

新しいビジネスやライフスタイルを創造する ネットソリューションブランド“Cubium”

Internet Services for Creating New Business Styles and Lifestyles

米本 修司 Shûji Yonemoto 小松原 瑛里子 Eriko Komatsubara 石井 督久 Tokuhisa Ishii



Cubiumが実現する便利で快適なネット社会

Cubiumでは、身近な家庭生活から、企業活動そして行政にかかわるまでのさまざまな生活シーンで、バーチャルなネットの特長を生かしたサービスを提供することにより、便利で快適なネット社会の実現を目指している。

ネットワークは急速な発展を遂げ、いつでも、どこでも、だれとでもコミュニケーションが行えるユビキタス情報社会に向けたさまざまなサービスが生まれている。一時のネットバブルは去り、ネットの仕組みを活用してリアル世界の利便性を向上させ、コスト削減や顧客満足度の向上、売り上げの拡大などの成果を上げる企業が増えている。

日立製作所は、ネットワーク社会の発展に貢献する

ため、2000年9月に、グループ会社も含めたネット関連のインフラストラクチャーからアプリケーションサービスまでを束ねたネットソリューションブランド“Cubium (キュービウム)”を発表した。以降、ユビキタス情報社会の現実化が進む中で、リアル世界の課題解決を図るため、ネットというバーチャルの持つ特色を生かし、リアルとネットそれぞれの特性を融合した新しいサービスやソリューションを提供している。

1 はじめに

ネットワークはインターネットの発展とともに飛躍的な進化を遂げた。今や、ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line), FTTH (Fiber to the Home), およびCATV (Community Antenna Television) を合わせたブロードバンド利用者は780万人を超え、音声・データ・画像・映像を高速・大容量でやり取りできる本格的なブロードバンド時代を迎えている。また、携帯電話の普及やIPv6 (Internet Protocol Version 6) 技術

の登場などにより、いつでも、どこでも、だれとでもコミュニケーションが行えるユビキタス情報社会のインフラストラクチャーが整備されてきた。

ビジネスの世界では、データセンターを活用したハウジング・ホスティングサービスをはじめ、ネットワークの広帯域化やセキュリティ強化などのインフラストラクチャー整備の段階から、実際の業務に直結したネットアプリケーションや、業務を間接的に支援する決済、物流サービスなどの利用が増え、ネット関連事業は新しい段階へと移行している。

ここでは、リアル世界の課題解決を図るため、ネットというバー

チャルの特性を生かし、リアルな世界の持つ特性と融合させたネットソリューションを提供する、日立グループのネットソリューションブランド“Cubium(キュービウム)”の概要と取り組みについて述べる。

2 ネットの最新動向と市場ニーズの変化

2.1 ネットの最新動向

2003年3月に発表された通信利用動向調査(総務省)によれば、わが国の2002年末でのインターネット利用者数は6,942万人で、米国に次ぐ世界第2位である。特に携帯電話からのインターネット利用者数の伸びが顕著で、2003年1月末の時点で、2年前に比べて倍増の6,023万人となった。今や、国民の2人に1人が携帯電話からインターネットにアクセスできる状態となっている。

2002年3月に発表された電子商取引に関する市場調査(図1参照)によれば、インターネットで利用されるコンテンツではオンラインショッピングが多い。70%以上の人々が利用経験があると回答しており、今後も利用者や利用金額の拡大が見込まれる。

また、「ユビキタス」という観点では、人が集まる駅やカフェなどで無線LANのアクセスポイントサービスがスタートしており、PHSの定額制サービスなどを含め、外出先でのブロードバンドコンテンツの利用が進みつつある。

