

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.17

Presented by Otsuka Corporation

Navigator



特集

総合的に個人情報を守る 今求められるセキュリティ対策とは？

第2特集

ITインフラを統合する

IBMブレードサーバ 最新ソリューション

[Up Front Opinion]

株式会社 ネットワールド 代表取締役社長 中村 康彦氏

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

強力なネットワークミドルウェアを主軸に
『サービス&サポート』という付加価値を提供

[おすすめ製品情報]

BPパーフェクト・チョイス／ベリフェラル

R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

BP Navigator

business partner

C O N T E N T S

6P Up Front Opinion

株式会社 ネットワールド 代表取締役社長 中村 康彦氏
株式会社 ネットワールド マーケティング本部 取締役本部長 森田 晶一氏
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
株式会社 大塚商会 ビジネスパートナー事業部 事業部長 広瀬 克彦

**強力なネットワークミドルウェアを主軸に
『サービス&サポート』という付加価値を提供**

10P [パートナー企業紹介] 株式会社ネットワールド
**先進的なネットワークミドルウェアを包括的に取り扱う
ネットワールドの取り扱い製品ラインナップ**

14P 巻頭特集

**総合的に個人情報を守る
今求められるセキュリティ対策とは？**

20P [連載] 最新用語解説
BP Navi IT用語辞典 セキュリティ編

28P [パートナー様向けWebシステム]
『BPブラチナページ』のカートからの注文機能

30P [Open Source Solutions] Open the Linux
**システムダウンが許されないサーバシステムに最適
HAクラスタソフト『LifeKeeper for Linux』**

34P 第二特集
**ITインフラを統合する
IBMブレードサーバ最新ソリューション**

38P [おすすめ製品情報] BPパーフェクト・チョイス ベリフェラル
高機能になったマウスと大容量・高速転送可能なメモ리카ード

46P [連載] ITと勝ち組の法則 ⑩ 田中 亘
第三段階に入ったLinuxで成功する人と企業

49P [コラム] しんのオラクルレポート oracle イン・さい・ダー!! ⑩
世の中、どんどん便利に。オラクルも! 編
日本オラクル株式会社 藤原 慎氏

50P [連載] 今のショップに足りないもの ⑩ 島川 言成
情報セキュリティ診断サービスはじまる

51P [連載] IT TREND WATCHING ⑩ 大河原 克行
プリンタ年末商戦は、製品コンセプトが明暗を分ける？

52P [データ] **BP Navigator Ranking**

54P **ソフトウェアライセンス情報 ⑩ アドビスシステムズ株式会社**

59P [CAD情報] **CAD情報交差点**
テスミックシステムズ株式会社／お薦めソフト紹介

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

65P **BP事業部ソフトウェアカタログ**

74P **BP Navigator Back Number／AD Index**

強力なネットワークミドルウェアを主軸に 『サービス&サポート』という付加価値を提供



今回のアップフロントオピニオンでは1990年から、ネットワークOSなどを専門に手がけ、最近では『MetaFrame』、『VMware』、『HFNetChkPro』などの先進的なミドルウェアに注力している、株式会社ネットワールドの代表取締役社長 中村 康彦氏、マーケティング本部 取締役本部長 森田 晶一氏をお迎えし、当社 取締役 ビジネスパートナー事業部担当 塩川 公男と、ビジネスパートナー事業部 事業部長 広瀬 克彦とで、真にビジネスパートナー様に喜んでいただけるディストリビューターのあり方について語っていただきました。

○ディストリビューターに問われる「質」

株式会社ネットワールド 代表取締役社長 中村 康彦氏(以下中村): 弊社は1990年の8月に発足いたしまして、もう14年間ほどネットワークOSを中心に、ネットワーク関連のハ



株式会社ネットワールド
代表取締役社長
中村 康彦氏

今日必要な商材だけでなく
明日必要になるだろう商材も
いち早く取り扱っていきます

ードウェアやソフトウェア専門にビジネスを行って参りました。一口に14年といいましても、みなさんがインターネットの普及により、名刺にメールアドレスまで刷るようになってから10年経ってないわけですから、ビジネスとしてはかなり先行していたわけです。

株式会社ネットワールド マーケティング本部 取締役本部長 森田 晶一氏(以下森田): 当社は十数年来続くPC-LAN革命の中で、IT関連企業に特化した専門のディストリビューターとしてスタートしております。本来、ディストリビューターとしては、幅広い商品をお届けすることに価値があるわけですが、大手のディストリビューターと違った価値を提供するにはどうしたらよいのか? ということを検討した結果の選択でした。

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): 普通はソフトウェアだけか、ハードウェア単体のディストリビューターになりがちです。当然、ディストリビューターですから量というのは重要ですが、それだけではない、質という差別化というか、別路線というのは必然の選択ですよね。

森田: 当社の場合は専門の中でも、ネットワークOSとネットワークのハードウェア、そのほかに、ストレージの管理ソフトウェア、セキュリティ、この4つの分野を取り扱っています。専門ディストリビューターですから、専門の分野それぞれを、正しく定義するということが必要です。そしてその中から、今日必要な商材、明日必要になるだろう商材をパートナー様に提供する。当社とつきあうことで、先進的な商材や技術を含んだソリューションを、いち早く提案でき、そしてエンドユーザー様に満足してお使いいただける。そこに価値を見いだしていただきたいと思います。

中村: そのために、自社の技術者SEを前面に出すようなサポート/保守に力を入れています。まだまだ整備・販売による売り上げの方が大きいのですが、サービス&サポートということで、3ヵ月、半年、あるいは一年かかるような、長期スパンで見ることができるソリューションを中心とした、弊社でしかできないことを、拡販の中心においた体制に移行しています。量と質の両立を目指してはいるものの、質の方をよ

付加価値を生むソリューションを
提案するディストリビューターで
ありたいと思っています



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

り重視している感じです。

大塚商会 ビジネスパートナー事業部 事業部長 広瀬 克彦(以下広瀬): 技術が進んでインターネットなどが便利になればなるほど、セキュリティの問題や情報漏えいの問題など、新たな問題が発生してくるわけで、そういう意味でのソリューション/サポートの必要性や需要は無くならないですからね。

塩川: ハードウェアのみならず、ミドルウェア/ソフトウェアなどに関してもサービス&サポートを求めているお客様というのは実際多いですね。

中村: そうですね。ディストリビューターとして、量というのはやはり重要ですが、ただの二次店になってしまうと、うちの存在感というのは無くなってしまいます。ですから、弊社が他社に先んじて取り扱っている先進的な商材をかついで、SEが営業と共に販売促進するというスタイルをとっています。現在、営業マンとSEの社員比率というのはイコールで、どちらかに偏るということではなく、採用についても同比率で行っています。

◎マーケティングとプロモーションの『サービス&サポート』が突破口

広瀬：ネットワールドは、生い立ちからして専門分野に徹底してビジネスを行っていて、ネットワーク関連のディストリビューターとしては間違いないというのが私の評価です。

創業当初はOSの取り扱いだけでビジネスになり得たわけですが、現在では、それこそサービス&サポートという分野に注力しないと、価値をアピールし難くなっている。そんな中、新しい商材を積極的に探し、技術サポートを含めて展開するという姿勢は、いいところに目を付けてるな、と思っています。

中村：ありがとうございます。現在、当社のマーケティング部門は50名程おりまして、そのうち半数は流通関係の現場に対応させていますが、残りは新しい商材の開拓やこれからの戦略的な部分に投入しています。また、営業部門の中に新しい商材を仕入れ、商品展開するためにプロモーション等を行う、ストラテジック プロダクツ営業部（SP営業部）という特殊部門を作っております。ですから、SEとがっちり手を組ん



だ営業、それを支えるマーケティングとSP営業部というこの3つを突破口として、他社にないサービスを提供していこうと考えています。

広瀬：マーケティング部門をしっかりと組織して、海外にも積極的に出て行って、新しい商材を見つける目を持っているというのは素晴らしいですね。

森田：そのサービス&サポートの中でも、経常的なサポート&サービスという部分、ネットワークOSである、LinuxやUNIX、あるいはサーバ、ストレージ等の技術を、もっと扱いやすく集中化させて提供し、利便性を損なわずに企業の情報システムを強くしていこう、というのが大きな目標です。例えばCitrix社の『MetaFrame』の取り扱い、そして今、欧米では大きなうねりになりつつある、ストレージの集約としてVERITAS社の『Storage Foundation』や日立の『SANRISE』等のソリューション、サーバリソースであるCPUパワーの集約という意味では『VMware』による統合環境のご提案などをご用意しております。

◎バリュー&ソリューションディストリビューターとしての提案

塩川：先程もおっしゃられた通り、SEと組になっての営業であるとか、取り扱い商材であるとか、ネットワールドは他に真似できないようなビジネスをされている。BP事業部としても、価格と在庫だけのディストリビューターではなくて、付加価値を生むバリュー&ソリューションディストリビューターと



株式会社ネットワールド
マーケティング本部
取締役本部長
森田 晶一氏

なっていかなくはなりません。大塚商会とも関連深い企業として、ネットワールドが持っているノウハウを、更に活用して、パートナー様に満足していただけるサービスを提供することは大変重要です。既に、セミナーなども協力体制の元に全国で行うよう、現在準備を進めていますし、これまで以上に連携を深めて他にはない付加価値を提供していきたい。

森田：私どもも、ある意味でメーカーさんに引っ張られながらも、創業以来、このネットワーク&ストレージマネジメントの分野の中心に居ることができたというのは、大きな強みになっています。例えば、もともとストレージ管理の分野は、創業の頃Novel社のサーバ製品などに関連して、バックアップというものを、いわば必要悪として取り扱いを始めたわけです。ところが、これが今日では大きく変化してきています。情報システムとは突き詰めていえば、まさに企業のデータそのもののことですから、バックアップによる保守は、いわば必然となっています。そして今では、インフォメーション・ライフサイクル・マネジメントと呼ばれ、企業が持つ情報を作成から破棄まで、セキュリティも含め将来にわたって管理していこうという方向にきています。

セキュリティの分野でも個人情報保護法の施行などもあり、幅広く対応／対策可能なソリューションが求められています。例えば、Windowsのセキュリティパッチを管理するShavlik社の『HFNetChkPro』という製品や、端末のシンクライアント化による、セキュリティやスケーラビリティの向上などを実現した『MetaFrame』など、ネットワールドの先行者としてのメリットと、強力なマーケティング部隊による新たな商材提供で、更なる利便性をパートナー様にも広く提供していきたいと思っています。

塩川：市場というのは「まだこれから」という時にアナウンスやセミナーを行い、理解を深めていただく必要がありますから、ネットワールドが提供するこれからのサービスにもBP事業部として是非積極的に関わっていきたいです。

