

情報資源の一元活用を実現するAPI Managementとは？

# UNIRITA

## Magazine

ユニリタマガジン

8-9

AUG-SEP 2015



### ICTによる潜在顧客の顕在化で マーケットを拡大

誰をお探しですか？

ビッグデータ—行動パターンから  
容疑者をあぶり出す

データ活用をすべての人に  
新製品「MyQuery(マイクエリ)」登場

システム管理者の会/Beaconユーザ会

パートナー様ご紹介  
株式会社日立ソリューションズ様

ユニリタ  
イメージキャラクター  
ホラン千秋

# ICTによる潜在顧客の顕在化で マーケットを拡大 ～ API Managementによる新ビジネス・新顧客拡大～

## 情報展開・情報拡散を推進していく事的重要性

産業界における“オムニチャネル”対応により、既存のビジネスはもちろん、商機（オポチュニティ）の拡大に向けてICTを活用した仕組みづくりは大きなテーマになっています。現状はショールーミング対策や、ユーザのライフスタイル変化への対応（＝通販利用頻度の増大）として、ECサイト構築をリアルビジネスとのコンフリクトが少ない範囲で推進しているスタイルが多くみられます。

現在、ECサイトの構成やサービスは、主に購買者向けに構築されています。おすすめ商品を表示するリコメンド機能等のクロスセル・アップセルおよびリピートオーダー獲得を目的とした機能は十分に実装されています。これは、元々買うつもりユーザが操作する仕組みとして定義・構築されているためです。

しかし、残念ながら情報発信機能を十分に有するものとは言えません。このため、商機拡大に向けてのICTを活用した仕組みづくりのテーマが「（買うつもりユーザの）自サイトへの誘導」になっています。自サイト以外からでも商品情報提供などの既存機能が利用できる形態をつくり上げるならば、商機は拡散、増大します。つまり、「自サイトへの誘導」だけが答えではなくなるということです。

これからは、ECサイトなどに実装している様々な機能を部品化して、自サイト以外からの利用や、スマートデバイスの活用などで今後さらに多様化するUI（ユーザインターフェイス）の早期対応が重要です。そのためにも、提供された機能単位の部品活用による真の“マッシュ・アップ”へ移行するフェーズが差し迫っているのではないのでしょうか。

## ネットワーク時代への対応

個人、企業、団体、コミュニティによる情報発信（ホームページやブログなど）が、ネットワーク経由で社会に提示・拡散され、結果的に個人に情報（気付き）として届きます。検索サービスや既知のホームページなど、ネットワーク経由の情報を活用するのは当然の行為と言えます。これらは従来からのブロードキャスト型の情報発信にとってかわるメディアとして、完全に確立している感があります。

さらには、twitterやfacebook等のSNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）によって、情報発生時の即時性が一気に向上しています。この時流に対応するため、各企業はその製品やサービス自体とその提供方法およびプロモーション方法を見

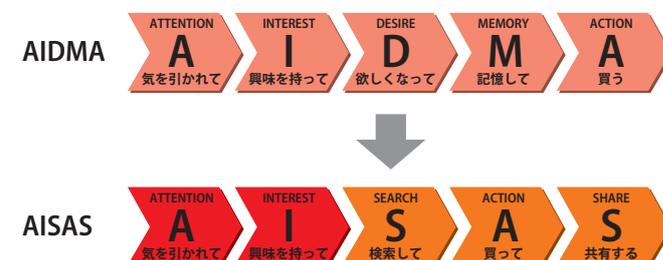
直す必要が生じてきています。この従来からの取り組みの再定義によって、ビジネスモデルの改善・改良およびシフトチェンジを行うチャンスを掴む事ができるとも考えられるでしょう。

## 消費行動プロセス＝“AIDMA”と“AISAS”理論

“AIDMA”は「Attention（注意）」→「Interest（興味）」→「Desire（欲求）」→「Memory（記憶）」→「Action（購買）」の意味で、各プロセスを経て製品やサービスの購入と利用に至るとした考えで、広告宣伝に対する消費者の心理プロセスを示したものです。インターネット経由で様々な情報発信がなされる現在において、購買行動のプロセスの捉え方としては、少々異なったアプローチが必要と考えられます。大手広告代理店の電通が提唱する“AISAS”では、「Attention（注意）」→「Interest（興味）」→「Search（検索）」→「Action（購買）」→「Share（情報共有）」として再定義されています。特に、ECサイトのマーケティングモデルとして活用・引用されることが多い考え方です。

