

# 米国のインターネット・ビジネス事情

## 1. 米国のプロバイダー

97年3月現在、世界各地のインターネット・サービス・プロバイダー（ISP）の情報を収録した「The List」（<http://thelist.iworld.com/>）には4,977のISPが登録されており、この半数以上が米国内にあるISPだと考えられる。そして、その多くは限られた都市や地域をカバーする中小のISPである。北米大陸を横断するバックボーン・ネットワークを運営している大手のISPは10社あまりしかない（表1）。大手のISPは、NAP（Network Access Point）、MAE（Metropolitan Area Exchange）などのいくつかのポイントで相互接続し、膨大なトラフィックを交換している。中小のISPは、こうしたNAP、MAEなどのポイントか、大手のISPに接続している。

このほか、91年3月に設立されたCIX（Commercial Internet eXchange）が運営しているCIXも健在であり、連邦政府がサポートするネットワーク（国防総省のMILNET、エネルギー省のESNETなど）と商用ネットワーク、海外のネットワークとの接続のためにつくられたFIX-W（Federal Internet eXchange-West）、FIX-Eも相互接続ポイントとして機能している。

主要プロバイダーのバックボーンネットワークは、つい最近までT-1（あるいはDS-1）と呼ばれる1.544Mbpsの回線やT-3（あるいはDS-3、44.736Mbps）で構成されていたが、最近では細くてもT-3、一部の主要都市間はOC-3（155.52Mbps）の回線が採用されており、一部のISPはOC-12（622.08Mbps）の採用を始めている。ま

### NAP

連邦政府（全米科学財団）のサポートを受けている相互接続ポイント。サンフランシスコ、シカゴ、ワシントンDC、ニューヨークの4か所に設けられている

### MAE

MFS社によって運営されている相互接続ポイント。現在、サンフランシスコ（MAE-West）、ワシントンDC近郊（MAE-East）、ロサンゼルス、シカゴ、ダラス、ヒューストン、ニューヨークにある。このうちワシントンDC近郊のものは、NAPを兼ねている

社名	1995売上高	1996売上高	成長率
1.MCI	N/A	\$97.02M	N/A
2.UUNET Technologies	\$46.78 M	\$96.5 M	106%
3.NETCOM	\$31.22 M	\$96.4 M	209%
4.AT&T N/A	N/A	\$90.72 M	N/A
5.PSI-net	\$22.92 M	\$68.38 M	198.3%
6.Sprint	\$18.24 M	\$28.3 M	55.2%
7.Supernet (Colorado)	\$15.37 M	\$25.5 M	66%
8.BBN Planet	\$11.17 M	\$20.55 M	84%
9.ANS	\$10.30 M	\$14.01 M	36%
10.CERFnet	\$8.0 M	\$10.99 M	37.4%

表1 アメリカのTop Tenプロバイダー

Source: 1995-1996 Internet Service Provider Marketplace Analysis (The Maloff Company Internet Consultants)  
<http://www.trinet.com/maloff/execsumm.html>

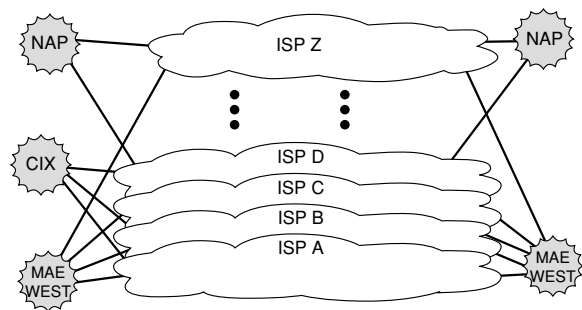


図1 アメリカ国内のネットワークの模式図

もなくOC-3とOC-12がバックボーンの主流になっていくだろう。

サンフランシスコの調査会社オディセイ社が96年9月に公表したレポートによれば、米国における家庭のパソコン保有率は36パーセント、インターネットを利用している家庭は全体の14パーセントであり、インターネットを利用している家庭のうち、ISP経由での利用世帯が48パーセント、パソコン通信経由が35パーセントである。その6か月前の調査では、この比率は逆で、ISP経由が30パーセントで、パソコン通信経由が54パーセントであった。

米国のISP市場規模は現在、20億ドル程度とみられているが、Forrester Research社 (<http://www.forrester.com/>) は、2000年までに300億ドルに達すると予測している。

## 2. パソコン通信のインターネット化

オンライン・サービス事業者（パソコン通信事業者）は、厳密に言えばISPではないが、その多くはインターネットへのゲートウェイを備えており、インターネットユーザーに電子メールを送ることもできるし、WWWのホームページをブラウズすることもできるので、一般のユーザーから見た場合、その区別は難しくなっている。

