

日立製作所の新ソリューション体系“Cyberfront”

—時代を勝ち抜く情報戦略企業を支えるために—

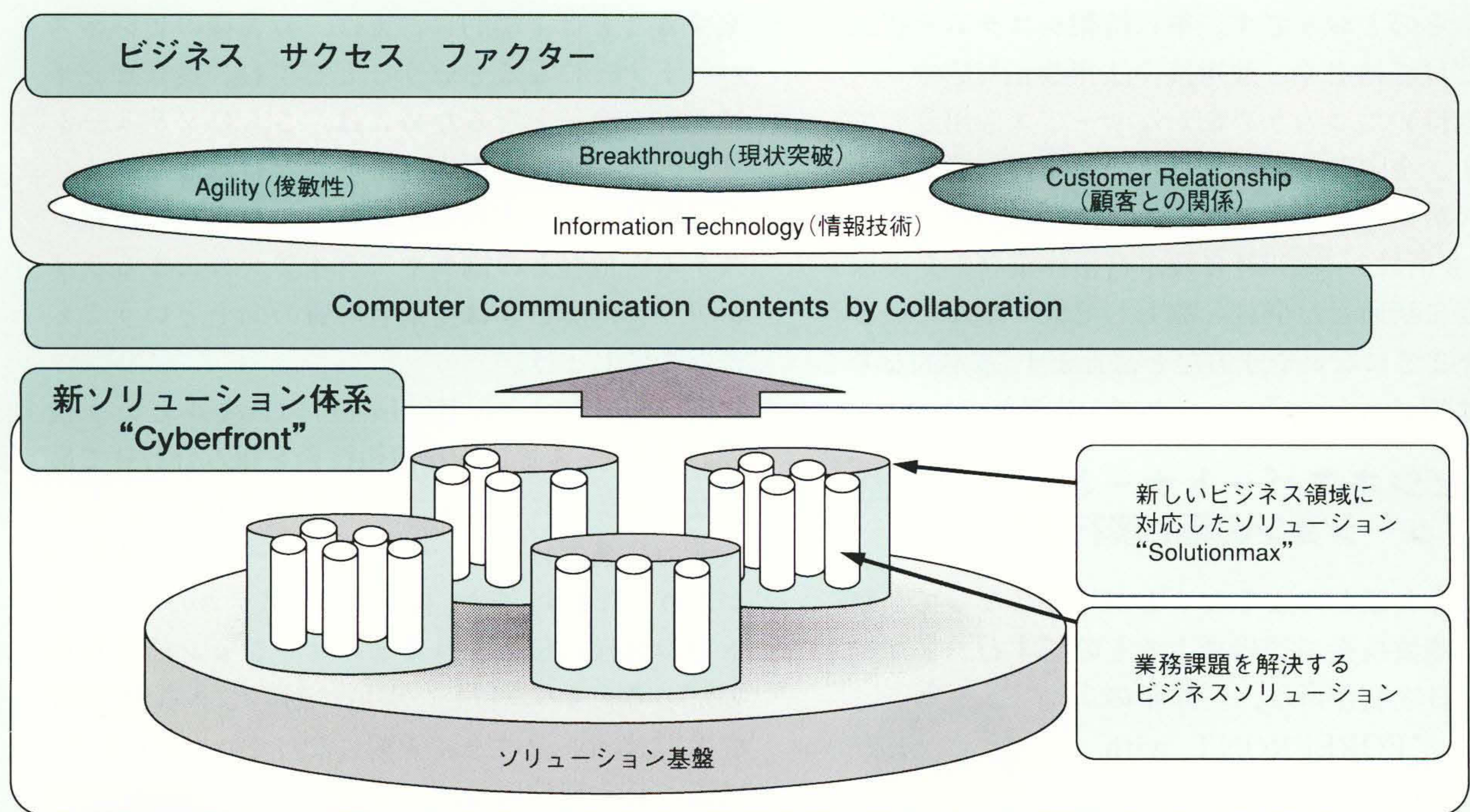
New Information Systems Solution Framework “Cyberfront”

高野みさこ Misako Takano

米井達哉 Tatsuya Yonei

檀原可一 Yoshikazu Dambara

萩野美穂 Miho Hagino



日立製作所の新ソリューション体系“Cyberfront”

日立製作所は、21世紀を勝ち抜く情報戦略企業を支援する新ソリューション体系“Cyberfront”を整備した。“Cyberfront”は新しいビジネス領域に対応したSolutionmaxシリーズを柱として、企業のブレークスルー実現を目指す。

規制緩和やビッグバンなどにより、顧客の経営環境は厳しさを増している。しかし一方、本格的なネットワーク時代を迎え、さまざまなビジネスチャンスも生まれている。日立製作所は、このような新たなビジネスチャンスにチャレンジする企業を支援するため、新ソリューション体系“Cyberfront”を整備し、顧客の視点に立ったソリューションの開発、提供を推進する。

