

## JCSSA 米国エグゼクティブツアー2019 研修レポート

日本コンピューターシステム販売店協会 (JCSSA) の会員幹部は、2019年10月13日～19日の期間、米国シリコンバレーとサンフランシスコの主要コンピュータ企業の視察ツアーを行った。台風19号の通過直後のため出発が少し危ぶまれた状況であった。大塚裕司団長 (大塚商会社長) と林宗治副団長 (ソフトクリエイティブホールディングス社長) をはじめとする一行24人は、シスコシステムズ社を皮切りに、レノボ社、インテル社、Convergent Computing社、アドビ社、ヒューレット・パカード・エンタープライズ社、HPインク社、セールスフォースドットコム社の見学を行い、8社の主要企業訪問を行った。このツアーは、会員幹部がシリコンバレーの最新トレンド把握を行うことと、事業へつなげる情報交換を行うことを目的とし、2006年に復活させて以来、毎年、定点観測を行う形で実施している。

●10月14日 (月) 9:00～11:30 Cisco Systems 社

San Jose の Customer Experience Center にて Cisco Vision のセッションが行われた。

### ◆ Collaboration Experience デモ

Cisco 「Webex Meetings」「Webex Teams」といったコラボレーションのソリューションに関するデモンストレーション。Web会議用デバイス「Webex Room」シリーズや「Webex Board」やコラボレーションデバイス「Webex Board」が並べられたデモルームにて、スマホやタブレットから大会議室用までさまざまな Web ミーティング環境立ち上げ、操作が披露された。

また、Microsoft Teams との違いについての質問があったが、ミーティングの作業継続性などに有利性がある旨の説明がなされた。

さらに先ごろ買収した Voicea (ボイセア) による、音声認識による操作やミーティングでの発言をリアルタイムにディクテーション (文字起こし) をする機能も披露された。会議のテキスト自動記録をゴールとしており、現状は英語のみであるが、認識性能に関心が集まった。

質問として、端末認識方法や、Voicea が複数人の会話が認識できるのかなどの質疑応答が行われた。(端末認識には超音波を用いており、たとえば Webex Board のスピーカーから発信された超音波を個人のモバイル端末が「聞き取る」ことでペアリングされるシステムである。独自の技術であり、超音波を用いることで会議室内のやりとり情報が外から「盗み聞きされる」心配も防止されるとされた)

また、これも先に Cisco に買収された AppDynamics (アプリケーションのパフォーマンス管理ソリューション) のプレゼンテーションも行われ、ネットワーク遅延箇所検出などの最新技術のアップデート情報を得ることができた。

### ◆ Cisco Vision Innovation Garage セッション

主にスポーツとエンターテインメントジャンルにおけるデモを交えたセッション。

Cisco Vision for Sports and Entertainment は、スタジアムなどのエンタメ施設において、

単なる表示機能を超えた情報配信、大型ビジョンへのシンプルかつ高速でのデータ表示を実現するシステムである。

各モニタには DMPs (Digital Media Players) という端末を設置し、管理者 1 名でコンソールからシンプルに各モニタをコントロールできる。Cisco が会場内で観客に提供する Wi-Fi 網と合わせて、これまでにない観戦体験が可能になることが実演を交えて説明された。日本でも、Cisco のスポーツエンタテインメントソリューションは西武ドームとヤフオクドームに提供されている。



スタジアムだけでなく人々が多く集まる場所、たとえば空港、駅やショッピングモール、カジノなどで、各モニタの情報をリアルタイムで操作し、ユーザー体験が非常にリッチになることがもたらす価値は非常に高いものであると感じられた。

質問) 競合について

⇒他のソリューションプロバイダーでは Edge でこのような処理を行うシステムを実現できていない。他社で真似できない技術である。既存のサイネージソリューションは作成済みコンテンツをリピートで流しているというケースが他社のほとんどであり、完全に競合するソリューションを提供しているベンダーはいないとした。

質問) 観客認識について、カメラも用いているのか

⇒用いているケースもある

質問) パネルのベンダーは決まっているのか

⇒Cisco でパネルは製造していないが、インドア、アウトドアそれぞれでいくつかのパートナーベンダーから用途に合わせた最適なセレクトを行っている。

質問) クラウド上で管理できるシステムなのか

⇒遅延を防ぐためもあってオンプレミスで稼働させているが、仮想マシンが十分にサポートされる環境であればクラウド上でも操作することは可能である。

質問) 効果測定は?

