまでもありません。こういった場合でも、普段からバックアップをとり、PCにはパスワード制限をかけておくなどの対策をしていれば、データの紛失や盗難の心配は少なくなります。情報セキュリティ対策が、総合セキュリティサービスに向かわざるを得ない理由のひとつが、こんなエピソードにもあると考えます。



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」創作者のひとつとして紹介される。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。

デジタル家電需要の本番は、 オリンピックのあと?

第14回

大河原克行氏

Ohkawara Katsuyuki



日本人選手の活躍で幕を閉じたアテネオリンピック。その感動を大画面や高精細のテレビで見ようと、オリンピック開催前の家電業界は駆け込み需要に沸いた。

昨年まで低迷が続いていた家電販売だが、今年に入ってから徐々に回復基調に転じ、オリンピックを機に前年実績を大きく上回る実績を確実な線とした。

さらに、これに猛暑の影響が加わり、エアコンも好調な売れ行き。松下電器の川上 徹也専務取締役は、「過去の実績を見ると、テレビが売れる時にはエアコンが売れない、エアコンが売れる時にはテレビが売れないというのが通例だったが、今年はテレビもエアコンも売れるという異例の状況が続いている」と語る。

業界が注目したのは、やはりデジタル家電の売れ行きだ。ソニーマーケティングの鹿野 清執行役員によると、オリンピック開催前の、6月、7月は、PDPテレビ、液晶テレビともに前年同期の2倍の売れ行きを見せ、「薄型と、大画面という2つの要素によって、販売に加速がついている」という。

シャープの町田 勝彦社長も、オリンピックにあわせて8月1日から発売した45V型の液晶テレビが、99万7,500円という高価格にも関わらず、事前予約で1,000台を突破したことを明らかにした。「サンプルがないままで、これだけの予約を得られるとは思わなかった」と、出足の良さに驚きを隠さない。9月から10月には「累計出荷1万台を狙いたい」と述べ、この点からも需要の旺盛ぶりがわかる。

同様に、松下電器が7月末から発売したBlu-Ray Discレコーダーも、月産2,000台の強気の計画で投入。「そのほとんどがハイビジョンで放映されたオリンピック

の感動を、高画質映像で残したいというユーザー。発売直後から高い人気を誇っている」という。

主要各社のコメントからも、オリンピック需要が、予想を上回る売れ行きを見せたことがわかる。

だが、デジタル家電の売れ行きは、むしろこれから本番だというのが、家電メーカー各社に共通した意見だ。というのも2000年のシドニーオリンピック、2002年の日韓共催サッカーワールドカップを見ると、開催前や開催期間よりも、年末商戦の方がはるかに需要が集中していたのである。

社団法人電子情報技術産業協会(JEITA)の調べによると、大型テレビの出荷台数は、シドニーオリンピックが開催された2000年では、開催期間に比べて年末商戦は約1.7倍、2002年のワールドカップでは、1.8倍というように、年末商戦の方が需要が高まっているのがわかる。

オリンピック開催前には、オリンピック需要後の反動が一部では懸念されていたものの、業界筋では、むしろオリンピック後の需要拡大に、焦点をあわせているのだ。

家電メーカーのトップの間からも、「秋口には、需要の一服感はあるだろうが、その後一気に立ち上がってくるはず」(シャ-

プ・町田 勝彦社長)、「デジタル家電はオリンピック終了後も伸びるのは明らか。年末に向けて製品をさらに強化したい」(松下電器・川上 徹也専務取締役)という声が聞かれ、各社とも年末商戦に向けた臨戦態勢を整えようとしている。

それは、オリンピックの終了にあわせて、各社の新製品攻勢が始まっていることからわかる。

さらに、こんな声もある。「デジタル家電の普及は、むしろ、オリンピック以降に加速すると見ており、この勢いは、2008年の北京オリンピックまで続くだろう」(ソニー・安藤 国威 代表執行役社長)。

デジタル家電は、製品の機能強化というだけでなく、従来の家電製品を置き換えていくという役割を担う。

とくに、テレビでは地上デジタル放送への移行という大きな変化が控えており、買い換え需要を促進する材料も揃いつつある。旺盛な需要は長期化するというわけだ。

だが、その一方で、オリンピックの影響によって、個人向けパソコンの需要が、デジタル家電やエアコンにとられ、第一四半期の個人向けパソコン出荷は、大幅な前年割れになったといわれる。

オリンピックをパソコンで見ようという提案を数社が行ったものの、提案に力や勢いがなかったばかりか、その動きが遅く、残念ながらオリンピック需要を獲得することはできなかった。

