

BP
business partner

Navigator ²⁰⁰⁹
vol. **45**
Presented by *Otsuka Corporation*

巻頭特集

IT市場活性化の起爆剤となるか

Windows 7への期待と不安

～業界キーパートナーによる座談会～

第2特集

新型インフルエンザの感染拡大や災害時に役立つ

いま必要な事業継続ソリューションはこれだ!

巻頭インタビュー

につぼんの元気人
ブックオフコーポレーション株式会社
代表取締役社長

佐藤 弘志氏

Focus

着実に導入企業が増加
伸長するログ監査ソリューション

CAD情報

製造業でAutoCADを利用するお客様に
Autodesk Inventor 2010の提案を

BP Navi Value

実録! BP営業奮闘記
成功事例ファイルNo.7
ピンチはチャンス! データリカバリで
お客様の信頼を獲得

CONTENTS

● 巻頭インタビュー

- 7 **にっぽんの元気人**
【第2回】ブックオフコーポレーション株式会社 代表取締役社長
佐藤 弘志氏

● ITソリューション

- 16 **巻頭特集**
IT市場活性化の起爆剤となるか
Windows 7への期待と不安
～業界キーパートナーによる座談会～
- 24 **第2特集**
新型インフルエンザの感染拡大や災害時に役立つ
いま必要な事業継続ソリューションはこれだ!
- 30 **CAD情報**
製造業でAutoCADを利用するお客様に
Autodesk Inventor 2010の提案を
- 66 **Focus**
着実に導入企業が増加
伸長するログ監査ソリューション
- 70 **Case Study[LED照明編]**
市場拡大を続ける次世代の灯り
LED照明の提案の強化を

● BP Navi Value

- 42 **実録! BP営業奮闘記**
成功事例ファイルNo.7
ピンチはチャンス!データリカバリでお客様の信頼を獲得
- 54 **Service & Support**
サービス&サポートMAP

● 製品情報

- 12 **New Products**
- 58 **ソフトウェアカタログ**
- 84 **Market Report/Consumer編**

● コラム

- 63 **IT Trend Watch**
- 65 **最新ITキーワード**
- 68 **知ればお得な最新IT用語検定【第9限目】**
- 76 **柳原秀基の目から鱗のIT夜話【第十夜】**

● 広告企画

- 32 **文教系IT機器特集**
政府投資で文教系ITの需要が拡大!!
授業の効率化と質の向上を図る提案を!
- 78 **NAS特集**
増え続ける企業内文書を有効活用するために
手軽で有効な情報共有ソリューションとなるNAS
- 93 **BP Navigator Back Number/AD Index**





BP Top Interview

Series

にっぽんの元気人

各界の最前線で活躍するオピニオンリーダーにIT業界復活のヒントを聞く

第2回

ブックオフコーポレーション株式会社
代表取締役社長
佐藤 弘志氏



「総合リユース」の トップカンパニーを目指す



中古販売は内需型産業。 海外の不況で 言い訳はできない。

BP:平成19年6月に社長に就任されてから、丸2年が経ちました。昨年からの景気の影響なども含めて、振り返ってみていかがでしたでしょうか。

佐藤 弘志氏(以下 佐藤氏):よく、不況だから中古販売は好調でいいですね、と言われるのですが、そんなことはありません。私たちのビジネスはお売りいただいたものをいかに循環させていくかが事業の主体なので、ちょっと油断するとすぐに形が淀んでしまいます。私が就任してから、これまでの2年間は、まさにその循環のバランスを取り直すための期間だったと思います。

BP:不況だから中古販売が儲かる、とは限らないということですか。

佐藤氏:そうです。中古販売は地域の中で閉じている内需型産業です。アメリカがどうだろうと、為替がどうだろうと関係ありません。仕入も販売も地域が基本なので、誰にも言い訳ができません。普通の小売業であれば、必ず川上があるので、売れない理由を仕入れや製造した商品のせいにかまします。しかし、私たちのビジネスには川上がまったくないので、商品がなければ仕入担当者の努力不足になりますし、売れなければ売場の者の責任です。誰にも文句を言えないというビジネスは、

厳しいものですが、人を育てるという面では、とてもいい環境になります。

BP:先ほど、社長に就任されてからの2年間は、バランスを取り直すための期間だった、とお話をされましたが、どのようにその試練を乗り越えてこられたのでしょうか。

佐藤氏:カリスマ性のあった創業経営者が、ある日突然いなくなる、というのは従業員にとっては未体験のショックでした(※1)。当社は、本当に若い会社で平均年齢は20代です。当時は創業者というカリスマがいて、外から見ると、教授と学生たちのような組織でした。私も12年前に入社して、創業者に育ててもらいました。それが2年前の出来事で社長に就任することになったのです。

一般的に創業者からの事業継承は大変だと言われています。特に最大のリスクは、創業の理念やそれまで大事にされてきた価値観が、社長の交代によって一気に失われ、社員のモチベーションが下がってしまうことです。そのため、私が社長に選ばれた時に、役員と3つの約束をしました。1つは、会社をつぶさないこと。2つ目がこれまでの成長を止めないこと。そして3つ目が創業理念をぶらさないことでした。私は就任から一貫して、迷った時にはこの3つの基本に立ち返るようにしています。

※1 編集部注:平成19年6月、創業者の坂本 孝会長兼CEOは不正経理問題などで引責辞任、橋本 真由美社長兼COOは代表権のない取締役会長に

1990年に神奈川県相模原市の住宅街に1号店をオープンしたブックオフは、創業から19年で国内外に約1,093店舗(2009年3月31日現在)を展開するまでに急成長を遂げた。同社では、2年前から佐藤 弘志氏を代表取締役社長として、企業改革に取り組んでいる。そこで今回は同社の独特な人材育成法や不況下での中古販売の現状、これからの経営戦略について佐藤氏に話を伺った。

BP:3つの基本を支えにこの2年間を

かじ取りされてきたんですね。
佐藤氏:今にして思えば、就任当初は無理に頑張ろうという意識ばかりが先行して、肩に力が入っていました。その結果、3カ月目に大きな危機に見舞われたのです。就任した6月から8月にかけて、社内に真空というかポワンとした状況ができてしまい、気づいた時には数字が把握できなくなってしまったのです。売上も落ちてバックヤードにあった大量の在庫もいつの間にか捨てられているような状況でした。それまでまったく気づきませんでした。しかし、その現実がわかった時に、ようやく幹部たちにもエンジンがかかり、危機をみんなで共有し始めました。

部下の失敗を歓迎する 独自の人材育成法とは

BP:そこでブックオフが変わり始めた

んですね。
佐藤氏:はい。そこから出てきたのは「負けん気」でした。このままでは、自分たちを育ててくれた大好きなブックオフがだめになってしまう。それは悔しい。そういう負けん気が幹部の中に溢れてきたのです。そこから下方修正した期末の数字を達成するために、まさに全社一丸となって数字の目標に向けた努力を始めました。その一つが全体最適化でした。基本的にこれまでのブ

ックオフでは店舗ごとに仕入と販売を行っているだけで、片方で買い過ぎて余っている店があり、もう片方で在庫が足りない店があっても、各店舗の店長はいわば一国一城の主ですから、自らが仕入れたものは他には出しません。そうした固定観念があるので、全体最適化を我々が伝えても、気持ちがついていかない店長が多かったのです。それを変えるために、ブックオフ独自の人材育成で育てられてきた組織を活かして、意識改革に取り組んだのです。

BP:ブックオフ独自の人材育成とは一体どういうものなのでしょうか。

佐藤氏:ブックオフの社員教育は、新入社員の育成担当者を選抜するところから始まります。というのも、多くの新入社員にとって最初につく上司によって社会人としての人生が決まるのではないのでしょうか。そして、社会人にとっての最大の不幸は、配属となった先に心から尊敬できる先輩が一人もいないことだと思います。そのため、当社では、育成担当を決めるのに、すぐ時間をかけて選びます。そして、当社では「失敗こそが最大の教育」だと考えています。だから、失敗した新入社員には、教育担当になった先輩が“手をたたいて”喜んであげるのです。