⇒たとえば広告展開により、購買行動が 50%から 83%にアップした (影響を受けた) ことによる収益増加など。

質問) コンテンツクリエーションの必要性について

⇒最も手軽なものとしては PC でパワーポイントレベルでもコンテンツ化することが可能であるし、クリエイターであれば美しいものを作ることができるが、コンテンツ制作はいずれにせよ必要。

質問) 動画の検索機能はどんな言語で作成されているのか

⇒XTML で作成されている。

他、メンテナンス体制など活発に質問がかわされた。

●10月14日(月) 13:00~15:00 Lenovo 社

昨年同様、Lenovo 社サンタクララオフィス近くにてセミナーを実施した。またセミナーに先立って Lenovo 社のサンタクララオフィスツアーを行った。

◆ ビジネス概況について

直近での台風 19 号被害に対する対応について、また、ビジネスの概況について説明が行われた。

Lenovo の 2018 年度 (2019 年 3 月期) は 500 億ドルを超え、また日本においても法人ビジネス史上初 100 万台を超えた。2019 年度は 130 万台~140 万台の出荷を見込む。

直近 7-9 月におけるグローバルでの昨対伸長は 3%であるが、日本の伸長は 70% アップとなっている。



◆ Intelligent Transformation

日本におけるユースケースを交えて今後の取組方針、エッジコンピューティング強化のための新プロダクトの案内が行われた。

これからの第四次産業革命「デジタルトランスフォーメーション (DX)」を Lenovo では、世界そのものが繋がる社会変化「Intelligent Transformation」と捉えている。2020 年以降にもますます増大する特に IoT ユースにおける遅延 (Latency) 軽減などの目的において、エッジコンピューティングがひとつの解決策であることから、エッジによる Intelligent Transformation の推進を中心施策としており、今後の利益成長軸ととらえていることがよく伝わるセッションであった。

◇紹介プロダクト、ソリューション

エッジコンピューティング関係

- ・ ThinkCentre Nano IoT IoT Edge Gateway Device
- ・ ThinkSystem SE350 エッジ・コンピューティング向けサーバー

アイネット社 (横浜) におけるドローン向けデータセンターソリューションにおいて、映像データ AI 解析を行う目的に Lenovo 製ソリューション、プロダクトを活用した事例の紹介が行われた。

クライアントソリューション

- ・ ThinkPad X1 CARBON/YOGA

Web 会議需要増に応え、無指向性マイクを 6 基内蔵し集音機能の強化を図ったモデル。旧モデルとの比較において、大幅な音質向上が認められた。

- ・ フォルダブル PC (折り畳み式ディスプレイ採用) 2020 年度発売予定。

#### ◆質問

グローバルにおける PC 市場全体は中長期的伸びが減少してきている中、Lenovo が取扱高およびシェアを伸ばしている要因はなにか？

(回答) リージョンによって戦略を変えている。リージョンごとに需要が異なり、合わせる形で細かく仕様調整している。たとえば、インドでは四半期で教育用 PC130 万台の事例があったが、付属ケーブルの長さなど調整するなどしてコスト削減ニーズに対応した。

#### ◆Startup Company

2社のスタートアップ企業の紹介が行われた。

#### ◇HEXA

Vincross 社が開発、販売している 6 足コンシューマ向けロボット HEXA (ヘクサ) の紹介。市場におけるロボットは「玩具 (科学教育向け玩具を含む)」または「単機能家電型 (「ルンバ」など)」であることが一般的。より複雑な機能を備えたロボットのニーズは高いものの、ソフトウェア技術者にとってロボティクスは敷居が高い。HEXA は走破性が高い 6 本の足を備えており、各種センサーを搭載している。Mind という OS および SDK が用意され、HEXA App & Skill Store というアプリをネット上で公開するサービスも提供している。ターゲットユーザーは、ロボットを使いたいと思っているコンピュータ技術者 (大人向け) あるいはプログラム学習用を想定している。

質問として、バッテリー駆動時間、また、接続形式 (Wifi で接続する) について、また、日本語開発環境について質問が上がった。開発言語が Go であり、これをベースに開発を行うことで日本語環境でも開発ができるのではないかとというサジェスションが為された。

また、AP 経由することで、活動範囲を拡張することができるのではないかとという意見が出された。

#### ◇Codi

小児教育の専門家を中心となった Piller Learning 社により開発された、7 歳以下の小児向け “Story telling Robot” である Codi (コーディ) の紹介。

子供がスマホやタブレットを使う時間 ScreenTime (画面を見る時間) が長いことは Social Life problem が発生するという研究結果がある。そのため、子供たちに Screen を使わせない知育玩具という需要にこたえた商品である。特徴としては、コンテンツの質が重要だというコンセプトに基づき、物語の読み聞かせなどに機械音声ではなく声優による肉声を使っている点があげられる。主に「ストーリー」「ミュージック」「Calming Sound (興奮時に落ち着かせる音を出す)」の機能を搭載し、また、ボイスメッセージを送ることができる。(返信もできる) Parent アプリ側でどれぐらい Codi と遊んでいるかわかる機能も搭載している。

スタートアップの速度が非常に早かった理由についての質問がされた。

#### ◆Lenovo EIBD の紹介

Lenovo 社の外部戦略パートナーを開拓するチームである EIBD の紹介が行われた。世界で

7名のチームで、これまで紹介されたようなスタートアップ企業を発掘、有望な事業への支援や投資を行っている。EIBD チームの KPI は戦略パートナーシップの質であり、個人評価ではなく新製品、新サービスのグループ全体評価となっている。

これまで投資、支援してきたスタートアップで、うまくいったもの、また、うまくいかなかったものは？という質問がなされた。これについては次回までにお答えできるようにしたいとのことであった。