“AISAS”における「Search」は、製品やサービスに関心をもった消費者は、Googleや価格.comなどの検索サービスで情報を得るプロセスを経て購買行動に至る考えです。その後「Share」として、twitterやfacebookなどのSNSやブログ、クチコミサイト、購入サイトでの評価機能を通して、製品やサービスに関する情報発信を行うプロセスを示します。「Search」「Action」の前段階である「Attention」と「Interest」にて、メディアミックスで広告宣伝を行い、検索サイトに誘導しようとする“AISAS”の考え方は、情報を届ける機能の必要性の観点から大変有効です。広告宣伝が、情報展開・情報拡散を推進するひとつの手段だからです。ともすれば、広告宣伝がインターネット上の情報発信で代替されてしまうかもしれない現在のスキームにおいても有用性は十二分に存在すると言えます。

## 消費行動プロセスの変化



しかし、ブロードキャスト型の情報発信での広告宣伝は、インターネット経由で膨大な情報発信がなされる現在においては、「Attention」と「Interest」への訴求力は低下してきていると言わざるを得ません。バナー広告も同様で、ユーザはもはやバナー広告の内容を覚えていません。

また、「Share」での情報展開・情報拡散機能は、そもそも購買経験者（またはそのステージに類する）が発するものであり、製品やサービスがニッチなものであったり、その立ち上がり期（『製品ライフサイクル理論（Product Life Cycle）』における導入期）で、購買者＝情報発信者が少ないステージでは機能しません。以上のことから、「Attention」と「Interest」の重要性が確認されます。

## Spread（情報展開・情報拡散）

これらの観点から、今後の課題は「Attention」と「Interest」に向けた仕組みづくりを、広告宣伝のみならず、徹底的に推進していく事だと考えます。“アフィリエイト”もひとつの有効な手段として考えられます。これも情報展開・情報拡散の推進による商機拡大です。“情報発信のオムニチャンネル”とも言えるのではないのでしょうか？

ここからは新たな情報発信の起点として、以下の様な情報発信者に協力してもらうモデルを考えます。

- ① 自社および自社に協力してくれる（またはお金を払って情報発信を請け負ってくれる）コンテンツ・プロバイダー＝メディアや書籍類の既に取り込んでいる情報発信チャンネル
- ② ビジネスドメインとして協働可能なサイト＝相互送客期待
- ③ 商品ファンなどの有力な情報発信機能を有するサイト＝ビジネス関係性は低いが情報源としての閲覧数を有する
- ④ 書籍・雑誌等の有力な情報発信機能を有するサイト
- ⑤ 個人サイト（ホームページ、ブログ）

## 情報展開・情報拡散のモデル



これら顕在的・潜在的な情報発信源としてのオーソリティ（参照や紹介）を引き込んで活用する事により、まさに蜘蛛の巣の様に張り巡らされたネットワーク上に存在する個客が日々触れる情報によって活性化していく事がポイントです。これにより、商機は拡大、増大すると考えます。情報発信源としてのオーソリ

ティは、自サイトからの離脱は望まないの、ハイパーリンクによる「自サイトへの誘導」ではなく、YouTubeやGoogleマップの様に自サイト内ページに組み込み可能な機能の提供が有効です。

このためには、自サイトの各ページに実装している様々な機能を、APIによる部品化を通して、各種のユーザやサイト向けのシステム構成自体をマネジメントしていくアプローチを検討してはいかがでしょうか。これにより、自サイトの「複雑性の解消」と「継続性・拡張性確保」および「今後の新UI対応」はもちろん、他者向けへの「機能のサービス提供」を確立する事ができます。

ユニリタが提供するデータ連携基盤ソリューション「webMethods」は、情報資源の一元活用（有効活用）実現を強力にお手伝いします。

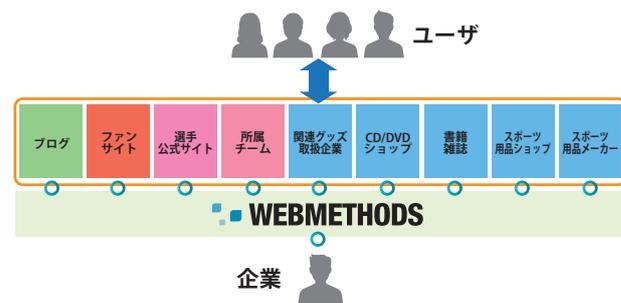
## webMethodsのお客様事例

ある海外のスポーツ専用チャンネルのケーブルテレビ放送局では、自社のスポーツコンテンツをAPIとして部品化し、様々なWebサイトやモバイルアプリケーションに広く提供しています。これにより、自社コンテンツの訴求を行い、新規の会員増加に役立っている事例があります。