◎地道な積み重ねの上に築き上げられる付加価値

塩川：やはり専門分野というのは一朝一夕に身に付く物ではないわけですね。ですから、ネットワールドのSEと営業の

タッグというのを見習って、BP事業部も勉強させて貰う必要を感じています。そうしたメリットは必ずパートナー様の付加価値となると思うんです。

広瀬：ただ、量的な販売に比べて、付加価値販売というのは相当な勉強や努力を必要とするものです。それはネットワールドとBP事業部のお互い協力してやっていく必要がありますね。

中村：これはもう、結局のところ地道にやっていくしか無いですよ。

塩川：地道に、活かせる資産はきちんと活かしてやっていく必要があります。関連会社であるネットワールドだけではなく、情報漏えいに対する九社連合などに関しても、大塚商会全体が持つノウハウを、積極的にパートナー様に活用いただける体制作りを行っていききたいと思います。



株式会社 大塚商会
ビジネスパートナー事業部
事業部長
広瀬 克彦

●株式会社ネットワールド

ネットワールドは、まだ「ネットワーク」という言葉すら一般的ではなかった1990年に、ネットワーク専門のディストリビューターとして創業しました。現在はネットワークに注力しながら300以上のベンダー、3万点以上の商材を取り扱い、どのようなエンドユーザーの方々にも最適なシステム構築を提供することを目標としています。また、『サービス&サポート』をモットーに、新たな商材のマーケティングからプロモーション、導入いただいた際のサポートなど、付加価値の高いソリューションをパートナー様にご提供いたします。

総合的に個人情報を守る

今求められる セキュリティ対策とは？

2005年4月から、いよいよ個人情報保護法が全面施行される。これに伴い、個人情報を取り扱う事業者は、個人情報保護のための、何らかの対策を早急に講じなければならない。そこで、個人情報保護法が施行されるに至った背景やその具体的な内容について、さらには、情報漏えいを招く主な原因やその具体的な対処方法について、詳しく紹介したい。特に重要なポイントは、大切な個人情報を社内外の脅威から総合的に守ることであり、その対策いかんによって、企業の社会的信用も大きく左右される。

情報漏えい事件と 個人情報保護法



相次ぐ情報漏えい事件 その大半は内部犯行

最近、企業や自治体などが所有している個人情報が、外部に漏えいする事件が相次いで起こっている。特に、流出した個人情報が知らない間に売買され、架空請求事件のような詐欺行為に悪用されるケースが増えてきている。そのため、消費者は事業者の個人情報の取り扱いに対して厳しい目を向けるようになった。一方、個人情報漏えい事件を引き起こした事業者は、営業活動の自粛や、被害のあった顧客へお詫び金を支払うなど、利益の損失を招き、その対応いかんによっては、社会的信用を大きく失墜させることにもなりかねない。

個人情報の漏えいで最も多いのは、社員もしくは雇用した派遣社員などの故意・過失による内部犯行である。例えば、450万人分という途方もない数の顧客情報が漏えいしたYahoo! BBの事件では、ソフトバンクBBで働いていた元派遣社員が在職中に知った、顧客データベースとサーバの2つのアクセス用IDとパスワードを外部に漏らしてしまったことが事件の発端となった。事件発生後、ソフトバンクBBは、会員にお詫びとして1人当たり500円の金券を送付したが、その金額は株価やセキュリティ対策費用なども含めると総額100億円以上の費用が発生したといわれる。

相次ぐ情報漏えい事件によって、個人情報の取り扱いに対する社会的な不安が広がるなか、個人情報の適切な取り扱いを事業者に義務付ける、個人情報保護法が2005年4月より全面施行される。その背景やポイントを紹介しよう。



今や急務となった 個人情報保護対策

相次ぐ情報漏えい事件で、個人情報の取り扱いに対する社会的な不安が広がるなかで、2005年4月から個人情報保護法が全面的に施行される。これまで個人情報の漏えい対策は、基本的に事業者の判断に任されていたが、今後は個人情報を適切に取り扱っていない事業者には厳しい罰則が科せられることになる。

個人情報保護法は、個人情報の取り扱いが過去6ヵ月で5,000件を超える事業者が対象となり、事業者には個人情報の適切な取り扱いが義務付けられる。

そして、場合によっては、違反事業

者には6ヵ月以下の懲役か、30万円以下の罰金が科せられることになる。注目すべき点は、個人情報の安全管理に対する事業者の監督責任を義務付けたことである。すなわち、全従業員のうちひとりでも個人情報保護法に違反すれば、その企業の監督責任が問われるのである。万が一、個人情報が流出した場合の事業者の損失は、顧客や取引先からの信用が大きく失墜することを考えれば、莫大なものとなるだろう。そのため、企業規模の大小に関わらず、個人情報を取り扱っている事業者は、個人情報保護対策をきちんと行っておかないと、企業の存続そのものを脅かすことにもなりかねない。

●個人情報保護法について

個人情報保護法	対象となる条件	過去6ヶ月以内に 5,000件以上の個人情報 を保有する事業者（個人情報取扱事業者） 「個人情報データベース等を事業の用に供しているもの」
	課される主な義務	・利用目的をできる限り特定する ・利用目的を超えての個人情報の取り扱い禁止 ・偽り、その他の不正な手段による個人情報取得の禁止 ・本人の同意を得ないで、第三者に個人情報を提供してはならない ・本人からの要求により、個人情報データを開示しなければならない ・個人情報の取り扱いに関する苦情の適切かつ迅速な処理
	個人情報となりうるデータ	「生存する個人に関する情報」で「特定の個人を識別できるもの」 ・氏名 ・住所 ・電話番号 ・画像や音声データ ・メールアドレス ※電子データだけでなく、紙の名簿なども含まれる

情報漏えいの 主な原因と対策

情報漏えいの原因には、コンピュータウイルスやクラッカーによる外的要因によるものと、社員や派遣社員による内部犯行や従業員のちょっとした不注意が引き金になるものなどがある。ここでは、情報漏えいの主な原因と対策をまとめた。

個人情報を盗み出す スパイウェアが横行

コンピュータウイルスは相変わらず増え続けており、ウイルスの侵入手口もますます巧妙化している。そして、最近では、コンピュータシステムの破壊活動を目的としたウイルスだけではなく、ユーザーの行動や個人情報を収集するスパイウェアと呼ばれるものが横行するようになった。

スパイウェアとは、ユーザーの行動や個人情報を監視・収集するソフトウェアプログラムのことで、システムの動作を変更したり、追加する機能を備えているものや、個人情報などを他のコンピュータに送信する悪質なものもある。また、ブラウザにポップア

ップ広告などを表示させるアドウェアや、ダイヤルアップの接続先を勝手に高額な有料ダイヤルに変更するダイヤラー、ブラウザに独自の検索バーを表示して特定の広告主のサイトに飛ばそうとするハイジャッカー、さらには、キーボードの操作を記録して設定先に送信するキーロガーと呼ばれるタイプもある。

スパイウェアの主な感染ルートとして、①アダルトサイトや特定のWebサイトにアクセスした際にActiveXを使ってインストールされるケース、②ダウンロードしたフリーソフトなどに同梱されて感染するケース、③IE(Internet Explorer)のセキュリティホールを突くケースなどがある。いずれも、知らない間にPCにインストールされている

ことが多く、スパイウェアは通常のアンチウイルスソフトでは検出されないものも多いので、専用のスパイウェア駆除・防御ソフトを導入するなどの対策が必要となる。

不正アクセスを繰り返す クラッカーによる犯行

外部からの犯行という点では、クラッカーの不正アクセスによる情報漏えいの危険性もこれまで以上に高くなってきている。

クラッカーは自らの技術を誇示したり、あるいは、社会的な不安を引き起こすために、DoS(サービス不能)攻撃やセッションのハイジャックなどのさまざまな攻撃を仕掛けてくる。そして、これらの攻撃によって引き起こされる被害は、情報漏えいなどによる、名誉毀損やプライバシーの侵害、あるいは、ネットワーク・コンピュータの停止や、データの消失・破損・改ざん・盗難などの多くの被害もたらされる。

このようなクラッカーによる被害は、ファイアウォールなどを設置することで、ある程度防ぐことはできるが、ファイアウォールを設置しただけで安心してはいけなない。むしろ、OSやIEのセキュリティホールが新たに発見された際には、すみやかにセキュリティパッチを当てるなど、システム全体の継続的なセキュリティ対応が必要となる。

情報漏えいの8割は 内部犯行という現状

情報漏えいは、外部からの犯行ばかりではない。むしろ、情報漏えい事件の8割は内部犯行だといわれており、先に紹介したYahoo! BBの事件も、派遣社員の軽率な行為が引き金となった。また、過去に就業していた人物が、嫌がらせ目的で、外部から不正アクセスをしたり、ウイルスメールを送ったりするケースもよくある。こうした内部犯行による情報漏えいは、退社した人間のアカウントやIDを消去することはもちろんだが、ユーザーに必要以上の権限を与えずに共有ファイルへのアクセスを制限したり、あるいは、外部メディアによる情報の持ち出しを制限することで、ある程度防ぐことができる。し

かし、一番のポイントは、データベースなどへのアクセスログを保存し、いつ誰がどのファイルにアクセスしたのかきちんと把握できる監視体制を構築することである。そうすることによって、たとえ社員といえども、常に監視されているという意識が働き、簡単に情報を盗み出すことは困難になる。

また最近では、情報漏えい対策として、ICカードを利用した入退室管理や、PCログオンシステムを採用している企業も増えている。例えば、PCログオン時にICカードと暗証番号を入力することで本人認証を行い、離席時にICカードを外すことにより、パソコン画面がロックされ、部外者のPC利用や画面の覗き見を防げるようになる。いずれにせよ、念には念を入れた対策を施すべきだろう。