## ●10/14 (火) 15:30-17:30 インテル社

Executive briefing centerにおいてセッション、データセンターツアーが行われた。

### ・ overview

冒頭、Intel の取組セッション頂く。

テクノロジーの世界はかつてないくらいスピードアップしており、インテルもそれに合わせて変化を起こす。2021 年以降、[intel powers world]=世界を支えるをコンセプトに、PC Centric (PC 中心) の企業から Data Centric (データ中心) の企業へ変化している。

### ・ Data Centric (データ中心へ)

Intel といえば、PC 本体というイメージだが、PC 中心からデータ中心へのビジネスに移行を図っており、これを Data Centric と表現していた。

PC Centric : PC シェアが 90%あり、このシェアをどう守るかがメインのビジネス

Data Centric : 世界のシェアは 25%となり、まだまだ獲得すべき市場が残っている。

と考えているためである。

Data Centric 企業としての具体的なソリューションは以下の 6 点。

Client Solution/IOT Solution/Data center Solution/New Technologies/Memory Solution/Programmable Solution

上記に伴う事業の柱として VR、自動運転、5G、AI をキーとして注力していくとのこと。

### ・ PC is THE HUMAN TOUCHPOINT

全体の構想に続き、PC 本体にフォーカスしたセッション。

PC は最初のタッチポイント、どうやってより使い勝手がいいものを作っていくか。をテーマとして 3 つの要素として以下をキーワードとして考えている。

#### ①プロジェクトアテナ (ProjectAthena)

より個人にあった使い方をするにはどうしたらいいか。を研究した内容。より快適性を持った PC を提供する。今年発売する HP のドラゴンフライ (PC) がその第一弾にあたり、早く、長く (20 時間充電なし) スリープでもメール受信できるとか。より使いやすさを追求した製品を展開するための研究を継続していく。

#### ②VPRO2.0

特徴は 4 つ、パフォーマンス、セキュリティ、マネージャビリティ、スタビリティ

※当日、Kay 氏よりデモを頂戴するが、プレスリリース前の情報を含むため割愛

ユーザーとしては非常に利便性の高い商品であり、市場投入されるタイミングが楽しみである。

### ③GAMING

ゲーミングに関しては、Intel は過去から注力しており、プロゲーマーの大会をスポンサーしている。優勝賞金 5000 万円、今年、アマのゲーミング世界大会の開催を発表した。決勝は 2020 東京で行われる。



#### ・ Data Center Tour

セッション後、同敷地内にあるデータセンター見学を実施。3 年前にオレゴンに続き設立。本件は NDA 対象のため記述はできないが、intel が本気で取り組んでいることを感じた。PC の中でシェア 90% を持つ Intel が打つ次の手が具体化してきており、今後も非常に興味深い。

#### ●10 月 15 日 (火) 9:00~11:30 Microsoft 社

Microsoft のシリコンバレーオフィスにて、米国の Microsoft 販売パートナーである Convergent Computing 社 (CCO 社) の事例紹介を中心にセッションが行われた。また、新たな取組みとして Microsoft Teams を使った Teams 会議でのセッションを行った。

#### ◆ Convergent Computing (CCO) 社事例紹介セッション

Convergent Computing (CCO) 社の代表取締役 CEO による、同社が行ってきた営業スタイル変革、クラウドへの移行のプレゼン。同時に参加メンバーは Teams での会議でも活発な意見交換や情報共有、質問がかわされた。

相手は長年の IT 関連の経験と専門知識を持ち、経営者だけでなくサイバーセキュリティなどに関する多数の書籍の著者、セミナー講師としても知られている。CCO 社は 1986 年に IT コンサル企業として 65 名でサンフランシスコとシンガポールに設立された。20 年前には従業員 120 名をかかえ、売上 5 千万ドルの企業に成長していたが、BtoB へのハードウェア (単純なソフトウェア販売含む) の販売が 95% を占めていた。ところが直近ではサービスが 98% を占め、利益率も 5% から 35% の企業へと変化している。



20年での変化：売上高 \$5,000万 → \$1,500万、利益率 5% → 35%、ハード・ソフトの販売比率 95% → 2%、サービス 5% → 98%、従業員数 120名 → 75名  
CCO社はクラウドへの移行を視野に入れ、ハードウェア(単なるソフトウェア販売を含む)を売るニーズが減ってきたことを受け、モノ売りからMicrosoftのソリューション中心のコト売りへと改革を成し遂げた。いまやクラウド移行でIT管理コストを削減しつつ、セキュリティ対策が向上するコンサル企業としての地位を確立している同社がいち早く経営戦略を転換するにあたっては、たとえばサーバーをクラウド移行するにあたっての顧客の理解に時間がかかる(1年以上かける例も)点や、既存のエンジニア(主にオンプレミスのIT環境をケアする)をクラウド、セキュリティの技術者に移行するなど、またそれにともなってすべてのエンジニアが移行できたわけではないなど、実際に顧客へITサービス提案して導入する企業ならではのリアルな課題があり、その事例が紹介された。熱心にセッションに参加し、活発な質疑応答がなされた。