2.2 市場ニーズの変化

ネットワークの発展により、情報へのアクセスやメッセージの伝達における時間や場所の制約がなくなり、ビジネスやライフスタイルに急激な変化が起きている。

例えば、ビジネスの世界では、グローバル化、24時間化が

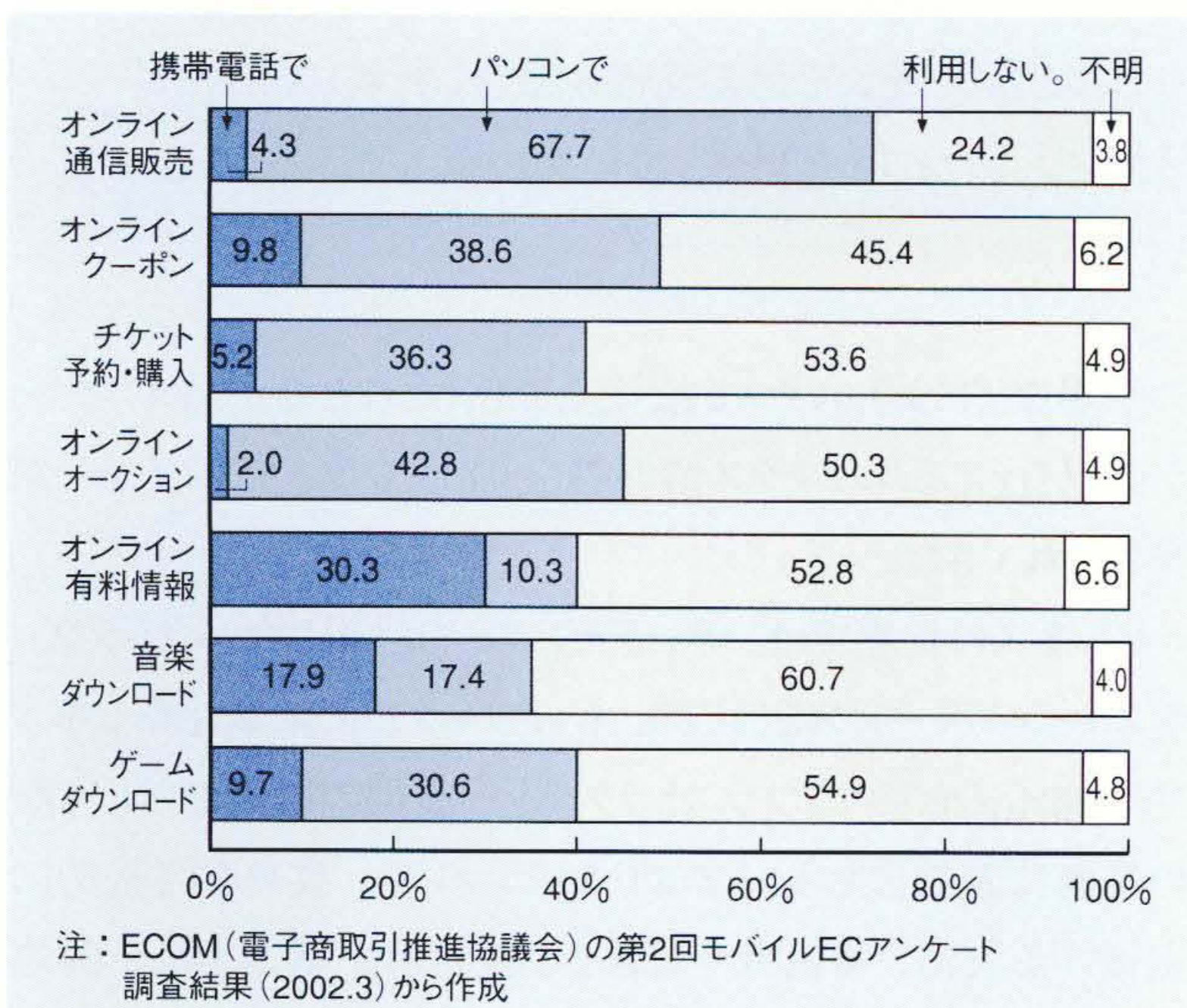


図1 ECサービスの利用経験

オンラインショッピングの利用率は70%を超えており、普及が進んでいる。

進んでおり、世界中から必要な材料や部品などのリソースを適正な価格で入手できるようになった。一方、競争相手が国内から世界に広がり、競争力強化のために各社の強みを持ち寄った協業ビジネスや、コア事業以外をアウトソース(外部委託)するビジネス形態が増えている。その結果として、協業に適したコラボレーションツールやスモールスタートに適したASP(Application Service Provider)、iDC(Internet Datacenter)の利用が進んでいる。

