企業の業務に活用されるコンシューマーIT

―管理可能な環境での段階的導入が有効―

スマートフォン（多機能な携帯電話）や個人向けのクラウドサービスなどを企業の業務に導入し、パフォーマンスの向上やITコスト削減を図ろうという動きが進んでいる。その一方で、セキュリティへの懸念から導入に消極的ないしは様子を見たいという企業も多い。本稿では、個人利用を前提とした機器やサービスを企業の業務に導入する際のポイントについて考察する。

加速するコンシューマーITの業務利用

Google Apps（オンラインのオフィスアプリケーション）、Evernote（オンラインメモサービス）、Dropbox（オンラインストレージサービス）といった個人向けクラウドサービスが人気を集めている。これらのサービスを利用すると、インターネットに接続したPCなどから自分のメールやファイルにアクセスでき、他のユーザーと文書や写真などを手軽に共有できることから、利用者数が急激に伸びている。スマートフォンやタブレット端末（平板型端末）にも対応しているため、外出先で利用できる便利さもある。

本稿では、個人の私的利用を主な目的とする機器やサービスを“コンシューマーIT”と呼ぶことにする。上記のサービスも、もともと個人向けサービスとしてスタートした。コンシューマーITは、機器の機能やサービス環境の充実などにより、業務シーンでも十分に活用できるものになっている。例えば、業務で作成した文書を外出前にクラウドサービスにアップロードしておき、その文書を外出先からスマートフォンで参照するといった使い方である。市販のオフィスツールをインストールしていないPCでも、Google Appsを利用すればオフィス文書にアクセスして編集することができるため、オフィスツールの代替として使うことも可能である。上記のサービスでも、有料で使用可能容量を増やせるエンタープライズ版が用意されている。表1にコンシューマーITの全体像をまとめる。

コンシューマーITの業務利用のニーズは高まっており、実際に業務に導入されるケースが増えている。スマートフォンのような高機能で利便性の高いモバイル機器が普及したことに加え、クラウドサービスが浸透してきたことがその背景にあると考えられる。

一方で、コンシューマーITの業務利用は情報漏えいのリスクを増大させる。アクセス制限があるにせよ、上記のサービスはいずれも情報共有を容易にすることを意図しており、ワンクリックでファイル公開が可能になっている。うっかり機密文書を公開してしまう危険は無視できない。そのため、情報保護の観点からコンシューマーITの業務利用を問題視する情報システム部門は多い。

しかし、うまく使いこなすことができれば効果が大きいと考える情報システム部門もある。少なくとも、コンシューマーITは情報シ

レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。すべての内容は日本の著作権法及び国際条約により保護されています。
Copyright © 2011 Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.

野村総合研究所
システムコンサルティング事業本部
ITアーキテクチャーコンサルティング部
グループマネージャー
小林賢治（こばやしけんじ）
専門はITインフラ戦略の立案・実行

表1　コンシューマーITの種類

分類	主なサービス・製品	業務シーンでの用途
クラウド型ストレージサービス	Dropbox、Evernote、GigaCC	外出先からのファイル参照／社内、チームでのファイル共有／社外関係者へのファイル転送
クラウド型アプリケーションサービス	Google Apps、Office 365、Zoho	外出先からのEメール利用／スケジュール共有、モバイル環境／ドキュメント作成
SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）	Facebook、Salesforce Chatter、youRoom	プロジェクトチームでの情報共有／同報メールの代替としての利用／ノウハウの共有
モバイル端末	ノートPC、スマートフォン、タブレット端末	外出先からのメール閲覧／外出先からのファイル共有／営業担当者の商品説明
BYOD（私物デバイスの業務利用）	PC、スマートフォン、タブレット端末	自宅勤務の端末としての利用／パンデミック、災害時の非常用端末／パートナー社員の業務端末

ステム部門の管轄外と切り捨てるべきではない。利便性の高さや導入の効果を考えれば、コンシューマーITへの何らかの対応は急務であるといえよう。

新たな“シャドーIT”問題の発生

企業のコンシューマーITへの対応はまちまちである。クラウドサービスやスマートフォンを正式に導入している企業もあれば、明示的に利用を禁止・制限している企業もある。問題となるのは、ルールを設けずに、情報システム部門の管轄外として放置や黙認をしているケースである。このような、正式に認められていないITは“シャドーIT”（見えないIT）と呼ばれ、その取り扱いは従来から課題とされてきた。コンシューマーITの業務利用は、情報システム部門にとって新たなシャドーIT問題といえる。

コンシューマーITは、これまでユーザー部門が独自に導入を進めてきたシャドーITとは異なる特徴を持つ。基本機能は無料で、ユーザーが普段から使い慣れているツールであるため、導入のハードルが極めて低い。そのため、一部の有志が率先して導入するケースも考えられる。無料で利用できることから社内の決裁を通さないことが多いので、情報システム部門が管理しきれない面がある。禁止してしまえば、今度は利便性を感じているユーザーからの反発を買う。このように、コンシューマーITは従来のシャドーITとは異なる問題ととらえるべきである。

コンサルティングの現場でもこの種の相談が増えている。ユーザーがクラウドサービスや私物のPC・スマートフォンを無断で業務に利用してしまい、情報システム部門としてどうルールを決めたらよいか、どういう仕組みで統制するべきかという相談である。

コンシューマーITのメリットとデメリット

コンシューマーITの利用形態は、「企業外のクラウドサービスをネットワークを介してPCやスマートフォンなどから利用する」とい

レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。すべての内容は日本の著作権法及び国際条約により保護されています。
Copyright © 2011 Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.

