

SAP INFO

THE SAP MAGAZINE・VOL.50・November 2008 [エスエイビーインフォ日本版]

SAPINFO
最終号!

長い間ご愛読いただき、
ありがとうございました

来年度開始の新メディア
購読受付中!

※詳細は巻末ページを
ご参照ください。

■特集 戦略的俊敏性を支援する Business Intelligence

Feature Story

特集: 統合シナジーが生み出す
BI活用の新たな境地

特集事例①: セイコーエプソン株式会社

業務プロセス改革に主眼を置き
グループ全体で情報活用基盤を強化

特集事例②: アストラゼネカ株式会社

新たな経営ダッシュボードを構築し
全社のKPIをモニタリング

3 目次/SAP INFO読者の皆様へ

4 あらゆる壁を越える
ビジネスネットワークの実現特集: **戦略的俊敏性を支援する
Business Intelligence**6 統合シナジーが生み出す
BI活用の新たな境地8 特集事例①: セイコーエプソン株式会社
業務プロセス改革に主眼を置き
グループ全体で情報活用基盤を強化10 特集事例②: アストラゼネカ株式会社
新たな経営ダッシュボードを構築し
全社のKPIをモニタリング12 パートナーソリューション: 日本電気株式会社
未来へのパートナーシップ15 中堅・中小企業 成長と存続の法則:
画期的なSAPのERP導入プログラム16 JSUG (SAPジャパン・ユーザー・グループ):
SAPソリューションに関わる
すべての人のために

22 SAPジャパンからのお知らせ

■ 広告企業一覧

| | |
|------------------|---------|
| 株式会社ソフテス |2 |
| 日立SC株式会社 |14 |
| 株式会社日立製作所 |17 |
| インテリグループジャパン株式会社 |18 |

| | |
|---------------------|---------|
| 富士通株式会社/マイクロソフト株式会社 |20 |
| アビーム コンサルティング株式会社 |23 |
| ウィプロ・テクノロジーズ |24 |

SAP INFO読者の皆様へ

CFOに求められる役割と現在取り組むべきこと

SAPジャパン株式会社
代表取締役 最高財務責任者
井野 勢津子

激変し続ける世界経済の中で、先行きを見通すことはますます困難な状況になっています。ここで改めて「企業のCFOとして果たすべき役割」について考えたいと思います。

CFOには本来、2つの役割があります。第1に、自社のガバナンスやコンプライアンスを徹底するなど「ステークホルダーの利益を守ること」です。第2に「企業価値向上に向けて取り組むこと」として、日常的な会計活動や戦略策定の支援などがあります。CFOは常に2つの役割のバランスを考えながら、時代や市場の状況に応じて、さまざまな判断を行う必要があります。昨今のような経済状況においては、事業継続性を考えて後者に比重を置き、利益向上に全力で取り組まなくてはなりません。しかし売上げ優先ばかりではなく、前者の役割も念頭に置きながらの判断は、非常に難しいことでもあります。CFOの業務は、車の運転にも例えられると思いますが、状況に応じて対処する柔軟性と、方向性を定めるとともに、軌道修正をしながら進み続けるという判断力が重要です。またSAPジャパンのCFOとしては、日本の情報をリアルタイムかつ正確に発信し、

会計上の透明性を保ち、グローバル企業の一部として活動していくことが最重要課題であると考えています。

お客様には、先行き不透明な状況でこそSAPのソリューションを活用していただきたいと思っています。私自身が日々実感していることですが、さまざまな情報が分散している環境では、会社の置かれている状況を瞬時に把握するのは困難です。しかし包括的に正確な情報が自動的に集約されるシステムを活用することで、どこにコストがかかっているか、どのような意思決定が必要なのかをすぐに把握できるようになり、レスポンスの速さは劇的に向上します。コンプライアンス上のリスクを自動検知できる点も、社会的責任を果たす上で大きく役立ちます。お客様が、SAPの仕組みを使ってさらなるリソース活用やさまざまな変革に一步踏み出していただけると願っています。

これからも、さまざまな変化に取り組まれるお客様の事業継続、発展のお手伝いができれば幸いです。今後ともSAPをどうぞよろしくお願いいたします。

あらゆる壁を越える ビジネスネットワークの実現

グローバルビジネスにおける「戦略的俊敏性」を
確立するための条件とは

SAPが毎年開催するカンファレンス「SAPPHIRE」は、SAPの戦略、そしてその展開を詳しく知る絶好の機会だ。SAP AGの会長兼CEO、ヘニング・カガーマン(Henning Kagermann)が、これからのビジネスネットワークの重要性、そして今後のSAPとソリューションの方向性について語った。



——今年のSAPPHIREにおいて、SAPユーザーが注目すべき点はどこでしょうか。

企業は事業の規模に関わらず、経済のネットワーク化がもたらす課題と、新たな業務やコラボレーションに対応していかなければなりません。グローバルビジネスにおける競争優位性の維持には、迅速かつ柔軟に行動できる能力、つまり「戦略的俊敏性」が不可欠です。これは、3つの要素によって実現されます。1つ目は、企業または企業ネットワーク内の各プロセスの効率化、2つ目は、従業員への信頼性の高いリアルタイムのデータに基づくビジネスインサイト提供、そして3つ目が、ビジネスインサイトと戦略的意思決定を実行に移すための柔軟性です。これらを支援するソフトウェアによって、効率性や洞察性、柔軟性を獲得できるだけでなく、シームレスで、一貫性を持った業務パフォーマンスを実現できます。

——多くの企業に、明るい将来をもたらすことになりそうですね。では、これを実現

するためには、こういった困難が予想されますか。

現状においては、企業とサプライヤー、または各業務部門の間のさまざまな壁が、戦略的俊敏性の確立を妨げています。競争優位性を維持するには、こうした壁を埋めていかななくてはなりません。さまざまな壁を越えて、可能な限り大きなビジネスバリューを提供することが、われわれIT業界には求められています。

このためSAPは、ビジネスネットワーク変革の価値について知っていただくための取り組みを続けています。そのコンセプトとして昨年のSAPPHIREでお話した、柔軟なビジネスネットワークの基盤となるservice-oriented architecture(SOA)は、今や多くの企業で活用されています。さらにはBusiness Objectsとの統合により、強力なビジネスインサイトと意思決定を実現するツールをSAPユーザーに提供できるようになりました。また、業務内容とITのギャップの解消には、SAP NetWeaver Business Process Management

(SAP NetWeaver BPM)が有効です。ビジネス担当者は、新しいプロセスをモデル化するだけでなく、既存のプロセスも活用できます。ビジネスとITの駆け引きではなく、両者の連携によってビジネスプロセスマネジメントを実現することで、戦略から実行に至るクローズドループを確立できます。

——SAPは一貫して、企業パフォーマンスの最適化を支援する製品を提供してきました。今回初めてお客様に提供するものがあれば、教えてください。

SAPはこれまで、運用/短期目標レベルの製品提供に注力してきました。現在は経営戦略レベルの領域、さらには、この2つのレベルの統合に取り組んでいます。ビジネスの成功には、戦略的意思決定と運用計画の連携が欠かせません。このような試みにおいても、SAPがこれまで蓄積した経験を活用できると考えています。かつてSAP Advanced Planning & Optimization(SAP APO)に需要計画機能を統合したようなことが、今はさまざまな補完製品と

