

飛龍

CSK GROUP MAGAZINE ● HIRYU

H I R Y U

VOL.72

WINTER2006

2006年冬号(12月発行)

2007年3月期
中間決算報告



A message from the President of CSK HOLDINGS

圧倒的な優位性の確保に向けて

The Corporate Profile

東京グリーンシステムズ / CSKグリーンサービス
北海道CSK

CONTENTS

ごあいさつ

2007年3月期 中間決算説明会 「圧倒的な優位性の確保に向けて」 1

CSKホールディングス 代表取締役社長 福山 義人

2007年3月期 中間決算報告 10

CSKグループ企業の横顔

東京グリーンシステムズ / CSKグリーンサービス 14

社会貢献というCSKグループの理念を脈々と受け継ぐ

北海道CSK 16

北の大地を拠点にさらなる事業拡大を目指す

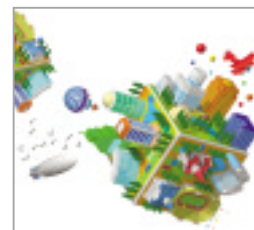
連載第59回 企業繁栄『徒然草』 18

「50%の100%」半分の力を十分に出せ

(株)ニュービジネスコンサルタント社 代表取締役社長 梶谷通稔

CSK GROUP NEWS 20

JIECと東京エレクトロデバイス「SenSage」販売で提携
センドメールとCSK Winテクノロジー他 セキュリティアプライアンスを販売開始
CSKフィールドサービス他3社 PCセキュリティ・運用管理分野で協業
CSKマーケティング 札幌センター開所式
福井CSKコンタクトセンター事業部が「ISO27001」認証を取得
大川財団20周年を迎え、さらなる国際展開
SWCとマイクロソフトが協力関係を強化
CAMP、2006年度グッドデザイン賞を受賞
コスモ証券ホームページ リニューアルのご紹介



表紙イラストレーション 岡部タカノブ



2007年3月期 中間決算説明会

「圧倒的な優位性の確保に向けて」

CSKホールディングス 代表取締役社長 福山 義人

2006年11月8日(水)、CSKホールディングスは2007年3月期中間決算説明会を開催し、会場にお集まりいただきました機関投資家の皆様に向けて、今期の業績およびグループ事業戦略の推進状況についてご報告申し上げます。以下にその内容を掲載し、皆様の深いご理解を賜るとともに、ごあいさつに代えさせていただきますと存じます。

はじめに

本稿では「圧倒的な優位性の確保に向けて」と題して、ホールディングス体制へ移行して1年が経過した現

時点での、われわれの取り組みと今後の方向性についてご説明します。

1. CSKグループの事業セグメント

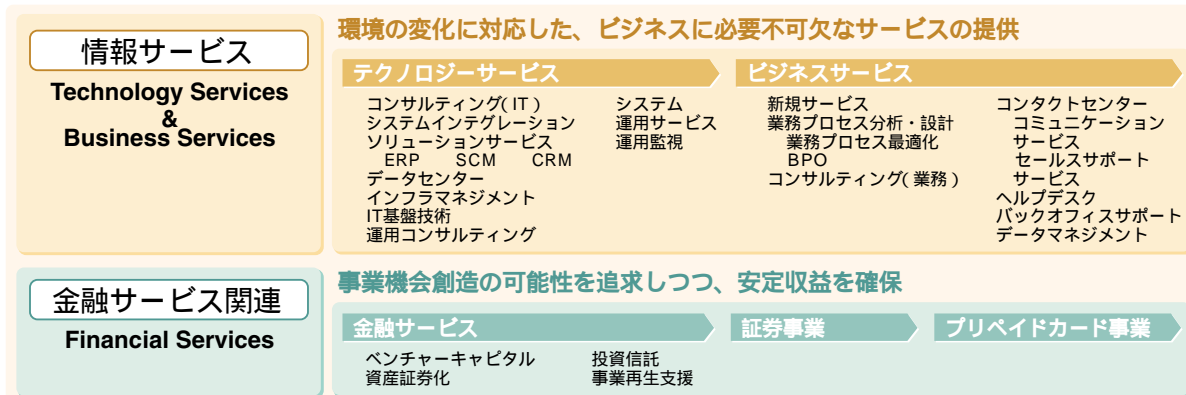
CSKグループの事業を大きくとらえると、情報サービス事業と金融サービス関連事業の2つのセグメントに分かれます。まず、情報サービス事業は、従来からのシステムインテグレーションやソリューションサービスなどのITサービスを中心としたテクノロジーサービスと、BPO^[1]・業務運用を含め、これからさらに積極的に取り組もうとしている新規サービスなどから成るビジネスサービスとに分けられます。情報サービスのセグメントの中にビジネスサービス分野における特長あるサービスを多く抱えている

ことが、サービスプロバイダーへとシフトする上でのわれわれの大きな強みです。

そして、金融サービス関連事業は、CSKベンチャーキャピタルのベンチャーキャピタル事業、プラザアセットマネジメントの投資信託事業、CSKファイナンスの不動産証券化事業、CSKプリンシパルズの事業再生支援といった金融サービス、そして、コスモ証券の証券事業と、クオカードのプリペイドカード事業に分けられます。

[1] BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング): 業務運用サービス。効率性および品質向上のために業務を外部委託すること。

CSKグループの事業セグメント



2. 中期的取り組み方針

中期的な取り組み方針については、前期決算説明会にて、2005年度、2006年度を重点投資期間と位置付けて、戦略的な事業投資として1,300億円の投資を行うことを表明しました。今現在においても構想段階のものがいくつかあり、実現には時間を要する案件もあるため、重点投資期間を2007年度まで延長しています。

一方で、情報サービス業界においては、事業環境の変化が業界内の優勝劣敗という状況を生み、さらに業界内の再編という大きなうねりが起こりつつあるという認識に立っています。メーカー系、商社系などの情報サービス企業の再編が進む中で、独立系としてどのように動いていくのか。じっとしていたら、われわれはその変化に飲み込まれてしまう可能性があります。私は渦に巻かれる側に回るのではなく、主体的、主導的に動いて、大きな流れをこちらからつかみ取っていきたくと考えています。

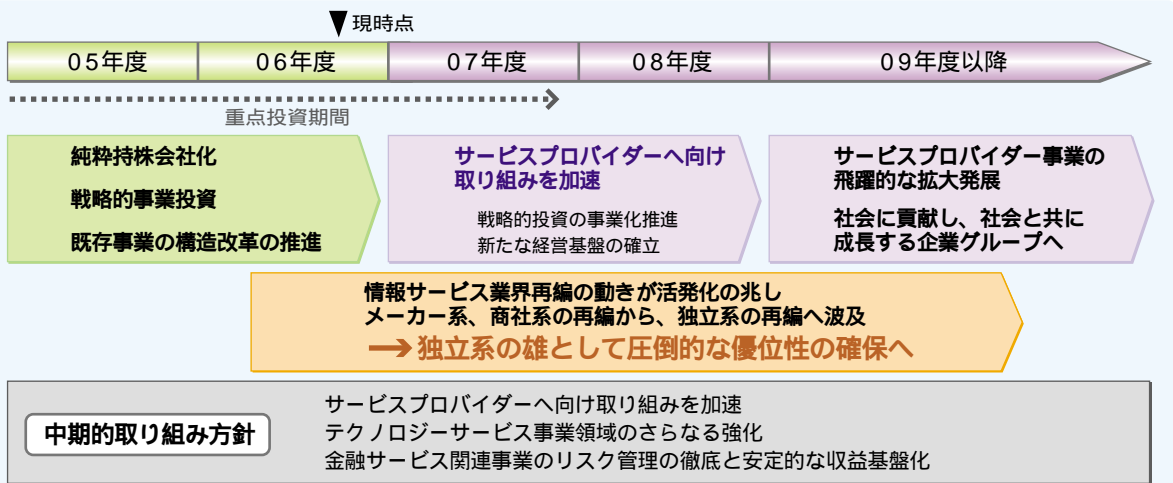
メーカー主導、商社主導ではなく、独立系であるから

こそ実現できるお客様のニーズがあるはずで、CSKグループは独立系の雄として圧倒的な優位性の確保を目指します。そして、独立系情報サービス企業の存在価値を示すことが、ひいては「社会に貢献し、社会と共に成長する企業グループ」へつながると確信しています。

そのような観点を踏まえ、今われわれがやるべきことを中期的な取り組み方針として3つ掲げています。1つ目はサービスプロバイダーへの取り組みを加速していくこと。2つ目はそのベースとなるテクノロジーサービスの事業領域をさらに強化していくこと。これには技術領域の強化と、人的リソースにおける質的・量的な面の強化を考えられています。そして3つ目は、今や本業の一つとも言える存在にまで成長した金融サービス関連事業のリスク管理の徹底と安定的な収益基盤化を図ることです。

以下、この3点に関して、われわれの考えをご説明します。

改革のロードマップと中期的取り組み方針



3. サービスプロバイダーへのステップ

サービスプロバイダーへの取り組みについては、これまでグループとしての進むべき方向性としてご説明してきましたが、具体的にどのような取り組みを進めているのかを最初にご説明します。

