

ITの流通・ヒト・売り方を読む

# BCN

BUSINESS COMPUTER NEWS

<http://biz.bcnranking.jp/>

2014.7.14

vol.1538 第2部

AWSの夏  
2014

アマゾン データ サービス ジャパン  
代表取締役社長

長崎忠雄

アマゾン データ サービス ジャパンは、パブリッククラウドサービス「Amazon Web Services (AWS)」の日本における運営会社である。AWSの東京リージョン(データセンター群)設立は2011年3月。海外よりも遅れているとされていた日本のクラウド市場を開拓し、競合サービスが乱立する現在でも圧倒的な存在感を放っている。



アマゾン データ サービス ジャパン  
代表取締役社長

長崎忠雄

“クラウドファースト”という言葉がすでに古いと感じるほど、クラウドの認知は高まっている。セキュリティ面の不安などを理由とするクラウド慎重論は根強いが、すべてのシステムをパブリッククラウド上で運用するユーザー企業も、事業規模の大小を問わず出てきている。だが、急成長を続けるパブリッククラウド市場では、さまざまなクラウドベンダーのサービスが乱立状態にあるともいえる。アマゾン データ サービス ジャパンの長崎忠雄代表取締役社長に、クラウド市場の現状をどのようにみているのかをたずねた。

取材・文／畔上文昭  
report & text by Fumiaki Azegami  
写真／浅田創  
photo by Tsukuru Asada

## クラウドの普及でITは変革期を迎えた

— 1年ほど前に国内で初めての「プレミアムコンサルティングパートナー」として、アイレット (cloudpack) と野村総合研究所が認定されました。日本でのビジネスパートナー戦略が本格化したという印象を受けましたが、あれから1年でどのような変化がありましたか。

長崎 ユーザー層が拡大してきたのと同時に、「Amazon Web Services (AWS)」上で稼働するワークロード (システム) も、本当に多種多様になってきています。とくにエンタープライズクラスの企業で、具体的にAWSに移行するという話が増えた1年でした。これは本当に大きな変

化だと思っています。

— 「この1年で」というのは、なぜだと思いますか。

長崎 いくつか要因はあるでしょう。一つは、AWS側のサービスの拡充。それから、AWSのもつ価値が受け入れられるようになったということも大きい。

私たちは、イノベーションと称して、昨年だけで280の新機能や新しいサービスを市場に投入しました。今年もすでに160近くを投入しています。また、4月にはAWSが始まってから42回目の値下げを発表しました。それらの姿勢が日本の市場に浸透したと実感しています。

ユーザー事例を発表する機会が増えたのも、導入の意思決定を後押しする一つの要因になっているかもしれませ

かゆいところに手が届く。  
だからAWSは強い

ん。この1年を振り返ると、SAPのERPがAWS上でちゃんと動く、しかもコスト削減や導入期間の短縮を実現して、運用も変わったという事例をユーザー側から積極的に語っていただける機会が増えました。

ITの変革期にあるなか、AWSという最先端のテクノロジーを示すために、ユーザー事例はとても重要です。私たちとしては、非常に感謝しています。

— 今はITの変革期ということですが、何が変革しているのですか。

長崎 今まで、新しいITプロジェクトでは、インフラの調達スピードが圧倒的なボトルネックになっていました。悩ましいサイジングがあって、一生懸命考えても機会損失になったり、オーバースペックになったり。導入後は、ハードウェアの更改やバグフィックスなどもある。企業のIT部門は、インフラの保守に時間を取られていました。

それがAWSなら初期費用がゼロ円で、必要に応じてスケールアップも、スケールダウンもできます。IT部門はインフラの保守などから解放されて、ビジネスサイドに貢献できるようになったとの声をいただきます。今までのやり方から、ビジネスの未来を担うようなITのあり方の変革が、AWSというソリューションによって実現できているのだと思います。

## 一社独占で勝ち残るとは思っていない

— あるSlerから、最近、AWSから違うクラウドへの移行案件が出始めているという話を聞きました。最大の要因は、価格だと思います。その意味では、今年3月にグーグルが大幅な値下げを断行しました。また、マイクロソフトも、価格では負けられないという方針です。競合企業の動きは、気になりませんか。

長崎 周りの会社に目を配ってしまうと本質を見誤る可能性があります。重要なのは、お客様が何を求めているのか。どのような理由でAWSをお使いいただき、どうしたらお客様のビジネスに貢献できるのかに焦点を当てています。

— とはいえ、グーグルが大胆な値下げを決めたら、AWSも追随したではありませんか。

長崎 値下げはグーグルとは関係ありません。サンフランシスコで開催した3月のAWS Summitで発表することが、もともと予定されていました。これまでAWSは値下げを42回行いましたが、競合企業のプレッシャーではなく、利益をお客様に還元するというビジネスのフィロソフィーにもとづいて実施しています。

クラウドのビジネスでは、ある程度のスケールと経験が必要です。AWSには8年の経験があり、その期間で培ったノウハウや、お客様との対話のなかで得た知見があります。価格についても、アマゾン・ドット・コムはローマージンで、ハイボリュームのビジネスオペレーションで培ったノウハウが生きています。

おそらく将来は、何社かがクラウド市場で勝ち残っています。われわれが一社独占で勝ち残るとは思ってい

ビジネスの未来を担うようなITのあり方の変革が、AWSというソリューションによって実現できている。



## Profile

1969年、福岡県生まれ。93年、米カリフォルニア州立大学ヘイワード校理学部数学科卒業。同年、西武ポリマ化成入社。海洋資材の海外販売に従事。98年、デル入社。00年、F5ネットワークスジャパン入社。06年、同社代表取締役社長兼米国本社副社長。11年8月、アマゾン データ サービス ジャパン入社。12年2月、代表取締役社長に就任。

JAWS-UGは、地域に根差した活動をしており、その数は40を超える。開発者コミュニティは都市部で活動するのが一般的だが、地方で成り立つところに、AWSの魅力やパワーを垣間見ることができる。

ただ、JAWS-UGの異様と思えるほどの盛り上がりぶりが気になる。中に入れば楽しいが、出遅れた者にとっては近寄りたいたいのではないかと。長崎社長はその意見に異を唱えるが、いつの時代もコミュニティの維持は大きな課題だった。

とはいえ、今は確かに盛り上がっている。AWS

ません。お客様にとっても、選択肢はたくさんあったほうがいいですよね。

## 常に期待以上のサービスを展開する

— グローバルでサービスを提供しているAWSにとって、日本はどのようにみえるのですか。

長崎 まず、重要な地域の一つであることは間違いありません。AWSのリージョン(データセンター群)は世界に10拠点ありますが、1年目の成長率という観点では日本リージョンが一番伸びています。それだけお客様の意識も高いということです。

— 以前は、日本ではクラウド化が遅れているといわれていました。

長崎 日本は遅れていないと思います。企業のIT基盤そのものをすべてAWSにもってくるという動きが、グローバルで出てきています。例えば、定額ネット動画配信の米国ネットフリックスの事例が有名ですが、日本の企業も同じ。多くのお客様が、3年から5年のスパンで社内の全IT基盤をAWSに移行する計画を進めています。

— デベロッパーコミュニティのJAWS-UG (AWS User Group-Japan) も熱い。異様なほどの盛り上がりを見せています。なぜにそれほど盛り上がっているのでしょうか。

長崎 熱いですよね。デベロッパーのコミュニティがあるのは、とても心強い。熱い理由はなんでしょうね。お客様が必要とするサービスを矢継ぎ早に出していく、そういったAWSの姿勢と関係しているのかもしれない。

— 新しいサービスがどんどん出てきているので、技術者がキャッチアップするのは大変じゃないですか。

長崎 確かに大変です。ただ、そこがAWSの強みだと思っていますので、そのスピードを緩めることはありません。あるお客様からは、「AWSは本当にかゆいところに手が届く。こういったサービスがほしいと思っていたら、数か月後に出てきた」との言葉もいただいています。われわれとしては、お客様の期待値を常に上回っていくようなかたちで、サービスを展開していきたいですね。

## 眼光紙背

と同じ分野のクラウドベンダーが、同等以上のクラウドサービスを提供できるとしても、JAWS-UGを超えるデベロッパーコミュニティを形成できなければ勝ち目がない。競合ベンダーが、AWSのサービスだけを気にしているうちは安泰だ。

長崎社長には「競合ベンダーが気になるはず」を意味する質問を言葉を変えながら何度も聞いたが、その質問に関する明確な答えはとうとう出てこなかった。どこまでその勢いが続くのか。機会があるごとに同じ質問を投げてみたいと思う。(武)

