

Hitachi Solutions

[日立ソリューションズ情報誌]
Hitachi Solutions Information magazine

HITACHI
Inspire the Next

REVIEW

2011.11

vol.

3



Solutions

解决方案

Lösung

решение

솔루션

[特集] 日本企業の海外進出を成功に導くITソリューション

02・ Special Interview
水野 真澄 氏
Mizuno Consultancy Holdings Ltd. 代表取締役社長

07・ 注目ソリューション
日立ソリューションズの
グローバル&中国戦略

11・ CaseStudy — 図面の高速転送サービス
市光工業株式会社

13・ CaseStudy — 生産管理システム
カンケンテクノ株式会社

15・ CaseStudy — クラウド型CRMシステム
日立建機株式会社

17・ 日立ソリューションズグループ TOPICS
株式会社日立ソリューションズバリュー

[特集]

日本企業の海外進出を成功に導くITソリューション



日本企業の海外進出が止まらない。とりわけ中国・アジア地域へは従来の製造業に加え、サービス業も熱心に拠点開発を進めるようになった。企業のグローバル化に伴い、経営効率を上げるために欠かせないのがITソリューションだ。通信インフラ、業務アプリケーション、セキュリティ強度なども含めて国内と同等レベルのシステムを使いたい、これがなかなか難しい。これまで海外拠点ごとに個別に整備されてきたIT基盤も、グローバル共通のITマネジメントの下に再構築したい。グローバルビジネスにおける業務効率の最大化、ITコスト・ITリスクの最小化のためには、伴走する強力なITパートナーの存在が不可欠となっている。本号は、こうした課題を解決するための日立ソリューションズのハイブリッドインテグレーションを紹介する。

Special
Interview
Masumi Mizuno

これから中国ビジネス 日系企業は何を目指し、 何に気をつけるべきか

かたや中国の消費マーケットの拡大、かたや日本の国内マーケットの低迷、さらには円高や電力インフラへの不安などもあって、あらためて中国・アジアに進出する日系企業が増えている。日立ソリューションズも、こうした日系企業向けにITソリューションを提供するために、中国拠点展開を強めている。中国ビジネスの現状と将来性をどう考えるか。コンサルタントとして、日中ビジネスに深くかかわってきた水野真澄氏に話を聞いた。



「Mizuno Consultancy Holdings Ltd.」
「水野商務諮詢(上海)有限公司」
「水野商務諮詢(広州)有限公司」
代表取締役社長 経営コンサルタント

水野 真澄 氏

テレビショッピングで実感する 中国消費マーケットの拡大

「中国でテレビショッピングでモノを売ると、ものすごい反響なんですよ」

と言うのは、経営コンサルタントの水野真澄氏。2001年に丸紅香港でコンサルティング業務を本格的に始め、2008年には中国に進出する日本企業のためのコンサルタント・ビジネスを独立開業。現在は日本と中国を常に行ったり来たりの日だ。

テレビショッピングといっても、もちろん水野氏自身が出店したわけではなく、彼の元部下の青年企業家の話である。その彼はもともとは中国で生産した靴を日本市場に卸すビジネスをしていたが、中国国内人件費の高騰や、日本市場の消費の手控えでこの数年の利益は思わしくな

かった。そんな時、知人の勧めで中国国内向けに、その靴をテレビショッピングで売り出したというのだ。

日本では7,000～8,000円のビジネスシューズ。品質やデザインには自信があるが、知名度やブランド力があるわけではない。これを邦貨換算6,000円ほどに設定した。テレビ放送は上海市内向け。放送枠は3分間。どうせ大した売上にはならないだろうと、とりあえず500足を用意した。

ところが放送が始まったとたん、通販のコールセンターにはひっきりなしに電話がかかってきて、対応が間に合わないほど。なんと3分間の放送枠のうちに500足全部が売り切れてしまったというのだ。

「彼にとっては、初めての中国国内販売体験。あらためてマーケットの購買力に

驚いたと語っていました」

日本に売るよりも、中国国内で売ったほうが可能性がある。そのことを日中ビジネスにかかわる人たちは気づき始めている。

参入障壁の低減により、 外資系企業もECビジネスが可能に

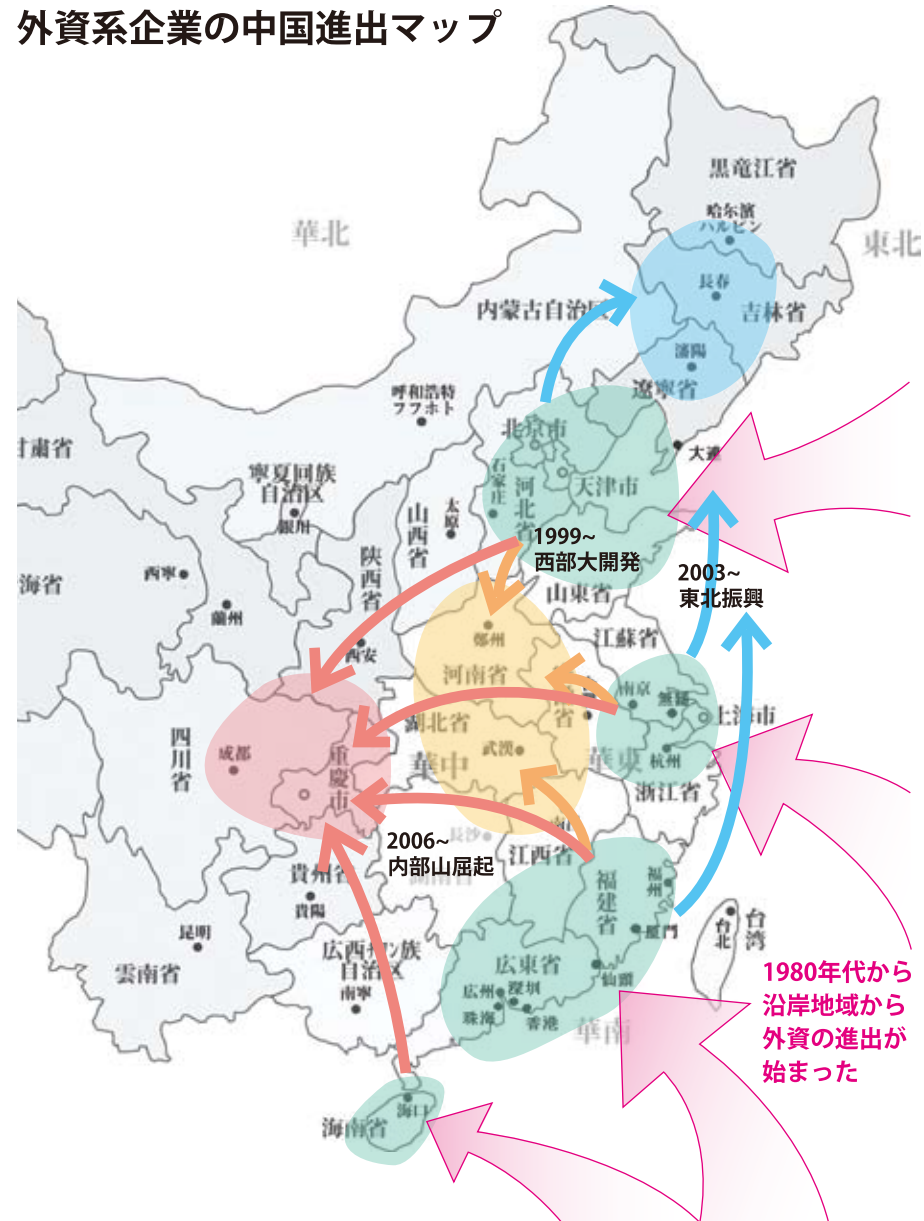
水野氏がコンサルタント業務を始めた2001年前後、日系企業の中国への進出ラッシュといわれた年。ただそのほとんどが製造業で、中国の安い人件費を期待した労働集約型による中国現地生産を目指したものだった。製品のほとんどが日本を含む海外市場に販売された。中国はあくまでもファクトリー（工場）であって、マーケット（販売市場）ではないという認識だったのだ。中国国内市場はまだ未成熟で、外資系の卸・小売業の参入が認め

中国の経済政策と外資系企業の中国進出の流れ

[illegible]

●字は日本の出来事

外資系企業の中国進出マップ



られていなかったという事情もある。

中国は、2001年12月にWTOに加盟したが、国内法制度はすぐには対応できず、外資系企業に国内流通権や貿易権が開放されたのは2004年のことだった。しかし、年率10%を超えるその後の高度成長で、様相は一変した。国内消費市場が急速に拡大を進めているのだ。

それに伴う市場改革の動きも目覚ましい。冒頭にあげた通販ビジネスへの外資参入許可もその一つ。これまでも有人・有店販売は可能だったが、インターネット通販を含む無店舗販売には外資規制がかかっていた。ところが、この1～2年でその法規制は緩和された。

