

目次

はじめに

1. 事例研究

セールスフォースとテラスカイ

マイクロソフトと協立情報通信

ネットスイートと富士通マーケティング

サイボウズの戦略

ワイズマンとリコージャパン

PCAとOBC

2. これからの方向

クラウドをビジネスにするために

一般社団法人日本コンピュータシステム販売店協会

ITビジネスモデル委員会

はじめに

クラウドコンピューティングが唱えられてから、久しい。これまでASPとして定義付けられていたサービスが、SaaS/PaaS/IaaS、等の名称を付けられ分類され、殆どの形態がクラウドと呼ばないと時代に遅れる、売れなくなるとの観念から、どこのメーカーもデータセンタも販売店もクラウドを担ぎ始めた為、何がクラウドなのか、クラウドとは何なのか、それこそ雲の中のように、右も左もわからなくなっているのが、お客様から見たクラウドではないだろうか。

本書はコンピュータシステム販売店協会のテーマでもある販売店の発展という視点で、クラウド事業者と販売店がどのようにビジネスとして成功させることができるかをいくつかの成功事例（ビジネスモデル）を踏まえて、双方の立場からよりわかり易く解説しようとして試みた。これらの解説を通じて、クラウド事業のビジネスモデルを理解し、今後のビジネス拡大の参考となれば幸いである。

1. 事例研究

1. 1 セールスフォースとテラスカイ

【セールスフォース】

- セールスフォース・ドットコムは、ワールドワイドで現在97,700社が利用する営業支援（SFA）、顧客管理（CRM）ソフトのSaaSベンダーである。
- 近年はForce.com(PaaS)によるカスタムアプリケーション構築・適用サービスを拡大、サービスメニューとしてForce.comの対応言語の追加（VMForce(Java)、Heroku(Ruby)）、世界初となるエンタープライズ向けマルチテナントクラウドデータベースサービス「Database.com」の発表など、プラットフォーム企業を目指すとともにサービスのオープン化を推進する姿勢を明確にしている。
- 現在セールスフォース・ドットコムが提供しているパートナープログラムは5つ
 - ・販売協力店（案件ご紹介のみ）
 - ・インプリメンテーションパートナー（サービスビジネスメイン 認定メインコンサルタント）
 - ・販売パートナー（VAR）
 - ・AppExchangeパートナー（アプリケーション開発）
 - ・OEMパートナー

(1. 1 セールスフォースとテラスカイ)

- パートナーのビジネスチャンスとしてはSIビジネス、連携アプリケーション開発 (App Exchange:SaaS型アプリケーションのマーケットプレイス)、トータルアウトソーシングなどがある。

【テラスカイ】

- テラスカイはForce.com等のツールをベースにしたアプリケーションの開発、セールスフォース直系のSier、販売代理店として業績を伸ばしている企業である。
- ビジネスモデルとしてセールスフォースの基盤に特化、密接な関係を保ち、資格保有者を多数育成、構築実績を積み上げることで、セールスフォースの最も信頼するSier集団としての位置を築いてきている。
- SI、AP開発、運用・保守等を一手に引き受ける事が出来るため後発組に比較して得る利益は多く、クラウドビジネスのひとつの形といえる。
- 同じSaaSプラットフォーム上でビジネスを行う5社を発起人としてNPO法人アップエクスチェンジコンソーシアムを立ち上げ、「普及＝売上」と定義し利用ユーザー、プラットフォームベンダー、アプリケーションベンダーの3社が実際にSaaSビジネスで売上をあげるべく企業同士の連携・交流活性化に努めている。

資料へのリンク [①セールスフォース](#) (但し会員のページ経由でID/パスワードが必要)
[②テラスカイ](#) (同上)

1. 2 マイクロソフトと協立情報通信

【マイクロソフト】

- マイクロソフトはビジネスクラウドのツールとしてBPOSを発表し、パートナービジネスを展開してきた。2011年、パートナーとの連携をより強化する為のプログラムとしてオフィス365を発表。パートナーにとっては、より利益幅の大きいプログラムとなっており、クラウドビジネスへの追い風と言えよう。