AWS (Amazon Web Services) の普及は、クラウドを活用したシステム構築を得意とするCler (クラウドインテグレータ) に大きく依存している。クラウド基盤の提供に力を入れるAWSにとって、Clerを中心とするパートナー企業の存在は不可欠だ。一方で、AWSを躍進のきっかけにしたClerも多い。AWSのパートナー企業をみると、ベンチャー企業でも大手ITベンダーと同等以上の実績を残していることがわかる。AWSの強さはサービス内容そのもので語られがちだが、実はAWSとパートナー企業によるエコシステムの存在が大きい。とはいえ、パートナー企業について、アマゾン データ サービス ジャパンの今野芳弘・パートナ・アライアンス本部本部長は「やみくもに増やそうとは思っていない」と語る。AWSがパートナーとして認定する以上は、しっかりとした技術力や営業力などをもってほしいと考えているからだ。

取材・文／村上文昭  
report & text by Fumiaki Azegami

# ニッポンのクラウドを支える Clerと AWSのエコシステム

## ユーザー企業のCler選びをサポート APNパートナープログラム

AWSは、APN (Amazon Web Services Partner Network) というパートナープログラムを用意している。このプログラムで用意するカテゴリは、「コンサルティングパートナー」と「テクノロジーパートナー」の二つ。「コンサルティングパートナー」は、SlerやClerなどのインテグレータ、「テクノロジーパートナー」はISVやプラットフォーム事業者などが対象だ。

パートナー企業には、「プレミア」「アドバンス」「スタンダード」「レジスタード」の四つのレベルがある。AWSは通常「スタンダード」以上をパートナーと呼んでいるが、広義では「レジスタード」もパートナーに入る。それぞれに参加要件があるが、「プレミア」については公開していない。ちなみに、日本企業で「プレミア」に認定されているのは、アイレット (cloudpack) と野村総合研究所の2社だけだ。

「レジスタード」は、パートナーになることを希望しているが、まだ実績が少なかったり、技術者の数が少なかったりして、「スタンダード」の要件を満たさない予備軍としての位置づけ。APNパートナー向けのサイトでAWSを試用することができ、トレーニングも用意されている。ちなみにレ

ジスタードパートナーの登録社数は、数百社になるといえる。AWSは、APNパートナーに対して、「セールスサポート」「テクニカルサポート」「マーケティングサポート」「アライアンスサポート」という四つのサポートを提供している。「セールスサポート」

では、パートナーの営業活動を支援する。例えば、AWSの営業スタッフが同行したり、提案時にAWSのアーキテクトをレビューしたりする。「テクニカルサポート」は、技術者の育成、ベータプログラムへの参加、トレーニングへの参加などを提供。「マーケティングサポート」は、パートナーのマーケティング活動を支援。「アライアンスサポート」は、パートナーのビジネスの活性化を支援し、問題点があれば解決するサポートを提供する。

### APNのカテゴリとレベル

	コンサルティングパートナーの参加要件	テクノロジーパートナーの参加要件
<b>プレミア</b>	非公開	非公開
<b>アドバンス</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>月額AWS利用料金(直近の3か月平均)が1000ドル以上</li> <li>Businessレベル以上のAWSサポート契約</li> <li>4件以上のAWS導入事例を保有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>双方向NDA (Mutual NDA) の締結</li> <li>AWSを利用した製品の保有</li> <li>月額AWS利用料金(直近の3か月平均)が25000ドル以上</li> </ul>
<b>スタンダード</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>5名以上のAWS技術トレーニング要件を満たす</li> <li>5名以上がAWSビジネスプロフェッショナル認定を取得</li> <li>AWSビジネスプランの提出</li> <li>AWS技術窓口の設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Businessレベル以上のAWSサポート契約</li> <li>4件以上のAWS導入事例を保有</li> <li>AWSビジネスプランの提出</li> <li>AWS技術窓口の設置</li> </ul>
<b>レジスタード</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>月額AWS利用料金(直近の3か月平均)が1000ドル以上</li> <li>Developerレベル以上のAWSサポート契約</li> <li>2件以上のAWS導入事例を保有</li> <li>2名以上のAWS技術トレーニング要件を満たす</li> <li>2名以上がAWSビジネスプロフェッショナル認定を取得</li> <li>AWSビジネスプランの提出</li> <li>AWS技術窓口の設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>双方向NDA (Mutual NDA) の締結</li> <li>AWSを利用した製品の保有</li> <li>月額AWS利用料金(直近の3か月平均)が1000ドル以上</li> <li>Developerレベル以上のAWSサポート契約</li> <li>2件以上のAWS導入事例を保有</li> <li>AWSビジネスプランの提出</li> <li>AWS技術窓口の設置</li> </ul>
	なし	なし

※AWSサポートは、AWSのユーザーや開発者、パートナーなどを対象にしたサポートサービス。4つのレベルが設定されている

## APNパートナーのソリューションが試用できる「AWS Test Drive」

AWSは、APNパートナーのビジネス支援策として、「AWS Test Drive」というサービスを提供している。これは、APNパートナーのソリューションに興味を持ったユーザー企業に、そのソリューションを無償で試用できる環境を提供するサービスだ。ユーザー企業は購入前にAWS上で実際に使うことができるので、機能の確認のほか、パフォーマンスの

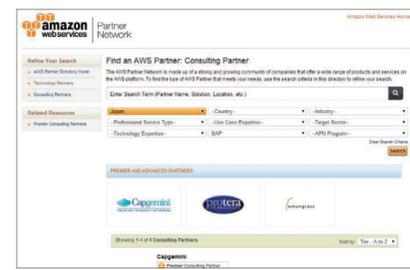
チェックなどに活用できる。試用にあたっての登録情報は、ソリューションを提供するAPNパートナー企業に届き、試用したユーザー企業へのコンタクトを取ることができる。4月17日にスタートしたこの「AWS Test Drive」は、現在、第一弾として8社のAPNパートナーが提供する12のソリューションが試用できる。もちろん、今後も増やしていく予定だ。

### AWS Test Driveの位置づけ



## 最適なAPNパートナーを検索できる「APNコンピテンシー」

「ビッグデータやERPなどのソリューションで、AWSで最も実績のあるAPNパートナーは?」「APNパートナーが多すぎて、どこに頼んだらいいのかわからない」。こうしたユーザー企業の声に応えるのが、「APNコンピテンシー」だ。これは、AWSのウェブサイト上でソリューションなどの条件を選択すると、画面上にAWSがおすすめするパートナー企業が出てくる仕組み。これまで米国のAPNコンピテンシーを提供していたが、新たに日本版として7月に公開する予定だ。分野は、「ビッグデータ」「マネージドサービスプロバイダ (MSP)」「Microsoft SharePoint」「Microsoft Exchange」「SAP」「Oracle」の六つ。「APNコンピテンシー」の認定は、APNパートナーの申請をAWSが事例数やエンジニア数などで審査して決定する。



米国で提供している「APNコンピテンシー」

## ビッグデータ活用のトレーニングコースも登場予定

AWSは、トレーニングプログラムが充実している。これまでは初心者向けが中心だったが、「プロフェッショナル」や「スペシャリティ」という実務者や上級者向けのコースも提供する予定だ。各コースには、APNパートナー向けに優遇制度を用意している。

### AWSトレーニングコース

	ベーシック	アソシエイト	プロフェッショナル	スペシャリティ
ソリューションアーキテクト	AWS実践入門2	Architecting on AWS	Architecting on AWS: Advanced Concepts (7月から)	
デベロッパー	AWS実践入門1	Developing on AWS	Advanced Operations on AWS (提供予定)	Big Data on AWS (8月から)
システムオペレーション (SysOps) アドミニストレーター	AWS実践入門2 (オプション)	Systems Operations on AWS		

## 大阪でも認定試験の受験が可能に

認定制度は、「アソシエイト」「プロフェッショナル」「マスター」のレベルを設定している。すでに提供しているアソシエイトレベルに加え、上級レベルの認定試験も今後は追加していく予定だ。また、東京だけだった試験会場に、6月末からは大阪会場が加わった。

