

JCSSA NEWS

2006
SUMMER

Vol. **39**

サマーセミナー

G o o g l e が 考 え る 新 し い ネ ッ ト の 世 界

- 会長の声 2
 - ・ 会長就任にあたって
- 特集 3
 - ・ Googleが考える、新しいネットの世界
- トレンドスコープ 6
 - ・ Web2.0がもたらすもの
 - ・ 日本版SOX法の施行と
これからの内部統制
 - ・ 情報基盤強化税制の創設と
中小企業投資促進税制の拡充・延長
- レポート 9
 - ・ JCSSA 委員会活動レポート
 - ・ 中小企業IT調査研究会
 - ・ ソフトウェア流通調査委員会
- 人材育成 10
 - ・ 新入社員セミナー
 - ・ 専務理事より大塚新会長のご紹介
- 新会員のご紹介 12
- 事務局だより 16



社団法人
日本コンピュータシステム販売店協会
大塚 裕司 会長



会長の声

会長就任にあたって

この度は、日本を代表するコンピュータ販売会社の団体の会長という重責をお引き受けすることになり、身の引き締まる思いです。

ITによるシステム化は、日本の生産性向上とコストダウンに貢献してきましたが、まだ多くの企業のIT化は進んでおりません。当協会はIT化に遅れている企業を、「お客様の目線」に立ったサポートを行い、ITを効果的に活用していただくお手伝いをすることが使命と考えています。

ネット販売の普及とは逆に、リアルでのサービス対応のニーズは高く、お客様をサポートする販売会社は重要な存在です。その販売会社で組織しているJCSCSAは、お客様にとって身近で、しかもお客様の「困った」を解決できる協会でありたいと思います。会員会社の社員の教育支援や資格取得などを始めとして、他の関連団体とも情報交流を行い、コラボレーションが取れる協会を目指したいと考えています。

また、当協会を支援して頂いている賛助会員のメーカー様にもご協力を頂き、お客様のIT化を促進するための様々な情報を、会員各社に対して明確に伝えて行きたいと思っています。そして、お客様のサポートとIT化を促進し、その結果として会員各社が成長し、日本経済が強くなることを目指します。

今年はJCSCSAの社団化十周年を迎える節目でもあります。今回新しい役員体制となり、また協会事務局も人が入れ替わり、何かと至らないところがあるかも知れません。しかしながら皆様の倍旧のご支援を頂き、任務を全うしたいと考えています。お客様に喜んで頂き、このIT業界が元気になるよう、役員一同頑張りますので、今後ともよろしくご指導ご鞭撻をお願い申し上げます。

特集 サマーセミナー

Googleが考える、新しいネットの世界 ～Googleは何を考え、どこに向かっているのか～



グーグル株式会社
代表取締役社長 村上 憲郎 氏

創業からわずか7年で大成功を収め、Web2.0時代を象徴する企業として、今、熱い視線を浴びるGoogle。JCSSAでは2006年6月6日に恒例のサマーセミナーを開催し、グーグル株式会社 代表取締役社長の村上 憲郎氏に「Googleが考える、新しいネットの世界」というテーマでお話いただいた。気鋭の企業が語る、「我々は何を考え、どこに向かっているのか?」。当日の講演の模様をお伝えする。

Google のミッションとは?

Googleのコーポレートミッションは、「地球上のありとあらゆる情報を整理すること。そして、世界中の人がそれにアクセスでき、使えるようにすること」である。過去に存在した情報のみならず、現在も日々世界中で増殖し続ける情報をくまなく整理し尽くす。そして、それを無料で提供する。

そんな構想をもとに革新的なサービスを次々と発表するGoogleだが、それを可能にしているのは、我々が世界に誇るすぐれた技術に他ならない。Googleの技術とはすなわち、以下の2点に集約される。

■世界中から集まる優秀な技術者

(Googleでは世界各国に研究開発センターを設け、すぐれた人材を採用。センターの場所に関わらず、技術者たちは国境をまたいで共通の課題に挑んでいる)

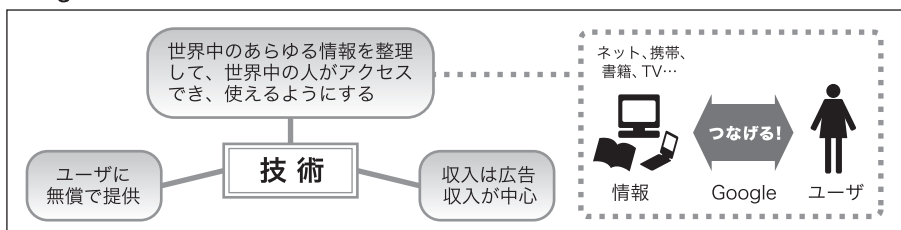
■Google自らが製作・運営する世界最大規模の巨大コンピュータシステム

(2000-2001年にかけて、Googleは自作

サーバによる巨大データセンターを構築。スケールが拡大したことで、様々なサービスの提供が可能になった)

こうしたGoogleの技術が、「スムーズかつ正確に情報を得たい」というユーザの希望を叶え、ユーザのさらなる要望がGoogleの技術力をアップさせる……。「Googleの技術」と「ユーザの要望」が互いに支え合い、テクノロジーサイクルともいえる好循環ができあがるのだ。これこそがGoogleの強みといえる。現在goo、infoseek、BIGLOBEなど多くの企業に、我々の検索エンジンをご利用いただいている。こうしたパートナー企業の協力もあり、世界のオンライン検索の約半分のシェアをGoogleが占めている。

Google のコーポレートミッションとビジネスモデル



Google プロフィール

▶ スタート	1995 年
▶ 創業	1998 年
▶ インデックス	他の検索エンジンの 3 倍以上
▶ 社員	約 6800 人 (半数が技術者)
▶ オフィス	世界 20 ケ国以上
▶ 市場シェア	世界のオンライン検索のほぼ半分
▶ サポート言語	100 ケ国語以上