従業員の不注意が招く 情報漏えいの落とし穴

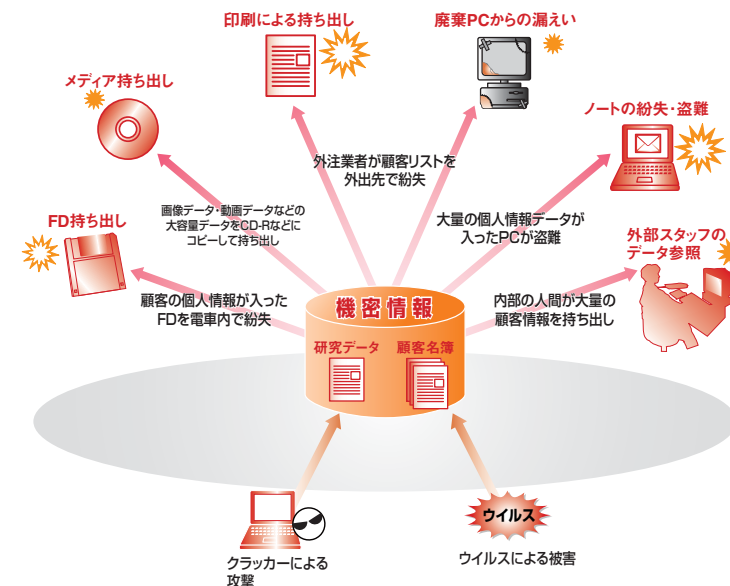
内部による情報漏えいは、従業員のちょっとした不注意や操作ミスによって生じるケースもある。例えば、メールの送付先を間違えて、顧客情報や見積書を送ってしまったり、コピー機やプリンタに顧客名簿を放置し、それを出入り業者などに見られてしまうこともある。さらには、オフィスに泥棒に入られ、個人情報を記録したノートPCが盗まれるという事件も実際に起きている。この場合、ノートPCには個人情報を保管しないというルールを決めたり、パスワードをきちんと設定しておけば、情報漏えいは未然に防げたかもしれないのだ。

したがって、内部による情報漏えいを未然に防ぐためには、従業員が情報を取り扱う際の基準となる、情報セキュリティポリシーを策定し、それを社内で徹底していく必要がある。とりわけ、従業員のセキュリティ意識を高めるための社内教育を行うことが肝心である。ひとりでもセキュリティ意識のない従業員がいれば、その人がいわば“セキュリティホール”となってしまう、そこから外部に情報が流出してしまう危険が常に伴うからだ。特に2005年4月から全面施行される個人情報保護法では、全従業員への監督義務が、事業主に課されるので、個人情報を取り扱う事業者は今のうちに、社内教育をきちんと行っておく必要がある。

●ウイルスの種類についての一例

名 称	内 容 説 明
アドウェア (Adware)	特定の広告をマシンに送り込み、ブラウザ等に強制的に表示させる
ダイヤラー (Dialer)	ユーザーの知らない間に、有料の番号をダイヤルする、トロイの木馬の一種
サービス不能攻撃 (DoS)	1つのプログラム、或いはシステム全体を破壊したり、ハングアップさせたりオーバーロードして、使用不能にさせる
ハイジャッカー (Hijacker)	ブラウザのホームページをリセットしたり、他のサイトにアクセスするように設定変更したりする。変更後にアクセスするサイトは広告の詰まったサイトであることが多い
キーロガー (Key Logger)	バックグラウンドで作動し、全てのキーストロークを記録するプログラムで、記録した物をクラッカーへ送信する場合もある
スパイウェア (Spyware)	ユーザーの知らない間に、バックグラウンドでインターネットの接続を利用、ユーザーとそのマシンの情報を収集・伝送
ワーム (Worm)	自己増殖をしながら、破壊活動を行うプログラム

●情報漏えいの原因とは



求められるトータルセキュリティ対策

個人情報保護法の施行に向けた万全なセキュリティ環境を整備するには、ウイルス対策ソフトやファイアウォールなどのITツールの導入・運用に加え、情報セキュリティポリシーに基づいた総合的な対策が必要となる。

セキュリティポリシーで社内ルールを明確にする

情報セキュリティポリシーは、個人情報を適切に取り扱うための基本的な考え方や方針を明文化したもので、企業の情報セキュリティ対策の基盤となるものである。情報セキュリティポリシーは基本方針、基本規定、運用手順の大きく3階層に分かれている。このうち、基本方針はいわば企業のトップの声明文にあたるもので、企業が情報資産に対する適切なマネジメントを行う理由付けを明記する。次に基本規定で情報セキュリティポリシーの対象範囲内で網羅的に適用される指針をまとめ、従業員の義務を明文化する。さらに、基本規定に定められた内容を各システムや各業務で具体的にどのような手順で実行していくかを示す運用手順を定める。要は、個人情報を適

切に扱うための社内のルールづくりを行うことが重要なのである。

しかし、いくら社内のルールを明確にしても、それが日々の業務のなかで実行されなければ意味がない。そのため、従業員がルールを正しく守っているかどうかをチェックする必要がある。ITツールなどを有効活用し、パスワード設定や、顧客データベースへのアクセスログの保存などの適切な対策を行い、きちんと監視体制を構築することがポイントになる。

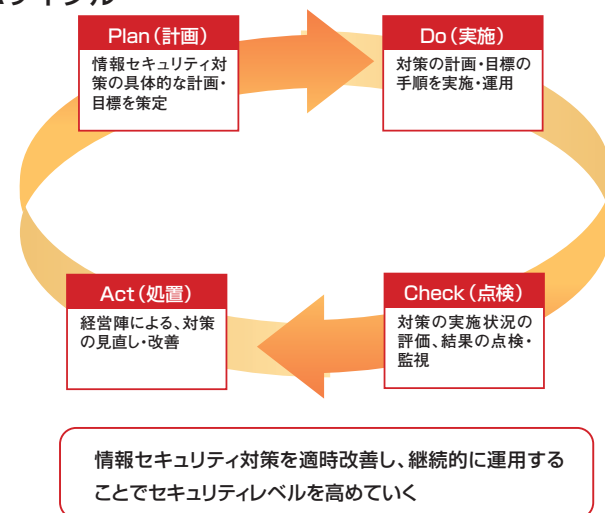
プライバシーマークやISMS認証取得で環境整備

個人情報保護法を視野に入れた、総合的なセキュリティ対策のひとつとして、第三者機関によって認定される、プライバシーマークやISMS(Information Security Management System)を取

得する企業も急増している。プライバシーマークとは、財団法人日本情報処理開発協会(JIPDEC)が創設したもので、経済産業省の個人情報保護ガイドラインに準拠して個人情報の取り扱いを適切に行っている民間事業者に対して、“プライバシーマーク”のロゴマークの使用を認めるもの。一方、ISMS認証制度は、情報セキュリティポリシーに基づく、人の管理に着目したもので、PDCA(Plan-Do-Check-Act)サイクルを継続的に繰り返すことで情報セキュリティレベルを高めていくことが、基本的な考え方である。具体的には、「Plan」で情報セキュリティ対策の具体的計画・目標を策定し、「Do」で計画に基づいた対策の実施・運用を行う。さらに、「Check」で実施した結果の点検・監視を行い、「Act」で経営陣による見直しや改善を行う。いずれも取得自体が目的ではなく、適時改善しながら、継続的に運用していくことが求められている。

ここまで述べたように、一言で情報漏えい対策といっても、さまざまな切り口があるので、具体的に何から着手したらいいのか迷っている経営者も多いのではないだろうか。そこで役に立つのが、『情報漏えい防止ソリューションを提供する企業連合』が提供しているトータルサービスである。これにより、どう対策をすべきか迷っている経営者も安心して適切な対策を行うことが可能になる。

●PDCAサイクル



『情報漏えい防止ソリューションを提供する企業連合』

企業のあらゆる情報漏えいの危機に、具体的な対策と運用を検討し、企業に提言、提案する、大塚商会やマイクロソフトなど9社による、企業連合について紹介する。

9つの企業／ベンダー連合がトータルセキュリティをサポート

情報漏えい事故に対する危険度は、実は、中堅・中小企業の方が大企業などよりも遥かに高い。これには、IT化によるeビジネスの普及などにより、中堅・中小企業でも、大企業と同程度の顧客規模を持つことが可能になっていることによるものだ。

大企業であれば、情報漏えいへの対策などにも、専門のチームを用意し、セキュリティ対策なども十分に検討できる。しかし、中堅・中小企業では、そこまでのリソースは割けない場合も多いだろう。

ところが、いざ個人情報漏えい事故が起これば、企業自体の規模には関係なく、巨額な賠償金などを支払わなければならないになってしまう。その結果、資本規模や体力が根本的に異なる中堅・中小企業では、企業の存続に関わる危機に突然直面してしまうこととなる。

中堅・中小企業の方が、情報漏えい事故発生時の経営的な危険度が高いことは判っても『具体的にどうしたらいいか判らない』という経営者も多いだろう。そこで、企業におけるトータルセキュリティ対策として登場したのが『情報漏えい防止ソリューションを提供する企業連合』だ。

大塚商会をはじめ、マイクロソフトやトレンドマイクロといった、錚々たる企業が参加し、中堅・中小企業でも気軽に最初の一步を踏み出せるよう考慮されたサービスを提供している。

各社の得意分野を活かして中堅・中小から大企業までをサポート

企業連合は、企業内のセキュリティ対策状況を診断する「簡易セキュリティ診断」を、バーチャルシンクタンクを通じて無償で提供する。診断の結果、情報漏えい対策が十分でない部分があれば指摘した上で、状況に合わせて、企業連合各社の製品やサービスを組み合わせて提案していくのだ。

また、今回の連合に参加している9社の中に、損害保険会社が含まれているのを意外に思う人もいるかもしれない。これは、万が一情報漏えい事故が起これしまった時に備えて、その事前段階から情報漏えい防止姿勢をチェックし、サポートを行う必要があると考えているからだ。将来的には、導入するセキュリティ対策製品／ソリューションごとに評価ポイントを設け、保険料や補償額に反映させる、ポイント制のセキュリティ保険なども用意する予定だ。

さらに、法的見地からも対象企業を守るように、IT関連の訴訟対策に詳しい法律事務所からのアドバイスを受ける体制を整えるなど、情報漏えいの防止対策から、万が一漏えいした場合の対策まで、本当の意味でトータルでのサポートが可能なソリューション／サービスとなっている。

何かが起こった時の、事後対応まで考えられたこのサービスが、中小企業のセキュリティ意識と対策を大きく前進させることは間違いないだろう。

■企業連合で整備を行っているソリューション

RSAセキュリティ株式会社

ワンタイムパスワードでネットワークの不正利用を防御

エムオーテックス株式会社

ネットワーク使用履歴把握で社内からの情報漏えい対策

株式会社大塚商会

無料の情報セキュリティ診断セキュリティ教育及びコンサルタント

クオリティ株式会社

PCの適正化とその維持運用管理／文書閲覧権管理

株式会社損害保険ジャパン

万が一の個人情報漏えいによる損害に備える

シトリックス・システムズ・ジャパン株式会社

アクセスインフラがセキュアな環境を実現

トレンドマイクロ株式会社

ウイルス感染による情報漏えいを防ぐ

日立ソフトウェアエンジニアリング株式会社

データを暗号化して万が一の漏えいに備える

マイクロソフト株式会社

ドキュメントの情報保護強化

システムダウンが許されないサーバシステムに最適

HAクラスタソフト『LifeKeeper for Linux』

サーバOSとしてのLinuxへの注目が高まっている。そして、ITが日常業務に浸透している現代では、基幹系サーバ以外のファイルサーバやFTPサーバにも、高い信頼性が求められるようになってきている。そこで、安価なLinuxサーバで、HA (High Availability) クラスタ構成を実現する『LifeKeeper for Linux』を紹介する。

