

特集 サマーセミナー

## ビッグデータがもたらす 新しいビジネスチャンス ～これから広がる顧客接点のバリューチェーン～

会長の声 2

緩やかに景気回復の兆し

特集 3

サマーセミナー

ビッグデータがもたらす

新しいビジネスチャンス

～これから広がる顧客接点のバリューチェーン～

人材育成 6

新入社員セミナー

トレンドスコープ 7

・社員と組織が自発的に動き出す  
時代の変化を味方につける中小企業経営

・デジタルサイネージの市場動向と  
ビジネスチャンス

レポート 9

・交流促進セミナー

・サポートサービス委員会

・ITビジネスモデル委員会

・DI調査

イベントガイド 12

各種ツアーのご案内

新会員のご紹介 13

JCSSAよりお知らせ 16



一般社団法人  
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

### 緩やかに 景気回復の兆し

昨年は消費税率の引き上げによる駆け込み特需の影響で、1~3月は急激に業績が伸びた時期でした。それに比べると、今年の1~3月は、どれほど頑張れば前年比伸長となるのかわからないような状態が続いていたように思います。ただ、4月からは徐々に景気が回復してきているような兆しが見え始めています。

最近の景気動向について、大塚商会の例をご紹介します。特に4、5月から伸び率が顕著であったのがコピー用紙です。昨年と比べて4月、5月は約20%ほど出荷量が伸びています。コピー用紙は、業務用以外に使うことはありませんから、1日あたりの出荷トン数は景気動向の一つの指標になるでしょう。さらに、直近ではタブレットが非常に伸び、前年比約2.5倍の売上となりました。ビジネスシーンでのタブレットの活用はますます進んでいくと思いますので、今後もさらなる売上拡大が見込めるはずです。

Windows Server 2003のサポート停止がいよいよ目前となりました。大塚商会でも、5月よりサポートをしている全ユーザー様にサポート停止のご案内を行いました。ここで感じたことは、「いまだにサポート停止を認識していない企業もまだまだ多数いるのではないか」ということです。サポート停止期日まであとわずかとなりましたが、まだまだビジネスチャンスはあると考えています。インフラの見直しやそれに伴うソリューションの提案など、できることを最後まで行っていきましょう。

今後の課題としてはマイナンバーへの対応が挙げられます。ただ、マイナンバー対応についての提案を行うことはもちろん必要ですが、それに併せてどんな提案をしていくのが重要です。マイナンバー対応のために「費用がかさむ」と感じているお客様に対して、ITによって生産性を高め、ひいてはコストを削減させるような「攻めのIT」を、引き続き提案していくことが私たちの務めです。販売店協会としても、少しでも皆様のお役にたてるよう、今後もITビジネスの拡大のために尽力していきます。さらなるご支援ご協力をよろしくお願いいたします。



## GEとの戦略提携

- Pivotal社への投資と新しいビジネス契約は「Industrial Internet」(人とデータと機器をつなぐオープンなグローバルネットワーク)に焦点を当てたGEの取り組みに沿うもの
- GEのソフトウェア研究開発拠点(センター・オブ・エクセレンス)では、データ分析およびクラウド・アーキテクチャを実現するための標準として

米GE、情報分析中核に

## 特集 サマーセミナー

# ビッグデータがもたらす 新しいビジネスチャンス

## ～これから広がる顧客接点のバリューチェーン～

2015年6月8日、JCSSA主催のサマーセミナー・懇親会が開催された。サマーセミナーでは、Pivotalジャパン株式会社の徳末哲一氏をお招きし、爆発的に増加し続けるビックデータがもたらすビジネスチャンスについてご講演いただいた。セミナー後の懇親会は、多くの会員企業の皆様が親交を深める場となった。



徳末 哲一氏

Pivotalジャパン株式会社 取締役会長

米国スタンフォード大学大学院卒業。日本IBMに入社し、20年間勤務。その後20余年、主に外資系のIT・コンサルティング企業の立ち上げに尽力。プライスウォーターハウス・コンサルタンツ/PWC株式会社取締役、日本ピープルソフト株式会社初代社長、エピファニー・ソフトウェア株式会社の代表取締役会長、日本ビジネスオブジェクトズ代表取締役社長(米国本社副社長)、ファストサーチ&トランスファ代表取締役社長、EMCジャパン常務を歴任。現在は、Pivotalジャパン株式会社取締役会長を務め、平行して2015年1月よりワークデイ株式会社取締役最高顧問を兼任している。

### 増え続けるビックデータ

#### 2020年までに40ゼットバイト

ビックデータの増大はすさまじいスピードで進んでおり、2020年には約40ゼットバイト(10の21乗)に達するといわれている。40ゼットバイトとは、例えば、地球上のすべての海岸にある砂の粒よりも多く、それをイメージしただけでも膨大な数量ということがわかる。この大量のデータをいかに活用するかに注目が集まっている。ただ、重要なのは「量」だけではなく、どんなデータが増えているのかという「質」であると徳末氏は指摘した。

そもそもビックデータには大きく2つの分類がある。1つ目は、「構造化データ」だ。多くの企業がすでに保有している顧客データベースや売り上げ、在庫管理データベースなどがこのデータに含まれる。

