

ECMサミット2010

(第9回ECMオープン研究会)

開 催 レ ポ ー ト

2011年2月

社団法人 日本画像情報マネジメント協会 ECM委員会

ECMサミット2010 (第9回ECMオープン研究会)

～業界の雄が語るECMの戦略と最新動向とは！？～

主催	社団法人 日本画像情報マネジメント協会 ECM委員会
開催日時	2010年10月19日(火)10:00-13:40 (受付開始 9:30~) eドキュメント2010フォーラム セミナー番号:19-3JA
会場	東京ビッグサイト 会議棟607会議室

Program

10:00~10:10	開催挨拶	JIIMA ECM委員会 委員長 梅原 寿夫
第1部 業界の雄が語るECMの戦略と最新動向		
10:10~10:30	Oracle ECM	日本オラクル株式会社 清水 照久 氏 Fusion Middleware事業統括本部 ビジネス推進本部 シニアディレクター
10:30~10:50	OnBase	ハイランドソフトウェア株式会社 金井 芳美 氏 営業部 アカウントマネージャー
10:50~11:10	Open Text ECM	オープンテキスト株式会社 市野郷 学 氏 技術本部ディレクター
11:10~11:20	休憩	
11:20~11:40	Documentum	EMCジャパン株式会社 古根川 哲也 氏 インフォメーションインテリジェンス事業本部長
11:40~12:00	FileNet	日本アイ・ピー・エム株式会社 水越 将巳 氏 ソフトウェア事業 ECMクライアント・テクニカル・プロフェッショナル
12:00~12:20	SharePoint	マイクロソフト株式会社 吉村 徹也 氏 インフォメーションワーカージネス本部 IW サーバー製品マーケティンググループ 部長
12:20~12:30	※軽食を用意いたしましたので、ランチオンサービスコーナーでお受け取り下さい。 なお、お飲み物は自販機コーナーでお買い求め願います。	
第2部 パネルディスカッション		
12:30~13:30	モデレーター	小林 潔 氏 株式会社富士通総研 シニアマネジングコンサルタント
	パネラー	清水 照久 氏 金井 芳美 氏 市野郷 学 氏 古根川 哲也 氏 水越 将巳 氏 吉村 徹也 氏 日本オラクル株式会社 ハイランドソフトウェア株式会社 オープンテキスト株式会社 EMCジャパン株式会社 日本アイ・ピー・エム株式会社 マイクロソフト株式会社
13:30~13:40	閉会挨拶	JIIMA 副理事長 佐藤 伸一
	司会進行	JIIMA ECM委員会 佃 浩太郎

ECMサミット2010(第9回ECMオープン研究会) 開催報告レポート

2010年10月19日(火)、eドキュメント JAPAN 2010においてECMベンダー5社が一堂に会する「ECM サミット 2010」が東京ビッグサイトにて開催された。

参加者は100名を超え、会場がほぼ満員となる盛況ぶりであった。

本レポートでは、当日のスケジュールに沿って「ECM サミット 2010」の開催内容を報告する。

<開催挨拶>

社団法人 日本画像情報マネジメント協会 ECM委員会委員長 梅原 壽夫 氏

開催にあたって、社団法人 日本画像情報マネジメント協会(以降、JIIMA) ECM委員会委員長 梅原 壽夫氏による挨拶、ECM委員会の活動内容と開催趣旨が説明された。

JIIMA ECM委員会は、ECMの普及・啓発活動を始め、ECM研究会の開催、ポータルサイトの運営、市場動向調査といった諸活動を行っている。

2008年から8回に渡り開催してきたECM研究会の参加者からの要望として最も多かった、主要ECMベンダーが一同に介するイベントとして今回のECMサミット2010が実現した。

今回参加した6社のECMベンダーが揃ってイベントを開催するということは、日本国内では初の試みである。

<第1部 業界の雄が語るECMの戦略と最新動向>

第1部では、6社のECMベンダーが各社の戦略と動向についてプレゼンテーションを行った。

日本オラクル株式会社 清水 照久 氏

オラクルは、サン・マイクロシステムズの買収によりサーバやストレージといったハードウェアから、インフラストラクチャ、データベース、ミドルウェア、ビジネスアプリケーションまでを統合して提供することが可能となったこと、ユーザーはその中から必要なものを選択して導入することが可能である。

オラクルのエンタープライズコンテンツ管理の特徴は、Simple、Smart、Scalable であり、文書管理目的型パッケージ製品の持つ専門性と機能網羅型パッケージ製品のもつ柔軟性の両方を備えていること、ウェブコンテンツ管理の適用例として、ある映画会社における利用ケースが説明された。Oracle Universal Content Management が映画の予告編を全世界中に配信するシステムとして導入されており、各国の公開日に合わせて、国ごとに必要なシーンを組み合わせて、どのタイミングでどの国に対していつ配信を行うかの集中管理を行っている。