Yahoo! との違いは? 「情報の整理」に徹する Google

Googleは1996年、スタンフォード大学でコンピュータ・サイエンスを学ぶ2人の学生によりスタートしたが、競合であるYahoo!も同大学の卒業生が立ち上げた企業である。2社を比較してみると「検索エ

ンジン」という共通点がありながらも、情報への取り組み方やビジネスモデルなど、様々な点で大きな違いがある。

まず、情報の整理の仕方が根本的に異なっている（右表）。ポータルサイトとしての機能を持つYahoo!では、ユーザを「楽しませる」「飽きさせない」ことが目的であるため、サイト内コンテンツを豊富に用意している。いわば客の必要と満足を1店舗内で満たす、デパートメントストアの発想だ。一方Googleは、「情報は整理して伝えるだけ」という立場にこだわる。世に氾濫する情報に秩序を加え、ユーザがそこにたどり着けるよう手助けする。あくまで「情報」と「ユーザ」をつなげる役割に徹しているため、情報にいかなる編集や検閲も加えていない。

つまり、前述のミッションが達成された暁には、ユーザはGoogleにアクセスするや否や一瞬にしてサイトを立ち去るはずなのである。「ユーザが欲する情報を迅速に提示すること」。それこそが、我々がユーザにできる最大の貢献なのだ。

広告モデルの進化形 “AdWordsとAdSense”

次にGoogleの広告収入モデルを見てみよう。収入を広告収入に頼るGoogleは、得意とする検索技術を駆使して「AdWords」「AdSense」という新たな広告モデルを確立した。「AdWords」はネット上に広告を集める仕組み、「AdSense」はネット上で広告を配信する仕組みである。「AdWords」が広告主に向けたプログラムであるのに対し、「AdSense」は広告を表示するプログラムをいう。「AdSense」は検索向けプログラムとコンテンツ向けプログラムの2種類に分けられ、どちらにも「AdWords」で集めた広告を表示させる。2002-2003年に、自社内巨大データセンターのネットワークを拡大したことで、大量の広告データ処理が可能になった。

Googleの広告と従来の広告の違いを見てみると、従来の広告が「不特定多数のユー

GoogleとYahoo!の違い

Google	●書籍に例えると、巻末にある「索引」 情報は整理するのみ。サービス提供側の情報の編集・検閲は一切なし ●コンテンツを所有しない ユーザの必要を即座に解決するのが狙い ▶▶▶ 滞在時間が短いほど成功
Yahoo!	●書籍に例えると、巻頭にある「目次」 情報を整理・分類して、目次を作成 ▶▶▶ ポータルサイトとしての役割 ●コンテンツを所有 豊富にコンテンツを用意。ユーザの必要をサイト内で満たすのが狙い ▶▶▶ 滞在時間が長いほど成功

ザに向けて、注意(Attention)を喚起するためのもの」であるのに対し、Googleの広告は「ユーザの興味・関心に対応した、Intentionalな（意図的な）広告」という性格を持つ。「広告も情報でなければならない」という我々のポリシーを反映しているのだ。また、「AdWords」「AdSense」はインテンショナルであるため、有望な見込み客を無駄なく集客できる。つまり従来の広告と比べ、非常に費用対効果の高い広告といえる。今後、この手法を他の媒体（ラジオ、TV、雑誌）に展開していくことを検討している。

特筆すべきは、「AdWords」「AdSense」が、ロングテール市場に絶大な効果を発揮しているということだ（右頁グラフ）。広告はクリック回数に応じて課金されるため、少ない予算しか持たない小規模企業でも有効活用できる。「AdWords」「AdSense」は、今まで忘れられてきたロングテール層のための広告として、今後さらなる成功が期待される。

革新的で役に立つサービス

次々に発表される画期的なサービスはどれも、Googleが培ってきた検索技術の延長線上にあるものだ。例えば……

◆Googleモバイル……世界に先駆け日本で先行スタートした、携帯サイト版検索エンジン（無料で提供）

◆Gメール……2GB以上のメモリを持つWebメールサービス。すぐれたメール検索機能が特長（無料で提供）

◆Googleデスクトップ検索……コンピュ

ータ上の探し物を見つけ出す、デスクトップ版検索ツール（無料で提供）

◆Google検索アプライアンス……企業向け検索エンジン。イントラネット内の情報を検索できる（有料）

◆Googleアース……専用のビューアをインストールすると、ネット経由で世界中の衛星写真を見ることができる（無料で提供、日本版は未発表）

もちろん、Googleの仕事はネット上の情報整理だけに留まらない。PCのデスクトップ上を検索する「Googleデスクトップ検索」のほか、既に米国では開始している書籍や映像の検索サービス（Googleブック検索、Googleビデオ検索）など、今後も積極的にリアル世界の情報の抽出とデータベース作成に取り組んでいきたい。

