

クラウドコンピューティングの ビジネスに関する考察

2011年

JCSSA

ITビジネスモデル委員会

目次

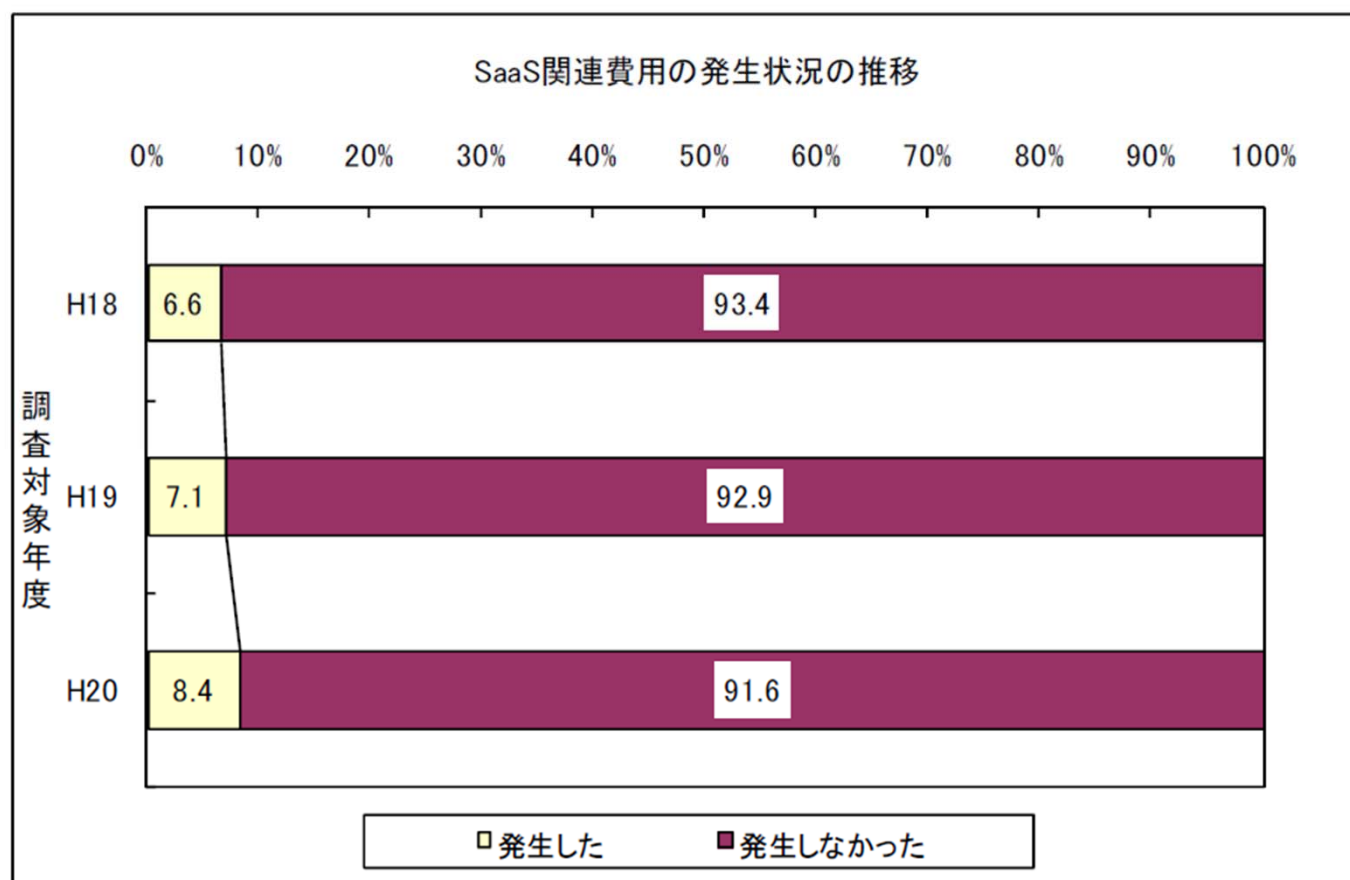
I.	クラウドコンピューティングの現状	3
II.	政府・業界団体の動向	10
III.	クラウドコンピューティングのビジネスモデル	16
3. 1	ハードウェアメーカーのビジネスモデル	17
3. 2	ソフトウェアメーカーのビジネスモデル	18
3. 3	販売店・S I e r のビジネスモデル	21
3. 4	キャリアのビジネスモデル	23
3. 5	I D C のビジネスモデル	28
3. 6	先行投資ベンダのビジネスモデル	31
IV.	アンケート・ヒアリングからみたクラウドビジネス	33
4. 1	アンケートの結果	34
4. 2	ヒアリングから見たもの	46
V.	まとめ	47
5. 1	市場	48
5. 2	SMB市場でクラウド普及が加速するには（ユーザ）	50
5. 3	SMB市場でクラウド普及が加速するには（販売店）	51
5. 4	まとめ	53

I. クラウドコンピューティングの現状

SaaS関連費用の発生状況①

平成20年度利用率は前年から1.5%増と、18年度から19年度にかけてのプラス0.5%からさらに増加していることがわかる。

SaaSの利用率

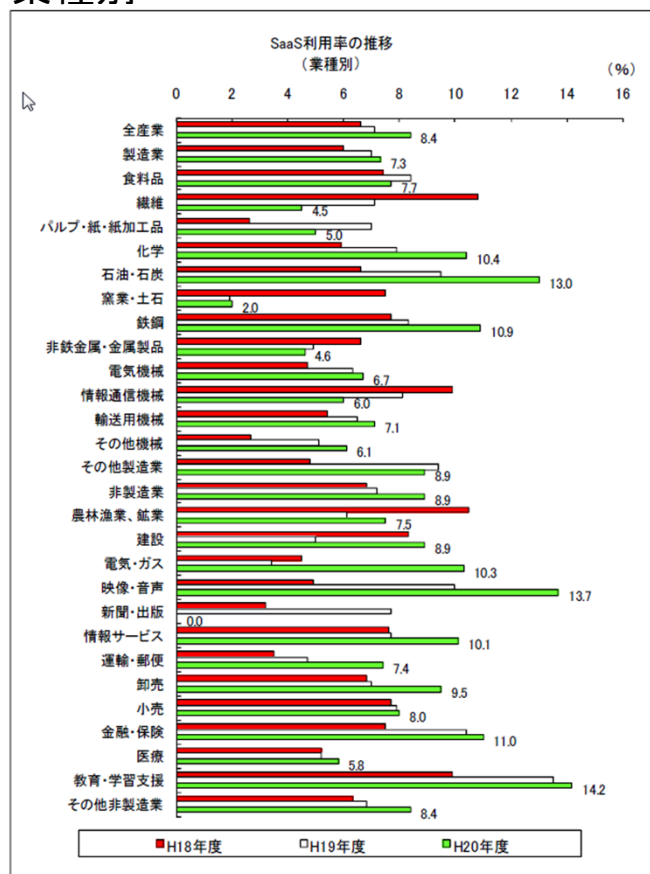


出典：経済産業省『平成21年情報処理実態調査結果報告書』

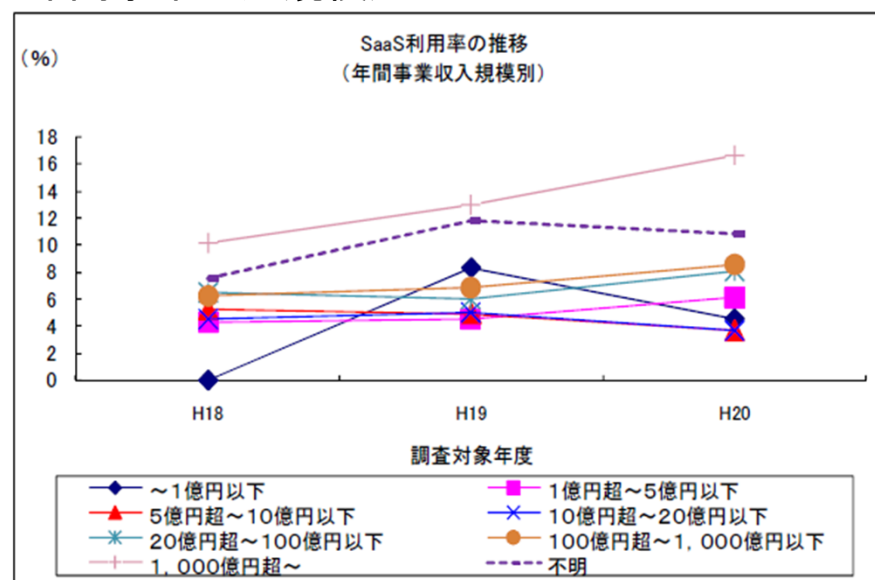
SaaS関連費用の発生状況②

業種別では「電気・ガス」、「石油・石炭」、「建設業」、「映像・音声」における上昇幅が大きく、年間事業収入規模では比較的規模が大きい事業の利用率が上昇していることがわかる。10億円以下の企業がH20に下降しているのは、景気低迷の影響か。

