

クラウドコストを40%削減した インフォメディアのNew Relic導入

INFOMEDIA™

Global leaders in parts and service software



INDUSTRY

SaaS



LOCATION

シドニー（オーストラリア）

EMPLOYEES

290名

PRODUCTS USED

New Relic APM、New Relic Browser、New Relic Infrastructure、New Relic Insights、New Relic Synthetics

WHY NEW RELIC

アプリケーションフロントエンドから得たインサイトを、リアルタイムでクラウドインフラに提供できるため

HIGHLIGHTS

- 200のアプリケーションのパフォーマンスとインフラを最適化
- アプリケーションの稼働コストを90%削減
- クラウドインフラのコストを全体で40%削減

インフォメディアは、自動車ディーラー向けに自動車部品の販売やアフターサービスの管理を自動化・効率化するSaaSソリューションを提供しています。クライスラー、フォード、GM、ホンダ、キア、レクサス、日産、トヨタ、ボルボなど、多くの大手自動車メーカーがインフォメディアのソフトウェア・サービスを通じて、毎年数十億ドルもの自動車部品やアフターサービスを販売しています。

1987年創業のインフォメディアは、世界186カ国のグローバル自動車メーカー39社、17万人のユーザーにサービスを提供しています。他の多くのSaaSプロバイダとは違い、インフォメディアは1種類の主力製品のみで特化することなく、スペア部品カタログ、部品・アフターサービス販売、石油会社向けのエンジンオイル販売管理ソリューションという3つの主要製品グループにわたり、ソフトウェアを開発しています。

インフォメディアCIO（最高情報責任者）のダニエル・スキッパー氏は、次のように述べています。「当社では、全部で約200種類の個別のアプリケーションを開発し保守しています。自動車ディーラーは、当社の製品を使って収益性を最大限に高めつつ、顧客に最高のサービスを提供できるのです」自動車ディーラーは通常業務の大半をインフォメディアのソフトウェアで行っているため、インフォメディアとしては、パフォーマンスと信頼性が非常に重要となるのです。

他社に先駆けてクラウドに移行

常にイノベーションを重視するインフォメディアは、2012年にオーストラリアにAmazon Web Services（AWS）プラットフォームが上陸した際、このプラットフォームを利用した最初の独立系ソフトウェアベンダーのひとつとなりました。しかし、従来型の配布型ソフトウェアからクラウドを活用したSaaSモデルへ移行する際、顧客に対し以前と同水準のサービスとパフォーマンスを保証する必要が生じました。

インフォメディアは当初、インフラの過剰なプロビジョニングという間違いを犯しました。「イノベーションの実現に注力するあまり、最適化を重視していませんでした。アプリケーションのパフォーマンスを向上させるために、むやみにインフラを投入していたのです」（スキッパー氏）



カスタマーエクスペリエンス、アプリケーションのパフォーマンス、動的なクラウドインフラを一元的に管理、可視化できるツールがなかったため、インフォメディアでは、パフォーマンス低下の問題の原因を効率的に診断・解決できなかったのです。ソフトウェアとクラウドリソースの利用状況を最適化するには、この問題は避けて通れないのです。

スタック全体を可視化

インフォメディアでは、アプリケーションパフォーマンスの最適化とクラウドリソース利用の改善に乗りだしました。「当社ではこれを、『最適化のイノベーション』と呼んでいます。目標は、カスタマーエクスペリエンスに影響を及ぼさず、イノベーションも妨げることなく最適化を実現することです。このように、製品の改善と顧客満足度の向上に必要な情報をすべて把握できるのが New Relic なのです」（スキッパー氏）

インフォメディアは、テスト・デプロイを行う前にパフォーマンスの基準値を把握し、その後のパフォーマンスを監視して改善したかを判断しています。「New Relic によって、アプリケーションのパフォーマンスとリソースの利用状況を把握することができます。これを踏まえて、コード変更により想定通りのパフォーマンスに達したか確認します。状況をリアルタイムで確認できることが、大きなメリットです」（スキッパー氏）

