

VPNサービス Arcstar Universal One

キヤノンマーケティングジャパン株式会社様

東日本大震災の経験をふまえた強靱な事業基盤づくり、
その根底を支えるネットワークに求められた条件とは。



世界180か国以上で幅広い事業を展開するキヤノングループの
一員として、日本国内を中心にマーケティング活動やソリューション
提案などを手がけるキヤノンマーケティングジャパン株式会社。同社では東日本震災を機に、攻めと守りの視点から事業基盤となるICT環境の見直しを行った。さらに新たなインフラを支えるネットワークとして“Arcstar Universal One”を導入することで、全拠点の増速対応と併せて最大の課題だった大幅なコスト削減を達成。SIのプロが新たなネットワークに託した想いを探る。

▶ 課題

将来的な拠点増、トラフィック増を視野に入れた安全、安心、安定稼働のネットワーク基盤構築

改善にあたっての条件

- ・新たなワークスタイルに対応できるゆとりある帯域を確保したい
- ・ネットワーク全体の運用にかかるコストを削減したい
- ・安全かつ短時間での切り替えで事業への影響を最小限に抑えたい

▶ 対策

- ・運用にかかるコストを抑えつつ、通信品質を維持できる“Arcstar Universal One”による増速提案
- ・大多数を占める営業所などの拠点は経済的なベストエフォートプランで品質を変えずにコスト削減
- ・本社、データセンターなどの拠点は高品質なプレミアムプラン、ギャランティプランで増速対応

▶ 効果

- ・高い通信品質を維持した中心拠点の増速対応でネットワークの安定性を向上
- ・拠点の重要度や通信量に応じた回線プランの使い分けで運用コストを約20%削減
- ・各拠点で2時間以内の切り替え対応を行い、約半年で約270の全拠点の更改を完了

▶ 結果

コストと品質を両立した全拠点の回線増速により、ビデオ会議をはじめとした新たなワークスタイルへの対応が可能に。
万一の際の事業継続対策も強化。

導入の背景

東日本大震災で見えた課題。

事業基盤となるICT環境の見直しが急務に。

信頼あるキヤノン製品と世界的な企業の製品をICTで連携させ、お客さまの価値を最大化するデータセンターサービス、クラウドサービス、BPO(事業プロセス・アウトソーシング) サービスなどを提供するキヤノンマーケティングジャパン株式会社。同社ではつねにお客さまの立場で考え、行動する「顧客主語」を行動指針として、真の顧客満足度ナンバーワンを実現する「サービス創造企業グループ」を目指している。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社
IT本部 ITインフラ部
ネットワークインフラ課
課長

久保寺 幸治 氏

ICTによるソリューション提案を行う同社の事業において、大きな役割を担うのが自社内のICT環境である。2011年3月、東日本大震災の発生によって、ネットワークインフラにおいても、『事業継続のリスク』という課題が浮き彫りになった。「とくに震災で大きな被害は無かったのですが、いつ、いかなる時でも事業を継続させるために2つの対策を講じました。まず、沖縄にDR(ディザスタ・リカバリ) サイトを作り、計画停電への対策を3ヵ月で実施。その後、幕張にあったサーバールームから、自社の商用データセンターがある西東京に移転。西東京データセンターのデータを冗長化しました。これが守りの対策です。もう一方で攻めの対策として軽量なウルトラブックやスマートデバイスを営業部門に持たせ、ビデオ会議システム導入の加速をさせ、外出先からの直行直帰、在宅勤務などが可能なワークスタイルの変革を行いました」とIT本部 ITインフラ部 ネットワークインフラ課 課長 久保寺幸治氏は語る。こうした対策に投資を行ったこともあり、同社ではコストダウンを前提としたICT環境の見直しが急務になっていた。「どこをコストダウンしようかと悩んでいた時に、NTTコミュニケーションズから“Arcstar Universal One”の提案があったのです。コストダウンはもちろんですが、M&Aによる拠点の増加、新たなワークスタイルに向けて導入を始めたビデオ会議システムにより、今後増えていく拠点や通信量に対応できるインフラが必要だと考えていました。私たちは仕事上、つねに変化に柔軟に対応でき、かつ安全、安心、安定した稼働を提供できる最先端のネットワークを利用する必要があります(久保寺氏)