依然として国家が管理するICP（インターネット・コンテンツ・プロバイダー）ライセンス制度があって、この登録を行わないと資本のいかにかわらず、中国

国内でWebサイトを公開することはできない。しかし、その許可を取得したうえで、通信販売のような販売業が主たる業務であり、サイト運営はその販売手段の一つにすぎないと認められれば、外資系企業もインターネット・ビジネスを行うことができるようになってきた。

もちろん中国国内販売に乗り出すにあたっては、代理店・小売店など販路の確保、マーケティング、さらには与信管理を含むリスク管理は必須だ。しかし、これは中国に限らず、どの国でも同じこと。外資系企業の参入障壁は、想像以上に低くなっているというべきなのである。

「中国ビジネスに長年かかわってきている私にとっても、この10年の急激な変化は驚きです。これからの日系企業は中国国内でどんなビジネスをやろうとするのか——従来型のものづくりに徹するの

か、中国国内マーケットへのアクセスを強めるのか、そのどちらかを選ぶ必要があるし、その選択のチャンスが訪れているのだと思います」

水野氏はそう語るのである。

人件費高騰、労働者の意識の変化で 輸出型労働集約産業は？

一方で製造業を巡る変化はどうだろう。水野氏があげる重要な変化は、人件費の高騰と労働者のマインドの変化だ。1990年代まで中国には安価な労働力が無尽蔵にあるといわれていた。しかし、この10年で最低賃金は月額500元から1,500元と3倍増。かつて工場の門の前に求人ビラを貼っておけば、予定人員の3倍の労働者が列をなしたほどの求人需給も、今は望むべくもない。「2008年の労働契約法の制度化で、労働

者の権利意識も高まっています。労働仲
裁や労働訴訟のコストが安いので、すぐ
に訴訟が発生する。これで悩まされてい
る日系企業も少なくありません」

製造業のマーケットを見ても、中国国内マーケットの伸張に対して、日本を含む海外市場はシュリンクする一方である。アパレル、雑貨など、中国で生産して海外へ輸出する典型的な労働集約型製造業では、1,000元を切る労賃でないとコスト割れを起こす。中国から東南アジア、インドへとさらに拠点の移転を検討する企業も増えている。

「もう一つの回避策は、製造拠点を比較的労働コストの安い内陸部に移すことですが、これまたやっかいな事情が立ち回っています」と水野氏。

製品が省境を越えるたびに、「税金だ
かなんだかわからない」手数料を要求さ

れるというのだ。商習慣といってしまうばそれまでだが、沿岸部ではほとんど見られなくなったこの「非関税障壁」は複雑怪奇で、それへの対処には苦慮する。

こうした慣行に対応するため、1990年代の中国進出にあたっては、香港企業を仲介役に使うという方法がもてはやされたことがある。貿易拠点としての上海の地位が相対的に上がり、直接投資も解禁される中で、ビジネスセンターとしての香港の位置は相対的に低くなったとされるが、「依然として香港の役割は重要。最近では中国・台湾貿易の活性化に伴って、仲介役としての台湾企業のプレゼンスも重要になっています」と、水野氏は指摘する。

香港についていえば、2004年に発効したCEPA(中国本土・香港経済連携緊密化取決め)が功を奏している。CEPAは香港原産製品が中国本土へ輸入される際の

輸入関税が免除されるほか、香港のサービス業者、小売業者に対して優先的に中国本土の市場参入を認める内容の一種の自由貿易協定だ。香港企業と提携する形でビジネス・スキームを組めば、日系企業にとっても恩恵がある。人民元の決済機能の点でも、香港のバンキングシステムの活用度はますます高まっている。「中国はいま税制改革を真剣に進めています。たびたび変わる法制への対応や、フリーゾーンとしてのメリットを生かすという意味でも、香港に地域統括会社（RHQ）を置いて、中国本土をオペレーションしていくことの意義は大いにあります」と水野氏は言う。

中国のビジネス・サポート機能は どこまで使えるか

中国に進出するにあたってもう一つ重



外灘から見た上海の新都心・浦東新区。特徴的な塔は東方明珠電視塔



香港セントラル金融街の一角



香港のウォーターフロント。中央は78階建てセントラルプラザ



香港のセントラル(中環)金鐘地区にある、高層ビル群。長江センター、中国銀行タワー、香港上海銀行などが建ち並ぶ



中華人民共和国の象徴・天安門。かつては故宮(紫禁城)の正門だった



上海最大の繁華街「南京路」は、世界最長のショッピングモール。全長は約6km、1日の来訪者数は100万人とも

要なポイントは、法務、会計、翻訳、ITなど現地のビジネス・サポート・サービス機能が、使えるかどうかだ。

10年以上前の中国を知る人なら、無愛想な店員から釣り銭を投げて寄せられたという経験を持つ人も少なくないだろう。それほど、中国には、資本主義的な意味での顧客満足度やサービスという概念はなかった。しかしこれも大きく変化している。2001年のWTO加盟をきっかけにサービス産業への外資規制も緩和されるようになり、中国人がグローバルなレベルのサービスに接する機会も増えてきた。「10年前、日系企業が現地の会計事務所や法律事務所を使おうものなら、その書類はとても使えるものではありませんでした。しかし、今は法律をベースにきちんとロジックを組み立てた意見書を出してきます。もちろん、日本国内や、海外進出先でも台湾などのサービスと一律に比べることはできませんが、法律・税務といったソフト面での意識の成長は著しいものがあります」と水野氏は評価する。

ビジネスサポート・サービスの一つであるITの中国における普及についても水野氏はこう語る。「インターネットは政治的な監視・検閲が

あって、日欧米のような自由度はありませんが、それでもインターネットの普及は凄まじく、ビジネスでのITの活用はもはや常識となっています。実際、すでに世界に打って出ている中国の大企業はグローバル・スタンダードでITシステムを構築しています」

日系企業の中国進出においても、本社と海外支社との情報のやりとりや、業務の効率化を考えた時、ITの存在は欠かせない。

むしろ、中国でのITシステム構築にあたっては、情報セキュリティの不安はある。「情報漏えいのリスクは日本以上という前提で取り組む必要があります。リスク対策のうえでも、情報活用のうえでも日本の本社機能が主導権を持ってITシステムを構築することが鍵ではないか」と、水野氏は指摘する。

郷に入れば郷に従え。 日本以上に与信管理は徹底すべき

2005年の広告業への外資単独参入の開放など、ビジネス・サポート領域での規制緩和は今後も進んでいく。

むしろ、中国国内で事業を展開すると

なれば、郷には入れば郷に従えで、発想の転換は不可欠だ。中国に進出した日系企業や外資系企業にモノやサービスを提供すると、中国の企業や消費者にダイレクトにモノやサービスを提供するのでは、大きな違いがあると、水野氏は指摘する。

「日本でのサービス・クオリティーを維持しつつも、中国人の習慣に合わせていくことが大切。日中双方のノウハウを身につけることが欠かせないのです」

つまりは、中国人のビジネスとはどういふものなのかを、まず知る必要があるというのだ。そのキーワードの一つが「性悪説」だ。中国人は人を疑うところからビジネスを始めるのだ。

水野氏がよくあげるエピソードにタクシーの例がある。日本では、料金の支払いを終えてから、運転手がトランクを開けてくれて、荷物を取りだすのを手伝うのは当たり前前のサービス。欧米のようにチップさえ受け取らない。このサービスでは一瞬とはいえ、タクシー車内には乗客しかいないという状態が生まれる。乗客が売上金を強奪して逃げ出すということなど、全くの想定外だから、できるサービスである。

「こんなことは中国では絶対にあり得ないことです。中国のタクシー・ドライバーはまず受け取ったお札を、二セ札かどうかチェックするところから始めるぐらいですから(笑)」

日本でタクシー運転手がお札を灯りに透かしてチェックするなどあり得ない話だが、もししたとすれば、乗客は激怒するだろう。「しかし、中国では乗客も全然怒ったりしません。運転手にとって二セ札のリスクを回避するのは当然の行為。もしそれをしないで二セ札をつかまされたら、法的にはともかく、ビジネス常識としては、それは乗客ではなく、運転手が悪いということになってしまうのです」

実務に即した話でも、中国に進出した日系企業の中には、与信管理が甘く、例えば掛け売りがかさんで潰れるケースはよくあるという。「中国では、企業が振り出す手形はそれだけでは一般に信用されません。銀行が支払い保証をしたものでないと受け取らないし、銀行側も保証にあたっては、100%のキャッシュ・デポジットを要求するという習慣があります。そのキャッシュも当然、二セ札でないかのチェックは厳しいですよ」

日中間の壁をひとたび乗り越えれば、 強固なパートナーシップが築ける

しかし、そうした壁を乗り越えて、ビジネス関係が進んでいけば、日系企業と中国企業は十分にパートナーシップを築くことができる。「ひとたび顧客企業との信頼関係を構築し、一種の“身内”“仲間”として認められるようになれば、ビジネスは長続きするはず。中国人の身内意識は想像以上に強いものがありますからね」