2つ目は、「非構造化データ」だ。例えば、ツイッターやブログ、Facebook、YouTubeなどのソーシャル・メディアからの巨大データは非構造化データである。そのほかにも音声やビデオ、携帯電話のGPS信号、ログファイルなど、さまざまなデータがこのデータに含まれる。スマートフォンの急激な普及によってソーシャル・メディアの活用がますます顕著となる背景の中で、ビックデータのうち、80%以上をこの非構造化データが占めている。

徳末氏は、この非構造化データに関して、ゴードン・ベルというITサイエンティストが、自分の頭にビデオレコーダーを取り付けて行った検証結果について紹介した。この検証は、3ヵ月間、すべての行動、すべての会話を撮影して記録し、そこで得られた3ヵ月間の情報量から、一人の人間が生産に生産するであろう情報量(ライフログ)を予測しようというもの。その検証結果によ

ると、一人のライフログは3テラバイト(10の12乗)であるという。この結果を踏まえると、全人類を100億人とする、30ゼットバイト、インターネット人口を20億人と仮定すると6ゼットバイトとなる。徳末氏は、GoogleやFacebookは、この規模の情報量に達しつつあると指摘。「突然変異のように情報が爆発しています。現在、ペタバイト(10の15乗)級のデータを有する企業は数社ですが、今後ますます増えていくでしょう。人類全員の人生すべてのライフログをクラウド上に蓄積できる時代です。人々の生活様式まで変化が起きているのです」と語った。

### 人の意思決定を分析するには 非構造化データが必要

20世紀までのITは、非構造化データを効果的に活用できていなかったと徳末氏はいう。例えば人が買い物をする場合、20世紀

までのITでは、人の行動を決める際の感情の部分の要素を取り込めず、コンピュータ処理できる、数値化された構造化データに置き換えて処理していたという。しかし、人が買い物をするときに、ある人は値段の一番安いものを買うが、性能の一番良い商品を基準に買う人もいる。また一方で、店員のアドバイスによって買う人もいるだろう。つまり、買い物一つでも、買い方、人の意思決定の根拠はさまざまであり、それは構造化データでは測れない。非構造化データには、なぜその商品を選んだのか、満足度はどうかといった、人の感情に近いレベルの情報も含まれているため、これらを分析することで、構造化データだけではわからなかった事実が見えてくるのだ。

徳末氏は、「今までのITが補足していたのは売れた時点のデータ、つまりPOS (Point of Sale) データです。そこで把握できるのは、モノが売れた日時や場所、値段といった情報でしかありません。人々の購買活動でむしろ大事なものは、購入前や購入後です。購入前の検討段階の情報は、数年前からSNS上に蓄積されはじめているのです」と非構造化データの重要性を強調した。

単位記号	バイトの単位一貫	10のべき乗
キロバイト(kB)	千	10 <sup>3</sup>
メガバイト(MB)	百万	10 <sup>6</sup>
ギガバイト(GB)	10億	10 <sup>9</sup>
テラバイト(TB)	1兆	10 <sup>12</sup>
ペタバイト(PB)	1,000兆	10 <sup>15</sup>
エクサバイト(EB)	100京	10 <sup>18</sup>
ゼタバイト(ZB)	10垓	10 <sup>21</sup>
ヨタバイト(YB)	1億	10 <sup>24</sup>

## ビックデータを活用した新たなマーケット

非構造化データを有効的に活用している企業として挙げられたのは、AmazonやGoogleだ。例えば、AmazonやGoogleでは、人間の物理的な購買行動の直接的な情報は使わず、ネット上の仮想化されたクラウド上に投影されたビックデータを解析することで、顧客に「なぜ私の欲しいものがわかる

のだろう?」と思わせるようなサービスを、すでに展開している。顧客一人ひとりの購買特性によって、より正確な「リコメンド (お薦め商品情報)」を出し、消費者の購買につなげているのだ。

徳末氏は、「一人ひとりの個人の情報を直接知るのではなく、ネット上に蓄えられたバーチャルな行動意欲、購買意欲を知ることによって、マーケットに新しい道が拓かれました。クラウド発生後に生まれたある種の突然変異のような現在の状況の中で、ビックデータというまったく新しいマーケットが誕生したのです」と話した。

## 「シャドー」を制す企業にビジネスチャンスあり

続いて、キーワードとして挙げられたのは「シャドー」だ。徳末氏は、「クラウドの上に私たちのシャドーができていく」と表現した。シャドーとは、人々の日々のソーシャル・メディアなどへの投稿や、オンライン通販での購入状況など、クラウド上に蓄積されていく趣味・趣向・意向情報といったようなもの。投稿の切り口あるいは日常の会話などから、クラウド上のビックデータには、一人ひとりが自分自身について意識しているものよりも、はるかに大きな情報が蓄積されているという。

小売業の場合はO2O (Online to Offline)、つまりインターネット上の活動をリアル店舗での購買行動につなげようとする動きが注目を集めているそう。これからは、リアル (Offline) よりもインターネット上 (Online) の方に主体性がある場合が増えてくると徳末氏は説明した。