BP:実際にどんな失敗をするのでしょうか。

佐藤氏:例えば、帳票の書き間違えのようなミスは、失敗のうちに入りません。

それよりも大切なことは、店舗を預かる者として、パートやアルバイトの方々の気持ちを一つにできるかです。私たちのお店は、パートやアルバイトの方々に支えられています。その人たちに反発されたり、時には集団で辞められてしまうようなことが、大きな失敗になります。しかし、その失敗こそが新入社員にとっては大切な経験なのです。だから、社員が店長になって「アルバイトとの関係が上手くいってない」などの報告を教育担当者になると、彼らは怒るよりもむしろ喜ぶのです。そして、「いい失敗をしたね」と温かい言葉をかけます。そういう言葉をかけられるのは、その担当者自身が、新入社員の頃に同じような経験をしてきたからです。そして、失敗をした社員は、そこではじめて「この先輩に対して恥ずかしい仕事はできない」と思い、成長するのです。そうした先輩と後輩の関係を当社ではよく「親子」と呼んでいます。その関係が社内には脈々とつながっていて、その系図の頂点にいるのが、会長である橋本眞由美なのです。彼女はパートからたたき上げて社長になった人間です。今の社員はみんな彼女の背中を見て育ってきました。2年前に全社的な意識改革に取り組んだ時にも、橋本が号令を発してくれたからこそ店舗やエリアというこだわりを捨て、会社の存続のために社員が丸となれたのです。

5年後、10年後も必要とされる未来のインフラを目指して

BP:ブックオフの経営ではITはどのように活用されているのでしょうか

佐藤氏:中古販売でのIT活用といえ、アイテムの単品管理をデータベース化する作業があげられます。しかし、中古本はアイテム数が多いため、データベース化するよりは、次々と販売していった方が経営的な効率性は図れます。そのため、本に関しての単品管理は行っていません。しかし、最近ではDVDやゲームソフトの扱いも増えており、こちらは単価も高いことから単品POSの導入を推進しています。もっとも管理する項目や作業が増えてしまうと、現場の店長に負担になる面も多いので、どのような按配でITを役立てていくかは、まさに今プロジェクトを立ち上げて、次世代POSの開発に取り組んでいるところです。私たちの場合は、経営側の目線ではなく、常に現場を大切に考え、利用する店長の目線でITの活用を考えています。

BP:ブックオフが掲げている「捨てない人のインフラを作るカンパニー」とは、どのような事業活動でしょうか。

佐藤氏:会社の成長とは何か、と考えていくと、5年後10年後の未来で、世の中に必要とされている事業を行っているかどうかではないでしょうか。世の中に必要とされることと、自分たちのやっていることにズレがないかを経営者は見極めなければならないと思います。

こうした考えから、私たちは、「モノを捨てたくない人のためのインフラを提供する総合リユースのトップカンパニーを目指す」という目標を掲げました。モノを捨てない理由は人それぞれです。もったいないという価値観や、生活防衛のために少しでもお金に変えたいとか、いろいろな動機があります。しかし、一つ確実なことは、これから先の

未来では、かつてのバブル期のような、たくさん買ってどんどん捨てて、それがカッコいいというような時代は再び来ないでしょう。むしろ反対に、モノを大切にしている人たちが増えていくと予測しています。そうした人たちの価値観の受け皿として、地域の方にとって当たり前のように存在し、みなさんのインフラとなるために、これから事業活動を続けていきたいと思います。

佐藤 弘志氏
Sato Hiroshi

◎ Profile

1970年、神奈川県出身。1995年、東京工業大学大学院理工学研究科社会学専攻修士課程修了。同年4月、マッキンゼー・アンド・カンパニー・インク・ジャパン入社。1997年、ブックオフコーポレーション株式会社入社、2003年、ブックオフメディア株式会社代表取締役、2007年、ブックオフコーポレーション株式会社執行役員企業戦略担当、同年6月に代表取締役社長に就任。



巻頭
特集

IT市場活性化の起爆剤となるか

Windows 7

への期待と不安
～業界キーパートナーによる座談会～

【座談会参加者】

- P** パートナー様
 - リコー販売株式会社 山崎 由美子 氏
 - カテナ株式会社 渡辺 源基 氏 佐藤 壮 氏
 - ハイパーコンセプト株式会社 関 智之 氏
- V** ハードウェアベンダー
 - 日本電気株式会社 上杉 敏己 氏
 - 日本HP株式会社 織田 博子 氏
- M** マイクロソフト
 - マイクロソフト株式会社 細井 智 氏 伊田 聡輔 氏
- O** 株式会社 大塚商会
 - MSグループ 下條 洋永

Windows 7の販売が、10月22日とアナウンスされ、業界にもPC販売を中心とした活発な動きが出てきた。パフォーマンスや操作性が向上し、互換性も高めたWindows 7は、IT業界にとって市場を活性化する起爆剤となるのか。Windows 7を取り巻く今後のビジネスについて、パートナー様3社に加え、ハードウェアベンダー2社と大塚商会MSグループがマイクロソフトを囲んで、Windows 7をセールス展開するにあたっての期待と不安、さらに導入のシナリオについて座談会を行った。

Windows 7に期待することは？

まずは出席者から発売を間近にひかえたWindows 7への期待やお客様の声について語られた。

P リコー販売 山崎氏 (以下、敬称略)：当社では展示会などで、すでにWindows 7のデモンストレーションを行っています。「なかなか動きがいいね」とおっしゃってくださる方が多くいらっしゃいま

すね。また、互換性についても配慮されているので、次にバージョンアップをするならWindows 7とお考えになられているお客様が多いという印象です。

P ハイパーコンセプト 関氏 (以下、敬称略)：当社のお客様は、メディアで紹介されているWindows 7の情報を見られている方が多く、そうした方々からは「期待

しています」というお言葉をいただきます。

P カテナ 渡辺氏 (以下、敬称略)：やはり私が聞く限りは、まだ企業様ではWindows 2000やXPを使っている方が多いのが現状です。その次はどうするのか、という意味ではWindows 7への期待は高まっています。

P カテナ 佐藤氏 (以下、敬称略)：私はRC

版のWindows 7をすでに使っていますが、感想として「速い」と感じています。そして、速さに加えて安定していると感じます。それと、アプリケーションが計算中なのかハングアップしているのかが、はっきりとわかるようになりました。そういう意味では、生産性の向上やヘルプデスクなどのコスト削減につながるのではないかと思います。

M マイクロソフト 細井氏 (以下、敬称略)：Windows 7では、アプリケーションが落ちてしまった時には、そのアプリケーションだけが白くなって、あとは動いている、という状態をあえて見せるような工夫を行っています。その結果、何が起きているのかをユーザー自身で確かめて、ヘルプデスクに問い合わせることができず。それだけではなく、どのようなアクシ

ョンを起こしたら問題が発生してしまったのか、というステップをレコーディングして自動的にレポートを作成して提出することができます。さらに、Windows 7自身も何か起こった時には自己修復する機能を備えています。それらの機能により、サポートなどにかかるコストの削減に貢献できると考えています。

O MSグループ 下條：Windows 7には、お客様からの高い評価が多いので、出荷までの間にまだ微調整が行われている期間かと思いますが、ぜひさらに良い製品としての完成を期待しております。

M マイクロソフト 伊田氏 (以下、敬称略)：Windows Vistaの企業導入を阻む大きな理由は、まず企業様が導入されているPCのすべてが、Windows Vistaに対応できるだけのスペックになっていない、とい

うことです。あとは、企業様の中で使われているアプリケーションが、Windows Vistaで動作するために改修のコストがかかる、といった理由も考えられます。一方Windows 7では、製品がリリースされる今年秋のタイミングで、すでにWindows 7が快適に動作するスペックのPCが、Windows Vistaのリリース時と比べ、非常に多く存在しています。また、「XPモード」のように、過去のソフトウェア資産を利用できる環境も整えています。