また、広く自社のメッセージを普及させるという意味では、海外の環境保全の政府機関では、自社コンテンツを同様に部品化して広く公開することで、認知度を高める、意識を高めるといった活用に役立っている事例もあります。

この様に、自社コンテンツのセキュリティを担保しながらメッセージや告知を行う事で、今までにない新規の市場開拓を狙う企業が海外では増えてきています。

webMethodsは、これらの事例において部品化されたAPIのエンタープライズサービスバス（ESB）として活用されています。



## 担当者紹介



営業本部 東日本営業二部  
プリセールスグループ  
コンサルタント 奥村 誠悟

私は大学卒業後、新卒で一部上場製造業に就職し、経理部門、IT部門、グローバルビジネス管理部門などでの業務を経て、旧ソフトウェア・エージー（後のビーコンIT、現ユニリタ）に至るキャリアを持っています。この経験を活かして、ビジネスサイドにおける視点からのIT活用や課題解決に向けた様々な分野の情報発信を心掛けて参りました。今後も、お客様の実業務に役立つユニリタのソリューションをお届け致します。

# 誰をお探しですか？

## ビッグデータ—行動パターンから容疑者をあぶり出す

担当者  
紹介



**野村 剛一**

執行役員  
新ビジネス本部  
データアナリティクスグループ長  
兼 ESBグループ長

「リアルタイム」が社会を変える。  
ITとデータでゲーム・チェンジを  
楽しみましょう。

例えば、渋谷駅前ですべての人間に事情聴取をする、というのはあまり現実的な話には聞こえません。目撃情報から性別・体格や着衣など犯人の特徴と合致する人物、もしくは、不審な行動をとる人物を探しだして、事情聴取を行うというのが一般的な「やり方」でしょう。

昨今急速に被害が広がっているインターネット上での犯罪、代表的なものではインターネットバンキングにおけるフィッシング詐欺や「なりすまし」の被害。企業内においては、サイバー攻撃や、社員・取引業者による情報漏えいなど、ネットや社内に潜む「悪い奴ら」による犯行が企業の存続を脅かしています。

ここでは、ビッグデータ分析の手順を犯罪捜査を例にお話します。

### ビッグデータを使って「悪い奴ら」を探し出す

「悪い奴ら」は巧妙に姿を隠します。しかしながら、犯人は目的を持った人であり、目的に応じた方法論を持っています。また、人には「くせ」があります。

目的（ここでは犯罪）を達成するまで踏むべきプロセスがあり、最終ゴールに辿り着くまでには通常とは異なる兆候があるはずで

す。インターネットではネットワークやWebサーバを通して行動が記録されています。社内に目を向けると、PCの利用履歴、サーバへのアクセス、入退室情報、最近ではセンサー情報など、人々の行動に関するデータは既に大量に流通しています。

これらの行動データを分析し、異常を検知して、犯罪を未然に防ぐ、もしくは犯人と思しき容疑者を特定する、という取り組みが始まっています。

### 犯罪予防：過去事件の分析から、捜査、逮捕まで

実際の犯罪捜査では、過去の事件を分析して犯行パターンや犯人像を描き出し、捜査方針をたて、聞き込み・張り込み・関係者の事情聴取などを行い、逮捕に至ります。

ここからは、刑事の事件捜査に照らし合わせて、行動データを使った犯人探しの手順を見てみましょう。

ステップ	刑事ドラマでの捜査	データ分析による犯人探し
<b>Step.1：分析</b> 犯罪の分析 プロファイリング	犯罪を分析し、犯行パターンや犯人像を描き出し、容疑者もしくはその特徴を絞り込む。	犯人像から仮説（行動予測）をたて、実データを用いて統計的に検証し、相関要因を探し出し、ルール化する。
<b>Step.2：捜査</b> 容疑者探し	聞き込みをする。犯人像から関連する場所・人を捜査する。	行動データを監視し、作成したルールを通して異常を検知する（兆候を発見する）
<b>Step.3：逮捕</b> 犯行阻止 アクション	容疑者に対して事情聴取・取り調べを行う。犯罪兆候から先回りして犯罪を未然に防ぐ。	明らかな異常兆候では取引や操作を停止。本人確認などのアクションを実施容疑者の更なる追跡。