業種別



年間事業収入規模別

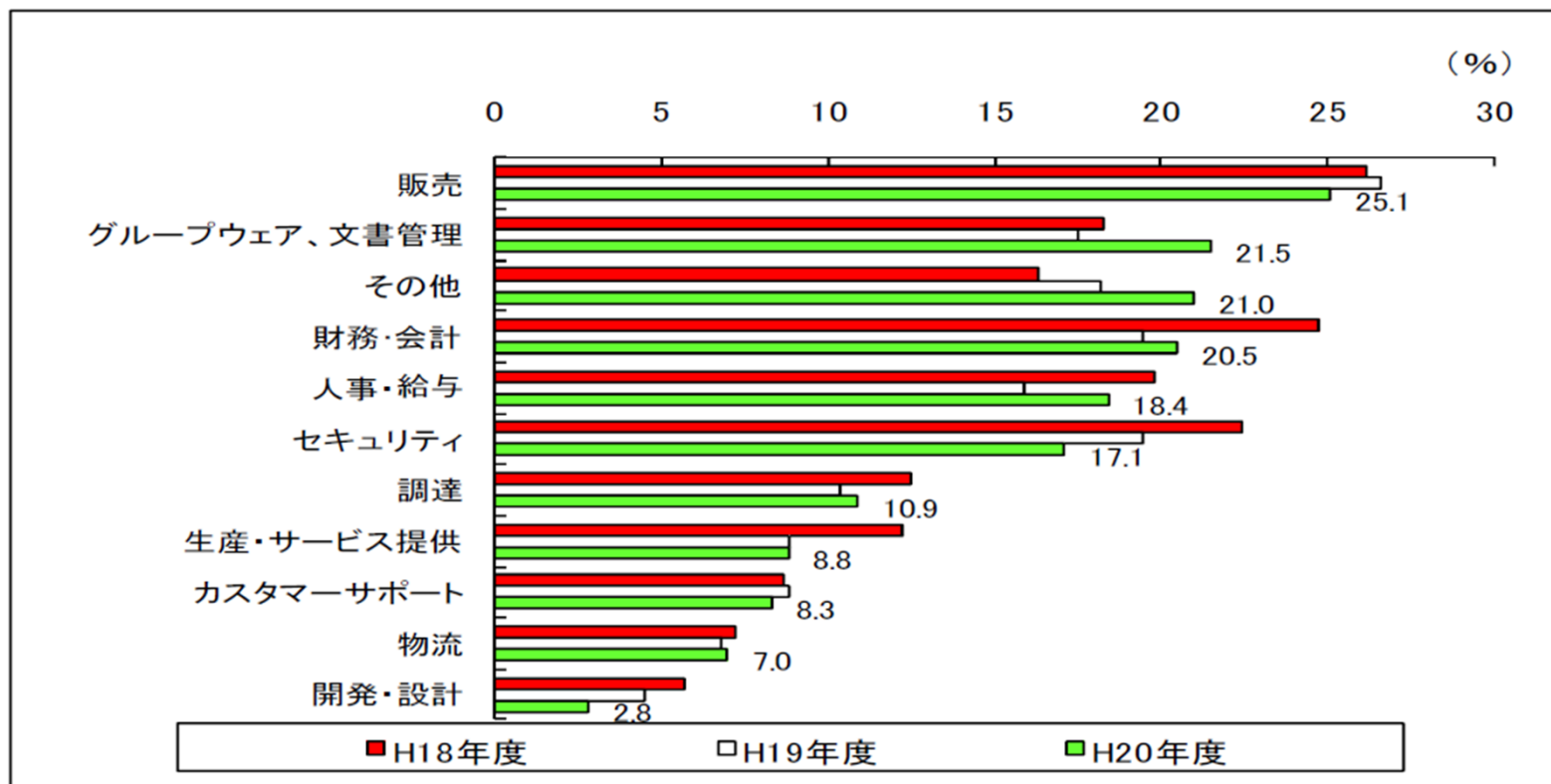


出典：経済産業省『平成21年情報処理実態調査結果報告書』

SaaSの利用分野

利用分野では「グループウェア、文書管理」の伸び率が最も高く、「その他」、「人事・給与」、「財務・会計」などの分野での利用も伸びている。

利用分野の推移



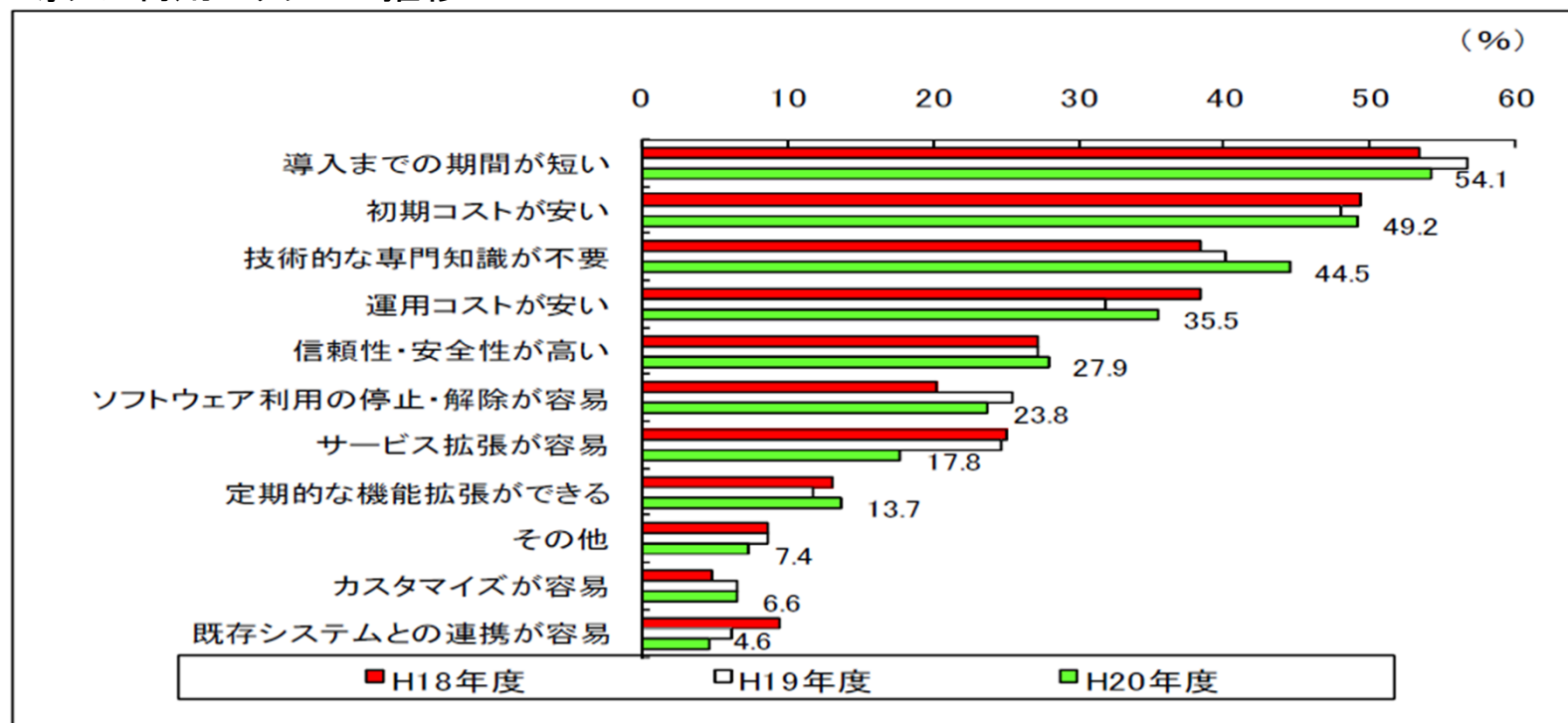
出典：経済産業省『平成21年情報処理実態調査結果報告書』

SaaSの導入・利用メリット

導入・利用メリットとして最も評価されている点は「導入までの期間が短い」ことであることがわかる。

前年度と比較すると専門知識やコストの面で高い伸びを示しており、簡易性、低コストが着目されている。

導入・利用メリットの推移

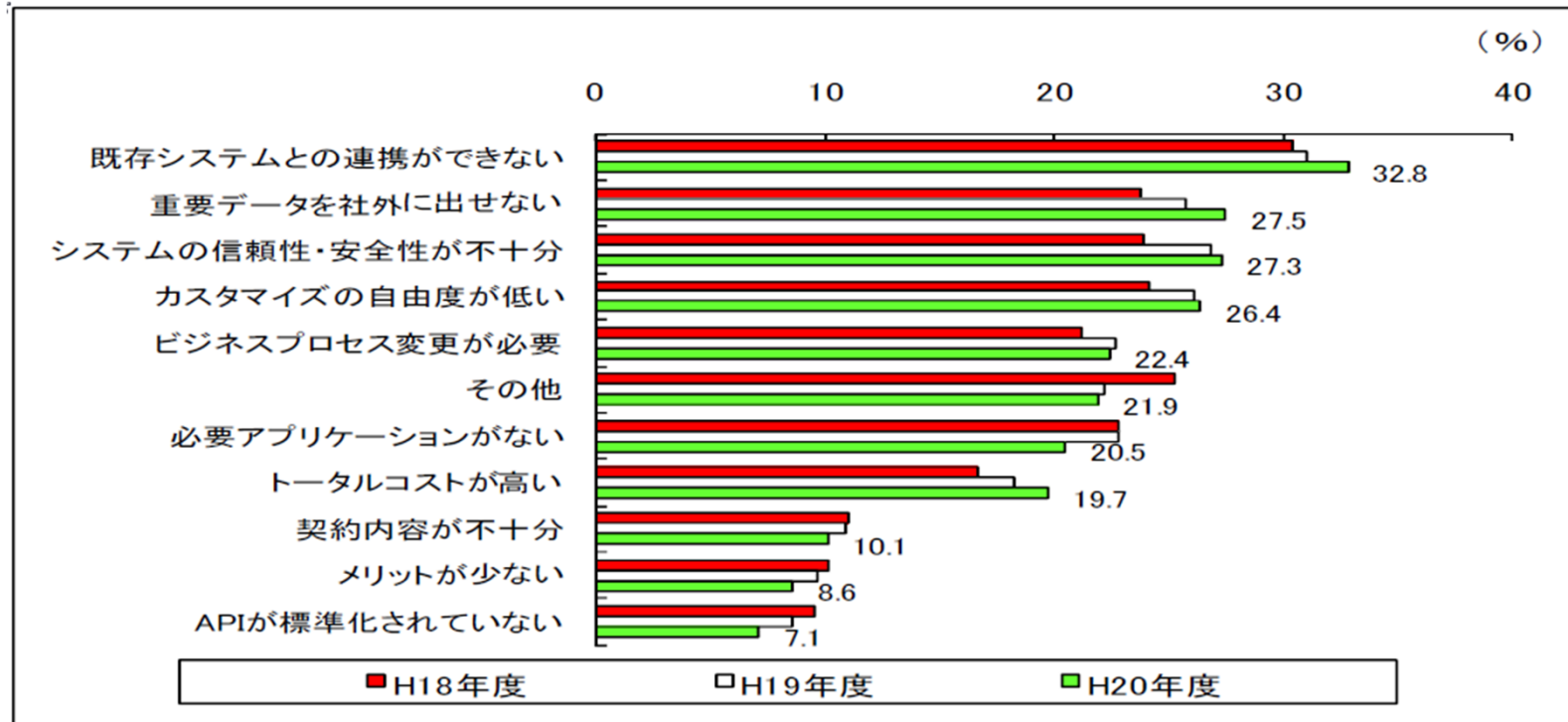


出典：経済産業省『平成21年情報処理実態調査結果報告書』

SaaS導入・利用上の課題の推移

導入・利用上の課題については「既存システムとの連携ができない」の割合が最も高く、既存システムと共存した利用の需要が高いことがわかる。また、「重要データを社外に出せない」、「システムの信頼性・安全性が不十分」の伸び率が上がっていることからセキュリティ面が重要視されている傾向にある。一方契約内容、メリット、APIの項目が減少傾向にあるのは、これらが、ある程度整備されつつあるためと考えられる。