V 日本電気 上杉氏 (以下、敬称略)：個人的にRC版を利用している印象としては、例えば、NetBookのようなスペックの低いマシンでも、Windows 7だと動作が軽快だという印象があります。

V 日本HP 織田氏 (以下、敬称略)：Windows 7は、スペックと互換性の面

で、お客様にも導入していただきやすいのではないかと思います。また、RC版がWindows Vistaと比べて、早くから提供されていたので、周辺機器なども含めて、互換性などを検証しやすい環境も整っており、発売と同時に購入しやすいのではないかと考えています。

M 細井:インデックス処理と検索のスピードがWindows Vistaと比較して、43%向上しています。使っている時の体感速度も上がっていると思います。

また、ハードウェアやソフトウェアの互換性に関してですが、正直なところWindows Vistaの場合は発売直後の段階では、100%の対応は実現できま

せんでした。それに対して、Windows 7では、発売前から互換性の実現を前倒しにして、安心して使っていただける環境を整えています。

期待するポイント

1. 速さに加えて安定性が増した
2. ヘルプデスクのコスト削減が期待できる
3. スペックの低いマシンでも軽快な動作が可能
4. RC版が早くから提供され、利用環境も整備

Windows 7を販売するうえでの不安点は？

Windows 7に対する期待が語られたところで、今度は企業への導入における課題や不安点などについて意見が交わされた。

P 佐藤:インターフェースの違いが、大きなポイントになると思います。Windows Vistaをすでに使っている人たちには問題ないと思いますが、Windows XPから乗り換える人たちには、とっつきにくい印象を与えてしまうのではないかと、とい

う懸念があります。後は、古いPCをOSだけ入れ替えるような場合には、周辺機器などハードウェアとの互換性に関する心配を抱かれるお客様もいるのではないかと考えています。

P 渡辺:そうですね。見た目の違いに不安を感じる方もいらっしゃると思います。ただ、Windows 2000からWindows XPで、インターフェースが変わったときにも、当初は戸惑いを感じ

ていた方も、自宅で新しいOSを使うようになって慣れてきたように、企業にも徐々に浸透していくと思っています。問題は、どのくらい時間がかかるかわからないのかどうか、古いマシンを入れ替えていくのかどうか、という点が未知数という状況のままですと、販売も厳しいのではないかと受け止めています。

P 関:最近では、一般ユーザの方の中にも、最初に使ったパソコンがNetBookというケースが増えていきます。そのため、いまもWindows XPから使い始めているユーザもけっこういると

思います。あるいは、自宅でもメーカーが販売している企業向けのWindows XPモデルを使う方もいます。そういう意味でも、自宅はWindows Vistaを使っている、という環境が完全に普及しているとは言えないと思います。

P 山崎:企業の場合にはPCを使っている人の年齢層が幅広いので、インターフェースが変わるという影響は、大きいのではないかと思います。それと、Windows XPからWindows 7へと移行しそうですので、Windows Vistaの検証をしない、今使っているマシンが対応できるのかどうかかわからない、古いマシンを入れ替えてまで、Windows 7を導入するコスト的なメリットがあるのかどうか未知数という状況のままですと、販売も厳しいのではないかと受け止めています。

O 下條:お客様からのアンケートの中にも、Windows 7の新機能に期待されている半面で、仕事で使うレガシーなアプリケーションとの互換性を重視される声も多く見受けられます。我々もお客様にWindows 7のワークショップやコンサルティングを展開していますが、その活動の中で、お客様の多くが興味を持た

れるのは、「XPモード」になります。「XPモード」が互換性のソリューションです、という話ではなく、数多くある互換性のためのソリューションの一つである事を明確にしたメッセージをお伝えする必要がありますと考えております。

M 伊田:互換性に関しては、優先順位があると思います。まずは、Windows 7の環境で動作するハードやソフト、ドライバを整えていくことが重要です。しかし、コストや時間の面で、すぐに対応できない場合、アプリケーション仮想化などでの対応をご検討いただいて、最後に「XPモード」をお試しいただく、という順番になるかと思っています。

M 細井:Windows 7のインターフェースの開発にあたっては、市場でWindows XPをお使いいただいている方が多いという現状も考慮して、そうした方がより直感的に使えるように設計しています。また、パフォーマンスの面においても、Windows Vistaの動作が必須ではなく、それ以前に製造されたPCでも快適に動作することを目標に開発しています。具体的には、2006年以降のハードウェア性能を対象に考えて設計しています。ポ

イントとしては、Direct X9以降に対応できるグラフィック性能を備えたPCが、Windows 7を快適にお使いいただける水準だと思っています。

V 織田:Windows Vistaの時には、ハードウェアの性能の必要性を積極的に発信したことで、反対に買い控えにつながるようなケースもありました。また、コンシューマとビジネスのメッセージを同じにしてしまったために、ビジネスにとって有用な情報を伝え切れなかったのではないかと反省しています。そうならないためには、今回はハードウェアベンダーとしてもバランスを考えて、メッセージを発信していく必要があると考えています。

V 上杉:私は、企業が積極的に既存の端末をWindows 7に入れ替えるとは思っていません。おそらく、リース期間や償却期間が終了するまでは、そのハードとOSのままで使うのではないかと予想しています。そのため、複数のWindowsが企業の中で混在する期間が生じると思います。IT担当者にとっては、社内の教育なども含めると負担になりますが、それでも、多くの企業がWindows 7に移行すると考えられます。ただそのときに、現在の経済環

座談会参加者

P パートナー様



リコー販売株式会社
ソリューション統括本部
戦略センター 事業企画室
販促グループ 担当課長
山崎 由美子 氏



カテナ株式会社
ソリューション営業本部
ソリューション営業推進部
SE課 課長
渡辺 源基 氏



カテナ株式会社
ソリューション営業本部
ソリューション営業推進部
ソリューション企画課 課長
佐藤 杜 氏



ハイパーコンセプト株式会社
情報システム部長 兼 管理部長
関智之 氏

V ハードウェアベンダー



日本電気株式会社
ビジネスPC事業部
マーケティンググループ
主任
上杉 敏己 氏



日本ヒューレット・パッカド株式会社
パーソナルシステムズ事業統括
クライアントソリューション統括本部
デスクトップビジネス本部
プロダクトマネージャー
織田 博子 氏

M マイクロソフト



マイクロソフト株式会社
コマースWindows本部
プロダクトマネジメント部
シニアエグゼクティブ
プロダクトマネージャー
細井 智 氏



マイクロソフト株式会社
コマースWindows本部
ビジネスマーケティング部
シニアプロダクトマネージャー
伊田 聡輔 氏

O 大塚商会



大塚商会
マーケティング本部プロダクト
ロモーション部
Microsoftグループ
課長
下條 洋永 氏

境で、先延ばしにされてしまうことが、もっとも懸念されることではないでしょうか。

M 細井:我々も企業向けのメッセージに関しましては、いろいろと考えていま

す。例えば、サポートが終了する2014年までWindows XPを使い続けることによるセキュリティ対策やOSのパッチなどに関わるTCOを明確にしていくとか、

新しいOSを導入した時の企業側のメリットをシナリオ形式で提案していくとか、積極的にメッセージを出すことで、移行を促していきたいと考えています。

出席者の不安	MSの回答
インターフェースの違いが、とっつきにくいという印象を与えてしまうのでは？	インターフェースを直感的に使えるように設計
古いPCをOSだけ入れ替えるような場合に求められるスペックや周辺機器などのハードウェアとの互換性は？	2006年以降のPCのハードウェア性能を対象に設計されている
レガシーなアプリケーションとの互換性は？	最初にレガシーアプリケーションが動作するか、互換性モードにてチェックをし、動かない場合アプリケーションの仮想化での対応をご検討いただき、最後に「XPモード」をお試しいただきたい

