

コンポーネント化による 段階的オープン化を推進

革新的総合金融サービス業の 展開支えるシステムインフラ

UFJ銀行では早くからシステムのオープン化に着手し、最新技術が適用可能なシステム構造へと変革を進めてきた。オープンシステムにはメインフレームに及ばない部分もあるとはいえ、今後オープン化の流れが加速するのは確実であり、当行ではコンポーネント化による段階的なオープン化に積極的に取り組んでいく方針である。

UFJ銀行
システム企画部長

村林 聡



チャネル プロダクト

DBの三階層

UFJ銀行は、〇二年一月の旧三和銀行と旧東海銀行の合併と同時に、他行に先駆けて統合新システムへの移行を完了している。その統合新システムでは「革新的な総合金融サービス業を展開しつるシステムインフ

ラ」経営戦略を迅速に実現する、生産性の高いシステムインフラ」を目標している（別図）。システムの構成は「チャネル群」「プロダクト群」「データベース群」と、大きく三つの階層に分けられる。チャネル群には、ATMやインターネットバンキングなど顧客接点となるシステムがあり、営業店端末もこ

こに含めている。プロダクト群では、預金・融資といった商品をサポートし、口座の開設・預金の預け入れ、貸出の実行などを処理する。利息計算・会計処理などもつかさどることから、従来「勘定系システム」ともいわれており、銀行の基幹システムと位置付けられてきた部分である。データベース群には、デ

ータウェアハウスを代表とする、行内での情報活用をサポートするシステムが含まれる。統合新システムではプロダクト・業務ごとにシステムをコンポーネント化、チャネルシステムとの間をHub&Spokes（EAI）で結合し、あらゆるチャネルからすべての商品・サービスを提供している。そして統合

レガシー・メインフレームを 継続する妥当性は弱い

基幹システムを守りから攻めへの
「武器」とするために

ガートナージャパン
主席アナリスト 亦賀 忠明

レガシー・メインフレームを見直そうとする動きが広がりつつある。メインフレームを中心とした基幹システムの多くは、二〇一三〇年以上前に構築され、いまなお日本の大手企業や政府の基幹業務を支え続けている。盤石にみえたメインフレーム・システムではあるが、逆に完璧さを追求したがゆえに柔軟性を失い、新たな時代への要請に耐え切れなくなってきた。日本企業はいま、世界的な生き残りをかけた競争の真つただ中にあるが、レガシー・メインフレームは、企業や組織改革の重大なボトルネックとなる危険性がある。一方、情報システム産業はオープンを超える「ポスト・オープン」の時代へと移行しつつある。本稿では、レガシー・メインフレームの課題と方向性について解説する。

メインフレームの 割合が高い日本

レガシー（遺産、遺物といった意）・メインフレーム・システムをとりまく課題にはさまざまなものがある（第1図）。本稿ですべてを網羅することはできないが、ここではまず、メインフレーム市場の現状に対する共通認識を得るために当該市場をデータで確認してみよう。

第2図は、世界におけるメインフレームの出荷傾向を地域別にみたものである。このチャートでもわかるように、メインフレーム市場は縮小傾向にある。

一方、第3図はサーバー出荷金額全体に対するメインフレームの割合を地域別に示したものであるが、このチャートから、日本は世界の諸外国と比べてメインフレームの割合が高いことがわかる。

日本においてメインフレームの割合が高い要因の一つは、メインフレーム・ベンダーの数が多いためである。いまでも収益の三割近くをメインフレームから得ているこれらのベンダーにとって、メインフレームは重要な収益の柱であり、ベンダーはメインフレーム事業をできる限り継続したいと考えている。

国産メインフレームの 制約

ここで、国産ベンダーと外資系ベンダーでは、メインフレームに対する考え方が異なることに注意が必要である。

国産ベンダーのほとんどはここ数年、メインフレームに対する投資をほとんど行っていない。これは、国産ベンダーがオープンとメインフレーム・システムとの融合の仕方に関して、これまで「適材適所型」アプローチをとってきたためである。適材適所型アプローチとは、PCやインターネットといった新