■今や情報系システムでも必須となったHAクラスタ

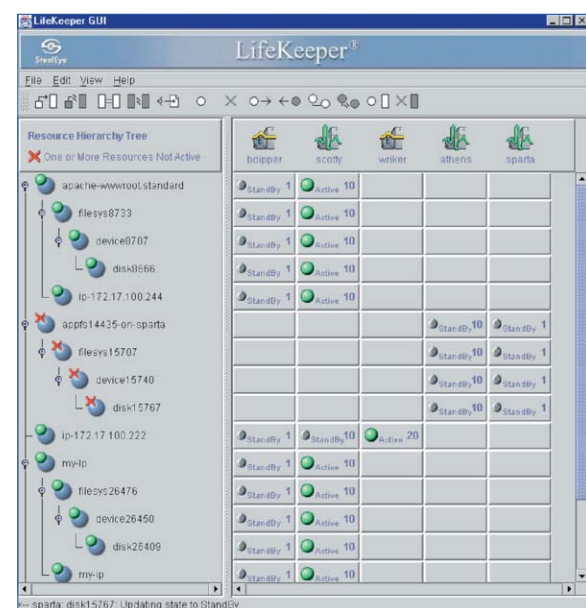
HAクラスタとは、複数のサーバマシン(ノード)を使用して冗長化させることにより、システムの停止時間を最小限に抑え、業務の可用性(availability)を向上させるクラスタシステムのことである。単純に言えば、同じサーバを2台設置しておいて、1台がダウンしたらもう一台が動き出す仕組みであり、アクティブサーバに何らかの障害が発生した場合にスタンバイサーバに瞬時に切り替わり、ユーザーは障害発生に気づくことなく、サービスの提供を継続的に受けることができる。一方、システム管理者は、ユーザーへのサービスを停止することなく、障害回避に専念することが可能になる。特に24時間365日ノンストップでシステムを運用したいときに効果を発揮する。

これまでHAクラスタは、金融系のサーバや販売管理システムのような、いわゆる基幹系システムに主に導入されてきた。ところが、現在ではメールやインターネットが普及し、メールサーバやWebサーバなどの情報系システムも、日常業務において基幹系システムと同じような重要な役割を果たすようになってきている。そうした経緯もあり、情報系システムにもHAクラスタを導入して高可用性を実現したいというニーズが高まってきた。特に営業部門やマーケティング部門にとっては、情報系システムはまさに日常業務に不可欠なものである。例えば、営業マンのなかには土日に自宅や外出先でメールをチェックする人もいる。そのときにメールサーバがダウンしていたら、仕事ができなくなってしまう。また、インターネット上でさまざまなサービスを提供しているWebサーバが、突然ダウンしてしまったら、顧客や取引先の信頼を失うことにもなりかねない。し

たがって、今や情報系システムは、24時間365日ダウンすることは許されない。そのため、HAクラスタを情報系システムに導入する企業が増えている。

その一方で、情報系システムは、コストダウンを図るために、高価な商用UNIXからオープンソースをベースにした安価なLinuxへと移行する企業が増加しており、その流れのなかで、当然のことながら、LinuxをプラットフォームとしたHAクラスタシステムが求められるようになった。ちなみに、「@IT Linux Square フォーラム 第9回読者調査」(2003年2月24日～3月24日実施)によると、Linuxでクラスタリングを実施、もしくは検討している企業は67%にも上る。

●『LifeKeeper for Linux』



『LifeKeeper for Linux』は、システム構築の手間とコストを削減するために、多くのアプリケーションに対応するARK(アプリケーション・リカバリー・キット)が提供され、インターフェイスには、高い操作性を実現するGUIの管理画面が採用されている

■低コスト化を可能にした『LifeKeeper』の優位性

現在、Linux上で利用できるHAクラスタソフトには、さまざまな製品があるが、そのなかで最も高いシェアを占めているのが、米国のSteelEye Technology社が開発した『LifeKeeper』である。すでにワールドワイドで3,000ライセンス以上の導入実績があり、今ではLinuxのHAクラスタソフトのデファクトスタンダードとして位置づけられている。日本では大塚商会の関連会社であるテンアートニが販売代理店を行っており、これまで数多くの販売実績がある。

『LifeKeeper』が高いシェアを獲得している最大の理由は、ARK(アプリケーション・リカバリー・キット)と呼ばれるオプションが豊富に用意されている事である。通常HAクラスタシステム構築を行うためには、対象アプリケーションの修正や起動・停止・監視用スクリプトの作成とテスト作業が必要になる。監視オプションが提供されている製品でも、クラスタ定義ファイルへの組み込み作業とテストが必要になり、どうしても高額なSI構築費用が必要になっていた。

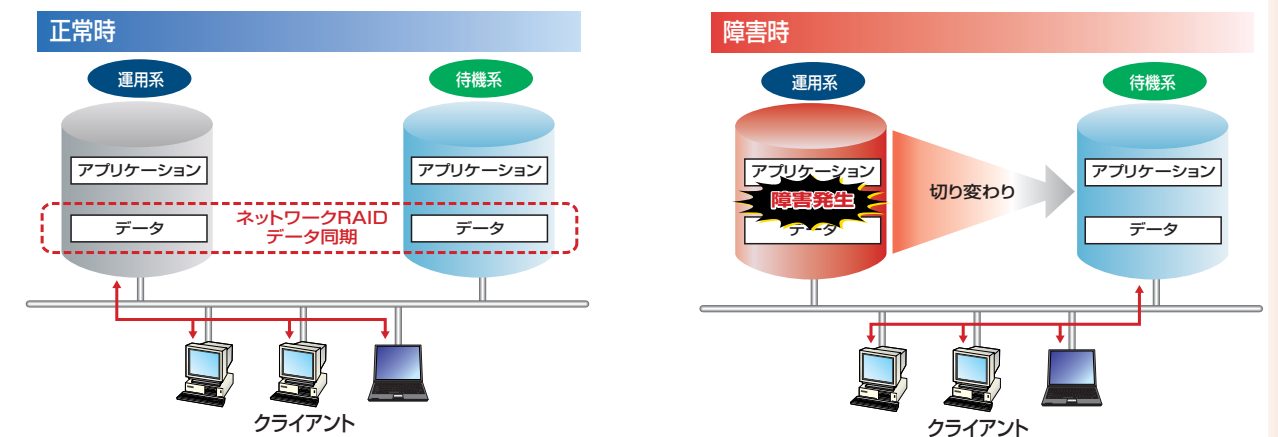
しかし、『LifeKeeper』のARKは、各アプリケーションに特化したリソース定義、障害検出機能、アプリケーションの起動・停止機能、フェイルオーバー機能などをRPMパッケージとして格安に提供する事で、大幅なコスト削減を可能にしている。またARKは、オープンソースはもちろんのこと、商用製品を含めた主要なデータベースや業務アプリケーションに幅広く対応している。具体的には、

『Apache』『Samba』『SAP R/3』『SendMail』『SendMail SAMS』『Oracle 8i/9i』『informix』『PostgreSQL』『DB2』『SyBase』『Data Replication』『MySQL』『NFS Server』『NAS』『Print Services』『LVM』のARKが用意されている。このため、HAクラスタシステムを一定の金額で安価に構築することができ、エンドユーザーは導入時の予算も立てやすい。また、『RedHat』や『RedHat Enterprise Linux』をはじめとする、主要なLinux OSに幅広く対応しており、現在ではWindows版もすでにリリースされている。

さらに、大塚商会グループでは、グループウェアサーバにおけるHAクラスタシステムを容易に実現するために、『LifeKeeper for Linux サイボウズ ガルーンKIT』も提供している。EIP型グループウェアとして定評のある『サイボウズ ガルーン』と『LifeKeeper』を組み合わせることにより、グループウェアのノンストップ稼働も可能になる。

『LifeKeeper』のメリットは、単に低コストでHAクラスタシステムが構築できることだけではない。年間稼働率99.99%の安定性を確保できることや、GUIによる直感的な操作性と視認性により、人的ミスを大幅に削減できることも大きな魅力だ。さらに、最大32ノードまでのクラスタ構成をサポートするなど、UNIXのシステムと比べても遜色ない冗長性を実現することが可能になる。大塚商会では、このようにLinuxベースで優れたパフォーマンスを発揮する『LifeKeeper』を積極的に訴求しており、万全なサポート体制を整えているので、いつでもお気軽にご相談していただきたい。

●99.99%のシステム稼働時間を実現する『LifeKeeper』のHAクラスタシステム



HAクラスタを構成する際に、共有ストレージなどを利用する方法もあるが、ネットワークRAIDによるデータミラーで安価に構築する事もできる

通常の運用に利用しているサーバに問題が起きれば、即時に待機しているサーバが動き出すので、ユーザー側には何の影響もない

お問い合わせ先●株式会社大塚商会 テクニカルプロモーション部 TEL: 03-3514-7570 FAX: 03-3514-7564

ITインフラを統合する IBMブレードサーバ最新ソリューション

IBMのブレードサーバが、システム構築ビジネスにおいて、新しい商材として注目されている。単一の筐体(シャーシ)に、複数枚のサーバ機能(ブレード)を集約できるだけでなく、ストレージからネットワークに至るまで、すべてのシステム基盤を統合できるIBMのブレードサーバは、付加価値の高いシステム提案や構築を実現している。そのビジネスにおける可能性や最新機能、そして将来性について日本アイ・ビー・エム株式会社のシステム製品事業部に取材した。