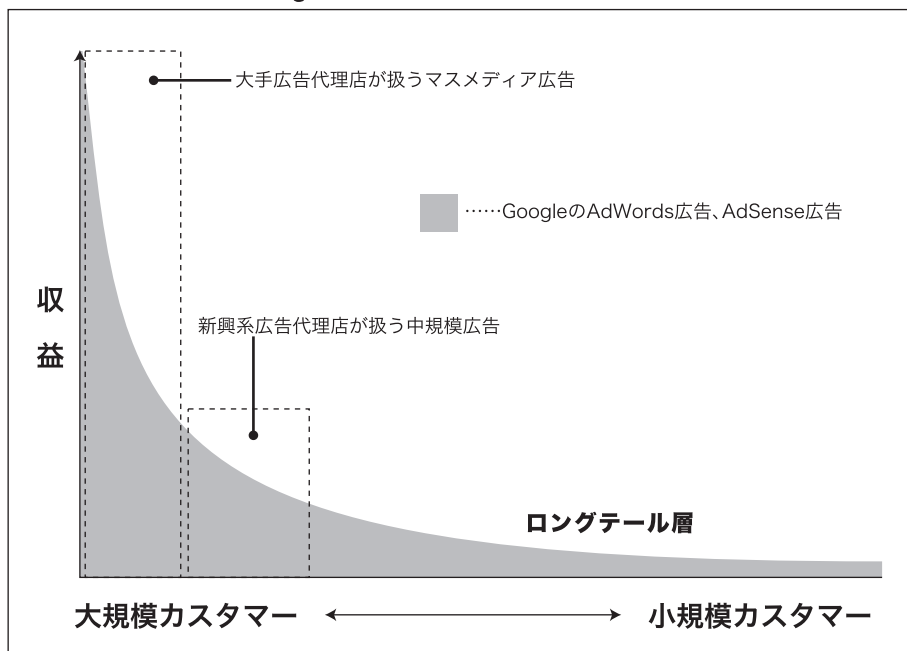
「統合したインデックス」「最も正確な検索結果」「革新的で役に立つサービス」「ハードウェア」「ソフトウェア」。これらはいずれも、これまでのGoogleの進化を物語る要素



である。しかし、我々はまだ地球上の情報の1%しか網羅していない。「100%の情報の在庫」を目指して、今後一層開発スピードを上げていきたい。

また、現在の検索機能にさらに磨きをかけた、「検索のパーソナライゼーション（個々に合わせて検索エンジンをカスタマイズすること）」も模索している。これまでの検索結果は万人に共通のものだったが、個々人にとってベストな結果を表示できるような技術を開発していきたい。個人の同意を得た上でその人の傾向をチェックできれば、ユーザは自分だけの「My Google」を利用することができる。そういった透明性の高いパーソナライゼーションが実現できれば、ユーザ1人ひとりに向けてよりよい貢献ができるに違いない。

マス広告のターゲットと Google 広告のターゲット



セミナー終了後の懇親会

JCSSAは今年で発足10周年を迎える。懇親会では、多くの会員の皆様からご祝辞と励ましの言葉をいただいた。

まずは、本総会にて退任となったJCSSA 梅崎哲雄前会長からの挨拶。次にJCSSA 大塚裕司新会長より、梅崎前会長への労いの言葉と就任にあたっての抱負が述べられた。来賓代表のスピーチは経済産業省商務情報政策局 情報処理振興課長 鍛冶克彦氏と、富士通株式会社 代表取締役社長 黒川博昭氏より、乾杯の音頭は（社）日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会 会長 浅田隆治氏より頂戴した。

4年にわたる任期を終えられた梅崎前会長、本当にお疲れさまでした。そしてご参加いただいた皆様、ありがとうございました。



JCSSA 前会長
梅崎 哲雄



JCSSA 新会長
大塚 裕司



経済産業省
商務情報政策局
情報処理振興課長
鍛冶 克彦氏



富士通株式会社
代表取締役社長
黒川 博昭氏



社団法人
日本パーソナルコンピュータソフトウェア協会
会長
浅田 隆治氏



■次世代インターネットの衝撃

Web 2.0がもたらすもの

株式会社インプレス R&D 代表取締役社長
インターネットマガジン創刊編集長 井芹 昌信 氏

2005年半ばから様々なメディアで取り上げられ、認知度が上がってきた「Web2.0」。日本国内でも「Web2.0」に関する議論が活発化してる中で、その全体像を把握し、本質を知ることが今後のビジネスに不可欠である。JCSSAでは2006年5月17日、株式会社インプレス R&D 代表取締役社長 井芹 昌信氏を講師としてお招きし、「Web2.0」とは何なのか、また企業としてどう捉えておくべきかをご解説いただいた。

Web 2.0とは

はじめに「Web2.0」について語る前にまず「Web」について触れておこう。

「Web」は1990年にティム・バーバーズ＝リー氏が作り出したフレームワークである。その主要な技術的特徴は、HTMLでのドキュメント記述、URLによるアドレス指定、HTTPでの通信という点だ。インターネットに繋がれば、世界中のあらゆる人がその恩恵を受けられる。それが「Web」である。

この前提で、米国のIT系出版社O'Reillyの社長ティム・オライリー氏が命名した新しい概念が「Web 2.0」である。オライリー氏は長年、ネットの技術トレンドやネットビジネスを体感してきた中で、今後のネットビジネスにおける成功法則を概念統合し、それを「Webの第2ステージ」という意味で「Web 2.0」と命名した。「2.0」といっても、いわゆるソフトウェアのバージョン

のことはないのである。

オライリー氏の論文によると「Web 2.0」の要素は以下の7つとされている。

Web2.0 7つの要素

- ◆フォークソノミー
分類(タグ付け)はユーザーが行う
- ◆ユーザは協力者
ユーザは消費だけでなく、サービスの一端を担う
- ◆進歩的性善説
ユーザーは良心的だと信じよう
- ◆ロングテール
今まで注目されなかったニッチな市場を意識しよう
- ◆ユーザ参加型
ユーザが活動できる環境(場)を提供しよう
- ◆リッチインターフェース
マルチメディアで速い操作環境(GUI)を用意しよう
- ◆進歩的分散志向
センター志向ではなく、分散させよう

ではネットビジネスにおいて「Web 2.0企業」と呼ばれるためにはどんな条件を満たしていなければならないか。オライリー氏は7つの条件を挙げている。

Web2.0企業 7つの条件

- ◆サービス提供者であること
ソフトウェアを売っているのではない
- ◆データソースをコントロールできること
サービスの方向性をコントロールできる
- ◆ユーザの無意識な参加を促すこと
ブログのコメントやSNSなどのコンテンツ
- ◆集合知を利用していること
大きなコミュニティから生まれる新しいコンテンツ
- ◆ロングテールを理解していること
ニッチな市場を意識する
- ◆プラットフォームを選ばないこと
OSやデバイスを選ばない
- ◆リッチで軽いこと

