

●「富士通シーメンスコンピュータズ統合で変革する富士通」 記者説明会質疑応答議事録

日時 : 2009 年 3 月 30 日 (月) 15 : 00～16 : 15
場所 : 大手町 サンケイプラザ 3F
登壇者 : 代表取締役社長 野副 州旦 (のぞえ くにあき)
取締役副社長 富田 達夫 (とみた たつお)
経営執行役上席常務 リチャード・クリストウ
経営執行役常務 松原 信 (まつばら まこと)

■質問者 A

Q: x86(IA)サーバを強化するなら、PRIMEQUEST(基幹 IA サーバ)や SPARC Enterprise(UNIX サーバ)などは特に持たなくてもよくなるのではないのでしょうか? IBM による Sun Microsystems の買収の可能性も踏まえて、今後の製品ラインナップの整理についてのお考えをお聞かせください。

A: 野副 :

IA サーバはグローバル化の鍵となるということをお話してきたわけですが、かといって PRIMEQUEST など他の商品が不要になるというわけではありません。特に UNIX サーバは日本の市場における顧客層が非常に広く、この莫大なアプリケーション資産を富士通が今後長期にわたりどういった形でコミットしていけるかということが、お客様起点の経営の鍵となります。そういった意味で、引き続きラインナップを継続していきたいと考えています。当面は IA サーバを強化するからといって、他の製品を終息するということはありません。ただ、グローバルで考えた場合、これからは全てのプラットフォーム製品を海外に出荷するのではなく、特定のプラットフォームに絞り、その中の商品の種類を増やしていくことが賢明だと思っています。

富田 :

富士通はいろいろな資産を持っています。PRIMEQUEST や SPARC Enterprise も昔メインフレームをお使いだったお客様を取り込んでまいりました。やはり SHV (Standard High-Volume) の IA サーバでは提供できない領域があり、そのため富士通はミッションクリティカルな仕組みを提供してきました。今後、IA サーバ事業本部にて、長期的視野に立ち、PRIMERGY と PRIMEQUEST の融合に取り組んでいく予定ですが、現状では PRIMEQUEST は PRIMERGY ですぐに置き換えられるものではなく、両方必要です。UNIX サーバのお客様は非常に資産を重要視されていますので、そう簡単に IA サーバに移行できるものでもなく、SPARC Enterprise を着実に提供していくことを進めてまいりたいと考えています。

■質問者 B

Q: アウグスブルグの工場におけるサーバ関連の従業員は何名になる予定ですか？

A: クリストウ：

具体的な人数について今日はお答えしませんが、我々は、アウグスブルグを非常に重要な工場と位置づけており閉鎖の予定はありません。生産は今後も継続していきます。

■質問者 C

Q: IA サーバの国内の販売目標である「2010 年にシェア 30%強で 1 位」について、一気に拡大する策として、「競合力のある価格設定」とプレゼンに書かれていますが、これは安売り攻勢を仕掛けるということですか？

A: 野副：

国内で IA サーバを 20 万台売るには、今のやり方では通用しないと認識しています。マーケットを見極めて、販売体制を当社の中にもう一度作り込む必要があります。大手のお客様にはソリューションビジネスの延長でプロダクトをどう拡販するかを再徹底していきます。そして、中堅中小のお客様にプロダクトを売ることが徹底できるか、さらに中小のお客様には当社自身が販売することが妥当な方策であるか、を検討していきます。

外部チャネルの活用を考えたとき、今の外部チャネルに対する動機付けやインセンティブではおそらく通用しないでしょう。競争が拮抗するほど価格勝負に陥っていきませんが、当社はそれを避けていきます。基本的には低価格の中でもある程度利益を確保していかなければなりません。現在、外部チャネルにきちんと売ってもらうための動機付けを徹底して検討しています。外部チャネルと意見交換を行い、彼らの当社に対する要望、新たに当社のチャネルとなることの魅力を聞いていきます。価格だけではない何かがあると思っています。そういうことを徹底して分析し、日本の中で初めてマーケットリサーチをした結果が出ると思います。

