

JECCNEWS

2020年4月1日 季刊発行 No.565

2020.春号

CONTENTS

寄稿

- 企業の変革に必要な
「デジタル・トランスフォーメーション」とは何か ————— 2
一橋大学 経営管理研究科 教授 神岡 太郎
- 2020年は「スマート東京元年」に ————— 5
～東京版Society 5.0の実現へ～
- IT Topics & News ————— 6
- ・「企業IT動向調査2020」
IT予算の速報値を発表【JUAS】
 - ・「情報セキュリティ10大脅威 2020」を決定
「内部不正による情報漏えい」が2位に【IPA】
- シリーズ JECC営業パーソンインタビュー²⁶ ————— 10
(公共営業部 営業第一課)

ITとファイナンスを、プロデュース。

JECC

寄稿



企業の変革に必要な「デジタル・トランスフォーメーション」とは何か

～組織の変革の三つの領域と四つの仕組み～

一橋大学 経営管理研究科 教授 神岡太郎

一橋大学 経営管理研究科 教授

神岡太郎 (かみおか たろう)

一橋大学専任講師、助教授を経て現在は経営管理研究科教授。工学博士。CDO Club Japan顧問。高度ICT利活用人材育成推進会議座長(総務省)やトレーサビリティ・サービス推進協議会座長(国土交通省)等も務める。本稿に関連した著書『デジタル変革とそのリーダーCDO』(同文館出版)等がある。

デジタル・トランスフォーメーションとは

最近、日本でもデジタル・トランスフォーメーション(Digital Transformation/以下、DX)への関心が高まっている。多くの経営者がその重要性を感じ、それに積極的に取り組むべきだと語る一方で、彼らから最初に質問されることは、DXとは一体何か、ということである。

本稿では主に企業を対象としているので、DXを「企業が、競争力や持続性を高めるために、戦略的にデジタルを活用して、あるいはそうできるように、ビジネス価値や組織を変革・創造すること」と定義している。

DXには、組織が「デジタルを用いて組織に関する何かを変える」という側面と「デジタルが上手く用いられる組織に変わる」という側面がある。しばしば誤解があるので強調しておく、DXにおけるトランスフォーメーションの対象は、テクノロジーではなく組織に関するものなのだ。アナログをデジタルに変換することでもない。

DXの事例としてはNetflix社の例が分かりやすいだろう。彼らは元々レンタルビデオ業者だったが、デジタルを活用して大規模オンデマンド型ビデオ配信企業にトランスフォーメーションした。今では視聴データを個別に分析し、どのようなシーンや俳優が好みかといったことを分析して、個々の顧客に合ったコンテンツをレコメンド

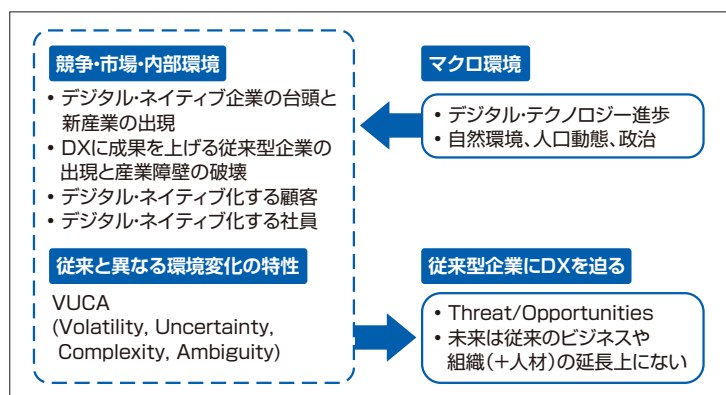
している。またそのようなデータ分析を踏まえて、自ら映画コンテンツを作成するようになってきている。デジタルを用いてビジネスモデルを変え、そのビジネスを実行できる組織に進化した。

環境要因

DXの背景となる環境要因を簡単に整理しておこう(図1)。マクロ環境としてDXの起爆剤になったのは「デジタル・テクノロジー」の進歩だ。例えばSMACIT(Social, Mobile, Analytics/Big Data, Cloud, IoT)やAIやBlockchain等に関連するテクノロジーである。テクノロジーの中身ではなく、それを応用して新しい価値を生み出し、変革するための手段という側面を強調する場合は「デジタル」と呼ぶことが多い。

DXが求められる企業は、このようなデジタルの登場以前に自社の競争力を確立した「従来型企業」であろう。従来型企業は、デジタルを活用してその強みを発揮させるのに適した組織ではないため、設立時からデジタルの活用を前提として活動する「デジタル・ネイティブ企業」に、競争優位性が奪われている。最近ではAmazon

(図1) デジタル・トランスフォーメーションと環境要因



やGoogle等のデジタル・ネイティブ企業が企業価値世界トップ10の半数以上を占める。また、UberやAirbnbといったシェアリング型ビジネスによって、タクシーやホテルを運営する従来型企業の提供価値が破壊されている。

さらに従来型企業は、DXに成果を上げている従来型企業（Digitalized Incumbent）からも脅威を受けるようになってきている。Netflix社は元々、従来型企業だったが変革を遂げ、従来型のハリウッド映画を破壊しようとしている。それどころかAmazon等のデジタル・ネイティブ企業にも脅威となっている。また、デジタルの活用によって異業種へ参入が容易になったこともDXを促進している。例えば、携帯電話会社がコンテンツや金融ビジネスに参入したのがそうだ。

