

## JCSSA シドニーIT 企業視察ツアー2018 レポート

日本コンピュータシステム販売店協会は、2018年7月3日から7日にかけて、鈴木範夫団長（日興通信株式会社・代表取締役社長）のもと、10回目となるアジア IT 企業視察でオーストラリア・シドニーを訪れ、現地参加者を含め 21 名が参加した。10 時間ほどかかってシドニーに到着後、午前中は時差調整を兼ねて、セントメアリー大聖堂、ハイドパークを見学した。こちらは南半球のため冬と言われていたが、着いてみると秋という気候であった。今回のツアーでオーストラリアは資源（鉄鉱石、LNG）が豊富で、サービス産業を中心に 27 年継続して経済成長を続けている豊かな国であることを実感した。

昼食後に、最初の訪問先であるトレンドマイクロ社シドニー事務所を訪問、移転 2 年目の新しいフロアを見学した。スタッフ 110 名でオーストラリア、ニュージーランドを担当している。窓からの眺めが素晴らしいオフィス環境、ヘッドセットをつけて業務されているのが印象的だった。その後、セミナー会場に移動して、三菱 UFJ 銀行シドニー支店、トレンドマイクロ社のお話を伺った。



### 1. 三菱 UFJ 銀行シドニー支店

まずはオーストラリア（豪州）の投資環境と日系企業動向について伺った。三菱 UFJ 銀行は 1985 年進出、オセアニア地区 4 拠点 320 名（シドニー 230 名、メルボルン 60 名、パース 10 名、オークランド 20 名）。法人のお客様に対して幅広い業務を展開、邦銀では最大規模の陣容を誇っている。国土は日本の 20 倍、人口 2500 万人、100 万人以上の都市は 5 都市（シドニー 492 万人、メルボルン 453 万人、ブリスベン 230 万人、パース 204 万人、アデレード 131 万人）、いずれの都市も海岸線に位置している。一方で内陸部は未開発である。

特徴 1：東地域に 80%の人口が集中。特徴 2：資源が豊富（東地域で石炭、西地域で鉄鉱石、LNG）、南地域では小麦。マクロ経済指標（2017）で一人当 GDP はオーストラリア 5 位（日本 20 位）、2005 年に日本を抜き、現在は 1.4 倍の水準。自動車が年間 120 万台売れていて個人の購買力が高い。在留邦人 9 万人、アメリカ、中国に次いで居住地世界第 3 位、企業からの派遣は少ないが、学生、ワーキングホリデーが多く、国の魅力（治安の良さ、格付け AAA、財政が良い等）を感じた。実質 GDP 成長率は、1990 年から 27 年間も成長継続し、オランダの 26 年を抜いてギネスブックに登録されている。

産業構造は、第3次産業(サービス産業)が75%を占める超先進国型の産業構造となっており、安定的に経済を運営できている国といえる。人件費が高すぎて製造業が成り立たない(例:最低時給 2000 円。トラック運転手年収 1000 万以上。トヨタ自動車が昨年 10 月工場撤退、自動車の製造メーカーはなく全て輸入、物を作るよりは輸入した方が安い)。輸出入状況は主に鉱物資源輸出、工業製品輸入する構造である。豪州から見て日本は 2 番目の輸出相手国、3 番目の輸入相手国で、日本から見て豪州は 10 番目の輸出相手国、3 番目の輸入相手国である。



豪州への投資は、中国からの不動産投資が増加傾向、日本は直接投資額で全世界で7位(1位:中国、2位:米国、3位:オランダ)。日系企業の動向としてはエネルギー関連(大手商社および電力・ガス会社)、サービス業関連の進出企業が目立、本社はシドニーかメルボルンに開設する企業が多い。まずこの最初のセミナーでオーストラリアに関する知識を深めることができた。