最後に、日系企業がこれからの中国ビジネスで勝つための、着眼点を聞いた。

- ・ 現段階では、誰もが参入する市場よりは、ニッチな市場・分野を選んだほうが勝算は高い
- ・ いったん便利で快適なものに触れれば、中国の人のもう元に戻ることができない
- ・ 簡単に真似されないものをつくっていく。日本のものづくりやサービス力を発揮できる余地は十二分にある

商社時代から含めて、中国ビジネスの18年にわたるコンサルティング経験から、水野氏はそう語るのである。

Masumi Mizuno



【プロフィール】みずの ますみ

1963年生まれ。1987年早稲田大学政治経済学部卒業。同年丸紅株式会社入社。丸紅香港華南会社コンサルティング部長、「M&C South China Ltd.」、「M&C Shanghai Ltd.」の代表取締役・社長を経て、2008年8月末丸紅(M&C)退職。現在は「Mizuno Consultancy Holdings Ltd.」、「水野商務諮詢(上海)有限公司」、「水野商務諮詢(広州)有限公司」代表取締役社長。実務と理論の組み合わせで、中国ビジネスを独自の切り口で分析するコンサルタントとして知られる。
<http://www.mizuno-ch.com/>



知りたくなくても、知っておかなきゃいけない
中国人のルール

水野真澄・著
明日香出版社・発行
¥1,575 (税込)



中国ビジネス会計税務用語集 改訂

水野真澄・著
キョーハンブックス・発行
¥4,935 (税込)



中国・外貨管理マニュアルQ&A
この1冊でビジネス実務の疑問解消!

水野真澄・著
エヌ・エヌ・エー・発行
¥3,990 (税込)

【注目ソリューション】

日立ソリューションズのグローバル&中国戦略

中国市場向けITサービスを強化 日系・海外企業をサポート

躍進するグローバル市場、なかでも成長率の高い中国市場に向けて日立ソリューションズの取り組みが強まっている。中国市場など新興市場に進出する日系企業へのサポートを中心にまとめた。



紫禁城（中国、北京市）の衛星画像

日立ソリューションズは米DigitalGlobe社の衛星画像データサービスを行っており、衛星画像の利用を簡便にするGeoPDFソリューションも提供

北米・欧州・アジアで、 グローバルサービスデリバリー ネットワークを構築

日立ソリューションズの海外事業は1980年代から始まっている。保守用ドキュメント自動生成パッケージ『SYDOC』の輸出が始まったのが1981年。1990年代は、1991年に米国、1994年に欧州に拠点を構え、欧米を中心にライフサイエンス関連や地理情報システム、衛星画像事業などで、海外企業との業務提携や販路拡大を進めてきた。

同時に、電子黒板への注目度が海外教育市場で高まるのに応じて、1999年以降、欧州を中心に電子黒板『StarBoard』販売を強化し、『StarBoard』教材の開発に関しては、英ケンブリッジ大学出版局との合併企業も設立している。

一方、2000年前後からは海外オフショア開発に力を入れ、中国やベトナムのソフトウェア企業やエンジニア人材との関係が強まった。さらに、日系企業のアジア進出や中国市場の成長に伴って、2006年に中国へ事業拠点を構え、現地におけるソリューション・ビジネスを強めるようになる。

日立ソリューションズのグローバル戦略は、北米、欧州、アジアでのSI事業と『StarBoard』などのプロダクト&パッケージの販売が核になる。

「日本企業一般にいえることだが、グローバルな事業展開は今後の生命線を握るもの。それをサポートするIT企業も同様だ。お客様からはグローバル・サポートが求められる。アジアだけ北米だけという地域の偏りも今後は許されないだろう。世界のどこにいても受けられる、グローバルなサービスデリバリーネットワークを構築し、日系企業はもとより、世界の企業のITをワンストップでサポートしていく」と、グローバル戦略を語るのはグローバルビジネス営業本部長 江川裕仁だ。

日中の商習慣の違いなどの ノウハウを蓄積して、 日系企業向けソリューションを提供

近年、日系企業の中国進出は一層加速し、製造拠点の移転のみならず、中国市場の拡大に伴う販売拠点としての進出も増加の一途をたどる。流通業、金融業も中国進出に積極的だ。そしてその中国市

場は、2008年のリーマンショックで大きく変化した。中国政府の打ち出した4兆元の景気浮揚策により、沿岸部の大都市のみならず内陸部の中小都市経済も活発化し、内需が拡大した。これに伴い、輸出中心の経済構造から拡大する内需へのシフトが起きている。

中国事業の強化・拡大のために、日立ソリューションズは以下の2つの重点分野を掲げた。

1) SI事業

中国進出日系企業を日本・中国の両側でワンストップサポート。また、中国ローカル企業へITトータルソリューションを提供

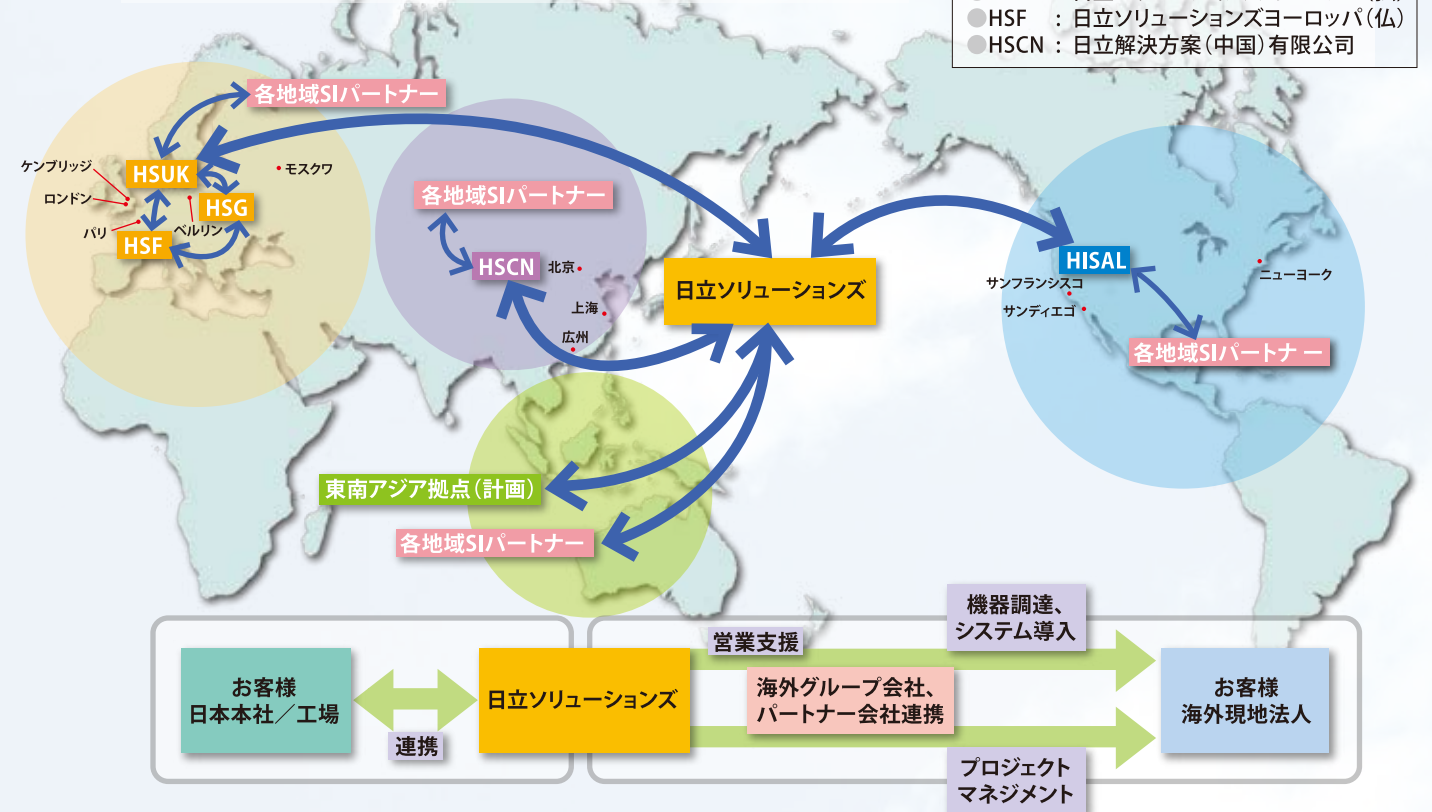
2) 商品・サービス事業

電子黒板『StarBoard』などの商品・サービス販売事業の立ち上げ
SI事業の事業展開のため、2006年に日立情報システム（上海）有限公司の北京分公司内に設立されたのが「系統服務統括部（後の系統解決方案統括本部）」。

