

#### ④ 中堅中小企業におけるマイクロソフトのオンラインサービスと NGN への期待

(中村龍太委員:マイクロソフト(株)ディベロップメントマネージャー)

マイクロソフトのオンラインサービスビジネスは、革新的な情報系、グループウェア的なサービスである。それは、クラウドサービス、すなわち SaaS である。一般的に、そのクラウドサービスは、ネットワークが基盤にあってサービスが実現されるものであり、NGN を含んだネットワーク基盤の上で利用可能なものである。今回の狙いは、そのネットワーク基盤の上で運用するマイクロソフトのオンラインサービスの利用シーン、利用コストをご理解していただくことによって、お客様への問題解決、また、パートナー様、特に、通信系パートナー様の新しいビジネスモデルを共有したい。

##### 1. オンラインサービスの市場

経済環境の厳しいなか、企業は人・物・金・情報の環境への適用を、経営者のリーダーシップのもと第一優先で行っている。例えば、人・拠点の再配置、設備のアウトソーシング、コストの削減、情報の共有・活用の強化などが挙げられる。この経営環境に貢献できる IT 分野の問題解決のための道具の 1 つが、マイクロソフトのオンラインサービスである。

オンラインサービス市場は、ある調査会社によると年平均伸び率 2 桁成長という。マイクロソフトのオンラインサービスも、日本で 2009 年 4 月中旬にサービスを開始したにも関わらず、すでに約 2000 ユーザーがトライアルサービスを利用、実際の契約も 200 ユーザーに迫る勢いである。このことから、お客様の期待がとても高いことが窺われる。

一方、パートナーの方々の間では現在、この市場を懸念するご意見が多い。今まで提供していた自社設備を納品するビジネスが、これによってなくなるという危機感からである。

しかしマイクロソフトは、自社設備のビジネスはなくなり、自社導入のサービスと、クラウドサービスを組み合わせて提供する高度なノウハウがパートナー様には求められていると考えている。マイクロソフトでは、その考え方を「ソフトウェア+ (プラス) サービス」という。

##### 2. マイクロソフトオンラインサービスの概要

<http://www.microsoft.com/japan/online/default.mspix>

マイクロソフトのオンラインサービスは、インターネットとそれに接続した PC さえあれば、24 時間 365 日、安心して利用できる 4 つのサービスからなる。4 つのサービスをコミュニケーションによる生産性の向上に貢献する統合サービスと位置付けており、「Business Productivity Online Services」=「BPOS」(ビーポス)と称している。

