

## 第7章 ビジネス支援サービス

### ASP・SIPS

## ASPはインターネット系、コンシューマー系に期待 SIPSはノウハウと実績が問われる時代へ

#### ASP

ASP(Application Service Provider)は非常に大きなポテンシャルがあるマーケットとして注目されているが、残念ながら2000年は本格的な離陸の年という状況にはならなかった。特に既存のパッケージソフトをネットワーク上で提供するタイプのサービスは数多く登場したが、あまり成功しておらず、撤退や縮小するケースも目立つ。

理由としては特に有望なターゲットと想定されている中小企業などでの高速常時接続環境が浸透していないこと、ウェブなどをベースにしたインターフェイスの使い勝手が必ずしもよくない、コストメリットがそれほど大きくないなどの点が挙げられる。パッケージよりもASPを選択するメリットが十分に訴求されていないという問題が大きいだろう。

大企業においては機密性の高い企業データを外部環境に出すことへの抵抗などから、既存業務の中で情報システム部門が管轄しているものなどはASPへの移行が難しいのが実状である。しかし、出張精算処理や特許関連の処理など、部課レベルで決めてしまえるものや、ASPに委託するメリットの大きいものに関しては好調なサービスも一部見られる。

確実にASPを選択肢に入れる企業が増加してきている分野としては、楽天市場が提供しているようなECシステムやメール配信システムなどが挙げられる。新規に自社でリソースを持つにはやや重たいと感じるものや、スピードが勝負で陳腐化の激しいインターネット関連のサービスに関しては、変動費化したいというニーズが非常に高く、これまで既存のパッケージが入り込んでいないこともあって受け入れられているようだ。

一方コンシューマー向けASPサービスについても、ADSLの普及などブロード

バンド化が進むことにより、いよいよ本格化してくるだろう。ワープロソフト大手のジャストシステムもパッケージユーザーに対し、ネットワーク上でハードディスクを一定容量貸す「Internet Disk サービス」をスタートした。コンシューマー向けは流通コストが高く、提供する方も思い切った価格設定ができるため、年末ぐらいにはさらに本格的なサービスが登場することが予想される。

またiアプリの登場で、携帯電話向けASPサービスも土壌が整いつつある。端末のメモリー容量の増加など、技術的な進歩によって多数のサービスが登場するだろう。PDAも、携帯・PHSのデータ通信と組み合わせることでビジネス向けのサービスが期待されている。

#### SIPS

我が国でもSIPS(Strategic Internet Professional Service)と呼ばれる企業が増加している。従来のコンサルティング会社の場合は戦略やビジネスコンセプトまでは立案できて、それを実際に形にするところまでは遂行できなかった。逆にSI会社では、漠然としたビジネスモデルを具体的なシステムの形に持つていくまでのノウハウがない。ホームページの制作会社にしても、デザイン会社や印刷会社から発展しているようなところが多く、ビジネスコンサルティングやシステム開発は苦手としている。

そうした状況に置かれた担当者にとってはコンセプト・戦略立案、システム設計、開発、インターフェイス設計、運用など、トータルにワンストップで対応してくれるSIPSはよきパートナーであり、かつ相談相手でもあり、アウトソーシング先でもあり、非常に頼もしい存在として映ることだろう。

しかし、先行していた米国のSIPSはこ

こへきて「ドットコムバブル」の崩壊とともに、顧客であるネットベンチャーが次々と経営難に陥る中で、軒並み苦戦している。しかし、日本のSIPSにとってはむしろこれから勝負になる。

日本のSIPSは

- 当初からSIPSとしてのビジネスモデルを掲げるネットイヤーやフロントライン・ドット・ジェーピー等のタイプ
  - ネット系の技術に強いところからSIPSを目指すインディゴ等のタイプ
  - ホームページ制作をコアにしてSIPSを目指しているキノトロープ等
- 以上の3タイプに分類される。

巨額の資本を集めたベンチャーが少なかった日本では、むしろeビジネスの主役が大企業になっているため、大企業に対してすでに強いリレーションがある大手の広告代理店や印刷会社、SIベンダー、コンサルティング会社などがSIPSとアライアンスを組みながらプロジェクトが進む形態も多い。

今後の動きとしては、

- ①広く総合型で展開するSIPS
  - ②業種や特定の技術の専門特化型
  - ③大手広告代理店等への吸収型
- などに分化していくことが予想される。

顧客のニーズも大きく変わりつつある。これまでは構築需要が中心であったため、過去の経験だけが優位性だったが、顧客も成長している中ではそれだけではビジネスにはならない。今後はeビジネスが“継続的に”“より高い効果を生む”方向に正確に導いていくための大きなビジョンと、その核となるノウハウや技術、方法論などを整備していることが評価の基準となる。SIPSが業態として確固たる地位を築くためにも、以上のような点は重要になるだろう。

(藤元健太郎 株式会社フロントライン・ドット・ジェーピー)



## [インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ [iwp-info@impress.co.jp](mailto:iwp-info@impress.co.jp)