企業内のコンテンツは日々の業務プロセスの様々なポイントで活用されているため、企業内のコンテンツを業務プロセスの中に連携させるかが重要だとまとめた。

製品 URL:

<http://www.oracle.com/jp/products/middleware/content-management/index.html>

ハイランドソフトウェア株式会社 金井 芳美 氏

ハイランドソフトウェアは、世界各国で 200 社以上の販売代理店を持つ ECM に特化したソフトウェアベンダーで、システムの導入販売総数は 9000 社を超える。

始めに ECM の定義およびコンテンツの分類について説明し、ユーザーは ECM を導入することにより、業務プロセスの自動化・合理化による業務効率化、コスト削減、生産性の向上、企業としての成長や企業収益の向上、競争力強化が図れると述べた。また、どの分類のコンテンツをどういった目的で管理したいのかにより最適な ECM のツールを選択することが必要となると解説した。

ハイランドソフトウェアの ECM 製品である OnBase は、大量に日々業務の中で生成されるトランザクションコンテンツの管理と活用に注力した製品開発を行っている。また、ユーザーからの要望を優先して取り入れており、ユーザーグループからのフィードバックを業種や業務に特化したソリューションの開発に活かしている。その結果、強化された機能を利用するためにシステムをアップグレードし長く利用するユーザーやシステムを他の業務にも拡張して使用するユーザーの割合が多くなっているという。2004 年から OnBase OnLine というクラウドソリューションの提供を行っている。

製品 URL:

<http://www.onbase.jp/onbase/index.html>

オープンテキスト株式会社 市野郷 学 氏

オープンテキストは、世界に 30 拠点を持つ世界最大規模の独立系 ECM ベンダーである。

ECM を企業の組織内で電子コンテンツを管理するためのシステム基盤と定義し、導入のメリットとして、膨大な電子コンテンツを管理することにより情報を共有化し、最終的に業務効率化の向上、ユーザーコミュニケーションの向上を図ることであると説明した。

業務ごとに個別のアプリケーションを利用しているも、コンテンツは企業全体で共有・一元化することにより、コンテンツの価値が高まるという考えから、同社の ECM 製品 Open Text ECM Suite は単一のコンテンツリポジトリ、共通プラットフォーム上で動くアプリケーション群を持ち、業務アプリケーションとの連携機能を有した製品となっている。

今後、ECM に求められる要素として、新たな情報発信・情報共有の手段としてモバイル機器への対応を挙げた。ユーザー企業には、企業内のみでのコンテンツ管理から、外部企業への情報発信、パートナー間での情報共有が求められている。スマートフォンなどのモバイル機器でコンテンツの検索、参照、ワークフロー機能を提供することにより、外部企業との連携を強化することが可能となる。

製品 URL:

<http://www.opentext.jp/jp/sol-products/sol-pro-open-text-ecm-suite.htm>

EMC ジャパン株式会社

EMC は、世界最大規模のストレージのメーカーである。保管、保護、管理、活用 4 つの情報レイヤーで情報インフラを構築する製品群を提供しており、EMC Documentum は活用のレイヤーを担う製品となる。

ECM は、さまざまな部門・業務において文書の生成、承認、配布、保管、廃棄に至るまでの厳格な管理が可能であり、その文書に対する操作ログを保持できる情報管理基盤と定義している。ユーザー企業は ECM を導入することにより、さまざまな部門・アプリケーションからの統一的な情報基盤へのアクセス、文書の管理体系の統一やセキュリティの確保といった情報の活用性を高め、サービスの向上、競合との優位性を図ることができると説明した。

EMC Documentum は、製薬業の新薬申請業務における実績が豊富にあるため、法規制への対応と法規制にそった情報管理に強いため、近年では原子力発電所などインフラ設備の管理への導入も図っているという。

今後は、情報漏洩対策、特に外部に出さなくてはならない情報の二次漏洩防止が重要と考えており、ECM から外に出た情報のコントロールの必要性について説いた。

製品 URL:

<http://japan.emc.com/products/family/documentum-family.htm>

日本アイ・ビー・エム株式会社 水越 将巳 氏

冒頭で情報の進化について、情報量の爆発的な増加と多様化が情報管理の複雑化に拍車をかけてこと、増え続ける情報の 8 割はコンテンツ(非構造化データ)であり、コンテンツは単なるファイルではなく、業務を遂行するうえでなくてはならないものだと説明した。

