

インターネット バーチャル モールによる情報活用

— 散策方式の例 —

Examples of Information Services on the Internet

■ 大浦彰子 Akiko Ôura



SUNPARK(サンパーク)のホームページ(1996年12月現在)(写真提供：株式会社サンパーク)

インターネット上のモールの一つである“SUNPARK”をnetSpace(日立インターネット)に接続したバーチャルモールのサービスを始めている。このSUNPARKでは、ユーザーが楽しみながら自然に企業のコンセプトがわかるように、情報を得るプロセスを重視している。

マルチメディア情報の取り扱いができるWWW(World Wide Web)サーバの登場により、個人、企業による情報発信の機会が大幅に増加した。しかし、魅力ある情報の提供を行わないと参照頻度の少ないサイトになってしまう、情報発信の効果は薄れてしまう。

幾つかの企業の情報を一つのサーバで発信するバーチャルモール(インターネット上の仮想都市)は、情報発信

サーバの立ち上げ後に、いかに多くの人に情報を繰り返して見てもらうかという課題に対応する一つの解決策である。日立製作所をはじめ15企業が参画してバーチャルモールの運営が行われている“SUNPARK”は、netSpace(日立インターネット)に接続したサブプロバイダである。ユーザーの情報取得のプロセスを重視しているSUNPARKでは、1日に平均4万件のアクセスがある。

1. はじめに

インターネット上で発信されている情報は、単なる企業PRにとどまらず、オンラインショッピング、出版、公共サービスなど多岐にわたっている。インターネットを活用したもの一つに、企業や個人が個々に情報発信するだけでなく、インターネット上に仮想の都市またはデパートを作り、情報をまとめて発信する「バーチャルモール」がある。

一方、インターネットのユーザーは、教育機関、企業以外に個人レベルの間にも広がっている。このインターネット上の新しい、広いユーザー層にいかに関係情報を繰り返しアクセスしてもらうかが、これからのWWWサーバ立ち上げの成功につながる。これには、幾つかの企業の情報を一つのサーバで発信できるバーチャルモールが鍵を握っていると考えられる。

現在、インターネット上のモール数は、日本電信電話株式会社のホームページにあるURL(Universal Resource Locator)の広場に登録されているだけでも66(1996年12月現在)ある。インターネット上のモールの一つである“SUNPARK”へは15企業が参画し、アクセスは1日に平均4万件で、最大5万5,000件もある。

ここでは、SUNPARKを取り上げて、情報発信サーバの立ち上げまでのプロセスと、その発信している内容について述べる。

2. SUNPARKの概要

SUNPARKを、netSpace(日立インターネット)に接続して、1996年4月22日からバーチャルモールのサービスを始めた(バーチャルモールの計画は1995年12月から始めた)。そのコンセプトは以下の三つである。

- (1) 繰り返し見たくなくなるメディアの実現：単純な商品閲覧や一過性の内容にとらわれずに、見る楽しさをいかに継続できるかを主眼として、新型双方向通信メディアのコンテンツを作成する。
- (2) 安心、簡単、便利なショッピングモールの実現：電子商取引ならではの商品を紹介し、オンライン決済によってユーザーの手間を極力軽減する。
- (3) さらに広がる有益情報の提供：複合メディアの機能を生かし、情報ハブ局としてSUNPARKの参加企業に有益な情報を提供する。