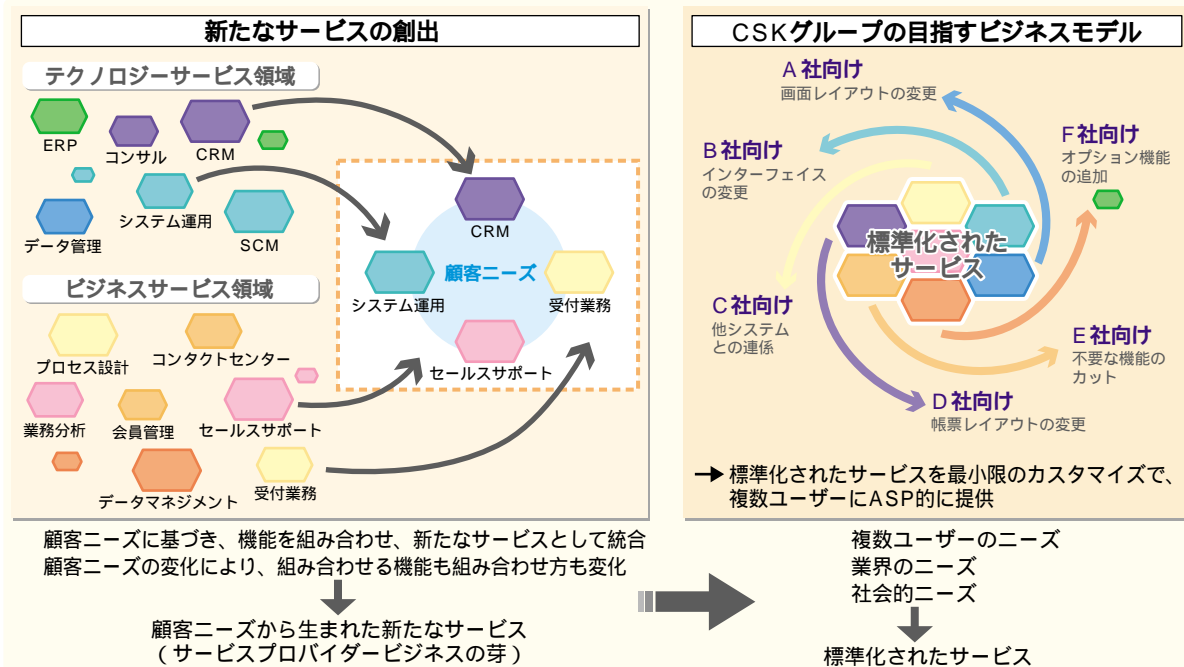
CSKグループの情報サービス事業領域では、実にさまざまなサービスを行っています。その一つひとつのサービスは、サービスプロバイダーとしてサービスを構成する機能であり部品として位置付けられます。テクノロジーサービスの領域、あるいはビジネスサービスの領域における個々のサービスが必要な機能として集められ、新たなひとまとまりのサービスとして構成されます。その必要な機能を集めるカギになるのが顧客ニーズです。例えば、P.4の図のように、ある顧客ニーズに対してCRM²⁾、システム運用、セールスサポート、受付業務という機能が統合され、ひと

まとまりのサービスを構成します。そして、このひとまとまりがサービスプロバイダーとしてのサービスの芽だと考えています。この芽が、同じような業種の中、あるいは他業種における同一の業務機能として複数提供できる場合に、標準化へと進んでいくことになります。

ひとつのサービスが標準化され、そこからA社向け、B社向け、C社向けといった形で、個別にカスタマイズされて、複数のお客様に提供できる形になったときに、ある業種、ある業務機能に対してのサービスプロバイダーとしての一つのモデルが出来上がります。こうして、グループ各社の事業が新たなサービスを支える機能として融合を始めることにより、本当の意味でグループのシナジーが生まれ、サービスプロバイダー企業グループとして生まれ変わることができそうです。

[2] CRM(カスタマー・リレーションシップ・マネジメント): 商品の売買から保守サービス、問い合わせやクレームへの対応など、個々の顧客とのすべてのやり取りを一貫して管理する手法のこと。

新たなサービスの創出と目指すビジネスモデル



少し角度を変えてさらにご説明すると、われわれがこれまで情報サービス事業者として取り組んできたサービスは、P.5の図の1st STEP、2nd STEP、3rd STEPという段階を経て進化しています。この3rd STEPにおいては、情報サービスにおけるさまざまな機能を顧客ニーズに合わせた組み合わせサービスとして提供していますが、これはまだ個別のお客様向けサービスの段階です。そして、Next STEPに入り、複数のお客様向けにある程度カスタマイズされた相似形のサービスを提供する段階にきたとき、サービスプロバイダーとしての一つのモデルが出来上がります。さらに業界全体や社会のニーズに基づくサー

ビスを創出し提供することが、われわれが目指すサービスプロバイダーの姿です。

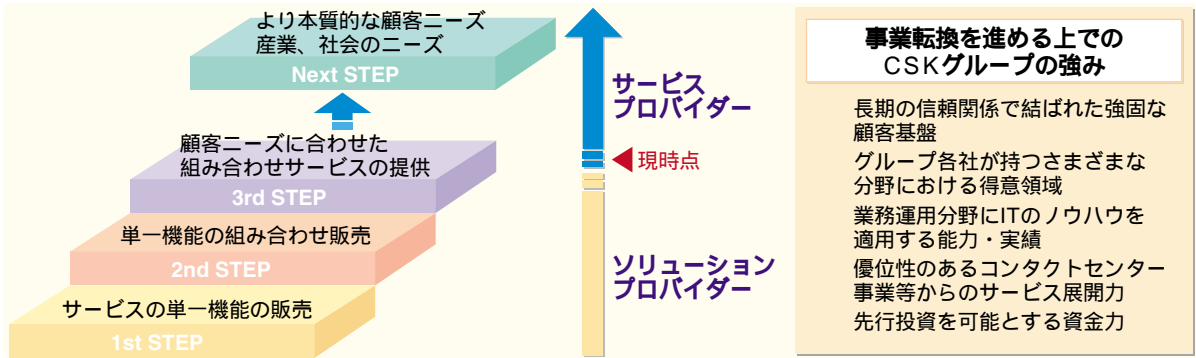
事業の転換を進める上でのCSKグループの強みは、長期の信頼関係で結ばれた強固な顧客基盤を持っていること。グループ各社がさまざまな分野における得意な領域を持ち、業務運用分野にITのノウハウを適用する能力および実績を持ち合わせていること。また、優位性のあるコンタクトセンター事業などからのサービスの展開力があります。さらに、先行投資を可能とする資金力を持っています。

サービスプロバイダー型の事業モデルでは、最初にシステムを含めたサービスを確立するため初期投資として資金

が必要です。投資資金は、複数のお客様に継続的なサービスを提供しながら数年間にわたり回収することになりますので、このビジネスを実現するには、ある程度のまとまった資金が必要となります。われわれは、投資できるだけの資金力を手にしていることが最大の強みであり、大半の情

報サービス事業者とは決定的な差別化のポイントと考えています。開発したシステムをお客様へ納品して終わりというフロー型のビジネスから、個々のお客様に対して標準化されたサービスを継続的に提供し、サービス料金を頂くというストック型のビジネスに転換していくことを目指しています。

サービスプロバイダーへ向けた次なるステップ



サービスプロバイダーへの取り組みに関して、既に具体的なビジネスが実現し始めています。CSKシステムズでは、組織全体を従来の事業部制から業種特化型の細分化されたグループに再編し、各グループには業種ごとにお客様の業務をより深く理解し、ビジネスを深掘りしていくミッションが与えられています。この結果、従来ではつかみ切れなかったお客様の本来のニーズを掘り起こした具体的な案件が生まれつつあります。以下において、現在のグループ内における具体的な取り組み事例のいくつかをご紹介します。

金融分野においては、主にシステム開発、システム運用のサービス提供が中心であったお客様に対し、システム

開発、システム運用、業務運用、コンタクトセンターの4つの機能を合わせて、お客様の契約窓口業務を一括してサービス提供することになりました。このようなサービスはCSKシステムズだけでは提供できないので、グループ内のサービスウェア・コーポレーションや、業務運用・コンタクトセンター機能を持っている他のグループ会社の機能を組み合わせでの取り組みとなります。また、このお客様の契約窓口業務を標準化し、ASP³⁾として他の金融機関に対して展開していくよう、サービス化に着手しています。

流通分野においては、数年前から提供しているドラッグストア向けフロント・バックの基幹システムのASP事業を、周辺の関連業務を取り込んだ形で総合サービスへと発

[3] ASP (アプリケーション・サービス・プロバイダー) : ビジネス用のアプリケーション機能を、ネットワークを通じて顧客に提供する事業のこと。

展させる取り組みを進めています。ドラッグストア業界における競争は激しさを増すばかりですが、価格競争の裏では物流の効率化の必要性などから、ものすごい勢いで再編が起きています。現在われわれがサービスを提供している会社の内の一社も、その再編に巻き込まれて同業他社と合併することになりました。そして、その会社の方が小規模であるにも関わらず、われわれが提供する基幹システムが合併後の本システムに採用されることとなりました。今後は、情報システムの優劣が業界の勝ち残りをかけた大きな差別化要素の一つにもなっていくと思われま。この分野においても、システム開発、システム運用、業務運用の3つの機能を合わせた形で、サービスプロバイダー化へのステップを歩みつつあります。