質問) (CCO社の) 得意先規模は？

→100人~100~25万人でBtoBであるが業種は様々。病院、金融機関もある。クラウド移行はSMBのほうが早くスタートした。(日本の市場とは逆) 全体の顧客数は100社ぐらいとのことであった。

質問) 知的財産のCloud化について、日本では抵抗が大きいが米国ではどうか

→SMBのほうがフットワークは良いが、ディザスタリカバリの観点からもクラウドへの併用移行は進んでいる。

質問) 米国のSMBがクラウドを評価、移行を決めるポイントは

→Eメールとファイルサーバーは移行の説得が簡単だと考える。メリットも理解しやすい。一方でWebサーバー、SQLサーバーの移行は難しい。サーバーを作るときの考えについて丁寧に説明するようにしており、ハードウェアを必要とする際は、オンプレでは必要台数の倍の規模(インフラ環境維持を目的に)で用意しておく必要があったが、たとえばAzureにおいてはサーバー立ち上げが非常に素早い。そのためコスト的に非常にメリットがあるといった説明を行って理解を得ている。

質問) 提案先となる購入決定権者は？

→クラウドへの移行については、CFOに話をすることが多い。とある金融機関での事例として、ITコストを半減することができると言いましたが、実際には1500万ドルを400万ドルにすることができた。IT部門ではjobを失うということからあまり積極的ではないことが多いが、Data Leakage Protection (MIP: Microsoft Information Protection) など、情報セキュリティのポリシーをどうやって強化させるかといった仕事がIT部門にはまだあるため、リストラを行うことはなかった。

質問) エンジニアの転換、教育はどのように行っているのか

→旧型のハードのお守りをするエンジニアだった同じエンジニアが今はマーケティング要素を持って分析提案ができるエンジニアになっている。時間はかかったものの、時間はかかったものの、メンターシステムを用いて一人につき2人の生徒を12-18か月かけて教育している。学ぼうとしない人は去って行ったし、しかし同様の仕事を他社で得るはまれなことなので、エンジニアの学ぶ意欲は高い。「誰もが学習することができる」という前提に立つ



ている。

質問) 20年前に120だった従業員を75人にした経緯は

一部はコントラクト(契約社員)になってもらった。また、ハードウェア系のエンジニアについては、IOT技術にスキルが活かされている。

質問) マルチベンダーであるのか? Microsoftのソリューションに特化しているのか

他社ベンダーのソリューションも扱っており、AWSやGoogle Apps、VMwareなども扱っているが、時間が経つにつれて、Microsoftで統合できる環境が整ったため、(Azureへの移行など) Microsoftで提案することが得意先の利益にかなうケースが多いと考えている。

質問) 20年前にビジネス形態をシフトしようとした理由、また変更して苦労したことは

→長年ITの事業にかかわっていてわかっていることとしては、IT技術というのは5年ごとにシフトしていることであり、そのため自分は常に先を考えている。特にシリコンバレーは動きが速いから、先を見据えて動いていかななくてはならない。苦労した点は、テクノロジー変化が速いため、従業員の変化を促すことと得意先の経営者の変化を促すこと。自分の代でシステムを大幅に変えたくない経営者(「4年後に変えてくれと言う経営者」)の視点を変えることについては苦労した。

質問) 顧客はどうやって開拓しているのか、関係性強化のポイント、競合との差は。

まず1社からはじめ、それが「コストを削減しつつセキュリティを向上させられる」と評判となり紹介してもらうなど。3-4年かけて徐々に得意先が増えて行った。CFOやCIOと話す機会も多く、5年前までは安くコンサルタントを売りこむ企業はたくさんいたが、今やセキュリティやクラウドサービスに特化することでCCO社の従業員が得意先企業のCIOを務めている状況である。

得意先の業績を上げるそしてコストを下げることに成果が出ている。得意先組織の真のITニーズ(コストとクオリティ)を実現することでITによる企業価値向上を実現することが使命であり、評価されているポイントだと考えている。

ほか、Teams会議を併用しながら、非常に活発な質疑応答が行われた。

米国の販売パートナーが直接我々日本の販売店に事例を紹介すると言うのは新しい取り組みであり、またリアルな課題解決の道筋をうかがうことができたことは、米国と日本の市場や顧客の違いはあるものの、それを超えて非常にエキサイティングで得るヒントの多いセッションであった。

#### ◇ 補足・Teams会議について

今回は、環境や端末などの制約もあり全員が参加とはならなかったものの、Microsoftのサポートを受け総勢19名ほどが参加してのTeamsを用いた会議を同時に行った。時差の問題はあったが(セッション開始時に日本時間は午前1時)日本からも実際に同じプレゼンを聞きながら、Teams上でもときおり意見を交わすなど、Microsoft Teamsならではの新しい会議が体験できたことは、今後の協会の活動品質向上に有効なケースになった。



・ビジネス概要、業績

従業員 22000 人、事業継続 36 年、昨年売上 9000 億（今年 1 兆を超える見込み）年率 23%で成長

毎年、訪問を継続しているが、確実に成長を続けている。過去レポートでも触れてきた通り、製品販売からサブスク販売へ切り替えて以降、好調な成長を維持。現在の戦略は顧客から得られる digital experience をデータ化し、data driven operating model（データに基づく意思決定）を構築していく手法となっている。