## 2. トレンドマイクロ社

日本より、大三川副社長、徳永様、園田様にご支援頂き、セミナーを開催した。まず、ANZ(オーストラリア・ニュージーランド)のコンシューマ製品について伺った。

オーストラリア(以下、豪州)は、人口 2500 万人(国土米国とほぼ同じ、人口米国の 1/12、海岸線に集中) 平均年収 711 万円 インターネットスピード 8.2mbps。ニュージーランドは、人口 470 万人、平均年収 360 万円 インターネットスピード 9.3mbps 羊の数が人間を上回っている。豪州は 2000 万人以上が 16 歳以上で、日本同様に高齢化が進んでいる。労働人口 1230 万人の 46%が最低月 1 回は在宅勤務をしている。

豪州の PC 出荷台数 2017 年 Q4 : 116 万台 この数値は世界 PC マーケットの出荷台数伸長率 0.5%を上回っている。特に教育分野が堅調に推移、中小企業はクラウドにビジネス移行傾向。スマートフォン出荷台数 310 万台、デジタルライフがスマートフォンにシフトしていてスマートフォンがデジタルライフには不可欠になってきている。豪州でもようやく日本同様にタッチアンドゴーが進みつつある。また、子供たちはタブレットを主に使っている。

今 IoT デバイスは米国のように成長している。利用量 49%増、許容量 2 倍、メインデバイス 43%、TV 視聴 23%、音楽ストリーミング、チャットポッド利用 54%、平均価格 30%増(対 2015 年)。2022 年までに IoT デバイスが他の機器を超える。豪州一世帯平均 27 台(日本は 15 台)のデバイスが使用されている。

セキュリティ導入が家庭での懸念事項で、豪州では購入前に実際見て触りたいため、量販店での購入がトップに上げられる。他国ではアマゾンが主要なオンラインストアになっているが、豪州でのコツがつかめていないため勢力がない。オンラインバンキングに抵抗はないが、製品購入は実際見て購入する傾向が強い。

豪州ではコンシューマ向けとして 2 つの製品を販売している。MAXIMUM SECURITY(日本のウイルスバスター)と、IoT に対して Home Network Security(日本のウイルスバスター for Home Network)は、日本に次いで 2 番目にホームネットワークセキュリティを販売した。ANZ 量販店での販売ランキングにおいて、豪州では 1 位 : Harvey Norman(大型店舗展開)、194 店舗、売上 4570 億円、利益 365 億円、タイプ(PC/電化製品/家具)、2 位 : JB Hi-Fi(ショッピングモール中心に展開)、185 店舗、売上 3376 億円、利益 213 億円、タイプ(PC/電化製品)、3 位 : Office works(米国のオフィスデポの豪州版)、164 店舗、売上 1594 億円、利益 117 億円、タイプ(事務用品店型)。ニュージーランドでは、1 位 : Harvey Norman、36 店舗、売上 674 億円、利益 59 億円、タイプ(PC/電化製品/家具)、2 位 : Noel Leeming、77 店舗、売上 601 億円、利益 14 億円、タイプ(PC/電化製品)、3 位 : JB Hi-Fi、16 店舗、売上 173 億円、利益 3 億円、タイプ(PC/電化製品)。

ANZ リテールマーケット量販店シェアは、1 位 : 42%・Harvey Norman ANZ、2 位 : 28%・JB Hi-Fi ANZ、3 位 : 13%・Office works。セキュリティ業界リテールシェア、1 位 : 52%・Symantec Norton、2 位 : 44%・Trend Micro、3 位 : 4%・Kaspersky、日本では、Trend Micro 社がリテール市場シェア 1 位なので、豪州においても 1 位を目指している。

Harvey Norman はテクノロジー業界の牽引役を目指しているため、ホームネットワークを積極的に展開している。JB Hi-Fi はショッピングセンターにコンパクトな店舗展開していて、日本的なリテールの雰囲気が出ています。2 番目のパートナーで MAXIMUM SECURITY も販売している。Office works は電子機器とオフィス家具を販売、販売員を多く持たないため MAXIMUM SECURITY を展開。コンシューマビジネスでの売上はリテール 25%、オンライン 75%、オンラインは更新ビジネスが貢献している。