従来型企業にDXを迫る要因は、上記で述べた競争環境の変化だけではない。デジタルや情報を上手く活用できるようになった顧客は、企業がこれまで提供してきた価値では満足しなくなっており、その好みの変化も激しい。デジタルを上手く活用できる社員は、従来型企業のスタイルに満足しなくなっており、需要のある人材の流動性は非常に高くなっている。

偶然かどうかは別にして、テクノロジー以外のマクロ環境も大きく変化している。例えば自然災害が増えている。社会構造も変化し、世界的に人がダイナミックに移動することで、ウイルスによる感染症の蔓延も簡単に対応できなくなった。環境はますます動的で予

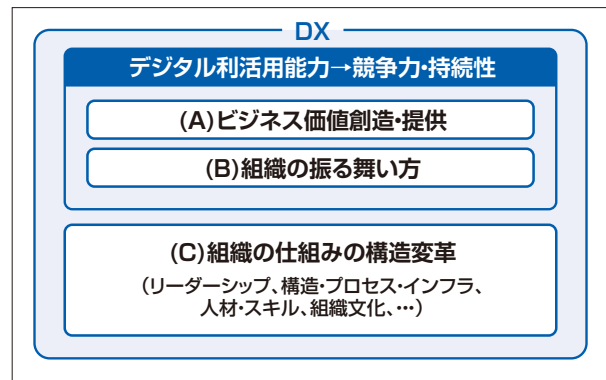
測することが困難になっている。このような状況はしばしば、VUCA（Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity）と表現される。このように、環境や、その性質が従来と異なるようになってきている。それを脅威ととらえるにしてもチャンスととらえるにしても、多くの経営者が、自社の価値創造や企業体質をこれまでの経験の延長線上でないとところにイメージ始めている。そのような背景がDXへの関心につながっていると考えられる。

変革の三つの領域

企業のDXが組織を対象としていると言っても漠然としているので、変革の対象領域を（図2）のように（A）（B）（C）の三つに分けて説明しよう（これらはお互いに関係しあっている）。

（A）は、デジタルを活用したビジネス価値を創造し

（図2）デジタル・トランスフォーメーションの三つの領域



FUJITSU Human Centric AI
ジンライ
Zinrai
富士通のAI(人工知能)

FUJITSU
shaping tomorrow with you

「Zinrai(ジンライ)」は、人と協調する、人を中心とした富士通のAI。人の創造力や可能性を引き出し、社会に新たな価値を創出します。

提供するということである。その価値は、製品やサービスやその創造過程に組込まれることが多いが、ブランドや顧客満足や知識という観点からとらえることもできるだろう。提供者視点ではなく、利用者視点での価値が重視される。DXでは従来の延長線上にない非連続的な価値創造に対して、より期待が大きい、持続的に成長してゆくためには、連続的な価値創造とのバランスも重要となってくる。

(B) は、デジタルを効果的に活用できる組織の振る舞いができるようになるということ。例えば、データを上手く活用して、俊敏に、環境変化を認識し意思決定・行動したり、データやそこから得られる情報やインサイトを個人やチームを超えて共有できるようになるということだ。また未知の領域での価値創造や意思決定には、経験から学習しながら、そして異なる領域の組織や人材と交流しながら問題解決すること等も求められる。

(A) (B) を実現するには、その土台として (C) のような組織の仕組みの変革が必要となる。これは次節で述べることにしたい。

組織の仕組みの変革

DXにおける組織の仕組みの変革を (図2) (C) に挙げている四つに分けて説明しよう。

一つ目は、DXを推進するリーダーシップの問題である。まず経営トップが明確にDXを推進する意志とアクションを示さなければ、DXは実現しない。しかし、経営トップがDXのすべてに責任を持つことはできないので、その専門のリーダーとしてCDO (Chief Digital Officer) を採用する企業が増えている。CDOはデジタル戦略を立案し、デジタルを活用した価値創造やデータ利活用を推進し、後述の三つの変革をリードする。また従来のIT変革と比較して、DXでは全社員がこれに関わる度合いやスケールが格段に大きい。DXの視点から、CDO以外に事業部門、人事、マーケティング、テクノロジー、IT、ファイナンス等の他の役員に加えて、ミドルクラスのリーダーの関与や育成も重要になってくる。

二つ目は、組織の構造やプロセスやリソース (人材については次で述べる) の問題である。例えば組織構造に関しては、非連続的な価値創造を行うのに、自社の敷地とは別の場所に独立性の高いチームを作って活動させるということがあつた。これを島戦略と言う。またプロセス

に関しては、(図2) (B) に対応したような振る舞い方ができるようなプロセスの変革も必要と言えよう。価値創造はProjectではなくJourneyのようにとらえるべきだという意見もある。そして、すべてがそうである必要はないが、これまで以上に外部のネットワークやリソースを効果的に用いて価値創造できるように変わる必要があるだろう。