” Changing the world through digital experience ” をテーマとして取り組んでいる。

直近で発売された製品、Adobe Fresco や Adobe Sensei デモを通じてコンセプトをご紹介頂きつつ、

過去からのビジネスサイクル、現在の取組を神谷氏よりセッション頂く。サブスクへ移行、これにより、いかに購入頂くか。から「お客様に使い続けて頂くためには何が必要か。」が製品開発の基本思想となる。

その中で、過去より度々トピックスとしてあがった data driven operating model（データに基づく意思決定）



により意思決定の迅速化を図りつつあるというのが現在の状況。

・ data driven operating model とは、

カスタマーエクスペリエンス＝カスタマージャーニーであり、顧客の行動を分析することと捉えている。

Adobe はこの顧客行動分析に時間を割いて取り組んでおり、

Customer experience is always right（カスタマーエクスペリエンスはいつも正しい）という考えから、

全ての意思決定の根幹に、予測ではなくデータを用いている。が DDOM の意味。

上記観点から更に深堀し、カスタマージャーニーを Adobe ではどういった過程で捉えているか。をご紹介頂いた。

フェーズは以下

ディスカバー・・・どれくらいのお客さんが来たか。

Try・・・例えばフォトショップなら、どれくらい体験してくれているか？

Buy・・・体験から購入してくれた人

USE・・・利用率

Renew・・・契約更新数

上記に基づく指標を CEO から一般社員まで見ることが出来、ダッシュボードで表示される。各フェーズに基づき、各部門と確認し施策を打つことでビジネスを回している。

●10月16日(水) 8:30~10:30 Hewlett Packard Enterprise 社

サンフランシスコ半島の付け根、サンフランシスコ湾を望む San Jose 新社屋の EXECUTIVE BRIEFING CENTER (Palo Alto から移転) においてセッションとスマートオフィスツアーが行われた。

◆ サーバービジネスと戦略目標

戦略である「HPE Strategy : Edge to Cloud」(エッジからクラウドまでのデータ利活用を軸としたデータ中心の戦略を展開)について、また直近のビジネス概況についてのセッションが行われた。

2019年2Qのデータセンター向け x86 サーバシェアでは1位(出荷額2位)となった。また10/1付で日本法人の社長交代があり吉田氏から Justin Hotard 氏が着任。サーバー市場に関しては、2020年は

WS2008/R2 (1/14) および vSphere5.5 (9/19) のサポート終了がまずは直近でのビジネスチャンスとなる。

◇HPE Partner Fest 2020

今期は“5年後の未来(2025年)を見据えて今すべきこと”をテーマにしたパートナー向けイベント「HPE Partner Fest」が11月から全国7か所の主要都市で開催される。

◆Intelligent Data Platform セッション

いまやデータがあらゆるところで生成されるため、法人は急激に増大している(今後も増大し続ける)データの運用管理に多大なコストをかけざるを得ない。また熟練した管理者不足の問題もある。しかしながらビジネスの成功にデータの利活用が欠かせない。他方、90%以上の重大なITの問題は、ストレージレイヤーより上位(ネットワーク/サーバー/仮想化)で発生するとされている(IDC)。単にストレージの信頼性と速度を高めても、IT環境における問題解決割合は発生問題全体の10%未満にとどまるとされている。

ビジネス環境におけるデータの可用性を低下させる要素(遅延やサイロ化など)を回避し、いつでもどこでもデータの活用ができるようにするためのHPEの解決策が「Intelligent Data Platform」である。ストレージは「フラッシュ化」から「クラウド化」と時代が変化、進化し、いまや「インテリジェント時代」になったとし、AI主導で自己管理、自己修復、自己最適化を行うプラットフォームによって、管理者には対処しきれないほどの量のITトラブルの発生に自動的に対応する。これにより、ITチームは生産性を高め、より戦略的な業務に専念することができるとされる。

インテリジェントデータ戦略として、これまで多くの企業が非常に多くのコストをかけているデータの管理において、AIが障害を予測し、ビジネスのデータ利活用を「止めない」



「スピードが落ちない」ことをほぼ無人で実現、かつ運用コストを大幅に削減することができるという「未来型」ともいえるプラットフォームが実現していることに驚かされた。またストレージの利用状態をマシンラーニングし、不具合やパフォーマンス低下などの予測や最適化などを行うハイブリッドクラウド向け AI 技術「HPE InfoSight」やこれを用いて対応可用性 100%をうたう Tier0 ストレージである「HPE Primera (プライメラ)」といった先進の製品群の紹介を受け、まさに広範囲なデータ利活用に関する HPE の戦略が伝わるセッションであった。研修メンバーからは Primera が M&A 企業によるソリューションであるか?との質問が出たが、自社開発製品である旨説明がなされた。

#### ◆スマートオフィスツアー

サンノゼの新オフィスは Aruba のビーコン、WiFi AP を活用したスマートオフィスになっている。ユーザーは自身のモバイル・デバイス(スマホ)で屋内での位置データを取得でき、屋内での経路探索や、近接性に応じたプッシュ通知、端末でメンバーを特定しながらの会議室予約などのデモンストレーションが行われた。