松原：

野副がご説明したとおりです。台数売っていく上で、FSC のノウハウ、つまりチャネル政策のノウハウが生きてと思います。当社には外部販売要員であるパートナー、チャネル営業が約 7,500 名おります。4 月中旬には全国のパートナー向けに細かい施策を発表する予定であり、パートナーが販売意欲のわくさまざまな施策をうっていきます。当社ではプラットフォームを軸に販売する営業部隊、よりきめ細かくパートナーを支援する営業部隊など、4 月から組織を改定していきます。また、一概にパートナー、チャネルといっても、日本国内でもいろいろな販売ルートがあります。それらを 5 つの大きな販売ルートに分けて、そのルートに沿ったきめ細かな施策を 4 月からうっていく予定です。そして目標に向かって国内営業全員がまい進していきます。

■質問者 D

Q: 最近のシステム構築におけるハードウェアの売上比率は 10~20%に下がり、ソリューションの売上比率が高まっています。他社もソリューションビジネスへのシフトを進めているようですが、御社のソリューションビジネスへの取組みについて教えてください。

A: 野副:

当社はグローバル化をサービスとプロダクトの両輪で拡大することを基本戦略としています。当社の強いサービスを示すためには、プロダクトが必要だと認識しています。ある調査会社のマーケット分析データによれば、IA サーバの用途の 6~7 割がファイルサーバか、メールサーバという結果でした。そのことから、IA サーバは今後もグローバルで、より高い市場成長が期待できます。さらに日本市場においては、IT 市場伸長が 2%程度と言われている中で、IA サーバはより高い伸長を見込めると考えています。また、プラットフォームにサービスを載せて提供するほうがより高い利益を期待できると考えます。

私自身、2003 年度からサービス事業の担当をしてきましたが、ハードウェアに依存したサービスの在り方は非常にリスクが大きいと当時考えておりました。そのため、ハードウェアに依存しないサービスビジネスを目指していました。他社のプラットフォーム上でも提供できるソリューションを作り上げることが重要と考えていました。しかし、当社が持つ経験やアプリケーション等のノウハウをより一層活かすには、それらを盛る器が必要だと考えるに至りました。つまりそれがプロダクトです。プロダクト拡販のために大きく 2 つの取組みを進めております。1 つはインフラサービスの工業化です。もう 1 つは手離れの良い提供の仕方として型決め、つまり SE の過去の経験を基に大きく 6 つの利用シーンに分けてカタログ販売的に提供出来る様にしました。これらのプロダクトにソリューションを載せて提供していきます。

また、当社のプロダクトはサーバだけではありません。ファイルシステムやネットワーク機器、端末等があります。サーバが売れることでサービスだけでなく、そうした周辺機器も売れるようになります。これらプロダクトの拡販強化をグローバルに強化していきます。

また、もう一つの大きな取組みとしてフィールド・イノベータがあります。当面は国内での展開になりますが、欧州の富士通サービスが提供する「リーンサービス」も、それに近い取組みと考えております。お客様の視点に立った付加価値の高いソリューションを提供する、強いサービスを提供するために必要な器、それがプラットフォームだと考えております。

クリストウ:

IA サーバを売るときに、価格競争をすることは我々としては望ましい形ではありません。サーバにストレージやミドルウェア、サービス等がバンドルされて提供されることが重要であると考えます。我々の提供するものに対する TCO(Total Cost of Ownership)を見てお客様はきっとご満足していただけるはずです。IA サーバを 50 万台販売するという計画も、その大半がソリューションの一部として提供していくことになります。そのことが非常に重要だと我々は考えております。中国や欧米でも大きな IT 部門を持つ企業では製品自体の価格競争力が問題になりますが、それ以外では高い