Microsoft Office 365

Office 365 は、Microsoft Office の共同作業および生産性向上を実現するクラウドサービス。だれもが場所を問わず、電子メール、Web 会議、ドキュメント、および予定表を利用して、共同作業を簡単に行うことができる。

【協立情報通信】

- 協立情報通信は、クラウドはこれから避けて通れない潮流と判断、トップの指示により全社的なスキル取得、社内体制、販売体制の整備を行った

(1. 2 マイクロソフトと協立情報通信)

○ターゲットと提案ポイント

- ・ 中小企業の競争力強化のための、情報利活用提案
- ・ 従来より提案している、会計ソフトを中心とした企業の会計情報効率化活用に加え、活動情報（営業等）を利活用するソリューションとしてOffice 365を選定し、クラウドを利用デバイスとしてモバイル（スマートフォン）活用を提案。
- ・ オンラインビジネスにおいて、2011年 Microsoft Worldwide Partner Award 受賞

○ビジネスのポイント

- ・ クラウド+ α を提案

Office 365の中でもSharePointを中心に提案し、活用提案と共に「構築」、「教育」、「サポート」を付帯サービスとしてビジネス化閲覧デバイスとしてモバイル（スマートフォン）の提案を組み合わせモバイルデバイス管理ソリューションの提案（MDM）

○クラウドへの取組について

- ・ クラウドビジネスそのものは、利益幅の薄いため、如何に付加価値をつけて売るかがポイント。クラウドビジネスへの移行は大きな決断を迫られるものであり、トップの判断がないと、方向転換は難しい。

資料へのリンク [③マイクロソフト](#)
[④協立情報通信](#)

（但し会員のページ経由でID/パスワードが必要）
（同上）

1. 3 ネットスイートと富士通マーケティング

【ネットスイート】

- ネットスイートはERP分野ではトップの成長率を誇るビジネススイートを持つグローバルカンパニーであり、完全なビジビリティと可用性、セキュリティ、コンプライアンスをもち、グローバル化を支援するグローバル基盤を提供している
 - ・提供するソフトはERP、CRM、Eコマース機能が統合されたオールインワンのクラウド型業務アプリケーションである。
 - ・12言語170通貨に対応しており、スピーディかつガバナンスを効かせた海外拠点のシステム展開を実現
 - ・機能や項目の追加はセルフカスタマイズ機能によりパラメーター設定だけで実現。設定も簡単な為、短期間での稼働が可能
- 考え方はシンプルであり、カスタマイズを可能とするフレキシブルなデータベースソフトを準備・販売店に提供している

【富士通マーケティング】

- Net Suite（クラウド）のビジネスを早期立ち上げる為専任組織化を実施
- IT業界向けに「プロジェクト管理テンプレート」を提供し、商談の見える化、原価管理、タスク・要員管理を可能にしている

(1. 3 ネットスイートと富士通マーケティング)

- 「プロジェクト管理テンプレート」はIT業界のみならず、広告・イベント・工事業などにも応用可能
- システム構築、カスタマイズ、およびそのサポートを提供し、全世界展開に対応できるソフトを武器に、お客様への提案を行っている

- 優れたソフトを使いやすい形で提供し、SI、カスタマイズ、サポートで売り上げを立てるやり方は、テラスカイとも、共通する所をもっている
- クラウドビジネスはご要望をお聞きする受託型ではなく、クラウドに合わせる販売モデルが必要であろう

資料へのリンク [ネットスイート](#)
[⑦富士通マーケティング](#)

(公式HP) <http://www.netsuite.co.jp/>
(但し会員のページ経由でID/パスワードが必要)

1. 4 サイボウズの戦略

- 海外戦略として、MSのシェアポイントとの連携を図る事とした。シェアポイントサーバー上での不足部分を補完する形で、まずは知名度を上げ、徐々にシェア拡大を狙う
- 国内ではサイボウズクラウドの名称で、プライベートとパブリックの中間に位置するプロテクトクラウドを提唱。APIも準備、セキュリティも強化できる柔軟性のあるクラウドを提供すると共に、MSとの連携も強化していく。
- サイボウズのクラウド戦略としては国内、国外共にまず知名度を上げる作戦。更に販売パートナーおよびエンドユーザへのサポートを強化し、パートナーへの販売支援を充実させる

