

My Cloud プラットフォームを 活用したビジネス展開

Business Expansion Leveraging My Cloud Platform

● 中西 猛 ● 須田治彦 ● 内川 森 ● 白石裕二 ● 河西寿幸

あらまし

インターネットを活用したサービスは、情報検索・閲覧を中心とした初期段階を経て、インターネット経由でのショッピング・デジタルコンテンツの消費が拡大している。近年は、スマートフォンやタブレット端末の急速な普及がインターネット利用シーンを大きく広げ、実店舗での購買・消費で成り立っている従来型ビジネスのあらゆる分野において、インターネットサービスを組み合わせることで、ビジネス拡大を狙う機運が高まっている。このような状況を踏まえ、富士通はサービス共通基盤「My Cloud プラットフォーム」をリリースした。同プラットフォームを介し、個人のお客様に対して、単なる「モノ」としてユビキタス端末を提供するだけでなく、お客様のやりたい「コト」に応える様々な付加価値サービスをセットで提供する。また法人のお客様は、同プラットフォーム上で個人向けサービスを展開することで、効率的な開発・運用とMy Cloud アカウント所有者へ効果的にアプローチすることが可能となる。

Abstract

Services utilizing the Internet were mainly focused on searching and browsing during the early stage, and now online shopping and usage of digital content are expanding. In recent years, due to the rapid spread of tablets and smartphones, there has been a great increase in the number of situations for using the Internet. Accordingly, there are more opportunities for enterprises to expand business by combining Internet services in various fields of traditional business built on real stores. Under these circumstances, we released the My Cloud platform that is a common base for services that are provided by Fujitsu. Through this platform, we provide not only ubiquitous devices as *goods*, but also value-added services that can be responded to users' *wants* as a set. Enterprises can perform development and operation efficiently, and can reach My Cloud account owners effectively by promoting their services to consumers on this platform.

まえがき

富士通は、「ヒューマンセントリック・インテリジェントソサエティ」の実現に向けて、プロダクトの機能と連携しながら、お客様のやりたい「コト」を解決する「My Cloud」というコンセプトを2012年5月に発表し、富士通パソコンユーザ向けのサービス開発に取り組んできた。

現在までに、日々の活動量や睡眠状態をパソコン・スマートフォン・携帯電話から確認できる健康増進サービス「からだライフ」、電子書籍配信サービス「BooksV」、パソコンサポートの割引利用や約260店の提携ECサイトでショッピングするとキャッシュバックが受けられる「プレミアムサービス」などを提供している。ところが、サービスごとに対象となるお客様やデバイス・サービス運営元が異なるなどの事情により、一部のサービスでは認証・決済・顧客管理・会員データベースなどが個別に実装されるケースがあった。

これらのベースファンクションを共通機能として統合して富士通のお客様がより簡単・便利・安心安全・お得にサービスを利用できる環境作りを目指し、サービス共通基盤「My Cloud プラットフォーム」を2012年10月にリリースした。個人のお客様は「My Cloud アカウント」を取得いただくことで、上記の「からだライフ」「BooksV」「プレミアムサービス」など、My Cloud プラットフォーム上に集約したサービス群を利用できるようになった。同プラットフォームのリリースに合わせてパソコンやスマートフォンなど、マルチデバイス環境で利用可能なクラウドサービス「My Cloud ライブラリー」の提供を開始した。

また今回は、同プラットフォームとプラットフォーム上の個人向けサービス群の仕組みをカスタマイズし、法人のお客様にASPサービスとして提供していく体制を構築した。

本稿では、「My Cloud プラットフォーム」の概要、同プラットフォーム上のサービス「My Cloud ライブラリー」の特長、そして「からだライフ」を例とした法人のお客様向け提供機能を解説する。

