

高まるニューメディアへの期待「iモード」

iモードの契約数はすでに1000万を超え、インターネットにつながる新しいタイプのメディアへと変貌を遂げつつある。本稿では、インターネットを利用して各種のサービスを提供してきた証券会社が、新たにiモードへの対応を行った事例を紹介しながら、iモードへの対応のポイントについて述べる。

メディアとしてのiモードの特性

1999年2月より始まったiモードサービスは、利用者とコンテンツ提供側のメリットがマッチして、インターネットへの新しいアクセス手段として爆発的な伸びを見せている。利用者およびコンテンツ提供側のメリットは、次のとおりである。

利用者のメリット

- ・プロバイダー契約が不要である。
 - ・常時電源が入っており、通信の手段を兼ね備えている。
 - ・通信時間が気にならないパケット料金制。
- #### コンテンツ提供側のメリット
- ・C-HTML（コンパクト化されたハイパーテキストマークアップ言語）により簡単にコンテンツの制作が可能である。
 - ・NTTの料金徴収システムを利用できる。

インターネットアクセスの手段としてのiモードは、時間と場所を選ばない点に特徴がある。このため、証券会社のサービスとしては、刻々と変わるマーケット情報の提供や売買注文などへの利用が考えられる。

iモードサービスのコンテンツ

A証券会社のiモードサービスは、無料サー

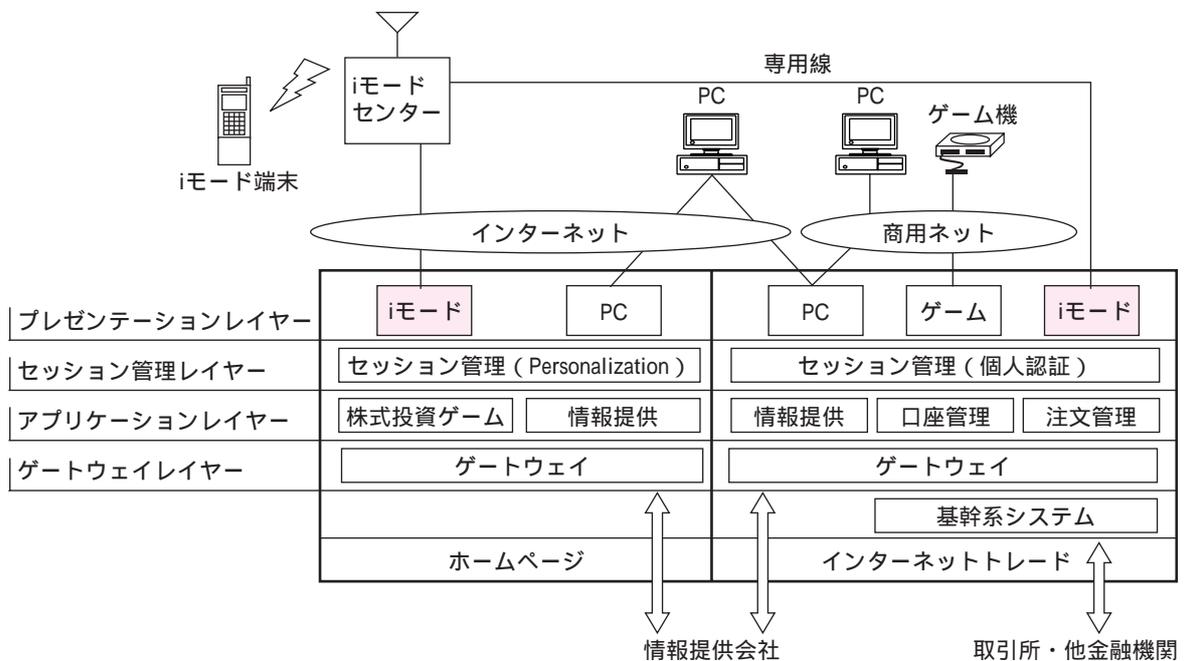
ビスとインターネットトレード口座専用サービスの2つに分類することができる。

無料サービスとは、株価速報（20分ディレイ）、市況概況、支店一覧などのコンテンツを提供するサービスである。インターネットトレード口座専用サービスとは、各種の注文や口座状況の照会、時価照会（リアルタイム）、株価通知メールなど、利用者にとって付加価値の高いコンテンツを提供するサービスである。

これらのコンテンツを提供するためには、iモードの小さな情報表示部と限られた操作性に配慮したユーザーインタフェース設計が重要になる。具体的には、各画面に共通のエスケープボタン、機種ごとに異なる画面サイズ、表示文字数、カラー対応などへの考慮がポイントとなる。また、たとえば、「株価速報」のように、登録された注目銘柄の株価を極力少ない操作手順で参照できるようにするなどの、機能に合わせた工夫も必要である。

iモードのシステム対応

A証券会社のインターネットシステムは、機能追加などに対するメンテナビリティ（保守容易度）とセキュリティ対策の観点から、



PC : パソコン

図1 iモードに対応したシステム構成

4つのレイヤー（階層）で構成されている（図1参照）。iモードの無料サービス、インターネットトレード口座専用サービスの両方とも、プレゼンテーションレイヤーへの対応を中心に行うことで、システム開発の規模と時間を最小限に留めることができた。

また、iモードに提供されるコンテンツも、頻りに内容が更新される必要がある。これらのコンテンツのうち、ホームページと同じ内容をもつものは、ホームページ側でその更新が行われると、iモード用のコンテンツも自動的に生成されるようなシステムが開発された。さらに、C-HTMLを意識せずに容易にiモード用のコンテンツを作成できるメンテナンスツールも開発された。

今後の展望

今後、携帯電話は大容量通信や多彩なアプリケーションの動作環境を実装することで、サービスの多様化が進んでいく。と同時に、携帯電話以外にもPDA（個人向け携帯情報機器）、Webテレビなどのデバイスをメディアとして、さまざまな顧客ダイレクトサービスが提供されるようになる。

そのような顧客ダイレクトサービスに柔軟、迅速に対応していくためには、サービスのコアとなるシステム、各デバイスごとに分岐する接続部分を柔軟に追加できるようなシステム構成、デバイスに応じた画面を自動生成する技術が重要なポイントである。

（野村総合研究所 吉田幸久、上木秀明）