#### ◆EXPERIENCE TODAYS NEW EDGE セッション

Aruba のセッションにおいて、最新テクノロジーやソリューション、また第 6 世代の Wi-Fi 規格 802.11ax などに合わせて拡張されたポートフォリオの紹介が行われた。

4 タイプのステークホルダーごとに異なるネットワークへの期待(エンドユーザーは常時アクセス、営業事業部門は市場競争力を発揮できるだけの軽快さ、CIO や CISO は効率や生産性向上、およびセキュリティ、情報システム部門は自動支援による管理の容易さ)を実現する同社のアーキテクチャの進化、よりスムーズなネットワーク体験(スムーズで途切れない、安全安心でデプロイが簡単、自動的な統合管理など)、を統合的にユーザーに提供するための新機能、機能拡張、各機器の関わり合いがわかりやすく説明された。

キーワードとしてはやはり「エッジ」「AI と機械学習」と「自動化」であり、たとえば紹介ソリューションの一つ ClearPass Device Insight はネットワーク上(有線/無線/自社以外も)のデバイスを機械学習により自動検知し、かつプロファイルを提供する。AI 技術により第 6 世代 Wi-Fi のような高機能(かつ高消費電力)のアクセスポイントをスマートに(接続デバイスの使用率に応じ)管理でき、結果として電力消費を最大 7 割削減させられるとする Green AP など、規模、業種、役割ごとさまさまにユーザーの新たなコネクテッド経験を向上させ、データ利活用を支援し社会的責任の向上までを図るという同社の方向性が良く伝わるセッションであった。参加メンバーからも Wi-Fi6 に関しての質問などがなされた。

#### ●10月16日(水) 11:15~13:00 HP Inc.社

パロアルトの HP Customer Welcome Center にてセッションとショールーム見学、また、今回は HP ラボの見学も行われた。

#### ◆ HP の概況 (グローバル、日本国内)

HP の概況についてのセッションが行われた。

CEO 交代が行われる予定で、また、現状のアメリカ、ヨーロッパ中東アフリカ、アジアパシフィックの 3 リージョンを 10 リージョンに細分化することで、よりユーザー中心に捉える体制に変更する新しい World Wide 体制についても説明がなされた。

FY19 Q3 (5-7 月) におけるグローバル決算について、売上高は 146 億ドルとなり、昨対 0.1%増となった。セグメント内訳としてはパーソナルシステムズ (PC) 事業の売上は昨対 3.1%増 (為替変動除く 5.8%増) であるが、プリンティング事業は同 5.3%減 (為替変動除く 4.5%減) となった。

リージョン別の売上においてはアジアパシフィックの伸びが大きく、HP の日本国内での法人向け PC 事業は 4-6 月期の昨年比 95%成長となり (一方国内法人市場全体は 62%成長) 16 四半期連続で市場の伸びを超える成長をしている。

日本国内のクライアント市場はグローバル比較でも格別に大きく伸長しているが、特に HP の PC 事業の伸長が著しいことが見て取れた。

また、新型ノート PC 「HP ELITE DRAGONFLY」の紹介が行われた。世界最軽量 (重量 1kg を切る) コンバーチブル PC で、Wi-Fi6 搭載、ダークネイビーの「ドラゴンフライブルー」が人目を引くスタイリッシュなモデルで 11 月発売予定。

#### ◆Security-Sure Stack&Automation セッション

モダンワークプレイスにおける PC セキュリティ「レジリエンス (復元性)」をテーマに、HP 社の目指す最新のセキュリティ対策ソリューションの説明が行われた。いや増すセキュリティ脅威に対して、最新のソリューションとしてマルウェアからの保護や脅威分析を行う端末の管理サービス「HP Proactive Security (DaaS)」とディープラーニング AI によるセキュリティ対策ソリューション「HP Sure Sense」が 2019 年に同社のエンドポイントセキュリティスタックに加えられた。

頻繁なアップデートが必要な旧型のアンチウイルスや機械学習型 AI によるセキュリティ対策に対し、HP Sure Sense は既知だけでなく未知のマルウェアにも 99%以上に対応し、平均 20 ミリ秒で検出するうえ、CPU 負荷も 1%と、ゼロデイ攻撃にも効果的に対応する。

また、HP Proactive Security はデバイスをリアルタイムで監視し、ドキュメントファイルなどに含まれているマルウェアからの保護と、脅威分析を行うサービスで、HP TechPulse (故障予知などの管理サービス) ダッシュボード上で提供されるオプションサービスである。

セキュリティ対策は何層にもわたってカバーすることが重要であることと、同社の「世界で最もセキュアかつ復元性の高い PC を作る」姿勢が伝わるセッションであった。



#### ◆ショールーム見学

先に紹介された HP ELITE DRAGONFLY の実機に触れることができ、その軽さと堅牢さ

に驚かされた。新たな展示としては他にも HP ShareBoard（ホワイトボードに記入した文字やイラストをネットワーク上で共有するミーティング向けソリューション）や Tech Café Market など。ShareBoard のデモでは、書いているメンバーをシステム上識別できるか？といった質問が為された（これはできない模様）。