三つ目は人材とスキルの問題だ。DXが効果を持つには、リーダーだけでなく、それ以外の社員がDigital Workforceにシフトしなければならない。これまでとは異なるスキルやマインドセットが必要である。それは専門領域や教室で学べるハードスキルだけでなく、ソフトスキルも含まれる。例えば、曖昧な状況で意思決定することや異部門・異業種ともコミュニケーションできるソフトスキルが重要だ。ただ、企業にとって必要な人材やスキルは今後継続して変化すると考えられるので、人材戦略をよりダイナミックにする必要がある。全社で同じタイプの人材やスキルを考えるのではなく、より個別に人材採用・育成・維持を考えてゆくべきだろう。企業が求める人材やコアとなる人材を社内にとどめるには、直接的なインセンティブだけでなく、成長の機会や継続的にスキル転換の機会をつくるべきだと言われている。

四つ目は、組織文化の問題だ。VUCAのようなダイナミックに変化する環境の中で、組織がある程度一体感を持って機能するためには、価値観やそれに基づく行動様式が共有される必要がある。例えば「経験から学習する」「多様性や矛盾を許容する」「オープンで社外との関係を重視する」「サイロ (縦割) を超える」「データやエビデンスに基づく」「リスクテイキングできる」ことを重視する文化が関係していそうだ。目指すべき組織文化は企業によって異なるが、企業はこれまで以上に組織文化の問題に真剣に取り組む必要がある。

DXについて最後に一つ付け加えたい。それはDXが短期勝負ではないということである。一度デジタルを上手く活用して従来にないビジネス価値を創造したとしても、環境が変化すれば、すぐにその価値がなくなる。DXの評価において、従来のファイナンスの論理が強調されることは危険だろう。

今起こっているDXは、すべての業種の企業が、トランスフォーメーションし続けることを前提に経営される時代に入る幕開けなのかもしれない。

2020年は「スマート東京元年」に ～東京版Society 5.0の実現へ～

東京都は2019年12月、「未来の東京戦略ビジョン」を発表。その中の一つ、「東京版Society 5.0『スマート東京』の実現」について解説する。

人とモノがIoTでつながり 実現する都市のスマート化

東京都は、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催を契機に、ICTの利活用のスピードを促進させている。2020年1月に発表した「令和2（2020）年度東京都予算案の概要」の中で、主要な施策の紹介として「IV『スマート東京』の実現」を掲げ、この施策の実現のために、令和2年度予算で、158億円と、前年度比約8倍の予算を計上している（図）。

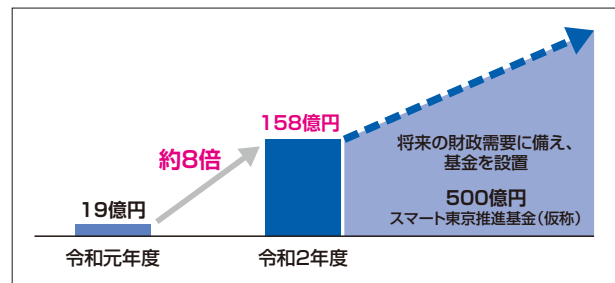
「スマート東京」はICTを活用した先進的な取り組みのことで、この推進により、すべての人とモノがIoTでつながり、都市全体がスマート化されることを目指す。防災、まちづくり、交通や教育など都民生活に広く最先端技術が浸透することで、東京を世界で最も便利で生活満足度の高い都市へと進化させるとし、2020年を「スマート東京元年」としている。

「スマート東京」を実現するための取り組みの一つが「『電波の道』で『つながる東京』」をテーマにした、今大会時の5G、Wi-Fi環境の整備である。通信キャリアによる5G通信網の整備とともに、大会競技施設及び周辺に無料Wi-Fiを整備することで、大会時に来場が見込まれる外

国人をはじめとする多くの観客が、必要な情報を円滑に検索・収集できるだけでなく、自らの観戦体験等を発信することで大会の盛り上げにも効果が期待できるとする。そして、5Gアンテナ基地局等の設置促進に向けて、都が保有するアセットを積極的に開放し、利用手続きの簡素化を図るため、都保有アセットデータベースを公開している。

また、ダイバーシティへの取り組みとして、障害や病気により会場での観戦が困難な子どもたちに、先端技術を活用し、大会をリアルに楽しめる機会を提供するとともに、東京2020ライブサイト代々木公園の来場者が5Gを体感できるショーケーシングの実施や、東京都が抱えるさまざまな社会的課題を解決できる先端テクノロジーを用いた、新しい社会実装モデルのショーケース化など、各種の取り組みを実施していくとしている。2020年東京大会をターニングポイントとして、官民一体となって進められるICT化の波に、今後も注視していきたい。