SAP Business Suiteとの連携で行われているのです。

——ビジネスネットワークは実現のものとなり、それによってコストの最小化と付加価値の最大化が可能になるということです。ITはどのようにして、さまざまな種類のネットワークを実現するのでしょうか。

ここで注目すべきなのは、「連携型 (coordinated) ネットワーク」と「協業型 (collaborative) ネットワーク」です。SAPは、連携型ネットワークの管理において多くの経験を有しており、プロセスの標準化、自動化によって大規模なシステムの運用を効率化してきました。協業型ネットワークを実現することはより困難です。あらゆる人々の情報共有や、臨機応変なプロセス設定、イノベーション実現、調査プロジェクトチームのバーチャル編成などが行われるためです。協業型ネットワークは、よりユーザー指向のビジネスであり、複雑なシステム運用が求められます。

企業が成功を収めるためには、この2種類のネットワークを同時に実現しなければなりません。本当に難しい取り組みですが、SAP Business Suiteが提供する効率性の高いビジネスプロセスエンジンと、コラボレーション環境を構築するためのツールとサポートを提供するBusiness Objectsポートフォリオによって、実現が可能です。

——SAPがこれから競争を勝ち抜いていくにあたって、より効果があるのはどちらのネットワークでしょうか。

いずれも欠かすことはできません。新しい製品やソリューションの市場投入、あるいは新規参入のどちらにも協業型ネットワークは必要です。SAPはユーザーとの長期的な協業の中で、常にソリューションの共同開発を推進しています。

一方、大規模なシステム運用を効率的に

進めるためには、連携型ネットワークも欠かせません。たとえば、40,000社以上の顧客に対応するSAPのサポート部門は、典型的な連携型ネットワークです。ここでは定期的に顧客満足度調査を実施し、改善を行っています。また、SAPのパートナーネットワークでは、さまざまな企業と相互連携することで、SAPにはないリソースや専門知識を蓄積しています。

現状では、企業間や部門のさまざまな境界が、戦略的俊敏性の確立を妨げています。

——SaaS (Software as a Service) の今後についてどのように考えていますか。SAPの展開しているライセンスモデルは、いつまで存続するのでしょうか。

SAPのライセンスモデルは今後も続くでしょう。ただし、より複合的なモデルとして、事前購入と定期購入の併存が中心になると思います。導入についても同様です。SaaSは、SOAの導入領域やミッションクリティカルでないプロセス、高度なIT部門を抱えることが困難な中小企業などに導入されていくでしょう。逆に言えば、独自の領域に導入されることはないと思います。たとえば小売業界では、8年前にSAPが大規模な新しいオンライン取引プラットフォームを発表したとき、実店舗はいずれ消えてなくなり、あらゆる商取引はオンライン化されるだろうと誰もが思いました。しかし今や、多くの企業がオンライン取引を展開していますが、大部分の買い物には依然として実店舗が利用されています。私

たちが現在、マルチチャネル環境でのプロセス統合を重視している理由もここにあります。

——先日、共同CEOであるレオ・アポテカー (Léo Apotheker) 氏が研究開発費の削減を発表し、マスコミはこれを大きく取り上げました。これはSAPのイノベーション企業としての終わりを告げるものでしょうか。

それはSAPがこれまで市場に向けて何度も発表してきたことを再確認したに過ぎません。SAP Business ByDesignの開発を終え、SOAを市場投入した時点で、高まっていた研究開発費を以前の水準に戻していくということです。これまでの大規模投資を部分的に再利用すれば、毎年多額の投資を行う必要はなくなります。イノベーションの減速とは、まったく関係ありません。SAP Business ByDesignで実現した高度なイノベーションをSAPポートフォリオの異なる領域に応用するなど、研究開発費の規模と用途を最適化する時期が来ているのです。

——SAPとBusiness Objectsの統合は、外部からはスムーズに進んでいるように見えます。SAP内部から見て、うまくいった点と改善の余地がある点を教えてください。

今までのところ非常に順調です。しかし何事にも、改善できる部分は出てくるものです。私たちがIT上の課題をどれほど迅速に解決して、異種混在システムの統合を進めたかは、いずれ明らかになるでしょう。Business Objects自体が、過去に何度も企業買収を行ってきたため、システムに部分的な分断が見られ、効率性という点でまだ最適なレベルには達していません。しかし、私たちの方向性が間違っていないのは確かです。

(グローバル版SAP INFO 152号より)

統合シナジーが生み出す BI活用の新たな境地

SAPと Business Objectsの 経営統合がもたらすメリット

2007年10月に発表された、ビジネスアプリケーションのトップベンダーであるSAPとビジネスインテリジェンス(BI)業界の世界的リーダーであるBusiness Objectsの経営統合は、IT業界の大きな話題として関心を集めている。両社が手を結ぶことによって、どのようなシナジーが期待できるのか、ユーザーにもたらされるメリットは——。日本ビジネスオブジェクトのキーパーソンへのインタビューから、その将来を展望する。



経営のPDCAサイクルを支援する ワンストップソリューション

「企業活動は概して、PDCA サイクル、つまり、plan-do-check-actionの継続によって成り立っています。主に“do”(ビジネスの遂行)に比重が置かれてきた日本のITソリューションは、その面で一定の成果を取ってきました。しかし、ビジネスのパフォーマンスを最大化するためには、このサイクル全体がバランス良く回らなければいけません。今回の経営統合によって両社が持つ強みを補完し合うことで、PDCA サイクル全体の強化と継続的な改善につながる理想的なシステム提供が可能になります」と、両社の経営統合の背景と日本のマーケットの現状について語るのは、日本ビジネスオブジェクト株式会社 代表取締役社長の印藤公洋氏だ。

米国ガートナー社が全世界のCIOを対象に毎年実施している調査においても、2005年まではセキュリティに対する関心が圧倒的に高かったITの優先課題は、ここ数年、ビジネスインテリジェンス(BI)が

上位を占めるようになった。2008年には、BIがはじめて優先課題のトップ3に入るなど、日本企業の意識が大きく変わってきていることが報告されている。

では、ビジネスアプリケーションのトップベンダーであるSAPと、全世界に4万5,000社の顧客を持ち、BI業界を牽引し続けるBusiness Objectsの経営統合によって、具体的にどのようなシナジーが生まれるのか。

ビジネスパフォーマンスの最適化を支援する製品群は、図に示すように4つの領域に分類することができる。左下の「Information Discovery and Delivery」の領域では、これまでBusiness Objectsが世界の市場を牽引。そのほかの領域においては、お互いが持つ製品を組み合わせた強固なソリューションが展開されてきた。その中で、Business Objectsはインターフェースのユーザビリティ向上を図るなど、幅広い用途のデータ活用の充実に大きな力を注いできたが、ここで用いられるデータの多くは、経理、販売、CRMなどの業務プロセスを支援するERP製品に蓄積される。その膨大なデータを有効に活用で