資料へのリンク

- [⑤サイボウズ国内戦略](#)
- [⑥サイボウズ海外戦略](#)

(但し会員のページ経由で、ID/パスワードが必要)
(但し会員のページ経由で、ID/パスワードが必要)

(1. 4 サイボウズの戦略)

国内 ⇒ クラウドパートナーとの協業による事業展開



協業パートナー

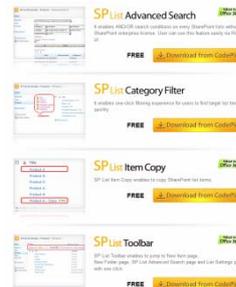


- ・サービス再販
- ・役務提供
- ・コンサルティング
- ・連携SI など



国内と海外で異なる
事業展開により
NO.1を目指す

海外(北米) ⇒ マイクロソフトとの協業による事業展開



- ・SPListAdvancedSearch
- ・SPListCategoryFilter
- ・SPListItemCopy など



1. 5 ワイズマンとリコージャパン

【ワイズマン】

- 医療、介護、福祉に特化した業務ソフトを開発、販売している業界No. 1のシェアを持つ会社である。
- 導入事業所24000件、うち、19000件がASPである。
- 決して高くないユーザーレベル、ITリテラシーを十分に研究、理解をしており、運用、操作に工夫を凝らしている。
 - ・忘れがちなパスワード認証でなく、USB个体認証の採用
 - ・ニンテンドーDSを利用した介護記録入力等、特筆すべきものがある。
- また、厚労省ガイドラインをユーザーにわかりやすくした冊子にし、説明するなどの施設との関係作りも行っている。
- ASP化は、既存ユーザーのリースアップ時からスタートしていた。
- 5年間一括契約と月額契約(リース)パターン等を用意しており、移行は大規模法人から、5年の一括契約で更改を進めた。
- 介護施設側からみれば、従来のオンプレミスと同等のリース、利用料金であっても、法改正に伴う送られたCDでのバージョンアップ作業、サーバ管理を実施しないことにメリットを感じ、ワイズマン側保守要員は、ASPによる現地訪問メンテ不要、集中管理にメリットを見出せている。

(1. 5 ワイズマンとリコージャパン)

【ワイズマン】

○ワイズマンでは、介護・医療システム自社開発、USB認証、IDC等は、他社との協業にてASPサービスを実現している。

【リコージャパン】

○リコージャパンはワイズマンとの連携で、3年に一度の法改正と、5～6年に一度の介護保険法の改正という頻度の高い改正にタイムリーにソフトの改版を実施、ユーザの要求に答えている。

○専用コールセンターによるサポート体制と豊富な提案製品によるワンストップサービスで客先に信頼と安心感を提供するという相乗効果を生み出している。

○リコージャパンとしては、ワイズマンASPを販売しながら、自社商材も併せて「福祉総合IT提案」と称し、介護施設丸ごとサポートを提案、付加価値を見出している。

資料へのリンク

[ワイズマン](#)
[⑧リコージャパン](#)

(公式HP) <http://www.wiseman.co.jp/>
(但し会員のページ経由で、ID/パスワードが必要)

1. 6 PCAとOBC

【PCA】

○サービス化の取り組み

- ・PCAのクラウドへの取り組みは2006年から実施している。
- ・PCA8V.2シリーズをSaaS化するところから着手し、2008年に「PCA for SaaS」のサービス提供を開始。2009年には購入しやすいプランとして「プリペイドプラン」の提供も開始。ユーザー数も伸びを示す。

○ビジネスモデルの策定

- ・SaaS化するにあたり、以下の点の策定に考慮。
 - ①Windowsアプリ（操作スピードを維持）
 - ②データセンターは免震構造
 - ③回線スピード
 - ④ソフトウェアのスピード
- ・販売パートナーへのインセンティブ等の策定ではオンプレミス型とモデルが相違するので稼働まで時間を要した。

○SaaSビジネスの課題

- ・パートナーが拡販できる仕組みの構築が急務。従来関係のあるSIパートナーが担げる商材にするためのチューニングも取り組んでいることと、競合他社が参入すれば市場拡大が見込める。