（図）「スマート東京」の実現に向けた東京都予算の前年度比較



出典：東京都「スマート東京実施戦略」

NEC

ともに奏で、ともに創る。
私たちの未来。

私たちは世界中の人びとと協奏しながら、
先進のICTで、明るく希望に満ちた社会を実現していきます。

Orchestrating a brighter world

IT Topics & News

「企業IT動向調査2020」

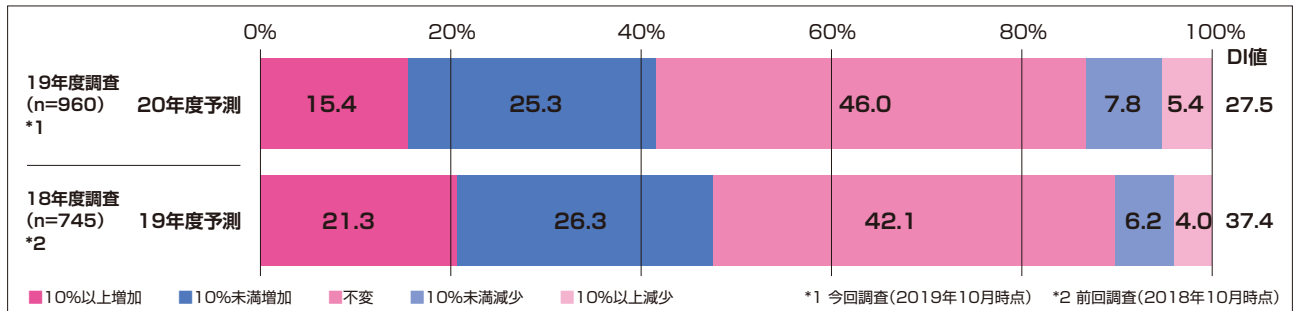
IT予算の速報値を発表【JUAS】

1月21日、一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会（略称=JUAS）は、「企業IT動向調査2020」（2019年度調査）における、IT予算に関する速報値を発表した。

「企業IT動向調査」は、ITユーザー企業のIT動向を把握することを目的に、1994年度から継続して実施している調査。調査対象は、東証上場企業とそれに準じる企業の4,000社で、そのうち、「IT予算」については960社から回答を得た。本調査における「IT予算」とは、当該年度に支出予定の金額（キャッシュベース）を基本とし、金銭的な支出を伴わない費用（償却費等）は除外した。

2020年度予測のユーザー各社のIT投資の伸びは、2019年度予測（2018年度調査）を下回るものの、依然として高い増加傾向は維持される見込みである。2020年度IT予算の増減予測（2019年度比）の調査結果（図1）では、全

（図1）2020年度IT予算の増減（前年度比）



出典：一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会

体の40.7%が「増加」、46.0%が「不変」、13.2%が「減少」と回答している。IT予算を「増やす」割合から「減らす」割合を差し引いて求めたDI（ディフュージョン・インデックス）値は27.5ポイントとなり、過去10年で最高水準だった2019年度予測（37.4ポイント）を約10ポイント下回った。しかし、2018年度予測では27ポイントであったことから、IT予算の増加傾向は維持されると見られる。ビジネスにおけるデジタル変革は、引き続き各企業の重要な経営課題となっており、ITが担う役割は大きくなり続けている。米中貿易摩擦や消費税増税などによる景気減速や企業業績に対する先行き不透明感が増しているものの、IT予算の増加傾向は引き続き維持されることが予想される。

売上高別にIT予算の増減を集計した結果をみると、DI値が最も高いのは、1000億円以上1兆円未満の企業で37.4ポイント。「増加」が50%以上となっており、IT投資

Hitachi Social Innovation is

POWERING GOOD

世界を輝かせよう。

HITACHI

Inspire the Next

世界はいま、さまざまな課題に直面しています。
 どうすれば、輝く未来への道を切り拓くことができるのでしょうか。

日立は、世界中の人々が望む“良いこと”すなわち“Good”を実現するために、
 多様なパートナーと全力を注ぎたいと考えています。

すべての力を、より良い未来のために。

<https://social-innovation.hitachi/>

へ意欲の高さがうかがえる。DI値が最も低いのは売上高100億円未満の企業で21.0ポイントであり、2019年度予測（35.8ポイント）から14.8ポイント低下しており、企業業績の先行きにいち早く反応していると推測される。

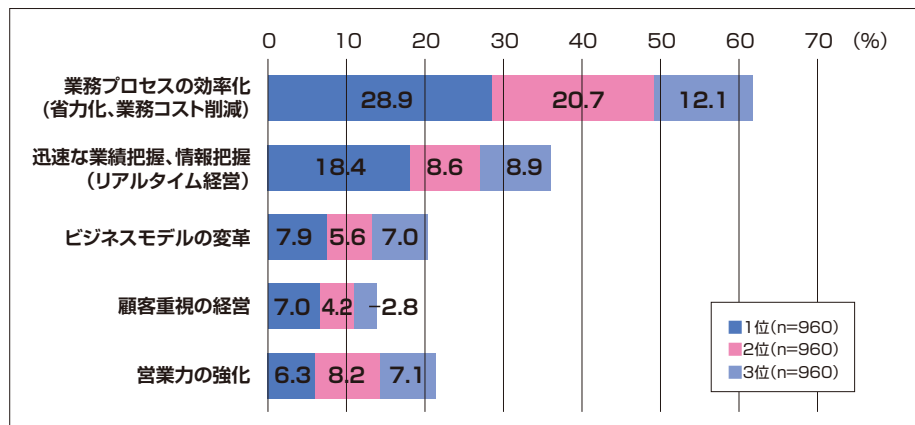
2020年度IT予算の増減を業種グループ別に集計した結果では、IT投資への意欲は、業種により大きな差が出た。とりわけDI値が高かったのが、建築・土木グループの40.6ポイント。唯一2019年度予測（33.9ポイント）より増加した。続いて、素材製造グループ（32.4ポイント）や、社会インフラグループ（33.8ポイント）、サービスグループ（31.0ポイント）も30ポイントを超えており、2019年度と同水準となっている。一方で、2019年度はDI値が最も高かった金融グループ（19年度51.4ポイント）が0.0ポイントと大幅に減少したが、2019年度の反動減と見られる。