また、個人のライフスタイルの変化としては、世界中から商品を24時間購入できるオンラインショッピングの利用が増えている。オンラインショッピング業者は、競争力強化のために、豊富な品ぞろえだけでなく、多様な決済手段の提供や配送先指定を可能とするサービスなどの付加価値の高いサービスを導入し、利用者の利便性向上を図っている。モバイル環境では、携帯電話やカーナビゲーション機器の持つコミュニケーション機能を用い、各種コンテンツが楽しめるようになったことに加え、位置情報や電子クーポンなどを利用したリアル店舗との連動サービスも増えている。

このようなビジネスやライフスタイルの変化を読み取り、ネットの世界だけでは実現できない、リアル世界とネット世界を最適な形で融合させるサービスの拡充が求められている。

3 リアルとバーチャルの融合をさらに進める“Cubium”

3.1 “Cubium”とは

“Cubium”は、ビジネスや生活にネットを活用したソリューションを提供することにより、いつでも、どこでも、だれにでも、便利で快適なネット社会の実現を目指した日立グループのネットソリューションブランドである。2000年9月に発表した当初はデータセンタサービスや各種ASPなどのネットコミュニティのためのサービスを中心にスタートし、順次、各種「ネットアプリケーションサービス」を拡充してきた。2003年3月末時点で、104商品をCubiumの下で提供している。

3.2 Cubiumのサービス体系

Cubiumのサービス体系を図2に示す。

Cubiumでは、「ネットアプリケーション」、「ネットビジネス管理」、および「ネットインフラ」の三つに分けて、以下のサービスメニューを用意している。

(1) 「ネットアプリケーションサービス」

リアル世界のビジネスで使用されている金融、製造、流通、公共などの業種ごとに特有のアプリケーションや、モバイル(携帯)機器用途・デジタル放送など業種共通のアプリケーションを、バーチャルのメリットを生かしたASPなどの形態で提供している。サービス例としては、共同センターを利用し、低コスト、短期間でネットバンキングサービスを開始できる“FINEMAX”

