

社員向けのクライアントPCとして 薄型のUltrabook™を採用 ワークスタイルの変革によって企業の競争力をさらに強化

いつでもどこでも業務をこなせる最新のクライアント・ソリューション



課題

- 外出先にも気軽に持ち出せる薄型のPCの調達
- 高度な業務もストレスなくこなせる処理能力の高いクライアントの導入
- 電源をONにしたらずくに使い始められるシステム起動の高速性を確保

ソリューション

- Ultrabook™ デバイス

全社の新しいクライアント環境を支えるPCとして 1万台を超えるUltrabook™を導入

キヤノンマーケティングジャパン 株式会社

本部所在地：東京都港区港南2-16-6

設立：1968年2月

(2011年12月31日現在)

資本金：733億300万円

(2011年12月31日現在)

上場取引所：東京証券取引所第一部

(証券コード8060)

従業員数：連結18,861名、単独5,244

(2011年12月31日現在)

事業内容：キヤノン製品ならびに関連
ソリューションの
国内マーケティング

<http://cweb.canon.jp/corporate/>

コミュニケーション・システムと 端末環境の刷新を図る

キヤノンマーケティングジャパン株式会社(以下、キヤノンMJ)は、国内におけるキヤノン製品および関連ソリューションのマーケティング活動を手がけている企業です。近年では、ビジネス・ソリューション、ITソリューション、コンシューマー・イメージング、産業機器など、幅広い分野で事業を展開しています。

同社は、2011年に全社的なIT改革を一気に推し進めるビジョンを打ち出しました。このビジョンでは、ITの活用による販売力とマーケティング力の強化、社員の生産性向上、そしてITシステム全体の安心、安全、安定稼働という3つのテーマを定めています。2011年内には沖縄県のデータセンターを連携させたIT基盤の災害対策が完了し、2012年からは社員のワークスタイルを変革する取り組みに軸足を移しています。

従来はノートブックPCと携帯電話を中核とするクライアント環境を構成していましたが、基幹システムやコミュニケーション・ツールとの連携が不十分だったことから、社員

が現場で機動力を発揮しきれませんでした。そこで今回は、コミュニケーション・ツールを刷新するとともに、スマートな端末を新たに導入することで、いつでもどこでもすぐに業務をこなせるクライアント環境を目指しました。

同社 IT本部 IT戦略企画部 部長の徳原弘志氏は、この新しいクライアント環境について「当社が新しい端末として選んだのは、スマートフォン、タブレット端末、持ち運びに適した薄型PCの3種類です。全社員は、これらの端末を使い分けることで、いつでもどこでも基幹システム、販売支援システム、メーカーやスケジューラーなどにアクセスできます。また、社内無線LANを導入し、社員が個々にデスクスペースを持たないフリーアドレス化も同時に進めています。時間や場所に束縛されないワークスタイルが確立されれば、社員の機動力が大きく高まり、販売力やマーケティング力の強化につながります。こうした取り組みの一環としてソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の活用も進めています。来年以降は、ビッグデータへの対応にも着手します」と説明します。

Ultrabook™

Inspired by intel

社員の強い要望によって選ばれた 新しいPC「Ultrabook™」

キャノンMJは、これまで社員のクライアントPCとして、コンパクトなB5サイズのノートブックPCを活用していました。ここでは、さまざまなPCの選択肢を用意して社員に好みの機種を選ばせていましたが、導入する時期によって機種そのものが異なっています。この結果、社内には十数機種におよぶPCが混在し、運用管理コストの増大を招いていました。2012年時点でこれらのPCがすでに老朽化していたこともあり、IT基盤を刷新する今回のタイミングで、PCの入れ替えと機種集約を行うことになりました。

従来は、IT本部がPCの選定をすべて担っ



キャノンマーケティングジャパン株式会社
IT本部 IT戦略企画部 部長
徳原 弘志 氏

てきましたが、今回はPCを実際に使用する社員の意見も取り入れられるように内覧会を開催しています。この内覧会では、従来型のノートブックPCからUltrabook™まで、さまざまな新機種が並べられ、多くの社員に外観、携帯性、各部の使いやすさなどを確認してもらいました。そこで最終的に選ばれたのが、薄型で見た目もスタイリッシュなUltrabook™でした。

同社は、もともとコスト削減や運用保守の簡素化を目指して1機種のUltrabook™に統一することを視野に入れていましたが、内覧会を通じて業務ごとに異なるニーズがあることが分かりました。このため、2機種のUltrabook™（異なるメーカーの13.3型および14型モデル）を使い分けることで、社員の多様なニーズに応えています。

徳原氏は、Ultrabook™の採用に至った経緯を「内覧会では、もともとUltrabook™を参考商品として展示しており、候補の中心はあくまでも従来型のノートブックPCでした。しかし、実機に触れた多くの社員がUltrabook™に強い興味を示し、参考出品だったはずのUltrabook™が最有力候補として躍り出ました。当社は、実際にPCを使う社員の意見を最大限に尊重したいという気持ちとともに、営業の生産性向上やマーケティング力の強化につなげられるというIT部門としての判断もあり、次期PCとしてUltrabook™の採用を決めました」と述べています。

Ultrabook™を中核に ワークスタイルのさらなる変革を狙う

キャノンMJは、10月初頭よりUltrabook™の導入を開始し、11月末までに第一陣とな

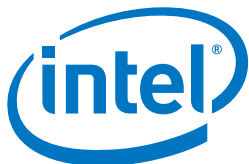
る12,000台の配布を完了させる予定です。また、2013年度には4,000台のPCを新機種へと入れ替える計画となっていますが、その多くにはUltrabook™が採用される見込みです。

Ultrabook™を配布して間もない2012年10月時点においても、すでにUltrabook™を手にした社員から、薄型で携帯性に優れている点やスタイリッシュな外観が高く評価されています。また、電源をオンにすればすぐに使い始められる点も注目されており、徳原氏は高速起動のメリットを次のように説明しています。

「近年では、全社において節電が叫ばれている関係もあり、PCを使わないときにはこまめに電源を切るように運用のルールを定めています。これまで使用してきた5年前のPCは、システムの起動が遅く、どうしても無駄な時間が発生していました。これに対し、Ultrabook™は瞬時にシステムが起動するため、こうした無駄な時間も省けて業務の効率が大きく向上しています。さらに、営業社員も社内にとどまる時間が減り、積極的に外出してお客様とのコミュニケーションに専念できるようになりました」

今回導入したUltrabook™は、2012年10月から起算して約4年間の利用を想定しています。徳原氏は、これからの展望について「ユーザー端末を取り巻く世界では、仮想デスクトップ技術に基づくシン・クライアントや私的デバイスを業務にも活用するBYOD (Bring Your Own Device) など、新しいキーワードが次々と登場しています。当社は、Ultrabook™を中核にワークスタイルのさらなる変革を図っていきます」と語っています。

Ultrabook™に関する詳しい情報は、下記のサイトをご覧ください。
<http://www.intel.co.jp/ultrabook/business/>



Intel、インテル、Intel ロゴ、Ultrabook は、アメリカ合衆国およびその他の国における Intel Corporation の商標です。

* その他の社名、製品名などは、一般に各社の表示、商標または登録商標です。

インテル株式会社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内3-1-1

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

©2012 Intel Corporation. 無断での引用、転載を禁じます。

2012年10月

328120-001JA

JPN/1210/2000/CB/CCBG/YH