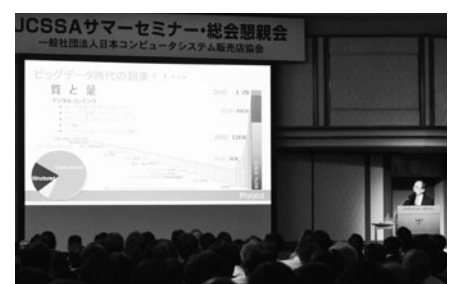
O2Oは個人単位で見ればすでに当たり前のように実施していることであるという。例えば、本を1冊購入する場合でも、最初に商品をAmazonで探し、実際に書店で1度その本を触ってみて、面白そうだと判断する。そこで本を持って帰るのが重そうな場合は、家に帰る途中でAmazonで発注するという

具合だ。購入者側としては、とても自然にOnlineとOfflineを最適化して使っている。企業側から見た場合は、こうした個人の活動をどのようにして自社の利益につなげるかをサービスレベルでモデル化し、最適化することが大きなテーマになるとのこと。

## 前例がないからこそイノベーションは生まれる

徳末氏は、イノベーションにつなげるためには、現在の社会状況の変化を認識した上で新しいことに取り組む必要があるという。現在ビックデータビジネスを牽引しているGoogleの企業方針を例に、「従来は『前例がないからやりません』という理由で新たな取り組みに対して尻込みしていたかもしれない。しかし、そもそも過去を否定することがイノベーションであり、『前例がないからやらない』というのはそれに矛盾しています。イノベーションにつなげたいのであれば、『前例がないからやる』、失敗を前提にどんどん新たなものを生み出すという姿勢が必要でしょう」と話した。

最後に徳末氏は、「クラウド上のデータの持つ意味とその価値を認識し、それが自社の利益につながるように活用していく。『シャドーを制する企業がリアルを制する』という認識を持って、前例のない事柄に取り組んでいきましょう。それこそが、イノベーションにつなげるための秘訣です。ビックデータは他人事として、Amazonや、Googleなど一部のE・コマース、ソーシャル・メディア系の企業に任せて置けばいいのでしょうか? 今一度、早急に考えるべきテーマだと思います」と締めくくった。





# 新役員のご紹介

2015年6月8日に就任した、非営利型一般社団法人日本コンピュータシステム販売店協会の新役員をご紹介します。

※ 敬称略・順不同



理事 安永 達哉

ダイワボウ情報システム株式会社  
代表取締役専務



理事 長榮 浩一

NECフィールディング株式会社  
取締役執行役員常務



理事 小峰 伴之

ディーアイエスソリューション株式会社  
取締役社長



理事 井田 晶也

インテル株式会社  
セールス・チャンネル事業本部 本部長



理事 林田 裕

日本エイ・エム・ディ株式会社  
代表取締役

## セミナー終了後の懇親会

セミナーに続いて行われた懇親会は、多くの方々にご参加いただいた。始めに、JCSSA 会長 大塚裕司氏の挨拶。続いて、来賓の経済産業省 商務情報政策局 情報処理振興課長 野口聡氏、日本ヒューレット・パッカード株式会社 代表取締役社長 吉田仁志氏にご挨拶をいただいた。ご挨拶と乾杯のご発声は CSAJ 会長 荻原紀男氏から頂戴した。その後歓談の時間を挟み、新会員3社、新理事5名の紹介が行われた。中締めは、JCSSA 理事 玉田宏一氏にお願いした。



JCSSA 会長  
(株式会社大塚商会 代表取締役社長)  
大塚 裕司氏



経済産業省 商務情報政策局  
情報処理振興課長  
野口 聡氏



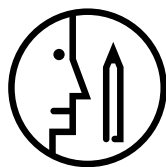
日本ヒューレット・パッカード  
株式会社 代表取締役 社長執行役員  
吉田 仁志氏



CSAJ 会長  
(株式会社豆蔵ホールディングス 代表取締役社長)  
荻原 紀男氏



JCSSA 理事  
(株式会社ハイパー 代表取締役社長)  
玉田 宏一氏



## 新入社員セミナー

この春からIT業界の一員となった新入社員を対象に、人材育成の専門家やIT業界で活躍するビジネスパーソンが講演を行い、旬な話題や貴重なアドバイスをお伝えする「新入社員セミナー」。2015年4月15日にメルパルクホールにて開催され、会員会社30社から過去最高となる955名の新入社員たちが参加した。



始めにJCSSA会長の大塚裕司氏より開会の挨拶が行われた。大塚氏は、「IT業界で活躍していく

ためには日々勉強し、流行に敏感であることが大切です。皆さんが、IT業界を盛り上げるための一力となってくれることに期待しています」と激励した。

### 『良い印象を与える挨拶のコツ』

株式会社バンネーションズ・  
コンサルティング・グループ  
代表取締役 安田 正氏

第一部の講演は、人材育成を支援しコミュニケーション教育を専門とするバンネーションズ・コンサルティング・グループより、



代表取締役の安田正氏にお話いただいた。安田氏はコミュニケーションの中でも第一印象を決める挨拶が重要と述べ、メラビアンの法則を紹介。この法則によると、人の第一印象は出会ってから2秒で決まり、その情報の大部分を表情などの「視覚情報」から得ているという。安田氏は、「良い印象を与えるには、笑顔を手掛けることが大切です。歯を7~9本出して口角を上げるよう意識して笑顔をつくってみましょう」と説明した。また、視覚情報に次いで印象に影響を与える要素として挙げられ