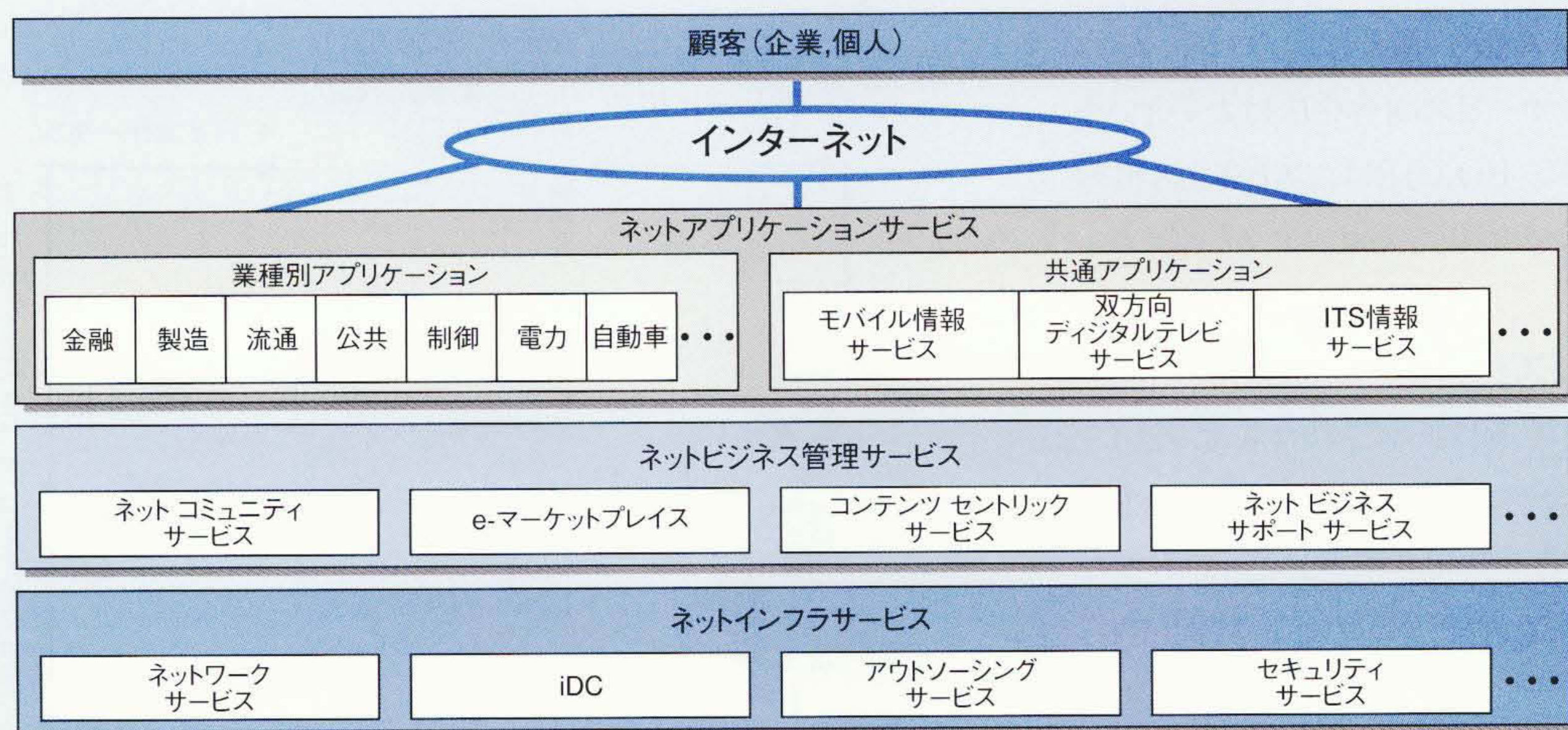


図2 Cubiumのサービス体系

Cubiumでは、サービスメニューを三つの階層に分けて用意している。

注：略語説明

ITS (Intelligent Transport Systems)

や、組織の枠組みを越えたコラボレーションの実現に適したASP型サービス“BROADNETBOXER”などがある。

(2) 「ネットビジネス管理サービス」

ネットを活用してリアルビジネスで必要な決済や物流などのユーティリティ機能を効率的に提供したり、特定のコミュニティやマーケットプレイスのためのサービスやプラットフォームをネット上で提供したりする。サービス例としては、複数の決済サービス機関を日立製作所のセンタ経由で接続し、決済業務を一括管理する「共通決済ゲートウェイサービス」や、宅配荷物留め置きサービス「スマートデポ」などがある。

(3) 「ネットインフラサービス」

顧客が持っているインフラストラクチャーシステムを強化する各種のセキュリティサービスや、ネットワーク構築・運用などのサービス、それにシステムを安全に預かるデータセンタサービスなどにより、信頼性の高いインフラストラクチャーを実現する。サービス例としては、データセンターでのハウジング・ホスティングサービスやトータルセキュリティソリューション“Secureplaza”などがある。

Cubiumでは、個々のサービスだけでなく、サービスを組み合わせることで、迅速に、ワンストップで適切なネット関連サービス・ソリューションを提供している。

ザーは、メールやスケジュール管理、ワークフローなどの機能はもちろんのこと、独自のワークグループという概念を利用して、同一ID (Identification) による複数のワークグループの作成や参加ができるようになる。また、オンラインストレージを利用すれば、メンバー間の情報共有がいつでも、どこでも可能になる（図3参照）。

さらにBOXERでは、ひとりひとりのユーザーに対して最適な企業情報を提供するEIP (企業情報ポータル) 構築サービスの提供を開始した。BOXER EIPでは、社外のメンバー、派遣やアルバイトの社員などとの情報の共有・非共有の設定までを可能にし、必要な状況に合わせたコラボレーションを進めやすくしている。ユーザーは、外出先からEIPサイトで認証を受けることで、BOXERが持つコラボレーション・コミュニケーション機能を自由に利用することができる。