このサービスは利用する人数、利用する期間だけ使えるサブスクリプション(購読)料金体系で、1 ユーザー当たり月額 1044 円という低料金が特徴である。

以下で 4 つのサービスについて説明をしよう。

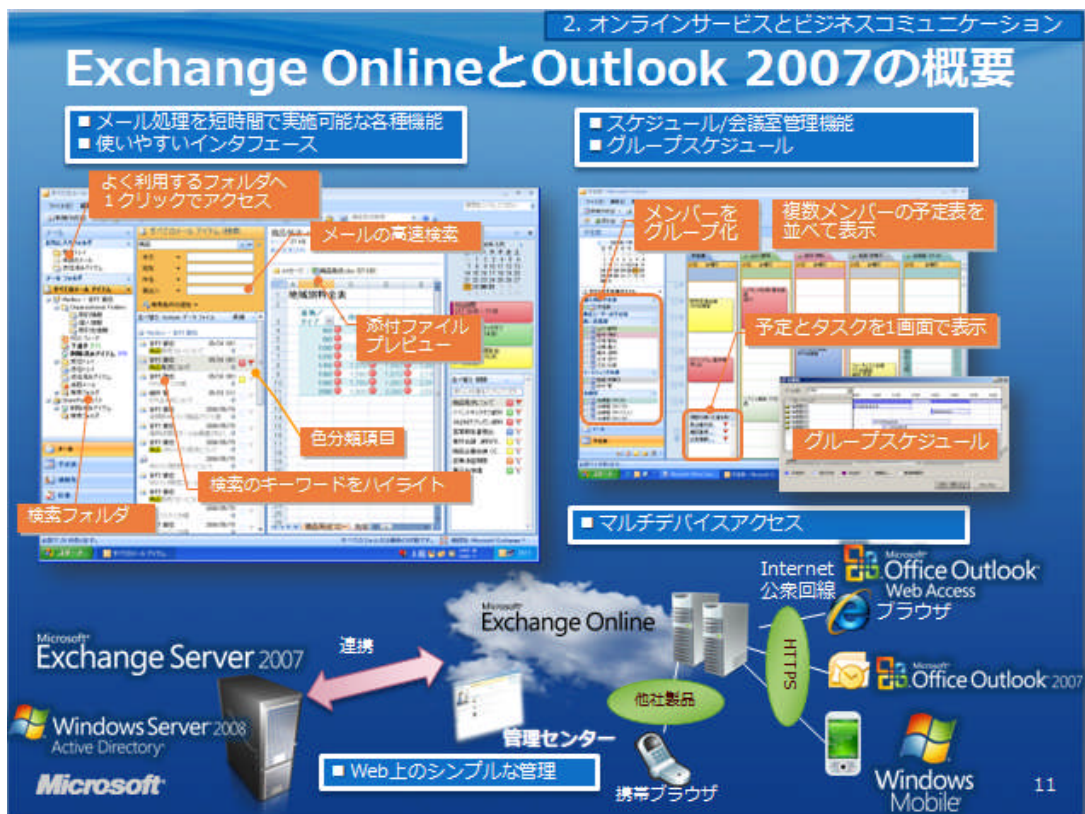
(1)メール、予定表の共有(図表 4-1)

このサービスは「Exchange Online」という。これは、Office のなかの Outlook というアプリケーションを中心に利用する。このサービスを利用することにより、グループウェアの中心的な機能であるメール、予定表の共有がすぐに可能である。単体サービスでは、1 ユーザー当たり月額 522 円で提供している。

他のグループウェアと比べた時の主な特徴は以下の通り。

- ・メールと予定表が連動しているので、メールのコミュニケーションと、会議や打ち合わせのコミュニケーションをスムーズに利用できる
- ・上記の利用環境を、Outlook が入っていない PC でも Web ブラウザさえあれば、利用可能
- ・サービスの料金のなかには、アンチウィルス、迷惑メールなどのセキュリティ対策の金額が含まれていて、運用、コストに関して経済的

図表 4-1 Exchange Online の概要



(2)ファイル共有、情報共有サイト(図表 4-2)

このサービスは「SharePoint Online」という。これを利用すれば、VPN を張らなくてもセキュリティを保って資料などの情報共有が可能である。中小企業に最も人気があるサービスであり、単体サービスでは1 ユーザー当たり月額 548 円で提供している。

サービスの特徴は下記の通り。

- ・Word、Excel、PowerPoint、PDF など、さまざまなファイルを安全に保管し、ファイルごとにユーザーが閲覧、編集権限をつけられる
- ・ファイルを履歴管理しているため、上書き、消去したファイルを簡単に復活できる
- ・SharePoint Online に入っているファイルを高速検索可能。ファイルの中身まで見て必要なファイルを探し出せる

図表 4-2 SharePoint Online の概要



(3) 在席情報共有、チャットサービス(図表 4-3)

このサービスは「Office Communications Online」という。在席情報と即時のコミュニケーションをチャットを利用して可能にする。まだ会社のなかではポピュラーになっていないが、会議中など電話では確認できない時、離れた場所、時差がある人へのちょっとした質問などに効力を発揮する。在席状況を Exchange Online にある予定表情報を利用し、PC の状態を見て緑、黄、橙のような色のインジゲータで表示するのが特徴で、自分で在席情報を入れる必要がない、とても合理的なサービスである。単体サービスとしては、1 ユーザー当たり月額 209 円で提供している。

