富士通のネットワークコンピューティング：SOLUTIONVISION

Fujitsu Network Computing: SOLUTIONVISION

あらまし

ビッグバン対応，グローバルマーケティング対応，新ビジネス創造，顧客満足度向上，戦略的提携推進など企業を取り巻く環境は慌ただしく変化している。

このような，これまでだれも経験したことのない大きな変化のうねりの中，富士通は，ネットワークコンピューティング技術を活用した豊富なアプリケーション，グローバルなサービスとサポートなどあらゆるノウハウを結集したSolutionVisionを1997年11月に発表し，21世紀に向けたお客様に最適なソリューションを提供している。

本稿では，SolutionVisionの考え方と今後の取組み方針について解説する。

Abstract

The corporate environment is changing rapidly to cope with the financial big-bang, promote global marketing, create new business, improve the customer satisfaction level, and foster new strategic business tie-ups.

To help our customers respond to the enormous changes that are occurring and prepare for the 21st century, in November of 1997, Fujitsu released SolutionVision. This is a system which integrates a wide range of applications using network computing technology and global services and support.

This paper describes the concept and future development policy of SolutionVision.

吉成安宏（よしなり　やすひろ）

1984年東海大学工学部経営工学科卒。同年富士通入社。以来パーソナルコンピュータ関連製品の商品企画，サポートを経て，現在はネットワークコンピューティング適用推進に従事。
ソリューション技術統括部ソリューション技術部

ま　え　が　き

いま企業は，これまでだれも経験したことのない大きな変化のうねりの中にいる。そして，その先にある新しいビジネスへのビジョンを描き，企業自身を変革していくことで新たなビジネスチャンスを創り出す必要に迫られている。それは，グローバルな視野でマーケットをとらえ，競争力のある質の高いビジネスをいち早く実現する変革である。

こうした変革を支えているのが，急速に進化しているIT（Information Technology：情報技術）である。とくに，最新のネットワークコンピューティング技術を有効活用することが経営戦略にとって重要なテーマであり，ネットワークを活用し，グローバルでリアルタイムな経営を目指す企業，CALS（Commerce At Light Speed）構想をいちはやく具現化し，競争力優位を実現する企業，サプライチェーンマネジメントを導入し，消費者重視でマーケットを勝ち抜く企業など，様々な企業がITを活用し，21世紀に向けた変革を始めている。

富士通が提案するSolutionVisionは，お客様の経営課題を解決し，様々な変革を実現し，ビジネスを成功へと導く「答え」である。

本稿では，SolutionVisionの背景とねらいについて紹介する。

ネットワークがもたらす効果

SolutionVisionの話に入るまえに，一般的な動向について説明する。世の中でスタンダードな技術として認めるか否かは，出荷台数や利用者数が5,000万を超えたかどうかが一つの目安である。現在までに，世の中に登場してきた代表的なメディアのうち，有線電話：60年，ラジオ：38年，テレビ：13年，携帯電話：８年，そしてインターネットは，商用解禁から僅か５年でその数を超えた。メディアの進化は，目ざましく加速している。

ここで，注目すべきは，このインターネットにはパソコンやサーバといったコンピュータがつながっている点である。しかもインターネットは，全世界に広がり，誰でもが参加できるという特性から，容易にしかも瞬時に世界的な規模のビジネス展開を可能にしたといえる。企業内のビジネスにおいても，このネットワークを活用することでビジネスプロセスを変えることが可能になる。

こういったネットワークの広がりに対応して，ビジネスの大きな流れとなっているのが電子商取引である。とくに企業間の電子商取引は大企業主導型で相当なスピードで進んでいる。また，日本国内の企業の内，約50%が取引条件の判断材料としてEDI（Electronic Data Interchange）が必要と考えている。なぜこれほどまでに導入が進んだのか。それは，圧倒的にコストが削減できるからである。米国のコンサルタント会社の推定した銀行における一取引当たりの処理コストデータを比較すると，インターネットによる取引と店頭での人手を介した取引では50倍以上の差があるといわれている。