田中 亘

これからはインフラ統合のために ブレードサーバの導入が加速する

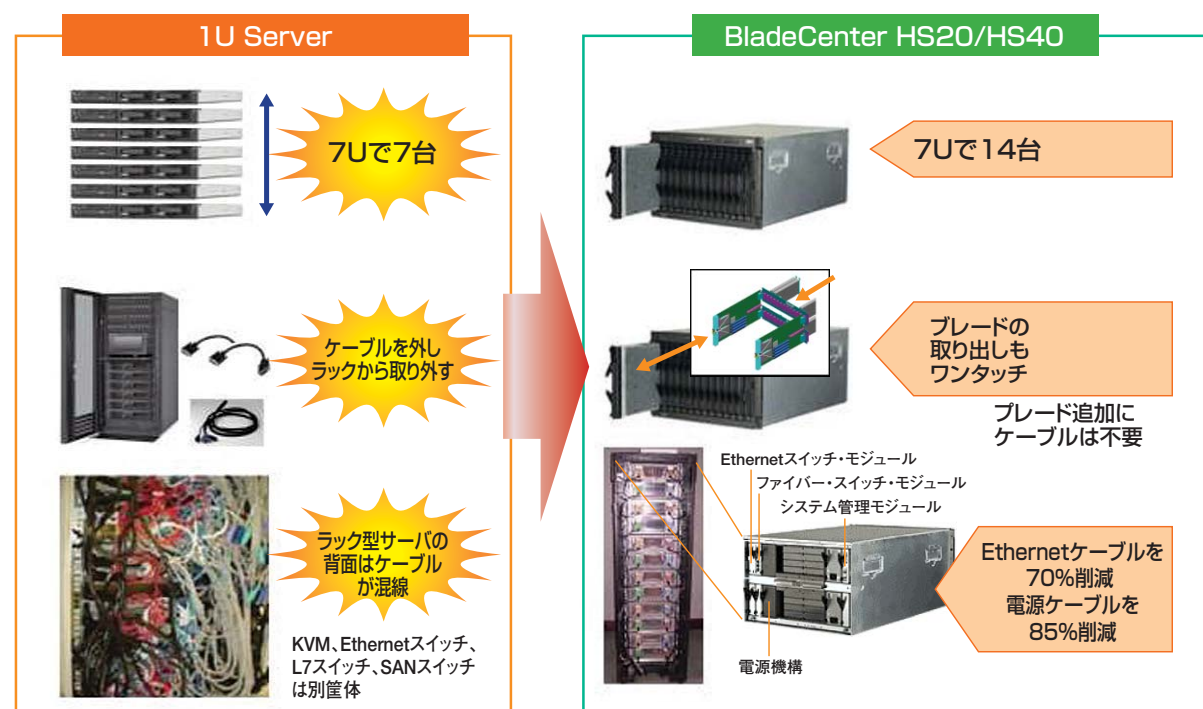
システム製品事業 xSeries & IntelliStation事業部 事業部長 藤本 司郎氏は、ブレードサーバ導入の意義や効果について、次のように説明する。

「これまでのブレードサーバといえば、ラックマウント型サーバに比べて省スペースで、稼働できるCPU数が多いという利点から、サーバ統合を目的とした導入が行われてきました。しかし、当社のIBM eServer Blade Centerは、単なるサーバ統合ではなく、ストレージやネ

ットワークも含めたITシステムのインフラ統合を可能にするものです」

IBMの示す二つの図(35ページ)、これはブレードサーバを導入する以前のシステム基盤と導入後の形になる。現在、多くのオープンシステムでは、SAN(ストレージ・エリア・ネットワーク)をベースとして、ファイバーチャネルやギガビットイーサで高速に接続されたサーバで、データベースやメールサーバをはじめ、アプリケーションやミドルウェアを稼働させている。そのため、設置されているサーバの台数が増加する傾向にあるだけでなく、それらを結ぶ配線だけでも膨大な量になる。さらに、個々

●ラック型サーバとブレードサーバの比較



日本アイ・ビー・エム株式会社
システム製品事業
xSeries & IntelliStation事業部 事業部長
藤本 司郎氏



IAサーバ&PWS事業部
製品企画 IA Serverグループ
中村 隆夫氏

のサーバをモニタリングするために、キーボードとマウスとモニターを接続しているとすれば、膨大なケーブルがラックの背後に溢れてしまう。

「CPUやハードディスクだけではなく、ネットワークとSwitchまでも統合できる点が、IBM eServer Blade Centerの大きな特徴です。さらに重要なポイントは、当

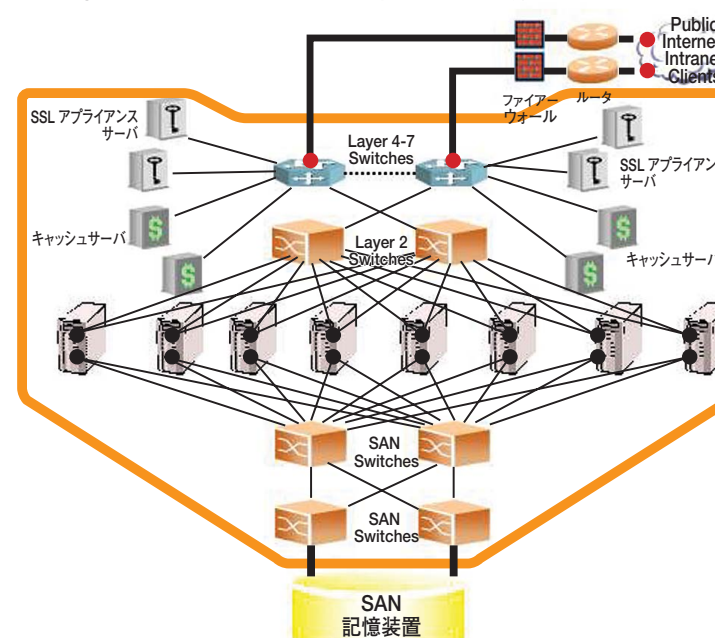
社の提供するシャーシの仕様がオープンであり、多くのサードパーティ製品を選択できる拡張性を備えている点です」(藤本氏)

IBM eServer Blade Centerは、7Uラックサイズで最大14枚のBlade Center HS20(CPU搭載ブレード)を格納できる。42Uサイズのラックであれば、6台のBlade Centerシャーシを格納できる。最大CPU数は、28×6の168プロセッサになる。対応するブレード・サーバ・モジュールも、CPUの種類や搭載数によってHS20/JS20/HS40の3種類がある。そのほかに、ファイバーチャネル・スイッチ・モジュールやイーサネット・スイッチ・モジュールなども用意されている。

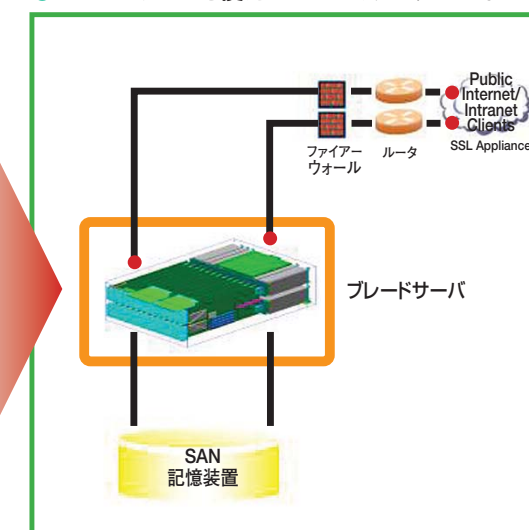
IBMが取り組む ブレードの業界標準化

IBMがブレードサーバを発表したのは、今から約2年前。その間に、IBMではハードウェアの性能を強化するだけでなく、その仕様を公開し事実上の業界標準化への取り組みを積極的に推進してきた。その結果、CiscoやNortelにBrocadeといった、ネットワーク機器のトップベンダーが、IBM eServer Blade Center対応のモジュールを提供するようになった。IAサーバ&PWS事業部 製品

●通常のサーバを用いたサーバ&ネットワーク環境

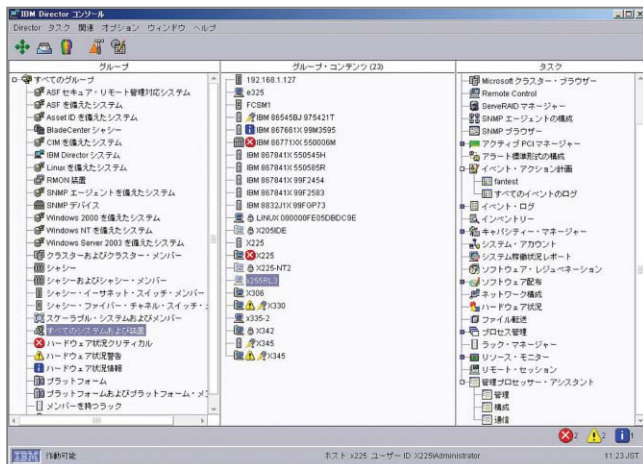


●ブレードサーバを使えばこれだけシンプルになる



通常のサーバシステムを用いた場合ネットワークシステムには、ファイルサーバやSSLアプライアンスサーバ、キャッシュサーバなどが必要となる。さらに、スイッチングルータやそれぞれを接続するためのケーブルの引き回しなど、サーバに留まらない、ITインフラ全体が巨大なものとなってしまふ。ブレードサーバを用いれば、それらのものを全て1つに取りまとめることができるのだ。

●ブレードサーバの管理ツールとなる「IBM Director」



企画 IA Serverグループ 中村 隆夫氏は、仕様を公開している意義と目的について語る。

「IBM eServer Blade Centerが選ばれている理由には、4つの大きなポイントがあります。それは、管理の容易性、システムの信頼性、オートノミック対応、そして業界各社との提携や共同開発によるスタンダード化です」

オートノミック対応の面では、東芝とのアライアンスによって、Cluster PerfectとIBM Directorを連携させることで、障害の検地から対応に至るまでの作業を自律的に処理できるシステムを構築できる。

優れた信頼性と 容易な管理を実現

「信頼性の面では、IBM eServer Blade Center内のすべての回路を二重化することで、どちらか1つが壊れてもシステムの停止に至らない高い可用性を実現しています」(中村氏)

シャーシの内部にあるミッド・プレーンと呼ばれるブレード・バス部分は、すべてが二重化されている。差し込むブレードにも、二重の回路とバスが用意されていて、ホットスワップによる冗長性を実現している。もちろん、電源モジュールも最大4個まで搭載でき、対応容量も1,200/1,400/1,800/2,000Wとなっている。

「ハードウェアの性能だけではなく、注目してもらいたいのが管理性能です。筐体レベルのハードウェア管理を行うシステム・マネジメント・モジュールでは、デバイスや障害の検知をはじめ、温度や電源の監視など、さまざまなモ

ニタリングをIBM Directorの画面から一元的に操作できるようにしています」(藤本氏)

システム・マネジメント・モジュールには、CPUやWebブラウザで利用できる管理ソフトがすべて入っているの、シャーシに差し込むだけでその他の拡張モジュールの状態を的確にモニタリングし、必要な設定を一括して行える。その優れた管理性能と容易な操作性によって、運用管理にかかる人的なコストを低減できるという。