「IT投資で解決したい中期的な経営課題」については、JUASがあらかじめ用意した15個の選択肢の中から優先度の高いものを1位から3位まで回答してもらっている。そのうち、上位5位を図に示した（図2）。最も優先度が高い経営課題は「業務プロセスの効率化（省力化、業務コスト削減）」で、他を大

きく引き離している。前回調査でもこの項目はトップで人手不足解消や働き方改革への取り組みの重要性が継続し、RPA等による業務効率化に取り組んでいることがうかがえる。今回調査で順位を上げた項目が、「ビジネスモデルの変革」（4位→3位）、「顧客重視の経営」（9位→4位）で、AI、IoTをはじめとする新技術の活用によりビジネスモデルを変革し、顧客に新たな価値を提供したいとの狙いがみとれる。

これらの結果はいずれも「速報値」として公開されたものだが、正式なデータや分析結果については、ダイジェスト版と詳細な分析結果を掲載したダウンロード版が、JUASのWebサイト（<https://juas.or.jp/>）にて、2020年4月に公開予定となっている。

（図2）IT投資で解決したい中期的な経営課題（1位～3位）・1位の降順（5位まで）



出典：一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会

TOSHIBA

東芝のIoT

SPINEX™

DIGITAL

REAL

それは、IoTのある風景。

IoTの力で、産業をささえる骨格(脊椎)になりたい。
そんな想いから、東芝のIoT「SPINEX (スパインエックス)」は生まれました。
たとえば、現実世界をサイバー空間上に再現した「デジタルツイン」で「見える化」や最適制御を行うこと。
東芝は、IoTと先進の技術で、人とモノがつながる新しい明日を目指します。

東芝の「人を想うIoT」 | 社会インフラ事業での経験とIoT技術を生かし、関連事例・実績
さまざまな取り組みを行っています。

エネルギー

製造

交通

物流

ビル

流通

東芝デジタルソリューションズ株式会社
お問い合わせ INS-info-iot@ml.toshiba.co.jp

IT Topics & News

「情報セキュリティ10大脅威 2020」を決定 「内部不正による情報漏えい」が2位に【IPA】

独立行政法人情報処理推進機構（略称=IPA）は、2019年に発生した社会的に影響が大きかった情報セキュリティ上のトピックを「情報セキュリティ10大脅威 2020」として1月29日に発表した。

情報セキュリティ分野の研究者、企業の実務担当者など約140名のメンバーからなる「10大脅威選考会」が、「個人」と「組織」向けの候補について審議・投票を行い決定される。