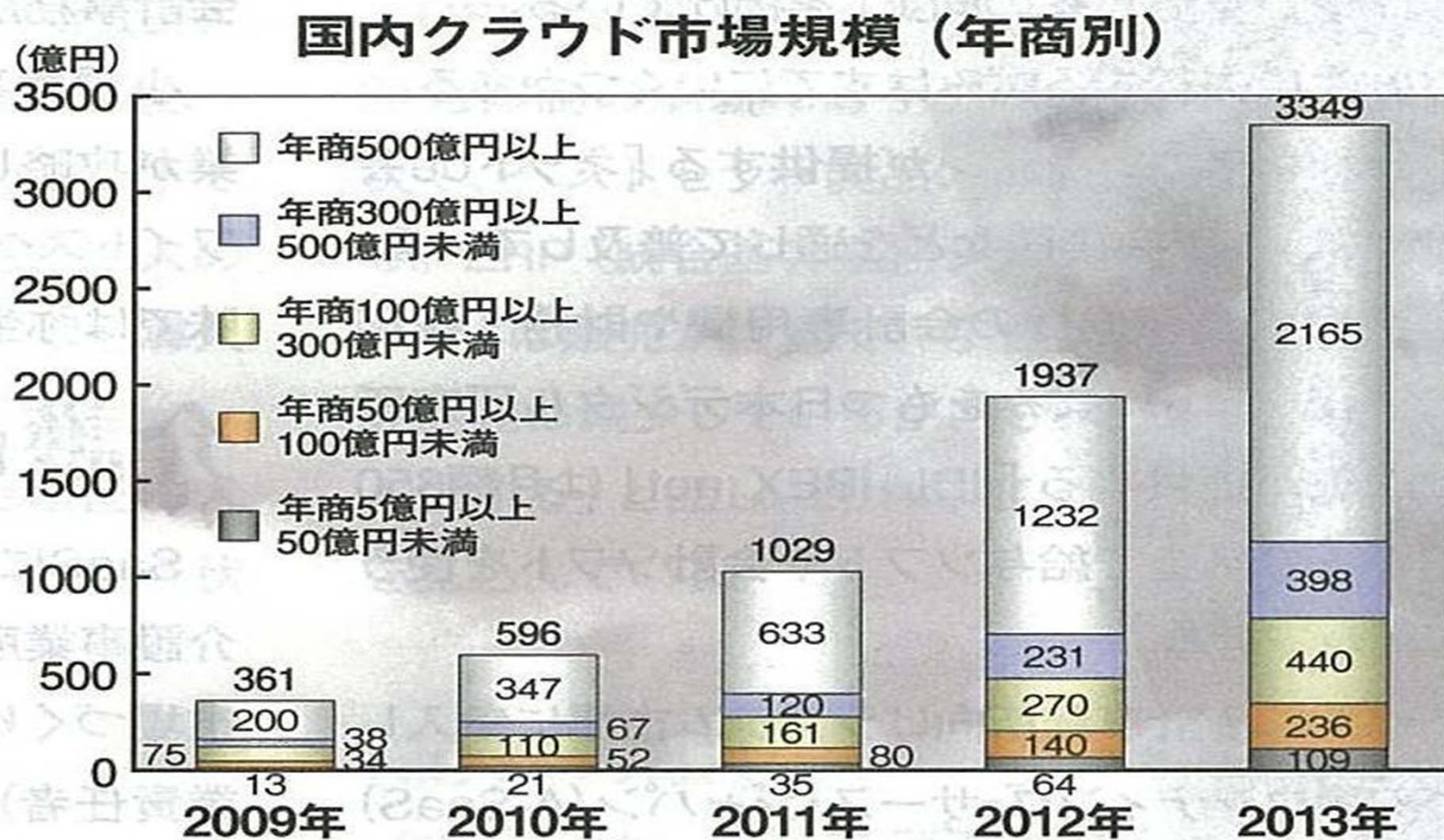
導入・利用上の課題の推移



出典：経済産業省『平成21年情報処理実態調査結果報告書』

国内クラウド市場規模推移

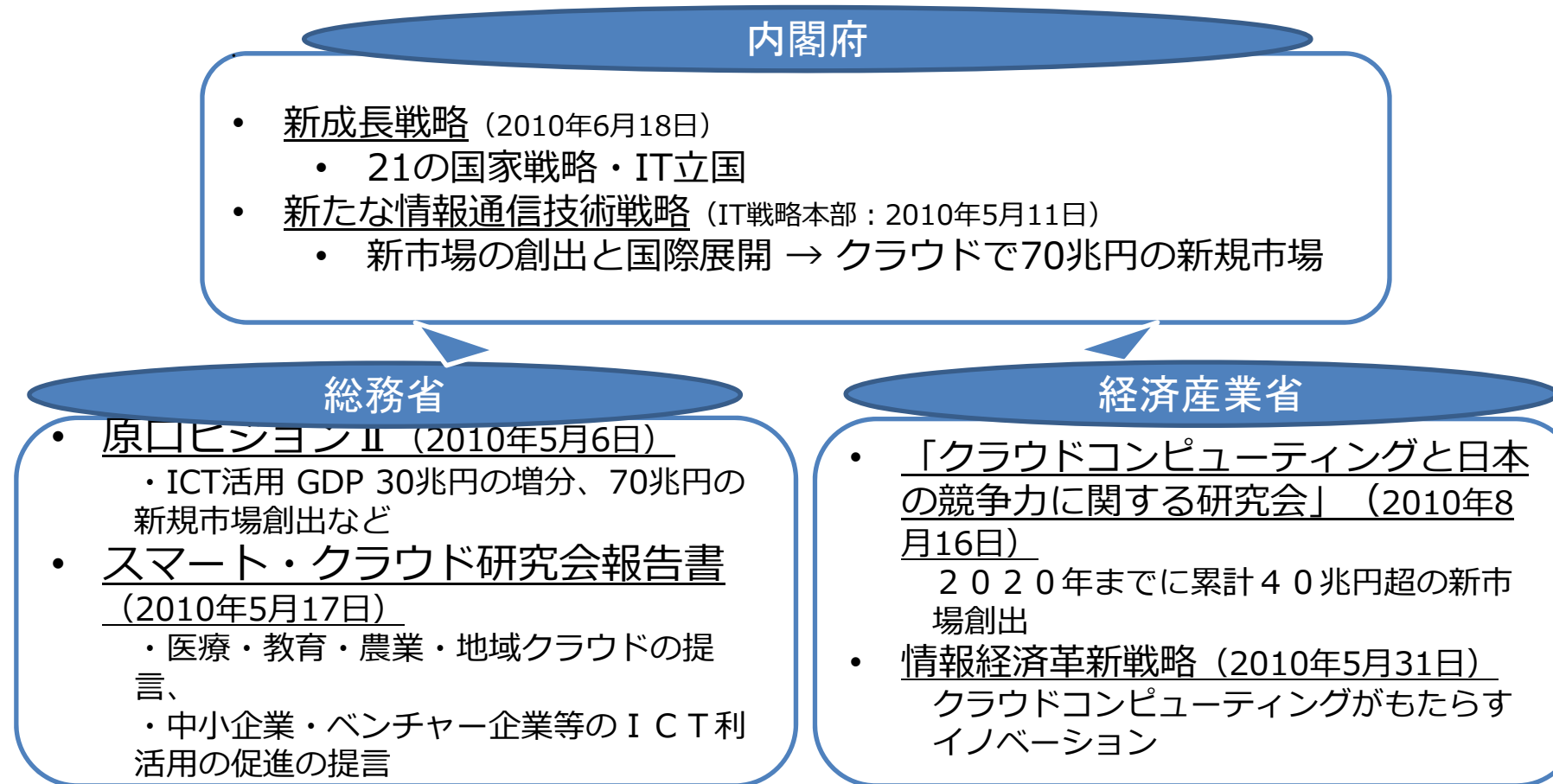
国内クラウド市場規模は2013年までに、夫々の市場規模で大きな伸びが予測されている。



出典：ノークリサーチ

Ⅱ．政府・業界団体の動向

2.1 政府の動向(クラウド関連)

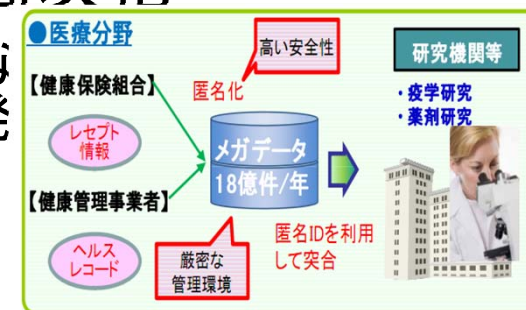


■ クラウド促進の政策ポイント

1. 政府・自治体のプラットフォームとしてのクラウド活用の促進
2. グリーンIT等のイノベーション・プラットフォームとして成長分野での「クラウド利活用」の促進
3. IT産業自体の新規市場（雇用）の創出に期待。

主な日本政府主導によるクラウド普及施策

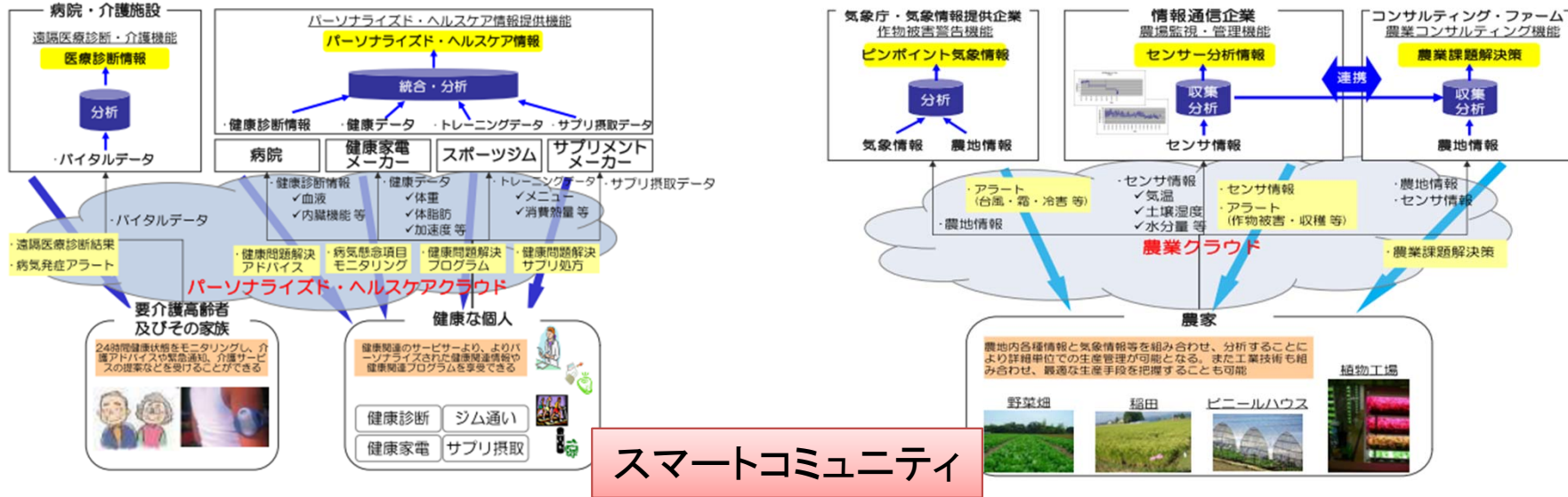
- ▶ 政府予算案に見るクラウド普及施策（経済産業省・総務省2012予算案より）
- ▶ クラウドコンピューティングによる産業高次化
 - ▶ 政府・企業が安心して利用できる、高信頼なクラウド対応型セキュリティ技術の研究開発
- ▶ グリーンICTの推進：
 - ▶ 省電力なグリーンクラウド基盤構築支援
CO2排出量の削減
- ▶ 電子政府、電子行政の推進
 - ▶ 政府情報システム革新のためのクラウド基盤の整備
 - ▶ 自治体クラウドの推進
- ▶ 通信インフラ施策
 - ▶ 「光の道」100%の実現
 - すべての世帯でブロードバンドサービスを利用可能に



出典：経済産業省
平成23年度経済産業省予算案のPR
資料より

クラウドによる産業イノベーション

- クラウド活用により、
特定の産業領域での課題解決型イノベーション、



出典: 経済産業省
「クラウドコンピューティングと
日本の競争力に関する研究会」
資料より

2.2 クラウド関係主要団体とその活動

ASP・SaaS・クラウド コンソーシアム

URL: <http://www.aspicjapan.org/>

- ASP・SaaS情報開示認定制度の実施。データセンター促進協議会など、ASP・SaaSの普及を広く促進

グローバルクラウド基盤連携技術フォーラム

URL: <http://www.gictf.jp/>

- クラウド間連携のための技術要件整理や標準化等

クラウド・ビジネス・アラインス

URL: <http://www.cloud-business.jp>

- SaaSやPaaS、IaaSを相互に接続する仕組みの標準化等

オープンガバメントクラウド・コンソーシアム

URL: <http://www.open-gov-cloud.jp>

- 日本政府のクラウド環境構築の支援

ジャパン・クラウド・コンソーシアム

URL: <http://www.japan-cloud.org>

- クラウドサービスの普及・発展を産学官が連携して推進

ジャパン・クラウド・コンソーシアムの動向

▶ 設立趣旨と特徴:

- ▶ クラウドサービスの普及・発展を産学官が連携して推進
- ▶ オブザーバーとして、総務省及び経済産業省が参加

▶ 参加企業:

- ▶ 日本電気・日立・NTTデータ・富士通・マイクロソフト・セールスフォース等

▶ 活動: 下記ワーキンググループを実施

- ▶ 次世代クラウドサービス検討
 - ▶ 次世代クラウドサービスの将来ビジョンを描く
- ▶ クラウド・マイグレーション
 - ▶ クラウドサービスへの円滑なマイグレーション実現
- ▶ 業務連携クラウド
 - ▶ 効率的な業務継続を可能にするICT利活用の基盤構築

- ▶ 教育クラウド
 - ▶ SaaS活用、教材ナレッジ化、遠隔教育実施
- ▶ 農業クラウド
 - ▶ 農業の産業化を目的に、農業クラウドのモデル構築
- ▶ 健康・医療クラウド
 - ▶ 健康・医療等様々なライフログデータ活用検討