オンラインの世界では、競合が多数存在して厳しい状況で、主要な競合先はNorton、McAfee、AVGの3社、オンライン広告で苦戦している。バナー広告ではノイズを上げるのに苦戦しているため、今はソーシャルメディアにフォーカス。注意喚起のためにソーシャルメディアを利用して400万ビューを獲得した。従来の広告では売上直結にフォーカスしていて、50%ディスカウントを広告上で掲載している。広告コストに見合う売上確保は厳しい状況のため、マージンなどを考えると広告費を上げるのは厳しい状況であり、リテールでは量販店で製品を陳列して、広告の代わりに認知度アップを図り、業績拡大につなげていくとのことだった。



続いて、2014年11月豪州に赴任してから経験したことを「私がクッキーモンスターになるまで」と題してお話を伺った。現在コンシューマ製品の契約更新業務に携わっていて、9か国を担当(豪州、ニュージーランド、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイ、ベトナム、フィリピン、インド)、更新日が近づくとデスクトップ広告とメール送付し、販売ページに導いている。

新規ビジネス契約をクッキー獲得とみなし、クッキーをベースにして更新ビジネスを展開していることからクッキーモンスターと呼ばれるように。1年目は新しいことに感動、挑戦しつつも、時間を要する。片腕が豪州に入っていないドアの向こうには日本が……。2年目はもうお客さん扱いにはしてくれない。豪州に染まりたいが、日本人らしさが抜けずに悩みが絶えない日々を過ごす。3年目は徐々に好きなことができていくことを実感し、プライベートでのさらなる異文化体験がスタートする。4年目は違うバックグラウンドを持つ人々とのコミュニケーションの取り方を徐々に理解していった。

クッキーモンスターになる過程で実感したことを、次の6テーマご紹介いただいた。

1. 松下友紀と働く人々
2. 海外の人と働くとき、日本人が苦勞すること(上下関係がはっきりしない・会話についていけない・ミスを指摘しても誤りを認めない・仕事の指示をしてもその通りに動いてくれない)
3. 日本人はどう見られているか(良い点は勤勉に働く、悪い点は意思決定が遅い)
4. 出身国によるコミュニケーションスタイルと対立への姿勢(直接型はドイツ、間接型は東南アジア)
5. 出身国による言語への依存度
6. 出身国による会話のペースと沈黙の利用の違い。

結論として、日本人として意識したらよいと思うことは「衝突を恐れず、必要以上に話す」「ごめんなさいにご用心」「日本人らしい丁寧さで勝負」の3項目にまとめていただいた。海外とのビジネスの際に、参考になる貴重な体験談を伺う事ができた。

### 3. NEC Australia.Pty.Ltd.

まず、NEC オーストラリアについて伺った。NEC オーストラリアのスローガンは「ICT トランスフォーメーションカンパニー」で、お客様の IT と通信環境を改善変革していく会社として事業を展開、カスタマーサービス・エクセレンス(お客様の体験経験を素晴らしいものにしていく)、メジャーフォーカス・パブリックセーフティ (特に顔認証技術を差別化商材) をキーワードに、顧客満足度向上を目指して、システムソリューションをトータルで提供している。

オーストラリアでの歴史は、1960 年衛星通信システムを日本から輸出してビジネス開始。1969 年に NEC オーストラリア社を設立し、現地生産のためメルボルンに工場建設。1970 年オフコン、通信システムを展開。1990 年にはマイクロ通信システム、クラウド的なソリューション、携帯電話を展開。2012 年に認証技術(指紋、顔)、クラウドベースのシステムソリューションを提供して現在に至っている。