日立ソリューションズの中国活動拠点にあたり、これまで、華北や華東地区の日系企業を中心に約90社へソリューションを提供してきた。

日立ソリューションズは中国でのIT

日立ソリューションズのグローバルサービスデリバリーネットワーク



サービス拡大を目指し、2011年10月、現地の事業部門を法人化した。中国名称は「日立ソリューションズ（中国）有限公司」。経営にあたる総経理の張若皓、副総経理の申剣飛の2人は、今後の中国市場サポートを担うキーパーソンといえる。いずれも、中国生まれで日本留学経験があり、日中のITビジネスに精通するエンジニア出身の経営者だ。

「中国に進出する日系企業が会社設立時点で苦労するのが中国の税務体系への対応です。まずはこれをクリアするために、中国製の財務パッケージソフトを導入することが多い、というのがこれまでの例でした。次に、人事管理、生産管理、販売管理などのソリューションのニーズが出てきます。また中国は離職率が非常に高いため、業務内容の漏えいには気を遣います。セキュリティ対策のために当社のソリューションを求めお客様が年々増えています」と張は、中国に進出する日系企業へのITサポートについて語る。

現地におけるスタートアップはもとより、企業の成長段階に伴ってさまざまなソリューション需要が発生する。生産・販売管理、サプライチェーン構築やCRM、

セキュリティ対策など幅広い需要に対応し、SIやパッケージ導入を通して、トータルに日系企業をサポートできることが日立ソリューションズの最大のアドバンテージだ。

日立ソリューションズの日系企業のお客様は、精密機械、電子機器、自動車部品などの製造業から、化粧品、広告、総合商社、保険、エネルギー業までと広がりをみせている。これらのお客様へ向け、日中間で連携したITインフラ導入からシステム構築までを提供する。また、顧客管理、販売管理、財務管理システムなどでシステム構築の実績がある。

最近の中国では、企業情報ポータル構築やERPの導入、業務アプリケーション開発へのニーズが高まり、スマートフォンなどの活用やエコなどの最新技術の取り入れにも積極的だ。広告、損保企業に対しては、それぞれが中国消費者向けに情報発信をする企業情報ポータルサイトの構築なども手がけている。なかには、日本でのつきあいはほとんどなかったが、中国進出後に中国で出会い、ソリューションを提供するようになった企業もある。

もう一つの強みは、10年近い中国市場でのビジネスを通して、中国独自の商

習慣など、日系企業がぶつかる壁をよく理解していることだろう。

例えば、中国進出企業が国内で活用しているパッケージソフトが、そのままでは中国拠点に導入しにくいケースもある。「中国ではほとんどの進出企業が、中国製の財務パッケージを導入しています。これは中国内の税制にきちんと対応するため。人事管理も同じで、やはり労働法が違うので、それに対応していない外国製のパッケージはあまり成功していません。ただし、生産管理やERPになると、外国製のノウハウが先行しているので、外国製のパッケージを導入するケースが増えています」（張）

日本と中国の商習慣の違いでわかりやすい例は、会計年度だ。日本企業は3月末決算が多いが、中国は12月末決算がほとんど。日中で連結決算を計上するためには、この3カ月のずれがシステムを複雑にする。中国用、日本用と帳簿を二重に管理しなければならず、財務担当者の作業は煩雑を極める。

こうした業務を省力化するため、日立ソリューションズでは『中日財務変換システム（Hi-WAY）』と呼ばれる独自のパッケージを提供している。会計制度や



中国国際金融（銀行）技術展覧会。当社は金融機関向け「オペレーションナリクス管理ソリューション」を出展



中国の幼稚園児向け英語教室で電子黒板「StarBoard」を利用

管理手法の差異をシステムが吸収することで、ルールの違いを意識せずに業務を遂行することができる。ワンクリックで中国会計データから日本向け決算書を自動的に作成する機能もある。

2010年10月の、日立ソフトと日立システムの合併で、ソリューション・メニューは広がった。「日本でビジネスをするのと同様の安心感を中国でも得られることが、お客様にとっては最大のメリット」（張）という。

日立ソリューションズは、今後も新たに誕生した日立解決案（中国）有限公司と連携しながら、日系企業に向け日本と同様の高品質で安定したITインフラや業務システムの構築を提供し、お客様の中国ビジネスを成功に導くITソリューションを提供していく。

日本品質を日系企業のみならず、中国企業にも提供し、その成長を支える

日立ソリューションズが、今後の拡大

に期待するのが、中国企業とのビジネスだ。2010年までは圧倒的に日系企業向け売上が多かったが、その後急速に中国企業向けが伸張、2011年は実績ベースでほぼ半々にまでなった。これまでの実績としては、政府系企業へのコンテンツ管理システムや教育管理システムの導入、民営企業向けの企業情報ポータルシステム、IT管理プラットフォームの構築などがあげられる。こうしたマーケットの開拓を続けることで、2012年には日中の比率が逆転し、2015年には中国企業向けが売上の8割を占めるまでになるとみている。

「中国企業の市場規模は、無限といえるほど大きい。同時に競争・競合も激しくなりつつあります。中国の現地SIer以外にも、大手企業向けでの商談では国際的なITプロバイダーとの競り合いも始まっています」と、ローカルマーケットの現況を語るのは、申だ。

「中国企業のITはまだ発展段階であり、基本的な業務に対して効率改善が課題になっています。そこで私たちに求められ

ているのは、やはり業務知識とコンサルティングの能力。さらにシステムの品質です。これまでの日系企業に対するシステム導入の実績やそこで勝ち得た信用・信頼は私たちの重要な武器になるもの。今後はこの日本品質を、中国の企業にも売り込んでいきます」（申）

日立解決案（中国）有限公司は北京が本社だが、11月には上海に支社を設立する。さらに年内には広州市に支社、また中規模地方都市に開発センターを設置の予定だ。2013年までには中国全土で15か所の拠点を作る計画もあり、中国でのサービス体制確立を進めている。

ソフトウェアやシステムの日本品質をアピールポイントにして、中国企業のマーケットを深耕するためには、品質管理という視点を外すわけにはいかない。これまでのオフショア開発の実績を踏まえながら、中国現地でSEやプログラマーを育てていく中長期的な人財計画も重要になる。

日本から海外拠点に出て、現地のビジネスをリードする人財についても、あら

ためてグローバル人財という観点からのスキル強化が課題となっている。

中国企業のニーズへの対応による現地での強固な事業基盤の構築が、日系企業の信頼にもつながる

「日系企業のサポートを強めながら、今後はいかに中国企業からのニーズに応じていくかが重要になる」と、前出の江川も中国市場の成長力に期待する一人だ。

日立製作所時代、現地に出向し、香港や中国、韓国などで事業を立ち上げた経験を持つ江川は、今後の中国ビジネスの発展をこうみている。

「中国の製造業もこれから大きく変わります。単にモノを作り輸出をするというだけでなく、国内外の購買層の拡大に合わせて、高度なマーケティングの力も身につけることでしょう。また中国の流通、物流企業も、いまは制約が多いけれども、これからは欧米・日本を見習って業務を革新していくことは確かです。それらの企業が、日本のようにきめ細かい小口配送サービスを提供しないとも限らない。一部では、西洋的なサービス品質を打ち出して国内展開するレストラン・チェーンなども登場しています」

その意味で、CRMや流通・物流管理などのパッケージの需要は大いに期待できるし、より高度なSIニーズも出てくると、江川はみている。

「私たちのお客様は、日系企業だけではなく、日本のお客様をサポートするためにも、中国企業との関係を深め、しっかりとした事業基盤を現地に構築することが大切になります。現地における事業基盤が確固たるものになれば、中国進出を拡大する日系企業のお客様も安心して、私たちにサポートを任せていただけるはず。要は、世界的に成長するエマージング・マーケットの成長力をいかに取り込んでいくかが重要なのです。そのためには、これからまさに正念場だと思います」（江川）

国際経済をリードするマーケットへと脱皮する中国市場と中国企業。そして国内市場の規模的限界を超えて、世界で生きていく日系企業。その両方を支えるグローバル・ソリューション・カンパニーへ飛躍すべく、日立ソリューションズはこれまで大きく舵を切ったのだ。

中国のお客様に提供しているソリューション、サービス、製品情報

ITインフラストラクチャ	インフラシステム構築のコンサルティングから製品調達、設計導入、運用、保守・サポートまで一括して対応 - 各種ハードウェア、ソフトウェアの調達 - ネットワーク構築 - メールシステム構築 - 仮想化環境構築 - インターネット関連 - 遠隔会議システム（電子黒板「StarBoard」活用）
業務アプリケーション	会計、購買、生産管理、人事などさまざまな業務アプリケーションの上流業務コンサルティングからシステム構築まで対応 - 財務管理（中日財務変換システム「Hi-WAY」） - 会計システム（用友、金蝶） - ERP（Microsoft Dynamics AX、EOS） - 販売・生産管理（販売・会計統合ソリューション「Fit-ONE」） - 人事管理（朗新e-HR） - 顧客関係管理 - 物流管理（トラック運行管理ASPサービス「e-trasus」、輸配送管理システム「ONEsLOGI TMS」、倉庫管理・在庫管理システム「ONEsLOGI WMS」） - 統合OAシステム - GeoPDFソリューション（位置情報を持つPDFを活用したシステム）
セキュリティ	IT全般統制に関する調査から製品・サービスの提供まで、ワンストップで提供。 - 情報セキュリティ診断サービス - ネットワークセキュリティ、データセキュリティ - コンピュータウイルス対策 - PC用途監視 - 入退室管理システム - e-Learningサービス
運用サポート	ITインフラの安定した運用と業務アプリケーションの定着に向け各種運用サポートを提供 - ITメンテナンスサポート - PC資産管理サービス - システム改善コンサルティング - 業務アプリケーションサポート - 緊急オンサイトサポート - 統合ヘルプデスク - データセンタサービス

