電　波　新　聞
2024年(令和6年)6月11日(火曜日)

会員同士のつながりを重視するJCSSA

林 宗治会長に聞く

クラウドベンダー含め 積極的に会員数を拡大

JCSSAの存在価値をさらに高めていきたいという林宗治会長（ソフトクリエイト社長）に話を聞いた。

◇

――JCSSAは業界団体の中でもユニークな印象を受けます。

林会長　私たち会員企業は、時代とともに販売するものが変わってきています。メーカーと販売店という関係だけでなく本来ライバルとなる会員企業同士も仲良くやっていこうという流れになり、会員間での意見交換や交流などを積極的に行う団体になったと感じています。

現在、私たちはこれまでのハードやソフトから、最近はクラウドも販売するようになってきています。直販でも契約できるクラウドを取り扱うようになった今、サービスを売る際の販売店の役割について改めて考えるようにもなりました。それであればもっと販売店の数を集め、クラウドベンダーにも会員になってもらい、一緒に話し合えるようになりたいと思っています。

――特に力を入れていることは何ですか。

ユーザーの声を届ける

林会長　会員数を増やすことで、売る側の数だけでなくベンダーの数にもこだわっています。まだ会員数は十分ではないですが、5年前に会長に就任した際に約220社だった会員数を現在は2倍近い400社以上まで拡大しました。数にこだわるのは業界の声を発信できるようにしたいという思いもあるからです。

最近の例では、海外のクラウドベンダーが値上げを相次いで断行しましたが、その際に販売側、ユーザー側の声をきちんと届けていきたいと思いました。個々の企業で声を上げても届かないからこそ、業界団体が一体となって発言していかなければならないと感じています。

――クラウドベンダーの会員はどれくらいいますか。

林会長　現状は国内外含めて約50社が入会しています。マイクロソフトやアマゾン・ウェブ・サービス、グーグルといった海外のメガクラウドベンダーの日本法人も会員になっていることは大きな特徴だといえるでしょう。最近は外資系クラウドベンダーから直接問い合わせを受け、入会につながるケースもあります。

日本市場の場合は、海外と違い多くのユーザー企業がSI（システム構築）企業をはじめとした当協会会員企業の支援を受けてシステム構築と運用をしていることが多いです。直販ができるクラウドベンダーでも国内でさらに契約を伸ばすためにはパートナー連携が必要だと感じている証ではないかと思っています。

現在は協会でもクラウド推進委員会を立ち上げ、情報共有や勉強会を進めています。クラウドベンダーと販売店で情報を共有することで新たな接点が生まれた事例や、私たちが知らなかった代理店制度などが分かることもあり、双方にとってプラスになっているケースも多いです。

――この1年で力を入れてきた活動を教えてください。

林会長　情報セキュリティーに力を入れてきています。サイバー攻撃が高度化する中でセキュリティーサービスも常に新しい技術が出てきているため、販売側もセキュリティーを学ぶ必要があります。さらに、サイバー攻撃などでユーザー企業が被害を受けた場合に、責任はセキュリティーソフト側なのか、販売した側なのか、という問題も出てきています。特にランサムウエア（身代金請求型ウイルス）が出てきてから、セキュリティーに対する責任問題について議論を始めています。セキュリティ委員会で販売者責任のガイドライン作成に取り組んでおり、今後は関係省庁にも意見を提言していきたいと考えています。

――6月からの新年度の取り組みについて教えてください。

発言力を高める

林会長　まずはベンダー側の急な制度変更などに対しても業界団体として行動が起こせるようにしていきたいです。海外ではユーザー側が発言しているケースもあるため、海外の事例などをみながら協会として発言力を高められるようにしたいですね。今後は公正取引委員会などと連携することも必要になってくるとみています。

会員数の拡大も急務です。JCSSAは、さまざまな委員会活動を行っているほか、セミナーなども開催しています。ビデオ会議を活用したミーティングやワーキンググループの開催に地域格差がなくなってきています。この1年では地方での親睦会も始めました。既に北海道、大阪、名古屋、北陸で開催しました。今後は福岡でも開催していきます。親睦会で親交を深め、新たなビジネスにつながるきっかけも増えると感じています。

――多くの業界団体が会員獲得と維持に課題を抱えていますね。

林会長　協会のさまざまな活動に参加している会員企業は多くのメリットを感じてもらっている半面で、知らない会員は恩恵が受けられていないことも多いように感じます。

親睦会や懇親会の場で出会った企業同士で新たなビジネスの話をしてもよいと思っています。昨今はIT人材不足で悩んでいる企業も多いですから、会員同士でお互いのリソースを活用し合ってビジネスする話をしてもよいでしょう。今後はエンドユーザー側の声も集められるようにできたらと考えています。