品質のハード、ソフト、サービスの組合せが評価されます。これこそが我々が考えている戦略であり、お客様が本当に必要とされているものを提供できると考えております。そしてプライスインセンティブだけでなく、それ以外のものを重視しているという点を是非ご理解頂きたいと思います。

■質問者 E

Q: UNIX サーバで提携している Sun Microsystems 社が仮に IBM 社に買収された場合、富士通の UNIX サーバのビジネスに対する影響はどのくらいありますか？

A: 野副：

IBM 社がこういった形で Sun Microsystems 社を買収するかにもよりますが、我々はお客様起点に立ち、お客様の UNIX 資産を最大限に守るための着実な交渉を進めていくことになるでしょう。IBM 社と Sun Microsystems 社の関係やいろいろな交渉がどのような結果で終わろうと、お客様起点から離れた形で話し合いが進むとは考えられません。やはり基本はカスタマーベース、マーケットに対する最大の効果を出すために話し合いが進むはずです。富士通は UNIX ベースのお客様の資産を、富士通というチャネルで確実に守ります。あくまでも買収が成立した場合の「If」の場合においての話ですが、富士通はお客様起点経営のためにきちんと対応していきます。

■質問者 F

Q: FSC の統合効果が利益面で表れるのはどのタイミングになりますか？

A: 野副：

2009 年度から統合効果を出すために、今、懸命に準備を進めています。

クリストウ：

1 年目から利益を計上できるような計画を立てています。ただ、昨今の経済状況があるので確実にというお約束は残念ながらできませんが、やはりそういった気持ちで統合を開始しましたので 1 年目からと考えています。

Q: シスコ社もサーバ市場に進出してきており、クラウドやデータセンターといった流れの中で、サーバの重要性が高まっているようですが、富士通がサーバを強化するのもそのような背景があるからですか？

A: 野副：

シスコ社の思いは私どもにはわかりませんが、これからのクラウド時代におけるサーバの重要性やプラットフォームを持つことへの考え方は、私どもと共通するものがあると思います。

クリストウ：

仰るとおり、これからサーバは増えると思います。それからストレージも増えてくると思います。クラウドはダイナミックデータセンターと言い換えられますが、こういったものを構築するとより多くのサーバが必要になりますので、そこでは、お客様に富士通のサーバを使っていただけるか、ということが課題です。シスコ社の戦略については、詳しいことはわかりかねますが、一般的な見解としては、同じ立場で広げていくことで、この動きは歓迎すべきものと考えています。

■質問者 G

Q. 富士通だけではなく、IT 業界ではハードベンダーからソリューションベンダー、サービスベンダーへ変身する動きがありました。しかし中身を見ると実態はこの十数年間変わっていないように見えます。今回、「プロダクトビジネスからシステムビジネスへ」と発表していますが、やはり富士通は変わっていなかったということですか？

A. 野副：

富士通は、変わっていなかったというより、マーケットの動きに十分な形で追随できていなかったということです。メインフレームからオープン時代に移り、ネットワークもインターネットという新しい時代を迎えたとき、それまで持っていた当社のリソースが新しい時代の中できちんと再編されながら変化できたかという点が残念ながらできていませんでした。

ただ、メインフレーム時代から莫大なお客様の IT 資産を持っていました。一つはメインフレームなどのプロダクトを日本や海外でも売り切ったがゆえに、Product Related Service の利益を長年にわたってあげることができました。これは一種のストックビジネスです。市場が変わりその変化についていけないからといって急激に体質を変えなくても、富士通の数万人の従業員を持っていけるだけの収益源がありました。一方で当社自身がオープン化に対応するために変わらなければいけない危機感をある程度感じたことは事実です。

オープン化になって、2001、2002 年と巨額な赤字に陥りましたが、2003 年以降ソフトウェアサービスを重点としたストックビジネスを収益に結びつけることで、ある程度右肩上がりの営業利益をあげることができました。問題はオープン化の世界でどう成長し、利益貢献するかといったときに、もう一つ二つの大きな変革がないと成長できないということだと思います。

以 上