図表 4-3 Office Communications Online の概要



#### (4)リアルタイムなコミュニケーション(図表 4-4)

このサービスは「Office Live Meeting」という。Web 会議といわれているものであり、PC を利用して音声、動画、画面、アプリケーションを共有する会議が可能である。出張費のコスト削減だけにとどまらず、離れたビル間の会議、取り引き会社との会議で活用する企業も多い。単体サービスでは1 ユーザー当たり月額 470 円で提供している。

サービスの特徴は下記の通り。

- 会議の設定は、Outlook のメール、予定表機能と連動して連絡されるので、とても簡単に連絡でき、会議への参加も Outlook の予定表に記載している URL をクリックするだけでスタートできる
- 会議の音声、動画、画面の情報をすべて録画でき、参加しなかった方は、その録画ファイルを Windows Media Player で見ることができる
- ゲストの人を含めて会議に 250 人の参加が可能

図表 4-4 Office Live Meeting の概要



BPOS は、このようなサービスを購読料金モデルで提供することによって、今まで自社設備をリースの与信審査で購入できなかった企業が利用できるよなったり、海外に展開する企業が、国内と同様に均一なサービス展開ができるよなになったというよな事例が出てきている。

### 3.パートナー様のオンラインサービスのビジネス

クラウド時代でのパートナー様のビジネスは、新たなビジネスチャンスだといえる。マイクロソフトのオンラインサービスは、大別して以下の3つのチャンスをパートナー様に提供している。

(1) パートナー様は大きな投資をしなくても、新規開拓や既存の休眠顧客の掘り起こしが可能

BPOS は、マイクロソフトパートナーネットワークサイトから、簡単に販売パートナーになることができる。パートナー登録は、下記のサイトからストリーミングでのトレーニングと、契約書の確認。そして最後にテストを実施するだけで完了する。たったそれだけである。MCP などの資格条件はない。

<https://partner.microsoft.com/japan/productssolutions/productsonlineservices>

お客様はすでに Office を持っている可能性があるので、それをもっと活用する提案をして新規開拓が可能。また、すでに Exchange を検討していて断念しているお客様に提案をすると、とても反応がよい。「情報共有をどうやってよいか分からない」「サーバーやポータルを入れるには、稟議があげられない」というお客様には、まずは SharePoint Online で 10 名くらいでパイロットをしながら、利活用の方法を模索できる提案ができるので、パートナー様にもとっても魅力的な商材である。

(2) パートナー様に粗利の向上を約束する報酬金の提供と関連商材との合わせ販売の機会拡大

マイクロソフトは、報奨金を直接パートナー様にお支払いする。BPOS の報奨金は 1 年目だけの成約報酬と、1 年間お客様が使い続けていればお支払いする定期報償からなっている。成約報償は 12%、定期報酬は 6%だ。

またパートナー様は、BPOS サービスと各パートナー様の強みを組み合わせた見積もりを出せば、ご自身のビジネスを広げるチャンスになる(図表 4-5)。

サービスとしては、BPOS の設定、移行、教育、保守がある。また、BPOS と一緒に Office のライセンス、ActiveDirectory の構築、インターネットの再構築、ワイヤレスサービス、指紋認証などの物理的セキュリティ強化の仕組み、そしてスマートフォンの提案が可能である。

図表 4-5 パートナーの収益拡大例



(3) マイクロソフトがデータセンターなどサーバーの運用をしているため販売に集中

BPOS は、複雑なサーバー構築がいらないので、商談がとても短いのが特徴である。そのため販売に集中でき、営業からエンジニアリング、保守まで経営リソースを効果的に活用できる。

このように BPOS は、パートナー様にとって販売機会を大きく拡大するチャンスがある。特に、通信系のパートナー様にとっては、ネットワーク知識を十分備えていることを強みに、サービス提供のためのコンサルティングによって、インフラビジネスから、サービスビジネスの領域に拡大できると確信している。

#### 4.NGN への期待

BPOS や他のクラウドのサービスには、ご存知のようにインターネットといわれるネットワークが必要である。BPOS やクラウドサービスにとっての NGN への期待は、下記の通りである。