こうして2012年、コスト削減を前提としたネットワークの全面更改はスタートした。

選択の決め手

高い通信品質をキープした全拠点のネットワーク更改で
通信の安定性を向上。

“Arcstar Universal One”の最大の特長は、アクセス回線を拠点の重要度に合わせて選べるところにある。このポイントをふまえ、NTTコミュニケーションズは同社の拠点の大多数を占める営業所などの拠点にコストパフォーマンスを重視したベストエフォートプランを。本社、データセンターなどの中心拠点には帯域確保型のプレミアムプラン、

ギランティプランを利用して増速する、コスト削減と品質確保を両立した更改プランを提案。併せて西東京データセンターにノード装置を設置し、経路のルート分散による信頼性の強化を図る提案も行った。このコスト削減と安定稼働を両立するネットワーク更改プランの提案を受け、同社は“Arcstar Universal One”の導入を決定した。

また“Arcstar Universal One”は標準で二重化されたアクセス回線に加え、高い信頼性とセキュリティを備えたバックボーンにより、高い稼働率が確保できる点も大きな魅力だ。「私たち運用側にとっては1/270の回線ですが、それぞれの拠点からすれば業務を支える唯一の回線です。すべての拠点でつねに安定した稼働が求められています」と久保寺氏が語るように、ネットワーク全体の高い稼働率も導入の後押しになったといえるだろう。



キヤノンマーケティングジャパン株式会社
IT本部 ITインフラ部
ネットワークインフラ課

桐生 大地 氏

ネットワーク全面更改の作業開始にあたり、同社からの要望は安全かつ短時間での導入だった。IT本部 ITインフラ部 ネットワークインフラ課 桐生大地氏は「今回の更改のいちばん大きなメリットはコストの削減です。早く導入すればするほどコストが抑えられるわけですから、あえて半年というタイトなスケジュールで全拠点の更改をお願いしました」と納期の重要性を説明する。「この短時間での導入には、通信を止める時間も含んでいます。業務に支障が出ないように、すべての拠点で通信が止まる時間は2時間以内という約束で作業を依頼しました」と久保寺氏も付け加える。これらのオーダーを受けてNTTコミュニケーションズは専任のデリバリ部隊を編成。詳細な作業工程表に基づく事前の現地調査、資材や人員調達のスケジュール管理を行った。さらに構築中は定例ミーティングを開催して関係者との緊密な連携も図り作業に当たった。「半年という短期決戦でいちばんの問題点は日程の調整です。全国にある約270の拠点ごとにネットワークを止めて切り替えるわけですから、事前の調整が大変でした。当初2、3人だったデリバリ担当を5、6人に増員して対応に当たっていただいたこと、これは非常に助かりました。また作業中にもM&Aの関係で30拠点ほど増えたのですが、こちらも柔軟に対応していただけました(桐生氏)

徹底した日程の調整が功を奏し、2012年6月に開始した同社のネットワーク更改は、月あたり50~60拠点のハイペースで進み、予定通り約半年後の12月に完了。新たなネットワークが稼働を始めた。

評価と展望

安全、安心、安定稼働に満足。

新たな事業展望に併せたタイムリーな提案に期待。

“Arcstar Universal One”稼働後の評価についてはどうなのだろうか。

「営業所などの拠点に導入したベストエフォートの回線は社内ですべてのテストを行い、速度の出ない拠点については、設備側の増強で改善してもらっています。また中心拠点の帯域保証型の回線は、網の構成が変わったことで多少遅延が増えたこともありましたが、こちらも随時改善していただき、いまは切り替え前とほぼ同等の品質で利用でき

ています」と桐生氏は導入後の対応にも合格点を与える。久保寺氏も「ネットワークの信頼性を支えるのは回線の品質が高いことに加え、なにかあった時の迅速な対応力です。つねにスピーディに対応していただけるため安心して使えています。もちろん、全体のランニングコストも従来の2割程度削減できましたので、今回の更改全体に関しては非常に満足しています」と、評価する。