しかし，メリットはコストだけではなく，それ以上にあらゆるモノの流れ，いわゆるスピードが格段に速くなる点にある。

ここで，ネットワークのメリットを情報化投資の視点から見たとき，今までとどのように変わったのか，ビジネスにどのような変化を与えたのかを解説する。

大型コンピュータが登場した当初は，コンピュータによって人の作業を代替する省力化が目的であった。これが，1990年代に入り広がったクライアントサーバシステムでは，利用者が直接コンピュータを使うようになって，省力化という視点から，人をサポートして，生産性を上げる，あるいは知識を共有し増幅するという増力化とも言うべきスタンスになった。そして，ネットワークの時代は，社内だけではなく，企業間，あるいは社会とのネットワークによってビジネスのあり方そのものを革新していこうという観点になってきたと考えている。

なお，それぞれの分野は，入れ代わる訳ではなく，積み重なり，適用領域が拡大するということになる。このことは，従来の内向きの投資から顧客や取引先といった企業の外へと投資の重点が向かっているといえる。新規顧客の獲得や新しいビジネス創出，顧客満足度の向上といったねらいをもった投資である。

システムの観点から見た場合，そのねらいは二つある。最新のネットワーク技術を使って，どう経営やマネジメントのスピードを上げるかということである。流通業でのQR（クイックレスポンス）やサプライチェーンマネジメントなどは，スピードが顧客満足度を向上させ競争力に直結するという思想である。

もう一点がカスタマフォーカスである。つまり，お客様を個々の個性のあるお客様として捉えることが必要になってきている。One-To-Oneマーケティングなどもその一環である。これは膨大な情報量の処理が必要になり，ネットワークで初めて可能になるのである。この２点こそネットワークの最も威力の発揮できる点だと考えている。

ビジネス環境の変化

先に述べたように，企業はスピードを生かせるネット

ワークを利用したシステムの導入により企業内，企業間，企業と消費者といった様々なシーンでビジネス変革を起し始めている(図-1)。

企業内では，本社，営業所，工場などの部門間の壁がなくなる。例えばカスタムメイドの商品が，工場の製造ライン上にあるのか，工場から出荷済なのかといった情報を調べるためには，従来それぞれのホストコンピュータに問い合わせをしなければならなかった。しかし，お客様への納期回答は，正確かつ迅速でなければならない。そこで，ネットワーク上のあらゆるコンピュータの情報を自立的にしかも瞬時に検索をしてしまう「エージェント機能」を活用し，お客様へ確かな回答をすることで満足度向上を実現した企業が登場しつつある。

企業間においても，ネットワークを活用し様々なコラボレーションが始まっている。これは，モノをつくる企業はモノ作りに専念し，物流はそれ専門の企業にまかせる。しかも，従来のような取引先固定の形態から少しでも条件の良い企業と仕事を行うようになってきているのである。また，企業はネットワークを介し全世界の消費者と直接商売を行えるのである。

ネットワークを生かしたコンピューティングシステム，いわゆるネットワークコンピューティングは，ネットワークのメリットであるスピードを生かし，様々なものと連携することで様々な効率化を実現するのである。さらに，そこに知恵を生かせば大きなチャンスが生まれるのである。しかし，反対に始めるタイミングを逸することは危険である。つまり，チャンスは誰にでも平等にあるということである。

今求められるモノ「ソリューション」

富士通は，このようなスピードを要求される時代に必要なものは，情報技術を活用し，企業レベル，業界レベルで最適化を行うソリューションと考えている。どんな商品であっても消費者に届くまでには，多くのしかも複雑な工程を経由する。例として，繊維業界の衣料品の大まかなビジネスフローを図-2に示す。

糸を作る原糸メーカからそれを染める染色メーカに，そして織布メーカ，さらに生地はテキスタイルとして卸に移り，その後アパレルメーカによりデザイン化され縫製工場で服に仕立てられ，小売で販売される。もちろ