現在、最大のオンライン事業者は、89年にサービスを開始して以来、脅威的なスピードでユーザーを増やしてきたAOL（アメリカ・オンライン）である。95年から96年にかけて、CompuServeを追い抜いて世界最大のパソコン通信になった。97年1月末のAOLの推定ユーザー数は約800万人で、第2位のCompuServe（推定ユーザー数320万人）を大きく引き離している。第3位は95年8月にWindows 95の発売と同時にサービスを開始したMSN（マイクロソフト・ネットワーク）で、推定ユーザー数は160万人である。1年半前に第3位だったProdigyは、業績、ユーザー数ともに低迷したまま、96年5月にIBM社とシアーズ社の手を離れた。また、アップル社のeWorldは、リストラの一環として、96年3月末でサービスを終了し、約15万人のユーザーは「難民」となってAOLなどに移住を強いられた。

これらのパソコン通信の収益は芳しくない。CompuServeの決算は赤字が続いている。MSNの収益状況は不明であるが、マイクロソフト社がMSNの立ち上げのために1億ドルの宣伝費をつぎ込み、3年間は利益を期待していないと公言しているので、現状が赤字であることは間違いない。Prodigyは、10年近く投資を続けてきたIBM社とシアーズ社があきらめて手放したくらいだから、業績の悪化はいうまでもない。

96年におけるオンライン事業者の第一の変化は、インターネット化である。まず、CompuServeが96年5月21日に、すべての情報サービスをWeb上に移行すると発表した（移行が完了するのは96年末の予定）。そして10月10日にはマイクロソフト社が、MSN上で提供してきたサービスを11月初旬にインターネット上に移行すると発表。

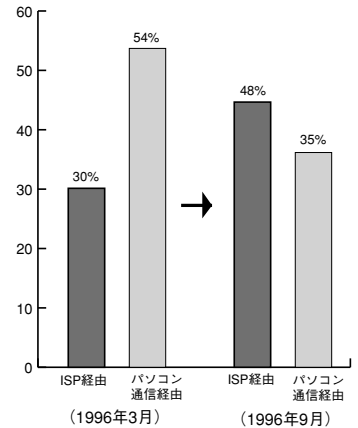


図2 米国のユーザーのインターネットへの接続形態

### AOLの業績

96年会計年度の第2四半期（期末は95年12月31日）から3四半期連続で黒字。この結果96年会計年度（95年7月～96年6月）は3000万ドルの純益を計上し、売上は前年比177.4%増の10億9400万ドルであった。ところが、AOLの96年7-9月期決算は3億8520万ドルの特別損出を計上したため▲3億5370万ドルの赤字となり、次の96年10-12月期も売上高は前年同期比で64%増の4億940万ドルと好調なのだが、▲1億5480万ドルの赤字を計上している

### CompuServeの業績

「96-97年度第1四半期（期末は7月31日）の売上高は、前年同期比で12%増の2億860万ドルとなったが、損益は▲2960万ドルの赤字であり、第2四半期（期末は10月31日）の決算も、売上高は前年同期比13.8%増の2億1430万ドルであったが、▲5800万ドルの赤字、第3四半期の決算も▲1420万ドルの赤字となっている。この結果、96年5月からの9か月間の赤字は、計▲1億190万ドルに達している。万ドルの赤字となっている

10月16日には、Prodigyが復活をかけて、インターネットベースの「Prodigy Internet」のサービスを開始した。かくして大手ではAOLだけがパソコン通信の世界に残されてしまった。

第二の変化は、フラットレートの採用である。マイクロソフト社は、MSNサービスのインターネットへの移行を発表すると同時に、利用時間無制限で月額19.95ドルというフラットレートの採用を発表した。これは大手の電話会社によるインターネット・アクセス・サービスの料金と同じである。ProdigyもProdigy Internetの発表と同時にフラットレートの採用を発表し、AOLも、10月29日にフラットレートの採用を発表した。AOLは、2年間分を一括払いする場合は、1か月当たりの料金を14.95ドルにするというオプションも用意している。このフラットレートの採用は、明らかにインターネットとの競争を意識して行われたものである。

### 3. 電話会社の参入

大手長距離電話会社の中で最初に個人向けのISP事業に乗り出したのは、AT&T社である（企業向けのサービスは95年9月に開始）。AT&T社は96年2月27日にこの事業を開始し、9週間で15万人のユーザーを獲得した。

MCI社は、全米科学財団（NSF）が86年に構築したNSFNETを、87年11月からIBM社およびMerit Network社と共同で運営していたこともあり、古くからインターネットに関与してきた企業の1つである。同社は全米をカバーするバックボーンネットワークを持ち、企業向け、地域のISP向けのインターネット・アクセス・サービスを提供してきたのだが、AT&T社の戦略に刺激されたのか、96年3月18日、AT&T社に3週間遅れて個人向けサービスを開始すると発表した。