Ⅲ. クラウドコンピューティングの ビジネスモデル

3.1 ハードウェアメーカーにおけるビジネスモデル

サーバ

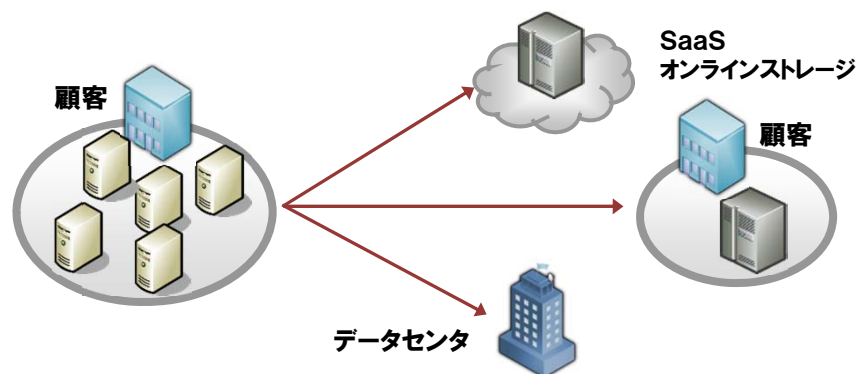
低性能・単機能サーバは、クラウドや仮想化によるサーバ集約 → 台数減
クラウド化しないサーバは、集約に耐えうる高機能高可用性型へ変化。

【従来】

自社内に多数のサーバを抱える

【クラウド】

目的に応じたアウトソーシングとサーバの集約



【ビジネスモデル】

- ・売価・台数ダウンは避けられないが、オンプレミスでなくては実現できないシステムも残る。
- ・サーバ集約ソリューションの展開
- ・バックアップ・セキュリティソリューションの展開

クライアントPC

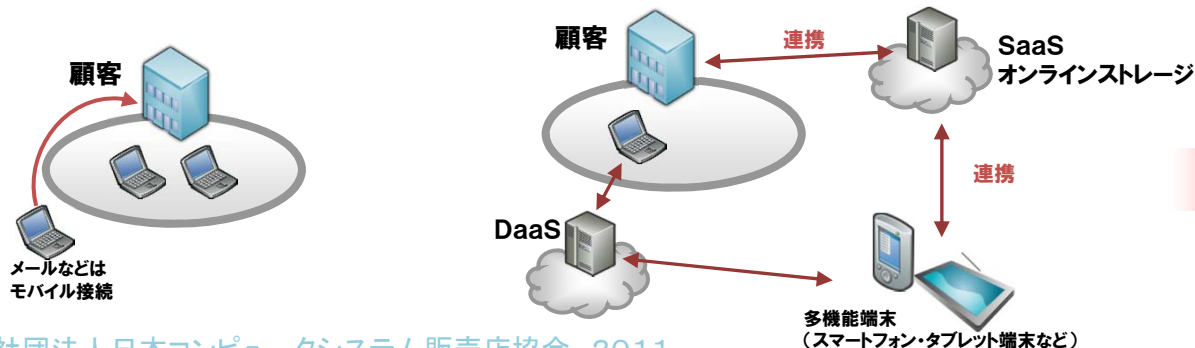
クラウドへの接続を前提としたスマートフォン・タブレット端末等が、モバイル目的を中心としたクライアントPCの代用に。

【従来】

Windows等のOSを搭載したクライアントPCを使用し、自社内を中心とした利用
→「場所と時間の制約」

【クラウド】

多機能端末でクラウドを利用し「場所と時間の制約」から解放。
仮想デスクトップ (DaaS) により端末のシンクライアント化 → 情報漏洩リスク削減
Androidなどの新しいOSの利用

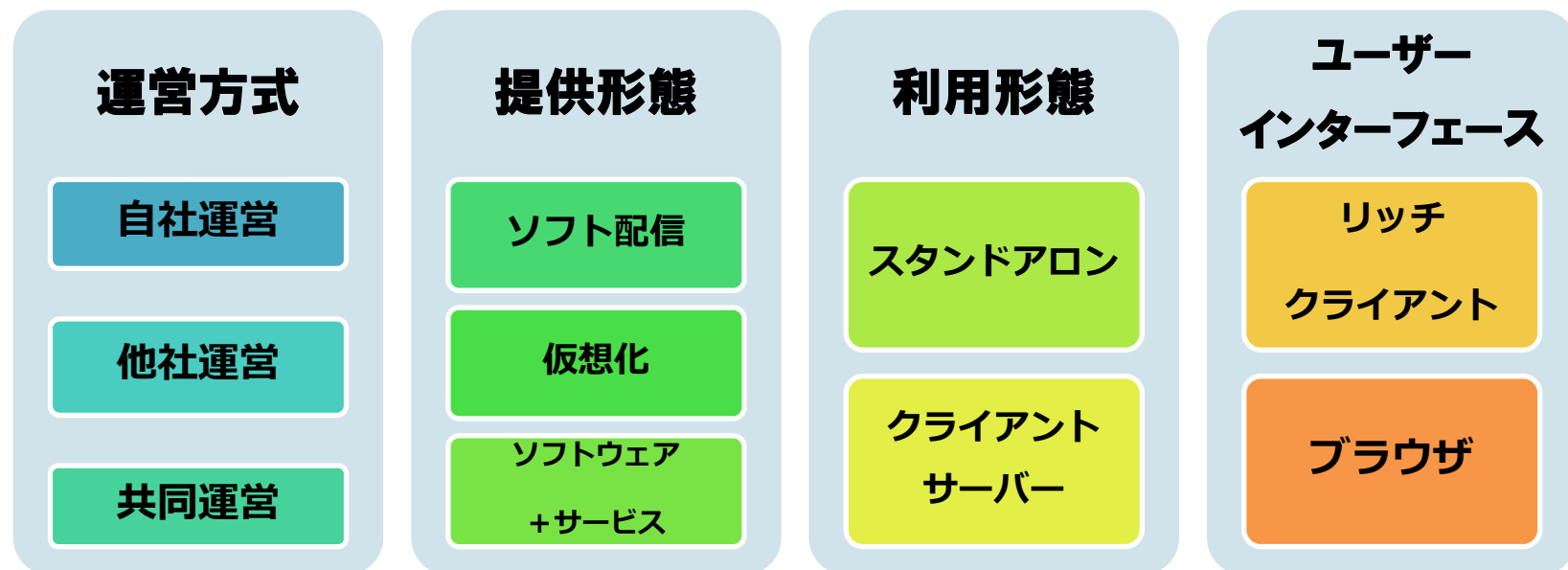


【ビジネスモデル】

- ・多機能端末とクラウドサービスのセット販売モデル
- ・多機能端末の長所を活かしたソリューションの提起

3.2 ソフトウェアメーカー(パッケージ)のビジネスモデル CSSA

技術面での検討課題



自社の技術力や初期投資能力、さらにはサービス提供開始後の運営コスト等を考慮した検討が必要

販売面での検討課題

【直接販売方式】コンシューマー向けソフトウェアに多く見受けられる方式

- メリット** ⇒ 直接販売のため、お客様提供価格が間接販売方式と比べて割安に設定する事が可能。
- 課題** ⇒ ソフトウェアの拡販方法の検討が必要。

【間接販売方式】法人向けソフトウェアに多く見受けられる方式

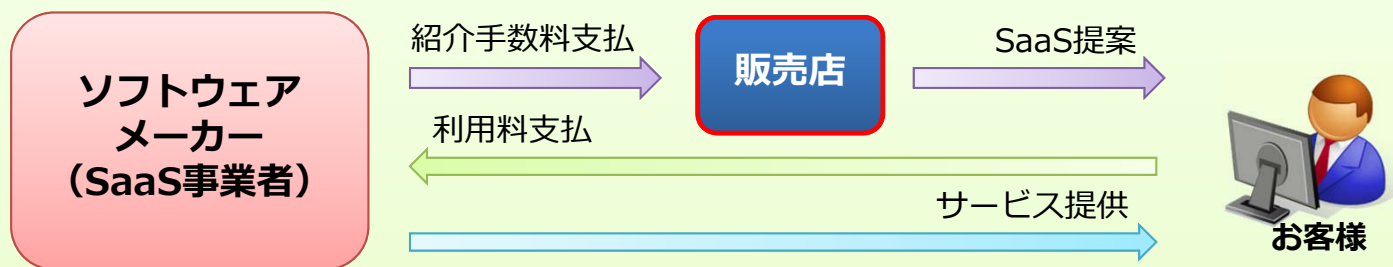
- メリット** ⇒ パートナーが拡販を行なう為、営業力の弱いソフトウェアメーカーに最適。
- 課題** ⇒ パートナーへの利益還元のため、お客様提供価格が直接販売方式と比べて割高となる。
パートナーへの利益幅をどの程度に設定するかを検討が必要。



