

## 導入事例

## 日産自動車株式会社 様

導入サービス ■ SharePoint Online

## お客様プロフィール



所在地	神奈川県横浜市神奈川区宝町2番地
設立	1933年12月
資本金	6,058億13百万円 (2015年3月末現在)
代表者	社長兼最高経営責任者 (CEO) Carlos Ghosn (カルロス ゴン)
従業員数	149,388名 (連結/2015年3月末現在)
事業概要	自動車、船舶の製造、販売および 関連事業
URL	<a href="http://www.nissan.co.jp/">http://www.nissan.co.jp/</a>



グローバル情報システム本部  
M&Sシステム部 (当時)  
久保田 潮氏



グローバルIT本部  
エンタープライズ  
アーキテクチャー部 (当時)  
郷 宗達氏



グローバル情報システム本部  
M&Sシステム部 (当時)  
中村 康一郎氏



グローバル情報システム本部  
M&Sシステム部 (当時)  
中川 晃太氏

「自動車販売会社5万ユーザのポータルサイトを SharePoint Online で構築。ソフトバンク・テクノロジーと取り組んだアジャイル開発で、迅速、かつ現場から高評価のポータルを実現できました」



## 導入のポイント

- ストレージサーバーの老朽化を機に、販売会社向けのポータルサイトを一新
- 分散していた情報や業務アプリを、すべてポータルサイトから利用可能に
- アジャイル開発に取り組み、短納期で、精度の高いポータルサイトの構築に成功

## 抱えていた課題、解決したかったこと

## 分散しているデータやツールを一元化し、販売会社の負担を軽減

電気自動車、自動運転など、新技術を開発しつつ、しのぎを削っている自動車業界。日産自動車は、日本はもちろんグローバルで事業を展開し、この業界をリードしている。また日本国内にある約130の販売会社と連携しながら、日本市場に向け、販売、サポートなどを提供している。

同社では、販売会社向けポータルサイトの改善に取り組んでいた。きっかけになったのは、共有データを置くストレージの老朽化、容量不足だった。だが問題は機器の古さばかりではない。用途によってファイル共有ツールが異なっていたため、ポータルだけでなく、ファイルサーバー、クラウドサービス、自分の端末と複数に分散していた。そこでポータル改修を機に、ビジネスで使う情報や機能を一元的に扱いたいと考えた。

その目的には、販売会社に対する配慮もあった。「販売会社の本業は、車を売ること。そしてお客様にサービスをすること。だからパソコンの前にいる時間をなるべく減らして、お客様のために時間を使ってもらおう。そのための新しいシステムが必要だった」

そこでクラウドでポータルサイトを構築する SharePoint Online への移行、そしてデータの統合が決まった。

- ストレージが老朽化し、容量不足が課題
- 販売会社が利用するサーバーが複数存在し、共有すべき情報が散在
- パソコン操作を減らし、お客様への時間を確保

## 導入の要件

### SharePoint Online をすべてのデータ、業務アプリへの入り口に

ポータルとして求められたのは、ファイル共有を一元化するためのキャビネット機能、基幹システムである業務アプリやアンケート、BIツールとの連携だった。

「SharePoint Online を全ての入り口にしたかった。つまり、ここにアクセスすれば、必要な情報が漏れなく表示される。そして販売会社として必要なすべての業務に移れる。そのためには、いかに分かりやすく情報にたどり着けるUIを作るか。そしてシングルサ

- 全ての情報、業務アプリの入り口としてのポータルサイトを制作
- 必要な情報にすぐにたどり着ける、シンプルで使いやすいUI
- シングルサインオンで、連携する業務アプリへシームレスにアクセス

インオン機能によって、SharePoint Online からシームレスに各業務アプリを利用できることが必須だった」

システムを改変すると販売会社に負担がかかる。日々のビジネスへの影響を最小限に抑えるため、導入は機能ごとに段階的に進めることにした。また二要素認証など、セキュリティ強化も同時に導入することにした。

## ソフトバンク・テクノロジーを選んだ理由

### 初めて取り組むアジャイル開発。そのパートナーとしてソフトバンク・テクノロジーを選定

同社として初めて取り組んだアジャイル開発だった。アジャイル開発とは、機能を少しずつ作りながら、変更に対して柔軟に開発していく手法。日産自動車とソフトバンク・テクノロジーの少数精鋭のプロジェクトメンバーが必要な時に顔を突き合わせて意思疎通を行えるよう同一のプロジェクトルーム内で作業を行い、日々激しい議論を重ねながら、開発していった。

例えば、開発に入る前にデモ画面だけを作り、両社でユーザービリティに対する意見を出し合う。その意見を反映させながら、実際の開発に移っていく。しかし意見をすべて反映させるのは現実的で

- アジャイル開発で、現場の意見を聞きながら、柔軟に開発を遂行
- 互いに率直に意見を出し合い、開発に反映させることで、評価の高いポータルを実現
- 大幅なバージョンアップの際に支障になる可能性がある過度なカスタマイズを回避

はない。「大きなカスタマイズをすると、SharePoint Online がアップデートしたときに、支障が出る可能性がある。ソフトバンク・テクノロジーは、これ以上カスタマイズすると将来困ると率直にアドバイスをしてくれた」

互いに「良い/悪い」という明確な意見を出し合い、開発のスタンスを両社で共有しながら進めたことが、アジャイル開発を成功させた要因といえる。その結果、実際に動くポータルサイトの画面を販売会社に見せると、現場からは高評価で受け入れられた。

## 導入効果と今後の展望

### ポータルは強力なビジネスツール。販売会社が持てる能力をさらに発揮できる土壌を提供

同社にとって販売会社ポータルサイトは、単なる情報の伝達ツールではなく、強力なビジネスツールとして捉えている。ポータルサイトにアクセスすれば、新車の販売状況、全国の受注状況などがすぐに分かる。そしてそれらのデータはBIツールと連携して日時でデータが更新されるため、いつでも最新の情報を活用できる。

通知されるのは、データばかりではない。「社長からのメッセージ」のように、会社として共有したい意思も、ポータル画面に表示される。数多くの販売会社と協働しているだけに、全体に浸透させたいメッセージをプッシュ型で届けることは、企業として極めて重要である。

販売会社の持てる能力をさらに引き出すために構築した新しいポータルサイト。その構築には、ソフトバンク・テクノロジーの技術力

とノウハウ、そして誠実な働きぶりがあったことだ。同社では「さらに販売向上につながるアイデアをソフトバンク・テクノロジーと一緒に作っていききたい」と大きな期待を寄せている。



ソフトバンク・テクノロジー株式会社 左から 香川昌幸、勝呂弘安、清水大亮

- 販売実績や受注状況など、ビジネスに必要なデータが、ポータルにアクセスするだけで表示
- 企業としての共有すべき意思を、販売会社を含めて浸透させる仕組みが完成

## お客様窓口

### SBテクノロジー株式会社

〒160-0022

東京都新宿区新宿 6丁目27番30号 新宿イーストサイドスクエア17階

TEL : 03-6892-3154

E-MAIL : sbt-ipsol@tech.softbank.co.jp

URL : <https://www.softbanktech.co.jp/>