お客様セクターは、①公共(首都キャンベラに政府各省庁、6 州)、②病院(保険局、病院向けネットワーク)、③教育、④運輸(公共交通機関)、⑤公安警察、⑥イベント系(ホテル、スタジアム)、⑦一般企業、に分けて取り組んでいる。オーストラリアには拠点 10 か所、メルボルンには、本社とテクニカルセンターがある。売上の 70%は公共関連(連邦政府、州政府、市町村)が占めている。従業員 1800 名(メルボルン 600 名、シドニー400 名他)、うち日本人は 6 名で経理等を担当、社長は現地の方が就任している。社員の内訳は営業 200 名、技術 300 名、スタッフ 200 名、運用管理担当 1100 名である。

昨年は、海外企業の中で現地投資が評価され、貿易大臣賞を受賞した。授賞式には新野社長が参加された。主要なテクノロジー協業先(パートナーシップ)は 20 社、JCSSA 会員企業は 4 社(Microsoft、NetApp、IBM、intel)が入っていた。

主要実績については 5 件を紹介された。運輸局プロジェクトを受注して実行中、コールセンターサービスは、2 年前に Wollongong 市に設立したコールセンター(200 名規模)でサービスを行っている。Wollongong 市は、神奈川県川崎市が姉妹提携都市になって、今年で 30 周年、



本日は市長が来ている。午後はコールセンターの紹介で対応を予定している。次に、州政府向けの ICT サービスプロジェクトに、参加メンバー3 社の 1 社として実行中、州通信監理局向け独自ネットワークの通信システムを納入している。ある州では ESTA000 (日本の 110) 緊急システムおよびオペレーションサポートを行っている。NSW 向け緊急システムについてもサービス(コールセンター)提供、シ

システムは既存の他社を使用している。サイバーセキュリティ関連(日本では SOC)センターをアデレードに設置し、ネットワークのサービス提供の追加メニューとして、モニタリングより通知するサービスを行っている。ダーウィンで顔認証システム犯罪者のデータベースをもっていて、事件があると照合するシステム、ブランド名「ネオフェイス」を導入している。外務省向けの全世界 160 か国、在外公館向け全体の通信 IT ネットワークのモニタリング監視を、キャンベラのグローバルサポートセンターで 24 時間行っている。例えば、東京三田のオーストラリア大使館で何かあればコールセンターで受け付け、リモートでサービスを提供している。

最後に顔認証システムのデモ VTR を視聴した。米国の顔認証評価機関で、3 年連続で正確性とスピードで顔認証技術世界一の評価を受けている。カジノで VIP 対応、警察関係等で実績がある。視線感知技術は挙動不審者、万引き防止等に期待。この技術を応用して、オーストラリアで独自に、子供の自閉症早期発見に向けて実証実験中である。このようなお話を伺い、認証に関連する豊富な実績から顔認証技術の NEC を再認識することができた。

#### 4. Fujitsu Australia Limited

初めに営業責任者より、オーストラリアでは 40 年間事業を行っている旨のご挨拶をいただいた。日本から 12 名の駐在員サポートおよびローカルの人材育成、開発拠点では 2 名が駐在。

初めに現地の富士通の概要について伺った。富士通オセアニアの人員は、日本からの出向者 15 名、社員 4200 名である。1970 年代に現地法人を設立してパソコン中心の箱売りがメインだったが、その後ソフトウェアへシフトし、現在は 70%がソフト、30%がハードという構成比である。

現オフィスには 3 年前に移転、アジャイルワーク(働き方改革)を推進し、Wifi 環境が整っていれば、自宅など社外での勤務を可能にした。成果を上げていけば、何処で仕事をしていても OK である。富士通全体は売上 4.1 兆円、営業利益 1,824 億円、サービスビジネスへのシフトで、資産を圧縮して取り組んでいる。IT サービス市場ランキング(日本 1 位:12.4%、世界 5 位:2.1%)、オーストラリアでは、デロイトなどの会計監査系が付加価値の高いコンサルでシェア拡大を図っている。一方、インド系ベンダーとの競合が激化している。オーストラリアでの最低賃金時給約 1600 円と高額なため、リモートでできる作業はオフショア・デリバリーセンター(インド、フィリピン)を活用し、お客様に還元している。

