

# クラウド時代の業種業務アプリケーション

## Cloud-era Applications for Enterprises and Businesses

● 大串吉正

---

### あらまし

現在では一般的な用語となった「クラウドコンピューティング」は、2006年にGoogleのエリック・シュミットが最初に使ってから10年が経過した。これ以前からインターネットを利用したサービスは提供されていたが、お客様が意識してこうしたサービスをシステム導入時の選択肢として挙げるようになったのはこの頃からであった。株式会社富士通マーケティングは、お客様のニーズの変化を察知し、1997年から富士通グループの各社と連携しながらクラウドサービスを提供してきた。現在は、業務アプリケーションである「GLOVIA きらら」、業種アプリケーションである「AZCLOUD SaaS」、セキュリティサービスの「AZSECURITY BSTS」など、様々なクラウドサービスを提供している。

本稿では、様々なクラウドサービスの中から、業種業務アプリケーションサービスに焦点を当て、提供する意義や取り組むべき課題について、具体的な例を交えて紹介する。

### Abstract

Eric Schmidt of Google first developed the concept of “cloud computing” in 2006 and the term has become well recognized in the 10 years since then. Although Internet-based services existed previously, customers were not fully aware that they could be a viable option for their business systems. Fujitsu Marketing Limited has been responsive to changes in customer needs, and has been offering cloud services since 1997 in collaboration with other Fujitsu Group companies. Today, the Company offers a Enterprise application called GLOVIA KIRARA, an Enterprise application SaaS called AZCLOUD, and a security service called AZSECURITY BSTS, among other cloud-based services. This paper focuses on the enterprise and business applications among various cloud services we offer, and explains their purposes and the challenges that lie in the future, with descriptions of some examples.

---

## まえがき

企業が利用する社内システムにおいて、企業色が強く反映され、独自性が求められるのが販売管理システムや生産管理システムに代表される業種アプリケーションである。そのため、オープン化が進み運用基盤やミドルウェアは汎用的になったものの、システムそのものをカスタマイズし、独自システムとして利用し続けている企業が多い。

株式会社富士通マーケティング（以下、富士通マーケティング）もお客様のニーズに合わせ、個別に開発したり、汎用パッケージをカスタマイズしたシステムを導入したりしてきた。しかし、時代の変化によりお客様が解決しなければならない課題が増えたことから、お客様の役に立つとともに、最適なICT投資を提案するために、他社に先駆けてクラウドサービスによる業種業務アプリケーションを提供してきた。

本稿では、会計・人事給与の業務アプリケーションである「GLOVIA きらら」<sup>(1)</sup>、細業種向けの業種アプリケーションである「AZCLOUD SaaS」<sup>(2)</sup>を中心に、富士通マーケティングにおけるクラウドへの取り組みも併せて紹介する。

### 富士通マーケティングのクラウドへの取り組み

現在、中堅・中小企業のお客様において、クラウドを活用したサービスを利用する企業が急速に増えている。特に、サーバの購入や導入後の運用管理が不要といったクラウドならではのメリットが、ICT担当者の確保が難しい企業で注目されており、グループウェアなどの情報共有システムからクラウド利用が始まり、今では基幹系業務システムにおいてもSaaS（Software as a Service）などのクラウドを活用したいといったニーズが高まっている。

このような状況の中、富士通マーケティングでは、以下のクラウドサービスを提供している。

#### (1) グループウェア：WebOffice<sup>(3)</sup>

富士通マーケティングは、クラウドが注目される以前の1997年から、情報の活用を目的としたグループウェア「WebOffice」を提供している（図-1）。これは、インターネットでもセキュアな暗号化でのアクセスを実現し、データセンター運

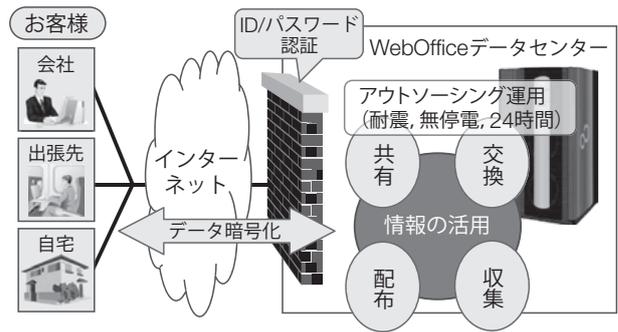


図-1 WebOfficeサービス概要

用による冗長性の高い月額サービスである。当時は、グループウェアとしてはLotus Notesがマーケットリーダーであった。またこの年には、現リーダーのサイボウズ社が初めて「サイボウズ Office 1」をリリースしている。両製品を含むグループウェアはオンプレミス型での導入が主流で、システム管理部門の運用負荷はかなり高かった。