証券サービスの分野では、新たな証券会社向け情報システムを開発中であり、ネット証券、中堅の証券会社、

地方銀行およびその証券子会社向けにサービス提供する予定です。このサービスはASP型でのシステム提供と業務のBPOを提供します。ある地方銀行において、証券子会社を設立する動きがありますが、その会社設立のコンサルティングもわれわれがサービスとして提供しています。そして実際に証券子会社を設立することになれば、システム開発、システム運用から業務運用に至るまでのすべてをわれわれが提供することになります。証券業界というマーケットでも、システム開発、システム運用、業務運用、そしてコンタクトセンターの4つの機能を合わせた形で、サービスプロバイダーとして総合的な証券サービスの提供を目指しています。

コンタクトセンターの分野では機能の専門化、高度化が急速に進展しています。お客様の製品・サービスに対する専門知識を習得した社員によるフロント業務の受託を、

サービスの質的転換への胎動

サービスプロバイダーへ向けたサービスの質的転換が着実に進行

金融分野において

システム開発
+
システム運用 / 業務運用
+
コンタクトセンター
} 契約窓口業務にて
長期大口契約受注
→ 標準業務として他金融機関へ横展開

証券サービス分野において

ネット証券、中堅証券、地方銀行および証券子会社向け総合証券サービスの提供
→ システムASPと業務BPOの提供
→ 新規設立コンサル～システム開発～システム運用～業務運用

流通分野において

ドラッグストア向けフロント・バックシステムのASP型事業
→ 周辺関連業務の取り込みによる総合サービス化へ
顧客業界の再編により圧倒的シェアの獲得

コンタクトセンターの専門化、高度化

→ 顧客製品、サービスに対する専門知識習得によるフロント業務受託
→ テクニカルサポート、セールスサポートのログをマーケティングデータ化
→ 資格保有者育成による顧客フロント業務をセンター化

健康食品の通販会社に対して既に提供中です。また、テクニカルサポートやセールスサポートの利用状況のログを、マーケティングデータとして大手の家電メーカー向けに提供しています。これまで代理店を通じて自社製品・サービスを販売していた業種では、取り込んだログデータをどのようにマーケティングに活かすかということが、今後非常に有効な販売促進の手だてになっていきます。資格保有者育成による顧客フロント業務のセンター化については、証券外務員資格を持ったスタッフが問い合わせ窓口の

業務を担当する形で、証券会社に向けた提案を進めています。このニーズは確実に増えており、業界内へ展開を図ってきたいと思います。

その他にも、検証サービスを行っているペリサーブと、組み込みソフト開発、コンタクトセンターを加えた3つの機能で、新しい仕掛けをつくり始めています。ホールディングス体制移行後、グループの持っている機能を組み合わせたビジネスが非常にスムーズに進み始めており、事業面におけるホールディングス化の成果が現われてきました。

4. 事業環境の変化への対応

最初にお話したように、業界内での再編の動きへの対応、そしてサービスプロバイダーとしての基盤をさらに強固なものとするためにテクノロジーサービスの事業領域の強化を行います。

企業業績の回復を背景にお客様のIT投資が増大し、中でも新商品の開発に関わるフロント系システム開発の案件が急増しています。加えて証券事業、カード事業などを組み合わせた金融サービスのユニバーサル化、さらには標準化されたITサービスに業務運用などをプラスしたASP型のサービスの需要が拡大しています。これはお客様にとっては、顧客サービス充実のためのIT投資の必要性がますます強くなっていることと、付随して新たに発生する業務はアウトソースへのニーズが大きいことに起因していると言えます。

しかしながら、お客様にとって必要不可欠なIT投資のニーズの拡大とともに技術者不足が顕在化し、さらには

ITのスペシャリストを目指す学生の数が減り始めるなどIT技術者離れが起きており、この業界が抱える構造的な問題が露見しつつあります。再三にわたり業界内の再編が加速していくとお話していますが、そのきっかけとなるのは、お客様のニーズに応えるために、事業者同士が技術者不足の解消を含めた相互補完の関係を作り上げていくという動きであろうと思います。

これらのことから、テクノロジーサービス領域における金融業向け分野のさらなる強化や、業務分野に特化したコンサルティング機能の強化、特定分野に特化した同業他社との提携、あるいはM&Aを本格的に検討していきたいと考えています。そのときの考え方の基本にあるのは、お客様のニーズや業務という視点からのテクノロジーサービスの再編成・再強化であるということです。

金融サービス関連事業については、いかにリスクを管理し、さらなる安定的な収益基盤としていくかが極めて

テクノロジーサービス事業領域のさらなる強化

テクノロジーサービス領域における変化

- 企業業績の回復を背景にIT投資案件が増大
- 新商品開発に関わるフロント系案件が増大
 - 証券事業、カード事業などを組み合わせた金融サービスのユニバーサル化
 - 標準型サービス+ のASP型サービスの需要拡大

顧客サービス充実のためのIT投資は、
企業にとって必要不可欠

“業務視点”からの再編成、再強化を推進

- 金融業向け分野のさらなる強化
- 業務分野に特化したコンサルティング機能の強化
- 特化した同業他社との提携、M&A等を視野に入れた強化策を検討

重要と考えています。

主なリスクとして、1つ目は株式や不動産証券化への投資に関する回収時期の遅延や想定収益の変動などが挙げられます。そして、2つ目はさまざまな信用リスク、市場リスク、あるいは流動性リスク、市場環境急変リスク、決済リスク、システムリスクなどのリスクに常にさらされていることです。そして3つ目はプリペイドカード事業において不正利用された場合のリスクです。そうしたリスクをわれわれがどういう形で管理しているかについて触れておきます。

まず、金融サービス関連事業の各分野においては、それぞれのプロフェッショナルが組織的に運営管理を行っています。投資案件については、CSKホールディングスの取締役会が定期的にモニタリングを行っています。投資資金はCSKホールディングスからの貸付金の形をとり、回収状況を厳密に管理しています。なおかつ大型投資案件については、CSKホールディングスの取締役会付議事項として、その都度審議をしています。プリペイドカード事

業におけるQUOカードの不正利用問題は、セキュリティ対策を施した新しいカードと新しいシステムでの対応が完了しています。現在の新しい形のカードと変更後のシステムでは不正利用が皆無の状態ですが、技術の進展に合わせ継続的なセキュリティ対策を講じることが重要だと考えています。

さらに、投資事業全体のポートフォリオ管理を行い、収益を適正にコントロールし、投資案件は流動性の高いものを原則として資金の固定化のリスクを極力排除していくという方針で安定的な収益の基盤化を図っています。

現在、金融サービス関連事業全体での運用資産残高は1,000億円強です。そのうち不動産に関わるものが半分以上を占めています。この不動産の証券化事業については、明確な利益率の基準を定めて収益性の確保を徹底するとともに、回収の確実性を第一に考えており、長期、短期のバランスを考えながら全体として投資の安全性を確保しています。

5. 中期業績目標

次に中期の業績目標についてご説明します。今期1年間でホールディングス体制で経営を行う実質的な第1期目となり、5年後の2011年3月期をターゲットとして中期目標を掲げています。

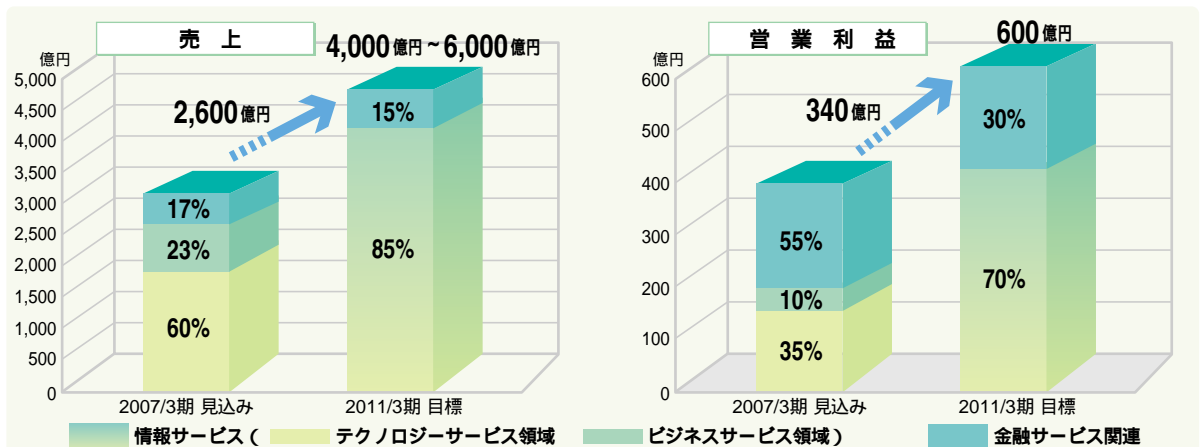
以前、5年後の売上6,000億円、営業利益600億円を目標にするとご説明しましたが、現時点では想定していたM&Aが実現していないこともあり、売上は4,000億を最低ラインとして6,000億円くらいまでの間を目処としています。営業利益は変更なく600億円を目標とします。あくまでも営業利益目標の達成に主眼を置いており、この営業利益を達成するための売上がいくらになるかということだと考えています。