富士通グループ全体としては、海外売上比率 50%(現在 36%)を目指している。ANZ の IT 市場規模は 266 億米ドル(内訳:オーストラリア 241 億米ドル、ニュージーランド 25 億米ドル)。特筆事項としては、主戦場であるアウトソーシング 100 億ドルは、インドベンダーの影響もあり、成長率 4.4%と横ばいに対して、インプリメンテーションおよびコンサルティングは成

長率 10%前後で推移している。オーストラリアは、市場規模は小さいが営業利益率が高い。また、オーストラリアは市場規模が小さいため、テスト市場と位置付けている会社が多い。失敗してもリスクが少ないので、新しいビジネスをオーストラリアで取り組む企業が多い。成功事例は他拠点で横展開を図っている。人員構成は富士通グループ全体 17 万人(日本 99 千人、EMEIA26 千人、アジア 18 千人、アメリカ 7 千人、オセアニア 4.2 千人)、オセアニアはオンショア 3.5 千人、オフショア 0.7 千人で運用している。

次に Fujitsu Oceania 概要を伺った。1972 年設立の Fujitsu Australia (FAL)+1981 年設立の Fujitsu New Zealand (FNZ)=Fujitsu Oceania (FANZ)。両社ともに IT サービス・プロバイダとしては各国第 3 位の実績を確保している。市場シェア 3.7%、従業員 4200 名、事業の特徴は、①ICT の技術分野の多岐にわたり、総合的な ICT ソリューションおよびサービスを end-to-end で提供、②サービス指向のビジネス形態(売上内訳：サービス 72%、プロダクト 28%)、③交通産業の IT サービス・プロバイダとして 1 位、④ヘルスケア、政府系の IT サービス・プロバイダとして Top5、⑤小売り、社会インフラ産業で IT サービス・プロバイダとして Top10。戦略的注力分野の取組みは、①継続的成長戦略、②競合他社よりマーケットシェアの獲得、③Cloud&Virtual Client Services) 案件の推進と加速化、④ビジネス拡大に向け、先進技術ソリューションの取入れと積極的提案、⑤業務モダナイゼーション・オートメーション、オフショア活用。

市場の経済状況は、①オーストラリアは史上最長の継続的な経済成長を記録、②86 四半期連続で GDP 成長率は上向きで、28 年間、不況を経験していない。③現在の GDP 成長率：NZ2.6%、Aust2.8%、④インフレーション：NZ1.1%、Aust1.9%、⑤失業率：NZ4.4%、Aust5.5%。

市場の特徴としては、①デジタル技術の普及度は高いが、複雑性はそれほど高くない、②デジタル分野がマーケット拡大を牽引している。トラディショナル IT(従来型ビジネス)の売上伸長は比較的ゆるやかである。③世界各国のベンダーが参入しており競争は活発、④活発な競争の結果、大多数のベンダーは M&A を戦略的に行っている。⑤サービス産業が市場を独占、政府系、ヘルスケア、教育、金融サービスなど。

シドニー本社は、従業員 1220 名、データセンターは 5 拠点にあり、ビジネスの体制を整えている。参入市場は特定の業界ではなく、様々な業界の有名な企業をカスタマーとして捉えている。人材の流動化は日本より活発で、退職率は日本 2%に対し、オーストラリア 15%であり、優秀な人材獲得と確保に注力するといった雇用環境にある。

続いて Fujitsu Australia Software Technology (FAST) 会社概要について伺った。1989 年創立され、富士通ミドルウェア事業本部直系子会社、事業所はシドニー、ブリスベンに拠点、従業員は 55 名、ビジネス概要は、①富士通本体からの受注ビジネス、②富士通本体以外からの受注ビジネス、③ローカルビジネス。