SUNPARKの準備を始めるにあたって、日立製作所が協力したのは、プロバイダとの接続、多数のアクセス

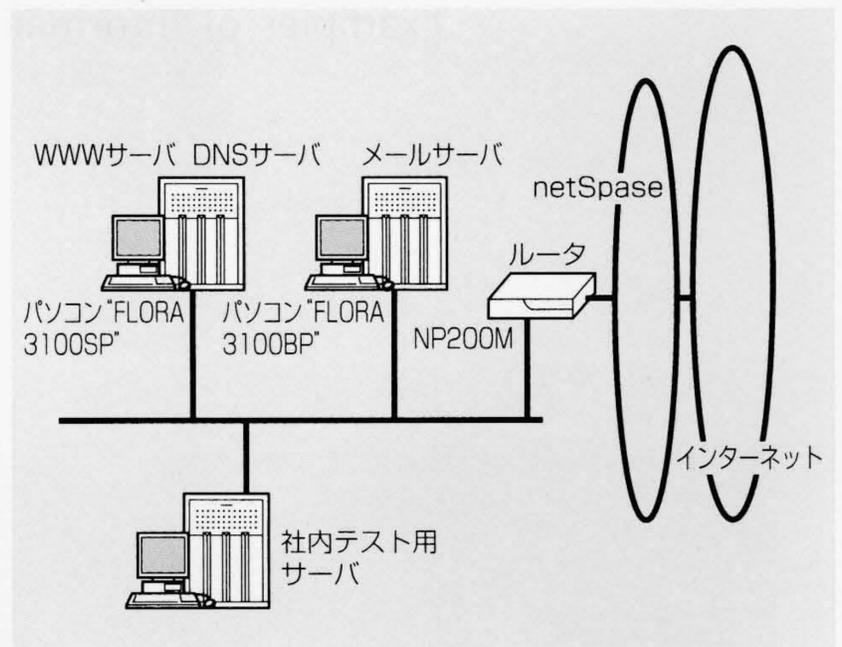


図1 インターネットへの接続構成

SUNPARKは3台のサーバで構成され、日立インターネット“netSpace”に回線速度512kビット/sで接続している。

に耐えられるサーバの開発、サーバのOS(Operating System)の提供などである。インターネットへの接続構成を図1に示す。

3. SUNPARK内訪問

3.1 ユーザー登録

SUNPARKは、生活情報や環境、アウトドアなど分野別に情報を分類している。それぞれの分野にキャラクターを登場させ、利用者が街を歩くようにホームページを閲覧し、ゲームや買い物などが自由にできる、いわばインターネット上のテーマパークである。

ホームページを訪れると、まず自由にSUNPARK内を散策するために市民登録を行う。市民登録に必要な情報は、名前、住所、E-mailアドレスなどである。一度登録するとID(Identification)とパスワードが渡され、次回からは、このIDとパスワードを利用してSUNPARKを訪れることができる。

ここで登録されたユーザー情報は、ユーザー層の把握(年齢、性別、地域など)を主体にし、ウェブページに反映させている。登録されている内容は多岐にわたっているため、ユーザーが迷わないように総合マップも用意している(図2参照)。

3.2 SUNPARK内散策

SUNPARK内は、SUNPARK Laboratory、SUNPARK Beach、Shopping Mallなど、ビジネス情報から生活環境にわたって12のテーマに分かれている。



図2 SUNPARK 総合マップ

SUNPARKを訪問したユーザーが迷わないように用意した総合マップを示す。ユーザーは、この総合マップから自分の接したい分野を選択することができる。(写真提供：株式会社サンパーク)

SUNPARK Laboratoryではインターネットパソコンなどの最新のテクノロジーを、SUNPARK Beachでは環境をテーマにしたリサイクルの問題などを取り上げている。

またShopping Mallでは、インターネット上でプロバイダ契約から菓子の購入まで行えるようになっている。ここではまず、ユーザーは、自分の接したい分野を選択する。ユーザーは分野を選択しただけでは、商品や技術についての情報をすぐに取り出すことはできない。これは、商品名を看板のように前面に出さずに、ユーザーが画面をクリックし続けるうちに、自然と商品にたどりつける方式をとっているためである。

SUNPARK Laboratoryについて以下に述べる。SUNPARK Laboratoryでは、キャラクターのハイテクコンパニオン(リャンチャン、メカリャンチャン)に出迎えられる(図3参照)。このキャラクターにより、SUNPARK Laboratoryのテーマ全体の説明、そしてこれから現れてくる情報についての紹介がある。

興味があれば、さらに画面をクリックする。「インパクトのある車っていいな」、「簡単インターネットパソコン」と続き、「簡単インターネットパソコン」を選ぶと、この

ページからの案内役は「クルル」に変わって商品が登場する(図4参照)。

確かに、商品情報が目的のユーザーにとっては、商品が前面に出るコンテンツのほうがアピールできる。しかし、商品情報だけでは満足しないユーザーへのアプローチには適しているとは思われない。このため、SUNPARKでは後者のユーザーをターゲットに、情報を得るプロセスを重視し、企業の新しい一面に気づいてもらえるようなページの発信を図っている。つまり、ユーザーは楽しみながら、自然に企業のコンセプトを知ることができる。また、商品の説明も、初心者にとって非常にわかりやすいものとしている。