### AWS認定試験

	ソリューションアーキテクト	デベロッパー	システムオペレーション (SysOps) アドミニストレーター
マスターレベル	AWS認定ソリューションアーキテクト-マスターレベル試験 (時期未定)		
プロフェッショナルレベル	AWS認定ソリューションアーキテクト-プロフェッショナルレベル試験 (7月より)	AWS認定デベロッパー-プロフェッショナルレベル試験 (時期未定)	AWS認定SysOpsアドミニストレーター-プロフェッショナルレベル試験 (時期未定)
アソシエイトレベル	AWS認定ソリューションアーキテクト-アソシエイトレベル試験	AWS認定デベロッパー-アソシエイトレベル試験	AWS認定SysOpsアドミニストレーター-アソシエイトレベル試験

## セキュリティリファレンス

セキュリティの不安が指摘されるクラウドだが、AWSは高いセキュリティ基準をもつ金融機関でも運用できる。それを示したのが、「金融機関向け「Amazon Web Services」対応セキュリティリファレンス」だ。リファレンスでは、金融情報システムセンター (FISC: The Center for Financial Industry Information Systems) が提供する「金融機関等コンピュータシステムの安全対策基準・解説書」第8版に適合させる対応策を具体的に提示している。参加企業は、SCSK、シーエーシー、TIS、電通国際情報サービス、トレンドマイクロ、野村総合研究所、三井情報。リファレンスは、各社のウェブサイトからダウンロードできる。

## AWS導入ガイド

APNパートナーの6社が、AWS関連のビジネスを展開してきたなかで得たノウハウやFAQ (よくある質問) をもとに作成したのが、「エンタープライズAWS導入ガイド」だ。ここでは、システムの構成例や運用方法、データやサーバーの移行方法などを紹介している。契約上のポイントも載っているので、AWSの導入を検討するときに役に立つ。ガイドラインを作成したのは、アクセンチュア、アビームコンサルティング、伊藤忠テクノソリューションズ、サーバーワークス、日本ユニシス、日立製作所。各社のウェブサイトからダウンロードできる。

## クラウドが普及しても Slerの仕事はなくなる 三位一体のAWSエコシステム

アマゾン データ サービス ジャパン  
今野芳弘  
パートナ・アライアンス本部  
本部長



「よく勘違いされるのが、クラウドが普及すると、Slerの仕事がなくなってしまうのではないということ。確かに、サーバーなどのハードウェア販売に依存したビジネスのままでは、仕事はなくなっていくかもしれない。メインフレームからオープンシステムへのダウンサイジングが進んだときも、同じことが起きた。ただし、それでSlerの仕事がなくなるというのは間違っている」と語る今

野本部長。むしろ、ハードウェアの調達に左右されないぶん、多くのSlerにとってチャンスになる。Cler (クラウドインテグレータ) と呼ばれるITベンダーの台頭も、多くのチャンスがクラウドにあることを示している。AWSのビジネスは、SlerやClerなどのITベンダーなしでは語ることができない。インテグレーションを手がけられないAWSにとって、パートナー企業の存

在は非常に大きいのだ。今野本部長は、「AWSの強さを支えているのは、間違いなくパートナー企業。AWSは、ユーザー企業のシステムを開発したり、運用したりせず、そこはパートナー企業に任せている。それどころか、パートナー企業が市場を開拓し、販売促進活動もしている」と説明する。AWSにとっては、パートナー企業に加え、国内最大級の開発者コミュ

ニティ「JAWS-UG」と、昨年立ち上がったユーザー企業のコミュニティ「Enterprise JAWS-UG (E-JAWS)」の存在も大きい。JAWS-UGの活動は全国に広がり、40を超える地域の団体が自発的に活動している。そしてE-JAWSは、開発者によって運営されているJAWS-UGとは違い、AWSが運営。コミュニティの参加企業をAWSが選定し、約40社が名を連ねる。

「AWSのエコシステムは、JAWS-UGとE-JAWS、それからパートナー企業によって成り立っている」(今野本部長)。なかでもJAWS-UGの活動は力強く、「異様な」盛り上がりを見せている。これはAWSが開発者にとって魅力的であることの証であり、夢中にさせる何かがあるということだ。そして、JAWS-UGの盛り上がり、パートナー企業の技術力向上につながっている。

「パートナー企業の技術力の向上は、クラウドを有効活用したいユーザー企業にもメリットがある。その結果、パートナー企業の案件が増えて、ビジネスが拡大していく。そういうサイクルだ」と今野本部長は語る。AWSはエコシステムを強化するためにトレーニングコースや認定制度を充実させ、「テストドライブ」や「APNコンピテンシー」という新たな施策にも取り組み始めている。

# THE 決断 -Make a Decision-

ユーザーのIT導入プロセスを追う

## ガリバーインターナショナル



全国に3か所あるWOW!TOWNの大宮店。「クルマ選びのテーマパーク」がコンセプトだ

## テスト導入の成果から 全システムのAWS移行を決断

スピードを求めるガリバーの社風にマッチ

クルマの買い取り事業でビジネスをスタートしたガリバーインターナショナル(ガリバー)。それまであいまいだったクルマの買い取り価格で、全国均一価格の提示を実現したことによって、中古車買い取り市場に流通革命を起こした。中古車販売でも、価格の理由を示すことで消費者の信頼を獲得する。ガリバーが実現してきた先進的な取り組みは、常に情報システムに支えられてきた。そのガリバーは今、すべての情報システムを「AWS (Amazon Web Services)」に移行しようとしている。

### きっかけは新規システムの構築

ガリバーのビジネスは、情報システムとともに歩んできた。全国均一の買い取り価格は、データを集中管理することによって実現した。中古車販売事業に参入するにあたっては、全国の店舗が保有するクルマを中古車販売システムの画面上で確認できるようにした。どこにどのようなクルマがあるのか、傷や修復歴はどうか、そしてガリバースタッフによる査定情報などを、このシステムで提供する。タッチパネル式の端末を採用し、販売店のほか、ショッピングセンターにも設置するなど、販路の拡大に貢献している。

ガリバーは、2011年、新たに「クルマ選びのテーマパーク」をコンセプトにした大型中古車展示場「WOW!TOWN (ワオタウン)」



ガリバーインターナショナル ITチーム 月島 学氏

を展開するにあたって、来場客向けのサービスを提供する新規システムの構築に取り組んだ。

まず、WOW!TOWNの来場客が、渡されたiPad miniで、好きなクルマや今探しているクルマのタイプ、利用シーンなどのアンケートに答える。次に、展示しているクルマを見て回り、気に入ったクルマがあったら、掲示されているQRコードをiPad miniで読み取る。ちなみに、クルマには価格を表示していない。来場客が本当に好きなクルマを知ってもらうために、価格といういわば雑念を取り払うことが目的だ。展示車を見終わったら、最初のアンケートで答えた内容と、実際に選んだクルマとを比較し、ベストなクルマを提案する。ここで、価格も表示する。

このように、新規システムでは、来場客のクルマ選びをサポートすることが求められた。

### 試験的にクラウドを採用

ガリバーは、WOW!TOWNの来場客向けシステムを構築するにあたって、パブリッククラウドの採用を検討した。それまではすべてのシステムをデータセンター(DC)に置いたサーバー上に構築し、運用していた。そこではプライベートクラウド環境も使っていたが、パブリッククラウドを採用したことはなかった。

「端的にいえば、テストの要素が強い」とITチームの月島学氏は語る。新しいシステムでは、新しいことに挑戦しやすい。既存システムの改修だと、セキュリティ対策の確認や稼働確認だけでも大変な作業になる。また、オンプレミス環境を使い続けることへの不安から、パブリッククラウドを採用すべきというムードも社内にあった。「新しい



WOW!TOWNで利用されているiPad mini。これを持ってクルマを見て回る



事前のアンケートと展示車を見て回った結果はPCに表示される

ことをやらないと、新しい発見がない」と、月島氏もノウハウを蓄積したいとの思いから、パブリッククラウドの採用には積極的だった。

スピードが重要視される社風も、パブリッククラウドの採用を後押しした。初期費用が不要で、物理サーバーを準備するのと違い、すぐにサーバー環境を用意できる。スモールスタートができて、拡張がしやすいパブリッククラウドは最適だった。

### AWSが長年の課題を解消

パブリッククラウドを検討していくなかで、ガリバーが採用を決めたのは、AWSだった。その理由を、月島氏は「AWSは、申し込みから運用まで、ウェブで完結する。当時、他社のクラウドは、申込書に記入して郵送する必要があった。しかし、それでは『スピード』というクラウドのメリットがなくなってしまふ。課金についても、AWSは時間単位で、他社は1日単位や月単位だった。なかにはインテグレータの活用が条件のクラウドもあって、むしろ時間のロスが懸念されるほどだった」と説明する。ガリバーの求めるスピードや自由度という点で、AWSは他を圧倒していたのだ。