強みとしては、①オープンソースウェア (OSS) に対する知見が広い (ブロックチェーン他)、②クラウド関連技術、③ソフトウェアに対する海外ビジネス R&D、④デリバリー技術。OSS の有効活用およびコミュニティにおける富士通のプレゼンスの向上に寄与している。ブロックチェーン技術に 2 年前から注力しておりプレスリリースした。①メガバンク (みずほ銀行) との共創、個人送金の実証実験取組み。②先月、ブロックチェーンを簡単に利用できるようにパッケージ化して提供開始している。



次に Fujitsu Oceania の業績・戦略を伺った。従業員数は減少傾向にあるが、オフショア等を進めて売上利益は順調に伸びている。2017 年度実績はコア 23 社から 80%契約。事例①大手航空に働き方改革実現させるサービスを契約。②大手エネルギー会社に対してサービスを提供、様々な取り組みを広げていてプロダクトの提供にとどまらず、サービス全体のプランニング、コンサルティング、コーディネートをした上で提供する取り組みを行っている。

競争優位性に向けた理念としての根本的な考え方は、①卓越性、②洗練されたオペレーション、③グローバル・リソースの活用、④人と文化、⑤イノベーション。

戦略的ビジョンは、①デジタルソリューションとサービス企業の Top3、②2020 年までに売上の 30%をデジタル領域ビジネスで達成、③顧客満足度と CSR を意識して取組んでいる。2018 年度のフォーカスは、デジタルオフエリング(クラウド&ハイブリッド IT)、お客様のニーズに合わせた強靱な組織づくりについて伺った。

次に 2018 年テクノロジー・トレンド(6 分野)について伺った。①標準基盤化、②デジタル人材獲得の戦い、③企業の定量的管理、④サイバーレジデンス、⑤デジタル・エクステンション、⑥高度な AI の事例をご紹介いただいた。

最後に富士通プロダクトセールス戦略を伺った。①富士通の特徴・強みとして、以下の点をご説明いただいた。\*自社開発生産されたプラットフォームを提供 \*コーポレート使用に適した高品質、高信頼のプラットフォーム \*5 年以上の使用想定した製品開発およびフィールドサービス \*自社社員または富士通が育成認可する ASP によりメンテナンスと修理を



実施 \*大企業の枠を超え、ビジネス展開 \*チャネルパートナーと共同で堅実、成長型、収益性の高いビジネス展開。その後、プロダクトセールスに関連した、②Products、③ターゲットマーケット、④富士通プロダクトセールス戦略、⑤チャネルサービス、⑥フィールドサービスについてご説明いただいた。

## 5. Content Security Pty Ltd

ここではまず CEO より、インフォメーションセキュリティに対して、どの様に Content Security がアプローチしていかという内容を伺った。

インフォメーションセキュリティについて、お客様と会話することは重要である。アメリカの商工会議所の一員として、オーストラリアからお客様の幹部である CIO、CEO をサンフランシスコで開催された RSA (インフォメーションセキュリティのエキスパートが多数参加、今年5万人が参加) コンファレンスに招待できたことが今年の成果の一つである。多くのアメリカ人とミーティングができてよかった。その中のジェフリープライズ氏は、大統領選挙の際にセキュリティエキスパートとしてヒラリークリントンを支えた。Eメールスキャンダルやロシアのハッキングが影響して選挙に敗れたわけであるが、インフォメーションセキュリティを守る事の大変さを実感している。

彼の友達で、元セキュリティカンパニー「ネセス」CEO、今はベンチャーキャピタルを運営して、サイバーセキュリティ企業 30社に投資している方がいる。多様なサービス・プロダクトをカバーしており、いろいろな会社が誕生していた。お客様と展示フロアを見学し、多数のセキュリティ製品が展示されていた。ディナーでは CIO、CEO がいろいろな話をしていた。製品やサービスが多すぎて混沌としていると話していたため、どのようにこの状況を打開することができるかを考えた。セキュリティオペレーションを作った NTT の方と出会うことができた。彼にセキュリティ対策で、何を一番最初にするかを聞いた。混沌とした状況を解決するために、どこから対応するかを聞いてきた。