Windows 7導入のシナリオとは？

企業におけるWindows 7導入のシナリオは、多様であり段階的だと考えられる。では、実際にどのような導入シナリオがあるのか各自の意見を聞いた。

P 山崎:ノートPCは電源管理の面から見てもメリットが大きいと思います。ただ企業において、と考えると具体的なお客様のコストメリットが、すぐには思い浮かばない状況です。

P 関:やはりパソコンを入れ替えるタイミングが鍵を握っていると思います。企業では、OSを単独でお買上げになるお客様はあまり多くないと思いますので。また、ハードウェアの提案の中で64bitというのが、ポイントになると考えています。これからの導入を考えるならば、メモリ増設で長期間にわたって利用できる64bitCPUを搭載したPCが適していると提案できれば、販売の機会を広げられると考えています。

P 渡辺:私は、Windows 7の検索機能に注目しています。個人のPCの中にある膨大なデータを効率よく管理できる、という提案ができれば、販売の機会に結びつくのではないかと思います。

P 佐藤:Windows 7が出たから飛びつく、という企業ユーザは少ないと思っています。当社としては、新しくなって変わったインターフェースなどに関して、どのようなメリットや使い勝手があるのかを伝えていくことが、ビジネスチャンスになると考えています。

O 下條:企業がOSを入れ替える時の全体的なメニュー作りが必要ではないかと思っています。

M 細井:おっしゃるとおりで、我々もWindows 7単体で企業ユーザ様の更新や新規の導入を短期間に、また大幅に牽引できるとは思っていません。やは

りトータルのシステムとして、Windows 7にはどのようなメリットや効果があるのかを伝える必要があると考えています。例えば、サーバと連携したときに、どのようなメリットが出てくるのかをシステムとして提案するシナリオです。Enterprise Editionをお使いいただければ、BitLockerのような暗号化によって、コンプライアンスを確立しながら利便性も高めていく、といった仕組みも提案できると思います。

V 上杉:個人的には、コールセンターや定型業務のように、あまりOSのインターフェースを頻繁に操作しない部門などから、トータルシステムの一環として入っていくのが、抵抗のない導入ケースではないかと予測しています。

V 織田:新しい使い方として、タッチ操作の機能などは、一つの提案になるのではないかと考えています。

M 伊田:教育や医療関係では、タッチ操作への注目度は高いです。

P 渡辺:確実に今後はWindows 7になっていくという流れがあると思いますが、その新しいものが自分にとってどんなメリットがあるのかどうか、ユーザにとっての情報をマイクロソフトから発信してもらいたいと思いますし、私どももそうしていきたいと思っています。

V 織田:社内でもポジティブな意見が多いので、個人がWindows 7を積極的に使っていくことで、企業にもいい意味でフィードバックされて、普及していくことを期待しています。

M 細井:特に企業様向けと個人様向けのメッセージを分けて、企業様にとってのメリットは何かということ、ステップをもってどのように導入していくのかという点について、発売までに取り組んでいきたいと思っています。一方で、個々の情報の吸い上げは、パートナーの皆様へ委ねている面も多いので、一緒に盛り上げていくために、このような機会を設けながら、最適なメッセージ



を流していきたいと思っています。

マイクロソフトによるWindows 7の企業向けメッセージについては、パートナー各社から顧客のさまざまな利用シーンに対応した導入シナリオを求める声が相次いだ。今後、マイクロソフトの積極的なメッセージ発信に期待したい。またBP事業部でもWindows 7に関する最新情報の提供とともに、パートナー様の販売を強力に支援していく構えだ。Windows 7の企業導入は、買い

替えのタイミングに合わせて部署単位や拠点単位に、またWindows Server 2008 R2との導入計画にもとづいて進行するものと予想される。パートナー様は、顧客のシステム運用状況や利用環境を把握し、それぞれに最適な導入シナリオを提案できるよう早めの準備が必要だ。顧客にきちんと青写真を提示し、メリットを適確に伝えることができれば、Windows 7はパートナー様にとっても、大きなビジネスチャンスになることだろう。

発売日が10月22日に確定 発売を前に盛り上がるキャンペーン

マイクロソフトは、Windows 7の価格と発売日を発表した。店頭販売は、10月22日に開始される。また、価格については表の通りとなっており、それ以外の法人向け最高位エディション「Windows 7 Enterprise」はボリュームライセンスで提供される。

また、発売に先立ってマイクロソフトが実施した【「Windows ありがとう」キャンペーン】は、優待価格で Windows 7 を先行予約できるキャンペーンで、予定期間よりも早く、わずか1日で完売した。また、「Windows 7 優待アップグレード」キャンペーンでは、キャンペーン期間(2009年6月26日(金)～製品発売日前日)にWindows Vista(R) パッケージ製品、PCの対象機種およびDSP版を購入したユーザが、Windows 7 発売後、対象製品の

アップグレード版を優待価格にて入手できるキャンペーンとなっている。

発売日まで、Windows 7への市場の注目は、さらに高まっていくと考えられる。



Windows 7 参考価格

製品名	通常版	アップグレード版
Windows 7 Ultimate	3万8,800円	2万6,800円
Windows 7 Professional	3万7,800円	2万5,800円

※アップグレード版の対象となるのは、Windows VistaおよびWindows XP。ただし、上書きでのアップグレードインストールができるのは、Windows Vistaのみで、Windows XPの場合には新規インストールのみ可能となる。

第2特集

新型インフルエンザの感染拡大や災害時に役立つ

いま必要な

事業継続ソリューションはこれだ!

世界保健機関(WHO)は2009年6月に、新型インフルエンザの警戒水準を世界的大流行「パンデミック」を意味する最高のフェーズ6へ引き上げると宣言した。これは企業においても見過ごせない課題だ。しかも、今年の冬にはこれまで以上に感染被害が拡大する危険性があり、今からそれに備えた万全な対策を講じておく必要がある。仮に社内で感染者が広がる事態になれば、社員の自宅待機や出張の自粛、オフィスへの立ち入り禁止など、今後の企業活動に大きな制約が出る事が予想される。そこで今、リモートアクセスやコミュニケーションツールなどの事業継続ソリューションに対する注目が高まっている。その事業継続ソリューションに焦点を当て、具体的なアプリケーションや提案方法を紹介する。

社内システムへのリモートアクセス環境を構築する

新型インフルエンザなどのパンデミックによって自宅待機を強いられたり、大地震などの災害によってオフィスまでの交通網が分断された場合でも、企業活動を休止するわけにはいかない。いざという時に備え、自宅や外出先のパソコンから社内のパソコンやサーバにリモートアクセスできる環境を構築しておけば、そうした事態にも対応することができる。そのための具体的な方法としては、社内のパソコンを社外から遠隔操作するリモートデスクトップを活用する方法と、社内のネットワークに社外からリモートアクセスするSSL-VPNアプリケーションを活用する方法がある。

■ 会社のPCを遠隔操作する
リモートデスクトップ

リモートデスクトップとは、手元のコンピュータからネットワークで接続された他のコンピュータを遠隔操作する仕組みのことである。例えば、自宅のパソコンから会社のパソコンにインストールされているアプリケーションを起動してファイルを作成したり、社内LANに接続して会社のサーバにアクセスし、そのサーバにあるデータを編集したりすることが可能になる。まさにオフィスにいる時と同じ感覚で仕事を進めることができるのだ。

リモートデスクトップ環境を構築する手段としては、WindowsXP ProfessionalやWindows Vista Business/Ultimateの標準機能を使う方法と、専用のアプリケーションを使う方法がある。Windowsの標準機能を使ってリモートデスクトップを実現する場合は、会社の

パソコンにインターネット経由でアクセスできるようにするために、ファイアウォールなどの設定を変更しておく必要がある、セキュリティ上のリスクがともなうので十分な注意が必要だ。