WOW!TOWNの来場客向けシステムは、こうしてアジャイル開発のように現場のニーズを汲みながらトライ&エラーで構築していった。AWSは問題なく導入でき、構築が進むシステムに合わせて最適なスケールで「Amazon Elastic Compute Cloud (EC2)」や「Amazon Simple Storage Service (S3)」 「Amazon Relational Database Service (RDS)」を調達していった。月島氏は「オンプレミスのときは、インフラの設計や調達がボトルネックになっていた。購入

後も資産となるので、どう使いこなすかが大きな課題だったが、AWSによって解消した」と語る。

ガリバーは、WOW!TOWNの来場客向けシステムと同時進行していたiPad miniを活用する新規の店舗向けシステムの構築にも、AWSを採用。ここでは、長年の課題だった繁忙期対応が容易になるという成果があった。「店舗で使うシステムには、年度末の繁忙期に大きな負荷がかかる。消費増税があった2月から3月も、対応が大変だった。処理が重くなった場合は、ITチームのメンバーがDCに行って、メモリを増設するなどの作業をしていた」と、月島氏はAWS導入前の状態を語る。古いサーバーの場合、メモリの調達に苦労することもあったという。メモリ増設などは、深夜や週末の作業になるので、その間に本来やるべき作業がストップするという機会損失にもなっていた。これに対して、AWSはスケラビリティが高く、ITチームのメンバーが直接作業をする必要がない。新システムのスケールアウト作業は1時間程度で終了し、繁忙期に問題なく対応できた。

また、AWSを採用するにあたっては、ドル払いのクレジットカード決済が障害になることがあるが、ガリバーはコーポレートカードによる決済で問題なく承認されたという。また、クラウドではコスト削減が期待されがちだが、DCを使う場合と大きな差はないとのこと。月島氏は、「コスト以上のメリットがAWSにはある」と力を込める。

### 海外展開にもAWSが有効

当初は試験的に使う予定だったAWSだが、想定以上の効果が得られたことから、ガリバーは2014年度中にすべてのシステム

をAWSに移行させる計画だ。「店舗が関係するシステムは、繁忙期や閑散期があるので、スケールしやすいことのメリットは大きい」(月島氏)ことから、まずは店舗関連のシステムをAWSへ移行させる計画だ。

一方、本部の会計処理などの基幹システムは、店舗関連システムほど処理負荷に変動はない。その点ではAWSのメリットを得られないが、月島氏は別の視点で移行の必要を感じている。「サーバーはどうしても古くなる。買い替えの時期が来るたびに、設計から考えなければならない。時間がかかるし、資産管理も必要だ。AWSを採用してもシステムのライフサイクルは変わらないが、DCやサーバーという物理的な制限から解放されることのメリットは大きい」。

ガリバーは、東アジアを中心に海外展開を進め、現在はタイでの展開に力を入れている。月島氏は、「AWSは、海外のリージョンとの連携がしやすい。シンガポールリージョンを使ってみたが、まったく問題なく連携できた。BCP(事業継続計画)の環境も用意しやすい。しかも、日本で設定できるので、展開が本当にスムーズになった」と、AWSのメリットを語る。

クラウドでよく課題として挙がるセキュリティも、「さまざまなサービスが用意されているので、むしろDCよりも安全」と月島氏は評価している。

AWSにさまざまなメリットを感じている月島氏だが、不満点として「Microsoft SQL Serverのサポートが弱い」ことを挙げる。「日本では数多くのWindows Serverが稼働しているので、同じ不満を感じているユーザーは多いのではないかと」月島氏。エンタープライズ分野での採用が増えてきているAWSだけに、今後の対応が期待される所だ。

畔上文昭

# 日本初のAWS関連サービスを 他社を圧倒するスピードで展開する 「cloudpack」

cloudpack (アイレット株式会社)  
http://cloudpack.jp/  
http://nextcloudstage.cloudpack.jp/

AWS (Amazon Web Services) が認定する日本発のプレミアムコンサルティングパートナーは、たった2社しか存在しない。そのうちのひとつが、「cloudpack」のブランドでAWS関連サービスを展開するアイレットだ。実は、プレミアムコンサルティングパートナーの認定基準は、「すぐれた実績を残した」という程度で、具体的には公開されていない。では、「cloudpack」はどのような実績を残してきたのか。そして、これからどのような展開をみせるのか。cloudpack事業を立ち上げた3人に聞いた。

AWSプレミアムコンサルティング  
パートナーが

AWSを活用した  
ビジネスの魅力と  
戦略を語る



photo by Hirokazu Hasegawa

## 新しもの好きが認めたクラウド

「AWSの大きな特徴は、ベンチャー企業でも大企業と肩を並べられるところにある」と、AWSを活用したビジネスの魅力を語るのは、齋藤将平代表取締役CEO。もちろん、AWSを使えば誰でも簡単にビジネスを展開できるわけではない。アイレットの成功を支えているのは、どこよりも早くAWSに取り組んだ「新しもの好き」のベンチャー精神だ。

「当社のエンジニアは、新しいものが出てくると、使えるかどうか、楽しいかどうかを評価せずにはいられない。AWSのサービスが北米で始まった頃から、エンジニアは個人レベルで研究していた」と、後藤和貴執行役員エバンジェリストはアイレットの企業文化を語る。ソフトウェアエンジニアが扱うインフラとして、AWSは当初から評価が高かったという。

AWSがビジネスになったのは、2009年に開発を受託したパナソニックの欧米向けブランディングサイト「ECO Ideas」がきっかけだった。パナソニックが北米のデータセンターを希望したことから、AWSを採用。この成功によって、アイレットはAWS関連サービスのブランド名を「cloudpack」にして、ビジネスを加速していった。実に、アマゾン データ サービス ジャパンの設立前という先見の明だった。

## 新サービスの展開はスピード重視

「cloudpack」の基本コンセプトを、後藤執行役員は次のように語る。「日本の企業は何を求めている、どのような特徴があったらAWSを受け入れられるのか。さまざまな検討を経て、AWSをホスティングとして使うことをコンセプトに、ユーザー企業が直接触って操作することがないようにした。稼働後は24時間365日の運用監視サービスを提供している」。

さらに、「cloudpack」のブランドの下、日本の商慣習に合わせたサービス・商品を次々と展開している。例えば、請求代行。日本の企業がAWSの利用をためらっていた理由の一つに、ドル決済・クレジットカード払いになることがあるが、「cloudpack」は、サービスのスタート時から日本円の請求書払い



齋藤将平  
代表取締役CEO

に対応する請求代行サービスを提供してきた。また、使った分だけ料金を支払えばいいというのはクラウドのメリットだが、日本の企業にとっては予算を組みにくいというデメリットにもなる。この問題を解消するために、「cloudpack」はユーザー企業が社内の稟議を通しやすい月額プランを提供している。

初期費用がかからないということも、「cloudpack」の特徴の一つだ。AWSは初期費用がかからないことから、「cloudpack」も構築や設定作業などの初期費用を基本的にゼロにした。クラウドを活用したサービスである以上、「cloudpack」でも“クラウドらしさ”を追求したのだという。

極めつきは、ハードディスクを持ち込んでもらい、データをアップするという「ダイレクトインポートサービス」。AWSは北米と欧州、シンガポールのリージョンで同様のサービスを展開しているが、日本ではまだ対応していない。「数は少ないが、日本でも需要はある。AWSに膨大なデータをマイグレーションすると、非常に時間がかかる。インターネット越しではデータの移行が終わらないケースもある」（鈴木宏康取締役CTO）。そこで「cloudpack」では、AWS Direct Connectを利用して、ハードディスクからAWS環境にデータをアップロードする「ダイレクトインポートサービス」をスタートさせた。

「AWSを日本の企業で使いやすいようにするために、さまざまなサービスを展開して



鈴木宏康  
取締役CTO

きた。24時間365日の運用監視サービスも、ユーザー企業の「AWSの管理ができない」というニーズに応えたもの。これからも、日本の企業が求めるものをサービス化していく。それも、かなりのスピードで、いち早く提供する」（齋藤CEO）。

サービスだけでなく、料金もAWSに追随するかたちで対応している。3月に発表されたAWSの大幅な料金値下げに対し、「cloudpack」は7月に料金改定をしている。

## セキュリティでAWSを選ぶ

クラウドの利用に二の足を踏む企業の多くが、セキュリティへの不安を理由に挙げる。AWS上で技術的には十分なセキュリティが確保されているとしても、この心理的な壁を乗り越えるのは簡単ではない。しかし、その状況は変わりつつある。むしろ、セキュリティを重視するからこそ、AWSへの移行を考える企業が出てきているのだ。