第3位の長距離電話会社スプリント社は、96年8月22日に個人向けISP事業への参入を発表した。「Internet Passport」と名付けられたこのサービスの料金は、利用時間に制限のない定額制か利用時間に応じた従量制を選択できる。定額制のほうは、長距離通信にスプリント社を利用しているユーザーに対しては月額19.95ドルであり、これは先行したAT&T社やMCI社と同じである。

MCI社とスプリント社は中小のISPや企業向けのISP事業を行っており、米国内の数千のISPがMCI社とスプリント社のバックボーンを利用している。顧客である中小のISPと競争することになるにもかかわらず個人向けのISP事業を開始したのは、AT&T社との競争とともにインターネットの将来性を考えてのことだと思われる。

大手の地域電話会社も個人向けISP事業を開始した。96年5月に、パシフィック・テレシス社、ベル・アトランティック社、ベル・サウス社がいっせいにISP事業に参入し、96年中にMSBCコミュニケーションズ社、USウェスト社も個人向けISP事業を開始し、アメリテック社も97年1月に市場に参入した。ナイネックス社は97年第2四半期にサービスを開始する計画を進めているので、まもなく、RBOCsの7社すべてが揃うことになる。なお、この他、独立系のGTE社やフロンティア社など

#### 個人向けのISP

個人向けのプロバイダーでは、現在でもNetcom社が最大で、個人のインターネットユーザー市場でのシェアは約8パーセント程度（96年9月末で56万2000人）、AT&T社は2位で約7パーセントのシェアだといわれている

もISP事業を行っている。

#### 4. CATV会社も本格参入

Webサイトにおける画像、音声、動画データの増加とともに、高速なインターネット・アクセス手段に注目が集まっている。96年9月には、CATV用ケーブルの利用に注目が集まった。CATV用のケーブルをインターネットへのアクセスに利用しようというアイデアはそう新しいものではなく、94年春には、PSI社とコンチネンタル・ケーブルビジョン社がマサチューセッツ郊外で試験的にサービスを開始している。にもかかわらず、96年秋に世間の注目を集めたのは、最大手のCATV企業2社が最近、ほぼ同時期にケーブルモデムを利用したISP事業を本格的に開始したからである。

96年9月、最大手のTCI社がカリフォルニア州フレモントなどで、タイム・ワーナー社がオハイオ州アクロンで、インターネット接続サービスを開始すると発表している。タイム・ワーナー社のサービスは、「Road Runner On-line Service」という名称で、当初の対象は400世帯、料金は利用時間無制限で月39.95ドル（この他に初期設定費用として75～300ドルが必要）である。TCI社のアクロンでのサービスの対象は同社のCATVユーザー17,000世帯、料金は利用時間無制限で月34.95ドル（初期設定費用は150ドル）である。類似のサービスと比較すると、この料金はかなり安い。たとえば、ベル・アトランティック社が提供しているISDNを利用した時間制限なしのインターネット・アクセス・サービスは、月230ドル（初期費用に300ドル）である。現在、全米12州、15か所でCATV用のケーブルを利用したインターネット・アクセス・サービスが提供されている。

CATV用の同軸ケーブルはLANに用いられる同軸ケーブルと基本的に同じもので、通信距離にもよるが、理論的には100Mbpsから1Gbps程度の高速通信が可能である。CATV用のケーブルをインターネット用に利用する場合、通常のテレビ放送を妨害しないように、既存のテレビ信号の隙間を利用してデータを送受信する。一般的に、家庭（インターネットユーザー）が発信する情報量に比べて、受信する情報量が圧倒的に多いことから、下り（受信用）に6～8Mbpsを割り当て、上り（発信用）に576～768Kbpsを割り当てる方式が採用されている。ケーブルとパソコンをつなぐには、ケーブルモデムと呼ばれる装置が必要になる。現在、3COM社、ゼネラル・インスツルメント社、HP社、IBM社、インテル社、AT&T社、モトローラ社、サイエンティフィック・アトランタ社など多くのメーカーがこのハードウェア市場に参入あるいは参入を計画しているのだが、現状では標準が存在しない。接続先が限定されているケーブルモデムの場合は、同一システム内で統一されていれば問題はない。しかし、標準化されれば機器の価格がさらに下がることが考えられるので、本格的な普及のためには、早期の標準設定が望まれている。