その時代に、インターネットにつながっていれば簡単にサービスを利用でき、また運用の手間もかからないサービスの提供は画期的であった。更に、支払いもリース契約ではなく月額サービスで済む会計上のメリットもあり、多くのお客様から支持をいただいた。

#### (2) 建設業向けWeb EDI：WEBCON<sup>(4)</sup>

2001年には、建設業界向けの「WEBCON」をリリースした。このサービスは、見積もりや発注などの社外取引先とのやり取りをアウトソーシングし、社内基幹システムとの連携およびインターネットを活用したデータ連携を実現する（図-2）。WEBCONは、業界標準であるCI-NETに準拠するWeb EDI（Electronic Data Interchange）サービスとして、発注者側である総合建設会社と受託側である専門工事業者間の取引業務（見積もり・契約・注文・出来高・請求など）の効率化と精度向上をコンセプトとしている。会社間の取引には様々な業務が発生し、転記などの二重作業も多い。オンラインでこれらのデータを連携することにより、業務効率化や精度向上だけでなく、見積もり・請求業務のための郵送代の節約や連絡時間短縮などの成果が期待できる。

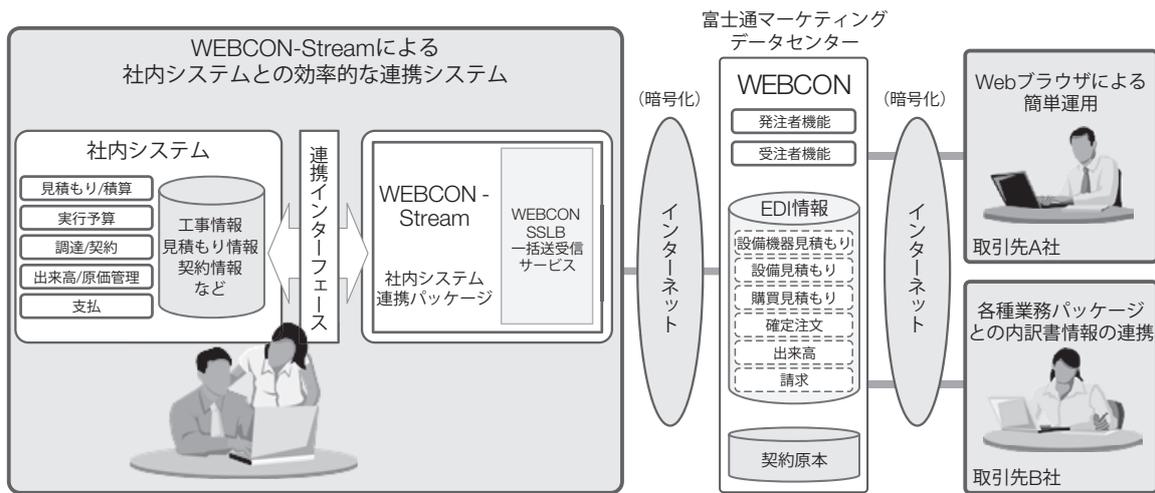


図-2 WEBCONサービス概要

(3) 統合型ERP (Enterprise Resource Planning): NetSuite

2010年にクラウド型統合業務アプリケーションである「NetSuite」の販売代理店となり、販売を開始した。本サービスは、「リアルタイム経営基盤」「ERP/財務会計、顧客管理 (CRM)、Eコマースを統合したビジネスアプリケーション」を訴求したクラウドサービスである。多言語、多通貨のグローバル対応、ダッシュボードによるリアルタイム経営支援などの多彩な機能を備えており、お客様のニーズに対してパラメーター変更による項目・ロジック対応などが可能である。

**富士通グループの優位性**

富士通マーケティングはクラウドサービスを提供するに当たり、富士通が有するデータセンターから運用基盤、開発に必要な環境とポリシーが利用可能であった。

(1) データセンター

クラウドサービスの提供には、堅牢でセキュリティレベルの高いデータセンターが必要不可欠である。一見すると当然であるが、一般的には現在利用している、あるいは利用を検討しているサービスがどのようにデータセンターで運用されているかあまり知られていない。

富士通マーケティングが提供しているクラウドサービスは、富士通グループで定めている国内トップクラスのファシリティ基準<sup>(5)</sup>を満たしたデー

タセンターで運用されている。その一例を以下に示す。

- ・建物：事務所とデータセンターは分離しており、内部も見えないようにしている。
- ・設備：自家発電装置や無停電電源装置を備え、電源・通信ケーブルは分離している。
- ・セキュリティ：IDカード認証に加えて生体認証も取り入れ、入退室を監視している。
- ・運用：遠隔地からのバックアップおよび24時間監視を行っている。