※赤字は当社製品・サービス



Yujin Egawa

江川 裕仁

株式会社日立ソリューションズ
グローバル事業統括本部
グローバルビジネス営業本部長



Cho Jakuko

張 若皓

日立解決案（中国）有限公司
總經理



Shen Jianfei

申 劍飛

日立解決案（中国）有限公司
副總經理

CaseStudy

市光工業株式会社

『活文 デジ活ワイド』導入により
中国への大容量データ送受信が5時間から
数分に短縮。作業効率が大幅に改善



企業の海外進出が進む中、海外拠点との情報のやりとりが増加している。しかし、通信インフラが未整備な場合、大容量のデータ通信には膨大な時間がかかる。とはいえ、専用回線やインフラなどを新設するにはコストがかかりすぎる。大容量データ送受信の時間短縮と低コスト化に成功した取り組みを紹介する。

設計業務に不可欠の

3次元CADデータ転送が課題

自動車用ランプとミラーで高いシェアを誇る専門メーカー市光工業株式会社。創業100年を超える老舗企業で、世界に先駆けてドアミラーの電動格納機能を開発したことで知られる。

海外進出は1980年代から。取引先の自動車メーカーの海外進出に伴い、市光工業も欧州、中国、インドネシア、タイなどに次々と製造拠点を展開してきた。2000年にはフランスの自動車部品メーカー・ヴァレオ社と照明機器部門において包括的な事業提携契約を結び、その後、中国・佛山市に合弁工場を設立、また武漢にあるヴァレオ社の技術センターとの協業も進んでいる。

「ヴァレオ社の技術センターには、昨年からは、弊社製品のCAD図面の作成を依頼しています。ところが、そこでのデータ交換がなかなか難しい。通信速度が遅いことがたびたび問題になっていました」と、開発設計本部の村上公一氏は、海外拠点とのデータ通信が抱える課題について語る。

今までは、設計は日本で行い、2次元の設計図面データを製造拠点に渡して

いた。データ容量も小さかったことから、とりたてて通信速度は気にならなかった。ところが、設計も中国で行うとなると3次元CADのデータのやりとりが必須になる。とりわけ金型製作における3次元CADとなるとデータ量は膨大だ。「最初のうちは、HTTPサーバーを介したやりとりをしていました。当社の本社（神奈川県伊勢原市）サーバーにCADデータをアップし、武漢からそれをダウンロードするやりかたです。これが非常に時間がかかります。1つの部品に対して、データ量は平均して150MB前後になりますが、100MBのデータを送受信するのに5時間かかることもありました」（村上氏）

5時間となると、夜中にダウンロードを始めてようやく朝に終了ということになる。データを渡して、それを元に打ち合わせをしようとするれば1日かかり。それも、データが安定してダウンロードできればの話だ。通信インフラが安定していない場合は、途中で通信が途切れたり、やり直しがおこる可能性も否定できない。

通信回線を安定させるために、中国との間に国際専用回線を引くことも検討したが、導入コストや使用料などが高く、導入には至らなかった。そこで、候補となっ

たのが日立ソリューションズの大容量高速転送サービス『活文 デジ活ワイド』である。

無料評価版で納得

『活文 デジ活ワイド』の

高速転送と使い勝手の良さ

選定にあたっては、市光工業と長年のつきあいもあり、信頼の厚かった兼松エレクトロニクス株式会社に相談したところ、日立ソリューションズの『活文 デジ活ワイド』を紹介された。兼松エレクトロニクスと日立ソリューションズは同サービスに関してパートナー契約を結んでおり、兼松エレクトロニクスは製造業顧客向けの提案で数多くの実績がある。「無料評価版で簡単に評価できるということで、お借りしてみようということになりました。日本から『活文 デジ活ワイド』を使ってデータをアップロードして、中国でダウンロードしてもらうテスト、その逆も行いました。中国側でもデータの送受信が数分程度でできるという結果がでたので、興味が広がりました。

テストは、100MBから500MBまで、さまざまなサイズで試しました。これまで5時間もかかっていた作業が数分で



湖北省の省都・武漢。建物は革命100周年記念した辛亥革命博物館

長江デルタに位置する運河の街でもある無錫。日本企業の進出も多い

きるので、最初はきちんとダウンロードされているのかと疑う人もいましたが、もちろん、データが壊れることもなく、転送技術は非常に高いことが確認できました」（村上氏）『活文 デジ活ワイド』が、貧弱な通信環境でも高速で大容量のデータを送受信できるのは、複数のHTTP通信を同時に利用する多重通信技術を使用しているためである。そのため、日本と比較して通信インフラの整備が遅れている海外地域との送受信時間において、高いパフォーマンスを発揮する。データのやりとりにはHTTPSで経路を保護し、高いセキュリティを確保している。

もちろん日本国内でも大容量ファイルの送受信手段として利用している企業は多い。

当然のことながら、使い勝手も重要である。「中国現地のCADオペレーターにとって使いやすいものであるかどうかが重要。この点もまったく問題ないことがわかりました。それどころか、逆に中国側から“これをすぐに使わせてくれ”と要望があったくらいでした」（村上氏）

『活文 デジ活ワイド』はSaaS (Software as

a Service)として提供されるため、ユーザーサイドで特別なハードウェアやソフトウェアを購入する必要がない。「インターネット接続ができれば、誰にでも使えます。専用回線を引いたり、専用のシステムを導入するとすると、現地でのセッティングや日本からのサポートが不可欠。それがほとんど要らないという点も選択の理由になりました」と村上氏は評価する。

データ転送時間が5時間から数分に！ いまや不可欠のツールに

2011年2月から本格運用を開始し、今では中国とのデータ送受信に日常的に使用されている。

「導入から半年以上たっていますが、だいたい月平均で400位のファイルをダウンロードしています。『活文 デジ活ワイド』で、400ものファイルがそれぞれ数分程度でやり取りできるようになり、海外拠点へ作業の発注がしやすくなりました。我々の仕事を請け負ってもらっているの、時間をかけてデータを渡しては依頼しづらいですね」（村上氏）

100MBのデータ送受信時間が数分に短縮され、作業効率への『活文 デジ活ワイド』の貢献は大きい。

Koichi Murakami



市光工業株式会社
開発設計本部
コア・エンジニアリング&レイズ部
シミュレーション&エンジニアリングシステム課
主事

村上 公一 氏

市光工業株式会社プロフィール

本社：神奈川県伊勢原市。多くの自動車メーカーにランプやミラーなどを開発、提供している。創業から100年以上積み重ねてきた実績、ノウハウにより国際的にも高評価。市光グループとして、国内にテクニカルセンターを含め10カ所の拠点、中国やマレーシアなどアジアを中心に6つの海外拠点を有している。

兼松エレクトロニクス株式会社プロフィール

本社：東京都中央区。製造から流通・金融・サービスまで幅広い業種に対応するトータルソリューションプロバイダ。『活文 デジ活ワイド』に関して日立ソリューションズとパートナー契約を締結。「事業内容を理解したうえで提案してくれる頼れるパートナー。我々がやりたいことをすべてカバーしているので、何でも相談できる」と村上氏が語る。

導入ソリューション概要

【ジャンル】 大容量高速転送サービス	【製品名】 活文 デジ活ワイド
【業種】 自動車部品製造業	【ユーザー数】200
【導入国および地域】 日本、中国	

村上氏は「もし、『活文 デジ活ワイド』が使えなくなったら、困るどころか、仕事ができなくなるとさえ思いますね」と評価する。まさに、『活文 デジ活ワイド』は、同社にはなくてはならない存在になっている。

海外展開するにあたり、これまでは未整備な通信環境が足かせとなっていたことは否めない。ところが『活文 デジ活ワイド』導入の成功により、もはや進出先の通信環境は問題にならなくなった。これからは、中国拠点のみならず、活用拠点を広げていきたいという意向があるようだ。

CaseStudy

カンケンテクノ株式会社

カスタマイズ不要、中国語対応ソフト採用で 台湾工場の開設にあわせた短期間での 現地生産管理システム立ち上げに成功



他の製造業に先駆け、韓国や台湾との競合が激化していた半導体製造業界。メーカーの海外進出に応じて、設備関連企業もまた国際的な拠点展開を進め、海外企業からの受注も狙うようになった。それに伴いITソリューションに求めるニーズも高度化する。台湾工場において、短期間で生産管理システム立ち上げに成功したカンケンテクノの事例を紹介する。