続いて、コンテンツ管理に求められる新たな 4 つのニーズを挙げ、アイ・ビー・エムはそのニーズに対応した 4 つの波(エントリーポイント)ポイントソリューション(コンテンツ管理基盤の構築、コンテンツ管理のガバナンス向上、コンテンツに依存する業務プロセスの可視化と効率化、コンテンツ分析によるビジネスの最適化)を提供している、と説明した。

最後に、アイ・ビー・エムは網羅性のある統合 ECM 環境を提供できる唯一のベンダーであり、今後、コンテンツの管理・活用に加え、業務の最適化や、コンテンツの中から新しい知見を発見してビジネスで活用していくことが重要だとまとめた。

製品 URL:

<http://www.ibm.com/jp/software/data/ecm>

マイクロソフト株式会社 吉村 徹也 氏

Microsoft SharePoint 2010 は、エンタープライズコンテンツ管理を含め、ユニファイドコミュニケーション、ビジネスインテリジェンス、コラボレーション、エンタープライズ検索の 5 つの機能を提供する製品であり、普段エンドユーザーが利用しているソリューションとの連携を重視している。PC、スマートフォン、ブラウザーなど多様なデバイスからのアクセスに対応し、社内設置型、クラウド型の両方を提供しており、ニーズに応じた利用形態の選択が可能と説明した。

ECM 専用システムではなくプラットフォーム製品であることから、より汎用的な用途での活用を想定した販売戦略をとっているおり、ECM 専用システムとの連携、ハードウェア機器メーカーとの連携、様々なアプリケーションの提供を推進している。

今後は、管理と生産性を両立するコンテンツ管理と組織力を強化するコラボレーションを両立させ、さらに広範囲で活用できる ECM として展開していくと述べた。

製品 URL:

<http://sharepoint.microsoft.com/ja-jp/Pages/default.aspx>

第一部で使用された各社のプレゼンテーション資料は下記の URL からダウンロード可能。

URL: <http://www.ecm-portal.jp/down/index.html>

<第2部 パネルディスカッション>

モデレーター：株式会社富士通総研 シニアマネジングコンサルタント 小林 潔 氏



第2部は、第1部でプレゼンテーションを行った ECM ベンダー6社によるパネルディスカッションとなった。

全部で4つのテーマについて、1時間に渡るパネルディスカッションを行った。

テーマ 1

「企業が ECM を導入した場合のメリット、導入しない場合のデメリットについて」

導入した場合のメリット

- ソーシャルによる情報共有ができる。(日本オラクル)
- システム基盤の統合による IT コスト削減。(オープンテキスト)
- 生産性をあげる。(マイクロソフト)

導入しない場合のデメリット

- ユーザーに ECM を利用させるための仕組み作りに労力がかかる。(日本オラクル)
- 生産性をあげることができない。(マイクロソフト)

テーマ 1 では、日本オラクル、オープンテキスト、マイクロソフトの3社の担当者が ECM を導入した場合のメリット、導入しない場合のデメリットを挙げた。

導入した場合のメリットについての説明に中心であり、デメリットとして挙げられた「ユーザーに ECM を利用させるための仕組み～」についても、スマートフォンなどのモバイル端末への対応など新しいソリューションで対応していることが説明された。

全社規模で導入すればシステム基盤の統合によるコスト削減などの恩恵は得られるが、ECM 導入の効果を最大限に得るためには、ただシステム導入するだけでなく、新しいワークスタイルの確立など導入後にユーザーに利用させるための工夫が必要になるとまとめられた。

続いて、アメリカと比較した場合、日本の ECM の市場規模が十分の一程度であるという市場調査の結果について触れ、次のテーマへと移った。

テーマ 2

「ECM が日本企業に普及していない理由」

- 日本で ECM は特定の部門や業務へのスポット導入が多いが、アメリカでは CIO が全社規模で ECM を戦略的に導入している。(ハイランドソフトウェア)
- 日本とアメリカでは ECM の導入目的が異なる。日本では「コスト削減」目的が多いが、アメリカを含む海外では「顧客サービスの向上」、「競合への優位性の確保」といった目的が上位に来る。(EMC ジャパン)
- 日本の組織構造の問題。縦割り型組織やトップダウン導入がない。(6 社共通)
- ユーザーの想像力を喚起する・利用を促進させる仕組みがない。(日本オラクル)
- ECM という言葉の問題。日本では文書管理の認知度が高い。(マイクロソフト)

アメリカと日本の導入目的の違い、日本の組織構造の問題については、複数のベンダーから共通の問題として挙げられた。特に、日本の組織構造の問題はすべてのベンダーが共通の問題として認識している。その解決・対応策として、経営層への啓発や部門の壁を越えて全社的に ECM 導入を推進する部隊の設立などが提示された。