My Cloud プラットフォーム

My Cloudの各種サービスはMy Cloud プラット

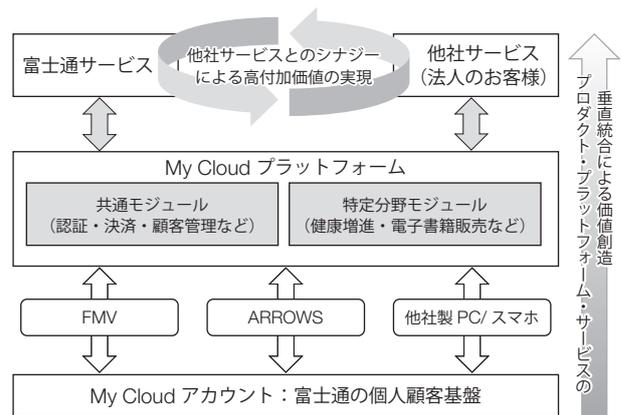


図-1 My Cloud プラットフォーム

フォームを介して提供される（図-1）。

サービス提供者は本プラットフォーム上で提供される「共通モジュール」と「特定分野モジュール」の機能を利用することで、容易かつ早期に各種サービスを提供可能となる。

(1) 共通モジュール

個人向けサービスを展開するために必要な認証・決済・顧客管理・会員データベースの各システムを汎用的に利用可能な基本機能として提供する。各サービス利用者情報を一元的に管理することで、サービス間の有機的な連携を実現する。

(2) 特定分野モジュール

電子書籍配信・健康増進サービス・写真データといった様々な個人データを保存・参照できるクラウドサービスなどを安心安全にお客様へ展開できる環境を提供する。

(3) 顧客基盤

パソコンなど富士通のプロダクト製品ユーザを核とした「My Cloud アカウント所有者」を個人顧客基盤として拡充していく。アカウント所有者は、My Cloud プラットフォーム上のあらゆるサービスを、一つの共通アカウントで、様々なプロダクトから端末の違いを意識することなく利用できる。

(4) 他社サービス

法人のお客様は、本プラットフォームを利用することで、サービスの早期立上げ、効率的な運用、My Cloud アカウント所有者へのサービス展開が可能となる。更に、プラットフォームが有する特典配信の仕組みや、所有者のプロフィール情報・サービス利用ログをベースとしたリコメンド機能を活

用することで、My Cloud アカウント所有者へのアプローチを効率的に行うことができる。

今後は更に富士通独自サービスを充実させるとともに、本プラットフォーム上でサービス展開される他社サービスも充実し、個人のお客様に、より高い新たな付加価値を提供していく。

My Cloud ライブラリー

My Cloud ライブラリー（図-2）は、デジタルカメラやスマートフォンで撮影した写真や動画、オフィスで作成した文書ファイルやスキャンデータなど、お客様の大切な思い出や情報資産をクラウドにお預かりする、いわゆる「オンラインストレージ」である。パソコン・スマートフォン・タブレットなどお客様が利用する情報機器が多様化する中、お客様のデータを一元的かつ安全に管理し、様々なデバイスでいつでもどこでも取り出せる環境を提供する（図-3）。

加えて、クラウド上のデータを活用して新たな付加価値を生み出すサービスを充実させることで、お客様に便利で楽しいクラウドライフを満喫いた

だくことを目指している。

My Cloudでは、パソコンの大容量のストレージと計算能力、クラウドの堅ろう性やどこからでも接続できるといった双方の利点を組み合わせた活用を提案している。My Cloud プラットフォームおよびMy Cloud ライブラリーは、本コンセプトのクラウド側を担うものである。

