

## サッポロビール株式会社様

◆導入時期 2002年12月

◆導入ライセンス数 3,000 (実稼動2,600)

サッポロビール株式会社  
ITソリューション部

マネージャー 寺田 豊彦 様



商号：サッポロビール株式会社  
 設立：2003年7月1日(創業明治9年9月)  
 本社：東京都渋谷区恵比寿四丁目20番1号(恵比寿ガーデンプレイス内)  
 代表：代表取締役社長 福田貞男  
 資本金：100億円  
 事業：ビール・発泡酒の製造・販売・輸入ビール・ワイン・洋酒の販売、他  
 事業所：本社・広域営業本部・8地区本部・8工場・3研究所など

## 導入の背景

インターネットのメリットだけでなくデメリットにも注目  
有害サイトから社員を保護

明治9(1876)年創業、昭和24(1949)年設立のサッポロビール株式会社は、平成15(2003)年7月1日から持ち株会社に移行。酒類事業会社として新「サッポロビール株式会社」はビール・発泡酒やワインを中心にお客様に新しい価値を提案している。

同社では全社的にPCを導入し、業務にインターネットを活用。その状況について、ITソリューション部の寺田豊彦マネージャーは次のように語る。「もちろん、インターネットには業務の効率化、生産性の向上といった大きなメリットがありますが、同時にデメリットもあります」

その一つが不適切なWebサイトへのアクセスである。「不用意なアクセスによって、社員を傷つけないようにする必要があります」と寺田氏は説明。「平成11(1999)年に施行された改正男女雇用機会均等法では職場におけるセクシュアル・ハラスメントの防止が明言されましたが、アダルトサイトなどの閲覧もこれにあたります。業務の効率低下という観点以上に、セクハラ訴訟などから社員を守るという意味で、アクセス制限が重要になってきます。また、たとえば整備がされていなくとも、女性社員を不快な思いから守るためにはやはり必要な対策でしょう」

## 導入決定のポイント

性能、価格への高い信頼とカスタマイズに対する柔軟性  
さらに体験版による評価が決め手

インターネットを活用して生産性を向上させつつ、インターネットの弊害から社員を守る—この課題を解決するためにサッポロビールが選んだのが、InterScan WebManagerによるWebコンテン

ツフィルタリングだ。導入時の状況について、寺田氏はこう語る。「平成11(1999)年の法施行に合わせて、当初は別のURLフィルタリング製品を導入しました。しかし、ライセンス体系の変更にともない価格が上昇し、さらに仕様変更によってサーバ上での処理も重くなってしまいました。本来はアクセスを確保すべきプロキシサーバが、管理のために負荷上昇してしまうという本末転倒の状況になってしまっていたのです」

そこで、より少ない負荷で高速に動作し、さらに低コストで利用できる製品を探しているところに出会ったのが、トレンドマイクロのInterScan WebManagerである。性能面・価格面で納得のいくものであったことに加え、カスタマイズに対する柔軟性など、以前のシステムから乗り換えやすいものであったことが、本製品を選ぶ決め手になった。

また、体験版の存在も評価する。「平成14(2002)年11月に体験版を導入させていただき、1か月の間に必要な検証をすべて実施。それまで利用していた製品に比べてパフォーマンスも確実にアップ

## ■サッポロビールの規制解除申請フォーム



サッポロビールでは、社員が規制されているWebサイトにアクセスした場合、規制を解除するための申請フォームに理由を記入するようになっている。規制画面は、それぞれの企業でカスタマイズすることが可能だ

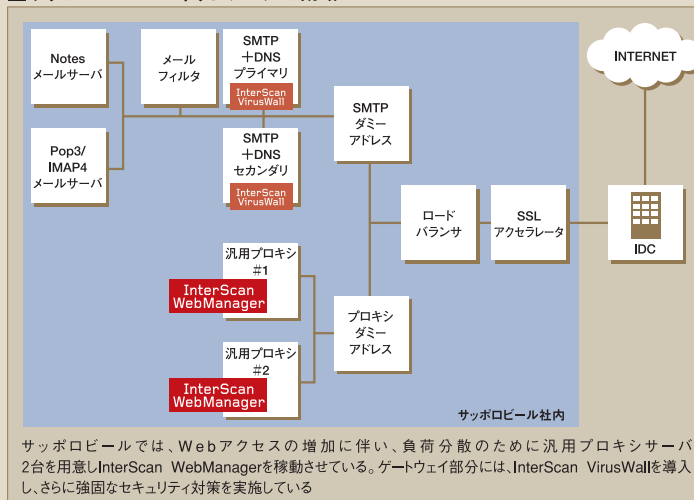
しましたので、そのままライセンスキーのみを購入し、12月からは正式運用と、非常にスムーズな移行が行えました」