きなれば、本当の意味でのPDCAサイクルは成立しない。

一方、SAPが提供するERP製品にもBI機能は搭載されていたが、この分野のリーダー企業であるBusiness Objectsが有する、世界中のユーザーから支持されるBI活用のノウハウを、SAPソリューションの一部として提供するメリットは大きい。これにより、ERPに蓄積された膨大なデータをベースに、経営のPDCAサイクルを支援するワンストップソリューションが実現するのである。

SAP ERPとのデータ連携による 分析スピードの向上

こうした両社の統合による製品力の強化は、経営の舵取りを担うマネジメント層やエンドユーザーに対して、明確なメリットをもたらす。

これまで、さまざまな業務アプリケーションに蓄積された情報を使って行われてきたBI活用においては、異なるコードで登録されたさまざまなソースデータを整理して、分析可能なデータに加工するための煩雑なプロセスが発生していた。たとえば、

「東京」という単語があるとすると、これをAというコードで登録。ローマ字や平仮名などさまざまな記述で表現された「東京」というデータを、Aと同一のものとして紐付けしてはじめて、分析活用が可能になる。つまり、リアルタイムで正確な情報を活用するには、一定のタイムラグが生じていたのである。しかし、Business Objectsが提供するInformation Management Software (情報管理ソリューション)を介せば、1つのBIプラットフォームで行えるようになる。つまり、両社のソリューション統合によって、これまでの問題は解消され、BI製品のインターフェースからERPのデータに直接アクセスすることで、情報分析のスピードが飛躍的に向上する。

また、サポート面でもユーザーが享受できるメリットは大きい。たとえば、システムトラブルが発生したとき、はじめに問い合わせが来るのは、インターフェースを提供するBI製品のベンダーである。しかし、実際にはシステムの裏側では複雑にデータが交錯しているため、問題の切り分けに時間がかかる上、トラブルの原因がBI製品ではない場合も珍しくない。こうしたトラブル対応についても、SAPとBusiness Objectsのサポートが一本化されることで、ユーザーは情報のエスカレーションを1度行えば、後はバックエンドでエンジニアが情報を共有することができる。これにより、問題解決までの時間が短縮されることはもちろん、ユーザーの負担は大幅に削減される。

ソリューション統合がもたらすサービス向上と販路拡大

ユーザーにとって気になるところは、今後、どのようにして両社の製品統合が行われていくかだ。この点について、日本ビジネスオブジェクトズ インダストリー&ソリューションズ・マーケティングのマネジャーであるコラーナ インダルディープ シング氏は、「両社の製品を比較すると、機能の重複は避けられないところだ。他社の経営統合

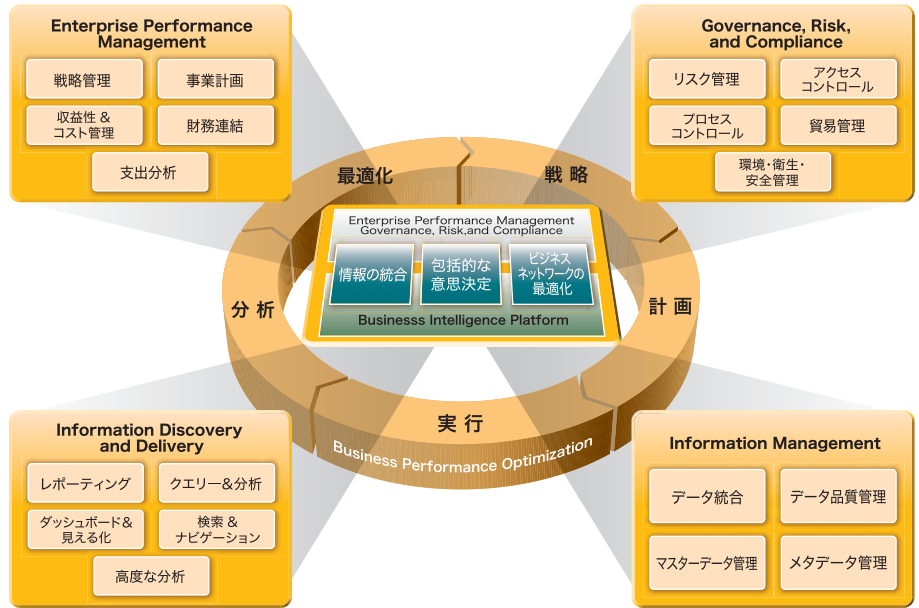


図:ビジネスパフォーマンスの最適化を支援する製品領域の区分

「Information Discovery and Delivery」の分野では、これまでBusiness Objectsが世界の市場を牽引。そのほかの領域ではお互いの製品を組み合わせせたソリューションが展開されてきた。経営統合によって両社の強みが一体となることで、ビジネスパフォーマンスの最適化を促進する理想的なソリューション提供が可能となった。

では、こうした場合、お互いの機能を残したり、どちらか一方のみを残すことが多いのですが、私たちは長期的な視点に立って、重複する機能を慎重に比較検討しながら、より強固なソリューションを提供するための製品ロードマップを考えています。また、既存の製品をご利用のお客様に対しては、5～8年先を目安に継続的にサポートしていきます」と話す。ユーザビリティの向上を目指す顧客本位のソリューション統合は、より効果的なBI活用の促進と迅速な意思決定につながるに違いない。

また、印藤氏は、今後の具体的なテーマの1つとして、大量の文書の中に眠るテキスト情報、つまり「非構造化データ」の扱いを挙げる。

「情報といっても、様式が整然と区別された『構造化データ』以外にも、報告書に埋め込まれたテキスト情報など、データベース上で分類できない『非構造化データ』が無数に存在します。今後は、これらの『非構造化データ』を包括した新たなBIソリューションを提供していかなければなりません」「非構造化データ」を自在に活用できるよう

になれば、ビジネスの状況をより正確に把握するための貴重な資産となることは間違いない。

今後の製品ロードマップについて、日本ビジネスオブジェクトズでは、既存のユーザーに対してはサポートを継続しながら、同時に新たにリリースされる製品群へのマイグレーションも全面的に支援していく方針だ。

また、SAPとBusiness Objectsのシナジーだけでなく、パートナー各社との関係もより強固なものとなる。豊富なソリューションラインアップに加え、常にユーザーに近い位置にいるパートナー各社のノウハウが加わることで、市場のニーズに柔軟に対応できる独自のソリューションを展開していけるという。

「SAPや当社自身、またパートナー企業のセールススタッフが提供できるサービスが広がったことで、既存・潜在顧客に対する販売チャンネルは大幅に拡大するでしょう」(印藤氏)という言葉通り、世界的なトップベンダーの経営統合は、既存のIT資産の価値を引き出すさまざまなメリットをユーザーにもたらし始めている。