### Step.1—犯罪・犯人の分析（行動の分析）

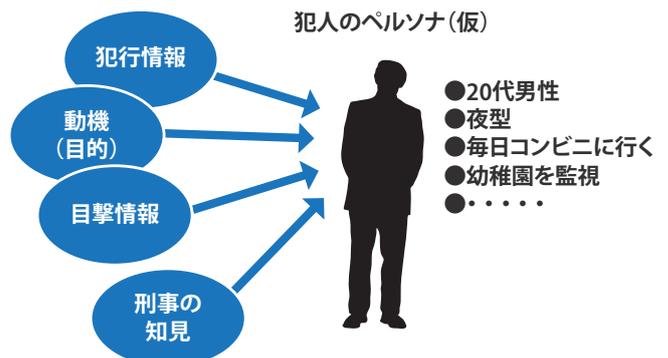
犯人像を割り出します。すなわち、犯人の特徴や行動をパターン化します。

#### 1) 犯人の動機（目的）から仮説をたてる

犯行目的から犯人の属性や行動パターンの仮説を作ります。例えば、外部侵入者が企業内の個人情報を探し出す場合、その目的は、企業内に侵入し、個人情報を探出し、入手し、持ち出すことにあるため、以下の様な行動をするはずで

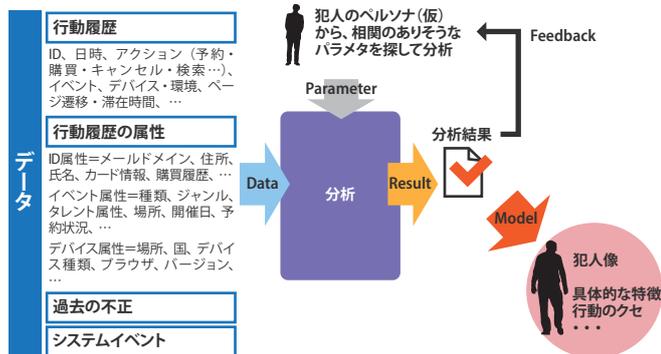
- ①侵入準備：パスワードを盗む、IDを偽造する、入館記録を改ざんする
- ②情報探索：手当たり次第に検索する、Webサイトソースを分析する
- ③情報入手：特権IDを使う、データを検索する、何かに保存する
- ④持ち出し：外部デバイスに保存する、データを送信する

このような仮説から、仮となる犯人像（ペルソナ）を描きます。



## 2) 仮説を元にデータを分析し、犯人像（パターン）を作る

仮の犯人像から行動データや関わる属性の相関をとり、データから導き出された犯人像を特定します。この分析に機械学習などが利用されることになります。

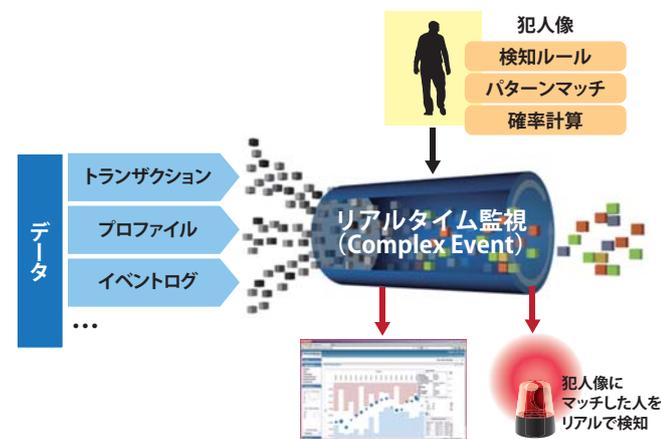


## Step.2 - 捜査：容疑者探し（監視・モニタリング・異常検知）

特定した犯人像を元に捜査を行います。刑事は目で情報を稼ぎますが、コンピュータ犯罪の場合、大量かつ高速に生成されるデータを人間が24時間目視で監視することはできません。コンピュータが大量のイベントデータ（不特定多数の行動）を監視して、犯人像（モデル）に合致する行動や人物を探し出します。

