

需要創造の源泉は“お客様起点”、 顧客ニーズを掌握して 真のITソリューションの提供を

ビジネスシーンのイノベーションを支える企業のIT。しかしユーザー企業が必要としているのは、単なる要素技術ではなく課題解決だ。そこで重要な役割を担うのが、システムインテグレーターである。今後、企業のITを担う企業にはどのような姿勢と取組みが求められるのか。パナソニック インフォメーションシステムズ株式会社 代表取締役社長 前川一博氏に聞いた。

Panasonic

お客様を起点とした“サービスありき”で ビジネスを展開していくことが、 IT業界の成長の最重要課題

—今、ユーザー企業がイノベーションを起こすためには、ITの戦略的な活用が必要不可欠だと言われています。そのためにはまず、どのような姿勢が必要だとお考えでしょうか。

企業ITの責任者はチーフインフォメーションオフィ

サー、即ちCIOと呼ばれる人たちですが、このCIOが今ではチーフ“イノベーション”オフィサーだといわれています。CIOはITに加えて、イノベーションの責任まで担う重要なポジションになってきているということで、ユーザー企業の経営層の皆様は

は、“I”の重要度がこれまで以上に大きくなってきているという認識が必要です。

そして、Iの重要度が高まっている現状を如実に示しているのが、IoTの拡大です。多くの人/モノとサービスを繋ぐところに、インターネットを介したインフォメーションが存在しており、それによって新たなイノベーションが生まれています。例えば、自宅の近所にカーシェアリングサービスがあれば、私たちは車を買わないという選択もできます。利用可能な時間や価格などの情報を調べて、それが納得できるものなら、車という“モノ”を所有するのではなく、カーシェアリングというサービスを利用するという選択をすればいいのです。

しかし昨今のユーザー企業、特に製造業は、I for T になってしまっている場合がある。つまりモノを作るために、インターネット即ちインフォメーションを使おうとするのです。そのため、どうしてもプロダクトアウト型になりがちで、それでは新たなイノベーションは生まれにくい。反面、最近ではIoT

という言葉も聞かれます。Cとはカスタマーで、まさに顧客のことです。お客様の視点に立ったITの活用こそが、イノベーションの源泉になるということですね。

いずれにしろ、Iの重要性は明らかで、その活用方法を間違えると企業は生き残れないと言っても過言ではないでしょう。

—貴社はITサービス会社として15年以上の実績をお持ちですが、インフォメーションや顧客サービスを重視する姿勢というのは、情報サービスを提供する企業にも求められるものですか。

私が2008年4月に当社に入り、まず着手したのが、従業員の考え方を改めてヒューマンスキルをレベルアップさせるための取組みでした。

それというのも、例えば当時の営業部隊には、製品ありきのプロダクトアウト型の営業スタイルが浸透していました。お客様が何について悩み、何を実現したいと思っているのかを深く考えるよりも、こちらの判断基準でご提案してしまう。お客様を起点に考える、という姿勢が希薄だと感じたのです。これはIT業界全般に言えることですが、お客様のことを“アカウント”と呼んだり、システムを“リリース”

する、プロジェクトが“カットオーバー”するなど、日常的に用いる言葉ひとつを取っていてもベンダー側の目線で物事を捉える風潮があり、大きな違和感を覚えました。

—そうした違和感の背景には、やはりご自身のキャリアにおける経験があるのでしょうか。

私は現職以前、グループ企業で電設資材の営業に27年半、高齢者向けの介護ビジネスに2年半従事していました。確かに、人間は今自分がいる環境が世間の常識だと思いがちですが、それは大きな間違いで、視点を変えれば見える景色は全く異なってきます。

電設資材の営業時代、私は大阪、神戸、鳥根、鳥取といったエリアを担当しており、多くの販売店のオーナー社長様とお付き合いさせていただきました。その頃、お客様視点に立っていない言動をつい取ってしまうと、よくお叱りを受けたものでした。仕事のやり方やルールは確かに上司から学びましたが、仕事に取り組む上で何を大切にすべきかということは、すべてお客様から教えていただいたと思っています。

また電設資材の営業はいわゆるB to Bビジネスですが、後に携わった介護ビジネスはB to Cビジネスで、高齢



パナソニック インフォメーションシステムズ株式会社
代表取締役社長

前川一博氏

者の方を対象とするもので、そこで働いていたのは、お客様に対するホスピタリティ精神の強い人たちで、そうしたマインドを持って仕事に向き合うべきだという点も強く心に刻まれました。

いずれにしても、すべての起点となるのはお客様です。これは、私たちITサービス会社にとって何ら変わるものではありません。“お客様が何を望まれているのか”を正確に理解し、それを起点として需要を創造していくことが重要です。このお客様起点の需要創造を、私は“Demand side Logic(デマンドサイド・ロジック)”と呼んでいます。プロダクトアウト型の“Supply side Logic(サプライサイド・ロジック)”ではなく、お客様のニーズを絶えず感じて、お客様が本当に必要としているものを真剣に考えることが、最終的に需要の創造に繋がることになる。このキーワードは、社内へメッセージを送る際にも必ず含めています。