特集事例①

業務プロセス改革に主眼を置き グループ全体で情報活用基盤を強化

セイコーエプソンのビジネス戦略を支える
BusinessObjects XI

90年代から他社に先駆けてグローバル規模のデータウェアハウスを構築するなど、企業経営にITを駆使してきたセイコーエプソン株式会社。同社は現在、予実精度向上やアクション展開のスピードアップに向けて、グローバルでの情報活用を推進している。その中で幅広く活用されているビジネスインテリジェンス(BI)ソリューションが、BusinessObjects XIだ。

セイコーエプソンは、経営革新を柱とする中期経営計画「創造と挑戦1000」(2006年3月発表)の実現に向け、新たなIT戦略を打ち出した。ここで重要テーマの1つに位置付けられたのが、グループとしての情報活用基盤強化とともに、全体最適の観点からグローバルでのオペレーションやコスト構造を可視化し、PDCAサイクルの確実な実施、アクション展開のスピードアップを支援する仕組み作りだ。

同社はITを、企業経営を支える重要なツールと位置付け、90年代からデータウェアハウスの構築やBIツール活用を積極的に推進してきた。経営戦略室 情報化推進部 部長の小坂賢氏は、これまでの取り組みを通じて顕在化した課題を踏まえ、情報活用の方向性を定めたと語る。

「90年代後半から全体最適というコンセプトを重視し、世界各国で展開する事業全体が見える仕組みを整備してきました。ところが情報が集まっても、細かいレベルで国によってデータの定義やオペレーションなどが異なるといった課題も明らかになりました。情報活用基盤の強化とは、こうした不整合を解消し、グループ全体で情報

を連携/共有できる環境の整備を目指すのです」

情報化推進部では、こうした考え方に基づき、「創造と挑戦1000」の実現を支援する上で必要な施策を次の4つに整理し、基本構想を策定した。

- ① 予実管理プロセス構築
- ② 管理指標の明確化
- ③ 予測・計画機能強化
- ④ 内外製販情報の見える化

情報化推進部 課長の五味智氏は、これまでの経験から、データウェアハウスやBIツールなどを活かすカギは、業務プロセスの改革と整備にあると語る。

「BIツールを単にデータ抽出/分析、資料作成に使うだけでは、真の有効活用にはつながりません。重要なのは、たとえば予実分析というプロセスを、一連の業務にどう組み込むかです。そこでグループとしての予実管理プロセス構築、管理すべきものの明確化や標準化、社員の意識改革を促す継続的な教育なども含め、業務プロセス改革に主眼を置いて具体的な施策を立てました」



経営管理強化シナリオの実現性から BusinessObjects XIを採用

「創造と挑戦1000」を受けた情報活用の基本構想に基づき、情報化推進部では、実現手段であるITツールの選定に着手。ここでは机上評価に加え、同社のビジネスシナリオに基づいたプロトタイプを構築し、複数製品を評価するというアプローチを採用した。ビジネスシナリオには、経営層や管理層、一般層という各階層のユーザーを想定し、状況把握から変化・異常値に対する原因の早期特定、迅速なアクションまでが網羅されている。大きな特徴は各階層の「ユーザーの視点」と、階層間でのシームレスな情報連携といった「全体最適の視点」から詳細な要件を定義した点にある。

こうして実際のビジネスに基づく総合的な評価作業を経て、セイコーエプソンはBusinessObjects XIの導入を決定した。「たとえば、売上高を増やすという目標を達成するには、マーケットシェアを増やす、新製品ローンチ率向上、品質の確保等さまざまな活動が必要です。単に財務上の

数値管理ではなく、目標達成に必要な施策が計画通りに実行できているかを管理していくことが重要です。つまり、財務的な指標と因果関係にある商品や業務プロセス、顧客・社会といった視点からの指標を関連付けて管理することがPDCA、経営管理の強化につながります。データをこうした管理指標にわかりやすく関連付けられることも、BusinessObjects XI選択の大きな決め手でした」(五味氏)

また、製販情報の見える化に向け、SAP ERPのグローバル展開という方針を明確化していたセイコーエプソンでは、SAPソリューションとの親和性も高く評価。さらにサポート力も重視した。

「プロトタイプ構築作業を通じて、我々の問い合わせに迅速に対応し、常に一体となって取り組んでくれた日本ビジネスオブジェクトの技術的なサポート力を高く評価しました。また、当社では90年代からBusinessObjectsを標準的なBIツールと位置付け活用してきた経緯があります。既存資産を生かせるという点で、投資対効果が高いと判断できたことも選択理由の1つでした」(小坂氏)

ビジネスにおける「次の一歩」を踏み出せる環境を整備

セイコーエプソンでは、2007年から一般ユーザーを中心にBusinessObjects XIの活用を本格化した。その活用度は高く、必要な情報の検索や抽出、レポート作成はすでに大きな効果を創出している。

「実績基幹システムのデータ抽出、レポート作成での利用、経理部門や人事部門での7～8割のBusinessObjectsによるレポート作成など、活用が定着しています。情報化推進部が標準BIツールとして推奨しているだけでなく、Microsoft Office製品との連携が容易で、データ検索のインターフェースなどもわかりやすいためです。製品評価でも重視しましたが、実際の活用を通じて、利用者の視点でも操作性に優れていることが実証できました」(五味氏)

一般ユーザーにBusinessObjects XIの定着を図る一方、情報化推進部では業務部門と連携し、基本構想に基づく業務プロセス改革を推進した。特に重視したのが、予実管理プロセスを構成する計画機能の強化だ。具体的には、グローバルに散在していた計画機能をセンターでの集中化に変えた。無駄な業務プロセスの排除と標準化を実施すると同時に、計画策定に必要なデータを収集/提供し、さらに計画と実績で生じた差異を分析し、分析結果を次の計画へ迅速にフィードバックする仕組みを整備した。最初に着手したのは、プリンタの消耗品部門を対象にした計画プロセス改革だった。

「計画策定の上でどのようなデータがどのタイミングで必要になるかを考えながら、従来の業務プロセス、データ収集/提供プロセスを見直していきました。今後、情報活用をPDCAサイクルの確実な実行やアクション展開のスピードアップにつなげるためには、目的に対して必要なデータを整理していく作業の積み重ねが不可欠と考えて

います」(五味氏)

セイコーエプソンでは、プリンタの消耗品部門に続き、現在はプリンタ本体の計画プロセス改革を進めている。今後は改革の対象範囲をさらに拡大させていく計画だ。

同社はこうした取り組みを、Business Objects XIのさらなる活用を目指す上でも重要と考えている。現在の一般ユーザーから管理層、経営層へとユーザーを拡大し、PDCAサイクルに生かすには、各階層間でのデータの受け渡しも含めた業務プロセスを、全社的な視点から整備する必要があるためだ。

「現在は一般ユーザーのデータ抽出やレポート作成を中心に活用していますが、BusinessObjects XIを導入したことで、従来は不十分だったデータ分析が可能になりました。つまり、計画と実績に差異が生じる要因を分析し、次のアクションにつなげる情報基盤のベースができつつあります。業務プロセス改革も進めながら、さらなる情報活用に向け、次の一歩を踏み出せる環境を整備できました」(小坂氏)