一方、リモートデスクトップ用のアプリケーションを利用する場合は、会社のパソコンと社外からアクセスするパソコンにそれぞれ専用ソフトをインストールして使うため、ファイアウォールなどの設定を変更する必要はない。そのため、面倒な作業を行わずに手軽に導入できる利点がある。特に数名から数十名規模の事業所や、企業内のマネージャーなど限られた人数の社員だけが利用したい場合には適しているといえる。具体的な商材としては、ソフトイーサの『PacketiX Desktop VPN Business』などを利用したソリューションがある。

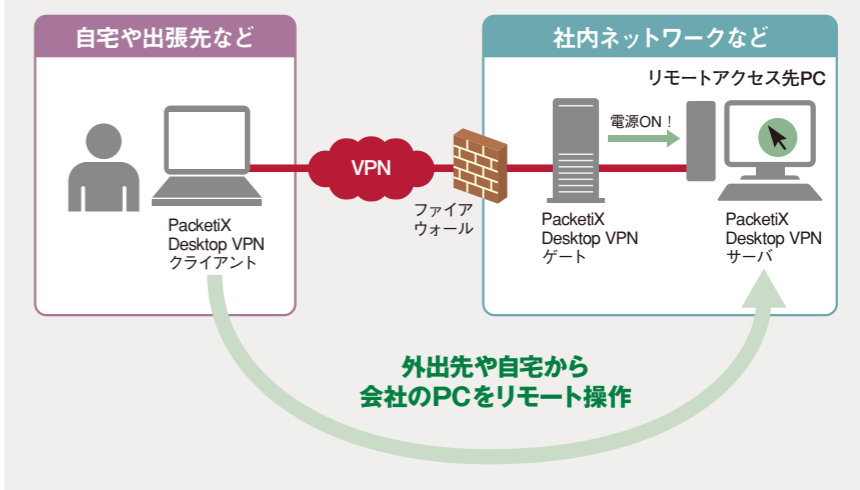
リモートデスクトップは、パンデミックや災害時以外でも大いに役立つ。例えば、製造業や建設業などでは、プロ

ジェクトを遂行するために現場の事務所などへ数カ月間出向するケースがある。その際、現場のパソコンから会社にある自分のパソコン画面を操作して、オフィスにいるときと同じように仕事ができるようになる。現場のパソコンに仕事で使うソフトをインストールしておく必要がないため、ソフトウェアの導入コストを抑える効果もある。

■ 社内LANに安全に接続できる
SSL-VPNアプライアンス

リモートデスクトップは、少人数でも手軽に導入できるのが大きな魅力だが、利用するパソコンの台数が増えると、その分、専用ソフトをインストールする作業に手間がかかり、初期コストが割高になる可能性もある。そこで、利用人数が比較的多い場合に適しているのが、インターネットに接続したパソコンから社内のネットワークに安全にアクセスする機能を提供する、SSL-VPNアプライアンスの導入である。

■ PacketiX Desktop VPN BusinessのLAN形態による接続の場合



■ 主なSSL-VPNアプライアンス製品



●ジュニパーネットワークス
『Juniper Networks Secure Access』

クライアントPCに記憶されたキャッシュを自動でクリアする機能を搭載。さらにセキュリティ対策を施していないクライアントからの接続は自動的にシャットアウトする「ホストチェッカ」などの機能も充実している。



●SonicWALL
『SonicWALL SSL-VPN』

既設ファイアウォールとのシームレスな連携や各種認証サーバとの連携をサポートしているため、導入の手間を大幅に軽減することができる。きめ細かなポリシー設定が可能のため、利用環境に合わせた最適な使い方を選択することができる。



●アライドテレシス
『CentreCOM SSL VPN-Plus』

LAN上のWindows PCで利用できるTCP/IPアプリケーションであれば、基本的に制限や変更なく、リモートアクセスを行うことができる。アプリケーションの設定も基本的に変更する必要がないため、導入が容易。

SSL-VPNアプライアンスは、通信を暗号化するSSL(Secure Socket Layer)というプロトコルを用いてインターネット上に仮想回線を構築して通信内容を保護し、Webブラウザと社内LAN上のサーバ間を橋渡しする役割を果たす。サーバ側にはSSL-VPNアプライアンスを設置する必要があるが、クライアント側は、

Webブラウザさえあれば利用できるため、リモートアクセスする自宅などのパソコンに専用ソフトをインストールする必要がないのだ。これは、ユーザはもちろん、システムサポートを担当する管理者にとっても大きなメリットになる。

SSL-VPNアプライアンスは一般的に高価なため、利用人数の少ない中小企業やSOHOではリモートデスクトップを導入するよりも割高になるケースがあるが、逆に利用人数が多い場合は低コストで済むケースも多い。また最近では中小企業やSOHOをターゲットにしたコストパ

フォーマンスに優れた製品もリリースされている。SSL-VPNアプライアンスの主な商材としては、ジュニパーネットワークスの『Juniper Networks Secure Access』、SonicWALLの『SonicWALL SSL-VPN』、アライドテレシスの『CentreCOM SSL VPN-Plus』などがある。

当然のことながら、SSL-VPNアプライアンスは、パンデミックや災害時に限らず、日常業務においても大きな効果をもたらす。例えば、営業が主体の事業所が導入することによって、全営業マンが移動先からノートPCを使って社内のサーバにアクセスし、商品の在庫状況を確認したり、日報を作成して共有フォルダに保存したりすることで営業の生産性アップに貢献する。

■ リモートデスクトップとSSL-VPNアプライアンスの主な違い

リモートデスクトップ	対象規模	SSL-VPNアプライアンス
小・中規模オフィス		大規模オフィスが中心
必要	専用ソフトのインストール	不要
少人数の場合、初期コストが抑えられる	メリット	PCの設定の手間が省け、人数によってはリモートアクセスよりも割安になる

■ 緊急時にも役立つコミュニケーションツールを提案する

■ 緊急時の打ち合わせにも効果を発揮
テレビ会議・Web会議システム

テレビ会議システムは、通信回線を使って音声や映像などをやりとりして遠隔地間で会議を行うコミュニケーションツールだ。これを活用すればパンデミ

ックや災害時にも大いに効果を発揮する。例えば、新型インフルエンザの感染被害の出た地域に支店や営業所がある場合、出張の禁止や外出の制限が出るケースがある。しかし、そうした事態が生じて、テレビ会議システムを使えば、幹部による事業継続に関する

会議を電話やメールではなく、顔を合わせながら話し合うことができるのだ。一般的にテレビ会議システムと呼ばれるものは、カメラやマイク、スピーカをセットにした専用装置とディスプレイを組み合わせて活用する。各拠点の会議室などに設置し、複数の人が同時

に会議に参加することを前提に作られており、映像や音声が遅延なく送れるようにするために、画質や音質が優れていることが大きな特長だ。ハイビジョン対応の専用端末を導入すれば、あたかも相手が目の前にいるような感覚で臨場感のある会議を行うことができる。また最近では、携帯電話からテレビ会議システムに参加できる製品も出てきており、注目されている。

緊急時に役立つテレビ会議システムだが、これを各社員の自宅に設置するのは困難だ。そこで効果を発揮するのが、Web会議システムである。

Web会議システムは、専用端末に比べて画質や音質は劣るものの、パソコン上で気軽に利用できるため、健康状態の確認など手軽に行うことができる。使用するにはパソコンにWeb会議用のソフトウェアをインストールし、そのパソコンにWebカメラとヘッドセットをつなげば、誰でも簡単にWeb会議

に参加できる。さらに、データ共有機能などを活用すれば、参加者のパソコンに入っているファイルを他の参加者に見せながらプレゼンテーションしたり、参加者同士でデータをやりとりすることもできる。

また、テレビ会議やWeb会議を活用すれば、社外の共同作業者とのコミュニケーションも円滑になる。ヤマハのテレビ会議システム『PJP-300V(B)』やNECシステムテクノロジーのWebカンファレンスサーバ『WX2.1ライト』など、商材も豊富に揃っているため、企業規模に合った最適な提案をしていただきたい。