実際の導入事例では、大学の研究室や産学協同プロジェクト、広告代理店などで、ASP型の持つメリットである導入の容易さ、マルチプラットフォーム対応に加え、BOXER特有の

4 Cubiumの具体的なサービス展開

4.1 “BROADNETBOXER”

ユビキタス情報社会のビジネスでは、強力なパートナーとの協同プロジェクトによって強みのある事業を効率的に立ち上げることが、戦略上の有効な手段となっている。

BROADNETBOXER (以下、BOXERと略す。) は、企業における部門間、本支社間、あるいはパートナー企業どうし、そして産学官などの共同プロジェクトでの協同作業 (コラボレーション) に適したASP型のサービスである。BOXERのユー

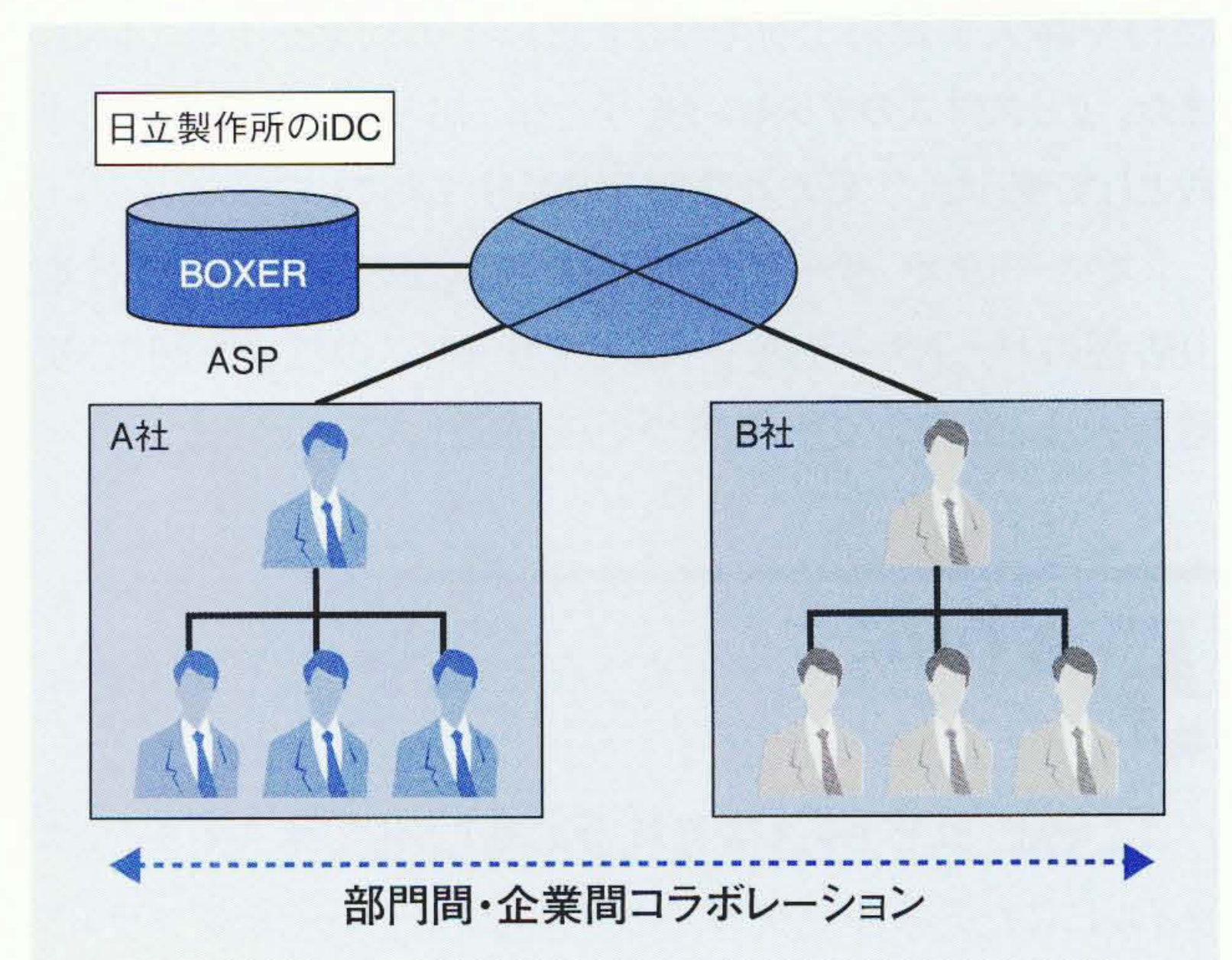


図3 BOXERの概念

BOXERは、部門間や企業間コラボレーションに適したASP型サービスである。

サービス拡張の柔軟性などが評価されている。また、会社の1部門や1プロジェクトなどの少人数で導入し、プロジェクトの展開しだいで対象ユーザーやサービス内容を広げたいという場合にも有効である。このように、BOXERは、ユビキタス情報社会に対応したコラボレーションを実現するサービスと言える。

4.2 「スマートデポ サービス」

インターネットにより、時間や場所に拘束されずにオンラインショップで商品を購入する機会が増えている。一方で、商品の受け取りは、増加する単身者や共働き家庭にとって不便なケースが多く、配送業者にとっても再配達のコストが負担になっている。

