

第1節 インターネットが変わる社会

インターネットとビジネス

1. 企業内のインターネット化

1993年に2つの商用ネットワークサービスプロバイダーが登場して以来、日本のインターネットもビジネスの道具として利用され始めた。現在インターネットのビジネスという意味では、接続機器やプロバイダー、インターネット上で利用するソフト開発や関連書籍の出版などが順調に拡大している。面白いところでは昨年「インターネットカフェ」と呼ばれるものが多数登場した。もとは米国などのカルチャー拠点のコンセプトだったが、日本ではインターネットを体験したり勉強したりする場になり、最近ではカルチャースクールのなまでのインターネットカフェと呼ばれて繁盛している。

企業内の利用も確実に進んでいる。折しも電子メールの利用がビジネスの競争を左右するというので、企業内のLAN化やパソコンの導入が急速に進んでいる状況と相まって、インターネットもオフィスに急激に導入されている。米国では「イントラネット」という言葉で企業内の情報共有ツールやデータベースシステムとしてWWWをRDB (Relational Data Base) と接続して活用する動きが急速である。ネットスケープ社の売上の8割近くは社内利用のための製品という数字もある。また、これまでグループウェア*と呼ばれ、専用ソフトが幅を利かせていた分野にもインターネットは活用されつつある。こうした流れはコストパフォーマンスのよさもあり、日本企業にも確実に進みつつある。

グループウェア
会議スケジュールの調整など、グループ活動を支援するためのソフトウェア群。

2. 情報提供型ビジネス

すでに94年から見られた、広告媒体・情報媒体としてのインターネットの活用は、確実に根付き始めている。新聞広告やテレビ番組の中でURLのアドレスを見ることが今や珍しくなくなった。しかし逆に、増加する企業のホームページに対しては、つまらないという意見も多く出てきている。特徴がないとか、社長の写真はうんざりだとかいう意見も事実ではあるが、まだほとんどの企業では一部の先進的な人々が、少ない予算と人数でやりくりしながら、運営していることが多い。そのような中で、とりあえず実行に移したことは賞賛してもよいだろう。むしろ問題はこれから、各企業が本当に効果を出すための体制に移行していけるかどうかにある。分野によっては、日々リアルタイムで変わるインターネットの中の情報は現実にビジネスの現場で活用され始めている。

新聞社や放送局なども積極的に情報提供を始めている。しかも、軒並みかなりのアクセスがあるため、それをもとに広告収入をとるビジネスも始まっている。中には1つの企業に月に100万単位の広告料をとるサーバーも現れた。こうした流れは海外でも多く見られるが、わが国でも従来のマスメディア型のビジネスモデルとして、根付いていくのかは注目される場所である。またWWWと電子メールを組み合わせる新しい形の情報サービスを模索し始めたところもある。

3.エレクトロニックコマース

インターネットを一般生活者向けのビジネスとして利用する動きの中で最も注目されたのはエレクトロニックコマース（EC）であった。それを実現するためのプラットフォームビジネスとして電子決済分野には、覇権を狙って多くの企業が参入している。クレジットカード会社もインターネット上で与信や認証を行う技術を開発しつつある。郵政省や通産省などの省庁も積極的に取り組み始めており、通産省は100億円をエレクトロニックコマース推進事業として民間企業への助成金に充てている。わが国でも実用的な電子決済の仕組みについてのさまざまなEC実験が本格化することになるだろう。

その一方で、部分的に実用化されている暗号化技術などを利用してすでにビジネスを始めているところもかなり出てきている。仮想店舗と呼ばれるようなものがわが国でも多数登場している。地方の地酒や米をはじめパソコン関連、CD、中にはペットショップまで登場するほどのにぎわいである。サイバービジネスケースバンクの調査では1996年2月11日現在でおよそ300店舗がネットワーク上でオーダーの受け付けを行っている。クレジットカードによる決済を行う店も48店舗