「当社のお客様で、IBM eServer Blade Centerを導入した結果、これまで6人だった運用管理スタッフを3人に削減できた成功例もあります」(藤本氏)

さらに、IBMではインテル社と共に64bit化への協業も推進している。64ビット拡張を実現する(EM64T Extended Memory 64 Technology)に向けて、Blade Centerも進化していく。すでに、最新のBladeCenter HS20では、EM64Tに対応したIntel Xeonプロセッサを搭載し、PC3200 ECC DDR2メモリによって、最大16GBのメモリ容量をサポートする。今後さらに、CPUやメモリ管理技術が進化しても、標準化されたシャーシ内のブレードを交換するだけで、グリッドコンピューティングにも対応する拡張性と将来性が約束されている。

大塚商会はブレードサーバ販売に おけるベストパートナー

サーバ統合だけではなく、ストレージからネットワークまでのシステム基盤統合を実現するIBM eServer Blade Centerは、システム・インテグレータにとって、大きなビジネスチャンスとなる。

「IBM eServer Blade Centerをお客様にご導入いただいて、その効果を最大限に発揮するためには、サーバだけではなく、SANやネットワーク・インフラの統合も必要になります。こうした総合的なITインフラのシステム提案や構築を行うインテグレータ様としては、大塚商会様とそのパートナー企業の皆様が、当社にとってのベストパートナーです。我々も、特にネットワークに関する部分は、さらに協業を進めていくので、大塚商会様とそのパートナー企業様には、安心してサービスとサポートを受けていただける体制を整えていきます」(藤本氏)

ITと勝ち組みの法則

【運用管理の最前線:第三段階に入ったLinuxで成功する人と企業】

Linuxが深く静かに日本の企業にも浸透し始めている。その中心は、エンタープライズ・コンピューティング環境であるため、日常的にWindows系クライアントを利用している人たちには、なかなか知られていないのだが、2002年の調査資料でも、Linuxを1台以上は導入している企業が、64.3%にも達しているというものもある。そして、2003年にカーネル2.6が登場したことによって、エンタープライズでの利用が加速してきたのだ。

第17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。

●第三段階に入ったLinux市場

Linuxという名前は以前から目にしていたも、実際に使った経験のあるPCユーザーはまだ少ない。Windowsと比較すると、どうしても専門性が高く趣味性も強く感じられてしまうからだろう。確かに、1999年に登場したLinuxは、マスコミに取り上げられるほど話題にはなったものの、エッジ分野や研究目的での利用が多かった。それでも、手元にあるPCでUNIXが使えるというだけでも、理工系PCユーザーにとっては、好奇心を刺激する出来事だったのだ。その上、インターネットの急速な普及と相まって、商用ベースのOSよりも、早いコード修正や情報公開、新規開発やサポートなどが自主的かつ積極的に進められている。気がつけば世界規模でのコミュニティが誕生し、海外のサイトだけではなく、国内のサイトにも多くの情報が溢れるようになった。

そして、21世紀を迎える頃になって、Linuxは第二段階へと成長した。ディストリビュータが成長し、安定したバ

ージョンを提供できるようになってきたことに加え、IBMをはじめとする大手ベンダーによる本格的なサポートのビジネスへの採用が加速していった。この頃から、既存の商用UNIXに対する、コストパフォーマンスの優位性が注目されるようになり、特にWeb関連のベンチャー企業のシステム構築において、積極的に採用されるようになった。また、商用OSよりもオープンソースの方が、バグやパッチ情報が豊富で、むしろ信頼できるという評価を出すシステムインテグレータも増えてきて、本格的なミドルウェアやソリューションへのポーティングがはじまってきた。

こうした大きな成長機運に乗る中で、カーネル2.6の登場によって、Linuxの本格的なエンタープライズ対応が加速されてきたのだ。現実には、第二段階まではWebやサーバなどの用途が主体だったLinux導入だが、2002年の後半からは、アプリケーションサーバやデータベースサーバ用途の需要が急成長を続けている。事実、大手のベンダー製品だけでも、IBMのWebSphereに

Oracleの9iASやWebLogicなど、Linux対応の優れたアプリケーション・サーバが取り揃っている。もちろん、Oracle 10gやDB2などもLinux対応であり、さらにオープンソースのデータベースやアプリケーションサーバも利用できる。つまり、Linuxを取り巻く市場の成長と変化は、その利用者に対して、これまで以上にオープンな選択肢を取り揃えているのだ。

●Linux採用の利点はどこにある

Linux成長の背景には、商用UNIX市場の衰退がある。オープンソースを採用する最大のコストメリットは、ライセンス料の低減にある。これまでの商用UNIXでは、サーバの規模や利用者数などを元に、ライセンス料を徴収してきた。しかし、オープンソースではライセンスによるビジネスモデルを成立することが難しい。つまり、利用者にとっては、ライセンス料そのものを支払わなくてもいいケースが出てくるのである。それこそ、すべてのコードを

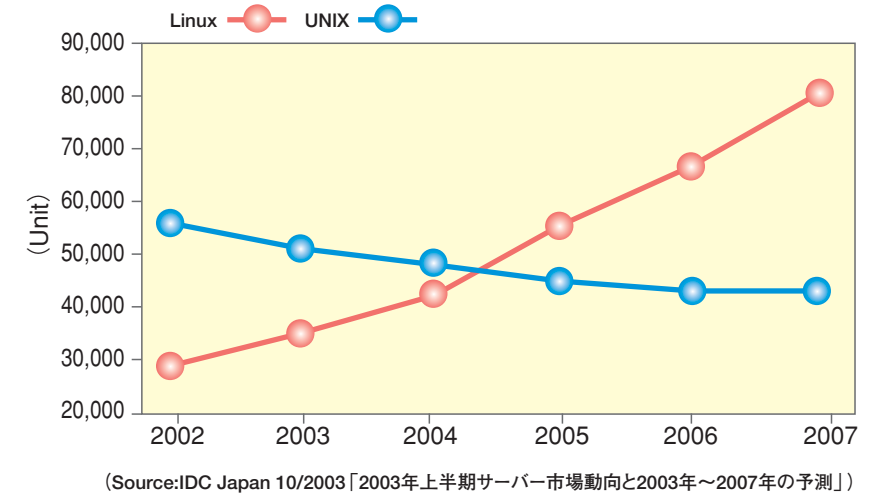
インターネットからダウンロードして、自分でサーバを構築してしまえば、ほとんどコストはかからない。

しかし反対に、すべてを自己責任で賄わなければならないとなると、企業での採用は躊躇される。そこで、ITベンダーやディストリビュータでは、サービス&サポートによる収益構造を作り出した。また、IBMやOracleのように、OSの部分で収益が減少しても、ミドルウェアやデータベースサーバの部分で、しっかりとした収益が確保できるビジネスを確立するケースも出てきた。こうしたサービスやサポートの環境が整ってきたことによって、Linuxを基幹系に採用する企業も登場してきたのだ。

しかし、単にLinuxを採用したからといって、それでコストが軽減され、企業の競争力が強化される、というわけではない。Linuxを採用して勝ち組になるためには、オープンソースの持つ利点と、サービス&サポート型ビジネスモデルの優位性を活かしたIT戦略が不可欠なのだ。まず、オープンソースの利点とは、主導権の獲得にある。これまで、OSの改版やサポート期限などは、すべて開発元に主導権を握られていた。多くのソフトベンダーは、ソフトウェアの改版によって大きな収益を得られたので、2〜3年ごとにOSの改版を行ってきた。そして、過去のバージョンは置き去りにされ、利用者は好むと好まざるとに関わらず、改版に従ってきた。しかし、オープンソースでは自らがサポートできる限り、同じバージョンを5年でも10年でも使い続けることができる。事実、UNIXというOSの仕組みそのものは、もう20年以上も変わってはいない。これだけ安定したプラットフォームは、他にはないのだ。

サービス&サポート型ビジネスモデルへの移行は、企業規模に関わりなく、最適なITソリューションを導入できる可能性を広げる。Linuxベースに構築するWebアプリケーションの構造は、エンタープライズ規模から中堅・中小

●国内市場UNIX、Linux出荷台数予測～2007



規模の企業まで、利用するサーバの性能に差こそあれ、基本的な仕組みは変わらない。

いうなれば、大型トラックを買って荷物を運ぶか、軽トラで賄うかというような違いでしかない。したがって、どんな規模の企業でも、企業規模に合わせたサービス&サポートが用意されることによって、平等なIT導入が実現し、経営戦略のための最適なITソリューションを導入できるようになるのである。

もちろん、こうした理想が形になるためには、Linuxをベースとしたソリューションが、ASP型のサービスとして提供されたり、ミドルウェアやアプリケーションがパッケージ化されて、容易に導入できるようになる必要もある。それでも、LinuxというオープンなOSには、これまで不可能だったことを可能にする力が秘められているのだ。

●Linuxはデスクトップの夢を見るのか

これまで、商用UNIXを使った経験のあるエンジニアであれば、ほんの数日あるいは数時間のトレーニングでLinuxは使いこなせるようになる。なぜなら、Linuxが商用UNIXと違う点は、オープンソースであることと、対応するCPUの柔軟性に尽きるからだ。カーネル2.6になり、エンタープライズ規

模のサポートなど、テクノロジー面での進化も遂げているが、コマンドラインから入力する命令のほとんどは伝統的なUNIXそのもので、シェルやスクリプトなども同じだ。

一方、一般的なPCユーザーの関心は、GUI環境とアプリケーションにあるだろう。Windowsクライアントを置き換えられるまでに、GUIの操作性や対応するアプリケーションが充実するのかがどうか、今後のLinux市場を左右すると見ている。

しかし、現実のLinuxはサーバ用途とインターネット対応の組み込み機器に浸透し活躍している。その事実を認識しておかなければ、今後さらに加速するオープンソース時代に対して、勝ち組となるIT戦略を的確に立案できなくなるのだ。

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**
- 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統合**
- 経営とIT: **いま原点に戻ることの重要性**

…などなど

今のショップに足りないもの

第17回 「情報セキュリティ診断サービスはじまる」 ●島川言成氏

IT関連の展示会を見学したり、秋葉原などのパソコンショップの店内を見ていると、今、中堅・中小企業向けのセキュリティ対策が注目されていることがわかります。筆者が参加している異業種交流会では、自社の情報セキュリティに対する不安を伝えてくる経営者もいらっしゃいます。企業経営はヒト、モノ、カネ、情報が核となりますが、情報セキュリティも同じ視点から見る人が多いように思います。

まずはヒトの問題です。大企業のように専任の部署があったり、ネットワークのスペシャリストを雇用しているような企業と、そうでない企業とでは、温度差が明白となっています。