彼はサイバーセキュリティのフレームワークが大切であると言っていた。なぜなら今日の問題は、IT の問題がビジネスに直結している。重要なのは CIO、CEO が問題にかかわることである。ボードメンバーの決断が社員の決断に影響を与える。フレームワークはアメリカで出来上がったものだが、これが今普及しだしている。コアになるものが「特定」、「防御」、「検知」、「対応」、「復旧」これらがフレームワーク。これらを統合して対応する必要がある。

いま大切なのは、エンドユーザーを訓練することである。技術トレーニングがあっても、エンドユーザーが不履行を起こすと、セキュリティが脆弱になる。セキュリティに対する注意喚起のトレーニングが、お客様の中で興味のあるトレーニングである。多くのサービスやトレーニングがあるので、お客様が誰と会話したらよいのかわからない状況にある。コンテンツセキュリティでは、問題を簡単にすることに注力している。それを実現するために Trend Micro 社と協業してサービスを提供している。お客様も TM 社が提供するサービスを使うこと

によってコストを削減することができる。Content Security にとっても、TM 社のような統合的なサービスがあると助かる。お客様にとってもいろいろなサービスを組み合わせるよりは TM 社のサービスで、統合的にセキュリティ対策をできたほうがメリットがある。

次に、セキュリティ製品の担当として、TM 社製品を政府や大企業に対して提供している方から話を伺った。重要なことは、マネージャーやエンジニアとの関係構築で、どのような会社がクライアントなのか、詳しく知ることが重要となる。まずは取引先の会社の歴史を知ることが大切である。ビジネスの中での脆弱性、組織的な脆弱性を理解することが大切である。次に、企業の中で TM 社がどれほど成長しているか説明し、キーとしてフォーカスしているのは決裁者、エンジニアなどの影響を与えることができる人、実際に使う EU (End user)。通常は EU と話す機会はないが、実際には EU が経験している問題を知ることが大切である。通常起こる問題として EU とエンジニアマネージャーとのコミュニケーションが欠如していて、間に壁があり情報共有ができていない。それを解決するために、デジモンメーカー、インフルエンサーと EU とのコミュニケーションを埋める役割をする。マネージャーたちは、通常あまり技術的なことはわからないので、その製品を使うことによってどのようなことが期待できるのかということの説明している。エンジニアたちはトレーニングが不足しているため、実際に製品を触ることに不安感を覚えている。こういった問題を解決するため、メンテナンスやヘルスチェックを3か月に1回行っている。このようなことをすることによって、インフォメーションセキュリティの関係を構築している。これが政府に対して提供しているサービスで、エンドポイントセキュリティ (TM Office Scan) で2万台の端末をカバーしている。彼らは TM 社の他製品の知識がなかった。そのためメールセキュリティサービスを提案、これらのサービスを統合的に提供することによって、お客様はコストを抑制できメンテナンスも簡単になる。ひとつの製品を納入したときに、これほどたくさんのもに脆弱性があることが分かった。セキュリティの提案は、ボードメンバーに対してインフォメーションセキュリティの脅威と脆弱性を共有して、統合的なサービスを利用することによりコスト削減、サービスサポートのワンストップ化により効率の良い運用管理ができる。

最終日は、世界でも指折りの美しい湾を望む南半球最大の都市であるシドニーを観光した。



ハーバーブリッジ、オペラハウス、セントアンドリュース大聖堂を見学できた。週休3日といわれるだけあって、最終日金曜日の午後は、人通りが多く感じられた。また夕食会では、参加者全員から今回のツアーの感想を述べて頂いた。

トレンドマイクロ社の大三川様、園田様には大変お世話になりました。おかげ様で、大変有意義な視察となりました。ありがとうございました。

今回は豊かな国、オーストラリアを体験できました。今回のツアーも皆様のご協力のおかげで全員が事故なく無事に帰国でき、誠にありがとうございました。大変お疲れ様でした。

(JCSSA 事務局 小山敏之記)