たのが、声や話し方などの「聴覚情報」。安田氏によると声の高さによって、相手に与える印象は変わるとのこと。例えば、ド・レ・ミの音の高さの声で話すと「聡明さや信頼感」、ファ・ソの高さの声は「社交性や人の良さ、やる気」という印象を与えるそうだ。名刺交換などの挨拶の場では、明るい印象を与えるためにファ・ソの高さの声を意識すると良いと安田氏はアドバイスした。

後半は、自分の強みを知ることの重要性が話題に。「社会で活躍していくためには、自分の強みを知り、そこを伸ばしていくことが大切です。強みを見つけ出すには、興味のあること、あこがれること、共感することを中心に探してみると良いでしょう。そして、自分の強みを見つけたら、その分野において誰にも負けないぐらい勉強して知識を蓄えることも重要です。週に2~3回、本を読むなど、自分のレベルを1%上げる努力をしていきましょう」と訴えた。

最後に安田氏は、「社内外を問わず、周りの人から仕事を依頼したいと思われる人材になることを目指してください。応援しています」と締めくくった。

### 『IT業界で働く魅力と心構え』

シスコシステムズ合同会社  
専務執行役 パートナー事業統括  
高橋 慎介氏

第二部は、ネットワーク、ビジネスソリューションの販売などを手がけるシスコシステムズ合同会社より、専務執行役の高橋慎介氏に登壇いただいた。

前半はIT業界で働くことの魅力について、ITの活用によってオフィス以外でも仕事ができる柔軟なワーク環境の提供など、社会への



貢献事例を交えながら説明。事例の中ではITの活用によって今後期待できることについても触れた。例えばスーパーの売上をリアルタイムでデータ管理し、それに連動して工場での出荷量の調整が可能になるという。高橋氏は、「日本市場において、ITビジネスはチャンス宝库です。ITを通して社会をより良くしていけることが、魅力でありやりがいだと思います」と話した。

続いての話題は、働く上でのモチベーション維持のコツ。高橋氏は、在宅勤務や固定デスクなしのオープンスペース型のオフィスなど、シスコシステムズの柔軟なワークスタイル環境を紹介。柔軟に働けることが、社員の仕事への意欲を高めることにつながると説明した。また、どうしてもやる気が出ないときには、いつもと違うことをして気分転換をしたり、頑張ったご褒美を自分に与えるなどすることも有効であるとアドバイスした。

最後に高橋氏は、「新入社員の皆さんには、会社を改革してくれるような新たな視点での発想に期待しています。先入観にとらわれず、思ったこと考えたことを素直に行動してください」とエールを送った。

# 社員と組織が自発的に動き出す！ 時代の変化を味方につける中小企業経営

ナレッジネットワーク株式会社  
代表取締役 森戸 裕一 氏



IT化がますます進行している中で、「意思決定の早さ」「フットワークの軽さ」

などという中小企業の強みがさらに注目されている。そこで、4月16日、全国で企業の情報化支援、ビジネスプロデュースなどを行うナレッジネットワークの森戸裕一氏をお招きし、大企業との企業競争で勝ち抜いていくための中小企業経営について、お話しいただいた。

## クラウドサービスの活用が 中小企業の武器

インターネットの爆発的な普及により、消費者が取得することのできる情報量は飛躍的に増加した。また、それに伴い、消費者の商品に対する知識が増え、価値あるものしか買わないという傾向がますます高まっている。中小企業にとっては、自社の持つリソースだけでは消費者にとって魅力的な価値を提供し続けることが難しくなっている現況だ。

そこで活用できるのが、「クラウドコンピューティング」だ。クラウドコンピューティングは、ネットワークにさえつながれば、スマートデバイスなど、どのような端末からでも同じデータがいつでも利用可能となる。そのため、異業

種や遠隔地の会社とも簡単に協働することができる。他社と連携して、高付加価値の商品を生み出していくことが可能となるのだ。

クラウドコンピューティングと併せて中小企業が活用すべきとして説明されたのが、「クラウドソーシング」と「クラウドファンディング」だ。クラウドソーシングは、インターネットを利用して必要な時に必要なスキルを持った人材に仕事を依頼することができるサービスである。全国の印刷会社と連携して、利用社の印刷物に合わせた適切な印刷会社を紹介するラスクル社の事例が紹介された。

また、クラウドファンディングとは、製品・サービスの開発などのために、インターネットを通じて不特定多数の人から資金の出資や協力を募ることをいう。資金調達だけでなく、製品開発を行う前に市場ニーズを把握したり、見込み客の発掘ができるため、コストを押しさえることができる。投資余力の低い中小企業でも新たなビジネスに投資しやすくなるメリットがある。

森戸氏は、「クラウドサービスの導入は中小企業にとって、大企業との企業競争に勝ち抜く武器といえるでしょう。クラウドサービスを導入する成功のコツは、『仕事とはこうである』という固定概念を捨てて、新しいビジネスモデルにどんどん興味を持ち挑戦していくことです」と強調した。