ユーザーの利用を促す仕組みとしては、利用すると楽しい・便利な仕組みとして、スマートフォンやタブレット端末などを活用したソリューションが提示された。

各ベンダーとも、日本における ECM の普及が遅れていることに課題意識を持っており、課題解決やソリューションの拡充などを積極的に行っている。

テーマ 3

「ECM においてスモールスタートの導入方法は有効か？」

有効である理由

- 最初から全社利用はハードルが高いため、まずは紙文書の電子化や作業の自動化といった段階的な導入を行っている。(ハイランドソフトウェア)
- スモールスタートで導入し、現在横展開を行っているユーザーがいる。(オープンテキスト)
- スモールスタート後の展開を考えているユーザーであれば有効。(マイクロソフト)
- 文書管理以外にも、ECM へとたどりつくキッカケが多様化しているので、単機能からの導入も有効。(EMC ジャパン)

すべてのベンダーは、ECM においてスモールスタートは有効であると述べた。

テーマ 2 において、「日本の組織構造の問題」が共通の問題として挙げられていることから、日本市場では全社的な導入が難しいため、ベンダーはまず部門や業務単位での導入を進めていることが分かる。

テーマ 4

「今後、日本の ECM 市場でどういう業種や業務の提案に注力していくか？」

- 適用業務や適用業種など、より具体的な使い方や効果の提示を含めた提案を行う。(6社共通)
- 簡単に早く導入できる既存システムと ECM の連携ソリューションに注力する。(ハイランドソフトウェア)
- エンドユーザーが利用しやすい、分かりやすいシステムへと改良し敷居を下げる。(EMC ジャパン、マイクロソフト)
- コンテンツ管理のガバナンス向上に注力する。(日本アイ・ビー・エム)
- コンテンツに依存する業務プロセスの可視化と効率化に注力する。(日本アイ・ビー・エム)
- コンテンツ分析によるビジネスの最適化に注力する。(日本アイ・ビー・エム)

共通の項目として、「適用業務や適用業種など、より具体的な使い方や効果の提示を含めた提案を行う。」が挙げられている。アイ・ビー・エムは、ケースマネジメントというキーワードを用いているが、各社ともユーザーに対してより踏み込んで具体的な効果が見えるソリューションの提案を行っていく方向性となっている。

テーマ 5

「今後の ECM 業界に望むこと」

- 利用ユーザーの想像力の喚起させるような仕組み作り、効果的なデモンストレーションを行う。(日本オラクル、オープンテキスト)
- ベンダーごとで得意な分野での導入を進める。(ハイランドソフトウェア)
- 課題解決型の提案を強化する。(ハイランドソフトウェア)
- ベンダー間で協力し、市場の活性化、拡大、価値を高めていく。(オープンテキスト、EMC ジャパン)
- ECM サミットなどセミナーの定期的な開催。(日本アイ・ビー・エム、EMC ジャパン)
- ユーザー事例やユーザーからの意見を聞く場を作る。(日本アイ・ビー・エム、マイクロソフト)

パネルディスカッションの最後に、各ベンダーが「今後の ECM 業界に望むこと」を挙げた。

日本における ECM 市場を拡大するためには、継続した啓発活動が必要であるということが共通の認識である。ECM という言葉の認知度をあげるため、セミナーの開催、ユーザーへの導入を進める、ユーザー事例やユーザーの意見を聞く場を作るなど具体的な提案が行われ、パネルディスカッションは終了となった。

<総括>

JIIMA 副理事長 佐藤 伸一 氏

閉会にあたって、JIIMA 副理事長佐藤 伸一 氏が4時間に渡って行われたECM サミット2010の総括を行った。

日本における ECM の市場規模がアメリカと比較して十分の一の市場規模であり、その差が広がっていることに触れ、日本における ECM 市場を拡大し、日本企業の競争力を高めていくことが必要だと述べた。

日本国内での ECM の認知度は、2009年のeドキュメントJAPANの来場者アンケートでも55%であるため、JIMA、ECMベンダーが団結して、今後も継続した啓発活動を行い、市場の拡大に努めていきたいとまとめた。

- ※ 本ホワイトペーパーの記載内容について無断転載を禁じます。
全ての著作権は社団法人 日本画像情報マネジメント協会に帰属します。

レポート:

株式会社テクノ・システム・リサーチ

浅沼 邦明

<http://www.t-s-r.co.jp/>

文責:

社団法人 日本画像情報マネジメント協会

ECM 委員会

<http://www.ecm-portal.jp/>