例えば、スマートフォンやタブレット端末を使ったクレジットカード決済が手軽にできる「Coiney (コイニー)」のサービスは、セキュリティに配慮した代表的なAWSの活用事例だ。これは、高度なセキュリティ対策が求められるクレジットカード業界で、AWSが十分に活用できることを示している。

「cloudpack」がシステム構築をサポートした「Coiney」は、米国の主要なクレジットカード会社が定めたガイドラインによるセキュリティ認証「PCI DSS Level1」をAWS



後藤和貴  
執行役員エバンジェリスト

の環境上で取得した、日本で初めての事例である。「PCI DSS Level1は、普通は顧客情報を預かる事業者が取るものだが、当社もシステム環境にアクセスして運用保守を行うことから、取得が必要だった」（鈴木CTO）。この実績から、AWSのセキュリティ対策について、多くのITベンダーやユーザー企業に対してアドバイスやサポートをするようになっていく。

ほかにも、トレンドマイクロとの協業で、AWS上でのセキュリティ対策ソフトの稼働確認などを行っている。現在では、月額課金のサービスとして、トレンドマイクロのセキュリティ対策ソフトを「cloudpack」で提供している。

## ベンチャー魂をもつ精鋭集団

「最近よくいわれるのは、『お高いでしょ』ということ。「cloudpack」は大企業の事例を多く紹介してきたからか、高価格のイメージがついてしまった。しかし、当社はベンチャー企業。企業規模や案件規模の大小を問わず、最高のソリューションを提供する」と、齋藤CEOは力を込める。AWSに関しては老舗だが、ベンチャーであることを忘れず、一人ひとりの技術力を上げていながら、一人ひとりがベンチャー魂をもって対応する。目指すのは、「選りすぐりの精鋭集団」だ。

「cloudpack」のスタート時からAWSユーザーグループのJAWS-UG (AWS User Group-Japan)を中心としたコミュ

ニティ活動にも積極的に参加しており、現在も、初心を忘れずに継続している。

それでも、2013年にAWSのプレミアムコンサルティングパートナーになったことで案件が急激に増え、組織の整備に追われている。「プレミアムコンサルティングパートナーとして、さらなる体制強化のために社員を増やしている」と、鈴木CTOが語るように、組織は急激に大きくなった。「少人数でやってきた頃はオールラウンダーを優先的に求めていたが、いまではインフラの運用が得意な人、開発が得意な人、AWSの料金体系を理解している人など専門分野をもつ人材についても積極的に採用している。どんな得意分野をもった人材でも能力を発揮できる組織になったので、幅広く人材を求めると、齋藤CEOは考えている。

## Slerと積極的にタッグを組む

まずはクラウド化を検討するという「クラウドファースト」の考え方は、ずいぶん普及してきた。齋藤CEOは、その変化を、案件よりもユーザー企業の認識の変化から感じ取っている。「営業のとき、以前はAWSの説明から入って、そのうえで「cloudpack」の説明をしていた。しかし、いまは当社のサービスしか説明しないでもいい。それほど、AWSは浸透している」。

後藤執行役員も、「昨年後半から、大手SlerもAWSに本腰を入れ始めた」と、環境の変化を感じている。しかし、「cloudpack」はAWSのインフラ環境の構築や運用保守を中心にサービスを展開していることから、Slerが競合になるとは考えていない。「Slerとはタッグを組んでやっていきたい。そのためにも、AWSのパートナー同士の盛り上がりをつくっていく必要がある」と、齋藤CEOは語る。とくにオンプレミスが中心だったSlerに対し、AWSのノウハウを提供していく考えだ。

「AWSを使う人は全員が味方」と語る齋藤CEO。AWS関連の市場拡大を目指して、アイレットはさまざまな企業との提携を模索している。2013年は組織の整備に追われたが、これからはベンチャーらしく、派手な発表で世間をあっというませたいという。これまで同様、ハイスピードの展開に期待したい。

「AWSの大きな特徴は、ベンチャー企業でも大企業と肩を並べられるところにある」

「プレミアムコンサルティングパートナーとして、さらなる体制強化のために社員を増やしている」

「当社のエンジニアは、新しいものが出てくると、使えるかどうか、楽しいかどうかを評価せずにはいられない」

# 「MotionBoard Cloud for DMP」

さまざまな情報を集めて、ひと目で分析結果が把握できるウイングアーク1stのBIダッシュボード「MotionBoard」。シリーズのなかで、マーケティング活動の効果測定に最適化しているのが「MotionBoard Cloud for DMP」だ。企業のマーケティング活動のあり方を根幹から変えるときまでいわれ大きな注目を集めている「DMP (Data Management Platform)」の領域に、クラウドサービスというかたちでBIダッシュボードを展開した理由は何なのだろうか。

## 単なる効果測定ではない 意識すべきは収益への貢献

DMPは、マーケティングに必要なさまざまなデータを統合し、活用するための基盤だ。そのなかでも、ウェブログデータ、CRMデータ、広告・キャンペーンなどの活動データ、購買データなどを、デジタルマーケティングやOne to Oneマーケティングに生かすために集約したデータ基盤を「プライベートDMP」と呼ぶ。「MotionBoard Cloud for DMP」は、プライベートDMPの分析・可視化のためのクラウドサービスであり、AWS (Amazon Web Services) 上に環境を構築している。

「MotionBoard Cloud for DMP」は、社内に散在するさまざまなデータに加え、第三者が提供する社外のデータとの連携機能をもつ。社内と社外のデータを統合して活用することによって、本来あるべきマーケティングを支援するわけだ。

では、その「本来あるべきマーケティング」とは何か。ウイングアーク1st営業本部ソリューションビジネス推進部の中土井利行部長は、「マーケティングは、収益にどれだけ貢献しているのかまで把握すべき。セミナー集客の成果をみたり、広告宣伝の効果を把握したりすれば終わり、というものではない。収益への貢献まで一気通貫で分析してこそ、活動を最大化することができる」と説明する。ウイングアーク1stが「MotionBoard Cloud for DMP」を、収益情報などを含むマーケ

ティングデータの分析・可視化ソリューションにしたのは、これが理由なのだ。

## BIツールベンダーから データプラットフォームへの進化

膨大な情報が企業に蓄積されていく現代、ウイングアーク1stは、現場の担当者から経営者にいたるまでさまざまなニーズに耳を傾け、BIツールの提供というかたちで多くの日本企業の情報活用をサポートしてきた。そしていま、企業のデータ活用を取り巻く環境の変化に対応すべく、新しいビジネスモデルが必要と判断した。それが「MotionBoard Cloud for DMP」ならではの付加価値「情報提供サービス」だ。

今年に入り、官民双方によるオープンデータ化の動きが活発化している。総務省の統計データ利活用に向けたオープンデータポータルのほか、経済産業省は企業の保有するデータを公開しあい新たな付加価値を生むためのデータ駆動型イノベーションを提唱、企業間でもデータ共有・活用に向けたディスカッションの場が設けられている。

このような背景を受けてクラウド版独自サービスとして組み込まれた「情報提供サービス」は、エリアマーケティングに活用できる人口・世帯統計データや、売れ筋商品の分析に役立つ消費者パネル調査データ、さまざまな分野で活用が進む気象データなど、企業活動にとって有益な第三者データをすぐに利用できる環境を「MotionBoard」上で提供するサービスだ。上記データのなかには、パブリックデータとして公開されているものもあるが、複数の価値あるデータを実業務で活用できるような状態に整備するためのハードルは意外と高い。

「企業内部のデータ（クローズドデータ）と第三者によって公開されたデータ（オープンデータ）を容易に重ね合わせて新しい気づきを得るためのデータ分析プラットフォームを提供することが、企業の情報活用を推進する当社の新たなミッションであると認識している。一方で、第三者データの提供会社か



中土井利行  
営業本部ソリューションビジネス推進部  
部長

らの問い合わせも多い」（中土井部長）。ソリューションとして活用されることが、第三者データの提供会社にとっても、新たな市場開拓になるわけだ。ユーザー企業とデータ提供会社の双方からの「MotionBoard Cloud for DMP」に対する期待は大きい。

## クラウドサービスは マーケティングとの親和性が高い

「MotionBoard Cloud for DMP」は、クラウドモデルであるため専用サーバーやライセンス一括購入の必要がなく、初期投資を最小限に抑えることができる。