■ 社内外で情報共有を実現する
Web対応のグループウェア

グループウェアは、企業における情報共有の要として、迅速な情報伝達によって生産性向上に大きく寄与する。イントラネットかASPタイプが一般的で、

どちらかを選ぶことができる。機能としては、グループ内のコミュニケーションを円滑化する電子メール機能、グループ全体で情報の周知徹底を図れる電子掲示板機能、各種文書をデータベース化して共有できる文書共有機能などを備えている。特に最近のグループウェアは、Webを介して社内外で情報共有できるので、パンデミックや災害時にも使い方を事前に決めておけば、かなり役に立つ。例えば、自宅や外出先のパソコンにWebブラウザさえあれば、社内にいる時と同じように情報共有しながら仕事を進めることができるのだ。

グループウェアの主な商材としては、Webサービスに対応している『IBM Lotus Notes/Domino 7.0』やモバイルアクセスに対応している『サイボウズ Office』などがある。

また、Webデータベースソフト『サイボウズ デヂエ 8』には、6月10日より、新型インフルエンザ感染拡大時に利用できる「感染状況確認システム」がライブラリのテンプレートとして提供されている。これは、企業が自宅待機措置などを取ったときに、社員の健康状態を容易に把握できるようにするもの。感染した社員をワンクリックで抽出することもできる。

今回はパンデミック対策や災害対策に役立つソリューションを中心に紹介してきたが、リモートアクセスやテレビ会議システムは、平常時でも業務の効率化や移動費の削減に効果を発揮する。パンデミック対策をきっかけとした、積極的な営業展開を行うことで、新たなビジネスチャンスが期待できるだろう。BP

■ サイボウズ デヂエ 8の「感染状況確認」のテンプレート例

熱が38度を超えた場合には体温記載箇所が赤に表示され、一目で状況を把握することができる



着実に導入企業が増加 伸長するログ監査ソリューション

企業ニーズに合わせた最適な提案を

2005年に完全施行された「個人情報保護法」を契機に、企業のセキュリティ意識は急速に高まった。情報漏えい対策は、もはや避けられない必須項目になったのだ。多くの企業がセキュリティ対策を施しているが、情報漏えい事故・事件は減る気配がない。そこで、企業システムの現状を把握し、管理する手段としてログ管理が注目されている。

セキュリティ意識が高まるもの いまだ起きるセキュリティインシデント

企業システムにセキュリティ対策を施すケースは多いが、情報漏えい事故・事件は減る気配がない。最近も顧客情報を不正に取得して名簿業者に売却した事件や企業システムの脆弱性が悪用され、機密情報に不正アクセスされた事件などが相次いでいる。

悪意のあるユーザだけではなく、操作ミスや管理ミスによる情報漏えい事故・事件も多い。情報漏えいの防止や機密情報への不正アクセスを抑止するためには、人に頼った対策だけでは、うまく機能しない。ITを駆使し、漏えいしない仕組み作りが必要なのだ。

そこで、企業システムの現状を正確に把握し、管理するための手段としてログ管理を導入する企業が増えてい

る。ログ管理を行うことで社内での不正な行為に対する「抑止」「証拠」「現状把握」という3つの効果が期待できる。また、ログはISMSやPマークなどの監査や内部統制においても、指摘事項になるケースが増えており、そうした面からも確実に導入事例は増えている。「ログ監査ソリューション」は、その対象に応じ、「クライアント操作監査ログ」「業務系サーバログ」「データベースログ」などがある。

コスト削減にも効果を発揮する クライアント操作監査ログ

「クライアント操作監査ログ」は、クライアントPCの操作プロセスやプリントログなどのログを取得し、管理するツールだ。すでに多くの企業に導入されており、需要は一巡し、成熟期に入った印象がある。しかし、導入はしたものの

管理者への負担が多く、運用が続かなかつたり、保守・管理費用が割高という理由から新しいツールに乗り換えるというケースも多い。

代表的なクライアントのログ監査ツールの一つである、「SKYSEA Client View」はセキュリティに加え、コスト削減という付加価値をつけることで、その商品価値を高めている。

「情報セキュリティ対策の重要性は皆様理解されていますが、経済環境の変化などの要因により、ログ収集ソフトウェアに新規設備投資できないお客様も増えているようです。「SKYSEA Client View」は、集めてきた情報を活用したコスト削減機能も前面に打ち出しており、情報セキュリティとコスト削減を両立させるソリューションとして評価をいただいています」と、Sky株式会社・ICTソリューション事業部・販促企画部の金井 孝三部長は語る。

クライアントPCのログを監視することで、プリントの無駄やファイルサーバ上の使用頻度の低いファイルの量など、さまざまな企業の無駄が見えてくる。その部分を的確に把握し、対処することで企業の課題であるコストの削減が実現できる。その点を訴求すれば、新たな導入の動機となる可能性は十分にある。

機密情報が集中する サーバのログ管理は 既存システムへの影響が課題に

次に、サーバのログ管理について考えてみよう。サーバには、あらゆる機密

情報が集約されている。そこに保存されている情報は、クライアントPCの比ではない。万が一、サーバに保存しているファイルの改ざんなどが行われてしまえば、企業が大きな被害に遭うことは想像に難くない。

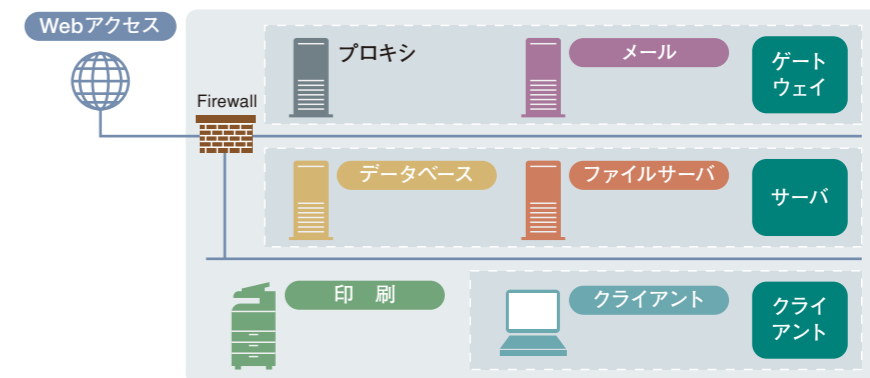
誰がどのファイルにアクセスしているのか、改ざんしたのかどうかなどを明確にするためには、サーバのログ管理が必須となる。しかし、導入にあたって注意すべき点がある。それはサーバに何らかのソリューションをインストールすると、業務アプリケーションとの相性や負荷を考慮しなければならない点だ。その場合は導入前に、検証を行い、問題が生じないか確認する必要があるだろう。しかし、それらの作業を行う手間を考えると導入までの障壁が高くなってしまふ。エンドユーザ企業にとって、稼働している環境はなるべく触らず、サーバのログ管理を実現できるソリューションが求められている。

エージェントを設置せずに、ファイルサーバのログを監視できる代表的なソフトウェアとしては、網屋のAlogコンバータが挙げられる。

「Alogコンバータは、ファイルサーバやADサーバからログを取得します。その際、ネットワークやストレージへの負荷をかけずに、イベントログ情報を確実に取得し、分かりやすいアクセスログとして保存します」と、網屋の営業第1部長の作間 晴夫氏は語る。

Alogコンバータに限らずサーバのログ管理を導入する企業は、コンプライ

取得する対象に応じて適切なソリューションが求められる



ログを取得する対象

ファイルサーバ
データベース
メール
Webアクセス
クライアント
印刷

ログを取得する場所

ゲートウェイ
サーバ
クライアント

アンスとしてログ取得が義務づけられている上場企業が多い。今後、これらの企業と取引している企業にも着実に導入が進んでいくことが予想される。

改善の指摘の影響も大きい データベース監査が伸長

最後に「データベース監査」について紹介しよう。企業の情報は、データベースに集約されている。データベースに接続する業務アプリケーションの脆弱性による不正アクセスで、情報が漏えいする事故も増えているため、監査は必須となりつつある。日本版SOX法でも、内部統制対策としてデータベース監査が求められている。