表２　コンシューマーITのメリット・デメリット

メリットと効果	デメリットとリスク
クラウド型サービスはインストールの必要がなく、簡単にすぐに使い始めることができる。基本機能は無料で利用できる。	利用に当たってコンプライアンス上問題がないかどうか、ユーザー個人の判断に委ねられる。
エンタープライズ版の有料機能もユーザー当たりの年額利用料で使用できる。	ユーザーが増えるとコスト効果が出ない。
PCやスマートフォン、タブレット端末など、デバイスを問わず情報にアクセスできる。	ユーザーが外部への情報漏えいリスクに無頓着になりやすい。 業務用PCだけでなく個人所有デバイスにまで管理範囲を広げる必要がある。
数GB～数十GBクラスの大容量に対応している。	大量の機密情報が一度に漏えいするリスクがある。
デジタルネイティブ世代にとっては使い慣れたツールを業務利用でき生産性が高まる。	タグ方式の採用など、従来とは異なる使い勝手となる面もあり、全社展開が困難。

うものである。ユーザーはどこでもいつでも必要な情報にアクセスできる点に利便性を感じている。一方で、企業情報が社外に蓄積され、セキュリティが十分でないスマートフォンや私有PCからもアクセスが可能になる。そこで情報漏えいや企業情報保護への対策が重要な課題になる。

表２にコンシューマーITのメリットと効果、デメリットとリスクをまとめる。情報漏えいなどのリスクを考えてコンシューマーITの導入に消極的な企業は多い。しかし、今回の東日本大震災を契機に考え方を変える企業も多くなっている。災害に強いというクラウドサービスの利点を重視して、業務継続の観点からこれを積極的に利用しようというのである。

コンシューマーIT導入のポイント

このように、現在のところコンシューマーITの取り扱い方は一定していない。いずれにせよ、メリットとデメリットのバランスを見極めながら、自社の業務内容に合った選択をすることが現実的な対応であろう。

では、実際にどのような取り組みが考えられるだろうか。いかに利便性が高くても、情報保護は企業にとって最優先事項である。リスクのあるコンシューマーITの利用を一律に禁止することも選択肢であり、現時点ではそのように対応している企業が多い。

しかし実態としては、どの企業でも情報システム部門が把握していないコンシューマーITの利用は進んでいると見るべきである。例えば、クラウドサービスを利用できないようにネットワークに制限をしていた企業から、私物のスマートフォンを使ってクラウドサービスを利用し、チームでスケジュールや情報を共有していた件で相談を受けたことがある。本人たちは気付いていなかったが、スケジュールに顧客の氏名や連絡先といった個人情報が書き込まれており、これが誤操作によって一般に公開される状態になっていた。

レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。すべての内容は日本の著作権法及び国際条約により保護されています。
Copyright © 2011 Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.

コンシューマーITの利用が意図せずに進んでしまっているということは、それが情報システム部門が提供している環境以上に便利で効果的だということでもある。従って、情報保護だけを優先して業務利用を一律に禁止するよりも、利便性とセキュリティのバランスを考慮した効果的かつ安全な仕組みづくりに取り組むべきであろう。仮に利用を禁止しても、導入のハードルが極めて低いコンシューマーITの“勝手利用”は意図するにせよしないにせよ、いずれ進行するのは間違いない。情報システム部門が管理可能な環境を用意し、そこにユーザーを“囲い込む”方が安全であり効果的なのである。

具体的には以下のように段階的に導入を進めることが望ましい。

①コンシューマーIT利用の実態把握

第一に実態把握を行うべきである。コンシューマーITの潜在ニーズや効果的な使い方を把握すると同時に、情報保護の観点でリスクを把握する必要がある。導入に否定的な考えを持っている、または禁止を前提に検討している企業においても、実態把握は行うべきである。

②エンタープライズ版サービスの選定

次に、利用実態やニーズに基づいて具体的な導入ポリシーを定め、サービスやツールを選定する。その際に重要になるのが、セキュリティポリシーに合致するサービスやツールの見極めである。クラウドサービスの場合、管理者機能の有無や、情報保護・プライバシー保護に関する第三者機関の認定の有無がポイントとなる。企業で必要となる管理者機能やセキュリティ機能を備えたサービスは有料のエンタープライズ版の中から選定することになろう。

③段階的な導入拡大

利用開始に当たっては、一度に全体に対して導入するのではなく、比較的ITリテラシーやセキュリティ意識が高い部門から段階的に導入していく。一部で試験的な運用を行いながら、利用形態やITリテラシーに課題がないかを確認し、セキュリティ強化のためのインフラがどの程度必要であるかについての見極めも行う。

④導入拡大に合わせたセキュリティ強化

全社展開時に重要となるのはITリテラシー教育である。これはセキュリティとともに操作性に関しても必要である。一般的にクラウドサービスにはフォルダーという概念はなく、「タグ」と呼ばれるキーワードでファイルを整理するため、新しい操作性についての教育・サポートが必要になる。

さらに、導入の拡大に当たってはセキュリティをより強化することも必要となる。例えば、コンテンツの機密度によって伝送を制限する機能や、モバイル端末の紛失時に工場出荷時の状態に戻して重要なデータの流出を防ぐリモートワイプ機能など、セキュリティを強化する仕組みの検討も行うべきである。■

レポートに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。すべての内容は日本の著作権法及び国際条約により保護されています。
Copyright © 2011 Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved. No reproduction or republication without written permission.