ただし、これらすべての条件を網羅している必要はなく、一つでも飛びぬけてコミットしていれば、その企業は「Web 2.0企業」ということができる。昨年のインターネット関連の注目す

べき話題の中で、「Web 2.0」に関係するものとして挙げられるのは、Google、RSS、iPod & iTunes、プログマーケティング、ポッドキャスティング、ネット広告などである。この中に「Web2.0」に関連する技術キーワードが見てとれる。

Web 2.0に関連する技術キーワード

- ◆ネット検索
検索のランク付けに本格的に取り組んだグーグル、写真検索やリアル情報のネット化
- ◆RSS
電子メール、Webに次ぐ第3のネットメディア
Push(メールの特徴)とPull(Webの特徴)の融合
- ◆ブログ
Web 2.0時代のワープロ(ネット上のワープロ)
- ◆ポッドキャスティング
RSSを利用したマルチメディア情報配信メカニズム
- ◆インターネット広告検索連動型広告
ロングテール市場のマーケティングツール
検索連動型広告という新しいソリューション
- ◆マッシュアップ
Web 2.0時代のサービス開発手法
Ajax、Web API、Webアプリケーション

「マッシュアップ」という言葉にはなじみが薄いかもしれないが、簡単に言うならば、他のWebサイトの機能を勝手に使用してよいということだ。その代表としてGoogle Mapが挙げられる。例えば、誰かがラーメン屋さんのデータベースを持っていれば、Googleと連動し、たった5秒で独自のラーメンマップを作ることができる。この際、Googleにとっては何よりもサービスを利用してもらうことが最重要で、Google Mapの機能自体は無償で提供する。Amazonなどもサービスを無償で提供して、プラットフォームとしての価値を上げてきた「Web 2.0企業」だ。

2つの側面から捉えたWeb 2.0

では、「Web 2.0」をどのように捉えるべきか。「デジタル技術革新」と「ソフト開発」の2つの側面から見てみよう。

◆デジタル技術革新の波

コンピュータユーザは大きく3段階のデジタル技術革新を経て、古い価値を破壊し、新たな価値を得てきた。

まずは、1980年頃からの「パーソナルコンピューティング革新」。ここで私たち個人の作業能力は飛躍的に向上した。例えば、今やまっすぐな罫線を引く、文字を印刷するなどは、ある特殊な技能を持つ人間のものではない。

次に1990年頃からのインターネットによる「デジタルコミュニケーション革新」で、個人(または組織)のコミュニケーション能力が高まる。これにより組織に従属していた情報の価値が崩壊し、結果的に組織のあり方自体にも変化をもたらしたのである。

そして、2004年頃からは常時接続(ブロードバンド)インターネットによる「デジタルコラボレーション革新」の時代である。私たちは今までの単なる情報共有だけでなく、Web上で機能共有することが可能になった。このいわゆるバーチャル社会の誕生で、個人や社会の「何かを作り出してゆく能力」が飛躍的に高まり、政府やメディアやメーカーといった「一部の組織」が今まで独占してきた「価値形成メカニズム」が徐々に崩れはじめた。

◆ソフト開発プラットフォームからの見方

では、ソフトウェア開発(コンピュータ機能の利用)の側面からはどうであるか。

まずは、1980年頃からBasic、CP/M、MS-DOSなどのテキスト処理が主流の時代。次に1990年頃からWindows3.1、Windows95などGUIが主流の時代。こ

こまではマイクロソフトが支配する「OS時代」であった。

しかし、2005年頃からは「Web時代」。これからはWWWがOSに代わるプラットフォームとなるであろう。

Windows、Mac、LinuxなどOSは何でもよく、Webにつながりさえすればあらゆる目標を達成することができる。

「Web2.0」とは「Web時代」の本格的な到来を意味するものだ。

Web2.0は何を引きおこし、どこへ行くのか？

そもそもインターネットの本質は、「情報主権の革命」。つまり情報を発信する権限が、「特定組織(政府、メディア、企業、学校などの組織)」から「個」へと移動し、世の中の様々な価値観を変えてゆくということだ。

開発の観点から見ると、ソフト開発は「サービス開発」へと移行しだした。米国では「Software as Services」という言葉が使われているが、これはただ単にプログラムやコンテンツ(データベース)を作るのではなく、それらを含めて「サービス」を提供することが本質となるという意味だ。

一方、ユーザにとってのコンテンツは「使う」から「参加する」時代となる。コンテンツは発信側だけでなくユーザも創るもの。つまりユーザの役割が消費から創造に携わるものへとシフトする。

また、プラットフォームのOSからWebへの移行は、エンタープライズへも大きく影響するだろう。日本ではいまだにSIが担当しているシステム開発も、米国においてはオープン系へとかなりシフトしている。

双方向性のメリットを利用する

これからのネットビジネスにおいて

「Web 2.0企業」としてやってゆくために重要なのは、まず「他のあらゆるメディアとインターネットが違う最たる特徴は『双方向性』にある」ということを理解することだ。

「Web 2.0」とはいうならば、この「双方向性をメリットとして活用しよう」という提案である。今やユーザは上・下、内・外、始・終の概念がないインターネット上で、情報発信能力を持った。企業側にはユーザを「うるさい消費者」と思わず、「協力者として働いてもらおう」という発想の転換が必要なのである。

人と人との会話は今や最も高価なコミュニケーション

しかし、バーチャル社会がいくら発展しても、世界はバーチャルにはならない。なぜなら人間は生身だからである。よって人はリアルとバーチャルを行き来するのだが、結局のところ、最後の信頼(保障)はリアル側にある。バーチャルは非常に信頼の危うい世界なのだ。昨年話題となった、バーチャル側で成功を収めたネット企業による球団買収がそのわかりやすい例であろう。