Cyberfrontでは、顧客の新たな事業機会を展開するため、顧客の事業環境とその課題にいち早く着目し、これを解決するため、最先端の情報技術を駆使したソリューションをSolutionmaxシリーズとして提供していく。Solutionmaxとは、昨今の産業、社会構造改革の中で形成されつつある新たなビジネス領域・形態に対応したソリューションであり、個々の業務課題に対する複数のビジ

ネスソリューションによって構成する。また、ソリューションの品質を高め、顧客への迅速な適用を可能とするため、ソリューション基盤を整備した。

さらに、的確なソリューションを提供して顧客の事業展開をより確実なものとするために、日立製作所は、今までにない分野のサービスに踏み込んでいる。国内外の先進企業とのアライアンスを積極的に進め、より広範かつ迅速な問題解決を図る。また、高品質かつスピーディーなサービス提供のため、専門技術者によるサービス実施体制を整備した。

日立製作所は、顧客の立場に立ち、一步進んだソリューションを提供することにより、情報戦略を駆使して21世紀を勝ち抜こうとする企業のよきパートナーとして、顧客ビジネスのいっそうの発展を支援する。

1 はじめに

日立製作所は、1996年5月に情報システムビジョンとして“FOREFRONT with Cyberspace”を発表し、“Networked Computing”をベースに、企業活動や社会活動、家庭生活をグローバルなネットワーク空間で営む、人間性豊かな高度情報社会を創造することを目指してきた¹⁾。

その後の情報技術の進展は目覚ましく、インターネットやイントラネット、エクストラネットの発達、エレクトロニックビジネスの進展などに見られるように、顧客の活動する社会で、日立製作所の描く高度情報社会が現実のものとなりつつある。このネットワーク時代では、企業、または政府や自治体などの公共団体でも、情報システムを活用したビジネスシステムの再構築は必須となりつつある。

このような状況を背景に、日立製作所は、顧客の問題を顧客の視点で考え問題解決を図る、新ソリューション体系“Cyberfront”を整備した。

ここでは、日立製作所の新ソリューション体系“Cyberfront”について述べる。

2 顧客の環境の変化と経営課題

2.1 ネットワーク時代における環境の変化

産業・社会構造の変化や技術革新が進む中で、企業・社会活動は、大きな「変革」の時代を迎えている(図1参照)。

ネットワーク化の進展によって加速化した本格的なグローバルコンペティション時代では、多様化するエンドユーザーの個別のニーズを取り込んだ商品企画や、市場の動き、在庫を的確に把握する価格戦略など、個別ニ

ズに対応したマーケティング戦略が市場を創造する。また、生産から販売までの全ビジネスプロセスの最適化を図り、市場や外部環境の変化に、よりスピーディーに対応できるビジネススキームの構築も必要不可欠となる。

一方、規制の緩和やネットワーク化の進展は、従来とは異なる新しいビジネスの領域・形態の出現を促す。金融ビッグバンによる銀行・証券・保険業の融合、介護保険導入に伴う自治体福祉・医療・民間サービス団体などの連携の加速、新技術によって可能になる消費者小口決済を見込んだ銀行・信販会社・小売業の連携など、新事業開拓の動きが加速している。

2.2 顧客の経営課題

多様化する市場ニーズや新しいビジネス領域・形態に対応するために、顧客にとっては、従来の事業展開の方法から脱却した、新しいビジネスモデルの構築や新しいビジネス領域など、未知の分野への挑戦が必須となっている。

このネットワーク時代でのビジネスサクセスファクター(ビジネスの成功要因)は、以下の4点である。

- (1) Breakthrough(現状突破)：市場機会とみずからの強みを見極めた新事業領域の開拓
- (2) Agility(俊敏性)：変化する環境に柔軟かつ迅速に対応できる企業体質の構築
- (3) Customer Relationship(顧客との関係)：顧客との関係に軸を置いた経営の展開
- (4) Information Technology(情報技術)：上記3点を実現するための、ネットワークなど新技術を駆使した情報システムの活用

