

# SOA的発想によるシステム構築で、 経営やユーザーの要望に小気味良く対応



「ローリーズファーム」や「グローバルワーク」などのブランドを全国に展開する株式会社ポイントは、急成長を続けるSPA型カジュアルウェア専門店チェーンとして、業界のみならず各分野から注目を浴びています。

その成長を支えているのが、週7日の配送を実現したピッキングシステムや、バイヤーのマーチャндаイズ計画を支援する発注シミュレーションシステムなど、創意と工夫にあふれたITシステムの数々です。

さらに2006年3月にはSOAの手法で構築したデベロッパー家賃精算システムをサービスインさせ、次世代に向けての経営情報システムの構築をスタートさせました。

ユーザーの要望に小気味良く応える、的確かつスピーディーなシステム開発のノウハウを、同社情報システム室 室長の渡辺 裕幸氏とチーフマネジャー 山本 学氏に伺いました。

## Interview ②

### Agilely Meeting the Needs of Management and Users with the Building of Systems Based on the SOA Concept

Point Inc. is a company which is engaged in the nation-wide development of brands such as 'LOWRYS FARM' and 'GLOBAL WORK'. It has been getting a lot of attention from both within the industry and from other industries as a rapidly growing SPA (Speciality store retailer of Private label Apparel)-type chain store specializing in casual wear.

What have supported such growth are the numerous IT systems full of originality and ingenuity, such as the picking system which allows for 7-day-a-week delivery, and an order simulation system which provides assistance for buyers with their merchandise plans.

Furthermore, in March 2006, Point incorporated into its services a developer rent payment system built using SOA techniques, and it began building a management information system designed for the next generation.

We asked Mr. Hiroyuki Watanabe (General Manager) and Mr. Gaku Yamamoto (Chief Manager) of the Information System Department at Point Inc. about their know-how on swift and accurate system development which agilely meets user needs.

## ファッションカジュアル分野のリーダーとして

株式会社ポイントは、「ローリーズファーム」や「グローバルワーク」をはじめとする紳士服・婦人服・子供服の10ブランドを、全国の300店舗以上に展開するカジュアルウェアの専門店チェーンです。

1953年に創業した同社は、当初、メーカー品を販売する一般的な小売業としてスタートしましたが、1990年代後半から、素材の調達・企画・開発・製造・物流・販売・在庫管理・店舗企画までの全工程を自前で行うSPA( Speciality Store Retailer of Private Label Apparel: 製造小売業 )型のファッションカジュアル小売業に転身。業界全体が、グローバル化による海外からの市場参入や、少子高齢化に伴う若年層の減少といった厳しい環境の中にあるにもかかわらず、高い収益力を維持し続けています。

2004年2月には東証1部に上場を果たし、以来、7期連続で増収増益と成長を続けるだけでなく、専門紙によるカジュアル衣料部門の専門店調査で総売上高・経常利益率が業界1位となるなど、業界でも注目の存在となっています。

## ビジネスの拡大を支える物流機能とITシステム

同社は、百貨店と量販店の中間といえるファッションカジュアルという分野を開拓し、市場における独自のポジショニングを確立しましたが、これは「自分たちが着たい服を作る」という明確なポリシーの下で商品企画を行い、品質、デザイン、プライスのいずれの点でもお客様に高い満足をいただいているからにほかなりません。

こうした等身大のマーチャンダイジングが、ブランドイメージやコンセプトに反映され、ブランドごとにファンをつくり、その成長と展開につながっています。中でも「ローリーズファーム」や「グローバルワーク」などの先行ブランドの成功は、ブランド全体の膨らみと経営の安定化に貢献するとともに、マルチブランド展開のエネルギーともなっています。

同社のもう一つの特徴は、店舗のスタッフと商品担

株式会社ポイント  
情報システム室  
執行役員  
情報システム室長  
渡辺 裕幸氏

Mr. Hiroyuki Watanabe  
General Manager  
Information System Department  
Point Inc.



