

これまで把握できていなかった膨大な数のWebサイトを発見 運用負荷とセキュリティリスクを大幅に軽減

User Profile



株式会社ニコン

所在地：東京都港区港南2-15-3

導入時期：2016年11月

URL：https://www.nikon.co.jp/

ニコンは、1917年の設立以来、国内外の市場において、光学技術のバイオニアとしての道を切り開いてきた。現在、デジタルカメラを中心としたカメラ関連製品や双眼鏡などの消費材から、FPD露光装置、半導体露光装置、顕微鏡、測定機などの産業用精密機械まで、高い技術力をもとにさまざまな製品を提供。今後、ニコンのコア技術を活かした商品の開発、ソリューションの提案、そしてヘルスケア事業の育成に力を入れている。



情報セキュリティ推進本部
技術部
第一技術課長
高橋 清文 氏

導入のPOINT

- 1 手作業だった自社のWebサイトに関する情報収集を自動化
- 2 作業の自動化により運用の負荷が大幅に軽減、管理の精度も向上
- 3 脆弱性への迅速な対応が可能に、セキュリティリスクも減少

管理が不十分なWebサイトの存在が セキュリティリスクを高める

2017年に創立100周年を迎えた、日本を代表する光学機器メーカー・ニコン。同社は主力製品であるデジタルカメラから、エレクトロニクス社会を支えるFPD露光装置や半導体露光装置、バイオサイエンスや医療分野に貢献する顕微鏡や網膜画像診断機器、高度なものづくりで不可欠な測定機、非破壊非接触での検査システムなど幅広い事業を展開している。また、全世界に90以上のグループ会社を擁し、売上の8割以上が国外というグローバル企業でもある。

さて同社では、広報部門が管理するコーポレートサイトとは別に、それぞれの事業部門が独自に製品サイトやキャンペーンサイトなどを作成している。この点について情報セキュリティ推進本部 技術部 第一技術課長の高橋清文氏は「現代のビジネスにおいては何事にもスピード感を持った対応が求められており、マーケティングも必然的に現場主導となります。そして当社は国外の売上が大半という事情もあって、各国のグループ会社だけでなく販売代理店なども現地の事情に合わせたマーケティング活動を行っており、必要に応じて各種Webサイトを作成しています。これにより、世界中でスピーディなビジネス展開が可能になっているのですが、その一方で当社が把握できないWebサイトの存在を否定できない状況でした」と説明する。

管理が不十分なWebサイトが存在しているのは、いずれサイバー攻撃などに悪用されるおそれもある。企業の公式Webサイトが攻撃の土台になっては、ニコンというブランドすら傷つきか

ねない。そこで同社で世界中のグループ各社が持つWebサイトについて調査を実施し、管理を始めた。

「この作業は主として2名の者が担当しましたが、人手に頼っていたため非効率的で多くの時間がかかりました。また、国外のWebサイトについては現地のシステム担当者やメールやアンケートでやり取りしたのですが、彼らもすべてを把握しているとは言えませんでした。さらに、収集した情報はExcelベースで管理していたのですが、これをどうやって最新の状態に保つかという問題もありました」(高橋氏)

グローバルにビジネスを展開する企業にとって、自社のWebサイトをすべて把握し管理することは大変な作業となる。また、すべてのWebサイトを把握できているという確証がなかったため、脆弱性が出る度にすべてのWebサイトへの対応ができていないか不安を感じていたという。

製品デモで驚きの実態が判明 想定を上回るWebサイトが存在

ニコンがWebサイトの管理について本格的にツールの導入を検討することになったきっかけは、2016年1月にマクニカネットワークスが同社で実施した製品デモにあった。

「マクニカネットワークスには定期的に新製品などを紹介してもらっているのですが、このときにデモを見せてもらったのが『RiskIQ Digital Footprint』でした。その結果、世界中に私たちが把握していたよりもとても多くの自社Webサイトが存在することがわかり、社内の危機感は一

気に高まりました」(高橋氏)

Digital Footprintでは、独自の技術(パーソナルユーザテクノロジー)により、インターネット上にある企業のすべてのWebサイトを発見、監視することが可能だ。未知のIT資産を明らかにしてダッシュボードで可視化し、適切な管理や棚卸を実現する。

「Digital Footprintは、人手を煩わせることなく自動的に自社のWebサイトの情報を収集してくれる唯一の製品です。その収集ロジックは優秀で、ニコンの名がついていないドメインのWebサイトも探し出してくれます」(高橋氏)