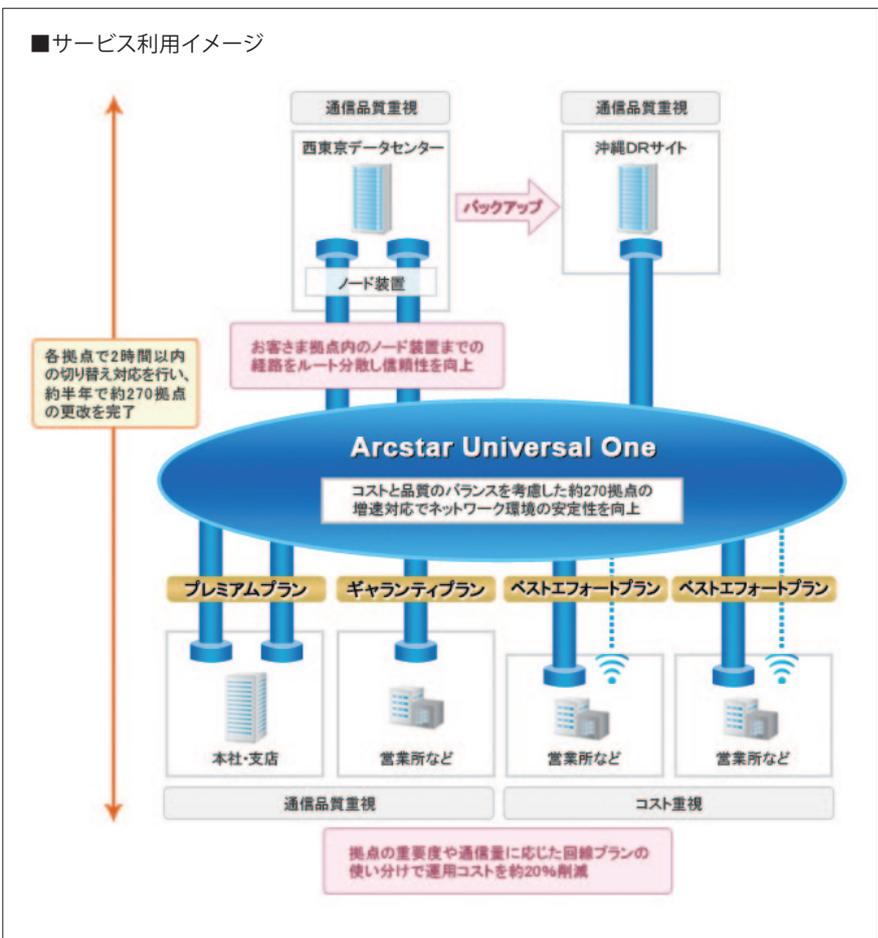
ネットワークが安定して稼働している限り、今回のような全拠点の通信品質の維持、センターへのノード対応といった対策の効果を実感するのは難しい。しかし、万一のトラブルの際でもきちんと事業を継続させたい企業にとっては欠かすことのできない備えといえるだろう。

最後に今後の展望とNTTコミュニケーションズに期待することを聞いてみた。

「今後も拠点の移転に伴う回線の敷設が年間20件ほどあります。これまで同様に的確かつスピーディに対応していただき、これからもいい関係を続けていければと思っています」(桐生氏)

「私たちは未来への指針として“Beyond CANON, Beyond JAPAN”を掲げ、日本を軸に海外のお客さまに対するソリューション提供に取り組んでいます。こうした事業を支える海外拠点への提案にも期待しています」(久保寺氏)

国内はもとより、海外にもフィールドを拡大するキャノンマーケティングジャパンの見果てぬチャレンジ。今後もNTTコミュニケーションズは同社の取り組みを、ICT環境を支えるパートナーとして全力で支えていく。



会社概要

キャノンマーケティングジャパン株式会社



本社所在地 東京都港区港南2-16-6

設立 1968年(昭和43年)2月1日

資本金 733億300万円

従業員数 4,892名(グループ合計18,490名)

事業内容 キャ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

グループ社数 25社

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

※2012年12月現在

Arcstar Universal Oneの詳細はこちら

▶ <http://www.ntt.com/vpn/>



Global ICT Partner
Innovative. Reliable. Seamless.