「社内のシステムをソリューションベンダーに構築してもらったものの、実際に運用しているのは素人同然の社員や学生アルバイトなんです。大企業でさえ契約社員に個人情報を持ち出されたという報道が頻発していますが、当社の場合、どんな情報が持ち出されているのかさえわかりません。お手上げ状態です」

このような声を聞くと、ヒトの面での不安を解消する術を、ソリューションベンダーは提案すべきではないかと考えさせられます。

さらに、モノの面に関して、秋葉原で働く知人に、同様な相談を受けることはないかと質問してみたところ、次のように返ってきました。

「法人営業の窓口で、個人情報漏えいに関する解決策やハードウェアの不具合への対処を質問されることがあります。当店で、システムの運用や機器類の保守に関しては、お客様の自己責任であることをご理解いただくスタンスです。情報セキュリティならばなおさらです。ソフトのインストールなどの有償サービスや、なにかの事故に際しての保険などに対してであれば提案しています」

このように、モノの面での、情報セキュリティについては、自己責任としているということでした。

一方、知人のITコーディネーターは、情報セキュリティに関する問題解決は、カネ次第だと話しています。

「過去の情報セキュリティ対策は、アンチウイルスソフトをインストールしたり、ファイアウォールを設置すれば済むという発想でした。しかし、最近の情報セキュリティは、ヒト、モノ、カネのどれにも関連しています。厳密なセキュリティポリシーを提起すると、サーバの安全管理や、サーバールームへの入退室管理などが出てきて、場合によってはオフィスを移転しなければ運用不可能という場合もあります。」

また、情報セキュリティを考える場合、最初に考慮しなければならないことは、自社のシステムの脆弱性情報を明らかにすることです。ここでさらに、情報という問題が関わってきま

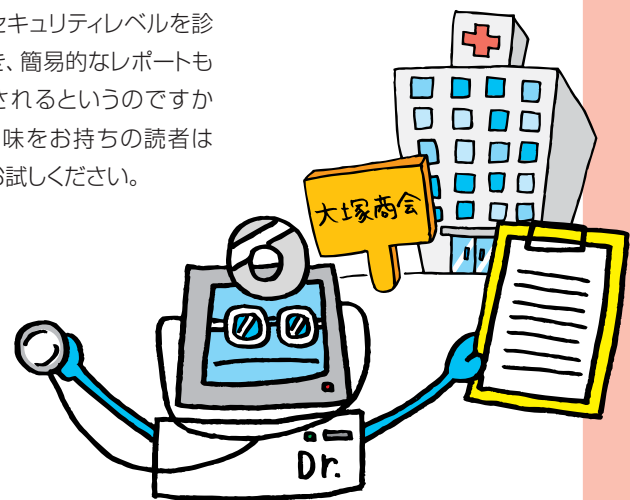
す。さきほどの秋葉原で働く知人は、次のように話しています。

「企業規模が小さくなればなるだけ、システムは付け焼き刃のようになる傾向があります。必要に応じて機器を揃えようとしたり、動作が可能なら中古PCでも構わないといった企業に伺いますと、社内に無造作にDVD-RやCD-Rなどの記憶メディアが放置されているんです」

このように、根本的な情報の取り扱いができておらず、自社のセキュリティ状況がどうなっているのかを把握できていないケースがある。こうした事情を考慮した結果でしょうか、NCネットワーク、大塚商会、マイクロソフトが、中小製造業を対象としたIT化支援策として「情報セキュリティ診断サービス」をNCネットワークのEマーケットプレイスを活用している会員企業約13,000社に向けて、10月22日から提供をはじめています。

「情報セキュリティ診断サービス」(<https://www.nc-net.or.jp/security/>)は、同3社がすでに提案していた「中小製造業のIT化支援での協業」の最初のサービスです。製造業では、部品図面・金型図面などのデータ情報共有やデータ情報に対するセキュリティの確保が必須です。そうした面の意識向上が、今回のサービスの目的になるでしょう。

大塚商会は「情報セキュリティ診断サービス」で情報セキュリティ対策のノウハウを融合した、簡易アンケートを実施して、NCネットワークのWebサイト上で展開するそうです。30問の質問に答えるだけで、その会社のセキュリティレベルを診断でき、簡易的なレポートも発行されるというのですから、興味をお持ちの読者はぜひお試しください。



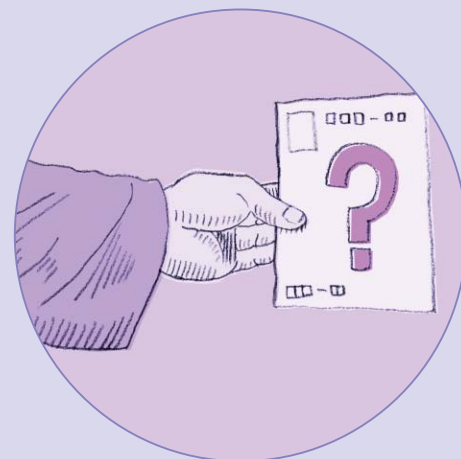
島川言成

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」創生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リポート。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。

IT TREND WATCHING

プリンタ年末商戦は、製品コンセプトが明暗を分ける？

第15回
大河原克行氏
Ohkawara Katsuyuki



毎年、年末になるとパソコンショップ店頭では、インクジェットプリンタと年賀状ソフトによる「年賀状需要」に沸く。そして、プリンタメーカーによる熾烈な戦いが繰り広げられる。今年も同様に、プリンタメーカーによる熱い戦いが展開されているところだ。

とくに、今年の場合、市場の8割を占めるといわれるエプソン、キヤノンの上位2社が、まったく異なるコンセプトのインクジェットプリンタを投入してきただけに、その戦いの激しさは例年以上のものだといえる。

ある販売店では、その様子をこう語る。「昨年までは、同じ土俵の上で、印字品質や印字速度を競っていたが、今年は各社ごとに特徴が異なるため、印字品質や印字速度、価格だけでは単純比較できない状況となっている。それだけに、製品コンセプトそのものを問われる商戦になりそうだ」

ズバリ、この点こそが、今年のプリンタ年末商戦の特徴ということになりそうだ。

では、エプソン「カラリオ」とキヤノン「ピクサス」の製品コンセプトはどこが違うのだろうか。

それは、「マルチ」と「シングル」という基本的な製品コンセプトの違いだといっている。ここ数年、トップシェアを維持し続けているエプソンは、今年の商戦では、プリンタに、スキャナ機能やダイレクトプリント機能などを搭載した「複合機(マルチファンクションプリンタ)」のラインアップを一気に強化したのが特徴だ。

「デジタル機器は多機能化する方向にあるが、プリンタにも同様の動きが出てきて

いる。今年の製品では、Photo All-in-Oneの切り口から、写真画質の強化を実現しながら多機能化を目指した」とエプソンでは説明している。

同社プリンタのイメージキャラクターに、従来から採用している松浦亜弥さんに加えて、「モーニング娘。」を採用し、個性ある複数のイメージキャラクター構成としたのも、マルチファンクションの強みを訴えることを狙ったものだ。

実際に、オーダーシートに指示を書き込み、これをスキャナで読み込むことで、印刷枚数などの指示を行うといったことや、手書き合成シートに書き込んだ内容と、パソコンで作成したデータを連動させることで、手書き感覚の年賀状を作成できるといった、プリンタとスキャナの融合によって実現される新たな使い方も搭載されている。

まさに複合機で勝負をかけたという構図である。

一方、今年の夏以降、インクジェットプリンタ分野で好調な売れ行きを見せているキヤノンが追求したのは、「シングルファンクション」プリンタの強化だった。

キヤノンは、複合機の市場構成比が高まっていることを認識しながらも、「複合機といえども、やはり主流となる使い方はプリンタ機能。一方、普及価格帯の製品では、写真画質を中心としたスペックの底上げに対する需要が根強く、写真プリントへのニーズはますます高まっている」として、改めてシングルファンクションプリンタの品揃えに力を注いだ理由を説明する。昨年は複合機の品揃えで先行したキヤノンが、今年は戦略を一転したようにも見える。

そして、カメラメーカーである強みを生かして、写真画質の追求にも余念がない。それと同時に、筐体デザインをこれまでの製品群とは一線を画すものへと刷新。インクカートリッジの仕組みも変更するなど、今回の製品で同社が掲げた、「一新」という言葉通りのフルモデルチェンジとなった。

このように、両社の製品戦略は明らかに異なるものとなっている。そのほかにも、日本からの要求を製品化に反映し、幅広いラインアップを揃え始めた日本ヒューレット・パカードや、デルとの提携によって、プリンタ市場へのアプローチを開始しはじめたレックスマーク、複合機で高い評価を誇るブラザー工業の存在も見逃せない。

いよいよ年末商戦も本番まっただ中に入ってきた。メーカーの間では、こうした製品コンセプトの違いを背景に、「明暗がはっきりと出る商戦になる」との見方も出ており、例年以上に緊張感が走っている。

果たして、どんな結果がでるのか。結果はすぐに出ることになる。

大河原克行(おおかわら かつゆき)

1965年、東京都出身。IT業界の専門紙である「週刊BCN(ビジネスコンピュータニュース)」の編集長を務め、01年10月からフリーランスジャーナリストとして独立。IT産業を中心に幅広く取材、執筆活動が続ける。現在、ビジネス誌、パソコン誌、ウェブ媒体などで活躍中。PCfan(毎日コミュニケーションズ)、ウルトラONE(宝島社)、月刊アスキー(アスキー)、PCWatch(インプレス)、ASAHIパソコン(朝日新聞社)、日経パソコン(日経BP社)で連載および定期記事を執筆中。また、エコノミスト(毎日新聞社)、プレジデント(プレジデント社)でも、IT関連記事を随時執筆している。近著に、「松下電器 変革への挑戦」(宝島社刊)など。

第10回 アドビシステムズ株式会社

新しくなって大量導入がさらにオトクになった
アドビライセンスプログラムContractual License Program 4.0 (CLP4.0)
Transactional License Program 4.0 (TLP4.0)

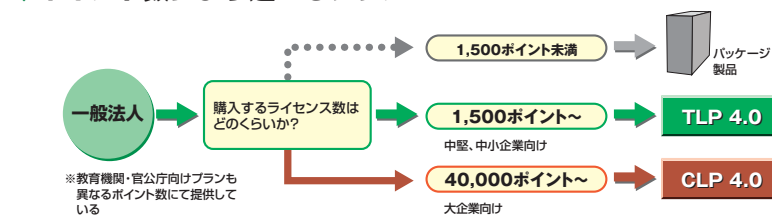
アドビシステムズのライセンスプログラムである「アドビライセンスプログラム」は、シリアルナンバーの一本化による、ライセンス管理の手間の軽減や、パッケージやマニュアル等の部材保管の省スペース化を可能としている。また、それだけでなく、常に最新版を利用できる「アップグレードプラン」との併用や、既に保有しているパッケージ製品をライセンスにまとめてアップグレードすることもできる。このページではその具体的な内容について解説していきたい。