## プロデュース思考で 新たなITビジネスを

続いてのテーマは、ビジネスプロデュースという視点について。森戸氏によると、これからのITはコスト削減などの現状の課題を解決するための提案だけでなく、これからの未来を予見し、それに対処するための提案をしていく必要があると指摘した。そこで必要となるのが、「プロデュース思考」だ。プロデュース思考とは、内部統制上正しいかなどの客観的判断基準で考えるのではなく、社員やお客様にとってやりたいことなのかという想いを優先する考え方だ。合理性よりもアイデアや想いを優先するため、前例のない革新的なビジネスを生み出すことができるという。森戸氏は、ITが社会にとってさらに役立つためには、今何が必要なことなのかをSNSなどを利用して敏感に察知していく必要があると語った。

最後に森戸氏は、「お客様に選ばれる企業として、企業価値を向上させるためには、会社のビジョンを明確に示すことが大切です。どんな会社にしていきたいのか、お客様にどのような価値を提供していきたいのかといった明確なビジョンを、経営者だけでなく社員もしっかりとお客様に伝えられることが企業価値につながっていくのです」と締めくくった。



## デジタルサイネージの市場動向と ビジネスチャンス

サイバーステーション株式会社  
代表取締役 福永 泰男 氏



屋外や店頭など  
のあらゆる場所  
で、情報発信  
が可能な「デジ  
タルサイネージ」。

2020年の東京オリンピックに向けて、他言語にも対応したデジタルサイネージの普及が推進されるなど、さらなる市場拡大が見込まれている。そこで5月14日、この分野の第一人者であるサイバーステーションの福永泰男氏より、活用事例やビジネスチャンスについてお話をいただいた。

### ビジネスチャンスは 一般企業への導入にあり

駅構内や商業施設など、至る所で目にする機会が増えたデジタルサイネージ。最近では、リアルタイムに情報発信ができるというメリットから、ネットワーク型のデジタルサイネージが人気のようだ。富士キメラ総研の「デジタルサイネージ市場総調査2013」によると、国内デジタルサイネージ市場規模は2016年に約1,500億円、2020年には2,500億円を超える予測とのこと。今後、さらなる成長が期待されている分野であるといえる。

福永氏は、まず、デジタルサイネージを導入している業界動向について事例を紹介しながら説明した。導入傾向としては、金融業が導入件数、設置台数ともに最も多く、今後も堅調に拡大していく

とのこと。導入の目的としては、例えば、待ち合い席や入り口などに設置され、金利表示やキャンペーン商品の告知などに活用されている。また、小売店なども導入ニーズが高い。ただ、設置台数で見ると1店舗に1台の導入など、小規模導入のケースがほとんどだという。

その一方で、設置台数が多く見込めるのが、一般企業だ。オフィス内はもちろん、社員食堂や工場など、設置できる場所が多い分、1企業あたりの導入件数は高い。福永氏は、「一般企業は近年導入が急速に増えていて、最もビジネスチャンスが見込めます」と強調した。

### オフィスサイネージの活用で コミュニケーション不足を解消

ビジネスチャンスが期待される一般企業へのデジタルサイネージ導入だが、従来の用途は受付やエントランスといった来客向けの活用がほとんどであった。しかし、近年、新たな活用法として「社内間でのコミュニケーションツール」としての活用が目立っている。

三菱総研の「社内コミュニケーションの実体」によると、過半数の人が社内におけるコミュニケーションが十分に図られていないと回答。中でも、部門間、経営層とのコミュニケーションに課題があると感じている人が多いという。そこで有効なのが、社内に向けて情報発信をするオフィスサイネージだ。福永氏はそ

の有効性について、「社内メールを流しても未読のままになってしまったり、Webページを作成してもPCを持っていない人たちは閲覧ができません。また、自分の業務に直接的に必要がないと思ってしまえば、その情報に対して自らアクセスしようとする社員はほとんどいないでしょう。その点デジタルサイネージは、テレビを眺めているのと同じように、なかなか見てもらえない情報を無意識のうちに繰り返し伝達することができます。例えば、全社員に向けた経営陣トップからのメッセージを繰り返し配信することで、社員の意識に自然と定着させることができるのです」と話した。

最後に福永氏は、オフィスサイネージ活用のためのソリューションを3つ紹介した。1つ目は「社内放送ソリューション」で、食堂やカフェテリアなどにディスプレイを設置し、反復して情報を流し続けるというもの。2つ目は「モバイルコンテンツ・ソリューション」。社内の情報をタブレットに配信し、外出が多い営業にもリアルタイムに情報を共有することができる。3つ目は、「会議ソリューション」だ。その名の通り、会議の際に役立つソリューションで、例えば、プレゼン発表者などから参加者のタブレットに資料を共有することができるという。

オフィスサイネージの活用用途や設置可能な場所が無数にあることがわかり、セミナー参加者のビジネスチャンスへの期待が高まる講演となった。





## 交流促進委員会

ウェルビーイングと企業利益の関係性  
～社員の労働意欲をアップするオフィスづくり～

ITの急激な普及によって便利な社会となっている一方で、複雑で高度な仕事が求められるなど、労働者のかかえる負担やストレスは大きくなっている。そこで、5月21日オフィス用家具の世界的メーカーである日本スチールケース社(本社米国)を訪問し、社員が健康的にストレスなく働けるオフィス環境づくりについてご紹介いただいた。