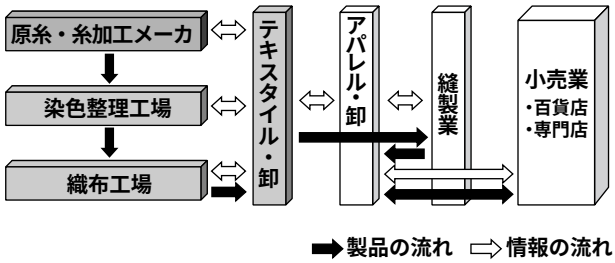

図-2　繊維業界のビジネスフロー概略図
Fig.2-Business flow outline of fiber industry.

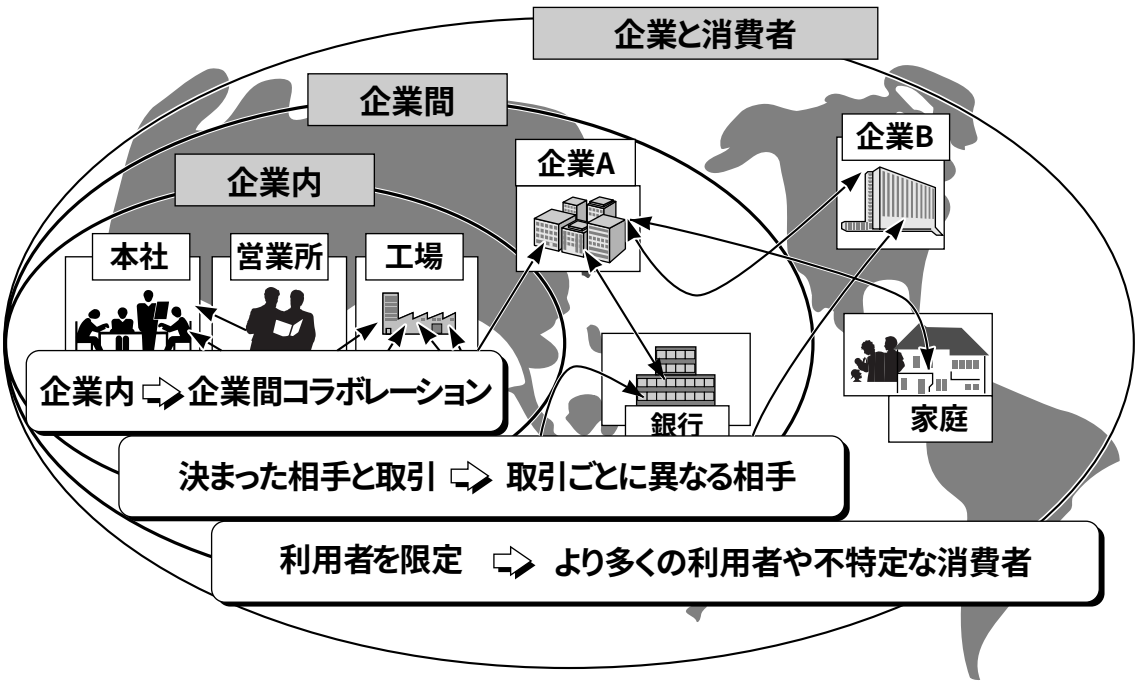

図-1　ビジネス環境の変化
Fig.1-Change in business environment.