当者がお客様の生の声を的確につかんだ上で商品化を行っている点が挙げられます。スピーディーかつ効率的にお客様に満足いただける商品を企画・調達・提供する仕組みを構築することで、1、2カ月を一つのサイクルとして常に新しい商品が並ぶ店頭を実現しているのです。

同社情報システム室 執行役員 情報システム室長の渡辺 裕幸氏は、同社の特色について次のように語ります。

「当社では店舗を『現場』と呼び、社員全員が販売職を経験することを原則としています。わたし自身も7年間にわたり店舗を担当し、店長の経験もありますが、やはり全従業員が店頭を最大の情報源として、情報や価値観を共有できる仕組みづくりに取り組んでいることが当社の最大の特徴でしょう。

そして、この仕組みを支えているのが水戸と福岡の物流センターを中心とした物流機能であり、さらには週7日の発送体制を可能にするIT(情報技術)システムだといえるかもしれません」

実際、ITシステムについても経営情報システムの構築などの案件がめじろ押しとなっています。ビジネスの拡大に向けて、それだけ物流とITへの期待が大きいのということでしょう。

## 4半世紀にわたり積極的な情報化投資を推進

同社では、ビジネスの拡大に伴い、既存の営業本部・管理本部に加え、2006年3月には業務推進本部

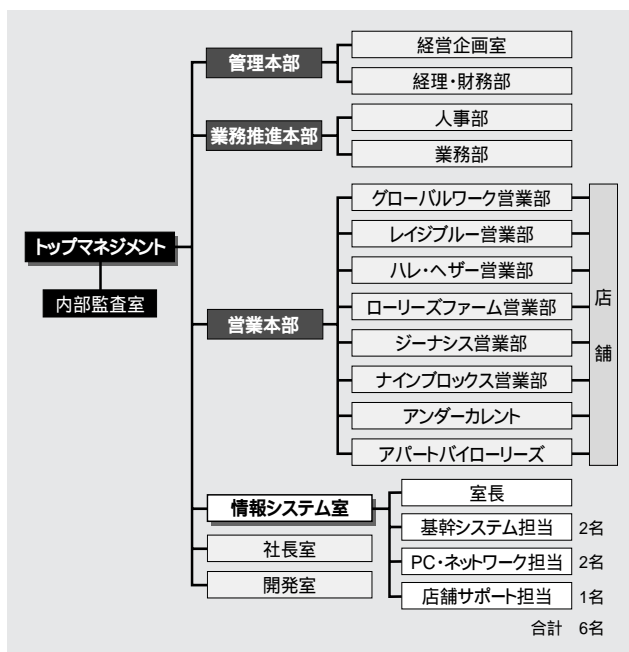


図1. 会社組織図

を新たに設置し、3本部体制による組織力の強化を図りました(図1)。

トップマネジメント直轄となっている情報システム室は、室長の渡辺氏に加え、基幹システムの運用担当が2人、PC・イントラネット担当が2人、店舗サポートの担当が1人の合計6人という少人数体制ですが、前述したように、営業本部をはじめとするユーザー部門からの期待はますます高いものになっています。

「当社では営業担当者をはじめとするユーザー部門からは『あんな仕組みが欲しい』『こんなことができないか』と、次々と要望が上がってきます。情報システム部に頼めば『何でもできる』と思っている節があるのです(笑)。これも、代表取締役会長で創業者でもある福田 三千男が、長年にわたって情報化投資に積極的であったことが大きいでしょう(図2)。

何しろ、コンピューターを最初に導入したのが1979年ですし、チェーン展開を本格的に始めたばかりの1988年には、はやくも単品管理システムの運用がスタートしています。その後、1993～1994年にかけてIBM AS/400®(以下、AS/400)を導入し、基幹システムを構築。ITインフラを整備しつつ、自動ピッキングシステムや新POS( Point of Sales: 販売時点情報管理)システム・店舗PC業務システムなどの開発を積極的に行い、2004年以降は基幹システムと各種システムの連携を進めているところです(図3)(渡辺氏)。

創業	1953年10月	(株)福田屋洋服店 紳士服小売業を開始	
	1979年8月	第一次コンピューターシステムを導入	
	1982年9月	第二次コンピューターシステム(オンラインシステム)を導入	
	1988年9月	第三次コンピューターシステム(単品管理)を導入(店舗数は20店舗足らず)	
	1994年2月	第四次コンピューターシステム(IBM AS/400導入)また、物流センターを移転し、事業拡大に対応	
	1997年	グループウェア「Lotus Notes®」を導入	
	1998年	多次元データベース「Essbase400」を導入 「5250エミュレーション型無線ハンディターミナル」を物流センターへ導入	
	1999年	「自動ピッキングシステム」を導入	
	2000年	新POSシステム・店舗PC業務システムを導入	
	2001年	物流センター(水戸・福岡)2拠点対応	
AS/400を中心とした インフラ整備・システム開発を実施	2002年	AS/400リプレース(基幹システム・物流サーバー)基幹システム・データセンター・ハウジング 店舗ネットワークADSL化	
	2003年	「Notes Domino®」をAS/400へ	
	2004年	台湾システムAS/400結合 TV会議システム・pointTV(イントラネットによるオンデマンド動画配信)	
	2005年	仕入れ先 発注書 Web-EDI導入 本社 全面 無線LAN 導入 自動ピッキング 毎日出荷対応 ExcelとAS400連携による発注シミュレーションシステム導入	
	2006年	SOA指向による「デベロッパ-家賃精算システム」導入( WBIによるデータ連携) IBM DataStage®によるデータマートを構築「経営情報システム」刷新	
	AS/400と他システムとの 連携が顕著化	2001年	物流センター(水戸・福岡)2拠点対応
		2002年	AS/400リプレース(基幹システム・物流サーバー)基幹システム・データセンター・ハウジング 店舗ネットワークADSL化
		2003年	「Notes Domino®」をAS/400へ
		2004年	台湾システムAS/400結合 TV会議システム・pointTV(イントラネットによるオンデマンド動画配信)
		2005年	仕入れ先 発注書 Web-EDI導入 本社 全面 無線LAN 導入 自動ピッキング 毎日出荷対応 ExcelとAS400連携による発注シミュレーションシステム導入
2006年		SOA指向による「デベロッパ-家賃精算システム」導入( WBIによるデータ連携) IBM DataStage®によるデータマートを構築「経営情報システム」刷新	

図2. システム化の歩み

## SOA的なシステム構築を以前から実践

図2に示したように、同社では4半世紀以上にわたり、業務の必要に応じてさまざまなITシステムを構築してきました。そして、システムの規模や用途にかかわらず一貫したポリシーで開発に取り組んでいます。

それは「今までのシステムは捨てない」という考え方であり、すなわちシステム資産の有効利用を重要視していることです。同社の基幹システムである営業支援システムは、1994年のAS/400の導入時に構築されましたが、改修を重ねながら今でも使われ続けているのです。

「1994年に初めてAS/400を導入しましたが、3代目のマシンとなる現在のIBM eServer™ iSeries®(以下、iSeries)でも、このシステムを使い続けています。ずっと捨てないで使ってきたということです。わたしたちが属するファッション業界と同じように、IT業界には次々と新しいトレンドが生まれています。しかし当社では、システムの構築に当たってITのトレンドに左右された

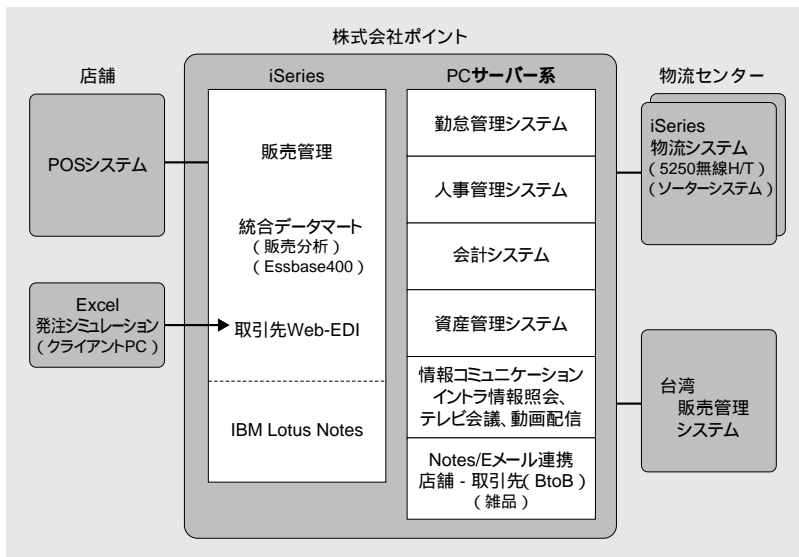


図3. ポイントのシステム構成

り、あるいはポリシーのない決断をしたことは一切ありません。古いシステムであろうが、使い勝手が良いればずっと使い続けてきているのです(渡辺氏)。

さらには前述したように、少ないシステム要員で、ビジネスの拡大による売り上げ/店舗数の急増や、業態の変化に対応していくことが必要であり、そのためには開発コストを抑え、短期間で開発や高品質の実現、将来の変化への対応、保守の容易性を考慮しなければなりません。そこで「既存のシステム資産の有効利用」に加え、次のような方針でシステム開発に取り組んでいます。

- ・ 標準技術でのシステム構築。
- ・ プログラムのコーディングは行わずに市販製品を利用。
- ・ 製品間の容易なインターフェースの仕組みを構築。

「長年にわたってこうした取り組みを続けてきましたが、当社を担当しているIBMの方が、あるとき『これってSOA(Service Oriented Architecture:サービス指向アーキテクチャー)ですね』と言われました。『既存のシステム資産の有効利用』は『ソフトウェアの再利用』であり、『市販製品の利用』は『サービスの利用』、『製品間の容易なインターフェース』は『サービスの疎結合』だということです。

そう言われて驚いたのですが、考えてみれば、多くの企業は、SOAに取り組むことを目的としているではありません。ユーザー部門から上がってきたニーズに対し、自社が置かれている制約の中で、いかに

早く、コストを抑えて解決策を提供するかということを考えているはず。わたしたちも、長年それだけを考えてシステム構築に取り組んできましたが、その考え方がSOA的なアプローチであったということでしょう。『システムは捨てないで、有効活用する』ITのトレンドに左右されて、ポリシーのない決断はしない』というコンセプトは、今考えてみればSOAに通じるものがあるかなとは思っていますが、当時はこれがSOAだとは思ってもみませんでした(渡辺氏)。

とはいえ、同社のシステム構築の取り組みが、SOA的な発想にあふれていることは

事実です。特に最新のシステム構築事例である「デベロッパー家賃精算システム」については、基本的な考え方のみならず、ESB(Enterprise Service Bus)エンジンとしてWebSphere® Business Integration Expressを採用して既存データの連携を図る点でも、「入力環境」と「データベース/アプリケーション」を切り離れたという点でも、SOAそのものです。

そこで、同社のシステム構築のポリシーを端的に反映している「自動ピッキングシステム」と「発注シミュレーションシステム」と併せて、同社のシステム構築の考え方を紹介することにしましょう。

## ピッキングを効率化するために

前述したように、同社のビジネスにおいて大きな強みとなっているのが、タイムリーな商品供給と機会ロスを生まない物流です。そしてアパレル業界ではほとんど類を見ない「毎日発送、翌日着荷」を支えているのが、自動ピッキングシステムです。

ピッキングとは物流における仕分け作業のことであり、同社も以前は人手で行っていましたが、専任の担当者とアシスタントの2人で、月曜日に丸一日かけてピッキングの指示をシステムに入力する必要があり、非常に負荷の掛かる作業となっていました。ビジネスの拡大に伴って店舗数が増え続けている状況ですから、これ以上の負荷は、担当者の努力で解決で

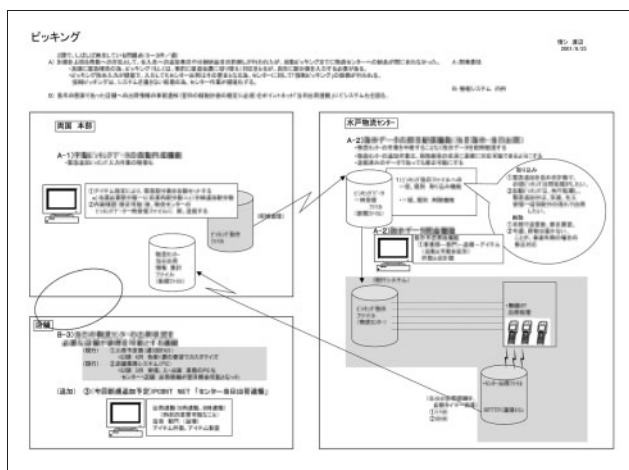


図4. 「1枚の絵」

きる問題ではありません。なんらかの抜本的な対策が必要だったのです。

もう一点、システムへの入力作業が月曜日の夕方までかかってしまうことによる問題がありました。出荷が翌日の火曜日となるため、商品が店舗に到着するのは水曜日か木曜日となってしまいます。つまり、その間は、店舗で商品の欠品による機会ロスが発生する恐れがあることとなります。

店舗側のスペースなどの問題もありました。週1回の発送では1週間分の商品が店舗に到着してしまうため、店頭ですぐ出せないストック分はバックヤードと呼ばれるストックスペースに保管しなければなりません。店舗ごとにストックスペースが必要になるということです。また店頭の商品が売れば、バックヤードから店頭に品出しを行う必要もあります。いったんバックヤードに保管した商品を店頭に移すことから、店舗スタッフに二度手間を強いることとなります。

こうした問題を解決するために、経営層は情報システム室に対して自動ピッキングシステムの開発を求めました。しかしながら定番商品をほとんど持たない同社にとって、システム化の足掛かりがまったくない状況でした。市販パッケージの調査も行いましたが、ニーズを満たすようなパッケージは存在しませんでした。自社で開発するしかないのです。

困り果てた渡辺氏が「ピッキング担当者の頭の中をほじくり出せ」という経営トップの声を受けて、なんと絞り出したのが「1枚の絵」です(図4)。

## 『1枚の絵』から始める

同社のシステム開発は、ユーザー部門とシステム開発側の双方が理解できる図を、A4サイズの紙1枚に描くことからスタートします。

「この図を『1枚の絵』と呼んでいるのですが、もちろんいきなり絵を描くことはできません。ユーザーに要望を聞き、開発を行うITベンダーにも話を聞き、最初はラフな鉛筆描きから始め、だんだんと最終形に近い絵に仕上げていきます。こうしたスタイルを始めた理由は、わたしにITの専門教育を受けた経験がなく、1993年に店舗から情報システム室に移ってきた際には、ずぶの素人ともいえる状況だったからです。言葉の通じない外国に突然放り込まれたようなものであり、当然ながらRFP( Request for Proposal: 提案依頼書)の存在も知りませんから、ユーザー部門のニーズをベンダーに伝えるには絵を描くしかなかったのです。

ただ、当時は苦肉の策でしたが、今になって思うとユーザー部門とシステム開発側がお互いに理解するための共通言語として、幼稚かもしれませんが、実践的な手段だったのではないかと思います。それがいつしか情報システム室の伝統となり、新たにシステムを開発するときには、まず絵を描くようになったのです。もちろん今日ではRFPも作成しますが、いきなりRFPに落とし込むことはまずありません。ユーザーにいきなりRFPを示しても、それが自分たちが期待している機能を実現するものなのか、判断することができないからです(渡辺氏)。

実際にシステムの開発を担当した情報システム室チームマネージャー 山本 学氏は次のように当時を振り返ります。

「実はわたしは2006年5月に入社したばかりでして、それ以前は、当社から発注を受けるベンダー側のプロジェクトマネージャーとしてシステム開発に携わってきました。

こうした絵を見て最初は驚きましたが、確かに相互理解のためには効果的な方法だと思い直しました。『1枚の絵』はシステムのいえば「システム構成図」とか「アプリケーションマップ」ということになるのですが、1枚で全体が分かるということは大切だと思い



株式会社ポイント  
情報システム室  
チーフマネジャー  
山本 学氏

**Mr. Gaku Yamamoto**  
Chief Manager  
Information System Department  
Point Inc.

ます。1枚にまとめるためには、枝葉を切り落とさざるを得ませんから、重要な部分だけを伝えることができるのです」

## 週1回から週2回、さらには週7回の自動ピッキングへ

こうして開発された自動ピッキングシステムの運用は1999年6月から始まり、手作業によるシステムへの入力作業がなくなったことで、週2回の自動ピッキングに置き換わりました。

「システムの構築に当たっては、欲を出さずに基本機能のみとして、それ以外の機能は後から追加できるような設計としました。あまりにもシンプルで、専門家からは幼稚なシステムに見えたかもしれませんが、それでかまわないと思いましたが、今でもそう思っています。

なぜなら、必要最低限の機能しかありませんから、ユーザーが使いこなせるようになるのが早く、また機能が追加しやすい設計となっているため、ユーザーの要望に柔軟に応えることができるからです。実際、キープロセスのみのシステムを運用しているうちに、ユーザーからは『こういったことがしたい』『こんな機能が欲しい』という要望が次々と挙がってきます。こうしたニーズに速やかに対応することでシステムの機能は成熟し、システムを使いこなすためのノウハウも蓄積されていきます。まさに、必要な機能を積み重ねていく形で、担当者の意図通りの作業指示が行えるシステムに成長していったのです（渡辺氏）。

改良を加えていくことで、週2回の自動ピッキングが、週3回となり、さらには2004年10月には全社ベースで週7回、すなわち毎日出荷することが可能になりました。商品回転率も10回転以上になり、2005年度の実績は12.3回転という商品回転率を実現しています。ちなみにこの値は、1カ月間で店頭の商品がすべて変わってしまうことを表しています。

自動ピッキングシステムの成功要因は、もう一つありました。同社は10のブランドを展開していますが、システム化の要望を出したブランドのみに先行して導入していったことです。これによりユーザーの要望が拡散してしまうのを防ぎながら、一つのブランドでスピーディーに成功事例をつくることができたのです。

成功事例を一つつくることで、経営層も他ブランドへの展開に積極的になりますし、また成功事例を基にシステムの標準化を図ることで、他ブランドへの導入をスムーズに行うことができるのです。

## Excelとの連携による発注シミュレーションシステムの開発

次に、マーチャндаイズ計画のための発注シミュレーションシステムを紹介しましょう。

「マーチャндаイジング」とは小売店における品ぞろえ、すなわち商品化計画のことであり、小売業に取っては最も重要な活動です。この計画を立てるのがいわゆるバイヤーです。

従来、バイヤーは、自席のローカルPCでExcelを使ってマーチャндаイジングのシミュレーションを行い、その結果を基に計画を立てていました。そのため計画を立てるには、iSeriesに蓄積されている実績データをExcelのシミュレーションシートに転記する必要があり、その際に2重入力や転記ミスが発生しました。シートに行を追加したり、計算式をコピーする場合のミスもあり得ます。しかも作成したシートはそれぞれのPCに保存されるだけですから、バイヤー間で情報共有を図ることもできません。さらに発注の際には、PC上で行ったシミュレーションの結果を、iSeriesに再入力する必要がありました。完全な二度手間になっていたわけです。

この問題を解決するために、iSeries上でシミュレーションのためのシステムを構築することも考えられましたが、バイヤーは使い慣れたExcelにあくまでもこだわります。そこで、入力にはPC上のExcelを使用することとし、そのデータをiSeriesで処理させることにしました。

具体的には、バイヤーが計画を立てる際には、自席のPCからiSeries側に保存されている発注シミュレーションファイルダウンロードし、VBAにより自動的にシミュレーションシートを展開してシミュレーションを行い、その結果をアップロードして戻すという仕掛けを作ったのです。

## 個人レベルで管理されていた情報を全社で共有

このシステムを利用するバイヤーは、まず蓄積されているマーチャダイジング計画値をiSeriesから取得し、月次レベルの計画を立てて、iSeriesにアップロードします。さらに、その結果を基に、アイテムを単位とした週ごとの納入計画を立て、その結果もiSeriesに戻します。この段階でアイテムの属性や商品名などがはっきりしますから、データをそのまま仮発注システムに流すことで、計画から仮発注までを自動的に処理できる仕組みになっています。

なお、これらの情報は、最終的にマーチャダイジングレポート(週次/月次)、アイテム実績レポート(週次/月次)としてPDF(Portable Document Format)化され、IBM Lotus Notes(以下、Notes®)経由で関係者全員に配布されることになります。全社的な情報共有が実現するということです。

「このシステムの成功要因は、ユーザーがストレスなく新しい仕組みを使うことができたという点であり、バイヤーがもともと使っていたExcelをベースに操作できるように工夫したことが大きいと思っています。

導入効果としては、営業の責任者が、マーチャダイジングの結果を判断するための時間を確保できるようになったことです。PCの操作に慣れないバイヤーは、以前は転記などに時間がかかることもあって、週20時間ほどPCの前に座っていることもありましたが、そういった状況が解消することができ大変喜ばれました。

もちろん、個人で管理されていた情報を、全社で一元管理し、共有できるようになったことも、経営的には大きな成果といえるでしょう(山本氏)。

## デベロッパー家賃精算システムの開発

ここでは、SOAのアプローチで構築されたデベロッパー家賃精算システムを見ていきましょう。

「デベロッパー家賃精算」とは、商業施設のオーナーであるデベロッパー(いわゆる大家さん)から、月に2回程度送られてくる店舗経費の精算処理のことです。この請求書の書式がデベロッパーごとに異なる上に、請求金額が売り上げに応じて変動したり、電気・ガスなどの光熱費などが含まれる場合もあるなど複雑で、担当者は一つ一つ頭の中でフォーマット変換しながら入力しなければなりませんでした。専門的なスキルが必要であることから、業務部の営業支援担当者の作業はほぼ限界に達していました。

そこで、デベロッパーの請求書のフォーマットに合わせて、誰でもどこからでも簡単に入力できるようにしたいというニーズに応えるために、情報システム室は2005年11月からシステム開発に取り組みました。

なお、このシステムの開発は、単に現場のニーズに応えるだけでなく、経営情報システムの再構築という大きな目的がありました(図5)。店舗数がますます増える中で、ブランドや事業部の拡大も視野に入れ、一店一店の店舗情報を整備して一元管理したいという経営層のニーズに応えるには、経営情報システムを再構築する必要があり、デベロッパー家賃精算システムの開発はそのかぶら矢となったのです。

経営情報システムの再構築が前提となったことから、システムの構築に当たってはSOAアプローチを行うことに決定。バックエンドの基幹システムはそのまま運用することとし、入力をWebフォームから行うことで、データをXML(Extensible Markup Language)ファイルとして格納し、WebSphere Business Integration経由でiSeriesの基幹システムにわたす仕組みとしました。