犯罪を未然に防止するためには、この監視をリアルタイムで行うことが重要です。

人手で大量のイベント・データを監視することは物理的に不可能ですから、ルールベース検出・パターンマッチ・機械学習統計によるイベント検知機能を持ったシステムが必要になります。これが、CEP（Complex Event Processing）というプラットフォームです。



異常の検出には以下の様な方法が用いられます。

### A) 異常パターン検知（異常行動／イベント）：ルールベース監視、フィルタ

システム犯罪に置き換えると、入室記録がないのにサーバアクセスがある、異常な回数のログイン、異常に高速な操作、送金直前に送金先が海外口座に変わるなど、明らかに通常とは異なる行動を異常フィルタとして定義することにより、犯罪兆候を検知します。

### B) 不審検知（いつもと違う行動／イベント）：ルールベース検知

例えば、ネットワークトラフィックが直近1週間の移動平均より20%の差異がある、総務部門の20代男性のファイルアクセスのパターンがいつもの行動と比較して統計的に異常がある等、通常と著しく異なる行動やイベントを探し出します。

## C) 犯罪行動パターンマッチ：ルールベース検知、機械学習

犯人像や犯行目的に応じて犯人がとり得るであろう行動パターンと合致するものを探し出します。

### Step.3 - 犯人逮捕・犯行阻止

容疑者が見つければ、取り調べを行い、犯人を逮捕します。また、犯行の兆候が検知できれば、犯行を未然に防ぐために現場に先回りして防止策を講ずるということも可能かもしれません。

システムの場合は、別の手段を用いて本人確認を行う、明らかな不正に対しては取引を遮断するなどの対策を実施します。

刑事事件で容疑者を連行できるのであれば、事情聴取・取り調べを行うことができますが、企業内外のセキュリティ犯罪の場合、対象が顧客や取引先の場合もあるわけですからそう簡単にはいきません。

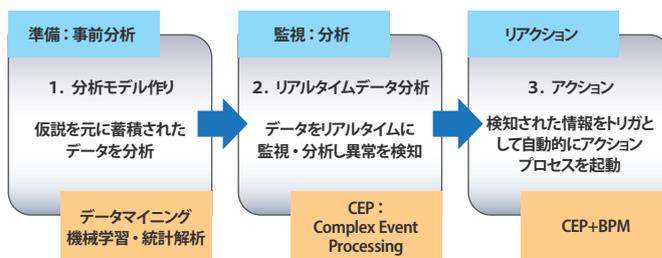
また、インターネット犯罪の難しいところは、その怪しげな人間のほとんどが偽名や匿名、なりすましであり、目の前には存在しないことです。

重要なのは、兆候を発見したらすぐに何らかの対処を取らなければならない、ということです。1時間後に本人確認をしても、足跡を残した当事者はもうどこかに隠れてしまっているからです。

このため、不正や犯行の兆候が検知されたら、間髪を置かずリアルタイムに対処を行うことが肝要です。このために、分析・検知自体を超高速で行うプラットフォーム（CEP）と、検知から対処までのプロセスをオートメーション化するシステムインフラが必要になってきます。

## ビッグデータ分析の一般的な手順（まとめ）

行動データを用いた犯人探しの方法論の一つを犯罪捜査に照らし合わせて見てきましたが、セキュリティの分野でもマーケティング・営業領域でも、いわゆるビッグデータを分析・活用するための一般的な手順は同じです。



分析モデルについては、当社が提供しているネットバンキング専用の不正送金阻止サービスや、同じく銀行勘定系システムでのアンチマネーロンダリングシステム、クレジットカードの不正利用検知、など研究が進んでいる特定の分野を除いて、この分析のための汎用的なレシピは公開されていません。

多くの企業では、「1. 分析モデル作り」に苦勞されているようですが、前述のように、モデルを作るにはその目的に応じた仮説作りから始まります。仮説をたてるには関連する業務や被害の特性を知る必要があります、これは企業ごとに異なります。すなわち、企業の問題解決のためのレシピはその企業でしか作れないのです。

意外に思われるかもしれませんが、現代では、分析自体はそれほど敷居の高いものではありません。皆さんが抱えている課題が明確であれば、必ず何らかの結果は出てきます。ユニリタがお手伝いいたしますので、データアナリティクスグループまでお気軽にお声がけください。