営業利益が2007年3月期見込みの340億円から2011年の600億円に伸びる計画の中で、金融サービス関連事業の利益については、継続的にほぼ同額を確保して

いきたいと考えています。そして、2007年3月期売上・営業利益の比率では、情報サービス分野をテクノロジーサービス領域とビジネスサービス領域に分けていますが、この両分野が融合することで新たなサービスプロバイダービジネスが拡大するという考えから、2011年3月期のセグメントについては一本化した形で表現しています。どのようなセグメントがわれわれのビジネスを正しく表すことになるのか、今後も検討を加えていきたいと考えています。

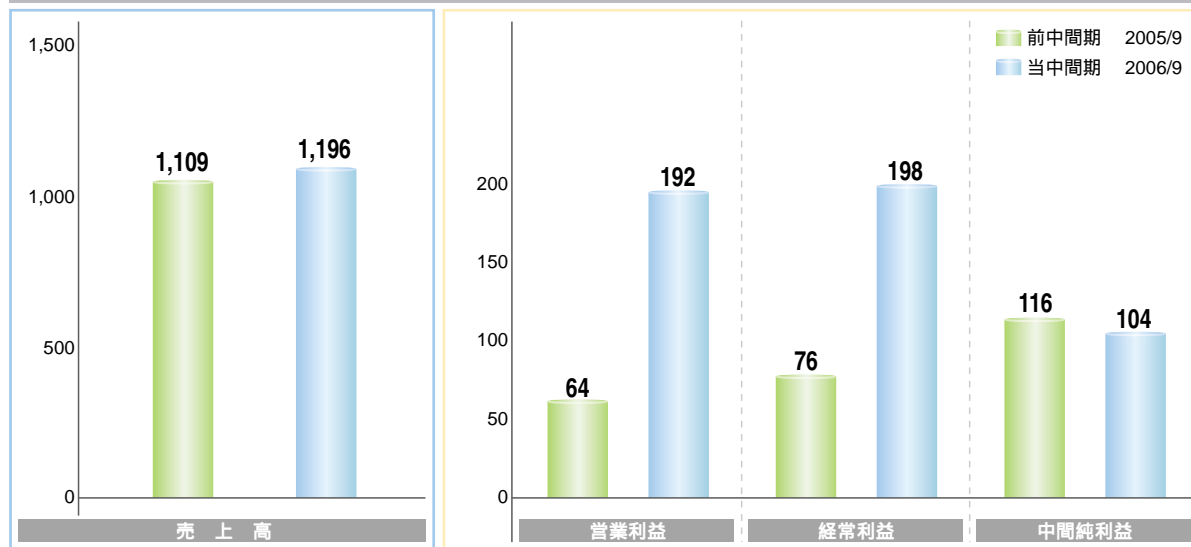
われわれを取り巻く環境は、大きな変化の真っ只中にあります。その中で情報サービス事業を根幹に据えて、グループの経営資源を縦横に駆使し、独立系の事業者としての成長を徹底的に追求していきたいと考えています。どうもありがとうございました。

2011年3月期の業績目標



業績2カ年推移

(単位:億円)



売上高

売上高は、情報サービス事業におけるASP^[1]、コンタクトセンター関連のBPO^[2]、システム稼働テスト等の検証サービス、金融・保険、輸送用機器、機械、運輸・旅行業界にかかるシステム開発等が順調に推移したことに加え、金融サービス事業が拡大したことにより、前年同期比7%増収の1,196億円となりました。

営業利益

営業利益は、前述の増収要因に加え、情報サービス事業におけるシステム開発の収益性の向上および製品化に伴うR&D費用の減少により、同事業は大幅な増益となりました。

また、金融サービス事業も好調に推移し、営業利益全体で前年同期比196%増益の192億円となりました。

経常利益

経常利益は、営業利益と同様の理由により、前年同期比158%増益の198億円となりました。

中間純利益

中間純利益は、前中間期に特別利益として投資有価証券売却益があったこと等により前年同期比9%減益の104億円となりました。

[1] ASP(アプリケーション・サービス・プロバイダー): ビジネス用のアプリケーション機能を、ネットワークを通じて顧客に提供する事業のこと。
 [2] BPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング): 業務運用サービス。効率性および品質向上のために業務を外部委託すること。

売上高・営業利益(セグメント別)

Operating results by segment

CSKグループの事業は、情報サービス事業と金融サービス関連事業の2つに分けられます。

情報サービス事業は、システム開発やシステム運用、その他ITソリューションの提供を中心としたテクノロジーサービスと、テクニカルサポート等のコンタクトセンターサービスやデジタル家電等の検証サービス、その他業務運用サービスを中心とするビジネスサービスで構成されています。

情報サービス事業

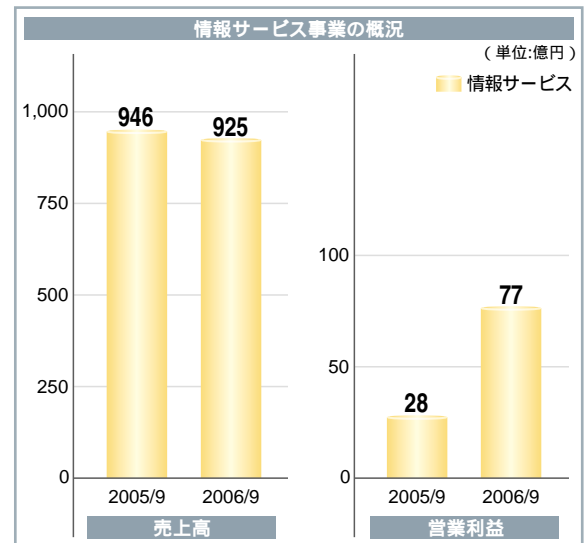
情報サービス事業の売上高は、景気の拡大を背景に、証券業向けのASPサービス、金融業・出版業向けのセールスサポートや製造業向けのテクニカルサポートサービス、および携帯電話・デジタル家電向けの検証サービス等のビジネスサービスが順調に拡大しました。

テクノロジー・サービスにおいては、銀行、証券、生損保分野におけるシステム増強やシステム再構築案件が牽引し、金融業界向けの売上が拡大しました。しかしながら、新たな事業基盤の確立を目指し、特定プロジェクトに経営資源を大きく配分したことにより、システム開発の売上が大きく伸びなかったこと、また、機器販売のリプレース需要の減少もあり、売上高全体では、21億円減収の925億円となりました。

営業利益は、機器販売以外のサービスが好調に推移したことに加え、サービスプロバイダーへの事業転換や収益性の改善を目指した選別受注の推進により利益率が向上したこと、さらに前中間期にR&Dとして費用処理した案件が製品化の段階に入り、R&D費用28億円が減少したことにより営業利益全体では、48億円増益の77億円となりました。

今後の方向性としては、テクノロジーサービスやビジネスサービスのさまざまな機能を、顧客ニーズに基づき組み

合わせ、新たなサービスとして統合するとともに標準化を推し進めサービス展開を図ります。そして、業界全体、ひいては社会に必要とされる新たなサービスを創出し、提供することを目指していきます。



上記グラフには消去および全社は含まれていません。

金融サービス関連事業は、ベンチャーキャピタル・資産証券化・投資信託・事業再生支援などを行う金融サービス事業と、証券事業、プリペイドカード事業の3つに大きく分けられます。

金融サービス事業

前中間期から引き続き投資案件の回収が順調に進み、売上高は前年同期比278%増収の153億円、営業利益は同比455%増益の122億円となりました。経済環境の改善と並行して、マーケット環境は引き続き好調に推移しており、安定的かつ効率的に収益に貢献しています。

証券事業

売上高は、トレーディング収益の減少により前年同期比2%減収の109億円となりました。営業利益は、広告宣伝費、人件費、システム関連等の販売費および一般管理費が増加したことにより、同比82%減益の2億円となりました。

新たな取り組みとして、収益基盤の確立と他社との差別化を目的に、中国の中小型株を主要投資対象とした投資信託を開始しました。また、既存の主力投資信託に累積投資コースを追加設定する等の施策を展開しました。

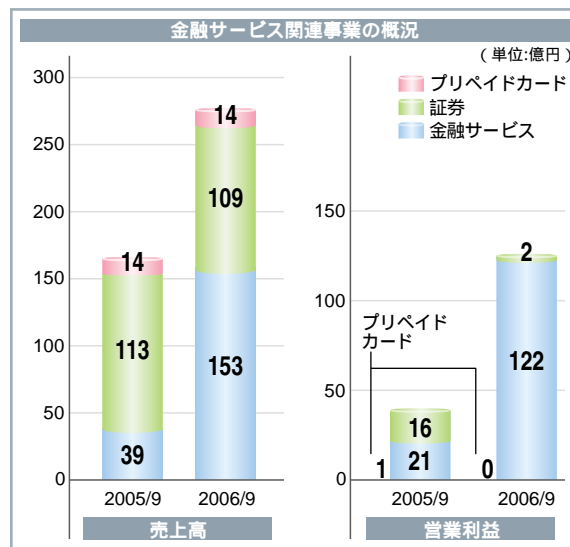
プリペイドカード事業

売上高は、新たな販路の開拓や導入顧客の増加により前年同期比4%増収の14億円となりました。この増収を背景に、中長期的成長のための積極的な営業展開による販売費および一般管理費の増加により、営業損失0.9億円となりましたが、前年同期比で600万円改善しております。