Tech Café Market は IT 機器の自動販売機能とスマートロッカー機能をオフィスに提供しオフィスワーカーの業務のダウンタイムを減少させるソリューションであり、世界で展開を開始し始めたものである。

3D プリンタソリューションの紹介については、最新の事例として 3D プリンターを用いた歯列矯正器具の製造事例（安価でスピーディに製造できる）や理想的なダクトデザインをコンピュータに行わせ、非常に独特な、しかし効率の高いダクトを 3D プリンターで作成することができるようになった事例などが紹介され、非常に熱心に見学した。

#### ◆HP Labs の見学

研究者が実際に 2D/3D プリンティングで製造、開発の実験などを行っている HP のラボを見学した。大型のデジタル印刷機および 3D プリンタの制作現場に入ることができた。参加者からは使用される材料や機器別の目的などの質問が行われた。

数々の HP 社の持つパテントの展示など、これまで以上に HP の技術開発、イノベーションへの取り組みを実感できる見学となった。

●10/16 14:30-17:30 セールスフォース社  
@Salesforce Innovation Center, Salesforce Tower

今回初めての訪問となった企業。成長著しく、2017年7月にサンフランシスコで最も高い建物を自社ビルとして建設。今回はそのビルの60階においてセッション、オフィス見学を行った。ビジネスの概要、AppExchange、社員育成の考え方に関して、セッションを頂く。



#### ・ビジネスの概要

2005年は2000人、今はワールドワイドで約4万人の従業員を抱える。ビジネスも成長、2005年当時は日本で数億 今は数十倍という急成長を果たした状況。「お客様に製品をいいなと言ってもらい続ける必要」がある。と考えており、新規契約を取るよりも、いかに利用企業から更新契約を取る事が重要。大企業アカウントから、SMB アカウントでの利用拡大を狙っている。

#### ・AppExchange 紹介と US 事例



SFDC の中心は AppExchange であり、AppStore と同様の原理を法人市場ターゲットに当てはめたもの。

5000 以上のアプリ、ソリューションがパートナーから展開されており、ユーザーは DL できる。

2006 年からスタート、700 万以上のソフトがインストールされている。

パートナー企業への強味として①顧客に直接アクセスできる。②テクノロジーに直接アクセスできる。③SFDC のリソースにアクセスできる。様々なプログラムを活用できる。という点を挙げており、これを活用した成功事例をご紹介頂いた。日本でもパートナー MTG を定期的に開いており、SANNSAN や WINGARK が代表的なパートナーとして名前を挙げられていた。初訪問企業のためか、質問も活発で、以下に質疑応答を記載する。

#### ・Q&A

Q 5000 のソリューションのうち、上位 100 でどれくらいの売上か？

A だいたい、8割 16%の顧客が売上の 8割を担っている。

Q AppExchange の登録はパートナーが自由にできるのか？

A すべてのソフトは 3つのやり方で認定を審査する。 初期ビジョン、テクニカルレビュー、セキュリティレビュー

Q ISV パートナー のメリット

A リセールパートナーと、コセールパートナーがある。

日本では、NEC、富士通、NTT グループなどがライセンス持っているが、簡単ではない。売上をあげるために

は SFDC と同じ機能を持たないといけない。発掘、リード、クローズ、サポートといった継続フォローを行える

コアな部隊がないとゲインを得ることは難しい。

Q トレーニング、認定プログラムはあるのか？

A 中途採用向けの Boot キャンプをパートナーにも展開している。

Q CtoC のマーケットも出てくるのではないか？

A コミュニティというものがすでにあり、アプリケーションのコンポーネントのみを売るようなものもある。

陣屋という旅館で作った陣屋コネクトを販売する。

#### ・働き方に関して Ohana Culture

続いて、SFDC 社の働き方に関してセッション。

カルチャーストラテジーという“文化の戦略”を持っている。会社設立者ベニオフ氏が提唱。SFDC の Culture はこれだ。と言える土台を作る。そのために、Employee360 というアプリを作り、各ステップに対して明確な指標化を図り、管理者任せの育成にならないようにしている。

たとえば採用者には、Mail で覚えておくべきことを順次送るようにしている。入社前 7 日から 15 日。以降 1 年目など、節目のタイミングでメールを送る。また採用者に必要なもの

をきちんと用意するアプリやタスクアプリ、Chatter Group といったツールが整備されており、早期戦力化、離職回避に繋がるキャリアアップのアプリとして導入し文化、目標を共有することや、短時間で組織の一員と認識できるようにしていく。

プラットフォームとして世界有数の企業である SFDC が非常に人材育成に力を入れている状況であることが理解できた。今回の旅程の中で、何度も出てきた“サブスクリプション型”というキーワードの最先端企業といえる SFDC が人の育成を重要項目として掲げていることに衝撃を受けつつも、納得できる部分が非常に大きかった。

サブスク型の利点は、容易に数年先の売上予測が立つことであり、非サブスク型企业に比べ、企業全体としての視点を先に設定できる。予測できる売上をもとに、さらにそれを延ばすために、長期的視野に立って、人材育成を図る。という図式が成り立っており、これが強さに繋がっていると理解できた。