「スマートデポ サービス」は、EC (Electronic Commerce: 電子商取引) 事業者 (バーチャル店舗) で購入した商品を、購入者が指定した店舗で、購入者の都合に合わせて受け取ることができるサービスである。本人確認のための認証技術として開発した「利用者ID埋込型電子署名技術」の組み込みが可能であり、簡単で確実な本人確認が行える(図4参照)。

購入者は、自分の指定した店舗で自分の都合に合わせて購入商品を受け取ることができるので、利便性が向上する。EC事業者は、ネットに接続可能なパソコンがあれば、既存の運用方式をほとんど変更せずにサービスの利用ができるようになるので、導入コストを抑えながら受け取りサービスの向上が図れる。また、物流業者は、再配達の回数が減ることにより、コストダウンと環境負荷の軽減が図れる。

受け取り店舗の利点としては、購入者が商品の受け取りに来店するので、潜在顧客の来店回数増加や(リアル)店舗の売り上げ増大が期待できる。また、インターネットに接続できる端末があればサービスを導入することが可能であり、小規模な店舗でも容易に参画できる。

「スマートデポ サービス」は、EC事業者として大手のネット通販事業者や、受け取り店舗としてコンビニエンスストアでの導入がすでに進んでいる。導入した企業では、新規会員の獲得や購入単価の上昇など、予想以上の効果を上げている。また、クリスマスのプレゼントを子どもに知られずに受け取る手段として使うなど、新たな購買形態も生まれている。

「スマートデポ サービス」では、今後もEC事業者や受け取り店舗のパートナーを増やすことでサービスの拡充を図り、快適なネットショッピングの環境づくりを推進していく。