インフォメディアは、New Relic APM を用いてアプリケーションのパフォーマンスを把握し、New Relic Infrastructure を用いてアプリとそれを稼働させている動的なインフラを関連づけるヘルスマップにより可視化し、アプリとインフラ両方を一元的に管理しています。「従来のモニタリングツールは、日々変化するインフラには使いにくいのです。New Relic であれば、ひとつのアプリケーションが50の Amazon EC2 で実行され、アプリのバージョンが10種類以上あっても問題ありません。またヘルスマップで、インフラのパフォーマンスを正確に把握できるようになります」

彼のチームはさらに、New Relic Browser を使って自社のユーザー17万人のカスタマーエクスペリエンスを把握しています。「New Relic を使ってグローバルの基準値を把握し、特定の顧客層や地域別の集団と比較しています。これにより、特定の顧客体験に影響を与えうる問題を発見し、対応することで、顧客満足度の向上につながっています」（スキッパー氏）

クラウド資源の利用最適化

スキッパーのチームは現在、アプリケーションのパフォーマンスとカスタマーエクスペリエンスを改善すると同時に、クラウド資源の利用状況も最適化しています。「New Relic の力を借りて余分なインフラを削減しながら、イノベーションのペースも維持しています。200のアプリケーションに New Relic を使った最適化を実施し、インフラの供給過剰と供給不足を明らかにしました」（スキッパー氏）

例えばヘルスマップを通じて、あるアプリケーションが49もの大量のインスタンスを使用していると判明しました。「これは、すぐに改善が必要と考えました。デプロイに問題があることを突きとめ、余分なインスタンスを削除しました。おかげでアプリケーションの稼働コストを大幅に節減できました。全体的には、クラウド資源の最適化によりクラウドコストが40%減少しました。



当社ではこれを、『最適化のイノベーション』と呼んでいます。
目標は、カスタマーエクスペリエンスに影響を及ぼさず、
イノベーションも妨げることなく最適化を実現することです。
このように、製品の改善と顧客満足度の向上に必要な情報を
すべて把握できるのが New Relic なのです

インフォメディア CIO

ダニエル・スキッパー氏

最適化に加え、New Relic を活用してインフラ供給に関する判断の質も改善しています。「New Relic のおかげで、適切な種類のインスタンスを選べます。アプリによる CPU、メモリ、ディスクの利用率も把握できるため、カスタマーエクスペリエンスを維持できます」（スキッパー氏）

例えばあるアプリケーションは、従来考えられていたように CPU 不足ではなく、メモリ不足であることがわかったと言います。インスタンスの種類を変更することで、そのアプリケーションの稼働コストを 90% 削減でき、同時にカスタマーエクスペリエンスも向上しました。

データの共有によってコミュニケーションを変革

最適化とパフォーマンス向上だけでなく、スキッパー氏は New Relic を活用してインフォメディアの企業文化を変革できました。「New Relic のおかげで責任の押し付けあいが減り、連携がとりやすくなります。今では、データを見れば誰の目にも根本的な原因が明らかです」

運用・開発チームの成功を足がかりに、スキッパー氏は、New Relic Insights のダッシュボードを製品チームに提供する計画を立てています。「製品オーナーなどに、製品のパフォーマンスやカスタマーエクスペリエンス、アプリ稼働に伴うコストを含む全体像を提示できます。製品オーナーが意思決定を行う際、New Relic を活用して、その決定がカスタマーエクスペリエンスとコスト両方に与える影響を把握できます」（スキッパー氏）

スキッパー氏のチームと、役員陣とのコミュニケーションにも変革が起こっています。「New Relic で得られるデータのおかげで、役員陣と開発・IT 運用チームの間に信頼が生まれています。顧客が求めるパフォーマンスを実現しつつ、支出に見合う価値を提供していることを、会社に証明できるのです」