今回の発表では、「組織」の1位は昨年と同様で「標的型攻撃による機密情報の窃取」に、「個人」は、初めてラ

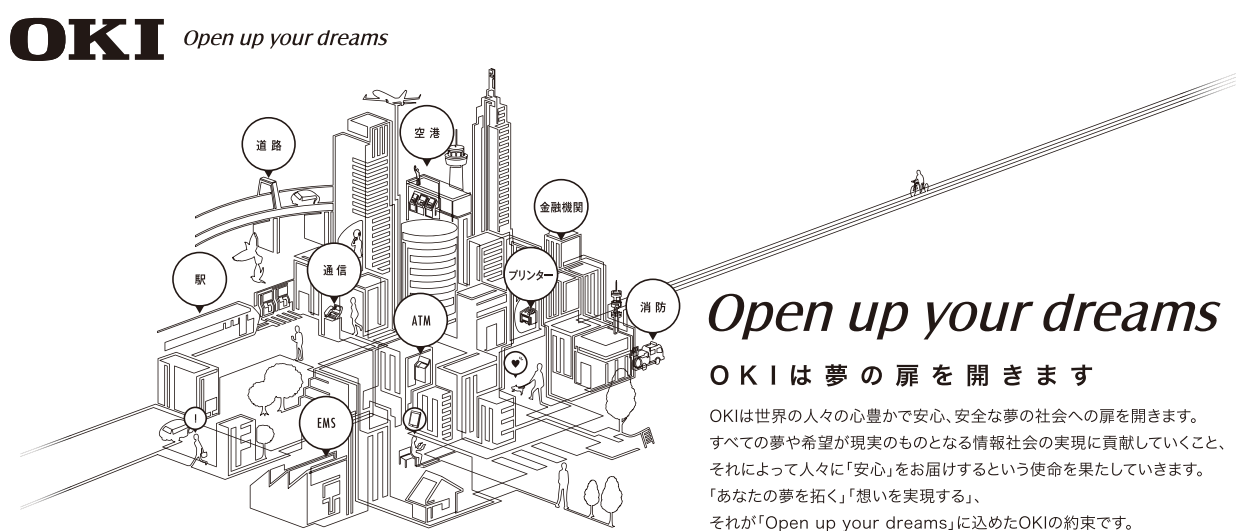
ンクインした「スマホ決済の不正利用」が1位となった。

今回の結果で、「組織」にランクインした脅威を見ると、「内部不正による情報漏えい」が昨年の5位から2位に上昇している。情報機器リユース業において、廃棄予定のハードディスクドライブ（以後、HDD）が社員により不正に持ち出され、ネットオークション等で転売された事件は記憶に新しい。そして、HDD内に多くの個人情報等が残っていたことが発覚し、大きな社会問題となった。重要情報の格納に使用したHDDは、物理的に破壊、または専用のソフトウェアで適切にデータを消去した後、廃棄される必要がある。一方で、確実な廃棄の確認方法の難しさも指摘された。内部不正は、組織の社会的

（図1）「情報セキュリティ10大脅威2020」

NEW：初めてランクインした脅威

昨年順位	個人	順位	組織	昨年順位
NEW	スマホ決済の不正利用	1位	標的型攻撃による機密情報の窃取	1位
2位	フィッシングによる個人情報の詐取	2位	内部不正による情報漏えい	5位
1位	クレジットカード情報の不正利用	3位	ビジネスメール詐欺による金銭被害	2位
7位	インターネットバンキングの不正利用	4位	サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃	4位
4位	メールやSMS等を使った脅迫・詐欺の手口による金銭要求	5位	ランサムウェアによる被害	3位
3位	不正アプリによるスマートフォン利用者への被害	6位	予期せぬIT基盤の障害に伴う業務停止	16位
5位	ネット上の誹謗・中傷・デマ	7位	不注意による情報漏えい(規則は遵守)	10位
8位	インターネット上のサービスへの不正ログイン	8位	インターネット上のサービスからの個人情報の窃取	7位
6位	偽警告によるインターネット詐欺	9位	IoT機器の不正利用	8位
12位	インターネット上のサービスからの個人情報の窃取	10位	サービス妨害攻撃によるサービスの停止	6位



OKI *Open up your dreams*

Open up your dreams

OKIは夢の扉を開きます

OKIは世界の人々の心豊かで安心、安全な夢の社会への扉を開きます。すべての夢や希望が現実のものとなる情報社会の実現に貢献していくこと、それによって人々に「安心」をお届けするという使命を果たしていきます。「あなたの夢を拓く」「想いを実現する」、それが「Open up your dreams」に込めたOKIの約束です。

OKI www.oki.com/jp/

信用の失墜、損害賠償による経済的損失等により、組織に多大な損害を与えるものである。予防するためには、経営者が積極的に関与して重要情報の管理及び保護を徹底するとともに、従業員への教育等により情報モラルを向上させる必要がある。

復活ランクインとしては2013年の10大脅威を最後に、6年間圏外だった「予期せぬIT基盤の障害に伴う業務停止」が、「組織」6位に浮上。2019年は、複数の大規模自然災害や大手クラウドベンダーの人為的ミスによる長時間のサービス停止が発生した。こうした大規模システム障害が事業に与えた影響の大きさから、BCP（事業継続計画）を見直すきっかけを与えた年といえる。

また去年は、スマホ決済サービスへの各社の相次ぐ新規参入とキャッシュレスの利便性により、急速に利用機会が広がりを見せた。しかし、一部のスマホ決済サービスでは、決済方法の不備により、利用者が金銭被害に遭う事案が発生した。こういった背景もあり、「スマホ決

済の不正利用」が初登場で「個人」の1位となったが、新たなサービスを利用する際には、提供されているセキュリティ機能の利用とともに、不正利用されていないか決済情報や利用明細を確認することが求められる。

いずれにしても、「情報セキュリティ10大脅威 2020」は、順位の高低に関わらず、自身または組織が置かれている立場や環境を考慮して優先度をつけ、適切かつ継続的な対応を取る必要があるだろう。

世の中には「情報セキュリティ10大脅威」へランクインした脅威以外にも多数の脅威が存在する。とはいえ、これらが利用する「攻撃の糸口」は似通っており、脆弱性を悪用する、ウイルスを使う、ソーシャルエンジニアリングを使う等の古くからある基本的な手口が使われている。「ソフトウェアの更新」「セキュリティソフトの利用」などといった「情報セキュリティ対策の基本」（図2）を意識して、継続的に対策を行うことで、被害に遭う可能性を低減できるだろう。

(図2) 情報セキュリティ対策の基本

攻撃の糸口	情報セキュリティ対策の基本	目的
ソフトウェアの脆弱性	ソフトウェアの更新	脆弱性を解消し攻撃によるリスクを低減する
ウイルス感染	セキュリティソフトの利用	攻撃をブロックする
パスワード窃取	パスワードの管理・認証の強化	パスワード窃取によるリスクを低減する
設定不備	設定の見直し	誤った設定を攻撃に利用されないようにする
誘導（民にはめる）	脅威・手口を知る	手口から重要視するべき対策を理解する