SSDB監査を提供している、エグゼンソリューションズの営業部・関口 達也氏によると「2008年以降は法に基づく内部統制が2順目となり、改善の指示などもあり、「導入しなければならない」という

企業が多く、不況下でもこれまで同様に順調に導入が進んでいます」と語る。

データベース監査を実施しているのは金融が中心となるが、製造、流通、建設など業種・業態を問わず利用されている。

ログ監査ソリューションは多岐にわたっており、この他にもメールやWebアクセス、印刷のログ取得を行う製品など数多くのソリューションが揃っている。提案にあたっては、導入するためのシステム環境の確認はもちろんだが、まずエンドユーザ様がどのようなログの取得を望み、どのようなポリシーで運用したいのかを把握し、そのうえで適切なログ監査ソリューションを提案することが重要だ。不況下でも伸長を続ける、ログ監査ソリューションにパートナー様はぜひ注力して欲しい。BP

※記事中で紹介したソフトウェアに関する詳細はP.59の「ソフトウェアカタログ」にて掲載しております。

ログ監査ソリューション 導入の3つの効果

抑止

「監視されている」ことを社員に意識させることで「抑止力」としての効果を発揮する。会社が認めていない操作を未然に防ぎ、社内のモラル向上にも繋げることができる。

証拠

万一、情報漏えい事故(事件)が起こってしまった場合に、いつ・どの・誰が・どのパソコンで・何をしたのか、証拠として残しておくことができる。

現状把握

業務効率を下げるような操作を行っているか、会社が認めていない操作を行っている社員はいないか等、業務の実施状況を確認することができる。

I T
Trend
Watch

文：元麻布春男

GPGPUの現実

どうやら2009年は、PC業界にとってOSの年となりそうだ。6月上旬Microsoftは、台北で開かれたComputexで、次のメジャーアップデートとなるWindows 7のアメリカでの店頭販売が、10月22日になることを明らかにした。

その翌週、Appleはサンフランシスコで開催した開発者向けイベントで、次のMac OS XとなるSnow Leopardが9月中旬にリリースされるだろうと発表している。しかもAppleは、通常は100ドルを越えるOSのアップグレード料金が、Snow Leopardについては29ドルという破格値になることも明らかにしている。特別サービスなのか、価格を安価に設定しないとイケない理由があるのか、それともリリース時期に近いWindows 7に対する先制パンチのつもりなのか、その意図は図りかねるが、衝撃的な価格設定だ。

こうしたつばぜり合いはともかく、MicrosoftとAppleの両社が、それぞれの次期OSでサポートする共通した新機能がGPGPUだ。これまでGPUは、もっぱら3Dグラフィックスのために使われてきたが、その性能を遊ばせておくのもったいないというわけで、汎用目的(General Purpose)に使おうというのがGPGPU(General Purpose GPU)である。

このコンセプト自体は2005～2006年頃から叫ばれるようになっていたが、今まではそれぞれのGPUに依存した形での実装が中心だったこともあり、今のところ一般に広く普及しているとは言い難い。Windows 7はDirectX 11 Computeとして、Snow LeopardはOpenCLとして、それぞれGPGPUをハードウェアに依存しない形でサポートする見込みであり、GPGPUの普及を妨げていた1つの要因が取り除かれることになる。だが、OSの標準機能としてGPGPUが取り込まれるこ

とで、次の課題が浮かび上がってくる。GPGPUは何の役に立つの?という疑問だ。

元々3Dグラフィックス用に特化した浮動小数点演算機能だけに、OfficeスイートやWebブラウザといった日常的なアプリケーションの処理にはあまり向かない。グラフィックスカード上のGPUとそのローカルメモリで処理を行う関係上、CPUで処理されるメインプログラムとは別に、まとまった量の計算をGPUに実行させて、その結果だけ受け取るという処理が望ましい。が、そうした条件を満たす処理の多くが、一般ユーザーには縁遠いHPC(High Performance Computing)分野だったりする。

一般的なアプリケーションとしては、ビデオエンコードや音声処理の可能性が語られているが、ビデオエンコードそのものを日常的に行うユーザーは決して多くない。もうひとひねり、こうした処理を日常的なアプリケーションにどう生かすかということを考えねばならないはずだが、まだそのヴィジョンを語るベンダーは現れない。

すでに新OSのリリースまで半年を切ったというのに、具体的なバンドルアプリケーションの情報や、性能向上の指標が示されることもないということは、GPGPU機能を生かしたアプリケーションがOSに標準添付されることはないだろう。MicrosoftだけでなくAppleも、GPGPUを生かすアプリケーションをバンドルできないということは、それだけこの技術の使い道が難しいということのように思える。そこに利用可能な演算能力があるのに使い道が見つからない。何とも歯がゆい限りだ。BP

text x Haruo Motoazabu【元麻布春男】

IT系雑誌やインターネットのコラムなどで広く活躍するフリーライター。執筆歴は15年以上におよぶ。1960年生まれ。





知ればお得な 最新IT用語検定!

【第9限目】

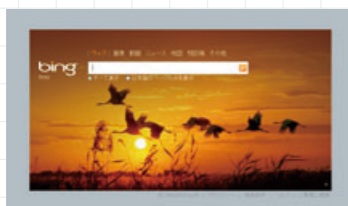
島川言成のオモシロマジメ解説付き

text × Gensei Shimakawa 【島川言成】
PC黎明期は秋葉原の有名量販店幹部、PC成長期は国内機械翻訳ベンチャー管理職及び外資系音声認識・合成企業、国内マーケティング部長、セキュリティベンチャー企業社外取締役。PC成熟期は専門学校講師。硬軟自在なIT業界の活写に、数多くのファンを持つ。寄稿及び著書多数。

設問 01

マイクロソフトがグーグルに対抗して発表した検索エンジンとは?

- 1 歌を歌うように普及させたいから Sing
- 2 誰でも使ってくれそうだから Ring
- 3 米国産黒サクラソボの季節だから Bing
- 4 鳥の翼のように飛翔させたいから Wing



設問 02

顧客を逃さない最適入力フォームサービスで注目されるのは?

- 1 CFO (Country Form Optimization)
- 2 RFO (Re-entry Form Optimization)
- 3 SFO (Sentry Form Optimization)
- 4 EFO (Entry Form Optimization)

設問 03

モバイルマーケティングで活用中のメールアドレスだけ送信するメールとは?

- 1 空メール
- 2 前メール
- 3 絶メール
- 4 後メール

設問 04

今後、市場が拡大しそうな複数のSSIDを設定できる機能とは?

- 1 オールSSID
- 2 ワイドSSID
- 3 マルチSSID
- 4 エニイSSID

設問 05

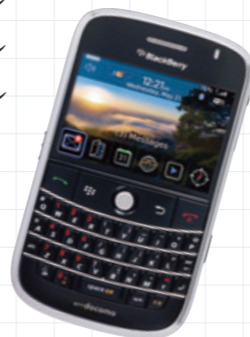
通信相手により通信速度や通信モードを自動的に切り替えられる機能とは?

- 1 オートネゴシエーション
- 2 オートアクセプテーション
- 3 オートアダプテーション
- 4 オートサジェッション

設問 06

NTTドコモ「FOMA」が開始したスマートフォン向け2段階パケット定額サービスの名前は?