▲日本スチールケース株式会社  
セールスマネージャー  
五十嵐 元彰氏

ウェルビーイング向上で  
社員の労働意欲がアップ

社員の多くは、1日のうち3分の1以上という多くの時間を仕事に費やしている。それにもかかわらず、グローバル化による企業競争の激化などの社会環境の変化とともに、社員にかかるストレスは増大し、働く意欲は低下し続けている。

そのような背景下で世界的に注目されているのが、「ウェルビーイング(well-being)」だ。ウェルビーイングは、「健康とは身体的・精神的・社会的に良好な状態である」との概念で、社員の働く意欲に密接な影響を与えているという。五十嵐氏は、「企業の成功には社員の力が不可欠です。世界的な調査会社であるGallup社の調査によると、労働意欲が高い社員は生産的に仕事をこなし、離職率、欠勤率が低く、企業に高い利益をもたらします。つまり、社員の意欲を高めることが企業の利益につながるのです。また、IPSOS社の調査によると、仕事に最も意欲的に取り組んでいるのは、職場環境に満足している社員です。そのため、職場環境におけるウェルビーイングの向上が社員の労働意欲を高める方法として有効です」と話した。

## 社内のウェルビーイングは

## 「身体的」「認知的」「情緒的」側面から決まる

五十嵐氏によると、職場における社員のウェルビーイングは3つの側面から決まるという。1つ目は「身体的ウェルビーイング」で、座ったり立ったりするなど身体を持続的に動かすことが重要であるとのこと。デスクワークなど、同じ姿勢で座り続けることは代謝を下げ、首や腰の痛み、集中度の減少などを引き起こすためだ。さらに、労働意欲が高い労働者の多くは身体を頻繁に動かし、1日中姿勢を変えながら仕事をこなしているとの調査結果も紹介された。

2つ目は、「認知的ウェルビーイング」。五十嵐氏は職場内の騒音を挙げ、作業内容やワークスペースを使用する社員に合わせて音響を考慮することが必要だと強調した。騒音は社員

の注意力散漫や記憶力の低下を引き起こし、社員のストレスにつながる原因となる。騒音によって集中した状態が中断されると、その後作業に戻り集中した状態に戻すためには25分も要すると指摘された。

3つ目は「情緒的ウェルビーイング」で、社員同士の相互交流が大切であるとのこと。活発な交流が、社員の自由な発想や想像力を働かせ、労働意欲の向上にもつながるといふ。

最後に五十嵐氏は、「身体的にも精神的にも社員にとって何が大切かを考え、ウェルビーイングに考慮しながらオフィス環境を整えることが大切です。社内のウェルビーイングが、企業の成功には欠かせないのです」と語った。

## ショールーム見学会

講演の終了後に、日本スチールケース社のショールームを見学した。講演中にも紹介された、身体を動かしながら座れる「ブイ」やモバイル端末ユーザーの姿勢をサポートしてくれる「ジェスチャー」などに実際に座らせていただいた。最新のオフィス家具を体験した参加者からは、驚きと感動の声が上がった。



▲スマホユーザーにお勧めのいす「ジェスチャー」。身体をひねった横向きの姿勢でも快適に座ることができる。



▲すぐにアイデアをアウトプットできるように、壁一面がホワイトボードに。



▲高さ調節ができるデスク。立ちながらの仕事が可能。



▲各会議室には、オンライン上で管理が可能な「会議室予約システム」を設置。

▲バランスボールのように、座っている人が自由な動きを取ることができる「ブイ」。



## サポートサービス委員会

### ■今年度の活動計画

昨年度は、予想に反してクラウドサービスの導入が進捗していないという事実と、市場から受けるサービス利用増加という感触のギャップについて調査した。

今年度は、引き続き同様の調査でこの一年のクラウドサービスに関する進捗の変化を調査すると共に、昨年度調査したWindows Server 2003のマイグレーションの進捗を調査する。同時に、ビジネスにつながるクラウドサービス、関連するサポートサービスはどうあるべきかについての深掘りも行う。

具体的には、下記3点の調査を行う。

1. クラウドサービスに関連するきめ細かい質問を盛り込んだ調査
2. Windows Server 2003のマイグレーションに関する継

続調査

3. スマートデバイス、SIMフリー、ウェアラブル等の利用の現状

また、解説書は、2020年の東京オリンピックへ向けて活用が広まるとされるスマートペイメントに関する解説を試みる。

これまで各種検討を行うにあたっては、資料をメールでやり取りしていたが、効率性を高める手段として、ファイルやグループメールを自由に参照・意見交換することができるとした。効率も上がっており、引き続き使用している。今年度の結果が良ければ来年度も採用する予定である。

## IT ビジネスモデル委員会

### ■昨年度の活動成果

昨年度はビッグデータアナリシスとSNSをテーマに活動し、各方面の先進的なお話を伺った。成果は協会ホームページにも公表しているが(一部は会員企業のみ閲覧可能)、以下のような資料となっている。

「ITビジネスモデル委員会報告」

- ・その1 (日本電気編)
- ・その2 (富士通ソフトウェアテクノロジーズ編)
- ・その3 (東芝ソリューション編)
- ・その4 (日本ビューレット・パッカー編)
- ・その5 (日本事務器編)
- ・その6 (Pivotal JAPAN編)