(2) 画面デザイン

クラウドサービスはブラウザでのシステム利用が多く、ネットワークのレスポンスが悪いと画面表示や操作性の制限が発生する。富士通では、お客様に満足してご利用いただける画面デザインを提供するために「FUJITSU GUI Next Plus」を提唱し、グローバルに通用する新しいユーザーインターフェースや画面スタイルの開発・活用を定めている。富士通マーケティングもこれに準拠し、以下のような設計を行っている。

- ・必要な情報に絞る：情報を詰め込み過ぎない。
- ・適切な余白をとる：情報の固まりを明確にする。
- ・必要な色に絞る：むやみに色を増やさない。コンテンツに適切な配色をする。
- ・フラットな質感：過剰な装飾をしない。

**クラウド型統合業務アプリケーションの市場認識**

富士通マーケティングでは、クラウド型統合業

務アプリケーションは中堅・中小規模（従業員300人以下）のお客様が利用すると認識している。一方、大手のお客様は社内システム資産全体のクラウド化を求めていると捉えている。

中堅・中小企業のお客様は、現時点では会社規模が大きくないが、今後の成長が見込める場合が多く、将来規模が大きくなったことを想定して商品体系の整備や提供機能を検討する必要がある。まず「GLOVIA きらら 会計」および「GLOVIA きらら 人事給与」をお客様にご利用いただく。その後、お客様企業の成長に合わせて、上位商品である「GLOVIA smart 会計」および「GLOVIA smart 人事給与」への移行を勧めている。

### 会計・人事給与への取り組み

本章では、会計・人事給与などの業務アプリケーションに対してのクラウドサービスの取り組みについて述べる。

会計・人事給与クラウドサービスであるGLOVIA きららは、中堅・中小企業向けにクラウドが普及期に入った2011年にリリースした。富士通は、1980年代から会計パッケージを作り続けてきたことから実績が豊富であり、企業規模によるニーズの違いも熟知していた。中堅・中小企業では、ICT専任部門が存在しない場合が多く、総務や経理部門が兼務することが多い。このため、運用負荷が高い管理会計を実現する機能や、多様なデータ抽出・分析機能よりも、使い勝手を重視する場合が多い。必要のない機能であっても、その機能が連携している業務システムを使用しなくてはならない場合は業務負荷を上げることになってしまう。そのため、必要な機能を財務会計と部門損益管理が可能な一部の管理会計にとどめてサービスに組み込んだ。もちろん、コーディングによるカスタマイズは行わないノンカスタマイズ型のSaaSであり、法制度の改正を意識せずに対応できるサービスとした。また、利用者が使いやすいサービスであることも重要であると判断し、画面デザインや操作性にもこだわった。

### 業種業務への取り組み

本章では、細業種向けの業種アプリケーションに対するクラウドサービスの取り組みについて述

べる。

中堅・中小企業における販売管理・生産管理に代表される基幹業務システムは、1990年代に構築されたものが多い。消費税導入などへの対応や他システムとの結合を繰り返した結果、いわゆるスパゲティ化したシステムが少なくない。そこまで複雑化したシステムは、ほかのパッケージへの入れ替えも困難であり、ましてやSaaSの導入など無理であるとするシステム管理者が多い。

しかし、そのような状況は企業にとって好ましくない。なぜなら、多くの基幹業務システムの開発は第3世代言語のCOBOLで行われており、システム仕様や内部構造は属人的に引き継がれているため、今ではブラックボックスとなってしまう。このため、システムトラブルや新たなシステム要求に対応できないという問題がある。

こうした状況の中、富士通グループ最大規模のSI（System Integration）会社である株式会社富士通システムズ・イーストと連携し、両社が蓄積してきた業種ノウハウを集約したAZCLOUD SaaSを市場に投入した。

前述したとおり、基幹業務システムは独自性が追求されたシステムであり、業種によって必要となる機能が全く異なる。そのため、できる限り細業種ごとにサービスを分け、それぞれの業種に必要な機能を充実させることがお客様に受け入れられるかの鍵を握る。

以下に、そうしたサービスの一例として、食品製造業向けERPである「AZCLOUD SaaS FoodCORE」<sup>(6)</sup>を紹介する。

AZCLOUD SaaS FoodCOREは、食品製造業向けに特化した基幹業種業務アプリケーションである。食品業界特有の仕様である不定貫<sup>(注)</sup>・荷姿・賞味消費期限・製造日などの在庫管理や、配合（レシピ）情報による多段階の構成管理も標準実装している。これまで汎用的なパッケージをカスタマイズして利用するしかなかったお客様からは、こうした業界特有の機能を標準実装していることについて高い評価を得ている。