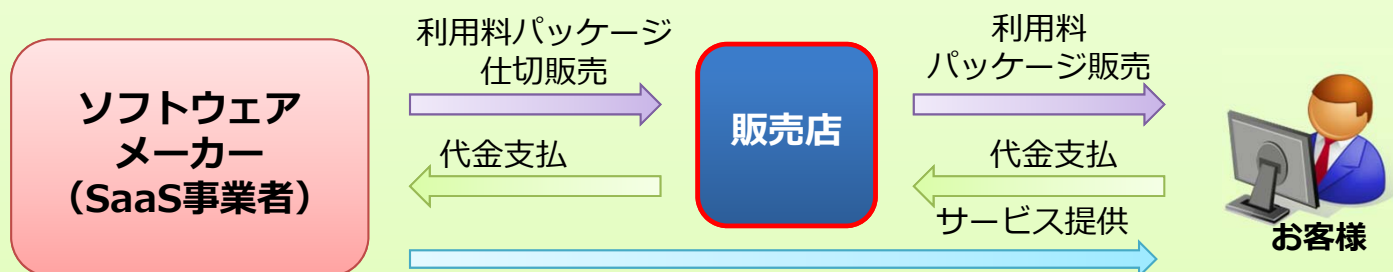
自社の製品力と販売力を考慮した検討が必要

クラウド型でも、従来型のようにお客様への提案・販売については販売店が担うことが重要となる。

商流や取引形態の変化はあるが、SaaS事業者とお客様だけのビジネスモデルにはならない。＜紹介手数料でのビジネスモデル＞



＜利用料パッケージ販売でのビジネスモデル＞



＜技術提供でのビジネスモデル＞

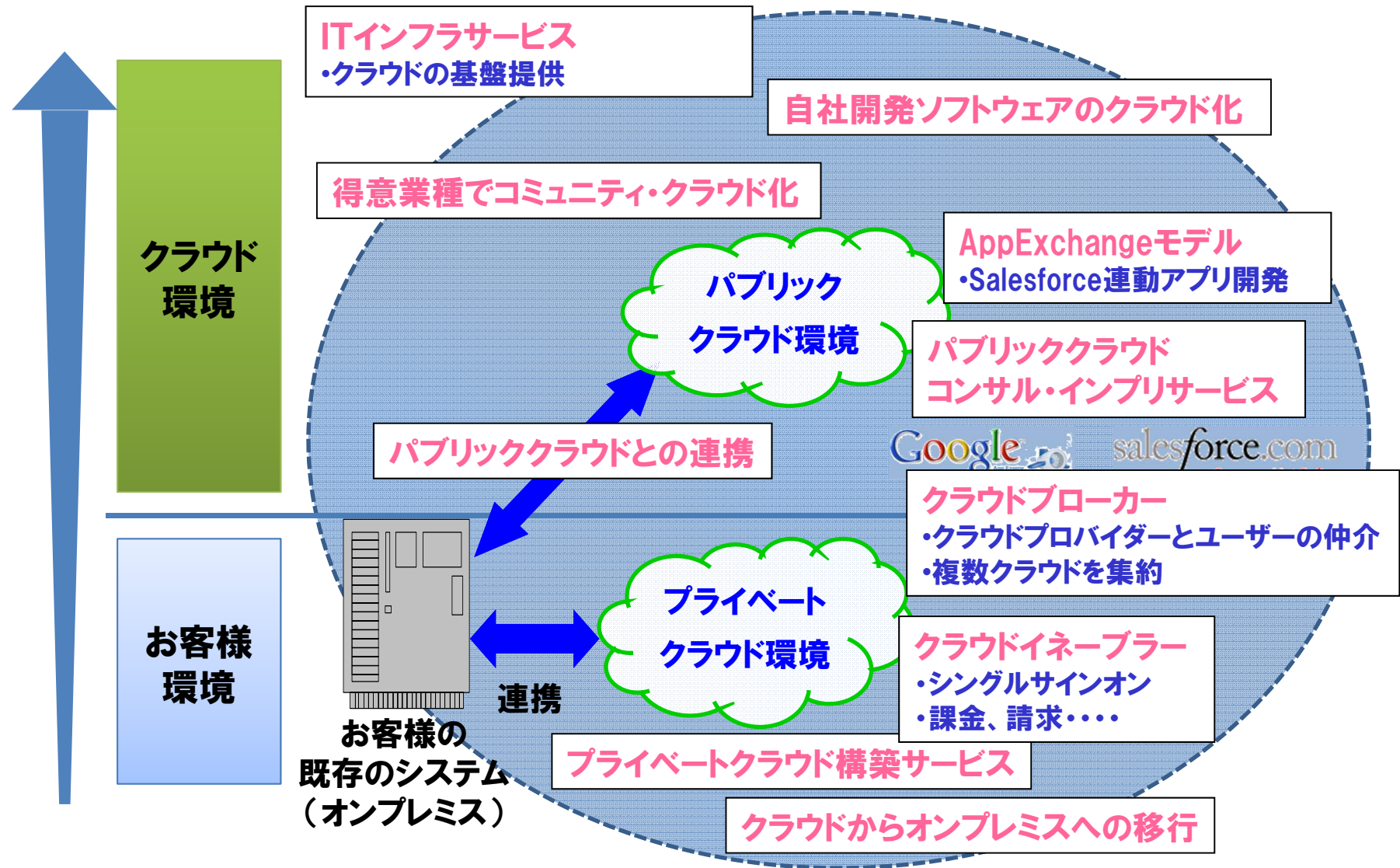


クラウドコンピューティングの課題及び留意点

- セキュリティ、コンプライアンス
- 相互運用性(クラウドアプリ ↔ 他のアプリ 等)
- 移植性(クラウドアプリ → オンプレミス 等)
- オンプレミスとの連携
- パブリッククラウドとの連携
- カスタマイズ



課題解決が新たなビジネスに！



3.4 キャリアのビジネスモデル

※はパートナーからの提供サービス

社名		ソフトバンク(テレコム)	NTT Com	KDDI	IIJ
ブランド名		ホワイトクラウド	BizCity	Busiessport	GIO
HaaS/IaaS	リソース	Shared HaaS	Bizホスティング		コンポーネントサービス
		Private HaaS	Bizストレージ		
	CDN	映像サービス	-	-	-
	デスクトップ	デスクトップサービス	BizデスクトップPro	-	仮想デスクトップ
			Bizデスクトップベーシック		
PaaS	プラットフォーム	開発プラットフォームサービス	-	クラウドサーバサービス	プラットフォームサービス
	Payment	決済アダプタ	回収代行サービス (Bizcity for SaaS Provider)	-	-
SaaS	Communication	メール	Bizメール	Business Outlook	サイボウズ※
		Enterprise SNS	TV会議		iiMail Suite
	FrontOffice/BackOffice	-	-	ERP※	INVITO (CRM)
	その他	テレマティクス	-	e-Larning※	-
		ビジネスオペレーション		購買※	
				安否確認※	
				EC※	

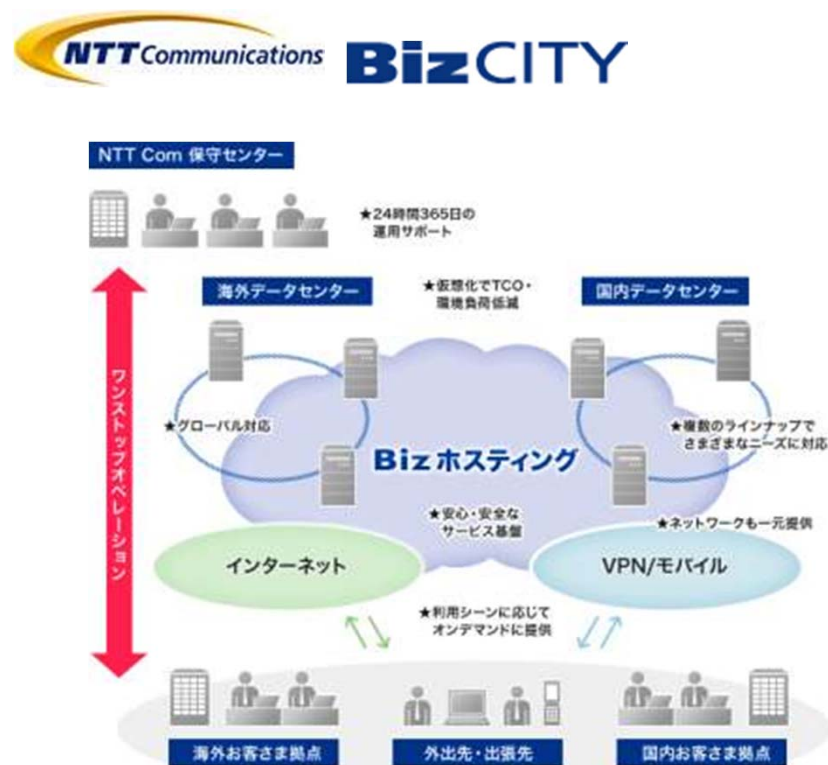
キャリアのクラウドビジネス事例(ソフトバンクグループ)

ホワイトクラウドコミュニティ:セールスパートナー・ソリューションパートナーと協業



キャリアのクラウドビジネス事例（NTT, KDDI）

キャリアプラットフォーム上にパートナーのアプリケーション・ソリューションを組み合わせ合わせて提供



KDDIのSaaSサービス「Business Port」のコンセプト



“Mobile SaaS”必要なときに必要なアプリケーションを

Business PortはMobileの特長（いつでもどこでも）とSaaSの特長（手軽に安価に）を組み合わせた価値を提供します。

KDDIだからできる。セキュアなSaaSプラットフォーム

KDDIが通信事業者として提供してきたノウハウを発揮し、万全の運用体制とセキュリティを提供します。

ワークスタイルの変化に伴う各種クラウドサービスの進展

【金融】



商品説明
契約情報の確認
見積提示

- ✓待ち時間解消
- ✓契約率向上
- ✓リピート率向上

【医療】



電子カルテ
救急医療
MRの効率化

- ✓正確な情報伝達
- ✓スピード対応
- ✓サービス満足度向上

【教育】



電子教科書
遠隔授業
参加型授業

- ✓高度・平等な教育
- ✓自主的な学習
- ✓創造力の強化

【流通】



接客
電子カタログ
在庫照会

- ✓接客レベル向上
- ✓販売チャンス創出
- ✓話題提供

様々な業種・業界でモバイル端末＋クラウドサービスが評価・導入へ

iPhone導入事例 ～コンサルティング業界～

プライスウォーターハウスクーパース株式会社がiPhone 3Gを約1,000台導入
～コンサルタントに適した場所を選ばないワークスタイルを実現～

お客様の課題

- 移動中や常駐先でノートPCを起動して、メールやスケジュールを確認
- ・PCを起動までに時間が掛かる
- ・持ち運びが面倒
- ・電車の中でもメールが見たい

Before : 携帯 + ノートPC + データカード

メールやスケジュール
をチェックして、
早く外出したい！
しかし、PCの起動
が手間。



課題解決

- 手軽にメール・予定表を確認
- いつでも、どこでも、PC並みの環境を確保
- ITコンサルティング会社として、先進的なワークスタイルをアピール

After : iPhone + ノートPC + データカード



iPhoneで、いつでも何処でもメールや予定などの情報が確認可能に

コンサルタント・ワークスタイルの更なる進化！

3.5 IDCのビジネスモデル(クラウド時代を見据えて) JCSSA

経産省・クラウドコンピューティングと日本の競争力に関する研究会報告書
「社会システムを支える高信頼でグリーンなクラウドコンピューティング基盤を確立」
インターネットデータセンターはこの一翼を担う。

IDCが取り組むべき課題

- クラウドがもたらす直接的な影響→グローバルな競争力確保
IDC事業者自身とクラウド事業者のグローバルでの競争力確保、コンピテンシーを顕かにする。

競争力確保、コンピテンシーを顕かにするためには……

- 新しいIDC基盤技術への対応
 - 省エネ型・省スペース型サーバ、クラウド専用サーバ
 - コンテナ型DC
 - 新冷却技術
- コスト削減と利用料金低減
 - ラック収納効率の向上
- 都市型IDCと郊外型IDC、地方型IDC「競合から共生へ」

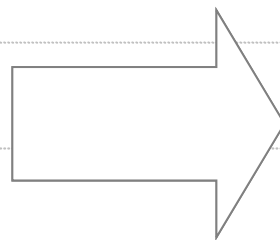
その他IDCとして求められる対応

- 付加サービスの充実
- サービスレベルの確立と運用品質の訴求
 - サービスマネージメント態勢の充実 → ITSMS(ISO20000)認証取得推進
- ECO対応
PUEの向上と新たな指標(DCP:Data Center Productivity、DPPE:Datacenter Performance per Energy)への対応
- IPv6対応
IPv4アドレス枯渇に向け、v4アドレスの有効活用、v4/v6デュアルスタックサービス、v6ネイティブサービス、v4/v6トランスレーション(相互変換)サービスを提供する。

ビジネスモデルの変化、顧客のニーズに応じ
サービスの多様化とグローバルな競争力を実現する

現状

オペレーション代行 リモートハンド、手順書に基づく操作代行
監視サービス 死活監視、稼動監視
回線サービス キャリア限定、地方型DC利用料金高
レンタルサービス、専有ホスティング 固定料金
コロケーションサービス 確保スペースに応じた月額固定料金
ファシリティサービス



もとめられる姿

システム運用 運用管理全てを受託する
マネージドサービス 機器からアプリケーションまで包括的な監視・管理
回線サービス 完全マルチキャリア対応、地方型IDCの接続性便宜
レンタルサービス、HaaSモデル 低廉かつ従量課金 (HaaSモデルへの移行)
コロケーションサービス 利用状況に応じた柔軟な価格体系
ファシリティサービス