**実際の運用状況**

**日本語サイトに対する規制URLの精度の高さに満足  
ホワイトリストも活用し、最適な環境を実現**

同社におけるInterScan WebManagerの運用状況について、寺田氏は次のように説明する。「コンテンツフィルタリングの運用には、まずアクセスポリシーの設定が大切。弊社は事業目的がビールを中心にほぼ単一であるため、とくに部署や役職で区別することはせず、全社一律のルールを設定しています。また、フィルタリング

■ サッポロビール ネットワークの概略



の目的も規制ではなく保護にあるので、麻薬や犯罪、ポルノなど、一般的に好ましくないとされるもの以外はあまり厳しい制限はかけていません」

規制URLのデータベースについては、「以前の製品よりもかなり規制の精度が高くなりました。規制の誤りもほとんどなく、非常に満足しています。やはり、日本製であり、データベースのチェックも国内で行っている点がポイントですね」と評価する。

さらに手動のホワイトリストを組み合わせることで、「インターネットの活用と弊害からの保護という目的を達成できる、最適なフィルタリングを実現できました」と寺田氏は語る。

**今後の展望**

**ルールづくりや社員への教育、啓蒙が大切  
システム面の拡張も視野に**

精度の高いデータベース、柔軟な運用、高いパフォーマンス。これらすべての点においてInterScan WebManagerは満足できるものだとして寺田氏は評価する。「アクセスの増加にともない、2台のInterScan WebManagerで負荷分散をするようにしましたが、その移行もスムーズでした。今後はLDAPと連動した仕組みづくりにも取り組みたいと思います」と、システム面の柔軟さにも言及。運用のあり方についても、「現在、アクセス申請の可否判定はごく少数の担当者のみが従事しています。この判断基準を一般的なルールとして確立する必要があるでしょう。また、社員にどのようにインターネットを活用するべきかという教育や啓蒙活動にも力を入れていこうと考えています」と、さらなる改善の意欲を見せている。

**注目!**  
こんな活用をしています

**お得意様を確保するために  
ビール会社ならではのホワイトリスト活用と申請フォームの充実**

サッポロビールにおけるInterScan WebManager運用の特徴は、ホワイトリストの活用にある。「ギャンブルや風俗などのカテゴリを規制対象とすると、競馬・競輪などの情報サイトやキャバレーなど飲食店のサイトも規制対象になってしまいます。しかし同時に、こうした業界は、弊社のように酒類を扱う事業にとってはお得意様でもあります。レースの開催状況などの調査は、業務上どうしても必要なこと。そこで、これらのURLをホワイトリストに登録してアクセス可能にするのです」(寺田氏)

ホワイトリストへのURL登録は、まずユーザ自身による申請に始まる。規制によって表示できない場合、規制解除申請ボタンをクリックするとインターネットへのアクセスルールを表示した上で、アクセスを申請するフォームを表示。申請が送られると情報システム部でページを確認し、許可/不許可を決定している。場合によっては申請者の知りたい情報を直接確認して、その部分のあらましをメールで送ることもあるそうだ。申請フォームを活用したこ

の仕組みについて、寺田氏は「Webコンテンツフィルタリングというのは、実はけっこう微妙でもあります。Webの業務外利用を阻止する目的ならば、全てのアクセス状況を一律に公開してしまうのも一つの方法です。しかしこの方法では、いくら会社のPCを利用しているからとはいえ、プライバシーの問題も出てくるでしょうし、インターネット自体が利用されなくなる恐れがあります。業務の生産性を最大限に向上させ、インターネットも活用していこうという目的から本末転倒になってしまいます。ですので、申請フォームはこの相反する条件を解決する手段のひとつでもあるのです」と説明する。



ビール会社ならではの特色あるホワイトリストについて語る寺田氏

【お問い合わせ先】

トレンドマイクロ株式会社  
東京本社  
〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-1-1 新宿メインスタワー  
TEL 03-5334-3650 (営業代表) FAX 03-5334-6324

◆ InterScan WebManagerの詳細についてはこちらから  
トレンドマイクロの製品情報サイト: <http://www.trendmicro.co.jp>