また、AZCLOUD SaaSはERPとして提供しており、会計・人事給与システムやワークフローも標

(注) 重さによって価格の異なる商品。

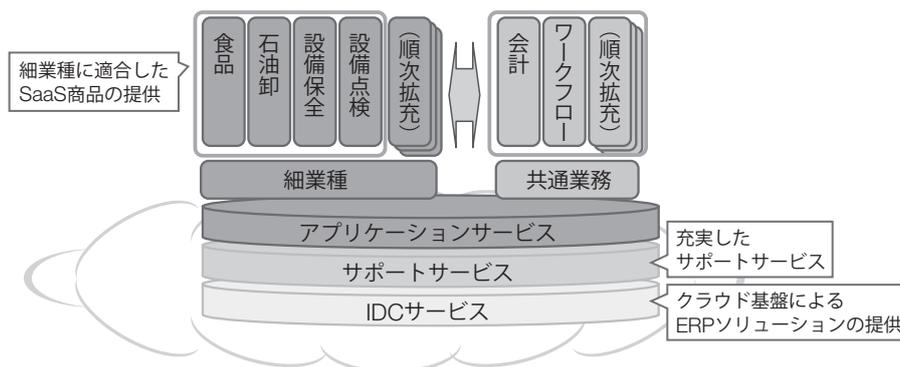


図-3 AZCLOUD SaaSコンセプト

準実装し、オールインワンのERP型クラウドサービスの提供を実現している。前述の食品製造業向けクラウドサービスのほか、AZCLOUD SaaSは共通のサポートサービスとともに、細業種に適合したアプリケーションである以下の3サービスを既にラインナップしている（図-3）。

(1) AZCLOUD SaaS teraServation<sup>(7)</sup>

ファシリティマネジメント、プロジェクトマネジメント向けサービスである。

(2) AZCLOUD SaaS teraSpection<sup>(8)</sup>

ビル・マンション点検情報管理システムである。

(3) AZCLOUD SaaS EnergySuite<sup>(9)</sup>

石油卸業システムである。

このような細業種に特化した機能を充実させたサービスに対し、営業・SEの新たなサービスビジネスモデルも反映し、短納期・低価格でのサービス提供を今後も拡充していく。

また、富士通マーケティングはパートナー様とのビジネスも展開している。富士通グループのプロダクトサービスを拡販するだけでなく、パートナー様の有力なサービスを商品化して、自社のお客様やパートナー様へ拡販を行っている。その一例を挙げると、タブレット端末を活用して会議のペーパーレス化を実現するSaaS型のサービスAZCLOUD SaaS Discussion<sup>(10)</sup>、AZCLOUD SaaS Library<sup>(11)</sup>の提供を開始している。そのサービス化に当たり、パートナー様が培った業種業務ノウハウを、富士通グループが提供するデータセンターや運用基盤に融合した。

このように、富士通マーケティング・富士通グループだけでなく、パートナー様とも密接に連携

し、市場が求めているサービスを拡充していく。

む す び

本稿では、クラウドサービスに対しての先駆者的な取り組みから、共通業務業種アプリケーションのクラウド化について述べた。

多くの中堅・中小企業が、複雑な社内システムを熟知しているベテラン社員の引退などにより、システムを知る要員がいなくなるリスクに直面している。そのため、運用・保守まで全面的にアウトソーシングできるクラウドサービスの利用への期待は確実に高まっている。富士通マーケティングはそのようなニーズに対応すべく、経営方針である「Vision 2020」においても、クラウドサービスは重要な要素として捉えている。

今後、富士通マーケティングのクラウドサービスへの取り組みは、業種業務アプリケーションを支えてきたパッケージから、クラウド基盤を活用したサービスビジネスへシフトしていく。中堅・中小企業のお客様の顕在ニーズ・潜在ニーズに応え、高品質・高付加価値のクラウドサービスを拡充し、提供し続けていくことが富士通マーケティングの使命である。

参考文献

- (1) 富士通：販売・会計・人事給与の業務アプリケーション FUJITSU Enterprise Application GLOVIA きらら。  
<http://www.fujitsu.com/jp/services/application-services/enterprise-applications/glovial/glovial-smart-kirara/>

(2) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/>

(3) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS WebOffice.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/weboffice/>

(4) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS WEBCON.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/webcon/>

(5) 日本データセンター協会：データセンターファシリテスタンダードの概要.

<http://www.jdcc.or.jp/pdf/facility.pdf>

(6) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS (アズクラウド サース) FoodCORE.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/foodcore/>

(7) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS teraServation.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/teraservation/>

(8) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS teraSpection.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/teraspection/>

(9) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS (アズクラウド サース) EnergySuite.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/energysuite/>

(10) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS Discussion.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/>

[application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/discussion/](http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/discussion/)

(11) 富士通マーケティング：FUJITSU Enterprise Application AZCLOUD SaaS Library.

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fjm/services/application-services/enterprise-applications/azcloud-saas/library/>

## 著者紹介



### 大串吉正 (おおぐし よしまさ)

(株) 富士通マーケティング  
商品戦略推進本部  
商品・サービス企画統括室  
市場分析・新商品のビジネスモデル企画に従事。