プリペイドカード関連分野では、決済機能を持つカードや携帯電話が多様化する一方で、当グループが発行するプリペイドカード「QUOカード」は販売促進ツールやギフト商品等としての活用が拡大しつつあります。

新展開として、クレジット・カード会社との提携および大

型の書籍販売チェーン店へのプリペイドカードシステムの新規導入により、カード利用範囲の拡大と利用者の利便性の向上を図ることができました。



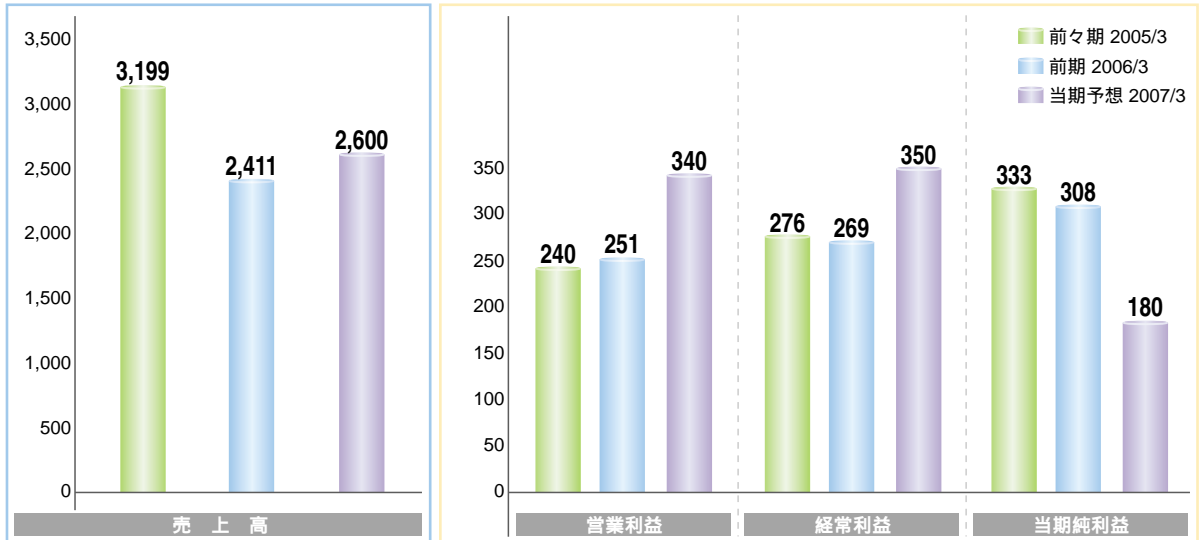
上記グラフには消去および全社は含まれていません。

2007年3月期 通期業績予想

Consolidated earnings forecast for March, 2007

業績予想

(単位:億円)



通期業績予想

2007年3月期の業績の見通しについては、2006年5月9日に公表した業績予想からの変更はなく、別表のとおりです。

売上は、顧客企業のIT投資が活況に推移する見通しから、情報サービス事業が増収になる見通しです。

営業利益および経常利益は、情報サービス事業においては、BPO関連事業の拡大、収益性の改善が進むこと等から、大きく増益になるものと考えています。また、金融サービス事業および証券事業が引き続き安定的に収益貢献し、営業利益全体では、35%の増益となる見通しです。経常利益についても、営業増益に伴い29%の増益となる見通しです。

当期純利益は、前期において保有資産の流動化による特別利益を計上しましたが、2007年3月期は多額の特別利

益は想定していないこと等の理由により、減益となる見通しです。

業績推移(通期)

(単位:億円)

	前々期 2005/3	前期 2006/3	当期予想 2007/3	前期比
売上高	3,199	2,411	2,600	+188 +7.8%
営業利益	240 7.5%	251 10.4%	340 13.1%	+88 +35.3%
経常利益	276 8.6%	269 11.2%	350 13.5%	+80 +29.7%
当期純利益	333 10.4%	308 12.8%	180 6.9%	128 41.7%
1株当たり利益	437.31円	410.52円	243.31円	167.21円

The Corporate Profile

CSKグループ企業の横顔

Web制作から売店の運営まで 現在57名の障がい者が就労

私も東京グリーンシステムズ(以下tgs)とCSKグリーンサービス(以下cgs)は、贈答用の生花として人気の高い胡蝶蘭の生産・販売、観葉植物のレンタルなどのグリーンビジネスを通じて、働く意欲のある障がい者の方々に社会参加の場、就労の場を提供し、「自立」への支援を行っています。

ITを中心にさまざまな事業を展開してきたCSKグループの中にあっては、やや業容が異なると感じられるかもしれませんが、実は、CSKグループの創業者である大川 功の「社会貢献」という理念を脈々と受け継いでいる企業なのです。

tgsは1992年に障がい者雇用を目的に東京都と多摩市、旧CSK(現CSKホールディングス)による第三セクターでの特例子会社として設立されました。事業内容は、CSKグループ会社の企業内における売店・喫茶店の運営、名刺制作、Web制作などが中心で、同時に観葉植物のレンタルや胡蝶蘭の販売といったグリーンビジネスも手がけてきました。

例えばWeb制作の業務ではグループ企業のホームページだけではなく、外部の企業からの受注も拡大してきました。また、企業内売店の運営では都内3店舗でそれぞれ日販約35万円を売上げています。

tgsではこれらの事業を通じて障がい者の雇用を積極的に進め、現在、総勢57名が就労しています。



東京グリーンシステムズ / CSKグリーンサービス 代表取締役社長 加藤一夫

さらなる雇用の拡大のため グリーンビジネスを本格展開

今後、さらなる障がい者雇用の拡大を考えたとき、現状の事業のみならず、強力な柱となる事業の育成が急務です。そのために何を手がけるか……。その答えがグリーンビジネスの本格展開だったのです。草花をキーワードとした事業は、そこで働く障がい者の心身のケアにも効果が期待できます。また、フラワーギフトを展開すれば、そのラッピング・発

社会貢献というCSKグループの理念を脈々と受け継ぐ

東京グリーンシステムズ / CSKグリーンサービス 代表取締役社長 加藤一夫

首都圏で胡蝶蘭の栽培から販売まで 障がい者雇用拡大の新ビジネスモデル

送など派生的なビジネスで障がい者雇用の拡大も考えられます。そこで、2005年7月に、CSK(当時)の100%子会社としてcgsを設立し、2006年9月には千葉県印西市の約11,000坪の土地に「印西ファーム」を開設。約400坪の栽培ハウスと管理棟を建設し、胡蝶蘭とミディ胡蝶蘭の生産と販売を手がける事業を本格的にスタートさせました。

cgsのグリーンビジネスの特徴は、胡蝶蘭の「自社生産・自社販売」という国内初のビジネスモデルを構築したことです。従来、フラワービジネスでは、^{かき}花卉の生産業者から一般消費者までの流通経路に市場や仲卸業者などが介在し、生産者と販売業者が明確に分けられていました。それに対してcgsが手がけるビジネスでは、印西ファームで生産した胡蝶蘭やミディ胡蝶蘭を「自社で販売」します。そのために営業社員を育成して法

人用のフラワーギフトの販路の開拓を進めていると同時に、個人向けギフトの直販も積極的に進めています。

印西市と多摩市の2拠点で胡蝶蘭の「地産地消」を推進

現在、CSKホールディングスは「事業継続性(サステナビリティ¹⁾)」に関連した約8,600坪の一大複合拠点を東京都多摩市に建設中です。その敷地内にはtgsの新社屋、CSK-ISの研究棟と共に、cgsの約600坪の胡蝶蘭の栽培ハウス「多摩ファーム」も誕生します。多摩ファームは、最先端技術を駆使した栽培施設で、2007年5月の完成予定です。

東京を中心とする南関東圏は胡蝶蘭の一大消費地であり、その圏内に2つの生産拠点を有し、胡蝶蘭の「地産地消」を展開していきます。生産拠点と消費地

が近いことは、鮮度が重視される草花のビジネスにとって大きなメリットとなります。印西ファームと多摩ファームがフル稼働すれば、年間、胡蝶蘭(大輪)で15,000鉢、ミディ胡蝶蘭で4,500鉢が生産可能となり、従来のフラワービジネスでは考えられなかった、首都圏での「自社生産・自社販売」というビジネスモデルが確立されます。

もちろん自社での販売だけでなく、胡蝶蘭やミディ胡蝶蘭の一生産者として、市場、仲卸および商社の方々とより一層協業関係を深め、共にマーケットの拡大に資するよう努めていきたいと思えます。

「生産者と販売者」という2つの機能を持ち合わせ、グリーンビジネスで生み出されたキャッシュフローでtgs/cgsの企業コンセプトである障がい者雇用に推進し、3年後には100名体制へ拡大する所存です。



東京グリーンシステムズの職場風景。現在、総勢57名の障がい者の方々が様々な業務で活躍している



2007年3月の本格的出荷に向けて、既に印西ファームでは胡蝶蘭やミディ胡蝶蘭の栽培が開始されている(写真は2006年12月出荷のもの)²⁾

[1] サステナビリティ:「sustain = 支える」の原意から「持続可能性」と訳す。近年では、(企業が)環境をいかに支えるかという文脈で用いられる。ここでは、企業が「環境」「格差」「人口」など地球規模の課題に取り組み、社会の持続的発展に寄与する活動全般を指す。