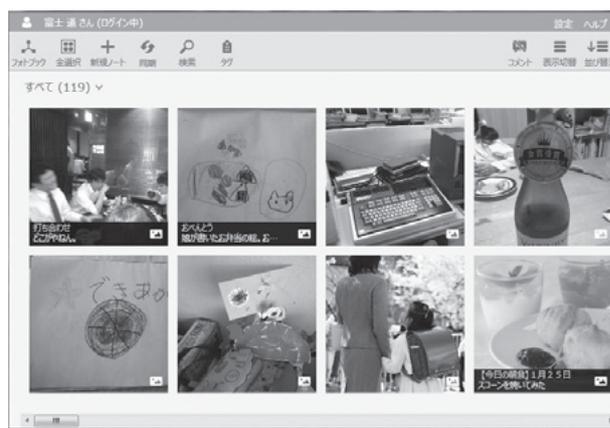


図-2 My Cloud ライブラリーのクライアントアプリ

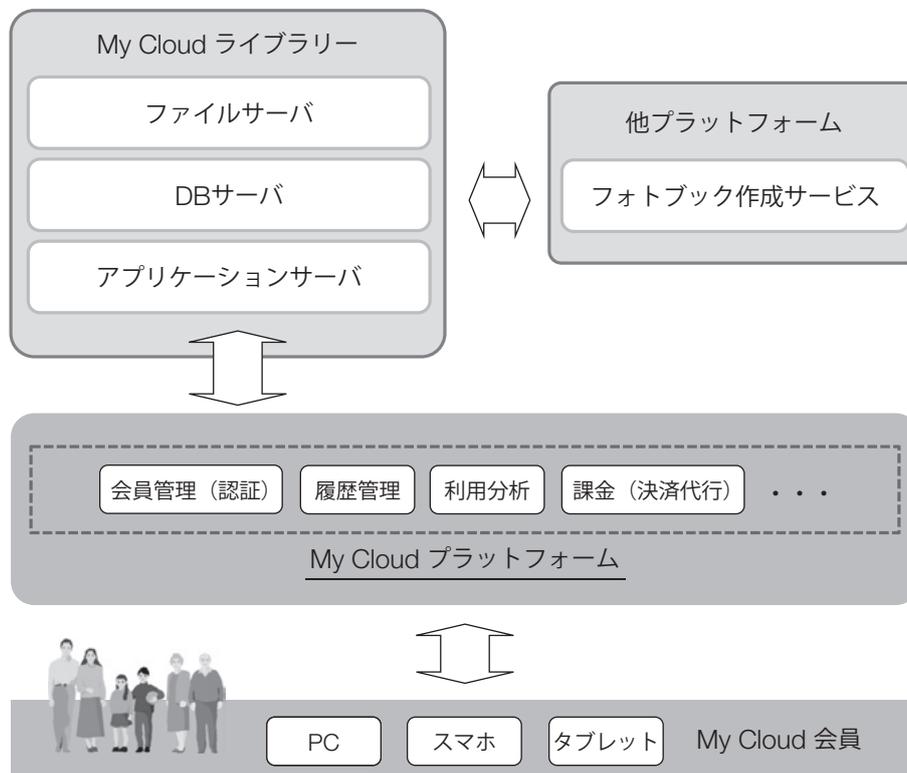


図-3 My Cloud ライブラリーの構成イメージ

● サービスの特長

(1) 垂直統合を生かした使い勝手

My Cloud ライブラリーは富士通のデータセンターにおいて、24時間365日体制で監視運用を行っている。クライアントアプリは富士通製のパソコン・スマートフォン・タブレットにプレインストールされており、お客様はすぐに使い始めることができる。更にほかのプレインストールアプリと密接に連携し、より便利に使えるようになっている。

(2) メタ情報管理

ファイルやフォルダが外付けハードディスクのイメージで見える一般的なオンラインストレージとは異なり、My Cloud ライブラリーではデータの一つひとつをメタ情報、いわゆる「タグ」や「コメント」とひも付け、リレーショナルデータベースで管理する。この仕組みにより、お客様はより手軽に写真を整理し、素早く探し出すことが可能になる。将来的にはデータを自動的に分類し、意味付けを加えて解析に利用するなど、いわゆる「ビッグデータ」への展開も視野に入れている。

(3) サービス連携

クラウド上のデータを活用するために、My Cloud ライブラリーを「ハブ」として提携企業と新たなサービスをお客様に提供できる仕組みを構築した。第一弾として、お客様の写真データを簡単な操作でフォトブックに製本してお届けする「フォトブック作成サービス」を提供している。

● 技術的な特長

My Cloud ライブラリーは、お客様の大切な思い出を預かるサービスであることから、「お客様のデータを確実に守ること」を最も大事な要件とした。この要件を満たすために、セキュアで可用性の高い富士通のパブリッククラウドサービスである「FGCP/S5」を基盤にしている。更に、不測の事態が発生した場合に以前の状態を完全に復元するために、データベースのデータとストレージのファイルに不整合がないか定期的に監視を行うなど、安心安全に力を注いでいる。

近年、携帯電話のカメラ機能を含めデジタルカメラの高解像度化に伴い、写真データサイズが大きくなっている。そのためスマートフォンなどを利用してインターネット経由で写真を見る際に、大量の通信が発生する。ストレスなく本サービス

を利用していただくためには、できるだけ通信量を減らす必要がある。写真データの解像度を下げることでデータサイズを減らせるが、写真の品質が低くなる。一方で、本サービスの特長であるフォトブック作成サービスでは、高品質なフォトブックを作成するためにできるだけ画素数を維持する必要がある。この相反する要求を実現するために、アップロードするデータサイズをバランスよく最適化する技術を開発し、本サービスに組み込んでいる。

法人のお客様向けカスタマイズ提供

富士通では、自社のパソコン・スマートフォンユーザを対象にした健康管理サービス「からだライフ」を提供している。このサービスをプラットフォーム化するとともに、カスタマイズ機能を追加し、法人のお客様向けB2B2Cサービスとして、提供を開始した。

● コンシューマ向け「からだライフ」の特長(図-4)

(1) センサ技術の利用による利便性向上

HCE（ヒューマンセントリックエンジン）を内蔵した富士通のスマートフォンを持ち歩くだけで特別な機器を使わずとも歩数の自動取得や睡眠状態を記録できる。

(2) 専門家・医療機器メーカーの知見による高品質なサービス

医療関係の専門家や医療機器メーカーとの協業により、糖尿病・高血圧症患者にきめ細やかな支援サービスを提供する。

(3) 楽しく健康増進を支援

毎日の健康応援メールや東海道五十三次などの仮想歩き旅コンテンツを提供し、楽しく継続的に歩くことを支援する。

将来的には自社スマートデバイスをフロントとした、医療・健診分野、健康関連事業者と顧客を結ぶワンストップクラウドサービスの実現を目指している。

● 法人のお客様向け機能

健康関連の製品・サービスを提供するお客様より「からだライフ」のようなサービスを事業活性化のための顧客とのコミュニケーションツールとして使いたいという話をいただいている。加えて、利用するに当たり以下のような要望もいただい

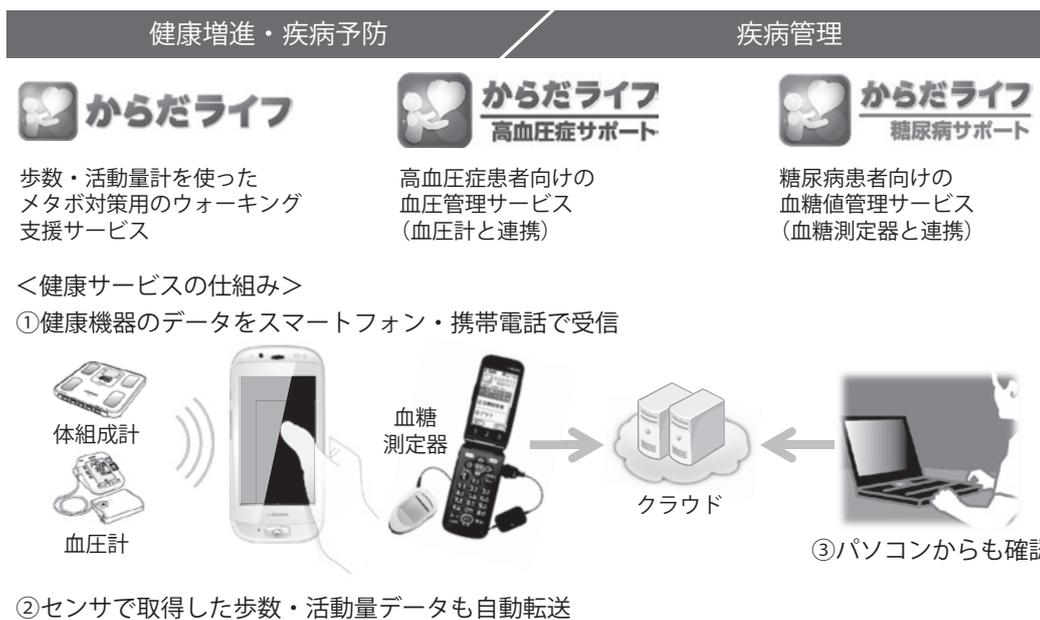


図-4 コンシューマ向け「からだライフ」の特長

いる。

- ・自社ブランドで提供したい。
- ・スモールスタートにより反応を見つつ徐々にサービスを拡大したい。
- ・すぐにサービスを開始したい。

そこで法人のお客様向けの「からだライフ」として下記の機能を追加し、法人のお客様自身のサービスとしての利用、容易なシステム接続や連携、スケーラビリティやスピード感あるサービスの提供を可能とした。

【基本機能】

(1) 顧客登録・連携API

法人のお客様の顧客の登録・管理とMy Cloud 会員との連携・認証など

(2) バイタルデータ読出集計API

スマートフォンなどで収集したバイタルデータなどを必要に応じて集計や読出しが可能

(3) 利用端末の拡大 (他社スマートフォン対応)

より多くの顧客へアプローチ可能とするため、iPhoneを含む他社機種でも歩数などの収集が可能なアプリを提供

(4) お知らせ・バナー掲載機能 (アプリ・メール)