**ビジネスに必要なデータを簡単ダウンロード！  
社内外のさまざまなデータに素早くアクセスして、誰もがシンプルにデータ活用。**

ビッグデータなど、企業によるデータ活用が注目を浴びている中で、企業のデータは社内外に散在し、これらを活用するには各種システムやデータベースへの認証、アクセス設定などの仕組みや専門知識が必要です。そこで、専門的な知識がなくても、企業の誰もが必要なときに必要なデータをセキュアに取得できる「MyQuery (マイクエリ)」を提供します。

「MyQuery」によるタイムリーなデータ提供により、データの見える化やデータ分析が企業内で広く行われることで、業務の質とビジネススピードを向上させ、企業の成長、変革に貢献します。

**すばやくアクセス 必要なデータを必要なときに提供**  
社内外のデータを1クリックダウンロード！

データの所在を意識することなく、抽出条件を作成するだけで1クリックでダウンロードすることができます。利用者は作成した抽出条件を「カード」として登録でき、いつでも再利用できます。「カード」はタグ付けによる整理、共有が可能です。ダウンロード後はEXCELなど、普段お使いのツールで見える化、分析を行うことができます。

**かんたん操作 専門知識、トレーニング不要**  
こだわったUIデザイン、視覚的かつ直感的に操作ができる

シンプルなUIデザインで直観的な操作が可能です。ウィザード形式やドラッグ&ドロップの操作により、操作説明書を参照しなくても使うことができるため、社内に早く展開、利用を促進させることができます。

**安全セキュリティ 安心のデータ提供、アクセスログも取得**  
不正アクセス防止、情報漏えい対策に

企業のデータ利用にはセキュアな環境が必須です。柔軟なアクセスコントロール機能により、安心のセキュリティレベルを確保。誰がどのデータを参照したかがわかるアクセスログを出力、証跡としての利用、利用状況の監視、分析も可能です。



詳細は製品ページを  
ご覧ください。

MyQuery

検索

データ総研、ユニリタ協賛セミナー 開催決定！

**データ活用事例セミナー**  
部門やシステムの垣根を超えて知恵と情報を結集する！

ビッグデータやアナリティクスという言葉が示すように、企業のデータ活用の取り組みがますます盛んになって参りました。企業経営に貢献すべく、それらの活動一つ一つを支え、更なる発展を目指すためには、以下のような取組みが重要になります。

- ・データを利活用することの意義を社内で共有し、活かせる体制づくり
- ・データ分析結果を業務にどのように利活用すれば良いかの知識やノウハウづくり
- ・データを利活用するための基盤づくり

本セミナーでは、上記に挙げた各社の取り組み事例と重要となるポイントについてご説明させていただきます。

**日時** 2015年9月1日(火) 13:30 ~ 17:45

**場所** ベルサール神保町 アネックス

**参加費** 無料

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 2-36-1  
住友不動産千代田ファーストウイング 1F  
「神保町駅」A2 番出口徒歩 2 分 (半蔵門線・新宿線・三田線)

ユーザー事例紹介



株式会社ノリツ  
品質保証推進統括部  
お客さま部 リーダー  
谷口 康子 様



株式会社アイズファクトリー  
専務取締役 COO  
岩崎 哲 様



株式会社リクルートテクノロジーズ  
ITソリューション統括部  
ビッグデータ部  
池田 英哲 様

こんな方におすすめ

- ・データ活用によるビジネス改善を行う / 提案する部門の方 (IT企画部門、各ビジネス部門)
- ・データ活用・データ解析を行う部門の方 (各ビジネス部門、データ解析部門)
- ・データ活用の活性化推進を行う部門の方 (IT企画部門、DWH保守・運用部門)
- ・上記内容を提案・実施する ITベンダの方

詳細なプログラムやお申し込みはこちらから <http://www.drinet.co.jp/seminar/solution/2015s.html>

## 第9回システム管理者感謝の日イベント開催！ 総勢412名が参加！

当会では、『エンジニア魂』を「常に技術を『学び』続ける姿勢をもち、プロのエンジニアとして企業のビジネスを牽引していく」ものとして掲げています。

本イベントは、「システム管理者の会」が毎年夏に開催しているイベントです。会社のITシステムを企画・開発・運用する人たちやITシステムに興味がある人たちが集まって、新たな技術や考え方について学ぶとともに、参加者同士の交流を通じて、知見を広めていただくことを目指しています。