4. 今後の展開

SUNPARKは、1997年4月22日をもって満1年を迎える。この1周年を機に大幅なコンテンツの見直しを図り、本格的なユーザー参加型の2ウェイコミュニケーションを使ったインターネットテーマパークを構築していく考えである。

具体的には、先端技術を取り上げ、Java(J++)^{*)}、



図3 SUNPARK Laboratoryのキャラクター(リャンチャン, メカリャンチャン)
各分野にはそれぞれのキャラクターがいる。ユーザーはキャラクターをクリックすることにより、画面上での会話を楽しむことができる。(写真提供:株式会社サンパーク)

Shockwave, SQL (Structured Query Language) データベースなどのインターネットの先端テクノロジーを駆使していく考えである。またコンテンツそのものでは、よりリアルな表現と同時に毎日の更新を図り、ユーザー側からのメールなどでの情報やイベントへの参加など、ア

クセス数だけでなく、ユーザーのE-mail送信数や参加者数などを重視して展開していく考えである。

5. おわりに

ここでは、インターネットの活用事例として“SUNPARK”のバーチャルモールについて述べた。

インターネットは、文字情報や静止画だけにとどまらず、動画や音声といった従来のメディアの機能を兼ね備えている。インターネットで充実した2ウェイコミュニケーションを提供することができれば、今までのメディアを越える可能性があると考えられる。

終わりに、この論文の執筆にあたっては、株式会社サンパークの関係各位からご指導をいただいた。ここに深く感謝する次第である。

※) Javaは、米国およびその他の国におけるSun Microsystems, Inc.の商標である。

参考文献

- 1) 角田, 外: 世界とのマルチメディア情報交換を実現するインターネットソリューション, 日立評論, 77, 8, 555~560(平7-8)

執筆者紹介



大浦彰子

1992年日立製作所入社, 情報システム事業部
オープンソリューション本部 開発部 所属
インターネット・イントラネットシステムの拡販, 開発に
従事
情報処理学会会員
E-mail: a-oooura@system.hitachi.co.jp

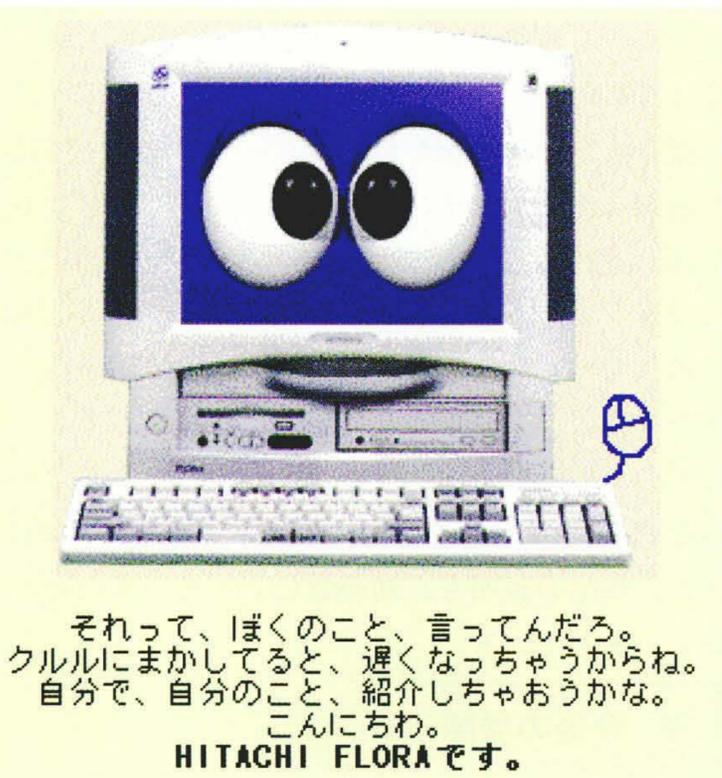


図4 日立のパソコン“FLORA”の掲載画面(写真提供:株式会社サンパーク)

ハイテクキャラクター「クルル」が日立のパソコン“FLORA”を紹介する。さらに画面を進めると、製品仕様の説明となる。ここでは初心者向けとして「かんたん」と、詳細情報を記述した「おりこう」の二つが選択できる。また関連情報として、コンテンツ作成についての情報も用意している。