5 おわりに

ここでは、ユビキタス情報社会の新しいビジネスやライフスタイルにこたえる日立グループのネットソリューションブランド“Cubium”について述べた。

日立製作所はこれからも、新しいビジネスモデルやライフ

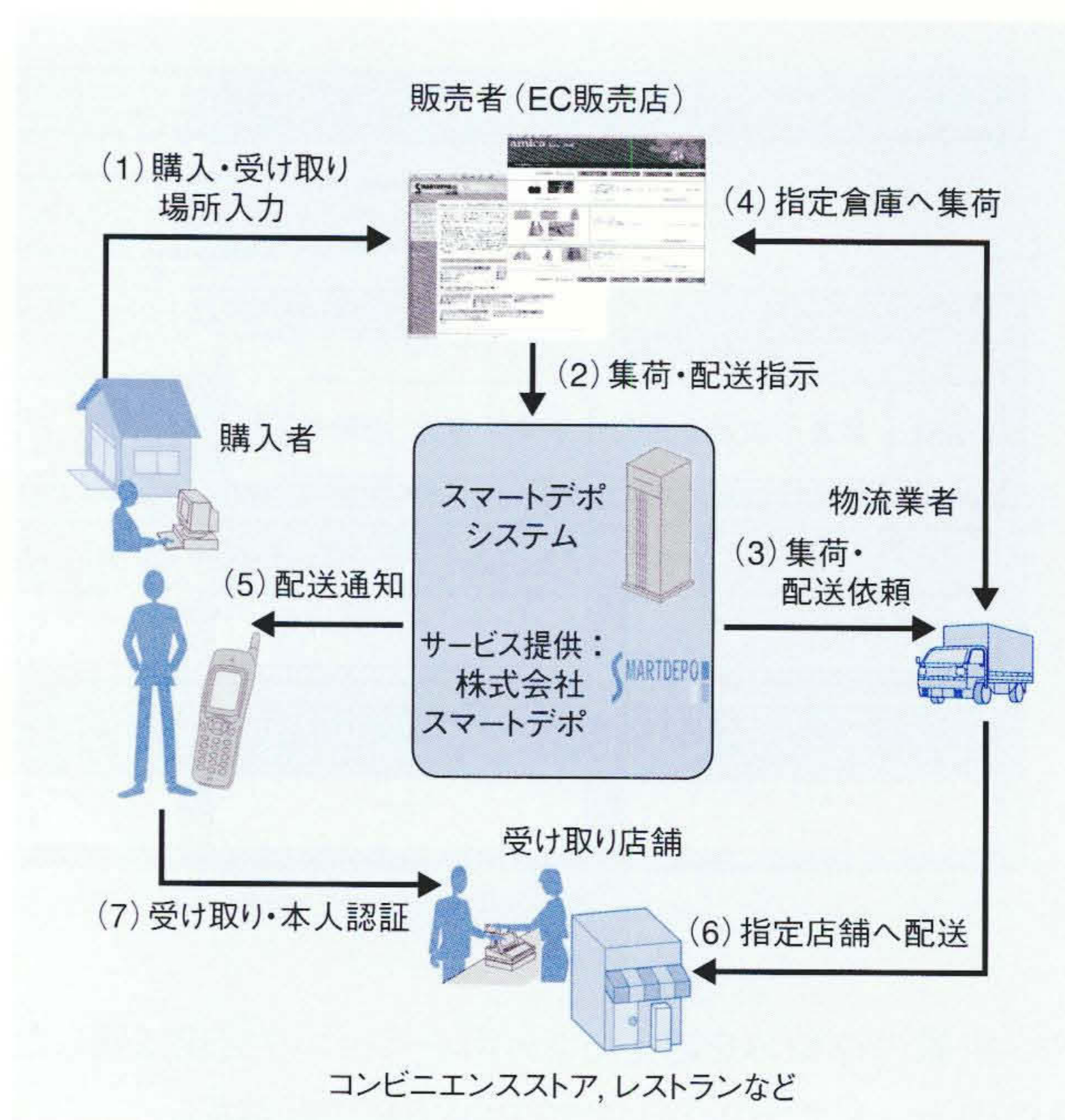


図4「スマートデポ サービス」の概念

スマートデポ サービスは、宅配荷物の受け取りを便利にするサービスである。このサービスは、株式会社スマートデポが提供しており、日立製作所は事業を支援している。

タイトルに即した新しいネットサービスやソリューションを提案し、顧客の「ベスト・ソリューション・パートナー」を目指していく考えである。

参考文献

- 1) 総務省:平成14年通信利用動向調査
- 2) 寺田, 外:バーチャルとリアルの融合, 日立評論, 84, 4, 280~284 (2002.4)

執筆者紹介



米本 修司

1992年日立製作所入社, 情報・通信グループ 事業企画本部 サービスデザイン室 所属
現在, ソリューションブランドの取りまとめに従事
E-mail: syonemo @ itg. hitachi. co. jp



小松原 瑛里子

1991年日立製作所入社, 情報・通信グループ 事業企画本部 サービスデザイン室 所属
現在, ソリューションブランドの取りまとめに従事
E-mail: ekomatsu @ itg. hitachi. co. jp



石井 督久

1989年日立製作所入社, 情報・通信グループ ビジネスインベーション営業本部 所属
現在, ASP事業の拡販に従事
E-mail: to-ishii @ itg. hitachi. co. jp