JCSSA会員企業の皆様のアドバンテージはおそらくリアルである。バーチャルによるコミュニケーションが容易になったことで、逆にリアルな人と人との会話は最も高価なコミュニケーションとなった。これからはバーチャル側にはないこのリッチな資産を生かしつつ、バーチャル世界へのドアを意識しながらビジネスを進めてゆく「バランス」が大切となるのであろう。

JCSSAではコンピュータ販売の普及・啓蒙を目的として、開催されたセミナーを収録したDVD(ビデオ)を貸出しいたします。ご利用になりたい企業は当協会Webページより貸出し規則をご確認のうえ、貸出し依頼書にてお申込みください。

JCSSA Web ページURL
<http://www.jcssa.or.jp/>



■日本版SOX法から真の業務プロセス改革へ

日本版SOX法の施行とこれからの内部統制

米国では2001年に発覚したエンロン事件を契機に、会計に対する不信感が広まった。それを受け、「信頼のおける財務報告」のため、内部統制の義務化・強化を目的に制定されたサーベンス・オクスリー法 (SOX法)。日本でも相次ぐ有価証券の虚偽表示や巨額の粉飾決算を契機に新会社法が施行され、いよいよ金融商品取引法 (日本版SOX法) が導入されようとしている。JCSSAでは2006年4月18日、東京北斗監査法人 理事代表社員 公認会計士 南 成人氏を講師としてお招きし、内部統制の最新の動向とその法制化対策についてお話いただいた。

南氏の講演は「内部統制をめぐる最新の動向」「内部統制とは」「新会社法への対応」「日本版SOX法への対応」「内部統制が目指すもの」の5大テーマに沿って進

められた。その中でも南氏が特に強調したのは「内部統制が目指すもの」である。

「これまでの内部統制とは、属人的なコントロールに委ねられていたため、リスクのコントロールが見えず、判断基準や責任の所在が不明確で、結果的に不祥事の発生や非効率な業務を生み出していました。これからの内部統制が目指すのは、組織的にコントロールが整備・運用され、継続的に改善が行われている状態。つまりすべてを目に見える形にすることで、これまでに起きてきた問題を解消することです。」その上で、内部統制にはアクセルとブレーキという2面性があり、そのバランスをいかにうまく取るかが重要だと強調した。「内部統制と聞くと、チェック、統制、制圧、というマイナスのイメージしか思い浮かびませんが、

それは内部統制の一面です。その語源はインターナル・コントロールであり、経営者は自分の思い通りに会社をコントロールするための手段が内部統制です。」と南氏は語る。「日本版SOX法の施行に伴い、まず法制度に対応するのは第一優先です。しかし、内部統制の利点はむしろその過程でできる『業務プロセスのフローチャート』を用いて、業務改善の機会を抽出することです。これが会社にとっての財産となることを念頭に置きつつ、内部統制に取り組んでください」。

講演中には南氏も開発に携わったという内部統制文書化支援パッケージ (業務プロセスチャートを記述しながらリスクコントロールマトリクスを自動生成できる非常に画期的な製品である) についてもご説明いただいた。

■産業競争力、国際競争力強化へ向けて

情報基盤強化税制の創設と中小企業投資促進税制の拡充・延長

今日、情報サービス産業は日本の基幹産業といわれる他の産業と遜色のない規模に成長し、インターネット等のインフラも世界最先端のレベルに達した。日本政府は今後2006年以降も、世界最先端であり続けることを目指し、IT新改革戦略を策定した。

そんな中、IT投資への税制支援として、中小企業投資促進税制が拡充・延長、情報基盤強化税制が創設された。JCSSAでは2006年3月14日、経済産業省の商務情報政策局 情報処理振興課 課長補佐 石川 浩 氏を講師をお招きし、この制度の内容・仕組みについてセミナーを開催。これらの税制は会員企業に何をもたらすのか、ご解説いただいた。

◆情報基盤強化税制

グローバル競争を勝ち抜くためには部門や企業間の情報共有が鍵となるが、日本の情報セキュリティ対策は米国等に対して大きく劣後している。そのため、社会全体のセキュリティーリスクが顕在化する恐れがあることから、情報セキュリティを確保しつつ、国際競争力を強化すべく、この新税制が創設された。税制の概要としては、高度な情報セキュリティシステム投資を促進し、情報基盤を強化するための税制上の措置を講じるというものである。

この税制対象となる期間は今年度より2年間となっている。詳細は経済産業省のホームページ ([http://www.meti.](http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/zeisei/#03)

[go.jp/policy/it_policy/zeisei/#03](http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/zeisei/#03)) をご覧いただきたい。

◆中小企業投資促進税制の拡充・延長

中小企業は日本の構造改革を担う雇用・産業原動力である。この税制は中小企業の思い切った設備投資を可能とし、生産性の一層の向上を実現するためのもの。適用期間は本来昨年度までであったが、本年度から2年間延長した。さらにソフトウェアを税制控除の対象に追加し、器具・備品の対象品目の拡充された。

IT業界の景気が上向きになっている現在、新税制を適用可能な方はぜひご利用いただき、更なる事業の成功に役立てていただきたい。



JCSSA 委員会活動レポート

■中小企業IT調査研究会

委員 海老沢 久行氏

中小企業のIT化を促進するための「自己診断ツール」(通称「気づきツール」)のご紹介

JCSSAのウェブページ(<http://www.jcssa.or.jp/>)に、「ITで会社を強くしてみませんか?」のリンク(http://www.jcssa.or.jp/it_tool/it_tool.html)を設置した。