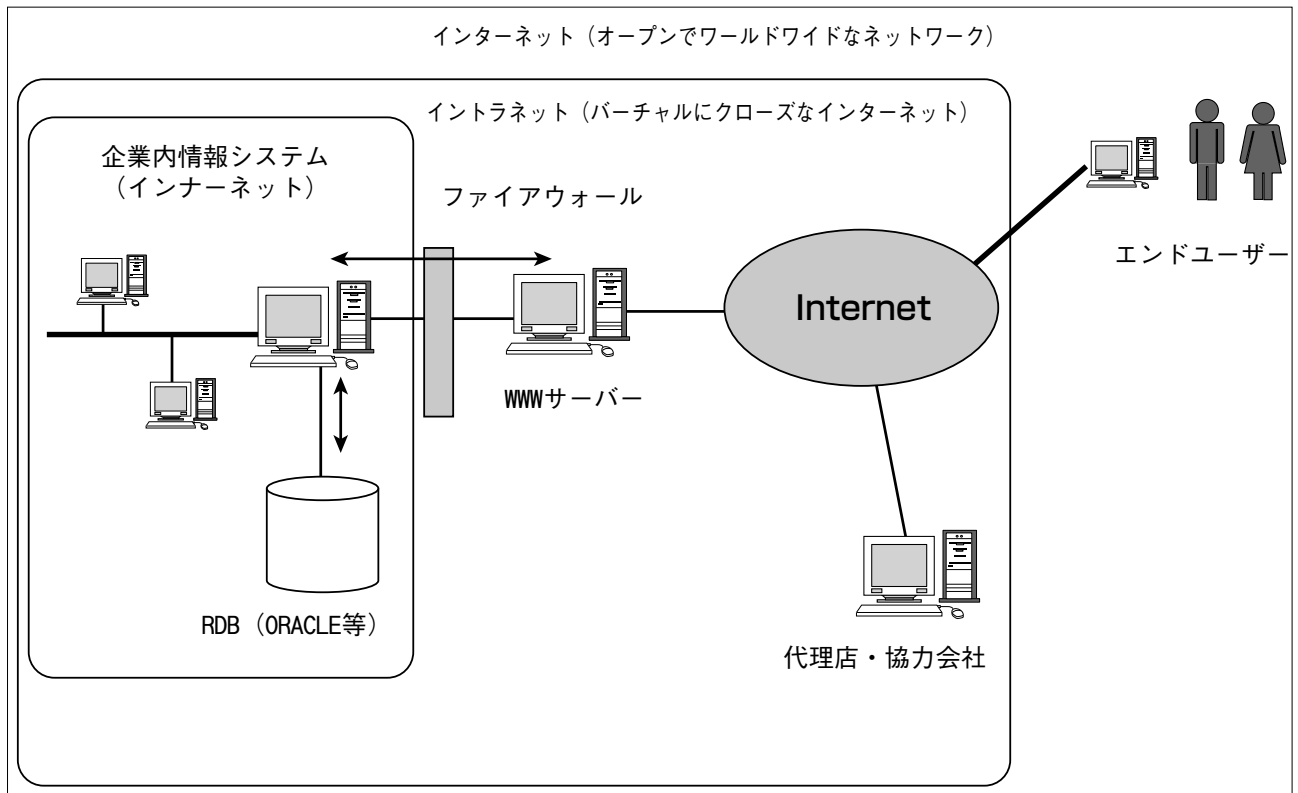


図1 インターネットとイントラネット

SSL

Secure Socket Layerの略。TCP/IPとアプリケーションの間にセキュリティの層を設けることで安全なデータ交換を実現する方法。

あり、ネットスケープ社の開発したSSL*という暗号化プロトコルを利用してオンラインでクレジットの受け付けているサーバーも11ある。

大多数の店はまだ実験の域を出ないし、収益をあげるところまでいっているのは数少ない。しかし、中には年間に数億円台の売り上げを見込める店もできてきており、商品や対象者によっては確実に根付き始めているものもある。1996年は収益を上げる店も多数出てくると思われ、ビジネスノウハウや差別化のための工夫などもポイントになってくるだろう。より多くの集客と広いサイバー商圏を確保するための「サイバーモール」化も1つの流れになるだろう。

4.課題と展望

1995年はパソコンの出荷台数が570万台近くになり、オフィスや家庭にも急速な勢いで浸透がしている。こうした中、96年は家庭にインターネットが拡大していくかどうか注目される。ピピン*などの簡易な端末も接続できるようになり、ISDNの家庭向けへの普及やプロバイダーの価格低下などの流れに乗れば、一般の人々にもインターネットはかなり身近なものになっていくかもしれない。