日立製作所のソリューションは、この4点の実現を支援する。

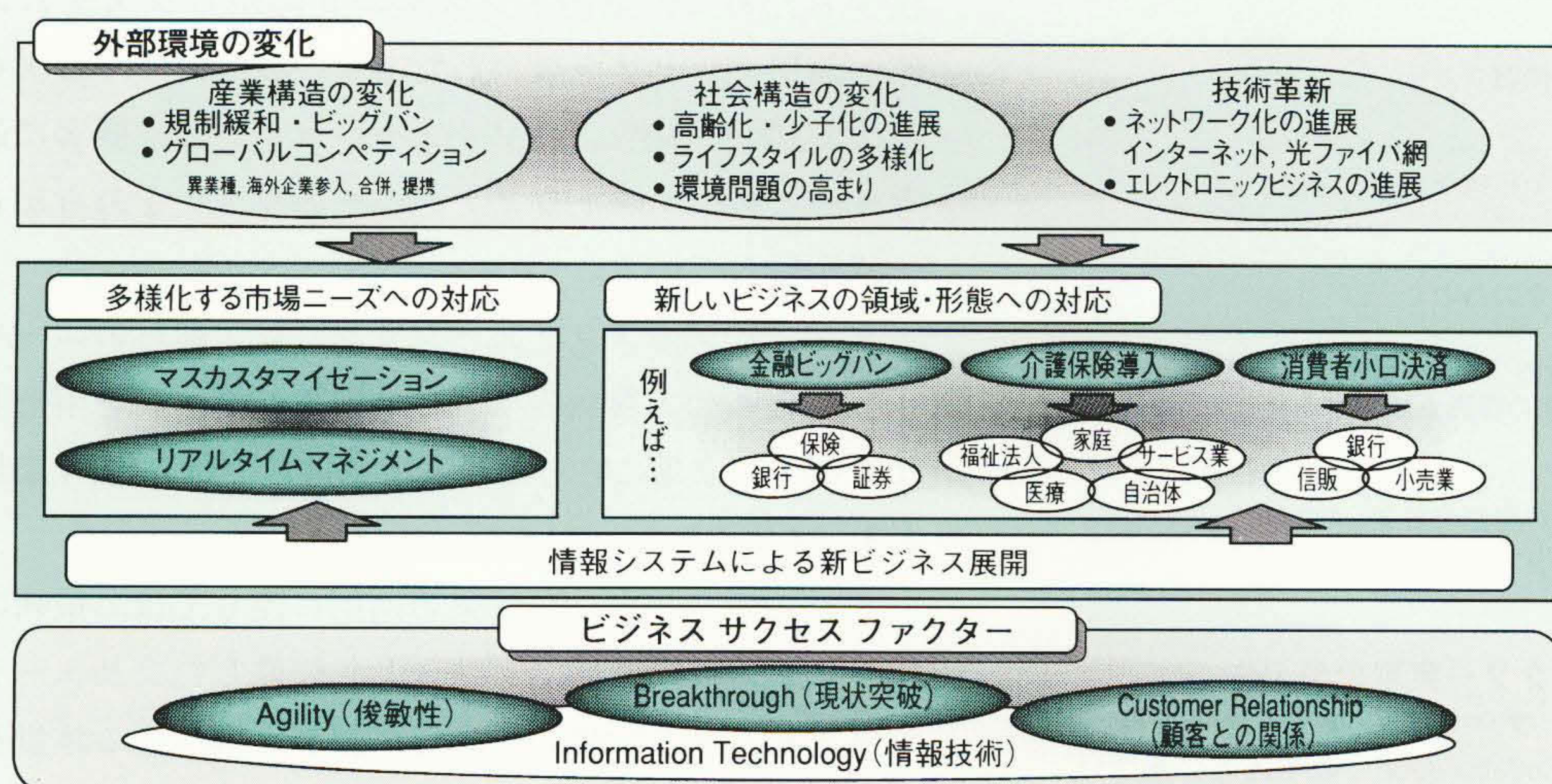


図1 顧客の環境変化と経営課題

本格的なネットワーク時代の到来に伴い、多様化する市場ニーズや従来とは違った新しいビジネス領域・形態に対応するためには、情報システムによるビジネス展開が必須となる。