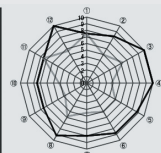
こちらは4年前から当研究会で開始した「中堅・中小企業のIT化実態調査」の調査結果をもとに作成した、中小企業のIT化を促進するための「自己診断ツール」(通称「気づきツール」)である。中堅・中小企業(約50社)の利用結果をもとに検討を重ねて完成させたものだ。

経営者はもちろん、社員の方にも自己診断をしていただき、それぞれが診断したレーダーチャートを持ち寄っていただきたい。経営者、担当者が強み弱みを話し合い、IT化に向けた経営課題を明確にすることで、知っているようで

知らなかった自社の仕組み、投資すべき課題が見えてくるはずだ。活用の際に、支障の無い範囲で構わないので、企業情報のご登録をお願いしたい。利用者の声を今後の改善点に役立て、より精度の高い分析ができるように検討を重ねていきたいので、会員の皆様の積極的なご協力をお願い申し上げます。

「ITで会社を強くする」は、平成16年度のハンドブックを一部修正して掲載している。

右のレーダーチャートは「自己診断ツール」を利用した事例。レーダーチャートの軸は、事業課題となっており、外側の折れ線が「自社にとっての重要性」を示し、内側の折れ線は「現在のIT活用度」を示している。



■ソフトウェア流通調査委員会

委員長 本多 豊氏

「ソフトウェアの流通に関する調査研究」のご紹介

本調査研究は、財団法人日本情報処理開発協会データベース振興センターの公募である、平成18年度経済産業省委託事業「ソフトウェアの流通に関する調査研究」で採択された事業である。本調査研究は、6月中旬に非常勤の研究員で協会内にプロジェクトを設置し、ソフトウェア流通調査委員会の協力を得て実施する予定だ(本調査で言うソフトウェアは、ソフトウェア・プロダクトとする)。以下に本調査の概要をご紹介します。

1. 調査目的

ソフトウェアの国内市場規模の把握、流通経路を明確にすることにより、ソフトウェアベンチャー参入の場面を広げ、ソフトウェアの普及促進をし、他団体との連携のもと優良ソフトウェアの流通を活性化して、中堅・中小企業のIT化推進に寄与する。

2. 調査内容

(1) ソフトウェアの総出荷量及び総出荷金額調査

ソフトウェアメーカーから訪問販売、店頭販売、通信販売及び卸販売から訪問販売、店頭販売、通信販売等へ出荷されているソフトウェア商品の出荷数量、出荷金額のアンケート調査を行う。

(2) 流通経路で対象となるソフトウェアの評価基準

ソフトウェアメーカーが実施しているソフトウェアの品質の検証法、評価方法、テスト技法、テスト支援ツール等の導入、活用の実態を調査し、ソフトウェアの保証の実態を調査する。

(3) 流通経路で対象となるソフトウェアの選定基準

卸販売、訪問販売、店頭販売、通信販売のソフトウェアの選定条件について調査を行う。

ソフトウェアの稼働環境、稼動OS、データ互換性、拡張性、価格、販売形態、競合商品との比較等実施しているソフトウェアの選定条件を調査する。

(4) 流通経路で対象となるソフトウェアの付帯サービス

ソフトウェアメーカー、訪問販売、店頭販売、通信販売が提供しているカスタマイズサービス、保守サービス、ヘルプデスクサービス等付加サービスの内容を調査する。

3. 調査体制

協会内に非常勤の研究員によるプロジェクトを設置し、調査を行う。

OS及びミドルウェア作業チーム(OS、ミドルウェア、セキュリティ関連等の調査)及び業種・業務ソフトウェア作業チーム(業種・業務ソフトウェア、特定業種・業務ソフトウェアの調査)の2作業チームとなる。

協会の会員である卸販売、訪問販売、店頭販売、ソフトメーカー、ハードメーカー及び研究員から構成される委員会を設置し、2作業チームを分担して支援する。

本調査は、協会の賛助会員であるソフトウェアメーカー及びハードウェアメーカーの絶大なご協力が不可欠となる。よろしくご協力をお願いしたい。

なお、調査期間は、6月中旬から来年2月末日までである。



新入社員セミナー

2006年4月26日、文京シビック大ホールにおいて、当協会主催の新入社員セミナーが開催された。会場に集まった20社約630名の新入社員は、3人のIT業界のプロの講演に真剣に耳を傾けた。果たして今後のIT業界を担う若者たちに、先達の声はいかに響いたのだろうか。



これからのIT業界を担う新入社員達が一堂に会し、大先輩達の貴重な話に耳を傾けた。まず最初に当協会の会長（当時）であった梅崎哲雄氏が開会の挨拶として、自身の経験談とそこから学んだ教訓を語った。「何事かを成就させるために、最後の最後まで努力をすれば、目に見えない力が働いてくる」という梅崎氏の新入社員達に対する期待の言葉とともにセミナーは始まった。

IT革命：その変遷—そして、新人への期待

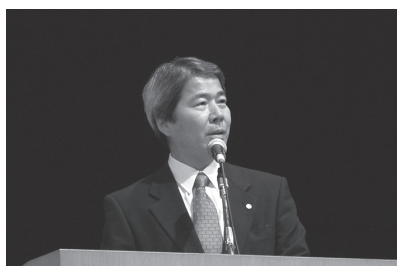
株式会社BCN 最高顧問 高山 由氏

高山 由氏はかつてNECでパソコンの販売促進に携わり、日本にパソコンを普及させる原動力となった方である。まさに日本のパソコンの歴史作ってきた人物ともいえよう。そんな高山氏が、生まれたときから当たり前のようにパソコンが存在していた世代である新入社員達に、これまでのコンピュータ業界の変遷を説き、新人への期待を語った。