セイコーエプソンでは、今後もさまざまなニーズに対応しながら、BIコンピテンスセンター設立構想なども視野に入れ、情報活用を推進していく方針だ。



■ セイコーエプソン株式会社

1942年創立。精密加工技術を多彩な分野に展開して事業領域を拡大し、1975年に“エプソン”ブランドを制定。現在は「画像と映像の融合領域をめざして事業を展開する」を企業ビジョンに掲げ、情報関連機器事業(プリンタ・スキャナ等コンピュータ周辺機器およびパソコン/液晶プロジェクター等映像機器)、電子デバイス事業(ディスプレイ/半導体/水晶デバイス)、精密機器事業(ウォッチ/眼鏡レンズ/FA)を展開している。

<http://www.epson.jp/>

特集事例②

新たな経営ダッシュボードを構築し 全社のKPIをモニタリング

BusinessObjects Xcelsiusのグラフィカルな
ユーザーインターフェースが全社規模のKPI管理をサポート

英国に本社を置く世界的な製薬企業、AstraZeneca PLCの日本法人であるアストラゼネカ株式会社は、経営幹部会にあたるSMT(シニアマネジメントチーム)が全社のKPI(主要業績指標)を迅速かつ的確に把握するための仕組みとして、BusinessObjects Xcelsiusを活用した新たな経営ダッシュボードを構築した。経営ビジョンとして掲げる「賞賛されるリーディングカンパニー」の実現に向けて、国内の経営戦略をベースとして独自構築されたこのダッシュボードを中心とした取り組みが、いよいよ実行段階を迎えている。



AstraZeneca PLCは、循環器、消化器、感染症、ニューロサイエンス、オンコロジー(がん)、呼吸器・炎症の6つの分野で革新的で効果的な医療用医薬品を提供する世界屈指の製薬企業である。日本法人であるアストラゼネカ株式会社は、国内市場で12位に位置している。順調に売上げを伸ばしているものの、ワールドワイドでの実績から見ればまだ十分とは言えず、さらなる売上げ向上とシェア拡大が継続的な事業課題となっている。

同社では、2001年から従業員がKPIを

共有するための仕組みとして、「COMET」と呼ばれる自社構築のシステムを運用してきた。Excelなどで作られたさまざまなデータをイントラネット上で閲覧できるCOMETは、便利なシステムである半面、年を経るごとに情報量が肥大し、その整合性や責任の所在といった点で、さまざまな課題が顕在化するようになった。そこで社内から提案がなされたのが、既存のKPIの見直しを含めた、中長期的な業績の向上に資する新たな経営ダッシュボードの構築である。

一を図っていった。

外資系企業の場合、本国からのトップダウンでシステムを導入することが多いが、SMT KPI Cockpitは、日本法人のSMTが迅速な意思決定を行うための仕組みとして独自に発案された。

最終的にBusiness Objectsの製品が採用された理由としては、システムのレスポンスが早く、多彩な視覚表現が可能であることに加えて、ソリューションの構成がシンプルでメンテナンスがしやすいといったポイントが挙げられる。また、多くのコンサルティング実績で積み上げられたノウハウ提供や、SAPとの経営統合により、ERPとの連携が強化された点なども判断基準となった。



(図)アストラゼネカの経営ビジョン「アストラゼネカ ハウス」

Business Objects製品を 活用した独自の 経営ダッシュボード

同社が「SMT KPI Cockpit」と名付けられた次世代経営ダッシュボード導入の検討を始めたのは、2007年11月。その後、SMT会議でアイデアを出し合いながら、効果的なKPI設計についての活発な議論を行い、経営陣の意志統

経営ビジョンを具現化する 新たなKPIの設計

SMT KPI Cockpitの実際の構築において、もっとも時間を要したのは、新たなKPIの設計だった。そのベースとなったのは、現社長の加藤益弘氏がまとめた「アストラゼネカハウス」と呼ばれる経営理念(図参

照)である。めまぐるしく変化する市場環境に依りて、ビジネスも柔軟に対応できなくてはならない。そのため、「賞賛されるリーディングカンパニーになる」ことを掲げる企業ビジョンとKPIをどのようにしてリンクさせるのか、この要件定義には多大な時間が費やされた。

たとえば、国内市場のシェアを拡大するためには、明確な売上げ目標を設定し、その経過のモニタリングが不可欠である。SMT KPI Cockpitでは、メンバーが担当する業務領域と戦略の目標達成度が、赤・黄・青など信号機を模したカラーバーで表示され、一目でわかるようになっている。

コーポレートマネジメント統括部 企画渉外部長の森口博史氏は、「自分の目標の達成度がカラーバーで赤く表示されていたら、担当者はただちに問題を解決するためのアクションを起こすはず」と、責任の所在が明確に示される新たな経営ダッシュボードを評している。

また、新たなKPIは売上げと利益に加え、「PRODUCTS」、「PATIENT NEEDS」、「PERFORMANCE」、そして「PEOPLE」の4つのPとして経営戦略にまとめられ、SMTは各項目をクリックするだけで関連データを自由に閲覧することができる。事業の戦略を文書化することはどの企業でも行われているが、それをさらに2次元、3次元のグラフを多用したダッシュボードとして形にした企業は、国内ではまだ少ないのではないだろうか。

2008年10月現在、SMT KPI Cockpitのユーザーインターフェースは完成しているが、まだDWHと直接接続し、リアルタイムな経営情報を反映するまでには至っていない。今後、SMTの会議を通じて情報を共有しながら、新たな仕組みの浸透が図られていくことになるが、この1年間で行われたビジョン・戦略とKPIとのリンクについての徹底的な議論は明確に結実している。

わずか3週間のスピード構築 価値あるノウハウ提供

アストラゼネカは、今回のプロジェクト全般を通じたBusiness Objects Global Field Servicesのコンサルティングサービスについても非常に満足しているという。

「驚くべきは、構築のスピードです。約1年間のほとんどはKPIなどのビジネス要件の定義に費やされ、実際のダッシュボードの構築は、わずか3週間で完了している。この規模のシステム構築には、通常なら3カ月から半年といった期間を要するが、システムの構築期間を大幅に短縮することで、KPIなどの議論に十分な時間をかけることが可能となり、コストも抑えることができた」(情報システム部 ビジネスシステムソリューショングループ 田軼文氏)

企業が本格的なBI活用に取り組む場合、中長期的な事業戦略や企業目標からKPIを見直し、「あるべき姿」を追求していくことが何より重要だ。そのためには、短期間で実装できるBI製品と高い付加価値を提供するコンサルティングサービスが鍵となる。その意味で、Global Field Servicesとともに取り組んだ今回のプロジェクトは、変化の激しいビジネス環境を勝ち抜くためのモデルケースといえる。

また、構築スピードのみならず、提供されたノウハウについても、「たとえば、最適な視覚化を行う上でのチャート構成など

は、当社の業務をよく理解した上で提案がなされており、効果的なインターフェースが完成した」とISMOビジネスファイナンスファイナンシャルコントローラのニール・マクレガー氏も高く評価している。