Digital Footprintの実力を目の当たりにした同社は、同製品を導入するか人手による監視を継続するかを勘案。最終的に作業の効率と精度を優先し、採用することを決めた。

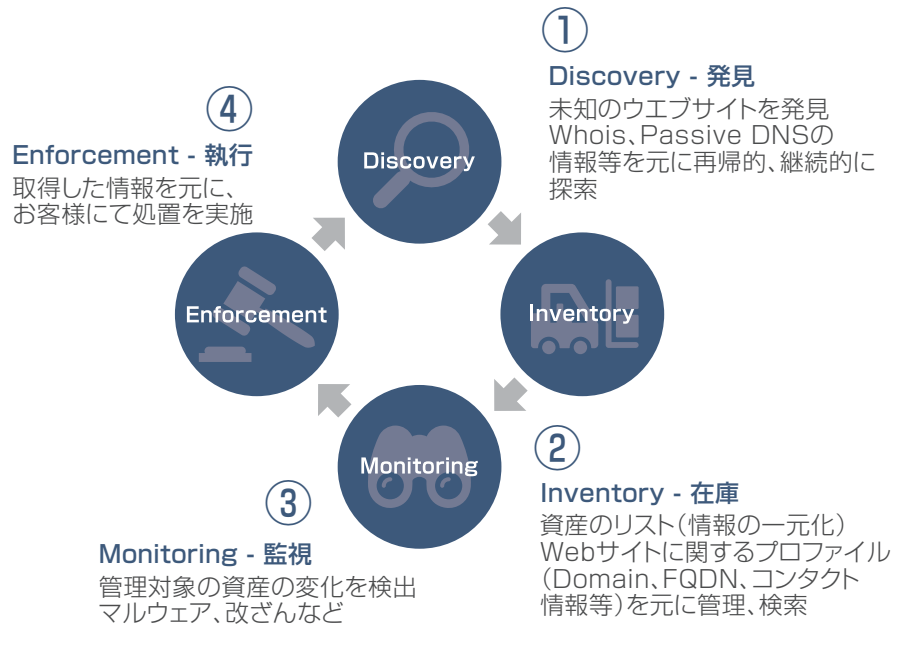
Webサイトの確実な洗い出しと モニタリングが可能に セキュリティの強化にも貢献

ニコンは2016年11月にDigital Footprintを導入。取材時点(2018年2月)で1年以上利用しているが、その最大の効果はWebサイトの確実な洗い出しおよびモニタリングが可能になったことだという。

「これまで人手で行っていた作業が自動化されたことで、運用負荷が大幅に軽減された上、管理の精度も向上しました。現在は可視化された情報をもとにWebサイトの棚卸を進めており、不要なものは閉鎖するなどして、その数をかなり絞り込んでいます」(高橋氏)

Digital FootprintはWebサイトのセキュリティ強化にも貢献している。一例としては、あるソフトウェアに脆弱性が発見された際、それを利用してすべてのWebサイトを迅速に洗い出し、担当者にコンタクトすることで、

■ Digital Footprint 実施サイクル



アップデートなどの対応をすぐに行うことができたという。

「仮にこれを人の手で行っていたら、膨大な労力と時間が必要だったことでしょう。このように迅速な対応が可能になったことで、攻撃者に脆弱性を悪用されるリスクも減少していると思います」(高橋氏)

Webサイトの管理・運用体制を 強化するため 他部門での活用も検討

ニコンでは今後、Webサイトの管理・運用体制の強化を進めていく方針で、その軸としてDigital Footprintをマーケティング部門など他部門へ展開することも検討しているとい

う。新たに実装されるGDPR対策機能にも期待をしている。

最後に、マクニカネットワークスの対応について高橋氏は「今回の導入ではクラウドサービスであるDigital Footprintをいかに当社の環境へ適応させるかが課題でしたが、マクニカネットワークスは私たちの質問にも迅速丁寧に答えてくれました。また、インターフェースについてはかなり細かく要望を出したのですが、しっかりとベンダー側に伝えてくれたおかげで、非常に使いやすくなり満足しています。今後も引き続き協力いただければと思います」と高く評価している。

2018年3月 © Macnica Networks Corp.
本カタログに掲載の製品仕様は、予告なく変更する場合があります。予めご了承ください。
本カタログに掲載されています社名および製品名は、各社の商標及び登録商標です。