

J C S S A エグゼクティブツアー 2008

日本コンピュータシステム販売店協会（J C S S A、会長＝大塚裕司・大塚商会社長）の会員企業的首脳らで構成した「J C S S A エグゼクティブツアー」一行は 13—18 日、米国主要コンピュータ／ソフトメーカー 7 社との情報交換を行う目的で訪米した。会員の首脳らは昨年に引き続き、米カリフォルニア州のシリコンバレー地域にある主要各社を訪問、米 AMD を皮切りに、アドビシステムズ、ヒューレット・パッカート（HP）、グーグル、アップルコンピュータ、オートデスク社などとの情報交換を行った。

ツアーは会員役員企業の経営層を中心にビジネスパートナーとなる米国企業との情報交換や次の事業へつなげるための意見交換などが目的。01 年の米国同時多発テロ以来休止していたものを 06 年に復活させて以来毎年実施しており、今年は 15 人が参加した。

【1 日目】

ツアー初日の 13 日は米 AMD を訪問し、最新の技術や企業向けシステム展開の方向性などについて説明を受けた。迎えたアジア太平洋地域責任者でもあるイアン・ウィリアムズコーポレート・バイス・プレジデントは「企業向けの市場では日本は世界で 2 番目の市場になる。戦略市場と位置づけ優れた製品を投入していく」と話した。



同社は 11 月中旬ごろをメドに 1 プロセッサ内に 4 つの演算器を搭載した「クアッドコア Opteron（オプテロン）」の第二世代版（開発コード＝上海）を投入する。

日本から駆けつけた吉沢俊介日本法人社長は「最新プロセッサにより AMD は大きく前進する。日本のパートナー様との協力関係を密にして拡販したい」と強調した。

【2 日目】



2 日目は昨年に引き続きアップル（クパチーノ）、HP（クパチーノ）のほか、今回は初めての試みで、北米地域での HP の販売ディーラー HPM Networks 社（フレモント）を訪問した。

アップルは好調なオーディオプレーヤーの iPod シリーズなどとともにデスクトップ PC やノート PC も堅調に伸びていることを明らかにした。「MacBook を購入した学生に iPod touch をプレゼントするなど学生向けキャンペーンを積極展開していることも奏功している」（Todd Dailey <トッド・デイリー> コンサルティングエンジニア）という。

デスクトップからノート、iPod、iPhone に至るまで Mac OS 10 上で動くため、開発者にとってもひとつのアプリケーション開発で済むことも特徴だ。iPhone

を企業向けシステムと連動させた事例も出てきた。先行事例としてデイリー氏は、アップルストア各店の在庫状況をリアルタイムで把握し iPhone 経由で情報が得られるシステムのほか、iPhone で教材を見られるシステムを構築した大学などを紹介、「教材を作るサポートもしている」と強調した。

同日にはアルミボディの最新 MacBook も発表された。Windows ユーザーからの乗り換えを加速させる狙いもあり PC での攻勢もかける構えだ。Joan Hoover (ジョーン・フーヴァー) IR 担当ディレクターは「07 年の売上は 2400 億円だった。08 年は 3300 億円を目指す」と話し、今後は、教育、コンシューマ、クリエイティブ、ビジネスを軸に展開をしていく考えを示した。

2 社目は米 HP の有力ディーラーで高成長を続ける HPM Networks 社を訪れ、米国内での市場環境や戦略展開などについて説明を受けた。その中で一行を迎えた Romi Randhawa (ロミ・ランダワ) CEO は高成長の要因を「地域、提供するシステム領域、対象企業規模を特化し、むやみに手を広げないことだ」を強調した。



北カリフォルニア地域に特化して展開する HPM は、米 HP が認定するプラチナムパートナーで、サーバー統合やストレージ (外部記憶装置) システムの構築、仮想化技術を使用した IT (情報技術) 基盤構築などを中心に事業を進め、年 13—14% で成長を続ける。

社員数はわずか 34 人という規模でありながら年商約 7 千万ドル (約 70 億円) で、顧客数も百社を超える。02 年に自社内に HP のサーバーやストレージなどのシステム検証ができるラボを開設し、システム検証後に販売できる体制を整えている。



現在は HP のほか、マイクロソフト、レッドハットリナックス、仮想化ソフトの VMware、シスコなどからも認定を受け、システム構築からサポートまで行う。事業も好調だ。その要因についてランダワ CEO は「従業員 2500 人以下の中堅中小企業の IT インフラの構築に特化するとともに、地域を限定して顧客の要求に柔軟に対応できるようにしている」と分析する。

3 人チームになったサポート体制や 6 人の外勤営業による顧客獲得など、少人数で情報共有をしながら展開できる仕組みを確立したことなども貢献している。

日本市場と若干異なるのはシステム提案の役割分担ができてきている点で、同社は IT インフラに特化しアプリケーション開発などは他社やベンダーとの連携で解決する。米国の経済の不透明感に対する足元の状況についてもランダワ CEO は「中堅企業規模での IT 投資に関しては底堅い需要があり、不景気などの影響も受けにくい。順調に拡大している」と力強い。