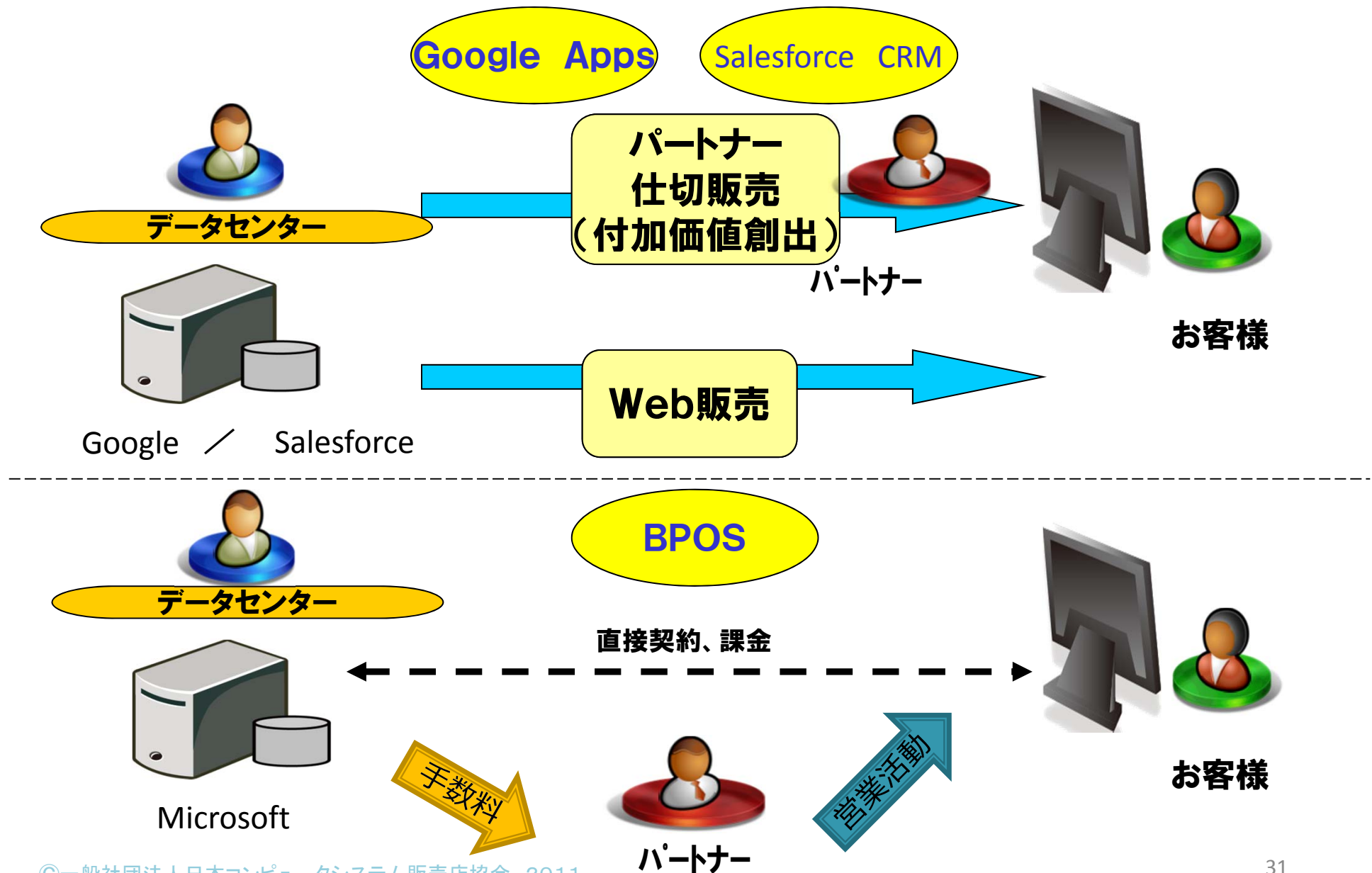
全国規模でIDCを展開する事業者は限られている。多くの事業者は一部地域に限定して展開している。展開する立地により都市型・郊外型・地方型に分類し、その特徴を列挙する。

	都市型IDC	郊外型IDC	地方型IDC
利便性	◎	○	△
ラック利用料金	高	中	低
回線費用	低	中	高
主な事業者	専業業者、キャリア、Sler	Sler、キャリア、専業業者	地場Sler、第3セクター、キャリア、（一部専業業者）
クラウドでの利用用途例	・クリティカルなシステムコンポーネント ・コアシステム	・準クリティカルなシステムコンポーネント ・DR/バックアップサイト	・低クリティカルなシステムコンポーネント ・DR/バックアップサイト
課題	低価格なサービス提供	コンピテンシーの確立	要員確保、リクルート対策

それぞれのメリットを活かし、連携・共生を目指す。

事業者のアライアンス体制を確立し、相互の特徴を補完しながら、クラウド事業者の利便性・事業コスト低減に寄与する。

3.6 先行外資ベンダーのビジネスモデル(SaaS)



	BPOS	GoogleApps	Salesfoce.CRM
販売チャネル	・WEBダイレクト契約 (パートナー経由の商談、ダイレクト販売) ※一部パートナー様経由での販売 (EA ユーザーのみ)	・パートナー販売 ・Web販売／直販	・パートナー販売 ・Web販売／直販
販売方法	・MS直接契約 ・パートナーには成功報酬と定期報酬	・仕切販売(再販)	・仕切販売(再販) ・紹介(紹介手数料)
課金、回収	・サブスクリプション単位で課金 ・直接回収 ※月額払い:クレジットカード、一定額以上は請求書払いも可	・アカウント課金 ・パートナ経由回収 ※パートナーからは年前払い	・月額利用者数課金 ・パートナ経由回収と直接請求あり
パートナー付加価値	・パートナー独自で付加価値創出 ※職設定、トレーニング、サポート、ヘルプデスク等	・パートナー独自で付加価値創出 ※ガジェット、トレーニング、サポートセンター、ヘルプデスク、アドバイザーサービス等	・ユーザー自社独自ソリューションとの連携をサポート ※Force. Comでの開発、実装請負等
ベンダーからの教育／支援	・技術者トレーニング ・販売支援ドキュメント ・キャンペーン等	・特になし	・トレーニングメニューあり ・認定制度あり

IV. アンケート・ヒアリングからみた クラウドビジネス

4.1 アンケートの結果

今回、協会会員企業の皆様に、クラウドビジネスについてのアンケートをお願いした。最終的に26社から回答を得ており、その結果を以下に提示する。

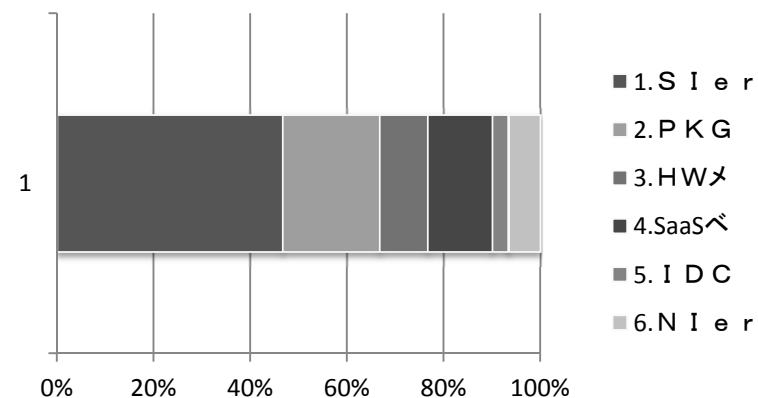
アンケートは事業内容、クラウドサービスの為の組織の有無等の基本情報とクラウドサービスの提供内容詳細のふたつに分けて聞いている。

(1) 基本情報

①事業内容 (Q1. 2)

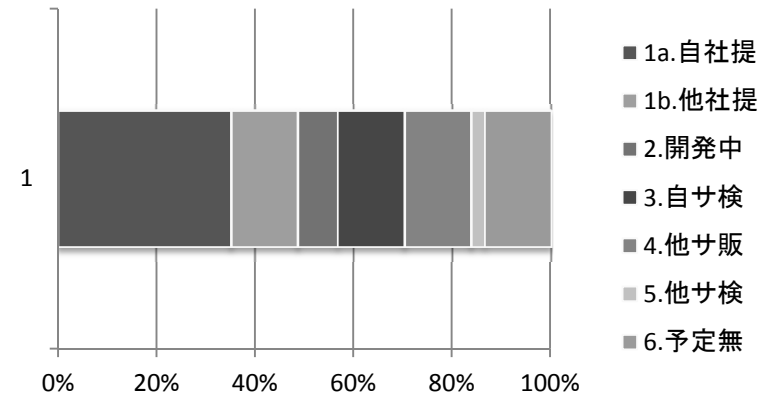
回答企業の事業内容の内訳は右図

複数回答となった為、全回答30の内、S I e r が47% (14社)、S a a Sベンダと回答している企業も13% (4社) ある



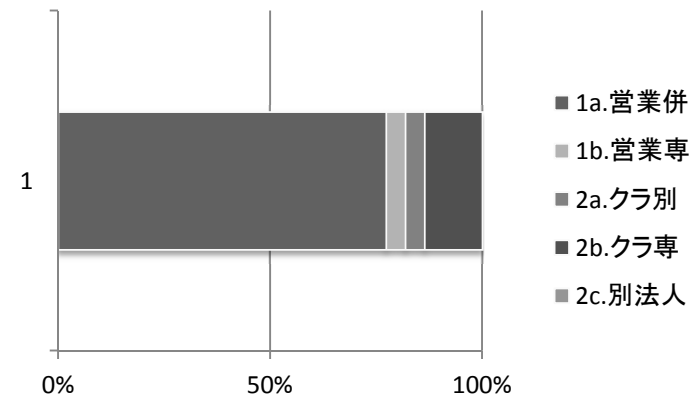
②クラウドサービスを提供しているかまたは計画しているか（Q1. 3）

回答企業37（複数回答）のうち
既に自社又は他社にサービスを
提供している企業は50%
（18社）と、半数がサービスを
提供している。
又、他社のサービスを販売して
いる企業が14%（5社）とな
っており6割以上が、サービス
提供を行っていることになる。



③クラウドサービスに関する組織は？（Q1. 4）

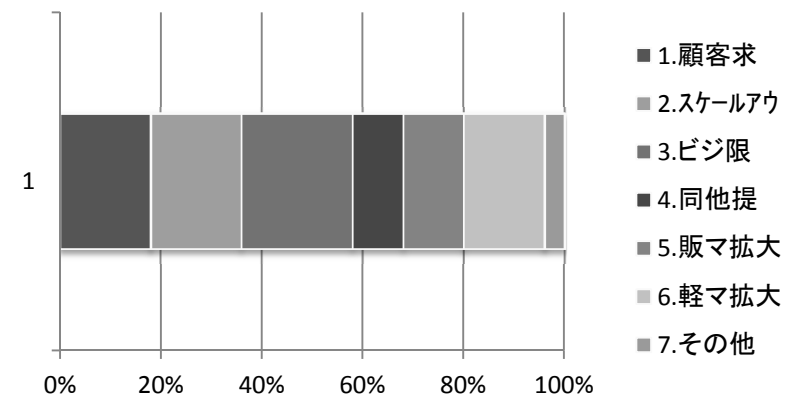
回答数22のうち82%（18社）が既存の組織内で営業も行っている。
別部門または別組織との回答は18%（4社）に留まっている。



④クラウドサービスを始めた動機について聞いた（Q1. 5）

顧客要求によるもの（9件）、
自社サービス環境のスケールア
ウトの必要を感じた（9件）、
現在のビジネスに限界を感じた
（11件）、等がほぼ同じ割合
の回答であり、開始の動機は様々。
また、マーケット拡大のためが
14件あり、クラウドビジネス
への期待も大きくなりつつある
と言える。