デジタル家電の勢いが年末でさらに加速するとなると、今後の個人向けパソコンの需要は、ますます厳しい状況に追い込まれるといわざるをえない。

個人需要を巡る家電業界とパソコン業界の明暗は、これからさらに激しく分かれるかもしれない。

第9回 日本アイ・ビー・エム株式会社

使って安心のソフトウェアメンテナンスと
ボリュームライセンスを提供

『パスポート・アドバンテージ』
『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』

『パスポート・アドバンテージ』とは、一言で言えば、『WebSphere』や『Information Management』、『Lotus』、『Tivoli』といった、日本IBMのソフトウェア製品の、ボリューム・ライセンシング・プログラムだ。また、ライセンスに対して、標準でソフトウェア・メンテナンスサービスが提供され、中堅・中小企業向けの『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』と、エンタープライズ向けの『パスポート・アドバンテージ』の2種類が用意されている。

企業規模に合わせて
用意されている
2つのライセンスプログラム

日本IBMのソフトウェアライセンスである『パスポート・アドバンテージ』の特徴は、IBMのビジネス・パートナー・プログラムである「PartnerWorld」に加入したパートナーから、購入したユーザーに発行される形をとっていることだ（「PartnerWorld」については、右ページコラム参照）。

『パスポート・アドバンテージ』には、企業規模に合わせて、『パスポート・アドバンテージ』と『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』の2つのコースが用意されている。

『パスポート・アドバンテージ』は、ポイントによるレベル制をとっており、注文したライセンスのポイント累計によって、顧客の料金レベルが設定される。注文が多ければ多いほど有利な料金レベルが適用され、より安くソフトウェアを導入できるというわけである。ポイントは注文のたびに累計され、上位の料金レベルへの移行に必要なポイントがたまれば、より低い料金レベルでソフトウェアを購入できるようになる。『パスポート・アドバンテージ』では、支店や事業所、50%を超える資本関係にある関連会社でも、同一料金レベルで利用できるため、企業規模が大きいほど有利となる。

また、もうひとつのライセンスプログラムとなる、『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』は、よりシンプルなプログラム。ポイント累積による料金レベルの変動といったことは適用されないが、1本単位での購入が

できる。500ポイント分は購入する必要がある『パスポート・アドバンテージ』に比べると、1本からの購入が可能だ。また、ライセンス発注の際には、契約条件への同意、登録申請書への記名捺印が不要であるなど、顧客登録手続きをはじめ全体的にシンプルで分かりやすいプログラムとなっている。このため、スケールメリットは低くなるが、中堅・中小企業のユーザーには利用しやすいプログラムになっている。

このライセンスを手に入れるには、『パスポート・アドバンテージ』を取り扱うIBMのビジネス・パートナーに連絡し、プロセッサ数、ユーザー数、サーバの数などの単位で発注する。『パスポート・アドバンテージ』を利用する場合は、2回目以降の追加発注時には、初回発注時に発行される「パスポート・アドバ

ンテージ番号」を提示することで注文履歴が積みあがり、料金レベルが設定されるのだ。

ソフトウェア・メンテナンスで
提供される手厚いサポート

すべてのライセンスに、セットとなって提供されるソフトウェア・メンテナンスには、12ヶ月間の有効期間が設定されている。有効期間中に、使用しているソフトウェアの、最新バージョンやリリースが一般利用可能になった際には、無償でメディアパックが送付されるほか、顧客別に用意されるWebサイト「パスポート・アドバンテージ・オンライン」でもアップデートプログラムがダウンロード可能になる。メジャーバージョンアップに関しても同様なので、アップグレードごとに予算を確保

する必要もない。

充実したサポートも魅力だ。製品のインストールや日常的な使用方法などを、専用ウェブサイトの「パスポート・アドバンテージ・オンライン」経由や電話で、IBMのサポートセンターへ質問できるというのはもちろん、業務に関わるような緊急度の高いトラブルに対しては、追加料金なしで24時間365日のサポートも提供される。クリティカルなIT業務を行っている企業に対しては、文字通り大きなアドバンテージとなるはずだ。また、有効期間満了後1ヶ月以内であれば、ソフトウェア・メンテナンスを継続して利用することができる。その際には新規にソフトウェア・メンテナンスを利用する場合の、約半分の料金設定が適用される。