### ■今年度の活動について

今年度は、特にテーマを設けずに、より多くの先進事例を各方面から伺い、その中から新しいビジネスの芽を見つけるべく、活動している。

上期中の委員会の候補として、以下を挙げており、現在順次実施中である。

1. 日本マイクロソフト アジュールとその活用ユーザー事例
2. 東芝と横浜市の連携事業(スマートシティ)についての事例
3. サイボウズ(キントーン)とお客様の事例

## JCSSA 台湾 COMPUTEX 台北 2015 ツアーレポート

COMPUTEX台北2015は、アジア最大のコンピュータフェアであり、本年が35回目の開催となる。参加者全員がCOMPUTEX台北の規模や展示内容に驚き、台北電子街の最新ビル視察では提案型店舗の斬新さに感動し、3日目にトレンドマイクロ社を訪問した際には、最新技術のプレゼンテーションの後に活発な意見交換を行い、有意義な機会となった。

### 1. 電波新聞大橋氏による概要セミナー

今年の展示は、IoT、クラウド、スマホが柱となっていた。「台湾の開発スピード」「日本のクオリティ」「中国のコスト競争力を持つ製品づくり」をすべて実現したのが台湾メーカーであり、その成果がこの展示会であると伺った。多くの写真が展示されており、会場の雰囲気や内容を容易に理解することができた。

### 2. COMPUTEX台北2015 展示会場

南港会場の4階は、インテル社やASUS社、ACER社などが大きなスペースを取っていた。マイクロソフト社のブースでは、Windows10を各社のPCで体験することができた。世貿会場のホール1では、多彩な周辺機器が展示されていた。3Dプリンターやストレージなどの中小メーカーが多く出展しており、台湾人の「独立志向」が多くのベンチャー企業の原動力になっていることが伺えた。COMPUTEX台北は少し陰りがあるという意見もあるが、我々から見ると展示のジャンルがとても広く、日本にはない活気を感じた。



◀COMPUTEX 台北 2015  
大規模なホール



◀台北電気街  
提案型店舗

### 3. 台北の秋葉原・電気街視察

台北の電気街は忠孝新生駅付近にあり、通り沿いの専門店街とテナント型の新旧2つのビルが集結している。我々はまず新しい「三創生活園區」を視察した。各フロアがIT、映像、音響などコンセプト別に分かれ、フロアごとに周辺やアクセサリが置かれ、ライフスタイル提案型店舗となっている。このような店舗は日本ではなかなか成り立たない。販売もするが、メーカーショールームとして顧客育成の目的が中心のように感じた。

その後隣の旧ビルに入ると、こちらはホットとするモノ売り型店舗だった。1階はパソコンや家電の完成品売場で、2階以上は1～2坪のショップがずらりと並び、専門のモノを並べて商売しており、猥雑な店内を楽しみながら見学した。

### 4. トレンドマイクロ社訪問

最終日はトレンドマイクロ社を訪問した。台北は南京と並ぶ開発拠点であり、ウイルスバスターの法人・個人向けなどを開発している。またコア技術であるSmart Protection Networkの開発拠点でもある。モバイルセキュリティについて、モバイルを仮想化して画面転送するSafe Mobile Workforceが開発され、すでに大企業を中心に導入され好評とのことであった。

今回のツアーも皆様のご協力で、健康で事故なく無事に成果を持って帰国することができた。ありがとうございました。

※レポートの詳細は、JCSSAホームページよりご参照ください。  
<http://www.jcssa.or.jp/tour/index.html#asia>



◀COMPUTEX 台北 2015  
会場入り口にて



◀トレンドマイクロ社  
訪問時





## 各種ツアーのご案内

### ■タイ企業視察ツアー

JCSSAの海外研修ツアーは、今後の成長が見込まれ、IT業界からの関心が高まっている東南アジアを自身の目で見て学ぶ目的で行われています。ご多用な幹部の方々にご参加いただけるよう、短期間で一つの地域を集中して視察します。今回は、タイの首都バンコクを訪問し、三菱東京UFJ銀行が合併したアユタヤ銀行から現地の経済状況を伺い、また日系企業などの活躍ぶりを中心に視察します。既に申し込みは締め切っておりますので、視察概要については後日、本誌とホームページにてご報告いたします。

日程：2015年7月15日(水)～19日(日)

訪問先：トレンドマイクロ社  
アユタヤ銀行  
加賀電子タイランド社  
NECプラットフォームズ社  
沖データ社

※訪問先は都合により変更になる場合もございます。

### ■米国エグゼクティブ研修ツアー

米国サンフランシスコ近郊のシリコンバレーの進化ぶりを定点観測するという目的で毎年10月に行っているこのツアーは、本年度で10回目を迎えます。IT業界の最先端のトレンドを、トップや幹部が自ら肌で感じていただけます。現地訪問先の幹部や会員同士の交流も盛んで、参加者の方々には大変好評です。昨年は6社を訪問し、またコンピュータ歴史博物館も訪問しました。自由行動日には、PC小売店視察・観光・ゴルフからお好きなオプションを選択することができます。米国の話題企業を一度に訪問できるこのツアーは、他にはない貴重な研修の機会です。ぜひ会員幹部の方々のご参加をお願い申し上げます。