特に日本企業では、採用者の育成が管理者の能力任せになっている部分も多々見られ、システムで管理者の能力に関係なく戦力化を図る点は、我々も真似していかなければならない部分であると言える。

#### ●10/17 PC ショップ見学ツアー

今年度は Walmart、FLY'S、ベストバイ、Amazon Books といった店舗を訪問した。

定点観測を行っていく中で、過去のレポートでは「対 Amazon」というワードがしばしば登場するが、今回の視察では「Amazon との共存」といったキーワードでの売り場作りが奏功しているように見えた。



#### 1.Walmart San Jose 10:00-10:30

価格は安く、家電量販店というよりも大型ディスカウントストアといった売り場構成、品ぞろえ。前回同様、店内に BickUP Tower を展開していたが、滞在中の利用者は無し。売り場いたるところに LowPrise! の POP が展開されており、価格での対 Web という面を前面に押し出した作りとなっていた。衣料品や雑貨品に顧客は集中しており、PC 販売コーナーには人はまばらだが、

165\$の Acer 製 PC をエンドで展開するといった価格対抗は継続している。

#### 2.Fly's Electronics Sunnyvale 11:00-11:30

いわゆるロードサイドの大型家電量販店。3000坪の売り場があるが、入店してみたところ、所謂「陳列量」の少なさに愕然とした。昨年までのレポートとは比較にならないぐらい、陳列量が減っており、10以上ある島にアイテムが1個のみの展示といったコーナーがほとんど。PC パーツ、音響関連、レコードといったいわゆる Amazon で買いにくいものは辛うじ



て売り場としての体裁は保っているものの、PC、スマートフォン関連、といった場所は購買意欲を掻き立てない閑散とした売り場になっていた。閉店間際であるのか、それとも対 Amazon という観点から商品規模を縮小しているのか。確認が必要であるが、非常に厳しい状況であると言える。



### 3. Best Buy Santana Row 13:00-13:30

店舗中央に Smart Home 関連製品（スピーカー、カメラ、ロックキー、照明など）が集められており、またその周辺にルーターなど、関連販売が見込まれる商品が展示されつつ、店員も多く配置されており、訪問店舗の中でも最も活気のある店舗であった。Amazon との共存という観点でも顕著で、PC、タブレット、テレビ各売り場に kindle や echo、fire TV といった製品をうまく配置しているのが印象的であった。家電量販としては、接客と関連販売、それに Amazon 製品を関連する。という正攻法で構成された店舗であり、実店舗の強味をうまく活かした戦略を取っていると感じた。

### 4. Amazon Books Santana Row 13:40-14:10

2018 年度に続き訪問、小型の店舗ではあるが、立地もよくまた Amazon 価格で購入できるということで来店客数も非常に多い印象。Amazon のレニューと連動した商品陳列は継続されており、今年は書籍に加え、電池などの日用品や話題の新製品なども展示してあった。徐々に展示内容を変更しつつあようで、今後も継続して観察を行うべきと感じた。

### 5. Whole foods Market Santa Clara 14:30-15:00

Amazon に買収された高級食品スーパー 昨年同様、プライム会員であれば値引きがあるといった点は変更なし。特に昨年度と比べ大きく変化した点はないように感じる。

### 6. Target Open House Sanfrancisco 16:30-16:50

売り場というよりも常設のコンセプトショップ、展示場といった内容。印象的であったのは歯ブラシやサッカーボールといった、これまで見たことがないような製品もコネクテッドデバイスとして展示されていた。情報収集や、情報発信といった意味では最先端の技術が展示されており、今後どのように展示内容が変化していくのか、興味深い点ではある。

### 7. Amazon Go 10/18 9:15-10:00

店舗ショップツアーの翌日、自由行動時間において 2018 年 1 月より展開されている Amazon Go の 2 店舗を視察。レジのないコンビニということで Amazon Go アプリをインストールし、実際に入店、購買を行ってみた。（※日本の Amazon ID では取得できず、米国でアカウント作成する必要あり）店内は食料品中心の品ぞろえで、価格は割高ではないかと

感じる。

ただ、会計はなくただ物を持って外にでるだけで、自動的にスマホに購入した物が表示されるのは画期的であった。様々なセンサーと店舗上部にあるカメラから、人の挙動を判断しているとのことであるが、どこまでの挙動を判断できるのかが興味深い点ではある。Amazon アカウントを持たない人間と一緒にいった（1アカウントで20人まで同時入場可能とのこと）として、誰をどのIDに紐づけるか。といった判断が出来るのか。といった点。日本でも24時間営業のコンビニでは人手不足問題などが深刻化しており、同種の無人コンビニが次第に展開されるであろうと予測されるが、いちユーザーとしてはコンビニ毎様々な制約を設けるのではなく、ユニバーサルな仕様として展開することが利便性ととも、技術発展を促進するのではないかと感じた。本年ツアーも実り多く全員無事に帰国した。



作成：株式会社ハイパー 望月真貴子・エレコム株式会社 田中雅之