パソコンが誕生する前から現在まで42年間コンピュータ業界を歩んできた高山氏は、その経験をもとに「現代のIT革命の意味とはパソコンやデジタル家電などが日常生活にコモディティ化（生活必需品化）したことにある」と語った。さらに、コンピュータの考え方が生じた1945年から、一般家庭にパソコンが普及していく現代までの変遷、さらにはWEB2.0や今後のIT業界の展望まで幅広く解説した。

また、パソコン製品が現代のように当たり前の生活必需品として世間に普及していくまでの道のりを解説。そして、その普及する根本には目標をしっかりと持った技術者がいたからだとし、「仕事や私生活、どんな場面でも目標を持ち、それを達成するための努力をすることが重要である」とこの業界の先輩としてメッセージを送った。

この業界を育ててきた高山氏の話は、今後この業界を切り開いていく新入社員達にとって、まさに高山氏が言うところの「目標」を定めるための貴重な話であったに違いない。



左上：梅崎 哲雄 前会長

右上：株式会社 BCN 高山 由氏

左下：マイクロソフト株式会社 眞柄 泰利氏

右下：株式会社オービックビジネスコンサルタント和田 成史氏

IT の今。 私たちを取り巻く環境の変化。 マイクロソフト株式会社

執行役常務 眞柄 泰利氏

数々の会社を渡り歩き、現在マイクロソフト執行役常務を勤められている眞柄 泰利氏。「数々の会社に就職したというよりこの業界に就職したという感覚」と語る眞柄氏は、IT業界の人間としてソフトウェアなどの著作権の話を中心に話を進めた。

眞柄氏は会社の他に社団法人アジアフォーラム・ジャパンで「情報モラル」についての提言を執筆されている。眞柄氏は「この業界の礎となるのは知的財産の保護であり、開発されたソフト



ウェアなどの著作権保護と、情報モラルについての教育の必要性がある。知的財産を主に扱ったIT業界に入った新入社員の皆さんは、情報モラルについて強く関心を持っていただきたい」と強調した。

また、マイクロソフトが主催した知的障害者のためのスポーツ大会の活動内容など、大企業として社会にどう貢献していくか明確なビジョンを示した。

「Apple社のiPodやPodcast、Googleの新たな展開など、想像もつかなかった新たな商品・サービスが次々と生まれ、IT業界は変革の時期にある。

しかし、何が起きるかわからないというのは、それだけ自らの力で切り開いていける魅力的な業界である。受け身にならず自ら道を切り拓いていく強い意志を持ってほしい」と眞柄氏は新入社員の参加者達にエールを送った。

講演の中では、マイクロソフトが思い描く将来のITを活用した生活のイメ

ージ映像を上映し、未来のIT機器の使い方を披露した。参加した新人社員達にとって、想像力をかきたてる非常に貴重な体験となっただろう。

変化する社会に貢献するために 株式会社オービックビジネスコンサルタント

代表取締役社長 和田成史氏

勘定奉行シリーズでおなじみの株式会社オービックビジネスコンサルタント(以下OBC)。自ら会社を立ち上げ成長させてきた和田社長は、会社の方向性やビジョンについて話を進めていった。

まず通信インフラが激しく変化していく現状を、中堅中小企業向けの基幹業務システムを開発するOBCらしく、オフィス環境でのIT化に焦点を当て、その展望について述べた。今後のオフィス環境の変化として、ブロードバンド環境の普及による、シェアードサービスの導入やフリーアドレス化による

プロジェクト重視のオフィスなどの例を挙げ、「ブロードバンドとそれを活かした仕組みを活用することで、企業のコスト削減とスピード経営がよりよくできる」と語った。

また、IT業界の現状についても触れ、日本経済を支える中小企業のための中小企業投資促進税制及び情報基盤強化税制が活用促進されたことや、個人情報保護法によりセキュリティ需要が発生したことなどから、景気が回復・成長していることを解説した。

最後に新人社員に向けて「ビジネスマンとして求められる人」や「仕事に対する姿勢」と題して、仕事をする上で必要な基本的な考え方を述べ、「新入社員の皆さんには変化(進歩)を進んで受け入れる姿勢を持ってほしい」と強調した。

またOBC自身の経営戦略も披露し、コアコンピタンスについて語るなど、これから道を切り開いていく新人社員にとって、大変勉強になっただろう。

■専務理事より大塚新会長のご紹介

日本コンピュータシステム販売店協会 専務理事 松波 道廣氏

2006年6月6日の総会において、株式会社大塚商会の大塚 裕司氏が当協会の新会長に就任された。ここでは小誌冒頭の会長のご挨拶に引き続き、JCSSAの松波道廣専務理事に、大塚新会長について詳しくご紹介いただく。

大塚氏はITの活用により社内を合理化し、最近の大塚商会の業績アップを実現させた実力社長である。大手銀行に勤務され、その後複写機メーカー、ソフト会社と実に幅広い職務経歴をお持ちで、財務から経営、営業という様々な職種を経験されてきた、実にオールマイティな方だ。またビジネスの分野のみならず、ご自身の多彩な趣味もあり、オーディオやパソコンなどのIT分野、情報技術分野にも大変詳しい。2006年3月には「毎日経済人賞」を受賞され、名実ともに名経営者と言われるにふさわしい人物であろう。

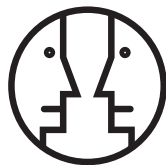
さらに私が特筆したい大塚氏のすばらしさは、その「先見性」である。この力は当協会、そして現在のIT業界に必要不可

欠なものであろう。梅崎前会長にはIT業界の逆境の時代にご苦勞をいただき、業界の立て直しにご尽力いただいた。そして今、会員各社が新会長の大塚氏に期待しているのは、その「先見性」に基づき、協会の新しい方向性を見いだしてチャレンジしてゆくことである。

JCSSA大塚新会長体制のもとでは、大塚氏を中心にフットワークよく動ける協会を目指したい。新会長は実にご多忙な方であるが、この業界と協会のためにご尽力いただきたい。