――JCSSAをどのような団体にしていきたいですか。

林会長　メーカーやベンダー、販売店など、さまざまな立場の企業がつながる場にしていきたいですね。

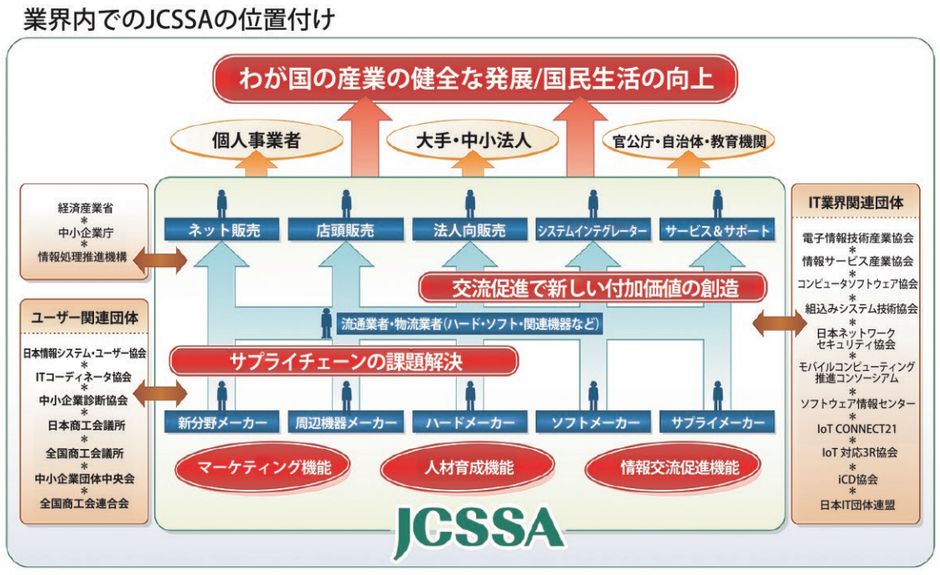
実際に私自身も協会を通じて新たな出会いやビジネスのきっかけになったことも多いため、ぜひ協会の基盤を活用してほしいです。

もちろん、ほかの業界団体との交流をはじめ、政府への提言などを増やせるようにもしたいと思っています。

大企業や中堅企業だけでなく、スタートアップ企業にも入会してもらえるような会費設定も用意しています。新たなビジネスパートナーを見つける場としても活用できるし、大きなイベントなどにJCSSAとして出展して、スタートアップ企業の製品やサービスを紹介できる場も提供しています。幅広い企業に入ってもらい業界全体を盛り上げていきたいですね。

会員数は700～800社を目指していこうと頑張っているところです。

業界内でのJCSSAの位置付け



IT機器メーカー／ベンダー含め 400社超が参加

日本コンピュータシステム販売店協会（JCSSA）は、IT（情報技術）関連の製品やサービスを顧客へ直接販売する企業が会員となる業界団体で、ITの社会的普及と活用促進に向けて活動している。会員は400社を超え、IT機器メーカーからソフトやサービスを展開するベンダー、ITを販売する企業まで大企業から中小企業、スタートアップまで幅広い企業が関わりながら、産業の発展と私たちの生活の向上を目指して取り組んでいることが大きな特徴だ。

協会の方針は①ITの利活用の促進と社会的普及を行う②業界トレンドの情報を収集し提供する③お客さまの要望に関する調査活動を行う④業界課題を協力して全体最適に解決する⑤関係団体と連携し活動する⑥会員のビジネスチャンスを拡大する⑦会員のコミュニケーションを促進する――の七つ。会員間の連携や協調に積極的に取り組んでおり、横のつながりを大切にしていることも一般的な業界団体との違いだ。

活動も活発で、コンピューターシステムの販売に関することはあらゆる角度から探求し会員と共有。最新の業界の流れなどを察知するための視察や交流会なども多い。アジアのIT企業の視察ツアーをはじめ、シリコンバレーの企業を視察する米国エグゼクティブツアーも好評だ。会員企業との交流にも積極的で、新会員の懇親会なども行う。

委員会活動では、会員企業の交流促進を図る活動のほか、サポートサービス委員会では、デジタルトランスフォーメーション（DX）とセキュリティーなどのテーマで調査研究に取り組んでいる。取引契約ガイドライン委員会では、IT取引についての知識の習得などに取り組む。人材育成委員会は、新入社員セミナーや管理職研修を実施し、会員企業の人材育成の支援もしている。

ユニークな取り組みでは、アライアンス推進委員会がアライアンスビジネス交流会を進めている。自社のIT製品や関連サービス、技術プレゼンテーションの場を会員企業へ提供することで、プレゼン企業と参加企業のビジネスマッチングや懇親を促進。自社製品の販路を拡大する機会にもなっている。また、エリア交流会も進めており、地方企業同士での協業や懇親ができる場も提供する。

最新のITトレンドへの対応では、クラウド推進委員会がクラウドベンダーの最新事例を収集したりベンダーと販売店との交流をしたりしている。セキュリティ委員会は、最新情報の収集だけでなく販売者責任ガイドラインの作成にも取り組む。

企業向けIT販売の業界で唯一の社団法人として展開しているJCSSA。経済産業省商務情報政策局の関係団体として活動を進めている。コンピューターシステムを販売する企業が成長していくために欠かせない団体になることを目指し、活動の幅を広げようとしている。

ITで日本を元気にする!
JCSSAは利用者の利便性向上に務め、IT市場の成長と世界の発展に貢献します。

ISF NET
株式会社イノベーターワン Innovator One Co.,Ltd
SB C&S
NEC NECフィールディング
Fsas Technologies
株式会社大塚商会
GET IT
SOFT CREATE
日本事務器株式会社
rikei 株式会社 理経
RYOYO
Lenovo

〈五十音順〉