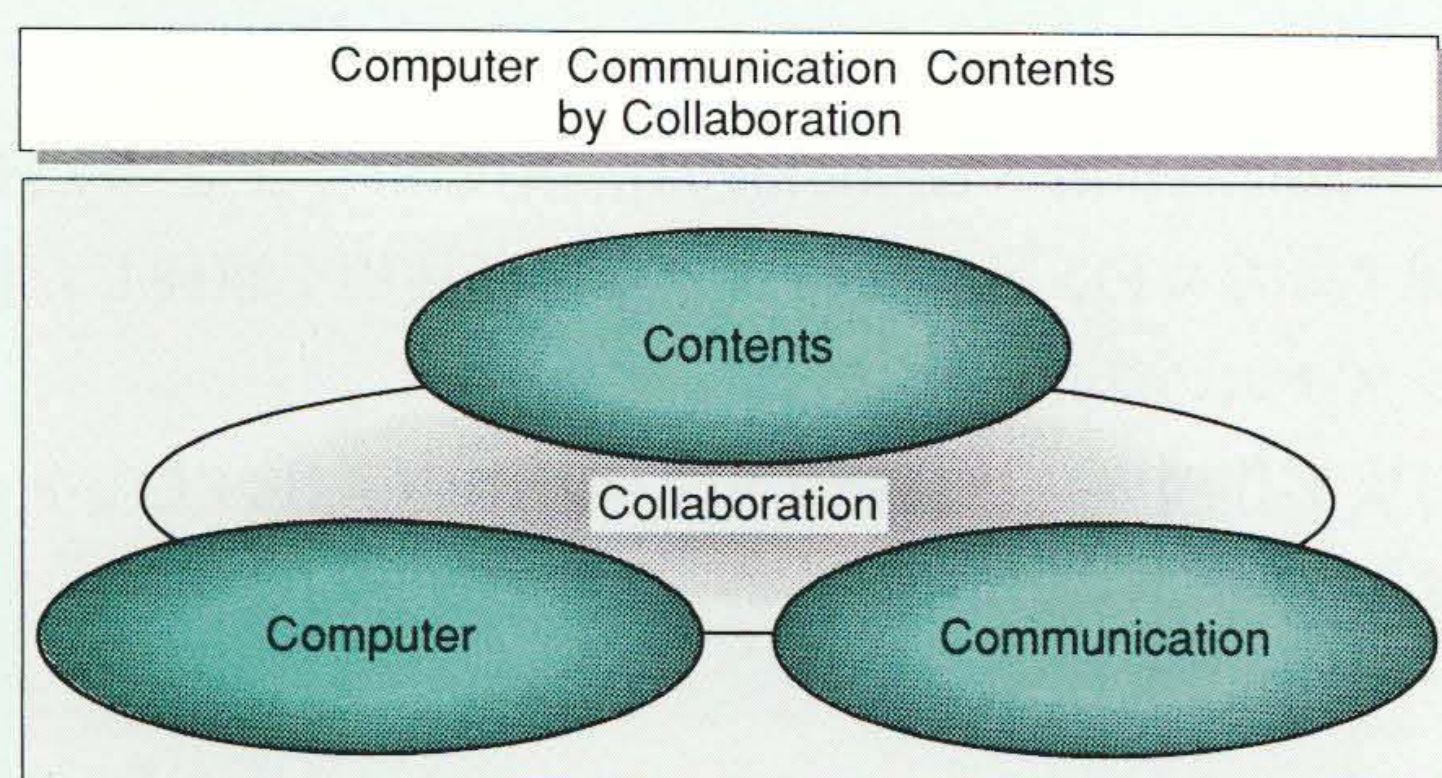
3

ビジネス サクセス ファクター 実現の考え方

顧客のビジネス サクセス ファクターを実現するためには、“Computer Communication Contents by Collaboration”の考え方が必要である(図2参照)。

昨今の情報システム技術の発達、フレキシブルかつ大量のデータ処理を実現し(Computer)、さまざまな顧客や組織との迅速なコミュニケーション(Communication)を可能にした。これらに加え、ネットワークの発達は、画像や音声を含めた高度な情報をリアルタイムに扱うことや、企業活動に必要な精度の高い情報の収集・蓄積・分析・活用(Contents)を可能にしつつある。競争の激化した市場で、このContentsをいかにビジネスに活用できるかが、企業の勢衰を決定する。

以上のComputer, Communication, Contentsを実現し、戦略的かつスピーディーなビジネス展開に欠かせないものが“Collaboration(協業)”である。複数のプレイヤーが互いの得意分野でのノウハウ・リソースを相互に提供し合う協業関係の構築が、迅速かつ的確な課題の解決に必要となる。



- Computer :
高性能でフレキシブルな情報システム
- Communication :
さまざまな顧客や組織との迅速なコミュニケーション
- Contents :
アクションに必要な情報そのものや、その蓄積、分析、活用
⇒これからは、“Contents”をいかにビジネスに活用するかが、企業の勢衰を決定する。
- Collaboration :
複数のプレイヤーが互いの得意分野で、ノウハウやリソースを相互に提供し合う協業関係

図2 ビジネス サクセス ファクター実現の考え方

日立製作所は、顧客のビジネス サクセス ファクターを“Computer Communication Contents by Collaboration”の考え方に基づいて実現する。

“Computer Communication Contents by Collaboration”による顧客のビジネス サクセス ファクターの実現は、ネットワークを活用する環境の整いつつある今だからこそ可能であると考え。日立製作所は、この考えにのっとり、顧客の経営に役立つベストなソリューションを提供する。

4

新ソリューション体系 “Cyberfront”

Cyberfrontは、顧客のビジネスの発展に必要となる、顧客の新しいビジネス領域に合わせて整備した日立製作所の新しいソリューション体系である。本格的なネットワーク時代に対応して、顧客のビジネスのブレークスルーを強力に支援する。

4.1 新しいビジネス領域・形態に対応したソリューション “Solutionmax”

規制緩和や金融ビッグバンなど、経済・社会の構造変化に伴って出現しつつある新しいビジネス領域・形態への対応は、顧客の緊急の課題である。日立製作所は、新しいビジネス領域に対応するソリューションを“Solutionmax”としてシリーズ化した。例えば、金融ビッグバンを勝ち抜くためのソリューションを“Solutionmax for Finance”として提供する(この特集の別論文「金融ビッグバンソリューション」参照)。今後、新しいビジネス領域に対応したソリューションを順次シリーズ化する考えである(図3参照)。