中にはNC（ネットワークコンピュータ）と呼ばれる新しいコンセプトの端末や、それを支えるテクノロジーとしてJava言語が、コンピュータそのもののアーキテクチャを大きく変える可能性を見せてくれるかもしれない。

また、インターネットが新しいベンチャー企業を多数生み出し始めている。バーチャルコーポレーション*のような新しいビジネスモデルを採用する企業もいくつも登場しており、日本の産業構造や社会システムそのものを転換させる動力源としても注目されている。何よりもこの急速な流れの中で、新しいビジネスへのチャレンジスピリットと参加者の新しいフロンティアへの可能性を信じるマインドこそが、現在のインターネットビジネス発展への大きな推進力になっているといえるだろう。

(藤元健太郎)

ピピン

バンダイデジタルエンターテイメントが開発したインターネットに簡単に接続できる低価格のパーソナル端末。一般のテレビをモニターとして使用する。

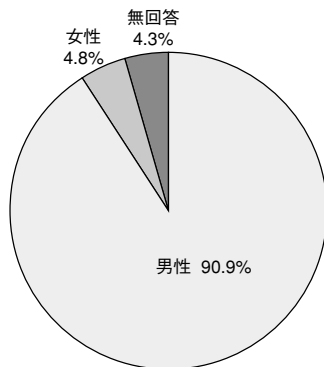
バーチャルコーポレーション

ネットワークを利用していくつかの経営資源を相互に活用し、実際のビジネスプロセスを構築する試み。

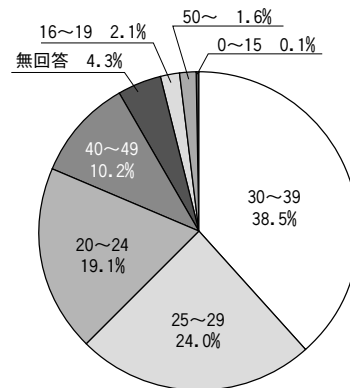
ネットサーフ倶楽部一属性 (1996年2月2日現在 会員数6942人)

野村総合研究所が主催しているインターネットビジネス利用実験プロジェクト「NRIサイバービジネスパーク」
(<http://www.cyber-bp.or.jp/>) にアクセスしたインターネット利用者のプロフィール (出所：野村総合研究所)

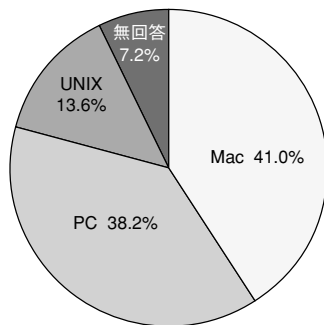
1. 性別



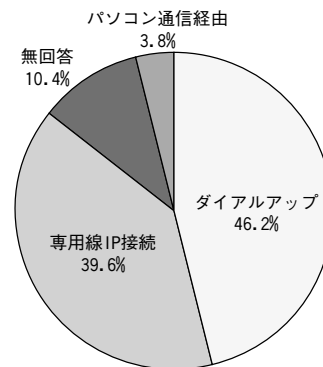
2. 年齢層



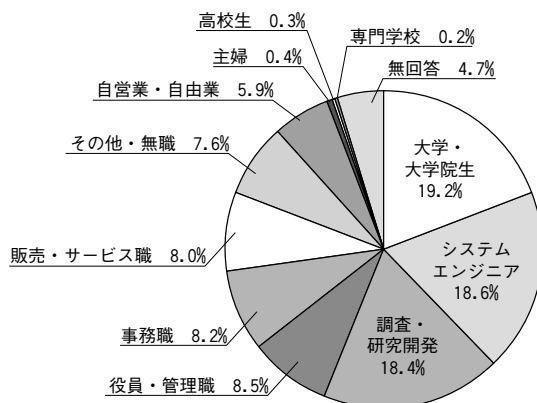
3. 接続端末



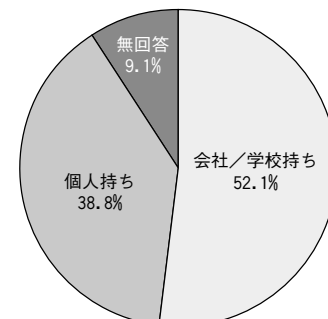
4. ネットワーク環境



5. 職業



6. 費用負担





[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp