

## Cisco ASA 5510 導入事例 - 株式会社藤井大丸



株式会社 藤井大丸  
 (写真右から) MD・事業開発本部 部長 取締役 太田 範行 氏、同本部 白川 然氏

藤井大丸は、ファッション・ショップが立ち並ぶ京都四条エリアの中でも、ひととき高感度なことで知られる百貨店である。2009年3月3日にECサイトをオープンするに際して、そのコアと言えるセキュリティ・アプライアンス装置にシスコのCisco ASA 5510を選定した。



藤井大丸の好業績の秘密とECサイトへの想い、およびCisco ASA 5510が選定された理由を聞かせていただいた。

### もくじ

1. 藤井大丸の業態
2. 藤井大丸の戦略
3. ECサイトのねらい
4. ネットワークに求めたこと
5. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ~ スループットの高さ
6. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ~ セキュリティの高さを裏付ける安心感
7. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ~ 拡張性が求められるネットワークのベースとして
8. 今後の展開とシスコへの期待

## 1. 藤井大丸の業態

-- 藤井大丸について教えてください。

創業138年になる老舗の百貨店です。

京都を中心に滋賀、奈良、大阪などが主な商圈です。

百貨店業界全体が、この12年間減収を続けている中で、藤井大丸は平成8年以来、コンスタントに成長を続けています。

-- どういうお客様が多いのでしょうか？

20代後半から40代の男女が主なターゲット層です。

男性のお客様が30%を占めるのが、藤井大丸の大きな特徴です。昨年の秋には、7階全部を百貨店には珍しい、高い感性を持つメンズフロアとして改装しました。

また、娘さんがお母様の着る服を探しに連れて来られたり、ベビーカーを押す女性客が多いなど、ファミリー客が多いのも特徴です。

以上はカジュアル・ブランドを中心に、広い年齢層に対して、トレンドに合った良い商品を自信を持って提案し続けた結果だと思えます。

11年間取り組んできたMD（merchandising：商品化計画）の再構成の成果です。



太田取締役

「藤井大丸がこの11年間成長を続けてこれたのは、MDの再構成の成果です。」

## 2. 藤井大丸の戦略

-- MDの取り組みについて教えてください。

通常は路面店の多いセレクトショップを、百貨店業界の中では、早い段階で集積してきました。

周辺に大丸や高島屋などの大手デパートがある環境において、大型百貨店を単に小型化しても意味がありません。ユナイテッドアローズのような、これまで京都にないセレクトショップを順次導入していき他の百貨店との差別化を図っていきました。

この効果は大きかったと言えます。いわゆる百貨店アパレルとは一線を画すMDとなり、対象顧客層が一気に広がりました。

-- セレクトショップの導入に苦労はありませんでしたか？

セレクトショップと百貨店では、利益構造等に違いがあります。お互いに利益が取れる条件に落ち着くまでには、粘り強い交渉が必要でした。

その過程の中で、藤井大丸の各店舗と店長を応援していこうという気持ちが伝わり、店舗との関係は極めて良好です。



白川氏

「百貨店業界の中では、早い段階でセレクトショップを集積してきました」

### 3. ECサイトのねらい

-- リアル店舗が好調な中でECサイトをオープンする理由は何なのでしょう？

増収を続ける藤井大丸ですが、この不況の中、残念ながら数%程度の減収が予想されます。ECサイトの当初の目的はその数%分を埋めて、各店舗の店長をサポートすることにあります。

-- ECサイトのコンセプトは？

リアル店舗型のECサイトということコンセプトにしています。具体的に言うと、ウィンドウ・ショッピングのできるECサイトです。

ネット上で便利に買い物ができるサイトを目指すのではなく、実際の店舗のような構成にし、各店舗でコーディネートが見られるようにしました。コーディネートは、レディースは2週間、メンズと雑貨は3週間ですべて切り替えます。

さらに、ECサイトに雑誌感覚を持ち込むことも重視しています。そのために写真やサイトのデザインもこだわっています。エディターズアイという、当店のバイヤーがブランドをまたがって全店からアイテムを選んで、6つのコーディネート載せるページがあり、こちらも2週間で入れ替えをしていきます。こだわりのサイトを2週間単位で更新していくので、専任のスタッフも15名ほどいます。

-- 大きなねらいは何なのでしょう？

このような速い展開にすることで、サイトを見に来てくださったお客様が、藤井大丸には常に新しいものがあり、私の欲しいものが何かあると思ってくださるようになります。

ECサイトで買物をしてくださるのももちろん有難いのですが、それ以上に実際の店舗に足を運びたいくなるようにするのがねらいです。



▲藤井大丸オンラインショップUROKO トップ画面  
株式会社藤井大丸の Web サイト → <http://www.fujidaimaru.co.jp/>

#### 4. ネットワークに求めたこと

-- ECサイトとえばネットワークが大きな要素となります。以上のコンセプトの実現のためにネットワークに求めたことは何だったのでしょうか？

3つの必須要求がありました。

1つ目は、画像が多いことやバーゲンに備えてのスループットの高さです。

2つ目は、改ざん防止や個人情報保護のためのセキュリティの高さです。

3つ目は、スモールスタートを選択したことによる将来の拡張性です。

以上を意識してネットワーク設計をしたうえで選択したのが、シスコのセキュリティ・アプライアンス装置であるCisco ASA 5510でした。



適応型セキュリティ・アプライアンス  
Cisco ASA 5510

#### 5. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ～ スループットの高さ

-- Cisco ASA 5510のスループットが高い理由は何でしょう？

Cisco ASA 5510は大きく、ファイアウォールとIPS（不正侵入防御）の二つから成り立っています。

通常のアプライアンス装置では、ファイアウォールもIPSも同じCPUで動作します。

このような形態だと、データのやり取りが多くなると、パフォーマンスが著しく低下し、ECサイトを訪れたお客様にストレスを与えてしまいます。

Cisco ASA 5510のIPSモジュールは、本体とは独立したCPUで処理をするため、スループットを落とすことがありません。結果として、お客様にストレスなく、私たちのねらいである「ECサイト上でのウィンドウ・ショッピング」を楽しんでいただくことができます。結果として、実際の売上にも結びついていくと考えます。

#### 6. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ～ セキュリティの高さを裏付ける安心感

-- Cisco ASA 5510は元々セキュリティを向上するために導入していると思うのですが、他社製品と比較しての優位性は何だったのですか？

一つは可用性（稼動している時間の割合の大きさ）です。セキュリティを高めるために導入した装置に故障が多いのでは、全体のボトルネックになってしまいます。今回ECサイトの構築をお願いした会社（シスコ認定パートナー）では、多数のシスコ製品を導入しています。彼らの話では、シスコ製品は、過去に大きなトラブルがなかったということでした。