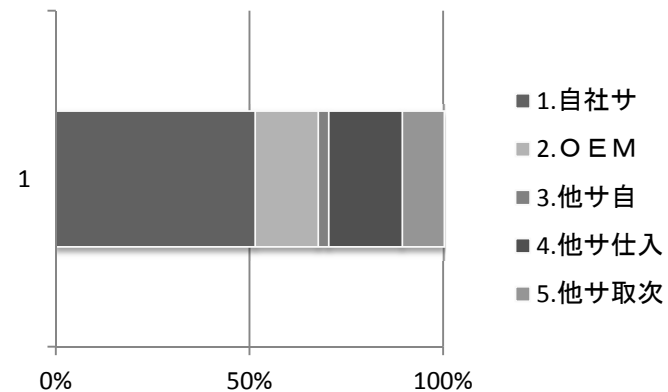
中には同業他社が始めた為に、
対抗上始める必要があったとの
回答も5件あった。



(2) クラウドサービスについて

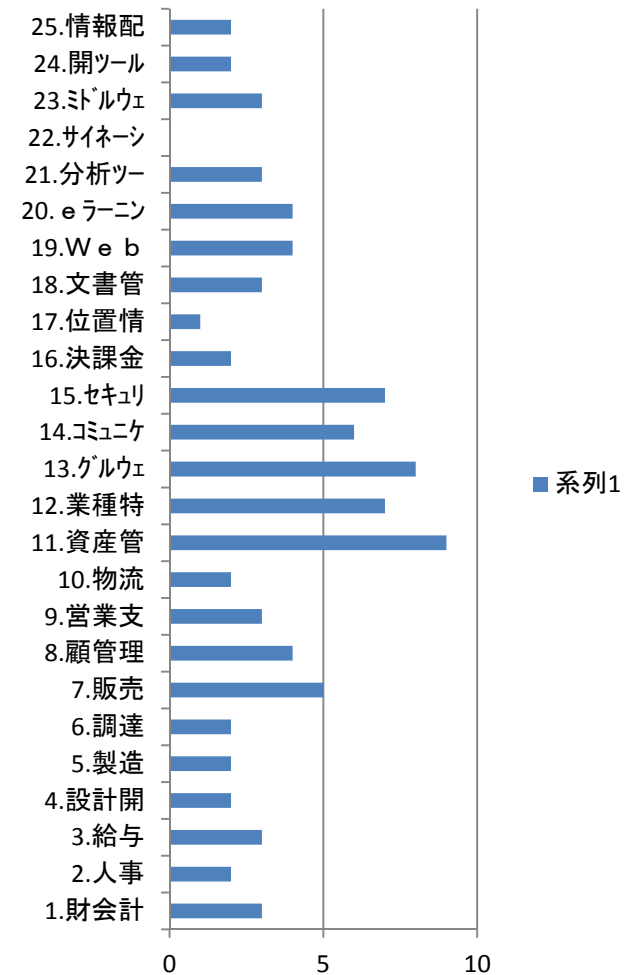
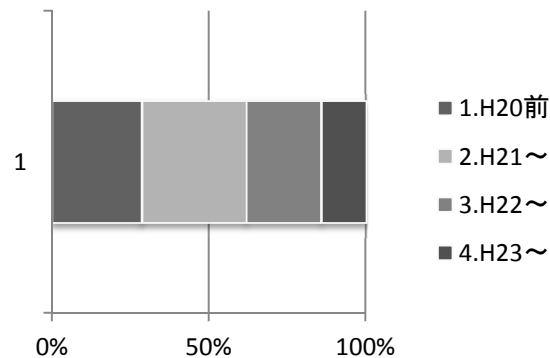
ここではクラウドサービスについての詳細を聞いている。

- ①提供しているサービスは自社又は他社のものか（Q1. 1）
やはり自社サービスを提供している企業が51%（19社）と多いが、他社のサービスをOEM、や仕入れ販売しているケースも多い

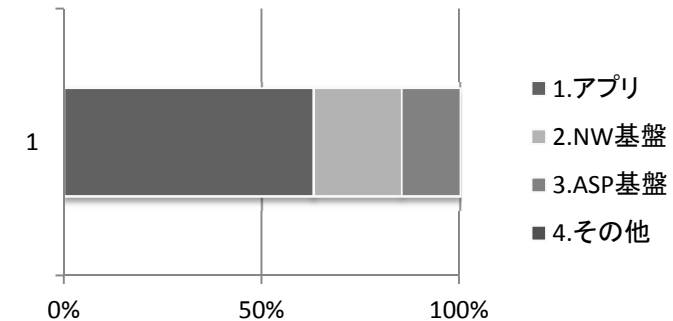


②提供しているサービスのジャンルについて聞いた（Q1. 2）
 もっとも多かったのは資産管理で、
 次いで、グループウェア、セキュリ
 ティ、業種特化型サービスと続いて
 いる。

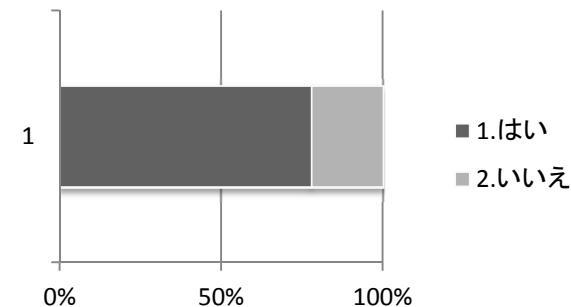
③サービスの開始時期については（Q1. 3）
 H21以降という回答が70%（15社）
 以上を占めており、クラウドへの流れが
 増加してきていると思われる。



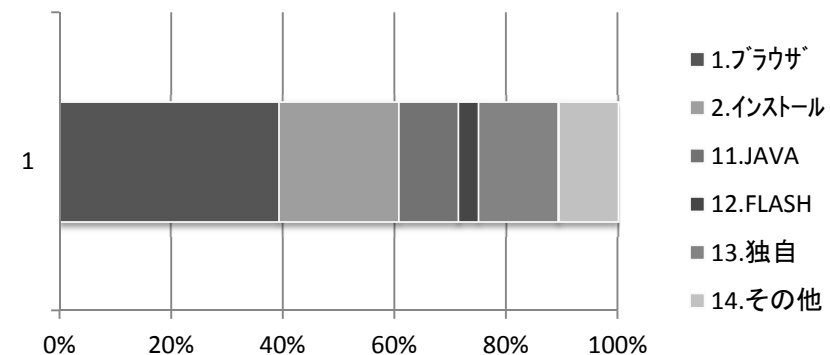
- ④システムの基本タイプについて（Q1. 4）
アプリケーションサービスが最も多く
63%（17社）を占める。次に
NW基盤サービス、ASP基盤サ
ービスと続く。



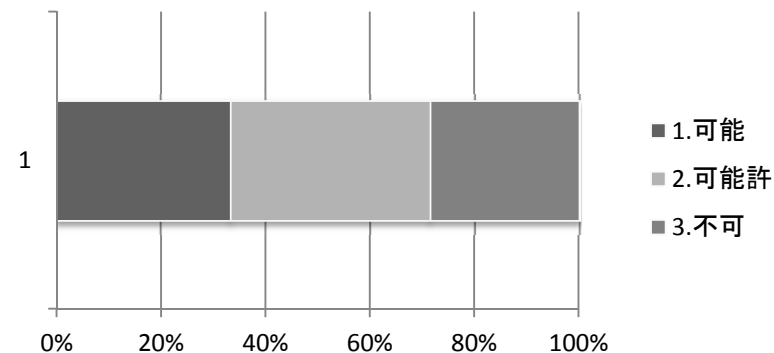
- ⑤そのシステムはSaaS化しているか（Q1. 7）
78%（14社）のサービスは
SaaS化していると回答。



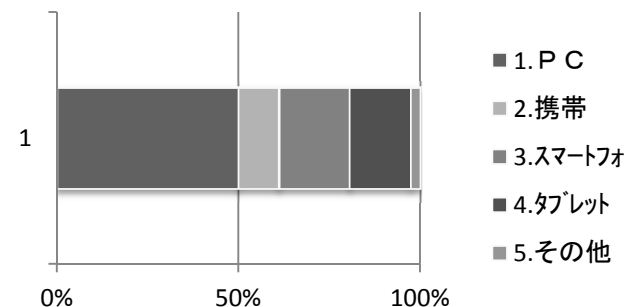
- ⑥動作環境について聞いた（Q1. 8）
やはりブラウザのみでのサー
ビスが39%（11社）と多い
が、端末にAPのインストール
が必要なものも多い



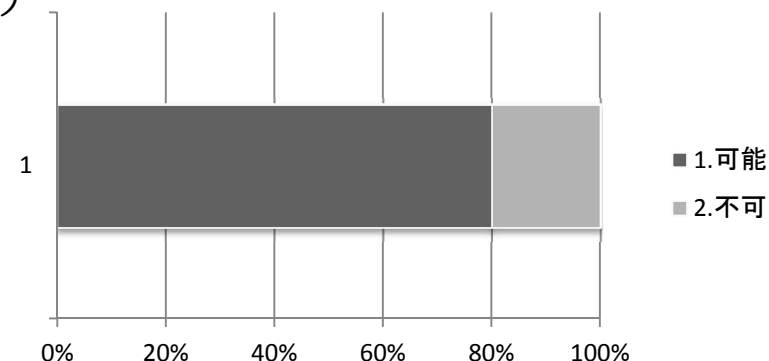
- ⑦カスタマイズの可否について（Q1. 9）
 可能としているものが33%（7社）
 可能だが許可していないものと
 不可のものを合わせると66%
 （14社）が、カスタマイズなし
 で提供している事になる。



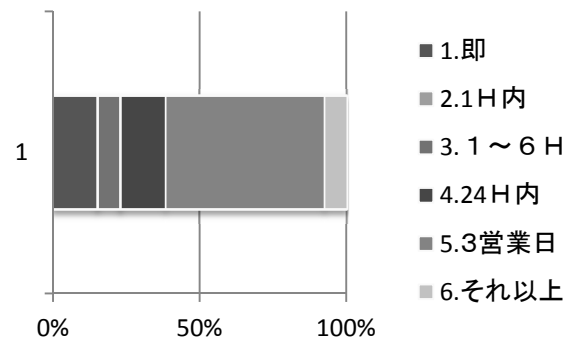
- ⑧端末は何を使用するか聞いた（Q1. 10）
 50%（18社）がPCと回答したが、
 その他、携帯・スマートフォン・タブ
 レットが残りの半数を占め、モバイル
 系にシフトしていると思われる。



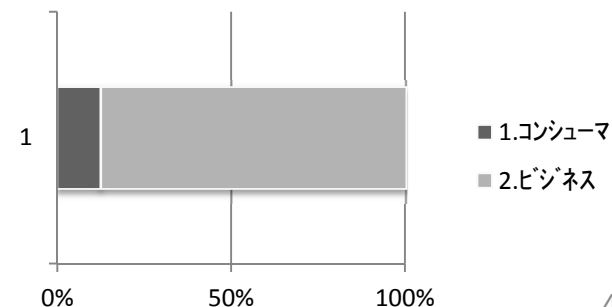
⑨トライアルの可否について（Q1. 11）
80%（16社）がトライアル可能
としている。



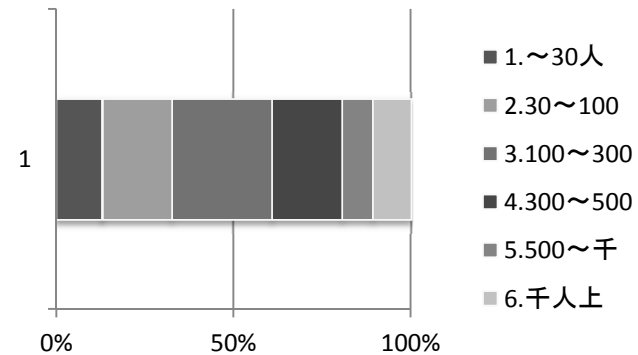
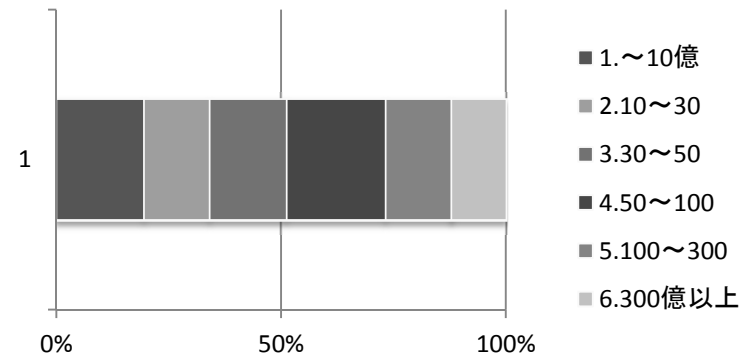
また申込んでからサービス可能になるまでの期間は、3営業日というのが最も多いが、即可能も2件あった。（Q1. 12）