昨年のツアーレポートは以下よりご参照ください。

<http://www.jcssa.or.jp/tour/index.html#usa>

#### <昨年の様子>



日程：2015年10月19日(月)～25日(日)

訪問先：レノボ社  
AMD社  
アドビシステムズ社  
インテル社  
マイクロソフト社  
オートデスク社  
シスコシステムズ社  
ヒューレット・パッカード社

※上記の7社の他、シリコンバレーコンピュータ歴史博物館を訪問予定です。

※訪問先は都合により変更になる場合もございます。

参加費：440,000円

(ホテル・航空賃含む、ビジネスクラスはオプション)

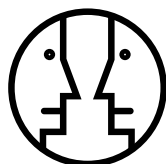
締切：2015年7月16日(木)



◀コンピュータ歴史博物館



研修風景▶



## 新会員のご紹介

# NEW MEMBERS

2015年7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

## 東北コピー販売株式会社

<http://t-copy.co.jp/>

- ①〒960-8252  
福島県福島市御山  
一本松13-5
- ②代表取締役社長  
高橋 剛
- ③1980年3月
- ④10百万円
- ⑤20名
- ⑥2015年4月

東北コピー販売株式会社は1980年に設立し、福島県福島市に本社を構えております。2011年3月、東日本大震災を経験。より地域に密着し、少しでも早い復興と震災前よりも活性化した街づくりに貢献できるよう社員一同頑張っております。お客様のオフィス環境がより良くなることはもちろん、「働きやすい」、そして、会社の中で新たな「Idea」が生まれるようなオフィス環境構築に微力ながらお手伝いさせていただきます。

“お客様へのお役立ち”の精神で、お客様の業務にそしてオフィスに新たな価値を提供できるよう、さらなる努力を重ねてまいります。



## レポート

# REPORT

NEW MEMBERS  
新会員のご紹介

## 市場実態調査委員会 景気動向調査 (DI 調査) について

平成26年5月に第1回「景気動向調査」を開始して以来、半年に1回、調査回答を会員をお願いしている。昨年11月に第2回、本年5月には第3回の調査を実施。ご協力いただいた会員の回答数は下記の通りである。

### <第3回景気動向調査>

- 調査依頼日: 2015年5月11日(月)
- 一次締切日: 2015年5月28日(木)
- 最終締切日: 2015年6月3日(水)
- 集計結果の発表  
集計レポート送信予定日: 2015年6月30日(火)
- 調査回答数の結果  
調査の対象: JCSSAの正会員:97社 賛助会員企業:63社 計:160社 (ただし、IT業界団体および、IT業界外の企業は除く)  
有効回答数: 正会員:70社 (A:13社 / B:21社 / C:27社 / D:9社) 賛助会員:32社 (ハード系:16社 / ソフト系:16社)  
最終回答率: 正会員:72.2% 賛助会員:50.8% 計:63.8%

景気動向調査の回答にご協力いただき、誠にありがとうございました。回答にご協力いただいた会員には、正会員4分類、賛助会員2分類として集計した結果を併せてお送り申し上げます。なお引き続き、本年11月に第4回目を予定しておりますので、ご協力よろしく願いいたします。

## JCSSAよりお知らせ

- 管理職研修（前半）※後半は11月11日（水）  
開催日時：2015年7月8日（水） 9:30～17:30  
場 所：株式会社富士通パーソナルズ 本社  
（東京都港区港南2-15-2）  
対 象：部下の管理監督を行うリーダー・管理職
- アジアIT企業視察ツアー  
開催日時：2015年7月15日（水）～18日（土）  
場 所：タイ・バンコック近郊  
対 象：会員企業の中堅～管理職
- トップエグゼクティブセミナー  
開催日時：2015年7月22日（水） 15:00～18:30  
場 所：ホテルメトロポリタンエドモント  
（東京都千代田区飯田橋3-10-8）  
対 象：会員企業のトップ並びに経営幹部
- 交流促進セミナー  
開催日時：2015年7月24日（金） 15:30～17:30  
場 所：シトリックス  
エグゼクティブ・ブリーフィングセンター  
（東京都千代田区霞が関3-2-1）  
対 象：会員企業の中堅～管理職
- 人事・総務情報交換会  
開催日時：2015年8月28日（金） 15:00～17:00  
場 所：市ヶ谷健保会館  
（東京都新宿区市谷仲之町4-39）  
対 象：人事・総務系社員及び管理職

- 米国エグゼクティブツアー  
開催日時：2015年10月19日（月）～24日（土）  
場 所：アメリカ西海岸（シリコンバレー地区）  
対 象：会員企業の経営トップ並びに経営幹部
- JCSSAゴルフ交流会  
開催日時：2015年11月3日（火）  
場 所：高坂カントリークラブ
- ITトレンドフォーラム  
開催日時：2015年11月19日（木）  
場 所：株式会社大塚商会 本社ビル3階  
（東京都千代田区飯田橋2-18-4）

一般社団法人日本コンピュータシステム販売店協会



〒113-0034 東京都文京区湯島1-9-4 嶋原ビル2F  
電話：03-5802-3198 FAX：03-5802-0743  
URL：www.jcssa.or.jp E-mail：jimu5802@jcssa.or.jp