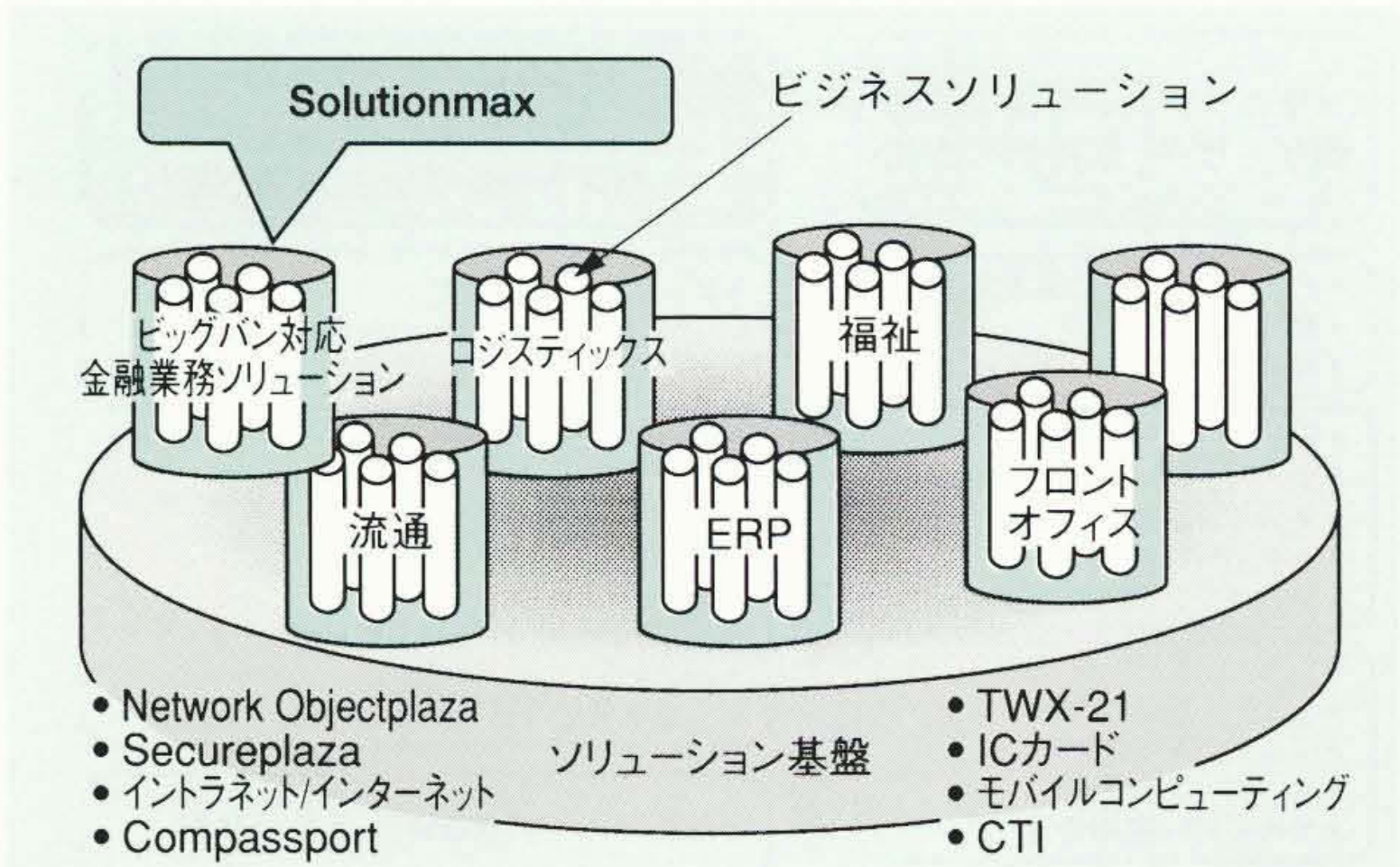
4.2 顧客の経営課題を解決する「ビジネスソリューション」

「ビジネスソリューション」は、Cyberfrontで顧客のビジネス サクセス ファクターを実現する具体策であり、Solutionmaxを構成する要素である。ビジネスソリューションは、顧客の業務課題にいち早く着目して問題を解決するために、業務・システム計画からシステムの構築・運用プロセス全般にわたって一貫したサービスを提供する(図4参照)。各ソリューションでは、顧客に適切なサービス、ソフトウェア、ハードウェアをあらかじめ一式用意している。