世界に向けた情報発信

アストラゼネカのSMT KPI Cockpitは、臨床試験の進捗状況や従業員の残業時間のほか、特約店(卸)に支払われる割戻金など日本独自の商習慣に対応した管理機能まで、企業活動のトータルな目標管理を視野に入れて構築されている。これらが日本市場でのシェア拡大において、確実な成果をもたらすことは間違いないだろう。

新たな経営ダッシュボードの始動を抑えたいま、経営戦略統括部長を務めるアクセル・タケシ・ウェルブロック氏は、今後の展開について次のような抱負を語ってくれた。

「ワールドワイドで統合的なKPI管理システムがないだけに、今回のプロジェクトは、グローバル企業として貴重な経験則となるはず。今後は、実際の活用の成果を継続的に本先にフィードバックしながら、積極的に情報発信を行っていきたいと考えている」



■ アストラゼネカ株式会社

AstraZeneca PLCは英国に本社を持つ世界的な製薬企業。1913年にスウェーデンで創業したAstraと、1926年に英国で創業したZenecaが、1999年4月に合併してAstraZeneca PLCとして発足。ワールドワイドでの年間売上げは約3兆円。日本市場にも1950年代から参入し、2000年1月に両社の日本支社が合併してアストラゼネカ株式会社が誕生。医師向けに提供される循環器、消化器、呼吸器、ニューロサイエンス、オンコロジー(がん)領域の医薬品の開発、製造及び販売を行っている。

<http://www.astrazeneca.co.jp/>

未来へのパートナーシップ

NECとSAPのコラボレーションが創出するシナジー

日本電気株式会社(NEC)とSAPの提携は、両社、そしてお客様にとって大きなメリットをもたらす。NEC側の責任者である取締役 執行役員常務の安井潤司氏と執行役員の岡田高行氏に、両社の提携によって生み出される活気に満ちた未来と、期待するメリットについて語っていただいた。

—日本のIT企業最大手であるNECとSAPの提携は、どのような内容なのでしょうか。

安井氏: お客様に新しいIT価値を提案させていただけるよう、ソリューション開発から、共同マーケティング、サービス事業展開にいたる広範なグローバル協業となっています。まず、NECのITプラットフォーム製品(ハードウェア、ソフトウェア)のSAPソリューションへの組み込みと共同マーケティングです。また、システムインテグレーション領域でのソリューションやアプリケーションサービスビジネスの共同開発を行い、お客様に提供させていただきます。さらに、要員育成、R&D分野でも協調して取り組む予定です。

—とても広い範囲での協業になりそうですね。どのようにして取り組まれる予定でしょうか。

岡田氏: まず、NEC製品とSAPソリューションの統合ですが、この提携によって、NECのサーバー、ストレージがSAPソリューションと100パーセントの互換性を持つことが確実になります。またセキュリティや運用管理の領域に注力し、NECのソフトウェア製品をSAP関連ソリューションに組み込んでいく予定です。これらはまず、急成長しているアジアの市場に発売していきます。

安井氏: さらに、業種ソリューションに、service-oriented architecture (SOA)、SAP NetWeaver、SAP ERPなどを連携



させて新しいソリューションを開発することについても期待しています。まずは、製造業および流通業のお客様に提供できるソリューションを開発する予定です。すでに、生産管理ソリューションや日本で最も導入いただいているNEC製PDMソリューション「Obbligato II」などの5種類のソリューションで、すでにSAP ERPとの連携をしています。これら実績をベースに、今回の新たなパートナーシップにより、ラインナップを強化/拡充していきます。

—SAPとのアライアンスは、アジア市場におけるNECの事業にどのような影響をもたらすとお考えですか。

安井氏: アジアは我々にとって重要性を増す市場と考えています。この重要な市場に、SAPとの協業によって、SAPアプリケーションソフトウェアを核としたソリューションやサービスをアジア全体に共同で提供できるようになることを、戦略上大変に重要視しています。まずは、日本、シンガポール、中国などの東南アジア諸国にこれらサービスを展開していく計画でいます。事業としては、SAPが製品開発、ソフトウェア販売を担当し、NECがビジネスプラットフォーム上でのアプリケーションサービスやインフラストラクチャー環境を担当します。また、お客様へのSAPコンサ



「NECはSAPとのパートナーシップによって、SAPソフトウェアを活用し新しい価値をもったITソリューションをすべてのお客様に提供します」

日本電気株式会社
取締役 執行役員常務

安井 潤司氏

ルテーション、導入、アフターサービスについてもNECが対応をさせていただきます。新規の機器認証や最新技術での検証活動に関しては、両社が密接に連携してお客様に提供させていただきます。

——協業分野における優先度はどのように設定されていますか。

安井氏: 先にも述べましたが、まずは、急成長しているアジア市場で、SAPとともに事業強化していきます。そのために、SAP専任のエンジニアを現在の300名から2010年までに600名に増やすことを計画しています。また、R&D分野についても重要事項と捉え、NECが豊富な実績を持つ生体認証テクノロジーや次世代ネットワークなどの最先端のテクノロジーによるSAPとのグローバル協業によって、新しい価値を生み出すチャンスがあると考えています。このような研究成果をソリューションに結びつけることによって、SAPユーザーであるお客様のビジネス価値を向上させることができると期待しております。また、このような活動は、NECとSAPが共同で行うサービス領域がグローバルで拡張されていくことを意味しており、さまざまなお客様の要件をより適切に満たし、十分満足いただけるITソリューションの提供に繋がります。

——最近NECは、ドイツ・ワルドルフのSAP本社に隣接して研究事務所を開設していますが、これだけ近い所に開設したのはどのようなお考えからでしょうか。

岡田氏: コラボレーティブな作業を行う上で、拠点が近くにあることは大きなメリットです。たとえば、SOAによってもたらされるメリットをお客様に享受していただくために行う両社のプロジェクト、NECの製品を組み合わせたSAP Business SuiteおよびSAP NetWeaverの提供などにおいて、大きなメリットがあります。NECのワ

「NECがワルドルフにオフィスを開設したことは、パートナーシップに関する両社の意欲を表明するものです」

日本電気株式会社
執行役員

岡田 高行氏



ルドルフオフィス開設は、パートナーシップに対する両社の意欲の表れです。

安井氏: 両社の協業強化の上で、戦略的観点から物理的に近い場所にあることは重要なことです。今年4月に開設したNECグローバルコンピタンスセンターでは、サーバーの互換性テストを行うだけでなく、ITやSAPに関して経験豊富なスペシャリストを配置して、SAPの最新技術やSAPのお客様の要件に対応するために、東京の製品開発やソリューションチームと一体となった機器認定やSAPソリューションの企画を行っています。さらに、すべてのお客様がSOAを効果的に使いこなし、ビジネスの俊敏性を向上させることができるよう、NECの業種別ソフトウェアと業務ノウハウなどのこれまでに蓄積された経験をSAP NetWeaverテクノロジープラットフォーム

フォームと組み合わせたソリューションを提供していきます。

——NECはいわゆるグリーンITにおいて、業界のリーダーとなっています。この領域でもパートナーシップは有効ですか。

岡田氏: NECのグリーンITソリューションを用いることによって、SAP NetWeaverの動作環境をより最適にしていきます。NECは、サーバー、ストレージ、およびミドルウェアの省エネ型製品を今後も積極的に開発していきます。