また、世界的に多くの実績を持ち、サポートも優れているというのも大きな選定理由です。

セキュリティ装置なので、安心感が最も重要な選択理由になります。

## 7. Cisco ASA 5510が選ばれた理由 ～ 拡張性の高いネットワークのベースとして

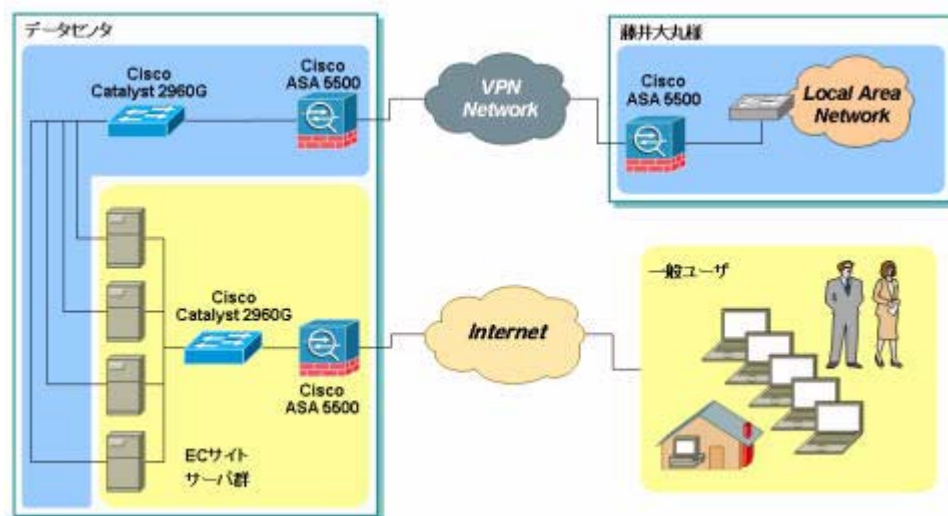
### -- Cisco ASA 5510は拡張性が高いのですか？

ECサイトの拡張性については、ページビューの増加に伴って、全体を入れ替えるのではなく、順次Webサーバ等を追加すれば済むような構成になっているかどうかが重要です。

このような構成を可能にするネットワークを設計する際に、ネットワーク全体のベースとなるアプライアンス機器が、Webサーバの追加等に耐えられるだけのスペックを持っているかどうかポイントになります。

Cisco ASA 5510は、Webサーバを追加していても、次回の入替えまで問題なく耐えられるスペックを持っています。

また、予想以上にページビューが増えて、アプライアンス装置の追加が必要になった場合でも、Cisco ASA 5510なら問題ありません。高スペックな機器に入れ替えるのではなく、同機またはその後継機を追加すれば良く、今回導入したCisco ASA 5510を途中で廃棄するような無駄な投資をしなくて済むからです。



▲藤井大丸様 新ECサイトネットワーク構成図

## 8. 今後の展開とシスコへの期待

### -- 今後ECサイトをどのように展開されていくつもりなのでしょうか？

現在約半分の店舗が参加してくれていますが、これを徐々に全店舗に広げていきたいと考えています。

また、まだまだ存在している隠れたファッションブランドとも連携していければとも考えています。

さらに将来構想もあります。

藤井大丸のECサイトには、リアル店舗の商品を売るためのECサイトという新しいコンセプトがあり、ます。このコンセプトを藤井大丸が中心となって、同様のMDの地域密着型の商業施設に広げていきたいと考えています。実現すれば、メーカーも巻き込んでいきます。そうなれば、ファッションビジネスのビジネスモデルを変えていく可能性さえあります。

**-- このような構想の実現において、シスコに期待することは何でしょうか？**

一つは、変更に強い柔軟性のある製品を提供して欲しいということです。そのためにはベースはシンプルな設計で、設定の変更やオプションの追加で新たな機能を追加できるのが良いと思います。シスコ製品は、この要件を備えており、今後もこのような製品を作り続けて欲しい。

次に、今後さらにコンテンツが増えていき、動画など重たいコンテンツも載せていくことも考えています。ネットワーク設計や製品選定も難しくなっていきます。シスコの専門能力を発揮した提案を期待しています。

さらに業界のリーディングカンパニーとして、ブランドショップなどにも多くの導入事例があると思いますので、可能な範囲で情報提供をしていただきたい。

最後に、アパレル業界もエコに貢献することが求められていますので、シスコ製品を導入していることが、エコ社会の実現に貢献していることになると嬉しいです。

**お忙しい中、貴重なお話をありがとうございました。**

©2009 Cisco Systems, Inc. All rights reserved.

Cisco、Cisco Systems、および Cisco Systems ロゴは、Cisco Systems, Inc. またはその関連会社の米国およびその他の一定の国における登録商標または商標です。

本書類またはウェブサイトに掲載されているその他の商標はそれぞれの権利者の財産です。

「パートナー」または「partner」という用語の使用は Cisco と他社との間のパートナーシップ関係を意味するものではありません。(0809R)

この資料に記載された仕様は予告なく変更する場合があります。



シスコシステムズ合同会社  
〒107-6227 東京都港区赤坂 9-7-1 ミッドタウン・タワー  
<http://www.cisco.com/jp>  
お問い合わせ先: シスコ コンタクトセンター  
0120-092-255 (フリーコール、携帯・PHS 含む)  
電話受付時間: 平日 10:00 ~ 12:00、13:00 ~ 17:00  
<http://www.cisco.com/jp/go/contactcenter/>

お問い合わせ先