ん，図に示されていない金融業界や物流業界など様々な業界も連携している。

このように，今お客様のかかえる経営課題解決のためには，業種を超えた連携も欠かせないのである。

SOLUTIONVISION の構成

富士通は，これまで数多くのシステムインテグレーションを手がけ，豊富な業種，業務およびシステム構築ノウハウを有している。そして，これらを生かしお客様に最適なソリューションを提供することを目的に，SolutionVisionを発表した。これは，ネットワークコンピューティング技術をベースにお客様の問題解決に向けた富士通の取組みであり，企画～開発～運用まで一貫性を持ったワンストップソリューションをお客様に提供するものである。

SolutionVisionを支える商品構成を図-3に示す。

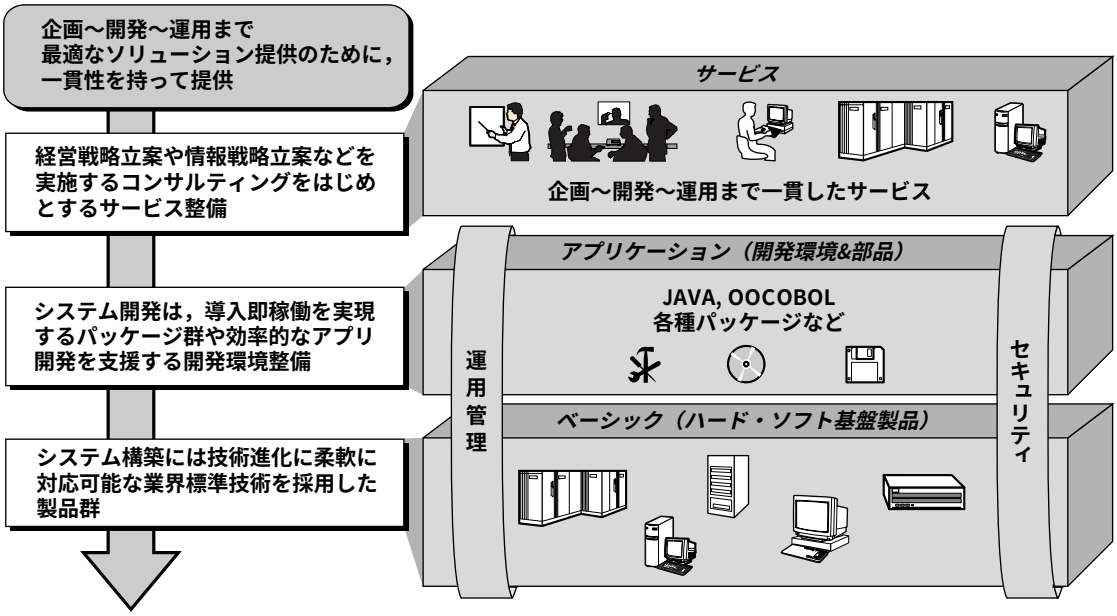

図-3　SolutionVisionを支える商品体系
Fig.3-Commodity system which supports SolutionVision.