海外顧客に対応し、低コスト 省プロセスの台湾現地生産を決断

半導体業界では、プレイヤー同士の国境を問わない合従連衡・M&Aが進んでいる。半導体工場における排ガス処理など環境浄化設備を生産しているカンケンテクノ株式会社も、この影響を強く受けてきた。

顧客である国内メーカーの海外工場進出に対応して、アジアを中心に世界7ヵ所に海外事業拠点を開設、海外メーカーへの機器販売も強化してきた。海外で受注があった場合は、中国などアジア圏から安価な部品を調達し、国内工場に運びこんで組立て、完成品を輸出するというのがこれまでの流れだった。

しかしグローバル市場からの納期・品質・コスト面での要求はさらに厳しく、これに素早くきめ細かく応えるため、製造拠点自体の海外進出が不可欠になる。いわば海外受注への対応を“地産地消的”に効率化し、物流・製造コストの大幅な削減を果たそうというのだ。顧客に近い場所に製造拠点を設置することで、よりきめ細かな市場ニーズをつかむことができ、今後のビジネスチャンスの拡大に

つなげられるという狙いもあった。

その手始めとなったのが、世界最大のファウンドリ（半導体製造請負企業）である台湾TSMC社との取引だ。同社への納入実績は10年前からあり、3年前からはTSMC社台南工場に隣接して現地法人によるメンテナンス拠点を置いていたが、2011年初夏をめどにカンケンテクノとしては初の海外製造拠点を開くことになったのだ。熱源としてヒーターを用いた高効率除害装置「KT1000」シリーズが海外で初めて生産されることになった。

部品表をベースにした 生産管理の考え方を台湾で導入

工場開設にあたって真っ先に求められるITソリューションは、生産管理システムだ。

環境浄化装置は顧客工場ごとに仕様が異なることが多く、個別一品受注生産がほとんどだ。しかし、個別受注だけに偏っていたのでは、事業的にもバランスが良くない。そこで、新設の台湾工場では個別受注品ではなく、標準品・量産品を中心とした低コストな製造ラインを立ち上げることにした。高度な受注生産対応を中心とする国内工場と、標準品の海外

工場というように2本立てのラインで、社内国際分業体制を構築し、全体の収益向上を図ろうというのである。

そこで求められたのが、標準品向け生産管理システムの、安価かつ迅速な導入だった。

中堅・中小製造業向けの生産管理分野で定評のあるパッケージソフトとして、株式会社ティーピクス研究所の『TPiCS-X』がある。カスタマイズ不要、英語・中国語への対応などが特長で、ベーシックシステムは105万円からと、他のソフトに比べてかなり安価だ。日立ソリューションズは、TPiCSのシステム導入、構築、ユーザー教育、保守サポートなどの一貫したサービスを提供しており、国内での導入企業150社以上とトップクラスのセールス実績を誇っている。

「現在、国内工場では別の生産管理システムを導入していますが、これは個別受注生産対応なので、そのままでは台湾では使いにくい。標準品の生産管理のためには、やはりBOM（部品表）をベースにしたMRP（資材所要量計画）の考え方を導入すべきで、それができるパッケージを探していました」

と言うのは、取締役管理本部長の高階



カンケンテクノ株式会社
取締役 管理本部長

高階 英一 氏



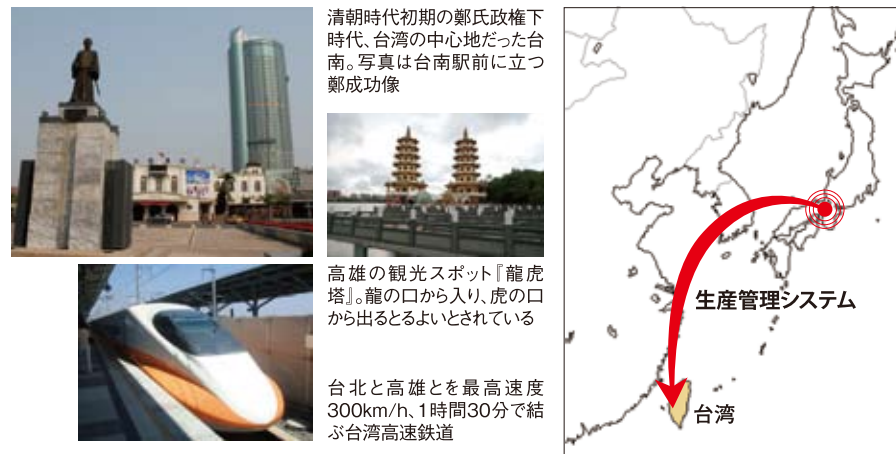
カンケンテクノ株式会社
経理部 グループリーダー

福田 直人 氏



カンケンテクノ株式会社
PS事業部 新潟事業所 主任

川上 真吾 氏



英一氏だ。

ティーピクス研究所からTPiCS導入に詳しいベンダーとして日立ソリューションズを紹介され、仕様打合わせが始まった。「パッケージがいかに安価でノンカスタマイズを謳っていても、導入ベンダーの技術力やサポート力は不可欠。特に今回は台湾工場での導入ということになるので、その面倒を最後までみてくれるかどうか、ベンダー選定の最大のポイントになった」と、高階氏は指摘する。

日立ソリューションズと 二人三脚で進んだBOM整備

MRPタイプの生産管理ソフトを使う場合、BOMの整備は重要だ。実はこの部分で苦労があった。「個別受注製品は、細かい部品管理をしなくても、現場の技術者が鋼材を上手に曲げて組み立ててしまうというような、一種の職人の勘で生産が行われています。ところが標準品ではそうはいかない。設計BOMと手配BOMのギャップを埋め、それらを統合化するためのBOM構成作業が実は一番大変でした」と振り返るのは、PS事業部新潟事業所の川上真吾氏だ。初めての海外赴任で台湾工場に派遣

され、日立ソリューションズのSEや台湾人技術者と共に、いわばTPiCS導入の“地ならし”を行ったのだ。「日本の工場の技術者と同じ職能を、台湾人技術者にそのまま期待するわけにはいかない。PCの管理などベーシックなところから再教育する必要があります」と台湾のオペレーターを日本に呼び、日立ソリューションズが開催するTPiCS研修会にも参加させた。

なによりも大変だったのは生産マスタの整備徹底だった。国内であれば設計・製造・外注先といったチェーンの中である程度「あ・うん」の呼吸で処理できる問題が、海外生産となると曖昧さが許されないのだ。日立ソリューションズは、膨大な部品表整備と業務ルールの確立に取り組む川上氏らを支援しながら、現地のシステム立ち上げに奮闘した。

Excelで作った7,000点に及ぶマスタをTPiCSに流し込めるようになるまで、3回の台湾出張が必要だったという。「私たちだけではもっと時間がかかったかもしれない。TPiCSの豊かなノウハウをもつ日立ソリューションズのSEがそばについてくれたおかげで、なんとか工場稼働に間に合わせることができました」と

言うのは、川上氏と共に台湾工場立ち上げにかかわった経理部の福田直人氏だ。

2011年6月、顧客や現地政府関係者を招いた盛大な新工場開所式が開催された。TPiCSによる効率的な生産管理の様子は、来賓にもお披露目された。

海外での本格的な生産は始まったばかり。部品はまだ鋼材など日本からの輸出に頼る部分もあるが、今後は台湾および中国本土での部品調達率を高めていく。日本発ではありながらも、現地の企業と一緒に肩を組むアジア企業として展開が期待される。

「設計・調達BOMの統合化が進んだので、今後は補修パーツのBOM管理にも乗り出したい。当初は1機種だけの生産ですが、今後は生産機種を増やしていきます。さらにシンガポールや大陸内での生産も視野に入れています。台湾工場で培った設計・製造の標準化は、いずれは国内工場の業務効率化へとフィードバックされていくことになるでしょう」

と、高階氏は確かな手応えを感じている様子だ。

カンケンテクノ株式会社プロフィール

1978年、関西研熱工業として創業。1991年に現在の社名に変更。「さわやかな環境づくりと、エネルギーのリサイクル」をモットーに大気汚染防止装置事業を展開。半導体、液晶製造工場向け排ガス除外装置KTシリーズは国内外の数多くの企業に採用されている。

導入ソリューション概要

【ジャンル】 生産管理システム構築	【製品名】 TPiCS-X
【業種】 排出抑制装置メーカー	【ユーザー数】7
【導入国および地域】 台湾	【製品数】3
	【マスター】7,000

CaseStudy

日立建機株式会社

クラウド型CRMシステムを グローバル業務共通基盤に採用 中国やイタリアの代理店で稼働



中国を中心とした新興国で急成長する建設機械マーケット。日立建機も売上の多くをその市場が占めている。さらなる代理店販売網の強化のために、クラウド型CRMシステムを大規模に導入。迅速・柔軟・低コストといったクラウドの利点を最大限に活かし、海外事業展開における顧客情報基盤の確立を進めている。