✕ 米国エグゼクティブツアー再開のご案内

JCSSAは大塚新会長体制が発足し、さらなる協会のパワーアップを目指して活動してゆく予定です。この度大塚新会長からのご案内で、しばらくの間中断しておりました、協会幹部による「米国エグゼクティブツアー」を本年秋に再開いたします。ぜひご参加ください。ツアーの日程は2006年10月16日(月)～21日(土)の6日間で、シアトル～サンフランシスコを訪問予定です。参加人数は12～15名程度を予定しております。参加をご希望される方は、お早めに協会までお問い合わせください。



新会員のご紹介

NEW MEMBERS

2006年6月現在

①所在地 ②会員代表者 ③設立 ④資本金 ⑤従業員数 ⑥入会年月

01

■正会員

サイバーステーション株式会社

<http://www.cyberstation.co.jp/>

- ①〒920-8203
石川県金沢市鞍月
4丁目187番地
- ②代表取締役社長
福永 泰男
- ③2000年5月
- ④1500万円
- ⑤32名
- ⑥2006(平成18)年5月

自社オリジナルのフレームワーク技術を利用した、インタラクティブ性の高いサービスコンテンツの開発。データセンタ運営を行っている強みをいかしたサーバネットワークソリューションのご提案ご提供、保守を軸に、インターネットでビジネスをお考えのお客様には、ワンストップサービスをご提供することを強みとしています。最近では、独自技術で開発したブログシステム(ブログステーション)のパッケージ販売やASP販売、サイトの更新がワープロ感覚で行えるシステム(サイトクリエーション)のASP販売などの拡販に力を入れています。設立6年の若い会社ではありますが、社員一丸となり日々お客様に信頼される企業であり続けるよう日々精進してまいります。



02

■賛助会員

EMCジャパン株式会社

<http://www.emc2.co.jp/>

- ①〒163-0466
東京都新宿区西新宿2-1-1
新宿三井ビル5F
- ②執行役員/マーケティング兼
パートナー営業統括本部長
古谷 幹則
- ③1994年1月
- ④3億円
- ⑤949名
- ⑥2006(平成18)年3月

EMCはワールドワイドNo.1のストレージベンダであり、ILM(情報ライフサイクル管理)のリーディングカンパニーです。企業の情報(データ容量)は毎年60%増加してきており、その多くはメールやオフィスドキュメントのような非構造化データと言われています。これら増え続ける情報を、如何に堅牢に、確実に、そしてリーズナブルなコストで管理するか。それがEMCの考えるILMです。

EMCは従来のストレージサプライヤから総合情報インフラベンダへと、そのビジネスモデルを変貌してきています。パートナーとともに情報インフラを提供するために、EMCジャパンは皆様との協業を推進していきます。

EMC²
where information lives[®]

03

■賛助会員

株式会社モリサワ

<http://www.morisawa.co.jp/>

- ①〒556-0012
大阪府大阪市浪速区
敷津東2-6-25
- ②代表取締役会長兼社長
森沢 嘉昭
- ③1948年12月
- ④1億円
- ⑤225名
- ⑥2006(平成18)年5月

弊社は、世界でも初めてという画期的な写真による文字=写真植字を発明して以来、一貫して「文字の未来」を見つめて研究・開発を続けてまいりました。

昨年より発売を開始し、ご好評をいただいております「MORISAWA PASSPORT」は、モリサワの豊富なフォントラインナップがコンピュータ1台につき1年間52,500円でどれでも選べて好きなだけ使える、画期的なライセンスシステムとなっております。

今後も文字の発展に寄与するとともに、併せて社会への貢献を果たしていくことこそ、弊社の今も変わらぬ熱い願いです。



04

■賛助会員

レノボ・ジャパン株式会社

<http://www.lenovo.com/jp/ja/>

- ①〒106-0032
東京都港区六本木3-2-31
- ②代表取締役社長
向井 宏之
- ③2005年4月28日
- ④3億円
- ⑤715名
- ⑥2006(平成18)年5月

昨年5月、レノボ・グループは、IBMのPC事業を継承し、米国に本社を置く世界第3位のPCグローバル企業として新たなスタートしました。以来、先進のテクノロジーと経営の効率化を追求し、IBMとの戦略的提携に基づく協業やパートナー様との協業により、お客様価値の向上に取り組んでまいりました。さらに日本では、お客様にバリューをお届けするパートナー様にとって「一緒にビジネスをしやすい、親しみやすい」会社を目指し、「Lenovoリセラー・プログラム」、「Lenovoパートナー・セールスセンター」など、新たな施策や体制を展開しました。今後もさらなるイノベーションを目指し、パートナー企業様、お客様の成功に貢献していく所存です。よろしくお願いいたします。

lenovo

JCSSAよりお知らせ

平素は、当協会の運営につきまして多大なるご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

6月6日（火）に帝国ホテルにて、恒例のサマーセミナーを開催いたしました。次回は、2007年1月15日（月）に新春特別セミナーと賀詞交歓会を開催の予定です。

またこの度、しばらくの間中断しておりました、協会幹部による「米国エグゼクティブツアー」を再開いたします。

ツアーの日程は2006年10月16日（月）～21日（土）の6日間で、シアトル～サンフランシスコを訪問予定です。参加人数は12～15名程度を予定しております。参加をご希望される方は、お早めに協会までお問い合わせください。

JCSSAでは会員の皆様にとって意義ある活動を続けてまいりたいと思いますので、協会へのご意見、要望などをお待ちしております。今後とも、よろしくお願いいたします。

〒113-0034 東京都文京区湯島1-9-4 鳴原ビル2F
電話：03-5802-3198 FAX：03-5802-0743
URL：www.jcssa.or.jp E-mail：jimu@jcssa.or.jp