[2] cgsホームページ(<http://www.csk-green.co.jp/>)をご参照ください。

The Corporate Profile

CSKグループ企業の横顔

北海道札幌の地に
1990年に設立

当社は1990年に、旧CSKの「CSKフランチャイズ制度」の下で札幌の地に設立しました。2002年に旧CSKの100%子会社となりました。現在は、北海道地域企業やCSKグループ案件に対して、会計・人事業務のERPパッケージ^[1]（Oracle EBS^[2]、SuperStream^[3]）導入、ならびに流通業のお客様へ向けたシステム開発を中心とした事業を展開しています。

会計・人事、および流通業務
における豊富な導入実績

当社の主力事業は、会計・人事業務

のERPパッケージ導入事業です。

Oracle EBSについては、数多くの導入案件に関わっています。今後はOracle Fusion Applications^[4]構想をにらんだ技術者のスキルアップ、ならびに流通系への展開を図っていきます。

またSuperStreamについては、自社導入の実績を起点に道内ユーザーを拡大しています。特に人事給与部分については他社に先駆け自社導入を行い、その後導入実績をいち早く拡大したこともあり、導入スキルはパッケージ開発元のSSJを始め、高い評価を頂いています。今後は、道内のみならず道外への展開にも積極的に取り組んでいきます。

流通業のお客様については、小売業システム、物流システム、Web-EDI^[5]システム等の開発を手がけています。お客様は国内トップクラスの規模の企業です。



北海道CSK 代表取締役社長 佐伯壽紀

さらに、この実績を基に流通業のお客様の拡大を図っていきます。

また新たな取り組みとしては、仮想サーバー環境VMware^[6]の導入があります。

現在本社内の開発用・管理用各種サーバーは、VMwareの下で統合して管理・運用しています。この実績を基に道内企業に提案を始め、手ごたえを感じています。VMware環境構築を切り口に新規ユーザーを獲得して、最終的に会計・人事・流通システム案件につなげることを狙いとしています。

北の大地を拠点にさらなる事業拡大を目指す

北海道CSK 代表取締役社長 佐伯壽紀

業務アプリケーションシステム開発に 特化した少数精鋭集団

社員教育と人材採用を積極的に推進中

業界内ではトラブルプロジェクトが頻発している話をよく耳にします。そこで私は「社員行動指針」を作成し、技術者・マネージャー・スタッフそれぞれの立場で基本行動を徹底するよう指導し、プロジェクトの第三者レビューなどの場を通して、社員に直接働きかけています。また、技術教育も重視し、オラクルの上級の資格取得を通して技術力の底上げ、ならびに学習意識レベルの向上を図っています。

人材の採用は、LOHAS(Lifestyles Of Health And Sustainability)志向の

道外の技術者を北海道にUターン・Iターンさせるキャンペーンなどを実施し、優秀な技術者の中途採用を目指すなど、積極的に活動しています。

CAMPを通じて 継続的な社会貢献活動を実践

当社の社会貢献活動として、未来を担う子どもたちの「考える」力を育むことを目的とした「CAMP」を行っています。2006年8月16日、札幌市の月寒グリーンドームで開催された「子ども未来博」において、オブジェクトプログラミングにより制御できる小型コンピューター「クリケット」を使った動くおもちゃ作りを、子

も60名を対象に行いました。今後も継続していく予定となっています。

少数精鋭主義の下 売上20億円の中期目標へ

中期的には、2010年3月期の売上20億円達成を目標に掲げ、少数精鋭のポリシーを守りながら拡大を目指します。今の勢いをさらに加速し、当社の認知度を道内はもちろんのこと道外においても、よりいっそう高めてまいります。北海道CSKは、果てしない大空と広い大地のここ北海道より、お客様の事業発展に微力ながら貢献いたします。今後ともよろしくご支援のほどお願いいたします。



受付に飾られているSuperStream販売特約店の盾



オフィス内の開発ルーム



週報会の様子。中央は佐伯社長

- [1] ERPパッケージ：企業が経営資源の有効活用を目的に導入する統合(業務横断)型ソフトウェア。ERPはEnterprise Resource Planningの略で「企業資源計画」と訳す。
- [2] EBS(イー・ビー・エス)：米国オラクル社のERP製品。EBSは「e-business suite」の頭文字。統一された1つのシステム上で企業のような業務を効率的に実行するためのビジネスアプリケーションのセット。
- [3] SuperStream：SSJのERP製品。「財務会計」「人事／給与」の2製品から成る統合業務パッケージ。企業内の情報収集を効率化し、経営意思決定の材料を提供する。
- [4] Oracle Fusion Applications：米国オラクル社が2008年に出荷予定の次世代アプリケーション。同社が買収した旧ビープルソフトや旧シールなどのアプリケーションをEBSに統合する予定。
- [5] Web-EDI：「Web-electric data interchange」の略。Webブラウザを使って企業間の受発注業務などを実現するシステム。
- [6] VMware(ブイエムウェア)：Windows/Linuxが動くパソコン上に別の仮想的な(ハードウェアを持たない)コンピューターを生成するプログラム。生成された仮想コンピューターは現実のパソコンとほぼ同様に動作し、さまざまなOSを稼働できる。これにより、Windows上のVMwareでLinuxを動作させたり、逆にLinux上のVMwareでWindowsを動作させることが可能になる。

「50%の100%」 半分の力を 十分に出せ

企業
繁栄

徒然草

梶谷通稔

前号のWBCにおけるイチローの記事に対して、一般の方々をはじめマスコミの方たちからも「改めてイチローを見直し、また感動をもらった」と、直接間接に多くの反響を頂戴いたしました。さらに一層、皆さまの日常生活やビジネスの上でご参考にしていただけるような内容を中心掛けてまいりたいと思っております。

それでは引き続き他の選手とは違うイチローの求道精神を見てまいります。

四球ほどつまらないことはない

今年、2006年の7月26日、イチローはオリックス時代の9年間、951試合に出場して積み上げた1,278安打を、大リーグ6年目の途中、しかも54試合も早い1897試合目で超えました。日本での記録より、大リーグでの記録のほうが上なのです。

“到達スピードが大事。こちらでは「どうせ日本の記録だろう」と、参考記録として軽い感じで受け取られていたと思いますが、そうじゃないよ、と示すためにはいいことです。僕の基盤は日本にあるんですから”と語るイチローには、日本で培った野球人生に強い誇りを持っていることが感じられます。この成績は個人的な数字だけでなく、日本での数字の価値をも引き上げ、実は日本球界を代表する立地点からの発言でもあることが分かります。

イチローにとっては、とにかく安打がすべてで、それは四球に対する姿勢からもよく分かります。四球は打率をそのまま維持できるため、チーム、個人ともにそれだけの価値があります。しかし「四球を選ぶのは打者ではない！」というイチローならではの次の言葉は、やはり他の選手との違いを見せるものです。

“僕は本当にヒットを打ちたい選手なん

だなぁって思います。シーズン200本さえ打てたら、もういい。打率なんて気にしていません。ワンスリーのと、待って四球を選ぶのかな、なんて気持ちないですよ。ノースリーのと、きだけだ、1球だけ猶予を与えるのは、それ以外の状況で四球を取りに行くような心理状態が現れたら、僕はもう負けだと思う。ワンスリーのと、き四球でいいかって思う選手、結構いるんだけど、普通に打つ気もなく見逃して四球を選ぶことと、打つ気で行って結局四球になるのでは、同じ四球でも僕にとって全く意味が違うんです、積極的か消極的か。

そういうものが積み重なって、選手としてのスタイルみたいなのが出来上がっていく。面白くない選手っていうのは、多分自分の中にワンスリーで待つようなものを知らないうちに積み重なっていつてるんだろうね。そうはなりたくないんです”と。

打数が減れば、確かに一本のヒットで打率の上がるその幅は変わります。だから4割到達のためには、もう少し四球を選ぶ方が有利だと、開幕前にアドバイスを受けても、イチローはまったく意に介しません。10人中9人の打者が目標とする3割という数字にさえも「どうでもいい」と、あくまで安打に焦点を置くイチローです。

打率を気にしないその気持ちはどこから来るのか？という記者の質問に「いや、面白くないだけで。四球で歩くなんて、そんなつまらないことはないですから」と、さらりとしています。ではこれまでに一番印象深いヒットは？との質問には「日本にいたときも含めてになりますが、オリックス時代にワンバウンドの投球をヒットにしたことかな。だから今度はソーバ

ウンドの球をヒットにしたい。そうすればさらに印象に残るでしょうから」と。

ところでワンバウンドをヒットにするイチローはどんなバットを使っているのでしょうか。普通に考えれば表面積が広いほど球に当り易くなりますから、重ささえ増えなければ、どれだけでも幅の広いものの方が有利に思えます。ところがイチローは意図して細いバットを使っているのです。「スイートスポットは小さいです。細いバットで、扱いは難しいですけど。人が勘違いしているのは、太いバットだとたくさん当たると思っていることなんです。たくさん当たるってことは、ミスショットも多くなることなんです。そりゃ、バントするなら、でっかいバットでもいいかもしれないけど、普通に打つときに太いものでは、当ってはいけないところにも当たる可能性がある。僕は確実に当てたいから、細いバットなんです」と。

久保田五十一氏(63歳)は、イチローのプロ入り当初からずっと専属でバットを作り続けている職人さんですが、氏はヤンキースの松井秀喜選手のバットも請け負っており、毎年、松井がバットの形状を微妙に変えていくのに対し、これまで14年間、イチローは色と材質以外はただの一度も形状を変えていないとのこと。

昨年の打率が3割そこそこだったことから、今年、春のキャンプで「本当に変えていいの？ 改良してほしいところはないか？」と、イチローに尋ねたそうです。すると「問題はありませぬ。いいバットを作っただけで、いつも感謝しています」とだけ答えています。

アイツも頑張ってるんだなあ!