コスト意識の高い経営者がマーケティングROI（投資利益率）の測定の必要性を認識していても、それだけの目的でまとまった投資はしにくい。しかし投資適正は判断したい。クラウドサービスを利用すれば、そんな悩みを抱える必要はない。

また「MotionBoard Cloud for DMP」の最低契約期間は3か月。以降1か月単位で更新が可能だ。マーケティング担当者からは、1クールのテレビCMやキャンペーンなど、短期間の広告・プロモーション活動の効果測定を行いたいという声もある。サービスを利用する価値が理解できれば継続利用の道も開けるだろう。

「より多くの企業に活用していただきたいので、さまざまな情報を統合分析できる使いやすさ、手軽さ、そして低価格で導入できるクラウドサービスの上をいくMRP (Marketing Resource Planning) を目指す」と中土井部長。経営資源の全体最適化を目指すERPのように、MRPをマーケティングの最適化として捉え、収益までを一気通貫で可視化する。それを実現するのが「MotionBoard Cloud for DMP」なのだ。



商品の売上データに気象データを加えた分析(右下)が簡単にできる



地図上で人口統計データを自社データとともに活用

AOSテクノロジーは、2000年のデータ復旧ソフト「ファイナルデータ」の発売以降、データ復旧関連のサービスに取り組んできた。企業がバックアップの重要性を十分に認識しているはずのいまも、データ復旧に関する問い合わせが多数寄せられるという。バックアップの運用がしっかりしていれば、バックアップデータのリストアで対処できるはず。しかし、それができないのはなぜか。全自動のクラウドバックアップサービス「AOSBOX Business」の原点は、バックアップ運用の課題解決にある。

# AWSを活用した

## 全自動バックアップサービス

# 「AOSBOX Business」

## トラブル後に発覚する 復旧の課題

AOSテクノロジーの子会社、AOSリーガルテックが運営する「データ復旧サービスセンター」は、業界トップレベルのデータ復旧率を誇る。ここに送られるハードディスク (HDD) は、月間で数千件になるという。「RAID 5やRAID 6で構成されたNASでも、データが安全とは限らない。HDDは、何台も同時に故障することがあるからだ。実際、データ復旧サービスセンターには、RAIDで構成されたNASが、データ復旧を望む企業から毎日のように送られてくる」と、AOSテクノロジーの西谷考弘取締役AOSソフトカンパニープレジデントは説明する。

ハードウェアは新しいものと交換できるが、データはそうはいかない。データを失わないようにするには、バックアップの適切な運用が必要だ。ところが、AOSテクノロジーの調査によると、4人のうち3人がデータを喪失した経験をもち、そのうちの約半数がデータの復旧を諦めている。データの復元に成功したのは、2割程度にとどまっている。「しっかりバックアップしていたつもりでも、いざ復旧しようとする、データが1年

前のものしかないことに気づく。こうしたヒューマンエラーも多い」と、西谷取締役は指摘する。こうした課題に対して、AOSテクノロジーの出した解答が、AWS (Amazon Web Services) を活用した全自動のクラウドバックアップサービス「AOSBOX Business」だ。

## ヒューマンエラーを排除

クラウドを活用したストレージサービスはあまたあるが、その多くはパソコン上でのファイルの置き場所が決まっていたり、誤ってファイルを削除すればクラウド上でも同様に削除されたりしてしまう。こうしたクラウドストレージサービスは、データをクラウド上に置くことで利便性を向上することが目的で、バックアップデータの保存先として利用するのは適切ではない。「AOSBOX Business」は、クラウド上にデータを置く点ではこれらに似ているが、バックアップサービスとしての機能で圧倒的な違いがある。

例えば世代管理は、過去10回の更新分を保存。うっかり削除したり、意図せず書き上りしてしまっても、過去10回にさかのぼってデータを戻すことができる。また、「AOSBOX Business」で必要な

## 「通常ストレージ」と「コールドストレージ」の比較

	通常ストレージ	コールドストレージ
利用するAWSのサービス名	Amazon Simple Storage Service	Amazon Glacier
目的	短期保存、共有	長期保存
容量	50GB～	100GB～
コストパフォーマンス	高	業界最高水準
バックアップ速度	即時	即時
復元速度	即時	3時間以上
共有	可能	不可



西谷考弘  
取締役  
AOSソフトカンパニー  
プレジデント

## データ共有にも アーカイブにも対応

オペレーションは、インストール時の設定だけ。バックアップのヒューマンエラーを排除するために、バックアップの処理を全自動化しているのだ。クラウドにデータを送信・保存することから、セキュリティ対策にも万全を期している。データは、クライアント端末側で暗号化して送信。さらにデータ転送にはHTTPSを使用し、サーバー上でもデータは暗号化して保存する。

## 2種類のバックアップ方式を 使い分け

「AOSBOX Business」は、バックアップ先のクラウドにAWSのクラウドストレージを採用している。その理由を西谷取締役は、「AWSはクラウドで最も多くの実績をもち、最も信頼性が高い。セキュリティの観点でも、プライベートクラウドとの差はない。そもそもAWSが普及したのは、セキュリティや信頼性が認知されたからにほかならない」と語る。

AWSは、「Amazon Simple Storage Service (S3)」と「Amazon Glacier」の2種類のクラウドストレージを提供。「AOSBOX Business」は、「Amazon S3」を活用したサービスを「通常ストレージ」と呼び、「Amazon Glacier」を活用したサービスを「コールドストレージ」と呼んでいる。

「通常ストレージ」は、ファイルの共有や更新頻度の高いファイルなどのバックアップに向いている。「コールドストレージ」は、ほとんど更新しないデータをアーカイブするような使い方を想定する。AOSテクノロジーは、それぞれのメリットを生かした組み合わせでオーダーメイドのサービスを提供することによって、さまざまなバックアップのニーズに応えている。

▶▶▶ AWSへの移行も AWSでの運用も  
ストレスなく簡単に

ネットワークセキュリティ統合管理ツール

# 「LanScope Cat Ver.8.0」

ユーザビリティを徹底的に追求した最新のネットワークセキュリティ統合管理ツール「LanScope Cat Ver.8.0」。その使いやすさをAWS (Amazon Web Services) 上でも享受できるように、「LanScope Cat Ver.8.0」では、オンプレミスからの移行や運用が最大限に考慮されている。また、仮想デスクトップサービス「Amazon WorkSpaces」にいち早く対応するなど、最新のサービスにも積極的に取り組んでいる。



池田淳  
事業推進本部  
執行役員

## 9年連続シェアNo.1\* 国内で7200社が採用

### 「禁止」ではなく「抑止」

1996年にWindows向けIT資産管理ツールとしてスタートした「LanScope Cat」。その後、操作記録やUSBメモリ管理などのセキュリティ機能が加わり、「Ver.7.0」で“デバイス”から“人”を軸にした管理にシフトするなど、時代の変化にすばやく対応することで実績を積み上げてきたネットワークセキュリティ統合管理ツールだ。市場シェアは、2012年度に30.6%を獲得して9年連続No.1。国内で約7200社、658万クライアントの導入実績をもつ。

「LanScope Cat」は、「禁止」ではなく「抑止」を目指すことで、現場ユーザーの利便性を落とさずに適切に管理できる。いわば防犯カメラのような存在だ。「ユーザーの操作内容はすべて記録しているため、セキュリティ対策はもちろん、業務改善にも活用できる。作業実態の把握が難しいとされる在宅勤務の管理にも適用できる」(池田淳・事業推進本部執行役員)。

最新の「LanScope Cat Ver.8.0」は、情報システム部門が保守に時間や予算を取られることなく、新たなIT投資に力を注ぐことができる

よう、「かつてないほど、ストレスなく簡単に。」をテーマに開発した。約400ある画面をすべて見直し、オペレーションのしやすさを徹底的に追求し、すべての画面構成と操作性を統一した。その結果、ユーザーからは、「ほかのツールを検討していたが、「LanScope Cat」に決めた」と、さっそく大きな反響を得ている。

### クラウドに最適化した通信機能

「LanScope Cat」は、AWSなどのクラウド上での活用に最適化した機能を備えている。例えば、サーバーとクライアントとの通信を暗号化することで、インターネット経由でもVPNが不要でセキュアな通信を実現。さらに、クライアント端末やネットワークにかけられる負荷は小さく、サーバーが社外のクラウド上にあっても、ストレスなく運用できる。

AWSへの移行にあたってはライセンスが気になる場所だが、「LanScope Cat」はBYOL (Bring Your Own License) 方式なので、現在のライセンスのまま使い続けることができる。