代理店の商談を

リアルタイムに把握するために

建設機械大手の日立建機は、着実にグローバル化を拡大させている。1990年代前半の売上比率は国内が7割だったが、2002年を境に比率が逆転。現在は国外が8割だ。その多くを占めるのが、アジア新興市場。特に中国では、北京オリンピック以降も、旺盛な建設需要は収まらず、日立建機は現地生産拠点や現地代理店網を活用した販売戦略を強めている。

ただ新興市場での競争は激しい。競争力を強化するための情報基盤として、代理店の商談をリアルタイムに把握し、きめ細かいデータを収集・分析・サポートするCRM(Customer Relationship Management)システムの導入が急がれていた。

日立建機が新興市場向けのCRMシステムとして選んだのが、セールスフォース・ドットコム社のクラウド型CRMソリューション。導入・定着にあたっては日立ソリューションズが全面的に協力を行った。『Hi-STEP(Hitachi Sales Technology Evolution Program)』と名付けられたシステムは、中国、インドネシア、マレーシア、台湾などの31拠点に導入され、2010

年10月には各拠点での定着化フェーズがほぼ終了している。

中国のケースを中心に、グローバル事業戦略におけるクラウド型CRMシステムのメリットについて、日立建機CRM推進部長の森下一成氏は次のように話す。「Salesforce選定の最大の決め手は、日立ソリューションズの対応を含めた導入のスピード感でした。また、SalesforceはSaaSとして提供されるので、サーバーの準備が不要など、導入時のコストやリスクが小さいこともメリット。また製品としての使い勝手のよさも、選定のポイントでした」

同社は、国内では1997年からCRMシステムを導入していて、長年にわたる運用ノウハウがあり、CRM活用で強固な顧客基盤を形成している企業。海外事業展開にあたってはCRMが必要であることについては、社内にも異論はなかった。

現地パートナーとの連携により

母国語で迅速に運用支援

とはいえ、中国市場の成長は急速なので、大型パッケージを最初からSI導入する時間的余裕はない。また、中国では、直営営業が少なく、販売代理店を通じた営業・サービスが中心。中国の代理店のメリット

も考えて、SaaS型の採用に踏み切った。

Salesforceの選定にあたっては先にあげたSaaSとしての特性に加え、アプリケーションが中国語(簡体字・繁体字)メニューをあらかじめ備えているという利点も考慮された。

日立ソリューションズは、セールスフォース・ドットコム社と共同でビジネスを推進しており、Salesforceの企画・構築・運用支援では国内トップクラスの実績を誇る。ただ、海外事業所における導入は初めてということもあり、中国現地で導入・定着をサポートする企業をパートナーに選んだ。中国内でERP導入に実績を持つITベンダー、HAND社(上海漢得信息技术)がそれだ。パッケージの導入は、代理店の使用現場におけるビジネス慣習に合わせたパラメーターの設定、追加のシステム構築などは日立ソリューションズで行えるが、現地の要求に迅速に対応するためには母国語でのサポートが必須であると判断した。

「これが結果的には好判断だったと思います。現地での運用支援がしっかりしているので、安心して任せることができました」(森下氏)

実際の構築は、2008年1月から実施。



世界7拠点で共通して活用するクラウド型CRMシステム



日立建機の東京本社、上海の販売統括会社でのヒアリングを基にCRMシステムを構築。中国の有力代理店で試行したのち1ヶ月で中国国内27社の代理店に導入した。

CRMシステムで管理しているのは顧客情報、コンタクト情報、保有機情報、商談情報など、これに基づき多角的に分析するツールも提供している。

中国は日本以上に、個人的人脈を重視する社会であり、顧客データの項目には「建設業者の社長の奥さまの誕生日」なども盛りこむ必要があるという。日本では考えにくい、そうした現地のビジネス慣習に合わせたカスタマイズは必須なのである。

日立建機グループのグローバルな業務標準の基盤として

日立建機の現地代理店の中には、日本国内での1年間の販売総数を上回る年間3,000台の建設機械を販売し、幹部社員がMBAを取得するほど業務改革に熱心な企業もある。ただ、急速な建機市場の拡大で、営業マンの数が増える一方で、離職率の高さに悩む企業も多い。「日本のCRMのノウハウを導入すること

で、システムを通じた業務標準を作る必要性は、私たちメーカーだけでなく、現地代理店も求めているもの。いわば日立建機グループのグローバルな業務標準の基盤としてもCRMは活用されることになります。現地販売店にとっても、CRMによる顧客情報の共有を通し、営業プロセスの『見える化』を図ることができ、営業マネジメントの強化、ひいては営業マンの定着を進めることができます」(森下氏)

クラウド型で導入が容易であったが、ツールを入れたからといって、顧客データがきちんと入力されなければシステムの意味がない。そこで、データ入力を習慣化させる「定着」への努力も続けた。全営業員対象に、Hi-STEPの使用・活用方法を直接指導する営業スキルアップ教育を行っている。加えて、Hi-STEP活用度のチェックのため週次レポートを送付し、KPI未達成の営業員に inputs を促している。同時に、現地マネージャーらと協議を重ね、活用促進の枠組みを構築も同時に進め、CRMの定着度をさらに高めようとしている。

「基幹連携」など先進的なシステムへのニーズに対応

今後は、アジアの他の国やその他の新

Kazuaki Morishita



日立建機株式会社
営業統括本部 営業本部
CRM推進部長

森下 一成 氏

日立建機株式会社プロフィール

日立グループの建設機械メーカー。建機業界では世界のトップ3にランクされる。1970年創立。売上高7,738億円(連結、2011年3月期)。1990年代後半から欧米、アジア、オセアニアに事業を展開。油圧ショベルなどの建設機械が売上の7割を占める。

導入ソリューション概要

【ジャンル】 クラウド型CRMシステム	【製品名】 Salesforce(Sales Cloud)
【業種】 総合建設機械メーカー	【ユーザー数】 360
【導入国および地域】 中国、台湾、マレーシア、インドネシア、シンガポール、イタリア	

興国へのCRMシステムの横展開を検討中だ。なかでもイタリアの販売会社では、基幹系とSalesforceを連携させたシステムが完成し、2011年9月に稼働している。日立建機は世界に展開する建設機械の稼働状況をGPS情報で一元管理できる、Global e-Service をすでに導入しているが、今後はこれとSalesforceの連携も考えられよう。

日立ソリューションズでも、国際展開する大手小売向けに、基幹システムのフロントエンドにSalesforceを使って人事管理業務に活用する、新しいクラウド・インテグレーションの構築事例を持っている。また、化成品製造業向けに、生産工程管理をSalesforceで行った事例もある。「SalesforceのようなCRM/SFAシステムと基幹システムの連携はこれからますます重要なテーマになる。先進的で、かつ柔軟性とスピードを兼ね備えた提案にはいつでも耳を傾ける用意がある」と、森下氏は日立ソリューションズへの期待を隠さない。

世界展開を急ぐ日本メーカーと、それを支援するソリューションプロバイダーの関係は、こうしてますます力強いものになっていく。

センター24時間運用、情報漏えい防止、BCPへのニーズ プラットフォームSIソリューションで応える

日立ソリューションズバリューは、プラットフォーム・システムインテグレーション(SI)として、ネットワークからサーバ・ストレージまでシステム基盤の環境構築を得意としており、最近では、中堅・中小企業をターゲットにした「センタ運営支援ソリューション」や「ネットワーク&セキュリティソリューション」にも力を入れている。今回は、これらのソリューションを中心に同社の“バリュー(価値)”を紹介する。

24時間体制でコールセンターのシステム稼働をサポートする「センタ運営支援ソリューション」

日立ソリューションズバリューが現在注力しているのは、ネットワークやサーバ・ストレージなどIT基盤を対象にしたプラットフォームSI事業であり、その一つに「センタ運営支援ソリューション」がある。

『「センタ運営支援ソリューション」』は、コールセンターなど、センター運営にかかわるシステムの運用について、24時間体制の稼働監視と万が一の際の障害対応を行うというもので、2010年度からスタートさせました。

当社はプラットフォームから業務ソフトまでの設計、開発・運用・保守まで一貫して取り組んでいます。数多くのお客様先での実績から特にシステムの運用・保守に多くの経験とノウハウを持っています。これを生かして誕生したのが、『センタ運営支援ソリューション』です」と語るのは、第2プラットフォームソリューション部 部長の望月正明だ。

運用・保守に実績のある同社のソリューションを活用することで、お客様は滞ることなくサービスを提供できる。

コストパフォーマンスの高いネットワーク製品を中堅・中小企業へ

日立ソリューションズバリューでは、「ネットワーク&セキュリティ」分野にも

注力している。同社の「ネットワーク&セキュリティソリューション」の特長は、国内外のネットワーク機器(アライアンス製品)を組み合わせ、顧客ニーズに最適なネットワークシステムをワンストップで構築し、提供することである。