さて、今年で6年連続200本安打を記

録したイチローといえど、やはりシーズン中には何試合もヒットが出ないときがあります。そんなとき、求道士イチローは何を考えているのでしょうか。

「いいときはいいんです。もう普通にやっていたら、ある程度結果がでてくる。でも大事なのはそうじゃないとき、ダメなときにどうやってアプローチをするかなんです。できることをすべてやっても、それでも何も見えてこないときは、それは苦しくて倒れそうになる。外から見ているはおそらく何も分からないでしょうね。とにかく何をやってもダメ、日本では三振したとき、バットを地面に叩きつけたことがあります。

ずっと過去の話になりますが「今日は調子が悪いから、手を抜いてしまえ」という気持ちを持ったことが、時としてありました。そこには楽な方に傾いていく自分が存在していました。しかし、僕のような選手は、それで潰れていくことが目に見えて分かっていた。這い上がっていかない限り、自分の野球は見えてこない。

苦しんでもがいている姿は、不細工だと思います。他の選手にもお客さんにも見られたくないほどに。でも、そんな姿をさらしてでも、這い上がっていかなければ、次の扉を開けることはできないですからね。努力をそこで止めてしまったら、終わりです。プロの資格はなくなりますが、厳しさを失ったら落ちるところまで落ちますよ。

だから、たくさん練習をしているとい

う意識なんて微塵もなかった。辛かったですよ。でも、ファンの方たちには、分かってもらいたかった。

そんな調子が悪くて50%の力しか出せない場合も、その50%の100%を出そうと努力していれば、いつかは光が見えてくる。半分の100%ということですよ。50%しか出ない力の100%を出す、そういう積み重ねというのがものすごく大事だということを自らの体験で学んだんです。苦しみの内容は違っても、人生、どんな人にも必ず壁は立ちただかる。その中で“アイツも頑張ってるんだなあ”と思ってもらえれば嬉しいです。

野球選手という仕事は、大勢の人々に支えられ、それだけに影響力もある職業です。だからこそ、手を抜くことで成り立ってしまう環境などは許せないんです」

あくまでもお客様を前提としたイチローのプロ意識と、それに基づく求道精神がうかがえます。以前にもご紹介した、家で横になっているときも体のバランスに気を付けている、というイチローに、弓子夫人も驚いたという話を思い出させますが、引き続きイチローと他の選手との違いをご紹介しながら、懸案の「謎解き」に迫りたいと思います。

(つづく)

参考資料
NHK・民放インタビュー/イチローインタビュー(小松成美)/イチロー思考(児玉光雄)



梶谷通稔(かじたに みちし)

1939年生まれ。早稲田大学理工学部卒業後、日本IBM入社。1996年、㈱ニュービジネスコンサルタント社設立、代表取締役社長に。日本IBM GBS及びソフトバンクBB㈱の顧問も兼務。さらに現在は経済産業省ITソリューション・プロジェクトインストラクター、日本経営士協会 公認経営士、日本ビジネス作家協会 正会員、東北芸術工科大学 大学院客員教授としても、講演や執筆活動に奔走中。「成功者の共通資質と成功への分岐点」について著した『企業進化論』続・企業進化論(日刊工業新聞社刊)はベストセラー書。成功経営者の視点を深く掘り下げた『すべてが師・マネジメント考』を日本IBMのホームページにて好評連載中。

JIECと東京エレクトロンデバイス 「SenSage」販売で提携

内部統制やコンプライアンス、セキュリティ対策のログデータ管理ツール

JIECと東京エレクトロンデバイス^[1]は、東京エレクトロンデバイスが国内総販売代理店を務める、ログの長期保存 / 分析ツール「SenSage Enterprise Security Analytics」(開発元: 米国SenSage社) に関し、2006年7月31日に販売契約を締結しました。

内部統制やコンプライアンス、セキュリティへの対応は、2008年4月の日本版SOX法^[2]の施行を待つまでもなく、企業存続の重要課題となっています。この課題の有力な対策の一つとして、ログデータの活用が見直されています。一方で、適切な蓄積や管理の難しさ、時間とともに肥大化し大容量となるデータの扱いといった、ログデータの有効活用を阻害していた従来の課題にもあらためて目が向けられるようになっていきます。

「SenSage」の特徴は、監査証跡に欠かせない膨大なログデータを収集するための豊富なドライバー、ログの集中管理と長期的保存を可能にするツール独自の圧縮技術、ログ分析、相関分析やSOX法対応などの文書レポート作成が容易に行える高速かつ強力な分析機能にあります。これらの機能により、短期間に実践的な内部統制

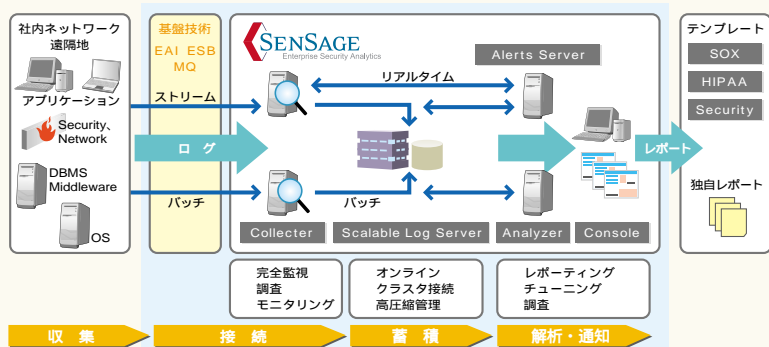
環境を実現できるとともに、効率的なログ管理でシステム負荷・運用負荷も大幅に軽減します。

しかし、既存のログデータを統合し「SenSage」で活用するには、既存システムと「SenSage」を効率良く連携させるシステム基盤のノウハウも必要です。JIECは、自社の強みである基盤技術を活用し、本番システムに性能劣化などの影響を与えず、セキュリティ面を考慮したシステム連係で各種ログを効率的に収集するシステム

環境を提供します。

今回の提携では、東京エレクトロンデバイスが総販売代理店として取り扱っている「SenSage」に、JIECが得意とする基盤技術と製品サポート力を融合させることで、効率的な「SenSage」導入ソリューションを構築しました。JIECは当ソリューションを通して、顧客企業の内部統制やコンプライアンス、セキュリティ施策への対応を強力にサポートし、顧客企業の経営に貢献してまいります。

SenSageシステムの構成概要



「SenSage Enterprise Security Analytics」にJIECの強みであるシステム基盤技術を融合させることで、「異なるシステム環境下の様々な形式のログ」を「本番システムに対する性能劣化などの悪影響を最小限に抑えて」効率的に収集し、監査証跡となるログデータを統合管理するシステム環境を提供する

[1] 東京エレクトロンデバイス
東京エレクトロンデバイス株式会社は平成18年10月1日、東京エレクトロン株式会社のコンピュータ・ネットワーク事業を会社分割により承継しました。

[2] 日本版SOX法
企業の会計監査・内部統制の強化を目的に2002年7月に米国で施行された企業改革法がSOX法。これに類するガイドラインや法規制が国内でも準備されており「日本版」と総称される。

センドメールとCSK Winテクノロジー他 セキュリティアプライアンスを販売開始

センドメール、テナート二と高性能迷惑メール対策エンジン搭載機を販売

センドメール、同社の販売パートナーであるCSK Winテクノロジーとテナート二は、高性能迷惑メール対策フィルターを搭載し、設定・導入・管理が容易なセキュリティアプライアンスサーバー「EasyNetBox for Spam Filter powered by Sendmail」(以下ENBスパムフィルター)の販売を2006年10月2日より開始しました。

ENBスパムフィルターは、先進的なコラボレーション方式により、検知率98%以上と最も信頼性が高い迷惑フィルター「Mainstream Manager Anti-Spam」を搭載しています。また、

正規メールが迷惑メールと判定される誤検知率もほぼ0%に近いことが実証されていますが、誤検知があった場合でも、ユーザーからのフィードバックでほぼリアルタイムに修正が反映される仕組みとなっており、管理者の負担が大幅に軽減されます。

また、Webベースの分かりやすい管理画面から迷惑メールの処理方法などが簡単に設定でき、メールの処理量や迷惑メール検知率などをリアルタイム、かつグラフィカルに把握できます。さらに、ホワイトリスト/ブラックリストによる迷惑メール処理は、管理者が

サイト全体に設定するだけでなく、メールユーザーが個別に設定することもできるので、迷惑メールかどうか判定が曖昧なメールを的確に処理することが可能です。



「EasyNetBox for Spam Filter powered by Sendmail」

CSKフィールドサービス他3社 PCセキュリティ・運用管理分野で協業

CSKフィールドサービスとサイバネットシステムおよびオリックス・レンテックは、モバイルPCセキュリティ・運用管理分野での事業提携について基本合意しました。

今回の事業提携は、オリックス・レンテックが提供するレンタルPCサービスに、サイバネットのセキュリティ対策ツールと、CSKフィールドサービ

スのPCライフサイクル運用サービスをパッケージ化してお客様へ提供します。そのため、お客様はテクニカルサポートなどの運用面を心配することなく、モバイルPCのセキュリティを強化できます。