安井氏: 我々のパートナーシップがもたらす共通の未来は、バラ色であると同時に環境にやさしいグリーン協業だと言えると思います。

(グローバル版SAP INFO 152号を元に再構成)

■ 日本電気株式会社 (NEC)

1899年設立。インターネット、ブロードバンドネットワーク、世界中の多様な顧客のさまざまな要件を満たすエンタープライズソリューションを展開する世界有数の大手企業。ITとネットワークにおける技術力と、最新の半導体ソリューションにより、コンピューター、ネットワーク、電子機器の主要な分野において、顧客要件に応じたソリューションを提供している。NECグループは世界中に15万人を超える従業員を擁している。2007年度の売上高は4兆6,172億円。

<http://www.nec.com>

ITpro EXPO AWARD 2008 Autumn特別賞受賞!! 画期的なSAPのERP導入プログラム

Webでハードと導入費込みの概算がすぐわかる。
従来の1/3の値段で導入可能。

SAP Business All-in-One fast-start programは、中堅・中小企業がSAP ERPを安価かつ短期間で導入するための新しい導入プログラムだ。「ITpro EXPO AWARD 2008 Autumn」で特別賞に輝いたこのプログラムが、中堅・中小企業に与える革新的なメリットを解説する。



今回紹介するSAP Business All-in-One fast-start program(以後、「fast-start program」と略記)のオンラインツールである「オンライン・ソリューション・コンフィギュレーター」(以後、「コンフィギュレーター」と略記)は、2008年10月15～17日、東京ビッグサイトで開催された「ITpro EXPO 2008 Autumn」にて「ITpro EXPO AWARD特別賞」を受賞した。この賞は、ITpro EXPOに出展された中で、機能やコンセプトなどが優れており、かつ来場者に対してわかりやすくインパクトのある展示を行った製品またはサービスを日経BP社各誌の編集部が共同で選定、表彰するものだ。

fast-start programに含まれるコンフィギュレーターは、簡単にERPの概算導入費用を試算できる仕組みを提供する。これは、Web上でERPの機能選択を行い、選択し

た機能とユーザー数など、ソリューションの構成要素をもとに概算導入費用をその場で表示するツールである。この費用には、ライセンス、導入サービス費、ハードウェアが含まれ、ユーザーはSAPやそのパートナーの営業員の訪問を受けることなく、いつでもWebから導入費用の試算ができる。このツールをはじめ、事前設定やサーバーへのプリインストールなどのアプローチを組み合わせることによって、SAPのERPが3,000万円台から導入可能になった点が大きな特長である。

上記のツールや導入アプローチに加え、fast-start programでは、「わかりやすいマニュアルによるユーザーの教育方法が提供できるならば、ERPの導入はもっと簡単なものになるのではないか」というコンセプトのもと、「パソコンソフトのように簡単にERPを購入し、利用できる環境を目指して」開発

された。そのマニュアルは、「まずは触ってみましょう編」、「便利な機能編」、「実践編」の3種類が用意され、ユーザーフレンドリーになっている。

fast-start programを通じて提供される機能(コンフィギュレーター上でユーザーが選択するもの)には、SAPが長年積み上げてきた業種別ソリューションの経験が生かされている。それらの機能は、中堅・中小規模の組立製造業、商社・卸売業、サービス業に適合できるようアレンジされ、fast-start programに組み込まれている。もちろん、機能がアレンジされているとはいえ、ベースとなっているのはSAP ERPそのものなので、導入後の次フェーズ以降で利用範囲や機能を拡張していくといったニーズにも余裕を持って対応できる。

SAPのソリューションは大企業向けで、導入費用も高額になるとの固定観念があるが、このプログラムはそれを打ち破るものだ。金融危機など世の中は厳しい状況にあるが、このような中にあるからこそ、こういったプログラムが求められているといえよう。実際、導入時のコストパフォーマンスが高いことや将来への拡張性に富んでいることを考えると、SAP Business All-in-One fast-start programへの投資は非常に有効である。

■ オンライン・ソリューション・コンフィギュレーターの使用法



STEP 1

業種、従業員数、ユーザー数を入力

業種の項目で該当する業種を選択して、従業員数とユーザー数を入力する。ユーザー数は、従業員数を入力すれば、おおよその目安の数が表示されるので必要に応じて修正する。

STEP 2

それぞれの業務領域で必要な機能を選択

STEP1での選択に応じて、標準的に必要とされる機能が表示される。導入したい機能をクリックして、要件をカスタマイズする。カスタマイズに応じて画面上部にライセンス、ハード、導入費込みでの概算導入費用が表示される。

※より詳しい情報やコンフィギュレーターのお試しは下記サイトまで。

<http://www.sap.com/japan/fsp/>

SAPソリューションに関わる すべての人のために

JSUGの活動紹介



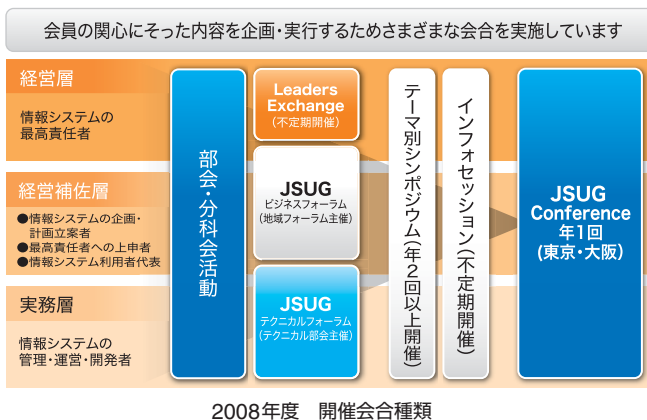
JSUGは新しい情報を得るためだけの場ではない。SAPソリューションや情報システムに対する「熱い思い」を持った人間が集まり、切磋琢磨し、お互いが高めあう貴重なコミュニティである。

JSUGのアクティビティ

JSUGにおいて、まず基礎となるのが部会・分科会活動です。その数はフォーラム、研究会を入れて22あります。産業別、機能別、地域別、研究テーマ別に分かれ、情報交換/共有、SAPへの各種要望活動などを行っています。

開催される会合の種類としては、大きく分類して、経営層向けにはLeaders Exchange、経営補佐層向けにはJSUGビジネスフォーラム、実務層向けにはJSUGテクニカルフォーラムがあります。

それぞれの会合では、ユーザー会ならではの本音の話を当事者同士で情報交換できます。導入・運用・活用に関する悩みも共有でき、また、産業別・機能別の部会や地域フォーラムを通じて、身近に相談できる社外の人脈を形成することが可能です。