— 現在、情報サービス企業で構成される一般社団法人「情報サービス産業協会(JISA)」の理事も務められています。その“Demand side Logic”は自社内だけでなく、情報サービス業界全体においてもきわめて必要な視点ではないでしょうか。

まさにその通りで、JISAのSは他でもないサービスのことで、IT業界もお客様を起点とした“サービスありき”でジ

ネスを展開していく必要性がこれまでも増して重要になってくるでしょう。“サービスとは何か?”を考えるきっかけ作りができればと考えたのが、JISAの理事をお受けした最大の理由です。

— お客様を起点として行動するためのヒューマンスキルに加えて、ITサービスを提供する会社として具体的に取組まれていることは何かありますか。

ITサービス会社といっても、もちろんITを利用するユーザー企業としての側面もあります。最新のITトレンドを理解し、それがどのようにビジネスに役に立つのかを把握しておくことは、企業の経営トップにとっても必要最低限の取組みだと思います。

また私たちからお客様にご提供するITは、社内で徹底的に使いこなし、納得できるまで外には出しません。時間的な制限を設けるよりは、社内の本番環境で使ってみて、問題のないことを細部まで確認して初めて、お客様にもご提供できる品質になったと評価するようにしています。

— サービスを提供する側と享受する側の双方の立場で動くということですね。オープンソースソフトウェア(OSS)については、どのように評価されていますか。

松下幸之助創業者の思想にある“水道哲学”というものをご存知でしょうか。水道の水の

ように、品質が高いものを低価格で広く人々に提供しようという考え方ですが、私はOSSはまさにこの水道哲学に通ずるところがあり、水や電気のような存在になりつつあると考えています。

またパナソニックの経営理念に“産業人たるの本分に徹し 社会生活の改善と向上を図り 世界文化の進展に寄与せんことを期す”というくだりがあります。こちらもOSSと重なる部分があって、社会生活の改善と向上を図り、世界文化の進展に寄与するものこそがOSSの真の姿だと思うのです。従業員には、“私たちはITでこの理念を実現するのだ”とよく話しています。



レッドハットに対する期待値は大きく高まっている。 水や電気のような存在になりつつあるOSSをしっかりとサポートいただきたい

— OSSの活用としては、2012年にパナソニック本体がCRM基盤にRed Hat Enterprise Linux(RHEL)を採用され、今年2016年には、貴社がRed Hat Enterprise Virtualization(RHEV)を利用した1,000台規模のサーバー集約を予定されています。

OSSに関しては、実は数年前に株式会社大和総研/株式会社大和総研ビジネス・イノベーション 代表取締役副社長の鈴木孝一様とのお付き合いが始まった時に教えていただきました。RHEVに取り組むことになったのも、鈴木様との議論がきっかけです。私たちは、RHEV以前のシステム基盤に物理サーバーを仮想サーバーとして扱えるリソース管理ソフトを利用していたのですが、将来を見据えてハードウェアに依存しないインフラ基盤を確立しようと考えたのです。しかし、これから商用のサーバー仮想化ソフトを使い始めても、お客様にご提案で

きるようになるまでには時間がかかり、また商用製品にはベンダーロックインの制約もある。ならばOSSの利用が当たり前になる時代が来た時に、私たちがパイオニアとして一歩先んじていたほうがいい。今からRHEVに取り組んでおくべきだと判断したのです。1,000台規模のサーバーをRHEVによって集約することで、メンテナンス時のダウンタイムが従来の半日から瞬断レベルに短縮され、10S当たりのコストも30%削減できる見込みで、これもグループ内で使いこなした後、お客様にご提供していく予定です。

— 最後に、現在新たに採用をご検討されているOSS製品や、今後のレッドハットに対するご意見・ご要望がありましたらぜひお聞かせください。

新たなITにトライしていくことは、パナソニックグループにおける我々の使命です。今後さまざまなOSSの検証を進

めていく予定で、直近ではシステム環境を含むアプリケーションレイヤーをイメージ化するDockerの検証を行っているところです。こうした取り組みを通じて、パナソニックグループをはじめグループ外のお客様に向けても、的確にニーズを把握して最適なITソリューションをご提供していきたいと考えています。

またレッドハットには、製品やソリューションの最新情報を提供していただくと同時に、ユーザー企業の期待値にしっかり応えていく体制作りをお願いしたいと思います。例えば、パートナーを介して製品を導入したユーザー企業についても導入製品の情報を正確に把握しておいていただくなど、レッドハットとしての責任に対する期待はますます大きくなっています。それらの期待に応えていくことこそレッドハットの使命であり、OSSが水や電気のような存在になった時のレッドハットの最大の役割だと考えています。

めまぐるしく変化するITに
気をとられ過ぎず
目の前にお客様の
課題と向き合う

“Demand side Logic”
お客様起点の需要創造

気づかないうちに
“Supply side Logic”に
なっていませんか?