- 1 Viz・ホーダイダブル
- 2 Biz・ホーダイダブル
- 3 Bis・ホーダイダブル
- 4 Giz・ホーダイダブル



■今月のメッセージ

全米全土が地上デジタル放送に完全移行したのが本年6月12日。全米1,900といわれるテレビ局は地デジに切り替えました。デジタル化に非対応の約280万世帯に向け、500カ所以上の相談所が設置されたそうです。アメリカには地デジ移行を格好のビジネスチャンスと見る人たちがいます。まだ普及率の低い携帯でのテレビ視聴などを考えている模様です。日本は2011年7月に地デジ化。新しいソリューションを研究しましょう。

解説

○さあマイクロソフトのリベンジだ【正解→3】

Google対策を目標に、2009年6月にMicrosoft社が開始した検索サービスがBing。全文検索型のサーチエンジンです。同社は、Windows Live SearchやMSN Searchなどを提案してきましたが、今後はBingに置き換わります。開発コードは「Kumo」でした。検索すると、検索結果の左側に関連キーワードが表示され、知りたい内容をより深く絞り込むことができます。Web全体検索だけでなく、検索対象を画像、動画、ニュース、地図などにも絞れます。動画検索では、サムネイルにマウスポインタを乗せれば動画再生ができる機能もあります。

○入力面倒くさいはECには禁物【正解→4】

Webサイトの入力フォームを利用しやすく改善させるサービスがEFO(Entry Form Optimization)です。利用者アンケート、会員登録、オンラインショップなどで、入力フォームが利用されていますが、なかには入力しづらいものもあります。それでは利用者に逃げられてしまうでしょう。EFOを活用すれば、入力要件の画面配置や注意事項などの記載を改善できますから、利用者は以前よりも登録や発注の頻度を向上させることができます。機会損失を減らすことはECサイトの運営に大切なことです。入力フォームの最適化を追求しましょう。

○一度は使ったことがあるでしょう【正解→1】

携帯端末でWebサイトのURLを入力するのは時間がかかってしまい、サイトへの離脱者を増やす原因にもなります。送信相手にメールアドレスだけを知らせる目的で送信するメールが空メール。もちろん、件名や本文に何も記載しません。いま、空メールの活用方法がモバイルマーケティングの分野で注目されています。携帯電

話から応募できる懸賞、プレゼントキャンペーンなどで活用が盛んです。利用者は指定アドレスに空メールを送信するだけで、ディスカウント案内や特設サイトのURLなどの情報を知らせるメールが受信できます。

○今後の無線LANルータの本命はコレ【正解→3】

最新の無線LANルータが搭載している機能で、IEEE802.11aとIEEE802.11g/bといった複数のSSIDを設定できることがマルチSSIDです。ESSIDを複数設定できる「マルチESSID」タイプと、BSSIDを複数設定できる「マルチBSSID」タイプがあります。暗号化方式も複数対応でき、パソコンではAES方式を採用し、ゲーム機はWEPを採用するといったセキュリティの混在利用が可能です。一般的なマルチSSIDルータは2つのアクセスポイントに対応するものが多いですが、企業向けに4つのアクセスポイントに対応できるものも発売されています。

○黙って活躍してくれる機能です【正解→1】

アクセスする相手により自分の通信速度や通信モードを自動的に切り替えられる機能がオートネゴシエーション。接続する相手と自動交渉を行い、最適な通信を実行できることを意味します。イーサネットには10Mbpsの10BASE-Tや100Mbpsの100BASE-TXみたいに、通信速度の異なる規格があります。また、半二重通信と全二重通信といった通信モードが異なる規格もあります。ネットワーク全体の規格を統一できればオートネゴシエーション機能は不要でしょうが、現実的ではありません。オートネゴシエーション機能は隠れた活躍者です。

○ケータイでビジネスするならコレ【正解→2】

NTTドコモ「FOMA」のスマートフォン向け2段階パケット定額サービスがBiz・ホーダイダブル。加入者は月額467円(税込490円)で5,838パケットまで通信でき、超えた場合は1パケットあたり0.084円課金され、上限額は5,700円(税込5,985円)に設定されます。通信量が71,250パケットを超えたとき、それ以上は無料で使い放題となります。2009年1月にBiz・ホーダイから移行した料金プランです。FOMAパケット通信を多用する人には有効なサービスです。新料金ではiモード、フルブラウザ、パソコン接続しての通信にも適用されました。BP



難攻不落のユーザをつかめ

柳原秀基の目から鱗のIT夜話

text × Hideki Yanagihara【柳原秀基】

1980年代から国内機械製造メーカーの社内SEを経験。主にAS/400, Windows NTによるシステム構築を担当。Windows系ユーザコミュニティの設立に参画し、代表を務める。現在は大阪市立大学大学院創造都市研究科博士(後期)課程に学生として在籍しつつ、大学非常勤講師、講演を行っている。Microsoft MVPを受賞。著書に「システム管理者の眠れない夜」(IDG)など。

第十夜

インフルエンザ騒ぎから考える バランスのとれたセキュリティ対策

見えないリスクへの対応は両極端になりがち

今回の新型インフルエンザの流行では、人はウイルスという目に見えないリスクと対峙することになりました。街からマスクが消える一方で、マスクだらけの日本人は異常だ、などといった言説もあり、2009年の5月は興味深い1カ月であったと思います。そして「リスク」について再考する良いチャンスにもなりました。

本来なら、リスクを正当に評価(リスクアセスメント)することによって、適切なコストによるバランスのとれた対処(リスクトリートメント)を行うべきなのですが、現実には難しいようです。なかなか教科書どおりにはいきません。情報システムに関わるセキュリティリスク問題も同じです。今回は、このバランス問題を考えてみたいと思います。

一般に、現象がリアルタイムに見えたり、現象のメカニズムが判明しているリスクは対処が容易です。しかし目に見えないリスクや、気付いた時にはすでに手遅れという性格を持っているリスクは、過大に評価されるか、もしくは無視されるかの両極端になりがちです。

例えば、微量の有害物質に晒された場合、すぐに症状が出る訳ではありませんが、長期間の蓄積によって症状が現れる可能性があります。新型インフルエンザの場合では、出現した初期にはその毒性や感染性の強さも正確にわかりません。おまけに感染してから症状が出るまでの潜伏期間があります。

つまり、知らない間にリスクに晒されていて、気付いた時には既に手遅れになる可能性がある、というわけです。人は将来を想像しながら生きていくものですが、こうした可能性を計算しづらいリスクの場合は適切な想像もできない、ということです。このために、過大な想像をしてしまったり、想像もできない場合は無視してしまうわけですね。

リスク無視は最悪の選択…内も外もバランスよく

手遅れになるといえば、情報漏えい問題もその典型です。流出してしまった情報を、後になって完全に回収することはほぼ不可能ですし、世間に悪評がたつてしまえば、それを即時に取り消すことも不可能でしょう。

今回の新型インフルエンザ流行を見ていて分かるのは、ゴールデンウィークが明けた直後の混乱は、その感染性の高さや症状の重さが正確に予想できないことに起因している、ということです。これがゴールデンウィーク明けに判明していれば、日本中からマスクの在庫がなくなって高騰する、などといった現象(これも損失の一つでしょうか?)は起こらなかったでしょう。

ここから、情報システムのセキュリティリスク問題について、重要な教訓が得られます。つまり、リスクの予兆が現れた時に、早くその現象を分析できることが大切だ、ということです。基本的にはログの収集とその分析によって、手遅れにならないことが第一です。

コンピュータウイルスや悪質なWebサイトのブロック、そしてファイアウォールによる外部に向けたセキュリティ対策はログも集めやすく、実施している企業が多いでしょう。もちろん、ユーザやシステム管理者がどのような行動をとっているのか、というログも必要ははずです。

ところが操作ログ取得のような内部リスクへの対処になると、「社員を信用していないようでは対策しにくい」という声をよく聞きます。身近な人に起因する内部リスクは、意外と適切な評価が難しいものです。だからといって無視してしまうのは、リスク対策としてはバランスを欠いた最悪の選択と言わざるを得ません。

外部の攻撃からシステムを守るコストと、内部リスクへの対処コスト。この二つをバランスよく行うことが、セキュリティ対策コストを考える上での今後の課題になりそうです。BP

IT NIGHT TALK