三菱電機は、環境に配慮した豊かな社会を構築するために「エコチェンジ」を推進しています。

幅広い事業領域と優れた製品力、世界最先端の環境技術により、低炭素社会・循環型社会の実現にチャレンジ。

これからも、「より良い明日」のために挑戦し続けます。

ITソリューションで、エコチェンジ。



エコチェンジ

検索

この広告についてのお問い合わせは、adv.webmaster@rl.MitsubishiElectric.co.jpまたはFAX.03-3218-2321(宣伝担当)まで。

三菱電機株式会社

シリーズ JECC営業パーソンインタビュー②⑥

(公共営業部 営業第一課)

JECCの担当営業は、常日頃、お客様に対してどのようなことを意識し、営業活動に取り組んでいるのか。当社担当営業に興味を持っていただくために、営業パーソンのホンネを紹介しします。

社員データ



Y.S.さん
(公共営業部 営業第一課 リーダー)
2007年入社。入社14年目。関東信越営業部営業二課、北海道支店、総務部人事課を経て、現在は山梨県全域の自治体や大学、民間企業などを担当している。モットーは「謙虚にして驕らず」。



Y.W.さん
(公共営業部 営業第一課 リーダー)
2010年入社。入社11年目。財務部資金課を経て、現在は神奈川県の一部自治体を担当している。モットーは「日々の全てが学び」。

Q1.現在担当されている営業活動の内容を教えてください。

Y.S.：山梨県全域の自治体や大学、民間企業と、東京都多摩地区の一部自治体を担当させていただいております。取引内容としては、電子計算機関係、システム関係の賃貸借が多数を占めています。

Y.W.：神奈川県の一部自治体を担当しています。地域としては横浜市や海沿いの横須賀三浦地区、湘南地区、西部の足柄上地区や西湘地区を担当しています。

Q2.営業活動で印象に残っているエピソードは何ですか。

Y.S.：2019年の夏はありがたいことに多くの案件に取り組むことができましたが、それにより毎日のように山梨に出張することとなったため移動時間が膨大となりました。そのような中でも各業務の期限は次々にやってきますので、このような時ほど見落としが無いように、時間を作って丁寧に対応することを心掛けました。台風の影響で特急も高速道路も不通になった時も、何時間も掛けて山梨と東京を往復していたので、移動時間に仕事をすることもすっかり慣れましたね。

Y.W.：担当させていただいているのが自治体のお客様であるため、自治体で提供される福祉、教育、戸籍の管理など、あらゆるサービスの全般に広く携わることが現在の業務の特徴の一つです。過去に、インフラ系のシステム（消防）において、当社のシステムが実際どのように機能し、サービス提供されているか、現



場を見学させていただく機会に恵まれました。日ごろの営業活動が、最終的に住民の方々の安全へと結びついているさまを目の当たりにし、あらためてやりがいを感じるとともに、責任ある重要な仕事をさせていただいていることに、気持ちが引き締まりました。

Q3.営業活動で特に力を入れていることは何ですか。

Y.S.：取引先に対してどうすれば信頼残高が積み上げられるかを意識して活動しています。具体的には迅速なレスポンスと誠実な対応をはじめ、相手が欲しているような情報を提供していくことを心掛けています。そのためには、情報をとにかく集めることが重要だと考えています。ユーザーである自治体の担当者様だけでなく、パートナーである販売店やメーカーの担当者様、そしてそれ以外の立場の方から聞いた情報が役に立つこともありますので、普段から雑談を交えて幅広く情報を集めるようにしています。立場的に、ITに直接関わるわけではありませんので、情報を提供することで、全体の流れを円滑にできればと思っています。

Y.W.：取引先の方々が今、当社に対し、何を求めているかを見極めるように心掛けています。何か依頼を受けた際、あるいはこちらから相手に何か提案をする際には、相手が今どのような状況にあり、これまでどのような経緯があり、何を必要としているか理解するよう努めています。そのために、相手の活動領域や所属組織における運用ルールや文化、相手の人柄も含む、相手そのものを少しでも多く理解していくことで、よりスムーズに最適なものを提供していけるようになりたいと日々考えています。また、仕事の進め方やコミュニケーションの取り方については、社内外を問わず、周囲の方から学ぶべきところは常に吸収していきたいと考えています。自分自身の失敗から学ぶことも含め、日々あらゆることからの学びを得て、周囲に貢献できる存在へと成長できるよう取り組んでいきたいです。

Q4.後輩の指導で心掛けていることは何ですか。お手本となる先輩・上司についてお聞かせください。

Y.S.：先輩たちからはいろいろなアドバイスをいただいて、とてもありがたいです。ちょっとした電話などの普段の立ち振る舞いを見るだけでもとても勉強になり、実は意識して真似をしている部分もあったりします。また、後輩たちも自分より自治体営業の経験が全然短いにも関わらず、各々の長所を活かしてそれぞれの役割をまっとうしているのでもとても頼もしいです。少し気を抜くとあっという間に置いていかれそうで、うかうかできないづ

レッシュャーもあります。

Y.W: 社内では「何でもチャレンジしていい。そのために必要なサポートをする」と仰っていただける環境を整えていただいています。また、日々の業務を行う中で、アシスタントの方々のサポートにも言葉にできないほど感謝しています。歴代の先輩方が取引先より信頼をいただけるような対応を積み重ねて来ていただいたお陰で、「JECCさんのメンバーは信頼できる」とよく仰っていただきます。私もそのバトンを絶やさずに繋いでいけるよう、関わる人たちにとってプラスのものを与えられる存在となることを目標に取り組んでいきたいです。