(1. 6 PCAとOBC)

【OBC】

○サービス化の取り組み

- ・現状OBCでは、クラウドモデルについて研究開発を執り行っている状況とのことで、今回はサービスとからめた事例を紹介。

○サービスモデル

- ・OBCストレージサービスとして、Windows Azureを活用した事例あり
- ・奉行シリーズと高い親和性にてサービス化している。
- ・R銀行の事例紹介があり、ほぼノンカスタマイズで導入したので、今までにないマーケットセグメントへの販売にて大きな実績を残した。
- ・K社の事例にて基幹（オンプレミス型）の奉行シリーズと、Office365との連携により営業マンでも外出先にてデータの閲覧ができるソリューション展開の実績の紹介あり。

○求められるプロフェッショナル

- ・クラウドの登場で、ITの選択肢が膨大になった。OBCとしては「IT道先案内人」となり、パートナー、お客様の業務効率化を推進していく。

資料へのリンク

[⑨PCA](#)

[⑩OBC](#)

(但し会員のページ経由で、ID/パスワードが必要)

(但し会員のページ経由で、ID/パスワードが必要)

2. これからの方向

- これまでクラウドビジネスの様々な事例を勉強する為に、主として「ベンダ」とその主要な「販売店」の組み合わせで話を聞いてきた。クラウドビジネスは今後避けられないものとして、取り組んでいかざるを得ない事情はあるものの、各ベンダ、販売店共夫々各種アイデアで、売るための工夫をする努力の姿勢には頭が下がる思いである。
- この委員会でクラウドをテーマにして3年になる。これまでは販売店もお客様もクラウドに取り組んでいく必要があるとは思っているが、現実的には具体的な取組は様子を見ながらと言った状況であった。しかし、『3. 1 1』東日本大震災以降クラウドの重要性が大きく認識されることとなり、日本でのクラウド市場は急速に進展し始めたと考えられる。
- 今回のレポートではクラウドベンダーと販売店の協業成功事例を紹介したが、全ての問題を解決した訳ではない。
しかし、課題は多いがこの潮流を避けて通れる状況でもない。
クラウドベンダーも販売店も双方が協力・工夫してトライアンドエラーで進んでいくしかないのではないだろうか。

(2. これからの方向)

○今後は単機能的クラウドサービスからクラウドサービスの連携が増加していくと思われる。

クラウド+クラウド

クラウド+オンプレミス

など販売店は減少するS Iをクラウドをインテグレートすることでその一部を補うことができる。

クラウドベンダーも他のクラウドベンダーとの連携による単機能的クラウドサービスから複合型のサービスに進化していくであろう。

何れにしてもどこの領域で付加価値を高め収益を確保していくのかをそれぞれの企業が見出して行くほかはない。

○クラウドが進展すると同時に提供・販売する側のスキルも変化していくと思われる。今後、導入時に於けるクラウドとオンプレミスの違いや必要なスキルの習得について検討する必要があるだろう。

本書に関連するドキュメント

プレゼンの資料については、会員のページ経由でダウンロードが可能です。
この場合、会員のID/パスワードが必要です。

本書作成にご協力頂いた方々

(企業名あいうえお順: 敬称略)

佐々木 哲夫(リーダ)	NJCネットコミュニケーションズ(株)
岩崎 一喜	NECフィールディング株式会社
岸本 洋一	(株)大塚商会
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
鷲塚 真吾	(株)ソフトクリエイト
中川 栄治	ソフトバンクBB(株)
西塔典秋	東芝情報機器(株)
小島 健伸	東芝情報機器(株)
廣田 泰久	日本事務器(株)
木下 繁	日本ビジネスコンピュータ(株)
折登 泰樹	ピーシーエー(株)
篠崎 洋介	ピーシーエー(株)
石見 誠一	(株)富士通マーケティング
佐藤 恭平	マイクロソフト株式会社
小川 雅也	リコージャパン(株)

一般社団法人日本コンピュータシステム販売店協会



— 禁無断転載 —

クラウドをビジネスにするために

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 鳴原ビル2階

電話 03-5802-3198

ホームページ <http://www.jcssa.or.jp>

発行日 平成24年3月（初版）