(1)NGN 自身に対する期待

- ・通信帯域保証(大容量化)
- ・サービス提供エリアのカバレッジ
- ・SaaS プラットフォーム事業者が提供する認証の連携
- ・適切な価格設定
- ・グローバル化

(2)NGN をきっかけにしたキャリア様への期待

- ・キャリア様からのサービス提供
- ・キャリア様の人的リソースを活用した企業への提案
- ・キャリア様からのサービスも含めた広告宣伝などのマーケティング活動

(3)NGN における情報通信設備協会会員様のビジネス機会

情報通信設備協会会員様におけるビジネス機会を、CSF(Critical Success Factor)分析の手法により整理してみた(図表 4-6)。

基本的に、協会様会員企業自身の新しい分野への挑戦は、技術面では IP、動画コミュニケーション、モバイルコミュニケーションが挙げられる。企業経営面では、マーケティングの強化により、新しい顧客ニーズをビジネスにしていけるものと確信している。もし、自社にそのスキルをすぐに蓄積できない状況であれば、スキルのある企業とコラボレーションをすることも必要なことであると考える。

図表 4-6 情報通信設備協会会員の CSF 分析

## 情報通信設備協会会員様のCSF (Critical Success Factor) 分析

	機会 (外部)	脅威 (外部)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・光フレッツのブランド浸透</li> <li>・クラウドによるインターネット利用増大に伴う会員のビジネスの拡大 (中小企業)</li> <li>-サービスを考える必要はない。</li> <li>-ネット端末の多様化</li> <li>-動画の利用環境の増大</li> <li>-セキュリティのニーズ拡大</li> <li>-従量・サブスクリプション課金制</li> <li>-ネットワークのアドバイザーニーズ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・NGNの利用の遅れ</li> <li>・海外展開する顧客の増大</li> <li>・クラウドによるインターネット活用市場への他事業者からの参入</li> <li>-SIer, Reseller, ISV, Web VAP, リース会社、保険会社など</li> <li>・クラウドによる直近のビジネスのデフレ現象</li> </ul>
<b>強み (内部)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電話通信機器の顧客ベース</li> <li>・保守事業による強固な事業体質</li> <li>・中小企業様ユーザからの信頼</li> </ul>	<b>【会員の強みを生かした機会是何か】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネットを利用したリアルタイムコミュニケーション (テレビ会議、Web 会議) の事業の拡大</li> <li>・IP電話をベースにしたLANの再構築事業の拡大</li> <li>・モバイルコミュニケーションへの事業拡大</li> </ul>	<b>【会員の強みで脅威を回避できないか】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の顧客に対してNGNを利用した事例開発の推進</li> <li>・既存顧客をベースに付加価値ビジネスの試行、挑戦</li> <li>・利益の確保</li> </ul>
<b>弱み (内部)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・電話通信事業以外への対応</li> <li>・提案営業スキルの不足</li> <li>・新しい技術をもつエンジニアの不足</li> <li>・マーケティングスキルの不足</li> <li>・顧客シェア、新規顧客の拡大不足</li> </ul>	<b>【会員の弱みを補いかに機会を獲得するか】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・スキルを補てんするアライアンス会員の強化</li> <li>・メーカーとのリレーション強化</li> <li>・新しい会員のリクルーティング</li> <li>-サービス提供者</li> </ul>	<b>【会員の弱みを補いかに最悪の事態を回避するか】</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・IP電話の提供できるスキルは必ず取得。</li> <li>・自社で提供できない場合、信頼できる会員からの提供</li> <li>・資格による価値スキルの可視化</li> </ul>

2009/12/10 Presented by Ryuta Nakamura

### 5.最後に

NGNは、BPOSのようなアプリケーションを、まずはパートナー様に使っていただくことがビジネス成功への近道であると確信している。販売・提供者が実際に使っていただくことが、クラウド・

NGN の世界で経営・事業を創造していただけるものと思う。この報告資料をご覧いただいたパートナー様に下記のサイトからトライアルを行っていただけることを期待したい。

<http://www.microsoft.com/japan/online/trial.msp>