また、ビジネスソリューションでは、顧客のニーズや予算に合わせて複数のサービス選択パターンを用意し、より顧客の立場に立った提案を目指している(表1参照)。

4.3 ソリューション基盤

これらのソリューションの適用に際しては、最新の情報システム技術や製品を核として整備したソリューション基盤により、的確かつ迅速に顧客へ導入する体制を整えている。



注：略語説明 ERP (Enterprise Resource Planning)
CTI (Computer-Telephony Integration)

図3 新ソリューション体系“Cyberfront”
日立製作所は、顧客のビジネス サクセス ファクターの実現を図るソリューション体系を整備した。

既存資産と新情報環境をシームレスにつなぐ、分散オブジェクト技術を応用した“Network Objectplaza”，世界的に見ても先進的な、日立製作所のセキュリティ技術基盤を整備した“Secureplaza”，決済分野に強い日立製作所の非接触ICカード技術などが代表的なソリューション基盤である(図3 参照)。

5 的確なソリューション提供のために

激変する競争環境下での顧客にとっては、多様化かつ高度化するビジネス命題に対応可能な新しいソリューションが必要である。

日立製作所は、新たな顧客命題に対応するため、今までにない分野のサービスに踏み込み、ソリューションを強化した。自社製品・サービスだけでなく、各分野の

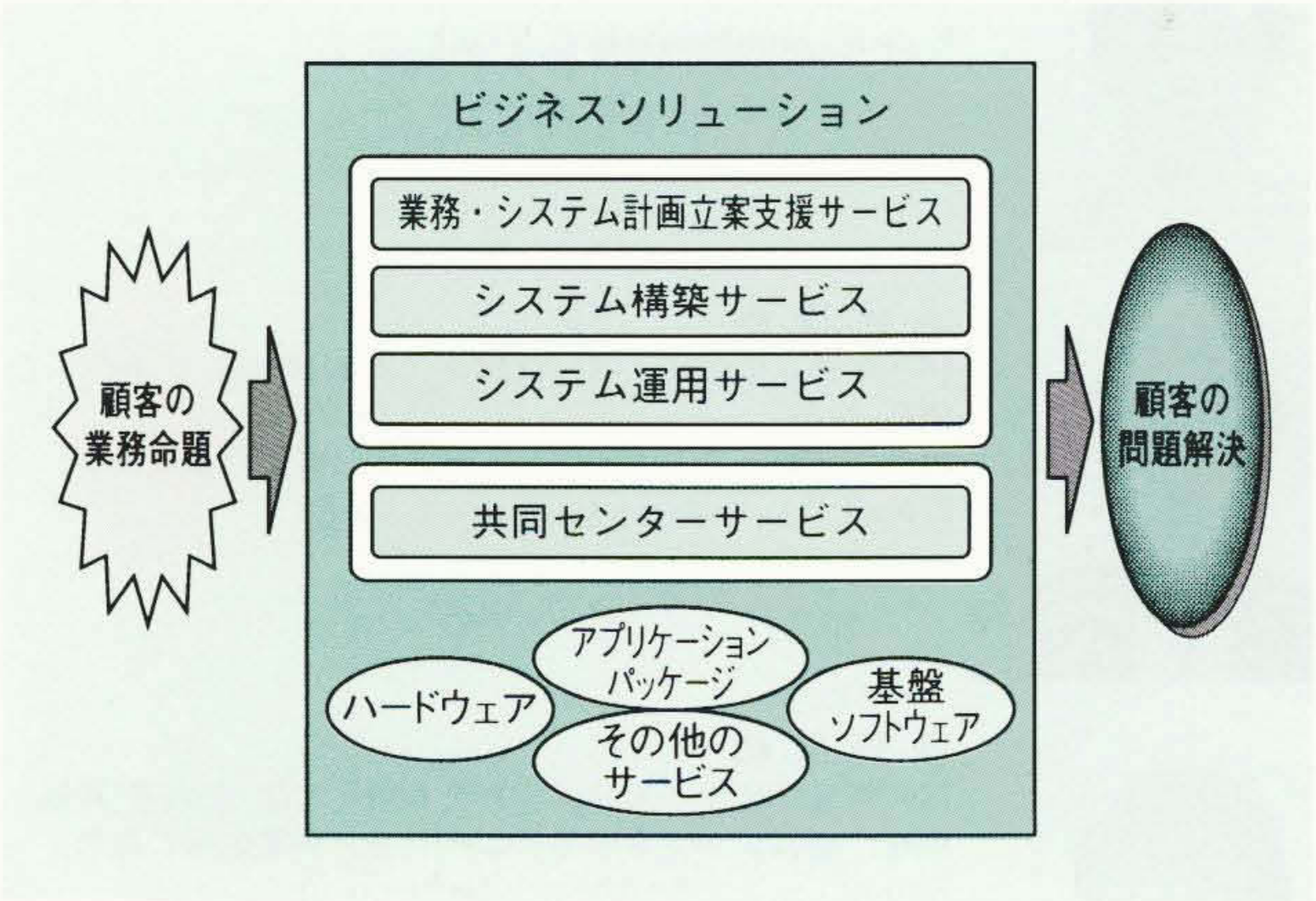


図4 ビジネスソリューション
顧客の業務課題にいち早く着目し、問題解決のために企画から運用まで一貫したサービスを実現する。

表1 ソリューション選択のパターン
ソリューション選択のパターンは、顧客のニーズによって多様である。

顧客のニーズ(例)	選択パターンと特徴
ビジネス、業務に即した情報システムを構築したい。	業務・システム計画からシステム構築までを実施するパターン。さまざまな先進企業との広範囲な連携により、顧客にベストなシステムが構築可能
情報システム運用要員を抱えずに、システム運用の負荷、コストを削減したい。	システム構築後、運用段階でのアウトソーシングを勧めるパターン。運用負荷の軽減、コストの抑制が可能
すぐにでも事業を低コストで立ち上げたい。	共同センターサービスを利用するパターン。システム構築が不要。他ユーザーとの施設・アプリケーションの共同利用により、顧客はコストの大幅抑制が可能

先進企業とのアライアンスを積極的に進め、顧客の広範囲な問題解決を図る。さらに、高品質かつスピーディーなサービス提供のために、専門技術者によるサービス実施体制を整備した。

5.1 新サービス、新技術の提供

本格的なネットワーク時代を迎えて、顧客のビジネスはエレクトロニックビジネスを視野に入れた広がりを見せつつある。顧客のこのビジネスの広がりを実現するため、日立製作所は、ソリューションを構成するサービスや技術の分野を以下のように拡大し、充実させている。