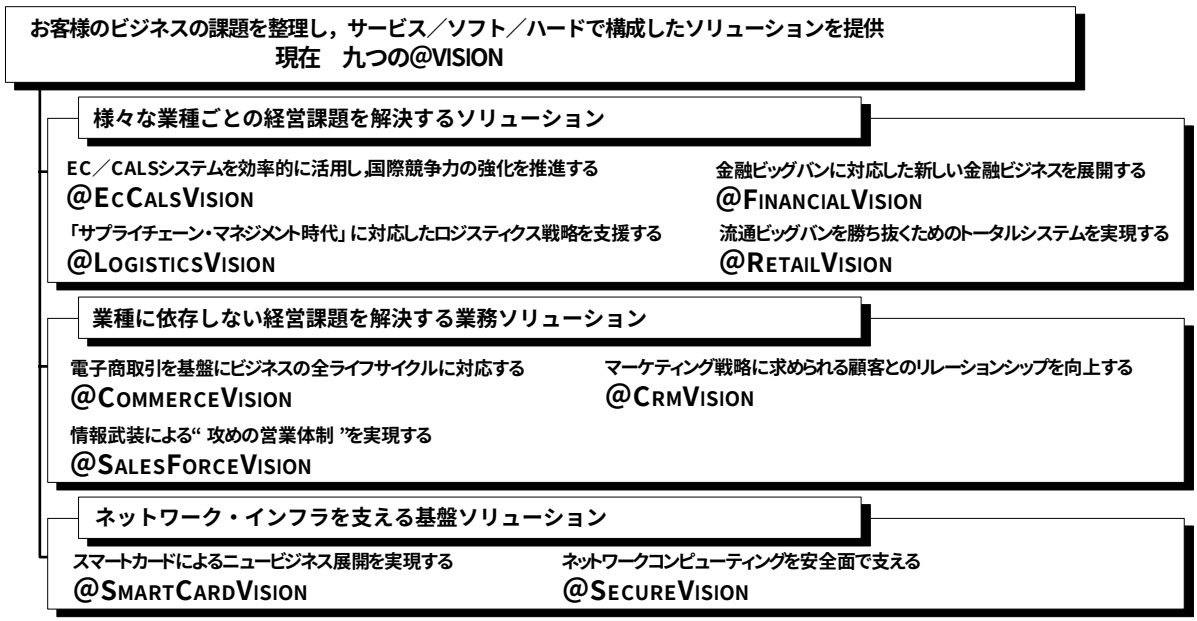

図-4　@VISIONシリーズ一覧
Fig.4-@VISION series list.

SolutionVisionは，三つのレイヤで構成されている。

下位レイヤは，ネットワークコンピューティング環境の基盤となるハード・ソフト製品といった，技術進化の早い業界標準技術を使用したプラットフォーム製品の階層である。

中位層のアプリケーションの層は，アプリケーションを構築するためのソフト製品の階層である。この階層には，富士通のノウハウを生かしたパッケージやコンポーネントを数多く取り揃え，高品質な業務システムを効率よく開発するツール部品を提供する。

最上位層のサービスの層は，お客様にソリューションを提供する階層である。そして，お客様のビジネスの課題を整理分析し，最適なソリューションを提供するために金融ビジネス，EC/CALS，Sales Force Automationといった分野に対し，様々なソリューションを用意し，@VISION（ビジョン）シリーズとして提供している。現在，提供中の九つのVISIONを図-4に示す。

今後の展開

ネットワークコンピューティングの進展により，ますます情報の統合化が進むなか，既存システムをそのまま活用するラッパー技術やエージェント技術などが注目されている。今後も，既存システムと新規システムを難しい手続きなしで連携できる仕組み作りが重要と考えている。

SolutionVisionは，情報システムを統合化するサーバとして，図-5に示すアプリケーションサーバを，システムの中核に据えて今後推進していく。

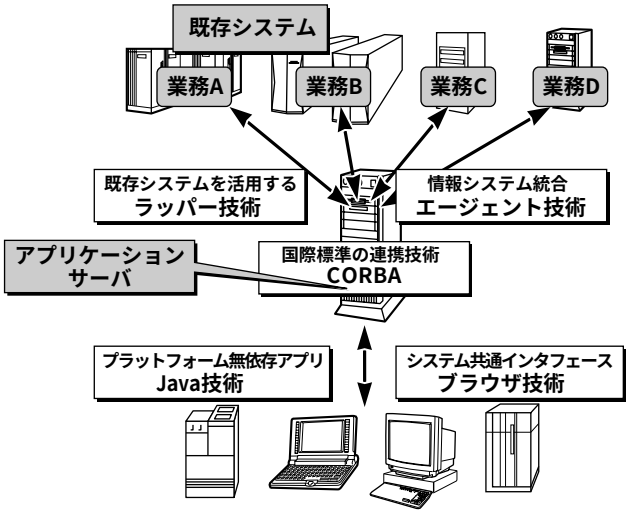

図-5　情報統合化を支えるアプリケーションサーバ
Fig.5-Application server which supports information integration.

む　す　び

ネットワーク社会は，今後もますます発展し，私たちを取り巻く環境を劇的に変化させていくと考えられる。今後も富士通は，SolutionVisionにより，企業内のビジネスプロセス変革や，業種を超えた企業間の連携，消費者と直接連携した新しいビジネスを創造していく考えである。