『パスポート・アドバンテージ』の
ビジネス・パートナーへのメリット

『パスポート・アドバンテージ』では、ポイント制などによる料金レベルは決められているが、そのレベルに対して、単一の価格が決められているのではなく、ビジネス・パートナーごとで販売価格を決めることができるようになっている。このため、単一の価格が設定されているプログラムよりも、ビジネス・パートナー側で動かせる金額の幅が大きくなるため、より大きな利益を出すことも可能な点が魅力だ。

『パスポート・アドバンテージ』、『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』のそれぞ

◆パスポート・アドバンテージ/パスポート・アドバンテージ・エクスプレスの適用条件

	初回発注 500ポイント未満	初回発注 500ポイント以上 または、 既存のパスポート・ アドバンテージ・ユーザー
一般企業による発注	パスポート・アドバンテージ・ エクスプレス	パスポート・アドバンテージ
教育機関、または 政府官公庁や 地方公共団体による発注	パスポート・アドバンテージ (アカデミック/ガバメントオプション)	

◆パスポート・アドバンテージの料金レベル

料金レベル	B L	D	E	F	G	H
ポイント	500ポイント 以下	500~	1,000~	2,500~	5,000~	10,000~

れに、料金計算ツールも用意されている。ウェブ画面上で簡単に、最新の料金体系に基づいて計算することができる。さらに、さまざまな割引レベルだけではなく、継続しているソフトウェア・メンテナンスの月割り計算、ポイントの計算などにも対応している。また、『パスポート・アドバンテージ』、『パスポート・アドバンテージ・エクスプレス』で取り扱う製品の、最新料金表も同サイトに用意されているので、ビジネス・パートナーは、これを自由に活用できる。

また前述のように、すべてのライセンスにソフトウェア・メンテナンスサービスが提供されることも忘れてはならない。顧客に対するサポートはIBMが直接行うが、毎年ソフトウェア・メンテナンスの更新手続きは、販売を行ったビジネス・パートナー経由で行うことにな

る。ソフトウェア・メンテナンスの継続は、一年単位で行われるため、一年に一度は、更新のお知らせ等で、必ず顧客に対して連絡がとれるようになる。このため、これまでは売ったら終りになりがちだった顧客との関係を、長期に渡って維持することができるはずだ。



パスポート・アドバンテージについての詳細な情報は、ウェブサイトでも公開されている
URL: <http://www.ibm.com/jp/software/passportadvantage/>

◆パスポート・アドバンテージ/パスポート・アドバンテージ・エクスプレス比較表

	パスポート・アドバンテージ	パスポート・アドバンテージ・エクスプレス
対象	法人 官公庁/地方自治体	法人
お客様の記名捺印	事前に必要	不要
初回発注ポイント	500ポイント以上	無し
ポイント累計	有り	無し
料金レベルの設定	有り	無し
アニバーサリー・デート	契約単位に特定の日を設定	注文単位に設定
サポート	有り	有り
サイト	オリジナル・サイト 追加サイト(海外も可)	単一サイトのみ

●PartnerWorldとは

「PartnerWorld」は、IBMがビジネス・パートナーを支援するために、世界規模で展開しているプログラムだ。「PartnerWorld」には、「パートナーレベル」と呼ばれるレベル制が採用されており、「メンバー・レベル」「アドバンスト・レベル」「プレミア・レベル」の三段階を用意している。

「メンバー・レベル」は登録が承認されたパートナーで、すべてのパートナーがこのレベルからスタートする。基本的なサービスには、リセラーとしての「パスポート・アドバンテージ」の取り扱い、ポータルサイトやメールによる情報提供、製品に関する販売前の問い合わせや、「パスポート・アドバンテージ」に関する質問への電話サポートが利用できる。また、登録されているIBM技術認定資格者、IBMセールス認定資格者は販売前の電話での技術サ

ポートも利用できる。さらに、ソフトウェアに関するテクニカル・トレーニングの受講料割引もある。

それに加えて、対象ブランドのIBM技術認定資格者を1名以上登録すれば、IBMソフトウェアに関するセミナー開催や、パンフレット作成時にIBMソフトウェア・ブランド・マークの使用が可能になる。「アドバンスト・レベル」と「プレミア・レベル」は、IBM製品の売上金額、IBM技術認定資格者とIBMセールス認定資格者の人数、顧客満足度調査で一定の水準を満たした場合に適用される上位レベルであり、さらに手厚いサポートが提供される。

「PartnerWorld」は、単なるリセラー制度ではなく、テクニカル、スキル習得、販促・マーケティング等の分野でビジネス・パートナーの業務拡大を支援するプログラムなのだ。



PartnerWorldについての詳細な情報は、ウェブサイトに掲載されている
URL: <http://www.ibm.com/partnerworld/jp/>