- (1) 業務・システム計画立案支援
ビジネス領域の拡大に応じて顧客の企画業務の支援を強化するため、業務・システム計画立案支援メニューを充実した。
- (2) SI(System Integration)
製造業である日立製作所のノウハウを生かして提供するERP(Enterprise Resource Planning)パッケージ、米国Prism Solution社と提携して提供するデータウェアハウスなど、これからのビジネスや業務に必要な製品を拡充している。
- (3) システム運用
低コストでより信頼性の高いシステム環境を実現させるため、システム運用代行やシステム運用のアウトソーシング(外部委託)サービス、システム運用管理、ネットワーク管理、セキュリティ運用管理を提供する。
- (4) 共同センター
共同バンキングや投資信託など、アプリケーションの共同利用により、低料金を実現した共同センターサービスを強化している。
- (5) サービスプロバイディング

オープンネットワーク環境下でビジネスへの取り組みが可能になってきた電子認証や企業間EC(Electronic Commerce)などのサービスを、信頼性の高い日立製作所のセキュリティ技術を用いて提供する。

5.2 アライアンスによるベストなセレクトの実現

サービスや技術の分野を広げる一方、日立製作所は、顧客の戦略立案を支援したり、最新アプリケーションパッケージ、グローバルスタンダードの基盤ソフトウェア、ハードウェアを提供するなど、顧客にとってベストなソリューションを提供するために、国内外の先進企業とのアライアンス(提携)を積極的に進めている。代表的なアライアンス先を図5に示す。

日立製作所は、これらアライアンスによって調達したサービスやソフトウェア、ハードウェアに対しても、日立製品と同様のきめ細かな保守・サポート体制を敷いている(この特集の別論文「パートナーとの連携によるオープンシステムサポートへの取組み」参照)。

5.3 プロフェッショナルな認定技術者によるサービスの実現

ハードウェアやソフトウェア製品の品質とは異なり、サービスの品質を左右する最も大切な要素は人材である。したがって、ソリューションが本来の目的を達成できるか否かも、人材によって決まることとなる。日立製作所は、この基本理念にのっとり、ソリューション提供に携わる人材の強化にも注力している。代表的な施策の一つが、特定の業務や専門技術のプロを認定する「ソリューションPro制度」である。

この制度の最大の特徴は、サービス商品に対応した認定技術者を用意し、サービス商品の提供に際しては、この認定技術者に担当させることにある。現在、一部の商品からこの制度の適用を開始しているが、今後積極的に拡充する計画であり、専門性の高いサービスについては、全商品にこのルールを適用する考えである。