法人のお客様の顧客の集客や商品販促ツールとして活用できる広告枠を提供

(5) ユーザボリュームを生かした告知サービス

「からだライフ」ユーザに配信しているメルマガを使い、法人のお客様の情報を告知

(6) サービス運用

各機能をクラウドサービスとして顧客サポートや運用管理も含めて提供

【カスタマイズ機能】

(1) ロゴ/名称変更

法人のお客様指定のブランド・ロゴでサービス提供

(2) Webフロントフルカスタマイズ

法人のお客様の要望に従ったフルカスタマイズWebサービスの提供

これらの機能を取捨選択することにより、法人のお客様の様々な要求に柔軟にできるとともに、早期に安定したサービスを安価に提供している。

● 企業・団体様での導入イメージ

現在、社会背景・消費者動向などから、「健康」というキーワードが注目されており、様々な企業において「からだライフ」を活用いただけるシーンが考えられる。「からだライフ」を通じて、顧客と製品・サービスを提供する法人のお客様をつなぎ、顧客にとっては真に使いやすい健康サービス、法人のお客様にとっては事業課題を解決できるソリューションを提供する (図-5)。

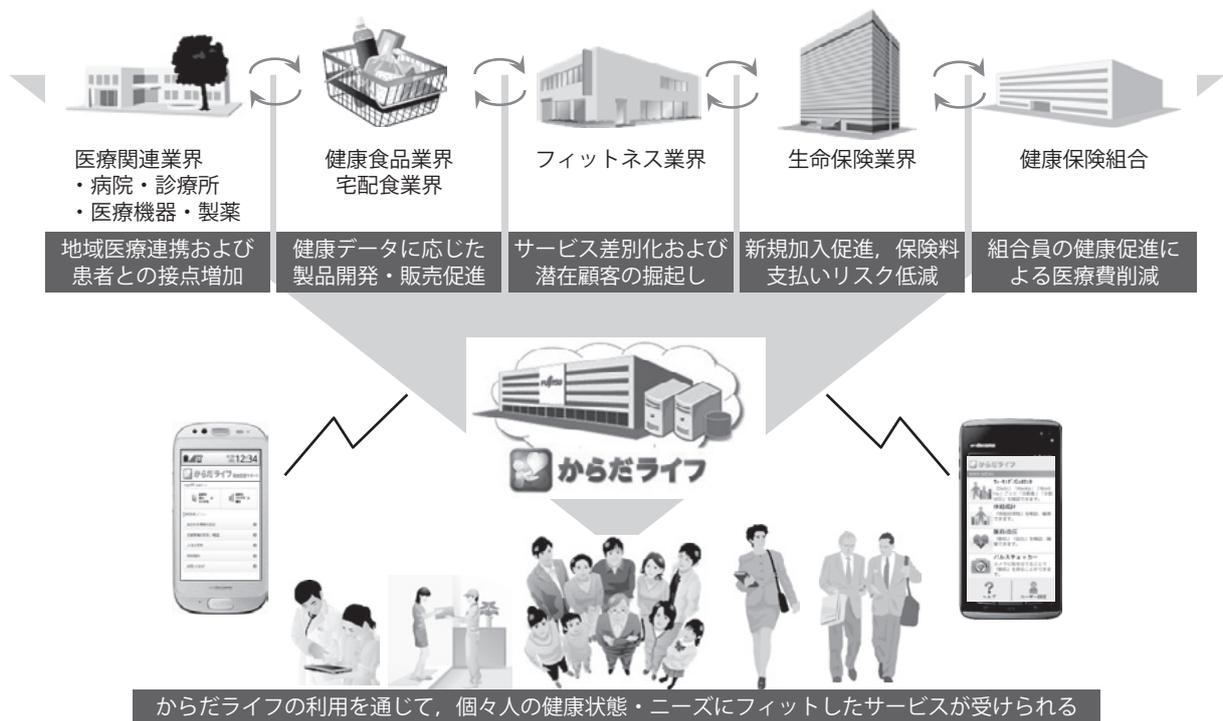


図-5 からだライフの企業での活用例

(1) 既存顧客の囲い込み・リピート向上に

既に顧客会員組織などをお持ちの場合は、健康情報とメールマガジンの組合せにより、会員組織の効果的な活性化・情報配信ツールとして活用可能である (図-6)。(生保業界など)

(2) 本業ビジネスの補完として

健康と主力商品と組み合わせて見せることで、商品付加価値となるとともに次回の買替えまでの空白期間を埋める (図-7)。(家電・食品業界など)

(3) 従業員など向けの健康施策として

習慣的にウォーキングを行う従業員などを増やす施策を、手間を掛けずに、より効果的に短期間に実施できる (図-8)。(健保組合・自治体など)