今後、3社はお客様のPCセキュリティ対策や、内部統制の強化を義務付ける法律で求められるIT統制への有

効なソリューションなどについてもサービス提供ができるように協業を進めていきます。

また、技術・運用サポートは「お客様専用Webサイト」を通じて提供し、PCの調達から回収まで申請できるワンストップサービスを展開していく予定です。

CSKマーケティング 札幌センター開所式

2006年10月25日、CSKマーケティングの札幌センターの開所式が、関係者など多数が参加し盛大に開催されました。

開所式では、開所清跋の後、CSKマーケティング鈴木社長(現・取締役)、CSKシステムズ猪嶋執行役員、札幌センター工藤センター長らによるテープカットが行われました。

その後のお披露目で鈴木社長から、「かねてより、この札幌にもセンター設置をとその機会を狙っておりましたが、機が熟して今般の開設の運びとなりました。ここ札幌においては、優秀な人材がたくさんそろそろ可能性が高い。我々の次の成長領域としての金融系、特に証券系分野への進出の盛り

上がりに合わせて、通信を基盤としつつ金融という新しい分野のセンターに育て、ビジネスチャンスを広げていきたい」とあいさつがありました。

引き続き、CSKコミュニケーションズ川本社長(現・CSKマーケティング社長)からは「CSKグループのコ

ルセンターは全国各地に存在しており、それぞれ特色を持っています。この札幌センターは金融分野のコールセンターとして早期に体制を整え、事業の幅を広げていきたい」とあいさつがありました。



テープカットの様。写真左から、札幌センター工藤センター長、CSKマーケティング鈴木社長(現・取締役)、CSKシステムズ猪嶋執行役員

福井CSKコンタクトセンター事業部が「ISO27001」認証を取得

福井CSKコンタクトセンター事業部は、情報マネジメントシステムの国際規格である「ISO/IEC27001:2005、JIS Q 27001:2006」(以下ISO27001)の認証を取得しました。

福井CSKは、2003年11月に情報セキュリティマネジメントシステムの国際規格「BS7799」と日本国内の標

準規格「ISMS 認証基準」の認証を取得しています。今回の「ISO27001」の認証取得は、2005年10月にISQ(国際標準化機構)が「BS7799」を元に「ISO27001」を情報セキュリティマネジメントシステムの国際基準として規格化したことを受けて、移行審査を行い、承認されたものです。

適用規格

ISO/IEC 27001:2005
JIS Q 27001:2006

登録番号

IS80212

対象組織

コンタクトセンター事業部

2006年9月6日付で審査合格、2006年10月16日よりマーク使用が許可されました。

大川財団20周年を迎え、さらなる国際展開

2006年度大川賞には末松安晴 博士とコーゲルニック博士

今年の大川賞には、光ファイバー通信分野の世界的権威である東京工業大学元学長の末松安晴 博士とベル研究所特任副所長のヘルヴィック・コーゲルニック博士が受賞されました。

また、大川出版賞には「気象と大気のレーダーリモートセンシング」(深尾昌一郎・浜津享助 著 / 京都大学学術出版会刊)と「デジタルな生活」(小川克彦 著 / NTT出版刊)が選ばれました。

さらに研究助成について、財団設立20周年を記念し、国際的な学術交流と友好を目的として、カリフォルニア

地区の大学に加えて米国東部地区の大学を対象とする他、中国および韓国の研究者にも広げることとし、国内40名、米国11名、中国・韓国7名の合計58名が助成対象者として選ばれました。その贈呈式は10月5日に米国で、11月22日に日本でそれぞれ開催

されました。

今後とも、CSKグループにおける社会貢献活動の一つとして、IT分野を中心とした研究助成や顕彰等を中心に、国際的な公益活動を進め、情報通信分野の発展と振興に寄与してまいります。

2006年度大川賞受賞者



東京工業大学 元学長
末松安晴 博士



ベル研究所 /
フォトニクス研究所 特任副所長
ヘルヴィック・
コーゲルニック博士

(財)大川情報通信基金(大川財団)では、情報通信分野に貢献のあった方に大川賞(賞状・金メダル・賞金1,000万円)と優れた図書に大川出版賞(著者に賞状・銀メダル・賞金100万円、出版社に賞状・賞牌)を贈呈するほか、同分野の先進的な研究に対し、研究助成(日本・アジア:100万円、米国:10,000ドル)を行っています。

SWCとマイクロソフトが協力関係を強化

中堅中小企業向けサポートの提供を開始

サービスウェア・コーポレーション(SWC)とマイクロソフトは、従来の協力関係をさらに強化し、中堅中小企業向け、およびマイクロソフト ボリュームライセンス プログラムで購入されたデスクトップ製品向けITに関するヘルプデスク支援サービス「テクニカルコンシェルジュ サービス」の提供を

2006年11月15日より開始しました。

「テクニカルコンシェルジュ サービス」は、情報システム部門・担当者の社内対応業務の負荷軽減や、業務の効率化を実現するための支援サービス。これにより、両社は中堅中小企業におけるオペレーティングシステムの「Microsoft Windows Vista」「the

2007 Microsoft Office system」をはじめとするマイクロソフトのデスクトップ製品の効果的な利活用促進を支援します。

SWCは「テクニカルコンシェルジュ サービス」の営業ならびに、適切なサービス提供、利用者ニーズの調査・分析、技術提供等を行います。

CAMP、2006年度グッドデザイン賞を受賞

企業の社会貢献事業の新しいスタイルとして評価を受ける

CSKグループの社会貢献プロジェクトCAMPが、日本で唯一の総合的デザイン評価・推奨制度「2006年度グッドデザイン賞」を受賞しました。プロジェクト全体を「企業の社会的責任を事業化した模範的事例」として審査員の方から高い評価をいただき、新領域デザイン部門での受賞となりました。

CAMPは、こどもたちの「創造性」や「表現力」を育むことを目的に、さまざまなオリジナル創作ワークショップを開発・開催するとともに、全国への普及活動に取り組んでいます。2001年4月にスタートしたこの活動は、社

員たちの手によって企画・運営され、多数の研究機関やアーティスト、教育関係の方々の賛同をいただいています。今では各地のミュージアムや企業、学校や図書館で、CAMPのプログラムを使ったワークショップが開催されるなど、次第に大きな広がりを見せています。

CSKグループは、次世代を担う人材の育成に精力的に取り組むとともに、企業と地域社会とが共生し成長を続ける基盤づくりを提案していき、今後もサステナブルな社会づくりに貢献していきます。



2006年度グッドデザイン賞表彰式の様子



CSKホールディングス 田村 拓 執行役員 社会貢献推進室長(右)と北川美宏 大川センター長

受賞プロジェクト概要

新領域デザイン部門

タイトル：CAMP(Children's Art Museum & Park)

サブタイトル：企業の社会貢献事業のデザイン

プロデューサー：CSKグループ

ディレクター：CSKホールディングス 執行役員 社会貢献推進室長 田村 拓

デザイナー：CAMPスタッフ

審査会評価コメント

企業の社会的責任を事業化した模範的事例。人と人とのコミュニケーションのあり方や次世代の技術開発、社会生活のあり方を子どもたちから考え、創造する場を提供することで長期的視点に立った人的社会基盤育成のための教育事業である点を評価。

グッドデザイン賞とは

「グッドデザイン賞(Gマーク)」は、1957年に通商産業省によって設立された「グッドデザイン選定制度」を継承し、1998年より(財)日本産業デザイン振興会の主催事業として運営する、日本で唯一の総合的デザイン評価・推奨制度です。

グッドデザイン賞ウェブサイトでのご紹介：<http://www.g-mark.org/winners/>

CAMPの詳細は、ホームページをご覧ください。
<http://www.camp-k.com/>



お問い合わせ先
CSKホールディングス
社会貢献推進室
TEL: 03-6438-3640
email: csk@camp-k.com

コスモ証券 ホームページ リニューアルのご紹介

<http://www.cosmo-sec.co.jp/>

コスモ証券では、お客様にとって「わかりやすく使いやすい」をコンセプトに、ホームページをリニューアルしました。

リニューアルにあたっては、新しいコーポレート・メッセージ「+Smiling 笑顔が咲く満足を」を基調とした温かみのあるブランドデザインを採用しました。



コーポレート・メッセージ「+Smiling」



お客様の「満足」から生まれる「笑顔」を大切にしたい、という社員一人ひとりの想いをメッセージに込めました。

投資を学ぼう



株価指数やチャート、当社の開催するセミナー案内など、投資に役立つ情報をきめ細やかにお届けします。

ネットレ・ネットレFX



インターネットを利用して、リアルタイムに株取引や取引所為替証拠金取引が可能です。

株主・投資家の皆様へ



決算短信や事業報告書などの業績情報をはじめ、自己資本規制比率や当社の格付情報について掲載しています。



飛龍 VOL.72

2006年冬号(12月発行)

株式会社CSKホールディングス 広報室
〒107-0062 東京都港区南青山2-26-1
CSK青山ビル

TEL 03-6438-3050 FAX 03-6438-3054

<http://www.csk.com/>