第9回となる今年のイベントでは「ビッグデータ」がテーマ、実際にビジネスに活用している方、分析のソリューションを提供している方など、様々な立場でビッグデータに関わっている方々にご講演いただきました。

### 講演1

株式会社アイズファクトリー 専務取締役 COO 岩崎 哲氏

データ活用に関する市場動向やビッグデータの活用事例をご紹介いただきました。また、IT投資の目的が「売上増大への直接的貢献」へと変化する中で、システム管理者の方が担うべき役割の1つを「マーケティング戦略の立案へのサポート」とし、その手段としてのデータ活用を成果に結びつけるためのポイントや、必要なスキルセットをご紹介いただきました。



### 講演2

株式会社リクルートテクノロジーズ  
ITソリューション統括部 ビッグデータ部  
IDポイントビッグデータインフラグループ 池田 英哲氏

リクルートのビジネスモデルである『世界の生活者と産業界に「まだ、ここにいる、出会い。」を提供します』を支えるビッグデータ活用



基盤を活用事例とともにご紹介いただきました。システム管理者目線で発案、構築したメタデータ管理システムが社内で多くのユーザを獲得していることに触れ、「システム管理者だからこそ提案できることがたくさんある」と話してくださいました。

### 講演3

組織学会、経営行動科学学会 会員 金坂 秀雄氏

『センサーを用いて、コミュニケーションを膨大な量のデータに変換し、職場の「信頼の中心」にいる人を登用することで生産性を上げる』。そんなご自身の研究内容と、実際に企業で成果を上げた事例についてご説明いただきました。そして、学び続けるコツとして「価値があると思うなら継続すること」と、ご自身の研究がうまくいかなかったときの経験に照らして語っていただきました。



### 本当に情報交換ができる情報交換会

5つの異なるテーマのテーブルがあり、同じ興味関心を持った参加者同士がフリースタイルで情報交換をしました。テーブルごとにざっくばらんな情報交換が行われ、講演者の方にも参加していただき、質疑応答が活発に飛び交っていました。

来年は第10回目となる記念大会です。過去最大のイベントとなるように企画をすすめてまいります。来年もご参加の程よろしくお願いします。



- 詳しくは、「システム管理者の会ポータルサイト」をご覧ください。

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

## 研究グループ活動報告 ～研究グループ活動って1年間で何をやるの？～

今年度は、全国で29グループ/110社/238名でスタートしています。第1回目の研究グループ会合「春の全体会」は5月に地域ごとに行われました。全体会は、研究グループごとに自己紹介から始まり、年間の活動計画を立て、翌年3月に開催されるシンポジウムに向けた研究活動のキックオフとなります。

7月には、地域ごとに合同の合宿がス

タートし、意識合わせ・研究の方向性確認を行い、テーマに沿って本格的に研究を開始するための重要な場となります。

今後は、研究の深堀りや方向性の修正が中心となり、研究内容のまとめから資料作成、発表練習と本番のシンポジウムまであつという間です。皆様、シンポジウムでの研究グループの成果発表にご期待ください。



東日本システム運用研究部会合同合宿の様子

- 詳しくは、「Beaconユーザ会ホームページ」をご覧ください。

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

## 活文×ユニリタ製品で生み出される価値

当社(日立ソリューションズ)には日々生まれる文書、図面、帳票、画像、動画といったビジネスコンテンツを自在に活用するブランド「活文」があります。今回は、活文×ユニリタ製品で生み出される価値をご紹介します!

### ユニリタとお付き合いのきっかけ

当社には活文製品を活用した「基幹系プリントソリューション」という、帳票関連のコンサルティングからシステム分析および提案・導入・構築・移行を支援するソリューションがあります。2010年当時の基幹系プリントソリューションでは、マルチベンダーへの対応は十分ではありませんでした。そこで、「BSP-RM」をはじめ、帳票関連製品において豊富な実績を有するユニリタの力を借り、両社の製品を組合せ提供することで、お客様の課題を解決しました。ここからユニリタとの太く長い付き合いが始まり、互いの製品を連携させ導入いただくケースも増えてきました。