(4) 新規顧客の獲得に

新製品の拡販キャンペーンやイベントと組み合わせることで、新規顧客の獲得ツールとして活用が見込まれる (図-9)。(食品業界など)

なお、スマートフォンから収集し蓄積された歩数などのデータは、顧客の利便性を高める仕組み(ビッグデータ解析システム)に接続することも可能となっており、将来の拡張にも備えている。

「からだライフ」をはじめ、My Cloud プラット

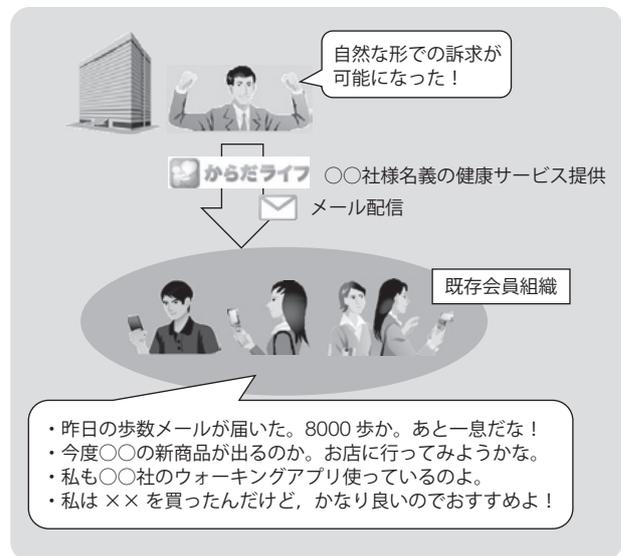


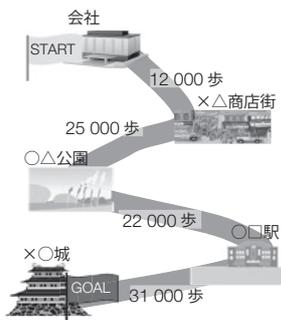
図-6 既存顧客の囲い込み

フォームと、プラットフォーム上の個人向けサービスを法人のお客様が利用しやすい機能を整備していく。



図-7 本業ビジネスの補完

①手軽にウォーキングイベント



- ・コース設定が可能
- ・空き時間で手軽に参加
- ・日々歩くことで、習慣化をサポート

②健康状態を見える化

アプリ利用データレポート

	x月x日	...	y月y日
歩数	8944歩	...	9852歩
血圧	166/90	...	158/85
体重	82kg	...	76kg
体脂肪率	32%	...	27%



- ・時系列でのデータ比較
- ・健診データとひも付け

③お知らせ認知率向上



- ・アプリ TOP 画面でお知らせ
- ・毎日のメールでアプローチ

図-8 従業員などの健康管理



図-9 新規顧客の獲得

む す び

コンシューマユーザのインターネット利用がますます拡大していく今日、あらゆる業種・業態が、オフラインでの顧客の動きと、オンラインでの消費・購買行動を結び付けるO2O（オンライン・ツー・オフライン）を指向している。

富士通は、ユビキタス端末からソリューション

まで、フルスタックでお客様のニーズに応えることができる総合ICTベンダとして、垂直統合型のビジネスを展開している。その中で、ユビキタス端末・個人向けサービス・My Cloud プラットフォームをセットで提供し、個人のお客様のやりたい「コト」の実現と、インターネットを活用し個人のお客様にアプローチしたい法人のお客様のハブとして機能することを目指し、My Cloudを充実していく。

著者紹介



中西 猛 (なかにし たけし)

ユビキタスサービス事業本部コンシューマビジネス統括部 所属
現在、個人向けサービスの企画業務に従事。



白石裕二 (しらいし ゆうじ)

ユビキタスサービス事業本部コンシューマビジネス統括部 所属
現在、からだライブなど、健康関連サービス開発業務に従事。



須田治彦 (すだ はるひこ)

ユビキタスサービス事業本部コンシューマビジネス統括部 所属
現在、My Cloud プラットフォーム関連の開発業務に従事。



河西寿幸 (かわにし としゆき)

ユビキタスサービス事業本部コンシューマビジネス統括部 所属
現在、My Cloud ライブラリーの商品企画業務に従事。



内川 森 (うちかわ しん)

ユビキタスサービス事業本部コンシューマビジネス統括部 所属
現在、My Cloud ライブラリー関連の開発業務に従事。