コスト面で有利な大量導入
ライセンス管理も簡略化可能

アドビライセンスプログラムでは、各アドビ製品にポイント数が設定されており、購入を予定しているアドビ製品のポイントをすべて合算し、その合算ポイント数等によって、TLP4.0(Transactional License Program 4.0)とCLP4.0(Contractual License Program 4.0)の2種類のアドビライセンスプログラムからひとつを選択する仕組みを採用している。この仕組みによって、製品の組み合わせは自由自在に行うことができる。たとえば小規模デザイン事務所で5人分のAdobe Photoshop、Adobe Illustratorをそろえ、ウェブデザイン担当者向けにAdobe GoLiveを導入する。このようなケースでも、問題なくアドビライセンスプログラムを利用することができ、ソフトウェア導入のコストを削減できるのだ。

アドビライセンスプログラムのメリットは、コスト面だけではない。システム切り替えなどにおけるインテグレート作業において、大量のPCに対し、一台一台異なるシリアルナンバーを使用して、ソフトウェアをインストールしなければならないとすると、その手間は莫大なものとなり、システム管理者の負担も非常に大きくなる。しかし、アドビライセンスプログラムで購入すると、シリアルナンバーで管理ができるので、そうした手間を省くことができる。

◆ポイント数により選べるプラン



◆TLP4.0・CLP4.0比較表

	TLP 4.0	CLP 4.0
各プログラムが想定している環境		
導入規模	中堅・中小規模の企業から部門、ワークグループ、大企業	大企業およびグローバル企業
概要		
価格レベルの決定	オーダー毎の合計ポイント数で価格レベルを決定	契約時の初回オーダーポイントで価格レベルを決定。契約期間中の購入累計ポイントが次の価格レベルに達していた場合、そのレベルを翌月より適用
使用開始	ライセンス取得後、インストールして使用可能	製品ごとにライセンスを取得後、インストールして使用可能
シリアルナンバー	製品毎、OS毎1つのシリアルナンバーでインストール可能	製品を取得後、その製品のシリアルナンバー（マスターシリアル）を提供
契約の有効期間	—	2年間
アップグレード	最低発注単位以上であれば、保有するライセンス数の一部だけでもアップグレードできる。また、過去に購入したライセンスについても、アップグレードプランを付加することも可能	保有するライセンス数の一部だけでもアップグレードできる。また、過去に購入したライセンスについても、それらが最新バージョンであれば、CLP契約締結後半年以内なら「アップグレード・プラン」の購入が可能

●中堅・中小企業向けTLP4.0

TLP4.0は、日本国内のみでの利用となり、ひとつの会社（法人）に対し適用される。このため、個人経営事務所や中堅・中小規模企業、事業所単位でライセンスを導入する際に便利なライセンスプログラムとなっている。TLP4.0では、購入するアドビ製品の合計ポイントが1,500以上の場合に選択することが可能となっている。購入時の手続きについては、TLP購入申込書を提出するだけなので、一回の取引で完結し、手軽に利用できる。また、契約書の締結をせずに、ボリュームディスカウントの特典を希望したい、といった要望にも応えることができる。

●大企業向けCLP4.0

CLP4.0では、契約期間が2年間と決まっており、初回に導入したライセンス数に応じて、価格レベルが決定する。初回導入時のライセンス数が多ければ多いほど、割引率が高くなるのだ。また、契約期間中、追加で購入をした場合には、ポイントがそれまでの累積ポイントに加算され、次の価格レベルに達した場合は、翌月から、より高い割引率が適用される。CLP4.0は、ポイントが40,000以上の場合に選択ができ、所定の契約書の締結が必要となるが、グループ企業や海外の事業部など、広範囲にわたるソフトウェア導入が可能である。

アップグレードプラン

●期間中なら無料でアップグレード
いつでも最新版が利用できる

アップグレードコストを削減し、なおかつ常に最新版を利用したいという場合には、「アップグレードプラン」がオススメだ。これは、契約の有効期限内であれば、何度バージョンアップが行われても、その製品の最新版を常に利用できるというプランで、それぞれ製品単位での契約となる。TLP4.0、CLP4.0ともに併用が可能だが、購入する場合には、最新バージョンのライセンスを所有していることが必須条件となる。そして、このプランでは、有効期間が設けられており、TLP4.0では、法人向け・教育機関向けで2年間、官公庁向けで1年間となり、CLP4.0では、CLP契約の終了時点で有効期間も終了となる。また、TLP4.0の場合では、購入時の条件として、新規ライセンスまたはアップグレードライセンス（既に旧バージョンのライセンスを保有している場合、最新バージョンのライセンスにアップグレードする）と同時購入する必要がある（CLPの場合は左ページ比較表の通り）。

複数本のアプリケーションを導入するのであれば、アドビライセンスプログラムとアップグレードプランの導入によって、ソフトウェア導入時のコストを大幅に削減できるようになる。こうしたお得なプランはどんどん活用していきたいところだ。

アカデミック
ライセンスプログラム

●教育機関向けのライセンスプログラム

アドビシステムズでは、教育機関に従事しているユーザーや学生たちに、「アカデミックパッケージ」として、アドビ製品をより安いコストで提供している。そしてこのアドビライセンスプログラムにも、教育機関向けのお得なプランが用意されている。それが「アカデミックライセンスプログラム」だ。このライセンスプログラムにも、TLP4.0とCLP4.0があるが、それぞれを利用するためのポイント数は、TLP4.0では1,000ポイントから加入可能、CLP4.0では、6,000ポイントから加入可能と、一般契約の場合と比べて、大幅に引き下げられている。

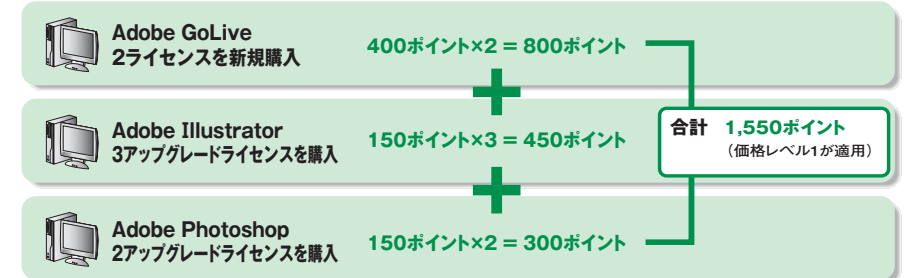
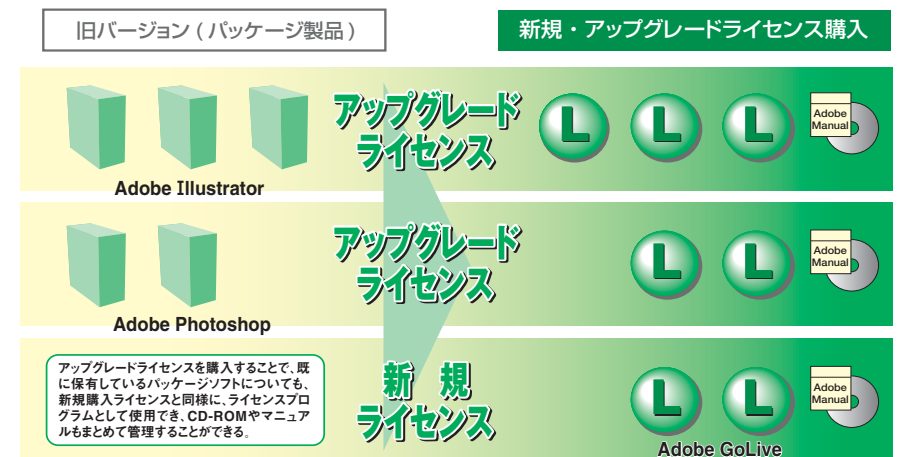
◆各製品へのポイント割り当て例

製品名	新規購入ポイント	アップグレード購入ポイント
Adobe GoLive	400	150
Adobe Illustrator	500	150
Adobe Photoshop	650	150
Adobe Acrobat Standard	300	100
Adobe FrameMaker (Mac/Win)	800	200

◆価格レベル（企業向けプログラム）

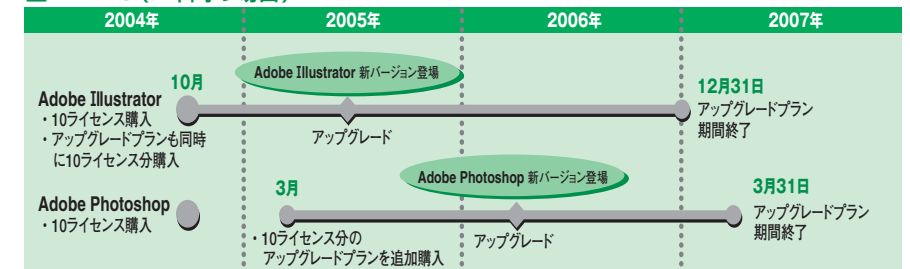
TLP4.0	
レベル	ポイント数
1(S)	1,500～24,999
2(T)	25,000～49,999
CLP4.0	
レベル	ポイント数
1(S)	40,000～99,999
2(T)	100,000～224,999
3(U)	225,000～349,999
4(V)	350,000～

◆TLP4.0ライセンスプログラム購入例

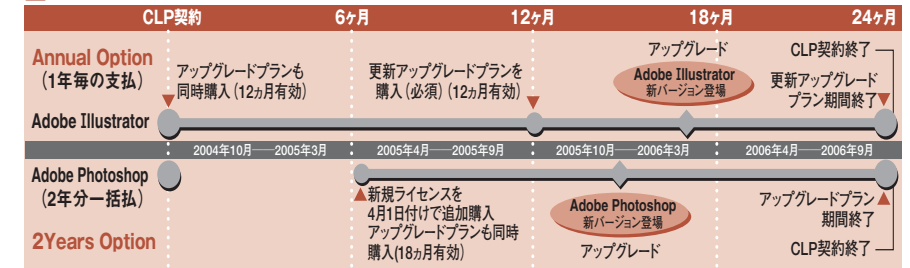


◆アップグレードプラン使用例

■TLP4.0（2年間の場合）



■CLP4.0



■Adobe製品に関するお問合せ先
株式会社大塚商会 Adobe販促課 mail : adobeinfo@otsuka-shokai.co.jp