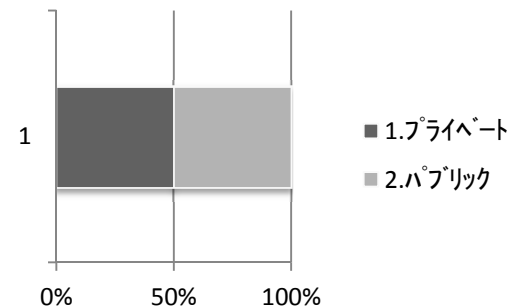
⑩対象マーケットについて聞いた（Q2. 1）
ビジネスがほぼ90%（21社）
を占めている。



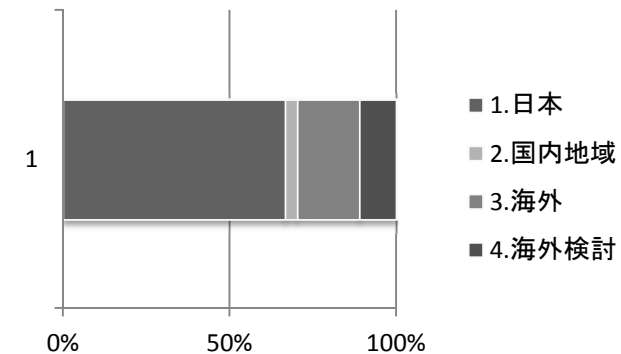
- ⑪対象ユーザ規模は（Q2. 2、Q2. 3）
 それほどの違いは無いが、50～
 100億規模、また従業員数も
 100から300人と中堅企業が
 ターゲットの中心となっていると
 思われる。



- ⑫対象ユーザはプライベート、パブリック
 それぞれ13社・13社と半々
 （Q2. 4）

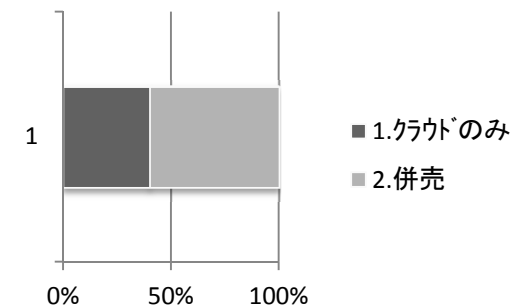


- ⑬対象地域は（Q2. 5）
66%（18社）が国内ターゲット
だが、海外狙いも検討中を含めると
33%ある。

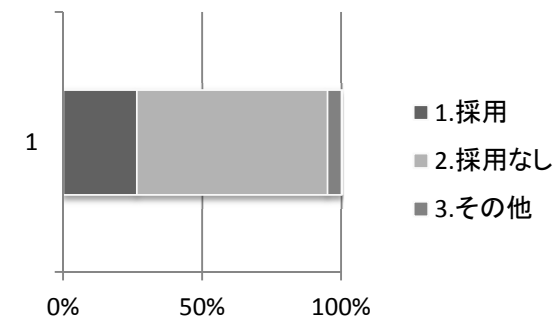


販売について聞いた

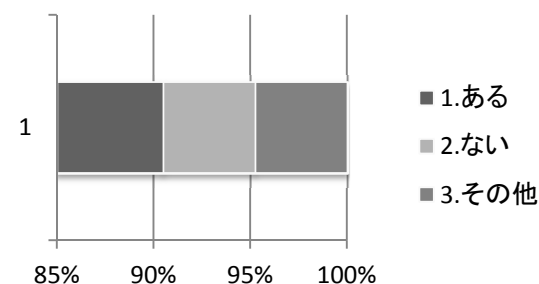
- ⑭販売形態は、やはり併売が多いが、
クラウドのみの形も40%（8社）
割となっている（Q3. 1）



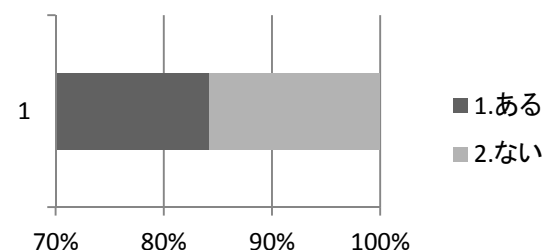
- ⑮クラウド事業は既存事業と異なる
販売方法か聞いた（Q3. 4）
26%（5社）が既存と異なる販売
手法を採用している。



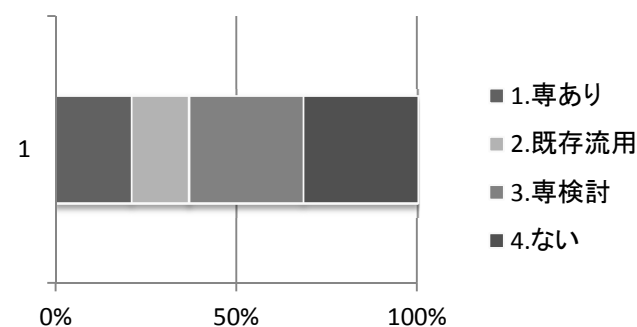
- ⑩販売時の営業稼働について（Q3. 5）
90%強（19社）が実際に営業が動いていると回答



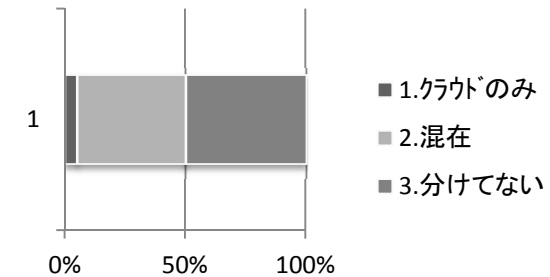
- ⑪最低契約期間の設定（Q3. 6）
84%（16社）が契約期間を設定している



- ⑫クラウド販売に対する営業評価制度（Q3. 7）
独立した販売評価制度をもっているのは21%（4社）。但し検討中が32%（6社）程度あり、評価制度についても検討が進んでいると思われる。

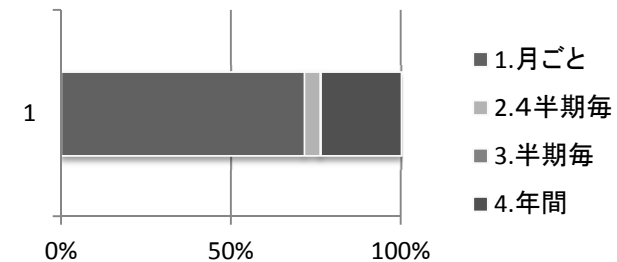


- ①⑨クラウドのみの予算をもっているか（Q3. 8）
クラウドのみを予算化している企業は
1社のみ、その他は混在させている。

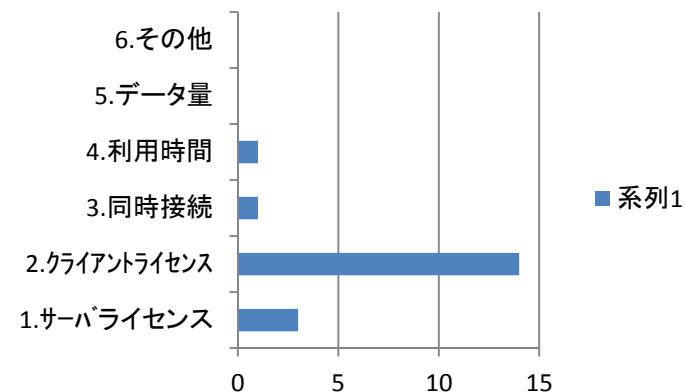


価格・費用計上方法について

- ②⑩ 月ごとに回収する企業が71%
(15社) (Q4. 1)
1年で回収する企業が24%
(5社) となっている。



- ②⑪ 課金方式について聞いた（Q4. 4）
クライアントライセンスを
ベースにしているところが
最も多い。



4.2 ヒアリングから見たもの

アンケートにお答え頂いた企業の中から、先進的と思われる企業数社にヒアリングを行った。以下に特徴的な印象を列記する。

1. 既存事業がある程度の売り上げをもっており、当面は業績が安定している企業では、クラウド事業は既存事業へのドアノックツールとして位置づけられる傾向がある。
2. クラウド事業の売り上げが、企業全体の売り上げに対して大きな比重を占める企業では、独立採算で売上拡大に大きく注力している。
3. メーカー系企業からは、販売店があまり積極的に取り組んでいないように見える。
4. クラウド市場は予測より立ち上がりが遅いが、何かのきっかけで急激に拡大する可能性もあるので、準備をしている。
5. 既存事業とクラウド事業の規模の違いは認識しており、営業の評価方法等模索しながら、事業そのものも状況を見ながら、立ち上げているという状況である。

V. まとめ

5.1 市場

クラウド、SaaSの市場認知は高まっている

インフラ環境は整った

情報系サービスから業務系サービスの導入加速化
業種系サービスは不足

政府政策：スマートシティ、光の道等インフラ中心
減税、補助金等の市場活性化策は期待できない

5.1 市場

普及は大企業。SMBでの普及は不十分。

プライベートクラウドが中心。
パブリッククラウドはこれから

外資系ベンダーが先行

国内ベンダーはベンチャー企業による特化したサービスの成功事例

5.2 SMB市場でクラウド普及が加速するには(ユーザ)

既存システムとの連携

システムの安全性・信頼性の向上

小・零細ユーザのコストメリット向上

カスタマイズ性の確保

5.3 SMB市場でクラウド普及が加速するには(販売店)

日本市場は販売店が重要な役割
クラウドベンダーによる販売店中抜きにはならない

販売店の期間損益(利益)、資金繰り対応の工夫

SMB市場向けパブリッククラウドはこれから

既存事業とのトレードオフになり既存事業の売上減少になりかねない

5.3 SMB市場でクラウド普及が加速するには(販売店)

予算・評価制度の整備

金額が小さいストック型のクラウド事業を営業が推進しきれない

販売店毎の付加価値

規模の確保・拡大

5.4 まとめ

既存事業と別組織での運営が望ましい

サービスの組合せバリエーションが必要

販売店は付加価値を見出す事が重要

サービス提供事業者はクラウド用の販売店制度が必要

5.4 まとめ

方針を明確に

新たな市場を獲得するツールなのか

既存事業を伸ばすツールなのか

クラウド事業を伸ばすのか

クラウドで既存事業を代替えるのか

クラウドのSIで事業を伸ばすのか

クラウドは選択肢の一つ

本書は下記の方々のご協力により作成しました

氏名	所属
佐々木 哲夫	NJCネットコミュニケーションズ(株)
松野 純一	東芝情報機器(株)
小島 健伸	東芝情報機器(株)
上向井 健治	(株)ソフトクリエイト
中川 栄治	ソフトバンクBB(株)
塚原 英実	(株)大塚商会
杉田 末広	(株)大塚商会
折登 泰樹	ピーシーエー(株)
篠崎 洋介	ピーシーエー(株)
木下 繁	日本ビジネスコンピュータ(株)
廣田 泰久	日本事務器(株)
大原 泉	(株)オービックビジネスコンサルタント
日野 和麻呂	(株)オービックビジネスコンサルタント
野水 克也	サイボウズ株式会社
佐藤 恭平	マイクロソフト株式会社
中村 龍太	マイクロソフト株式会社
加藤 誠	JCSSA事務局



－ 禁無断転載 －

クラウドコンピューティングに関する ビジネスモデルの考察

発行 一般社団法人 日本コンピュータシステム販売店協会
東京都文京区湯島1-9-4 鴨原ビル2階

電話 03-5802-3198

ホームページ <http://www.jcssa.or.jp>

発行日 平成23年3月(初版)