新しい手法によるシステム構築でしたが、開発は日本アイ・ビー・エム株式会社(以下、日本IBM)の協力

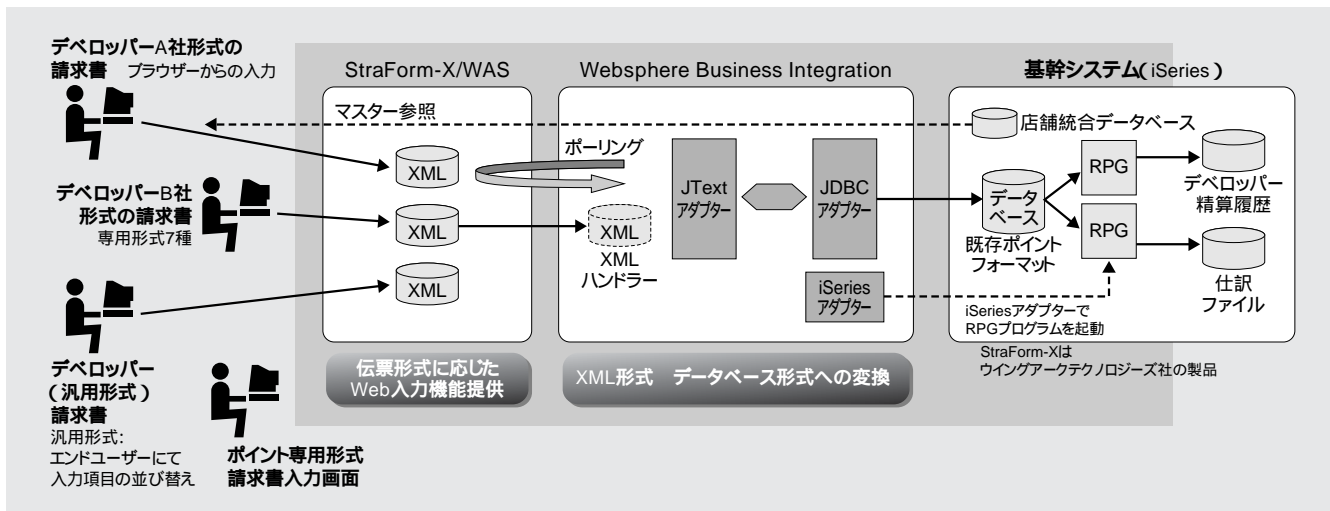


図5. デベロッパー家賃精算システムの全体像

によりスムーズに進み、2006年3月にはこのシステムの運用がスタート。イントラネット経由で誰でもどこからでも情報を入力できるようになりました。Webからの入力を採用したことで柔軟な画面変更が可能となり、今後の店舗数増加により新しい伝票フォーマットが増えたとしても難なく対応することができます。

## SOAの今後の展開に期待

同社の代表的なシステム開発事例を三つ紹介してきましたが、いずれも「既存のシステム資産の利用」「品質と将来性を考慮した標準技術に基づく製品の導入」「変化に柔軟かつ迅速に対応するサービスの疎結合」というポリシーが具現化された事例ということができるでしょう。

また、いずれのシステムも短期間で運用にこぎ着けている点が注目されます。

「開発の基本は短納期です。当社では、どんなに規模の大きなシステムでも3カ月以内につくるようにしています。仮に3カ月以上かかりそうなシステムでも3カ月以内に1次リリースという形で運用にまで持っていく、後はスパイラルで2次、3次の開発を進めています。ですから、当社には1年計画の大構想というものはありません。逆に、1年かけてシステムをつくっても、ユーザー部門にはもういらぬと言われる可能性もあるわけですから（山本氏）。

「実際、ユーザーからは『明日欲しい』という要望が

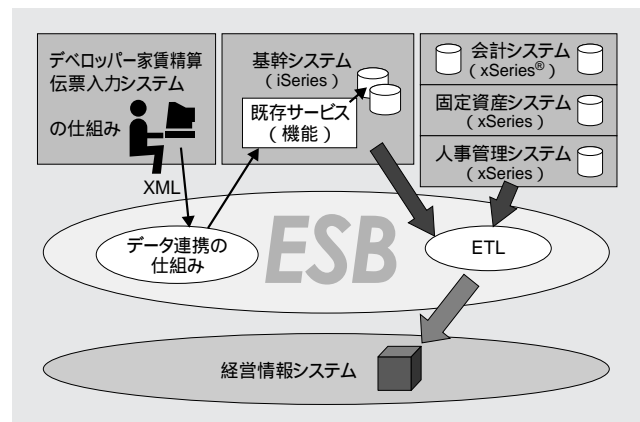


図6. 経営情報システムの構築

上がってきます（笑）。時間をかけてつくっても、ユーザーに使ってもらえないのでは意味がありません。

当社のようなビジネスでは、スピードは最重要ですから、その意味では、レスポンスの早い日本IBMの技術支援は非常に心強いものがあります。また、IBM System i5™という名称に変わったiSeriesについても、今後のビジネスの拡大に柔軟に対応できるという点で、安心して使い続けていくことができます。バックエンドが安定していることは、開発のスピードアップにもつながりますから。もちろん、現在取り組んでいる経営情報システムの再構築を成功させ（図6）、今後のユーザーの要望に素早く柔軟に対応していくためには、SOAのさらなる展開にも期待しています（渡辺氏）。

同社の一連のシステム開発は、そのすべてがSOAを念頭に置いたものではないと語る渡辺氏ですが、上記のような発言からも、その発想とアプローチはまさにSOAそのものであるということがうかがえます。