今後の課題は現在、売上構成の約8%にとどまるサービス領域の拡大で、「20%まで引き上げたい」（同CEO）と話す。すでにデータセンターによる仮想化システムの運用なども進めている。ツアー一行は日本との若干の違いに戸惑いながらも普段あまり知られない米国のディーラーの生の声に「この規模できちんと顧客を獲得し商売を拡大していることは参考になる」などと口を揃えていた。

昨年に引き続き訪問した米HPのエグゼクティブ・ブリーフィング・センター（EBC）では、同社の最新技術動向などの説明を受けたほか、EBC敷地内に07年8月に建設した次世代デジタルライフを実現するコンセプトハウス「スマートホーム」の視察をした。



一行を迎えたテクノロジーソリューショングループ・ストラテジー・アンド・マーケティングのPaul Logue（ポール・ログ）ディレクターは、サーバーやストレージの製品動向やEDS社買収による今後の方向性などを説明し「今後は仮想化とグリーンITが重要になる」などと話した。とくにグリーンITなどに関しては、すでに世界に80箇所あったデータセンターを3箇所に集約しており、ここで培ったノウハウを顧客に展開していく意向を示している。

昨年に続き公開された「スマートホーム」は同社が北米で提案を加速しているデジタルライフスタイルを実現するコンセプトハウスで、リビングルームからキッチン、寝室、書斎まで各部屋の家電やAV、コンピュータがネットワークで接続されている。



HPのパソコンやWindowsホームサーバーによるシステムを中心に、パートナー企業と連携したシステムがすべて集中制御できる。リビングルームの大型薄型テレビで音楽や映画のダウンロードからインターネットでの情報収集などが一元的にでき、1080pのフルHD（ハイビジョン）による高画質映像で映画も楽しめる。キッチンや寝室に置かれたパソコンやテレビでも同様に様々なコンテンツが利用できることが特徴で、「メディアスマートコネク」により有線や無線での接続ができるだけでなく、無線でのハイビジョン配信もストレスなく実現していた。

日本からかけつけた日本HP執行役員でソリューションパートナー営業統括本部本部長の那須一則氏は、HPMネットワークスなど北米でのパートナー戦略について「米HPもこの規模のパートナーに支えられており、非常にパートナー連携と拡大を重要視している」と説明。今後の日本市場での展開として、ワークステーションやストレージ、ブレードサーバーなど伸びている分野に注力する考えを示し「パートナー様と一緒に取り組みたい」などと話していた。

【3日目】



3日目はアドビシステムズ、グーグル、オートデスクを訪問した。

3年連続で訪問しているアドビではワールドワイド・フィールドマーケティング・バイスプレジデントのRicky Liveridge（リッキー・リバーシッジ）氏が迎え入れ、「企業や人、情報などすべてのものにかかわりを持つ」という意味で“Engagement（エンゲージメント）”というキーワードを強調した。

これまでアクロバットをはじめツールの提供が中心になってきたが、情報量が増えネットワークでつながるようになった今、「企業ユーザーらは（あらゆるものをつながる）豊かなエンゲージメントができるようになる。その基盤をアドビが提供している」（リバーシッジ氏）と話す。

製品では「アクロバット9」と米国で発売された「クリエイティブ・スイート4」の説明があり、アクロバットは09年以降に積極的にプロモーションしていく考えを明らかにした。プロダクトマーケティングのMichael Londgren（ミハエル・ロンドグレン）氏は「広告のほか、チャネルパートナーのサポートをしていく」と述べた。

米金融危機など厳しい市場環境が予測されることについてリバーシッジ氏は「逆にチャンスだとも思う。クリエイティブ・スイート4が立ちあがったばかりなので、市場環境を見ながら確実に提案活動をしていく」などと前向きに取り組む姿勢を表している。

その後はグーグルを訪問したほか、今回、初めてCAD（コンピュータ支援設計）ソフトのオートデスクを訪問。オートデスクでは、新設されたショールームで、これまで同社のソフトでデザインされた製品群の紹介のほか、三次元プリンタの説明を受けた。



三次元プリンタはコンピュータ画面上でデザインした試作製品をプラスチックで自動的に作成するもの。チェーンなど複雑な構造物も組み上がった完成状態で出てくる。これまでデザインから試作品の作成まで多大な時間とコストを要したものを歯車やフィンなどであれば、一晩で完成してしまう。プリンタはこれまで数千万円したものが、1千万円弱で手に入るようになり、「今後は導入の敷居がさがりそうだ」（同社）としていた。

大塚会長は今回のツアーについて「サブプライムローンの問題をきっかけに始まった一連の米国経済の動きを見ても昨年のように明るい状況ではない。しかし主要ベンダーと直接に接触することで現在の米IT産業の実態の把握と、新たなビジネスチャンスのきっかけができる。来年以降も継続させていきたい」などと話している。

（電波新聞社 水品唯）