中でも同社が特に自信を持って提案するのが米国Barracuda Networks社のネットワーク製品。Barracuda Networks社の製品ラインナップは比較的低価格でありながら、十分な機能と性能を備えており、中堅・中小規模向けに最適だ。「Barracuda Networks社の製品は、金額ベースでは昨年度13%の国内シェアですが、機能・性能と価格が評価され、主に中堅・中小企業によく受け入れられており、出荷台数ベースでは国内トップでした。また当社はBarracuda Networks社と密な協業関係にあり、最新の技術情報によりタイムリーで適切なサポートを実現しています」と話すのは、「ネットワーク・セキュリティソリューション」担当部長の米山揚一だ。

大阪にも拠点を持つ同社は、地の利を活かし関西地区でも「ネットワーク&セキュリティソリューション」の拡販を強力に推進している。「関西の企業は東京に比べるとコスト意識が高く、ネットワーク機器一つとってもコストパフォーマンスの優れた製品を提案しないと、なかなか導入していただけない」と第3プラットフォームソリューション部部長の塔下哲司はその難しさを話す。

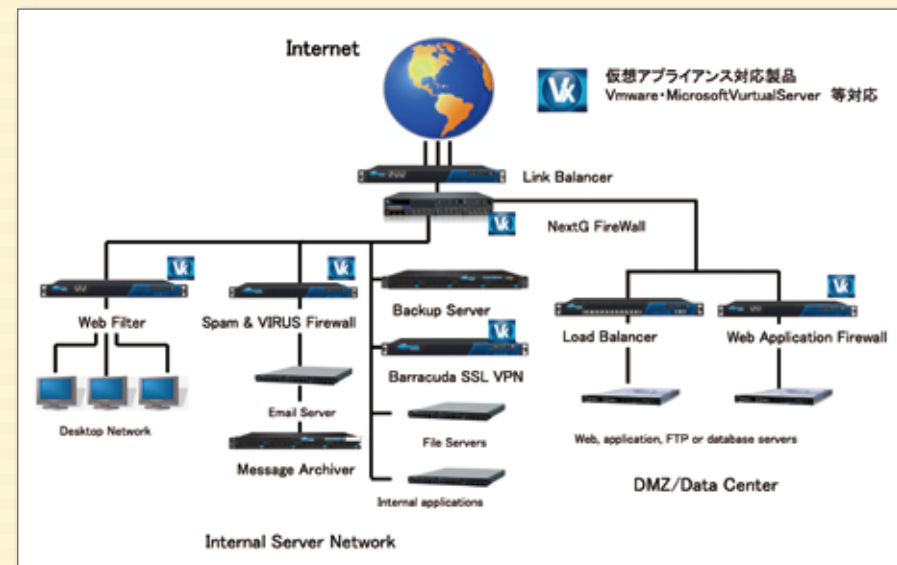
日立ソリューションズバリューが中堅・中小企業向け価格帯の製品ラインナップを揃えることで、日立ソリューションズグループ全体でミッドレンジからハイエンドまでのネットワーク・セキュリティ製品が揃うことになり、大企業から中堅・中小企業まで、お客様のネットワークに関する要望に幅広く応えられるようになっている。

その中で昨今、お客様からの問い合わせが増えているのが、情報漏えい対策のためのWebアプリケーション・ファイアウォール製品だ。「e-コマースを展開しているお客様は、クレジットカード会社からPCI DSS*の要件を満たすことが求められています。その中では、カード情報を保護するためにリアルタイムにコンピュータシステムの脆弱性対策が必要と明記されています。Web Application FireWall(WAF)を導入することで、アプリケーション開発者の負担を減らした、通常のファイアウォールでは実現できない安全なWebサイトの構築が可能になります。そこで、我々が提案するのが、Webサイトを保護しながら安全な運用が可能なBarracuda Networks社のWAFです」と米山は語る。

BCP、仮想化へのニーズにも対応

情報漏えい防止以外にも、BCP(事業継続計画)やネットワーク機器の仮想化に対するお客様の関心は高い。このニーズ

Barracuda Networks 機器想定セグメント図



に応じて、日立ソリューションズバリューでは今後もコストパフォーマンスの高い製品をインテグレーションの中軸に据えていくという。

同社はBCPの観点ではBarracuda Networks社のハイブリット型バックアップサーバを提供している。本製品はバックアップサーバにクラウドサービスが付帯しており、バックアップしたデータを自動的にBarracuda Networks社が運営するクラウドサイトへ保存。サーバサイトでのローカル保存とクラウドサイト保存の両面でデータ保存することによりBCPに対応する。「またBarracuda Networks社はファイアウォール技術の仮想化に優れたものがあります。これからは、お客様はハードウェアボックスを購入しなくても利用できます。仮想サーバに脆弱性対策をほどこした仮想化ソフトウェアをインストールするだけでアプリケーション・ファイアウォールやスパム&ファイアウォールなどのネットワーク・セキュリティ機能を実現できるようになるのです」と米山は仮想化技術への対応を語る。

もちろん、日立ソリューションズバリューでは製品の提供だけにとどまらず、Barracuda Networks社の標準サポートに加え、日立グループの独自の保守ネットワークを利用して日本全国で提供するオンサイト保守と24時間保守サポート専用受付を独自に用意している。お客様の立場に立ったテクニカルサポート体制の確立にも余念がない。

日立ソリューションズと協業しながらも独自色を出す日立ソリューションズバリュー。2011年は創立25周年という節目の年。中堅・中小企業の強力なITパートナーという企業姿勢は、改めて鮮明になってきた。

株式会社 日立ソリューションズバリュー
Hitachi Solutions Value, Ltd.
■設立 1986年(昭和61年)
■本社 〒140-0013
 東京都品川区南大井6-21-12
 (大森プライムビル5階)
 TEL.03-3763-0222
■資本金 3億円
■事業内容 ・コンピュータシステムにかかわるシステムエンジニアリング及び運用・保守
 ・コンピュータシステムにかかわるソフトウェアの開発及び販売・保守
 ・コンピュータシステムにかかわる関連機器・関連ソフトウェアの販売・保守



お問い合わせ先
株式会社日立ソリューションズバリュー 営業統括本部
TEL:03-3763-8490 FAX:03-3763-8614 <http://www.hitachi-sv.co.jp/>



Hitachi Solutions REVIEW

【日立ソリューションズ情報誌】
Hitachi Solutions Information magazine
2011.11.vol.3

【編集後記】

中国や東南アジアの消費市場の拡大に伴い、日系企業の進出が加速しています。日立ソリューションズは、アジアへ進出する日系企業に最適なソリューションの提供で貢献したいと考えており、今号では当社の取り組みを紹介しています。

自系企業には、従来の輸出主体のビジネスモデル、あるいは各国市場に個別最適化したビジネスモデルでは、情報の分断や重複が生じ市場のビジネススピードに対応しきれないという課題があります。これからのグローバルIT戦略として、海外と日本とのシステムの分断を解決し、タイムリーな情報の把握やガバナンスの強化を行うためのソリューションの導入が必要です。

日立ソリューションズは、このようなお客様のニーズに対し、2011年10月1日に誕生した日立解決方策(中国)有限公司と連携し、日中間で連携したソリューションを提供していきます。

発行日 ● 2011年11月1日
発行元 ● 株式会社 日立ソリューションズ
編集長 ● 竹橋 徹
編集 ● 鈴木麗子・横田理恵
制作・印刷 ● トッパン・フォームズ(株) 西尾理恵子
クリエイティブディレクター ● 本田正毅・リセット
アートディレクター ● 工藤こういち
エディトリアルディレクター ● 弘中ミエ子
コピーライター ● 広重隆樹・原 智子
フォトグラファー ● 相沢邦広・伊藤睦美・佐藤進
イラストレーター ● 佐藤ひでき(表紙イラスト)

お問い合わせ先 / 日立ソリューションズ広報・宣伝部
E-mail: review@hitachi-solutions.com

※本誌記載の会社名、商品名は、各社の商標または登録商標です。
※敬称は略させていただきます。
※本誌で使用した中国地図 出典 © 中国まるごと百科事典
<http://www.allchinainfo.com/>



株式会社日立ソリューションズバリュー
第2プラットフォームソリューション部
部長
望月 正明
Masaaki Mochizuki



株式会社日立ソリューションズバリュー
第3プラットフォームソリューション部
部長
塔下 哲司
Tetsuji Touge



株式会社日立ソリューションズバリュー
第3プラットフォームソリューション部
担当部長
米山 揚一
Yoichi Yoneyama

ハイブリッドインテグレーション

Hitachi Solutions



 **株式会社 日立ソリューションズ**

本 社 〒140-0002 東京都品川区東品川四丁目12番7号

本社別館 〒108-8250 東京都港区港南二丁目18番1号

<http://www.hitachi-solutions.co.jp/>

日立ソリューションズは、お客様の業務ライフサイクルに
わたり、オンプレミス・クラウド連携を始めとする豊富な
ソリューションを全体最適の視点で組み合わせ、ワンストップ
で提供する『ハイブリッドインテグレーション』を実現します。