Q5.お互いに営業パーソンとしてどのような人物だと思いますか。



Y.S: 普段からどのような取引先に対しても丁寧に対応していると感じます。電話での受け答えにしても、書類のまとめ方にしても、相手のことを考えながら、こういう対応をしているんだというのが、隣にいただけでもひしひしと伝わってくるので、それを直接受けている取引先の方はうれしいだろうなと思います。以前のスタッフ部門から今の営業の部署に来て、最初は苦労があったと思いますが、そこから順調に力をつけていって、今はしっかりと自分なりの営業活動ができていのではないかと思います。

Y.W: 一言でいうと、“すごく頼りになる先輩”で、トラブルへの対応力も高く、後輩としては、いていただけるだけでも支

になる存在だと感じています。そして、単純な手続きの話だけでなく、「こういう場合、どうしますか?」という質問もするのですが、その時も私の説明が足りない部分も補って理解くださって、いつもの射た回答をしていただけるのでとても助かっています。

公共営業部 営業第一課 課長から一言

[Y.Sさんってこんなヒト]

山梨県内と東京都多摩地域の一部などを担当しており、異動前の部署も含めると公共エリアの営業歴は10年を超えます。その営業歴の長さを活かして、過去の経験や入手した情報を積極的にお客様やサプライヤ様に伝えることで相手方の信頼を得ることに長けています。長距離移動も多く大変ですが、移動時間にアイデアを練って提案資料を作成したりしてくれています。今後も今まで通り積極的に情報収集や提案営業を行って欲しいです。

[Y.Wさんってこんなヒト]

現在は神奈川県内の自治体担当として、約6年にわたり、公共エリアを担当してくれています。営業スタンスとしては丁寧な営業でお客様やサプライヤ様に対して真摯に対応することで非常に多くの信頼をいただいています。謙虚な人柄ながら業務遂行に向けてやるべきことはしっかりやってくれているので、これからも当社の良さを取引先様に理解してもらえよう引き続き頑張っていたきたいと思っています。

公共営業部 営業第一課は、東京都内及び近郊の自治体を中心に営業活動を行っています。興味を持たれた方は下記までご連絡ください。
TEL: 03-3216-3687

現地作業はすべてお任せ!

オンサイトデータ消去サービス

アンラック・解体サービス

撤去・引取サービス

フィールドサービス

現状復帰サービス

設置・設定サービス

オフィス移転サービス

ご用命は
こちらまで!

JECCグループ デジタルリユース株式会社 フィールドビジネス課 ☎ 03-5740-8312 ✉ sales_fb@digital-reuse.com

Microsoft社ライセンスのリースは JECCにお任せください！

JECCはMicrosoft Financing (※1) の認定リース会社です。

Microsoft社ライセンスのご導入を検討されている際には、是非弊社にご相談ください。
ライセンス使用許諾契約に則ったファイナンスソリューションをお客様にご提案いたします。

お客様のメリット

1 ライセンス使用許諾契約に則ったリースでの導入が可能です

Microsoft社のライセンスは、リースによる導入が認められていない場合があります。
Microsoft Financingのパートナーである弊社は、ライセンス使用許諾契約に則り
お客様の**コンプライアンスニーズに対応した契約方法**をご提案することが可能です。

2 お客様のご予算に合わせたフレキシブルなお支払プランをご提供いたします

費用の平準化/中長期の投資計画に合わせた予算配分/短期の投資予算枠の捻出・確保といった、
お客様のご要望に沿ったフレキシブルなお支払プランをご提供いたします。

3 トータル・ソリューション・ファイナンスをご提供いたします

Microsoft社のソフトウェアだけではなく、他社のソフトウェア (※2)、
サービス、ハードウェアの購入費用、保守料等についてもご対応いたします。

弊社はお客様の
総IT投資コストを
すべて平準化
できます！



※1：Microsoft Financingとは…… Microsoft Financing は、マイクロソフト コーポレーションが金融パートナーとともに展開するファイナンス・ブランドです。
※2：他社ソフトウェアは、使用許諾条件の関係からリースとしてお取り扱いできない場合がありますので、事前にご相談願います。

お問い合わせ先

株式会社 JECC 営業統括本部 TEL : 03-3216-3750

JECCNEWS編集部からのお知らせ

本誌送付先の変更・中止については弊社技術調査課までご連絡いただきますようお願い申し上げます（ご連絡の際は、封筒の宛名に記載されているお客様番号をお知らせください）。

お客様からご提供いただいた個人情報はJECCNEWSの発送のみに利用させていただき、それ以外の目的で利用することはありません。なお、個人情報の取り扱いについては、弊社ホームページに掲載しております「個人情報保護方針（<https://www.jecc.com/policy.html>）」をご参照ください。

【送付先の変更・中止、個人情報に関するご連絡】

〒100-8341 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル
株式会社 JECC 経営企画室 技術調査課

JECCNEWS編集部

TEL : 03-3216-3680 / FAX : 03-3215-7606

弊社ホームページ：

「フォームでのお問い合わせ」