また、BYOL方式によって「LanScope Cat」の構築ノウハウを生かせるため、パートナー企業

業は今まで通りにビジネスを展開できる。さらにテクニカルな支援体制を強化することで、パートナー企業とともにクラウドビジネスを推進していく考えだ。

### 「Amazon WorkSpaces」に対応

2013年11月に米国でサービスがスタートしたクラウド上の仮想デスクトップサービス「Amazon WorkSpaces」。DaaS (Desktop as a Service) に分類されるこのサービスに、「LanScope Cat」はいち早く対応した。

池田執行役員は、「DaaSのシェアは、仮想デスクトップの分野ではまだ11%ほどといわれているが、今後は急速に伸びていくと考えている」とみる。ユーザーがいつでも、どこにいても、どのような端末を利用していても、業務を遂行できる環境を提供するDaaSに、システム管理者の期待は大きい。ユーザーにとっても、個人所有のパソコンやタブレット端末で仕事ができるというメリットがある。

「Amazon WorkSpaces」を活用すれば、場所やデバイスを問わない働き方が可能になるが、従来の仮想デスクトップと同様に、業務管理やセキュリティの観点から、誰がいつどんな操作をしているかを見える化したいニーズの高まりが期待される。「LanScope Cat」は、この課題を解決する一つのソリューションになる。

### クラウド環境での「LanScope Cat」の優位性

- 1 オンプレミスやクラウドに関係なく、同一のプログラムで環境を構築できる
- 2 海外の端末も日本で一元管理できる
- 3 ネットワーク負荷が小さく、ログ容量が少ないので、クラウド利用の課金が最小限。1回のログ取得のネットワーク負荷は、Microsoft Excel A4ファイル1枚の印刷データの160分の1
- 4 BYOL方式に対応。所有しているライセンスをそのままクラウドに適用できる

photo by Hirokazu Hasegawa

\*富士キメラ総研「2013ネットワークセキュリティビジネス調査総覧」

# MOTEX



## クラウド基盤に対応した 新しいLanScope Cat Amazon Web Services・Microsoft Azureに対応

ネットワークセキュリティ統合管理ツール

# LanScope Cat Version 8.0

### エムオーテックス株式会社

【大阪本社】〒532-0011 大阪市淀川区西中島5-12-12 エムオーテックス新大阪ビル  
【東京本部】〒108-0075 東京都港区港南2丁目16-4 品川グランドセントラルタワー5階  
【名古屋支店】〒460-0003 名古屋市中区錦1丁目11-11 名古屋インターシティ3階

☎ 0120-968995 受付時間 9:00-18:00 (月~金曜日)  
※携帯電話・PHSからは06-6308-9991をご利用下さい  
http://www.motex.co.jp

# VS. AWS

あるSIerは言う、「IaaSを利用する案件の9割はAWS (Amazon Web Services)だ」と。IaaS (Infrastructure as a Service) / PaaS (Platform as a Service) 市場で圧倒的なシェアを誇るAWS。その勢いはとどまるどころを知らない。一方、AWSに待ったをかけるべく、IBMやマイクロソフトといった大手グローバルIT企業が本腰を入れ始めた。国産大手ITベンダーも、自社の強みを生かした戦略で突破口を見出そうとしている。迎え撃つAWSに死角はないのか。今、IaaS / PaaS市場の覇権争いが熱い。

取材・文／畔上文昭  
report & text by Fumiaki Azegami

## 激化する IaaS / PaaS 市場の覇権争い

### マーケットシェアは30%超

2006年のサービス開始以来、EC (ネット通販) 事業と同様に、採算を度外視したかのような投資を続けるAWS。その投資意欲は衰えをみせない。抽象的な表現になるが、アマゾン・ドット・コムが年間売上高7000億円の頃に保有していたサーバー台数と同等の台数を、AWSでは毎日増強し続けている。規模の力によって、IaaS / PaaS市場の覇者を目指すというわけだ。

米国調査会社のシナジリーサーチグループが2月3日に発表した2013年第4四半期のIaaS / PaaS市場調査では、「マイクロソフトとIBMの急激な追い上げにもかかわらず、AWSはIaaS / PaaS市場の支配的なリーダーである」としている。この調査によると、マイクロソフトとIBMの売上高は前年比約50%増だが、AWSは約65%増だ。AWSのマーケットシェアは30%を超えている。

では、なぜAWSは強いのか。

### 先行者利益

「単なる先行者利益ではないか」。競合各社に先駆けてサービスを開始したことが、AWSの強さだとする声は少なくない。実際、先行したことがブランドとなっている点については、競合各社も認めている部分ではある。

ちなみに、アマゾン データ サービス ジャパン技術本部の玉川憲本部長によると、「競合各社の動向には関係なく、ベストを尽くすことに注力している」とのこと。先行者の余裕か、営業トークか。いずれにせよ、先行者であることがAWSの強さの要因の一つになっている。

### 過去40回の値下げ

価格面では、EC事業で培ってきたアマゾン・ドット・コムの遺伝子が、AWSにも引き継がれている。

「アマゾン・ドット・コムはITではなく、小売りの会社。利益率を高くするよりも、ハイボリューム / ローマージンを求める企業文化である。



アマゾン データ サービス ジャパン 技術本部の玉川憲本部長 (写真右) と技術本部 エンタープライズソリューション部ソリューションアーキテクトの片山暁雄部長

一般的にITベンダーは利益率を重視するが、それとハイボリューム / ローマージンの世界は調達の考え方がまったく違う。ITベンダーが切り替えるのは簡単ではない」と、玉川本部長はAWSの強みとして企業文化の違いを挙げる。

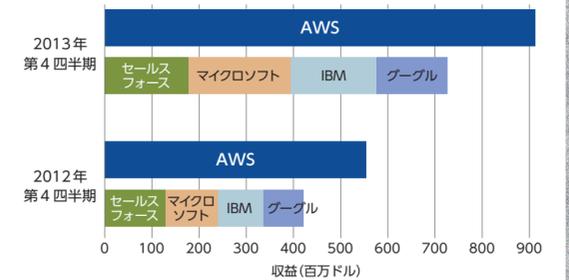
ハイボリューム / ローマージンの世界では、自分自身の運用コストをいかに下げることが重要となる。それによってサービスの価格を抑え、多くの顧客を獲得していく。そこで得た利益は投資と値下げに回して、また多くの顧客を獲得していくというサイクルとなる。

AWSが2006年のサービス開始から8年間で実施した値下げは、実に40回を超える。値下げ分は既存ユーザーにも随時反映される。「水道やガスと同様、利用期間中でも最新の料金が反映される。オンプレミスでサーバーを購入した場合とは、そこが大きな違いとなる」と、技術本部エンタープライズソリューション部の片山暁雄部長は語る。今後もAWSは価格を下げ続けていくことを方針としている。

### イノベーションのスピード

AWSは、新機能の投入サイクルも短い。2013年の1年間で、AWSは280回も新機能をリリースした。「イノベーションのスピードも特徴の一つ。AWSは価格を下げ続けてきたが、最新のテ

IaaS / PaaS 収益成長率



出典：米国シナジリーサーチグループ

クノロジーも導入し続けている」(玉川本部長)。サービス展開のスピードが重要となるネット企業の遺伝子が、ここにも生かされているというわけだ。

一方で、顧客ニーズ重視のサービス提供であることも強調している。

「ユーザーが、今、本当に必要としているサービスは何か。常にニーズをくみ取って、サービスを提供している。また、使ってもらったらフィードバックしていただき、改善するというサイクルを繰り返している」(玉川本部長)。

### 追う側も強気

圧倒的な強さをみせるAWSだが、競合各社も着実にサービスを充実させてきている。「サービス内容は追いついている」「技術では負けていない」と、各社に譲る気はみられない。AWSからの移行案件も出てきているという。今後の展開に注目したい。

### AWSを取り巻く都市伝説

快進撃を続けるAWSだが、IaaS / PaaS市場のバイオニアでもあることから、「都市伝説」とも呼ぶべき噂は尽きない。それは強さの裏返しなのか。AWSの都市伝説を検証してみたい。

#### ロックインされてしまう

「AWSを使うとロックインされてしまう」AWSはオープンではないということだが、玉川本部長は次のように反論する。「AWSは10種類以上のOS、Javaを始めとする複数の言語に対応することで、ベンダーにロックインされたくないという顧客ニーズに応えている。データも自由に取り出すことができるなど、ロックインはしない」。ただし、AWSはさまざまな機能を提供しており、それらを活用することによって、結果としてロックインになるケースも考えられる。「今はイノベーションに投資している。サービスを標準化する取り組みはまだ早い」と玉川本部長。それをロックインというなら仕方ないという考えだ。