このように、サービスに従事する人材の質を向上させる仕組みを整備することにより、日立製作所は、顧客に提供するソリューションの品質向上やスピードアップに努めている。

6 おわりに

ここでは、日立製作所の新ソリューション体系“Cyberfront”について述べた。

日立製作所は、Cyberfrontを通して、顧客の良きビジネスパートナーとして、顧客とともに発展するソリュー

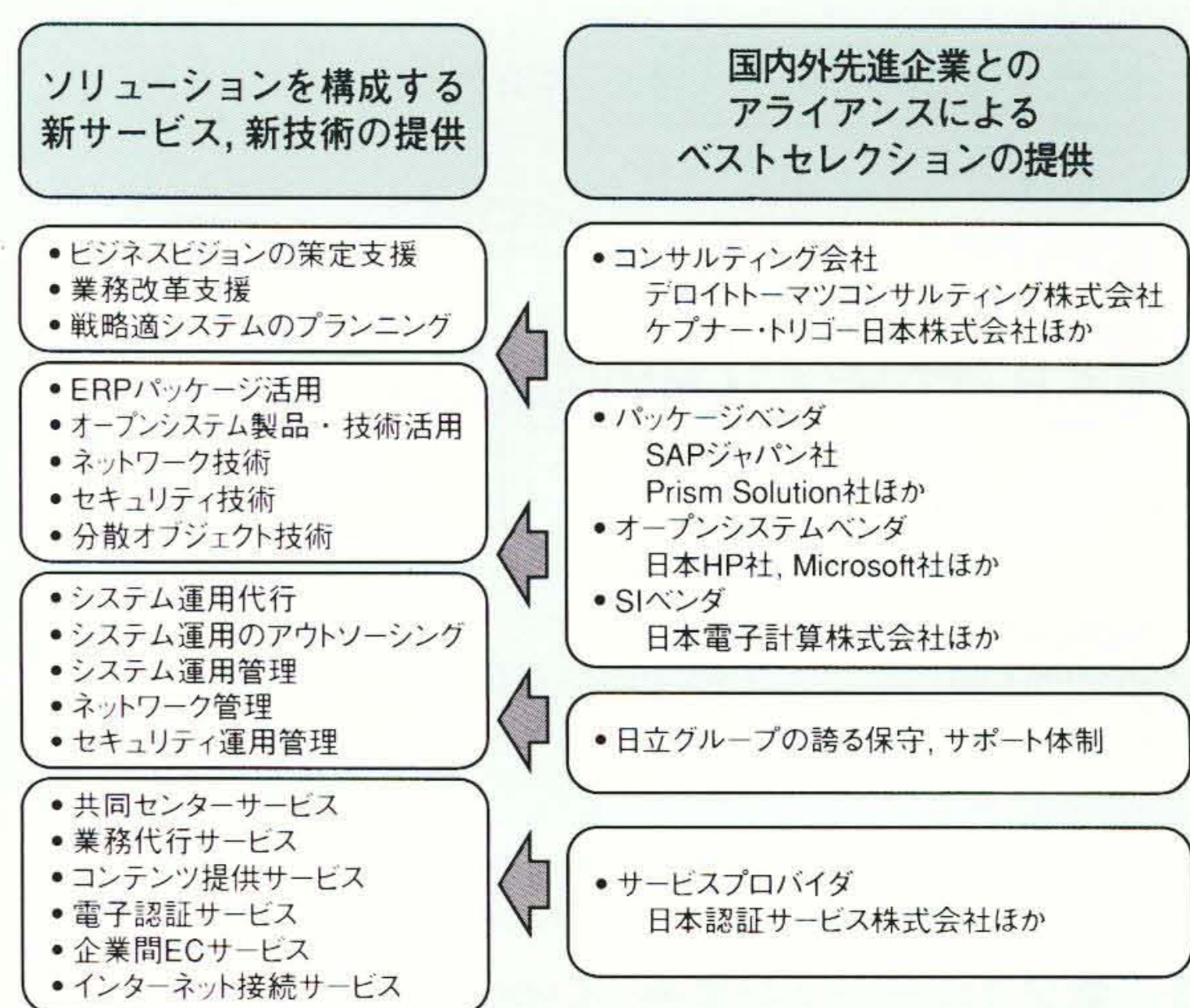


図5 顧客のビジネスの広がりの実現

顧客のビジネス領域を拡大するため、日立製作所は、新サービスや新技術の展開、開発に務め、国内外の先進企業とのアライアンスも積極的に推進している。

ソリューションプロバイダの役割を果たすことを目指している。

以降の論文では“Cyberfront”を構成するソリューションや技術、サービスについて紹介する。

参考文献

- 1) 大島, 外: ネットワーク時代における情報システムコンセプト“FOREFRONT with Cyberspace”, 日立評論, 79, 4, 340~344(平9-4)

執筆者紹介



高野みさこ

1975年日立製作所入社, 情報システム事業部 システム企画部 所属
現在, 情報システムのソリューション事業企画に従事
E-mail: mitakano@system.hitachi.co.jp



檀原可一

1980年日立製作所入社, システム開発本部 企画室 所属
現在, 情報システムのソリューション事業企画に従事
E-mail: dambara@bisd.hitachi.co.jp



米井達哉

1989年日立製作所入社, 情報システム事業部 システム企画部 所属
現在, 情報システムのソリューション事業企画に従事
E-mail: tyonei@system.hitachi.co.jp



萩野美穂

1991年日立製作所入社, システム開発本部 企画室 所属
現在, 情報システムのソリューション事業企画に従事
E-mail: m-hagino@bisd.hitachi.co.jp