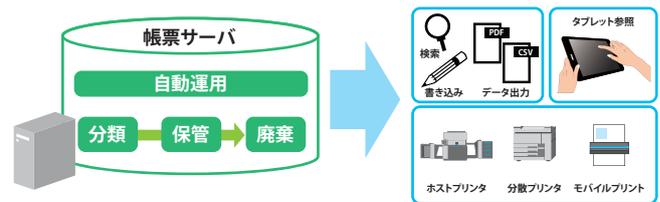
### 活文×ユニリタ製品

帳票の課題として多いのは、マイグレーションの移行方式や運用の改善です。「業務システムをオープン環境に移行したいが、従来の帳票資産はできるだけ活かしたい」といった要望には、お客様の環境に合わせオープン化が可能な基幹系プリントソリューションで対応できます。他にも「プリントリプレイス」「モバイルプリント」「共通基盤化」「帳票運用最適化」など様々なニーズにお応えするソリューションを用意しています。

特に「帳票運用最適化」では、活文×ユニリタ製品の力を発揮し、帳票運用を最適化するとともに、コスト削減も実現します。

また、活文の電子帳票システム「活文 Report Manager」は、重要情報を含んだ帳票のセキュリティを確保しながら、棚卸しなど手間のかかる帳票運用を自動化します。さらに、検索や書き込みなど、帳票データを活用することができます。管理者・利用者それぞれの課題を解決し、運用コスト削減や業務効率化を強力に支援します。

他にも最近のトレンドでは、タブレットを利用した“現場”での帳票活用があります。これに対して、「モバイルプリント」では、タブレットから任意のプリンタに印刷することが可能です。これまで外出先での印刷は、専用のモバイル端末からと限定されていましたが、汎用のタブレットで必要な場所からすぐに利用できること好評です。

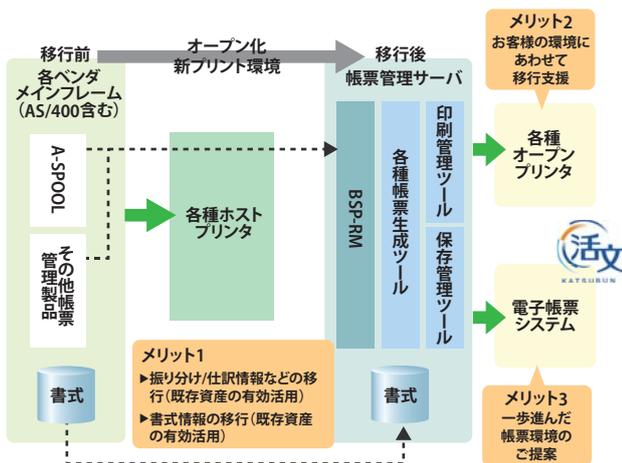


### Facebookで活文を宣伝

当社では、「活文ブランドの認知度向上」と「ビジネスコンテンツへの関心喚起」を目的に、「活文Facebookページ」を開設しており、定期的に“あっ!”と驚き、“知らなかった!”とタメになる活文の情報をお届けしています。Facebookのアカウントをお持ちの方はぜひ、チェックといいね!をお願いします。

### 今後の展望

当社は、旧BSP社とお付き合いをさせていただいておりましたが、合併により旧ビーコンIT社の製品もプラスされ、データ活用の可能性が大きく広がったと感じています。活文×ユニリタ製品でどのようなことができるか、アイデアを互いに出し合い、“新たな価値”が生まれるソリューションを検討しています。今後も密に連携し、お客様に喜んでいただけるようなソリューションを提供していきますので、ご期待ください。



## 株式会社ユニリタ [www.unirita.co.jp](http://www.unirita.co.jp)



本社	〒108-6029	東京都港区港南2-15-1 品川インターシティA棟	TEL 03-5463-6383
大阪事業所	〒541-0059	大阪市中央区博労町3-6-1 御堂筋エスジービル	TEL 06-6245-4595
名古屋事業所	〒451-0045	名古屋市西区名駅3-9-37 合人社名駅3ビル(B48KTビル)	TEL 052-561-6808
福岡事業所	〒812-0013	福岡市博多区博多駅東2-2-2 博多東ハニービル	TEL 092-437-3200

ユニリタグループ 株式会社アスペックス / 株式会社ビーティス / 株式会社データ総研  
備実必(上海)軟件科技有限公司 / 株式会社ビーエスピーソリューションズ