#### 基幹システムには向かない

一部には「SAP ERPはテスト環境だけで、本番

環境での実績はない」というAWSに対する噂がある。実際には、AWSでSAP ERPの本番環境が稼働している。

#### 営業が来てくれない

AWSに営業部隊はある。「営業と対面で契約したい」とのニーズには、対応できる体制にはある。また、コンサルティング部隊によるプロフェッショナルサービスも提供している。

#### クレジットカード決済しかない

AWSは請求書にも対応している。クレジットカード決済は、国内大手ユーザー企業が嫌がるとされる。ただ、クレジットカード決済にはメリットが多い。そのため、多くの国内大手ユーザー企業を顧客に抱える富士通も、今後はクレジットカード決済に対応することを予定している。

#### AWSなら安い

安いとは限らない。「他社との価格比較はしていない」と玉川本部長。一方で、競合各社はAWSの動向をチェックしていることから、AWSよりも安い可能性は十分にある。なかでも対AWSを公言しているマイクロソフトのMicrosoft Azureは、確実に優勢な状況にあるといえそうだ。

### 記者の眼

この特集は、当初、AWSと競合他社のサービスを比較することを主旨として取材を進めた。結果をいえば、明確な差を見出すことはできなかった。そこでAWSがシェアトップの座についている理由を探したが、最大の要因は、やはり競合他社に先駆けてサービスを開始しているところにあると思う。そしてもう一つ挙げておきたいのが、開発者の異様なほどの盛り上がりである。

その象徴が、AWS開発者のユーザー会「JAWS-UG」だ。全国に40以上の支部が活動している。3月開催のイベント「JAWS DAY 2014」では、前日に各支部でイベントを開催し、その延長で東京に集結するという盛り上がりようだ。東京支部の開発者はいう。「AWSはインターネット以来の衝撃だっ

た」と。システム開発者が自在にサーバーなどを構成できるところに魅せられたようだ。それが次々とリリースされる新機能を使いこなしたいという意欲へと変わっていく。AWSと競合する各社は、価格やサービスだけでなく、こうした見えない敵とも戦わなければならない。

一方、熱はいつかは冷める。IT業界で経験の浅いAWSは、EC出身をアドバンテージとする一方で、本来なら不利となる部分も多いはず。各社が経験の違いを挙げるのは、そこをにらんでのことだ。経験と総合力の違いから「5年後には逆転している」とする日本マイクロソフトの平野和順業務執行役員の言葉は、確信ともいえるほど強い口調だった。可能性は十分にある。5年後の市場がどうなっているのか。覇権争いは始まったばかりだ。

※この記事は、週刊BCN2014年3月17日号vol.1522に掲載の内容を再編集したものです。

# AWS Partner List

日本のAPN (Amazon Partner Network) の公開情報にもとづき、AWSのパートナー企業を国内の本社所在地でカテゴリ化したものです。

## 大阪

- 「AWSの夏 2014」協賛社  
エムオーテックス

**MOTEX**

## 宮城

- スタンダードテクノロジーパートナー (ISV)  
データコム

## 石川

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
システムサポート

## 福岡

- アドバンスドコンサルティングパートナー (SI)  
Fusic

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
ネビラボ  
ハウインターナショナル

- スタンダードテクノロジーパートナー (ISV)  
アイキューブシステムズ  
キヤム

## 京都

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
京セラコミュニケーションシステム

## 大阪

- アドバンスドコンサルティングパートナー (SI)  
ターン・アンド・フロンティア

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
アールスリーインスティテュート  
鈴木商店

## 兵庫

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
デジタルキューブ  
MEDIAEDGE

## 沖縄

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
レキサス

## 東京

- プレミアムコンサルティングパートナー  
アイレット (cloudpack)

**cloudpack™**

野村総合研究所  
アクセンチュア

- アドバンスドコンサルティングパートナー (SI)

アピリオ  
SCSK  
NTTデータ  
クラスメッド  
サーバーワークス  
シーエーシー  
TIS  
電通国際情報サービス  
ナレッジコミュニケーション  
NEC  
ハートビーツ  
日立システムズ  
日立製作所  
日立ソリューションズ  
三井情報

- アドバンスドテクノロジーパートナー (ISV)

日本IBM  
インフォアジャパン  
HDE  
SAPジャパン  
ESRIジャパン  
F5ネットワークスジャパン  
Kii  
オートデスク  
CA Technologies  
シトリックス・システムズ・ジャパン  
シマンテック  
日本セーフネット  
トレンドマイクロ  
ネットアップ  
BMCソフトウェア  
ライトスケール・ジャパン  
リバーベッドテクノロジー  
レッドハット  
ワークスアプリケーションズ

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)

i.e.sea  
アイディーエス  
アグレックス  
アズジェント  
アビームコンサルティング  
ALBERT  
アールワークス  
ISAO  
伊藤忠テクノソリューションズ  
ウフル  
ウルシステムズ  
エイムラック  
エクシード

## 千葉

- スタンダードテクノロジーパートナー (ISV)  
ティーエイアンドシー

## 神奈川

- プレミアムコンサルティングパートナー  
ウィプロ・リミテッド

- アドバンスドコンサルティングパートナー (SI)  
富士ソフト

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
JBアドバンスド・テクノロジー  
タグバンガーズ

- スタンダードテクノロジーパートナー (ISV)

インフォマティクス  
SoupPot  
ネオジャパン

## 静岡

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
TOKAIコミュニケーションズ

## 愛知

- アドバンスドテクノロジーパートナー (ISV)  
Zmanda (日本代理店 アキュテクス)

## 岐阜

- スタンダードコンサルティングパートナー (SI)  
電算システム

オープンストリーム  
ガイアックス  
QES  
クニエ  
クレスコ  
KDDI  
KVH  
ゴーガ  
サイオステクノロジー  
サイバー・コミュニケーションズ  
シーイーシー  
ジェイズ・コミュニケーション  
ジェーエムエーシステムズ  
JBCC  
ジグソー  
ジール  
スカイアーチネットワークス  
SUPINF  
ソフィア総合研究所  
テクノネット  
テラスカイ  
東京データネットワーク  
日本技芸  
NEC  
日本ビジネスシステムズ  
日本ユニシス/ユニアデックス  
バーチャルコミュニケーションズ  
ハンズラボ  
ビジネス・アーキテクト  
ピーシーフェーズ  
ビジュアルテクノロジー  
ビットアイル  
ファクトリアル  
FIXER  
富士通システムズ・イースト  
ブレインパッド  
ブロードバンドタワー  
ホロンテクノロジー  
リアルテックジャパン  
リックソフト  
RHEMS Japan

- スタンダードテクノロジーパートナー (ISV)  
ウイングアーク1st

**WingArc 1st**

AOSテクノロジーズ

**AOS Technologies**

アクアシステムズ  
アステア インターナショナル ジャパン  
adingo  
アプレッソ  
Altair Engineering  
ECM  
イーライセンスシステムズ  
インフォテリア  
インフォマティカ・ジャパン  
ヴァル研究所  
ブロードコム コミュニケーションズ システムズ  
SAS Institute Japan  
NTTデータ・イントラマートCSI  
NTTデータ・ビズインテグラル  
OpenText  
日本オラクル  
カイト  
キャノンソフトウェア  
クレディスト  
クロスデザイン  
グローバルウェイ  
コアマイクロシステムズ  
CommVault Systems Japan  
コムスクエア  
サイトロック  
サイバーテック  
CSK Winテクノロジー  
ジェネクス・ジャパン  
シックス・アパート  
シャノン  
Skeed  
セキュアスカイ・テクノロジー  
セゾン情報システムズ  
ソフォス  
ソフトブレン  
ソリトンシステムズ  
ソルクシーズ  
Tableau Japan  
Talent  
チェック・ポイント・ソフトウェア・テクノロジーズ  
ディー・ワークス  
データ・アプリケーション  
データホテル  
東芝  
NEC  
ノーチラス・テクノロジーズ  
ビーエスピー  
BizMobile  
日立製作所  
ビーブラッツ  
ブイキューブ  
フォースメディア  
富士通  
FlyData  
古河インフォメーション・テクノロジー  
マイクロストラテジー・ジャパン  
日本マイクロソフト  
MetaMoJi  
ゆめみ  
Real iD  
レピカ