人と人とのネットワーク、情報をフルに活用 ~会員インタビュー~

かけがえのない人との信頼関係を構築

■Global Implementation部会 副部会長
コニカミルタ情報システム株式会社 取締役
ビジネスシステム開発本部 本部リーダー

滝川 浄氏

SAP ERP導入の課題解決策を探すため入会。JSUGで作った人脈で多くのものを得ています。他では得られない信頼関係も生まれ、困ったときに連絡して「事例を聞かせて」と頼みこんだとき、わざわざ私の会社まで来て話をしてくださった方もいます。競合他社と本業では真っ向勝負をしますが、それ以外のところでは、SAPソリューション発展のためにも協力しあったり、刺激を受けあったりというライバル関係を構築しています。JSUGに入会した場合、受身でセッションを聞くだけではだめです。やはり主体的に参加し、人間関係をつくるのが大切です。

幅広い階層の人に出会い、多角的視点を学ぶ

■テクニカル部会 運用管理者分科会リーダー
株式会社NTTデータウェブ
事業推進室 部長

松井 憲司氏

米国のSAPユーザー会であるASUGの視察ツアーに参加した際、知り合ったJSUG会員の方から入会を勧められました。JSUGには、現場SEから取締役まで背景の違うさまざまな人がおり、多角的な意見が聞けるので、刺激を受けています。また、現場の技術者が他社の人間と知り合うには貴重な場であり、悩みの共有ができるだけでも意味があると思います。システムでトラブルに遭遇したときにも、JSUGで研究ずみの原因であったため障害の切り分けができ、根本的な対応も容易にできたという経験があります。

海外の技術情報を効率的に吸収できる

■テクニカル部会 研究・開発者分科会リーダー
eSOA研究会メンバー

東洋ビジネスエンジニアリング株式会社
執行役員 ビジネスソリューション本部長 増淵 澄氏

SAP製品は非常に奥深い。ただし、最大限に活用するには製品をよく知らなければいけません。エンドユーザーに対するSAP製品の情報は正直少ないと思います。それはSAPというよりは英語の問題です。現存する多くのSAP製品に関するドキュメントは英語であるため、せっかく用意された豊富な機能にも気づかないユーザーが多くいます。だからこそ情報を公開し合えるJSUGの場は重要だと感じています。また、ユーザーの要望をまとめ、SAPに提示できる場としてもJSUGは必要不可欠ではないかと思っています。

SAP INFO 終了のお知らせ 新メディアのご案内

これまで、当誌をご愛読いただきまして、ありがとうございました。SAP INFOは、今号をもって終了し、来年より新たなメディアがスタートする予定です。購読を希望される方は、「購読お申込書」にご記入のうえFAXにてお申込みくださいますよう、お願い申し上げます。皆様のお申込みを心よりお待ちしております。

Business Insights

SAPイベント情報

■ SAPビジネスセミナー

【東京 11月26日(水) 開催予定】

最新のSAPソリューション/サービスにテーマをあわせてご紹介しているセミナーです。1セッションの参加から終日参加まで、ご予定・ご関心に合わせてご登録いただけます。午前は、ソリューション/サービス、SOAの概念などに関するセッションです。午後のテーマ別セッションでは、各ソリューションのご紹介をお客様導入事例やデモンストレーションを交えて行います。皆様のご参加をお待ちしております。

<http://www.sap.com/japan/biz>

■ SAPオンラインセミナー

『事例に学ぶ人材戦略 ～現場を強くするリーダー育成～』

【11月27日(木) 14:00～14:45】

本オンラインセミナーは、現場力の強化とそれを支えるリーダーの育成というテーマで開催されます。若手人材を『金の卵』として発掘し、キャリアパスに沿った育成によりこの課題に取り組まれているお客様の事例をご紹介します。本セミナーは、電話とインターネットを利用したオンラインセミナーとなりますので、お時間がない方もお気軽にご参加ください。

<http://www.sap.com/japan/about/events/online/index.epx>

SAPサイト情報

企業の独自性、競争優位性、 変化するビジネス要件への対応力を強化する SAP Custom Development

SAP Custom Developmentでは、広範囲にわたる柔軟な開発サービスとプロジェクト管理サービスをご用意しており、お客様のビジネス目標に合ったカスタムソリューションをご提供します。カスタムソリューション開発において豊富な経験を持ち、全世界で活動するSAPのエキスパートが、高品質かつお客様のニーズに特化したソリューションを迅速、柔軟、かつ安全に開発。お客様の新たな市場機会の獲得と、新しいビジネス課題への柔軟な対応をご支援します。

<http://www.sap.com/japan/services/bysubject/customdev/index.epx>

コスト削減、サービス品質の向上、リソースの制約の解消を 実現する、アプリケーション管理のアウトソーシング SAP Managed Services

ソフトウェア環境のサポート、管理、強化には、多くの予算やリソースが必要です。しかしその結果、将来を見据えたIT革新に投資をまわせないという状況も少なくありません。SAP Managed Servicesは、アプリケーション管理のコストを削減し、柔軟性強化やパフォーマンス向上のため、より戦略的なITの構築をサポートします。

<http://sap.com/japan/services/bysubject/managedservices/index.epx>



エスエイブイーンフォ日本版
VOL.50 November 2008
2008年11月12日発行

発行: SAPジャパン株式会社
〒100-0004 東京都千代田区
大手町1丁目7番2号
東京サンゲイビル
TEL.03-3273-3333(代表)
<http://www.sap.com/japan/>

制作協力: 株式会社SEデザイン
デザイン: DELASIGN
表紙イラストレーション: 服部幸平

©SAP Japan 2008
Material No. 49008860
※本誌に記載の内容の無断複製、および無断転載を禁じます。
※本誌に掲載されている画面は開発中のもも含まれており変更される場合があります。
※記載の製品、サービスの一部は日本で未対応のものもあります。
SAP、R/3、xApps、xApp、SAP NetWeaver、Duet、PartnerEdge、ByDesign、SAP Business ByDesignおよび本書で引用されているその他のSAP製品およびサービス名は、関連するロゴも含めて、ドイツおよびその他世界各国におけるSAP AGの商標または登録商標です。本書で言及されているその他のすべての製品およびサービス名は、関連するロゴも含めて、それぞれの会社の商標です。本書に記載された情報は参考として提供されています。製品仕様は、国ごとに変わる場合があります。



■表紙のイラストについて: 架空の都市—海岸方面を望む

すっかり陽も暮れ、ライトアップにより都市の造形が鮮やかに浮かび上がる時間。谷間に長く連なる光の帯は今夜もあわただしく流れてゆくばかりだが、遠く海面に反射する月の光はいつになくのんびりと優しい。

SAP INFOはオンラインでもご覧いただけます。

■ SAP INFO 日本語版 <http://www.sap.com/japan/sapinfo/>
■ SAP INFO 英語版 <http://www.sap.info/>

[SAP INFO 日本語版に関するお問い合わせ]

バックナンバーに関するお問い合わせ、また移転などによる送付先の変更、発送中止などは、下記までご連絡ください。

SAP INFO 広告事務局 (株式会社SEデザイン内)
営業時間: 10時～12時 / 13時～18時 営業日: 月曜日～金曜日(祝祭日を除く)
TEL.03-5362-3714 FAX.03-5362-3711 E-mail: agency@sedesign.co.jp