米国における家庭へのCATV普及率  
普及率は約65パーセントで、残る35パーセントの家庭の半分についても家のすぐ近くまでケーブルは来ている。また、米国のCATV業界は、契約者数が1000万を超える大手が2社あって、それに契約数300～400万の準大手が数社あるという構図になっている

企業名	契約者数
TCI社	1450万
タイムワーナー社	1180万
コンチネンタル・ケーブルビジョン社	420万
コムキャスト社	420万
コックス・コミュニケーションズ社	320万
ケーブルビジョン・システム社	270万

表2 米国のCATV企業の契約者数（96年6月末）  
出典：Business Week  
October 14, 1996

## 5. 注目を浴びるADSL

ケーブルモデムのほかに、ユーザー側の回線を太くする技術としてはADSLが注目されている。

ADSL技術はRBOCs（地域ベル電話会社）が共同で保有していたベルコア研究所で開発された。当初の狙いは、家庭に引き込まれている電話線を利用してインタラクティブTVを実現することにあった。MPEG1で圧縮されたTVプログラムは1.5Mbps以上の回線があれば送ることができる。87年に始まった研究の成果がADSLであり、通信速度は下りが6.14Mbps、上りが640Kbpsを達成した。下りの速度は28.8Kbpsのモデムの200倍以上である。

ベル・アトランティック社は、この技術に注目し、93年の4月にワシントンDC郊外でADSLを用いたインタラクティブTVの実験を行った。しかし、結果は同社の期待を裏切った。約4分の1の家庭では利用できても、4分の3の家庭では使いものにならなかったのである。原因は技術的なもので、実験に用いたADSLモデムでは、電話線が長くなるとバンド幅が確保できないことが分かったのである。この時点でADSLはお蔵入りになった。

ところが、最近になってまたADSLが注目を浴びている。いうまでもなく、インターネットにアクセスする技術として、である。ADSL技術を用いれば、最高で下りは9Mbps、上りは800Kbpsまでの通信速度を実現できる。インタラクティブTVの場合と異なり、インターネットへの接続は、下りが1.5Mbps、上りが64Kbps程度であれば十分である。6Mbpsを確保しようとしたベル・アトランティック社の実験より、かなり到達距離を延ばせる。

最初にADSLを用いたデータ通信実験を始めたのは、独立系の電話会社GTE社である。96年2月にテキサス州アービングで実験を開始した。これに追随するように、ベル系の地域電話会社もいっせいにトライアルを開始した。USウェスト社は4月からコロラド州ボルダーで、ナイネックス社はロータス社と共同で8月からニューヨーク州ホワイトプレーンズで、パシフィック・テレシス社は8月からシリコンバレーで、アメリカテック社はIBM社と共同で9月からシカゴで実験を開始している。Westell社もUUNET社と共同で、6月からトロントでADSLによるインターネット・アクセス実験を行っている。

ADSLにも、いくつかの問題がある。まず、通信速度と到達距離はトレードオフの関係にある。交換局からユーザーのADSLモデムが近ければ、下りで数Mbpsの速度を実現することも可能だが、実態を考えると1.5Mbps程度が現実的だと考えられている。

第2の問題はADSLモデムの規格戦争がいつ終結するかである。ANSIはDMT方式を標準として採用したが、最近の情勢ではCAP方式のほうが優勢になりつつある。有力メーカーの1つであるWestell社は両方のタイプのADSLモデムを製造しているが、CAP方式に軍配が上がるとみている。ちなみに現在、トライアルに用いられて

### ADSLモデムの規格戦争

現在、ADSLモデムは、AG Communication Systems社、Alcatel Bell社、Aware社、Orckit Communications社、Paradyne社、Westell社などが製造しているが、技術的に2つの方式があり、両者は確執している。ANSI (American National Standards Institute) は、96年初めに、DMT (Discrete Multitone Technology) に基づく方式のADSLを標準として採用したが、いくつかの電話会社、Westell社などの有力メーカーはCAP (Carrierless Amplitude and Phase modulation) 方式を標準として認めるよう活動している

いるADSLモデムの90パーセントはCAP方式で、その台数は世界中で2万4000に達しているといわれている。

第3の問題は、ユーザー側にADSLモデムが必要なと同様、交換局側にも装置が必要なことである。現在の電話交換機はADSLのような高速データ通信をサポートするには設計されていないのである。したがって、ユーザーのリクエストに応じて、回線ごとに局側の接続を変更していくことになる。

そして最大の問題は、どの電話会社も小規模な実験は行っているが、一般へのサービスはもちろん、大規模なトライアルも行っていないことである。

もちろん、少し長い目でみれば、これらの問題はそう重大ではない。電話加入者線の距離と通信速度の適切なバランスは見つかるだろうし、規格戦争も1~2年程度で決着するだろう。第3の問題も考えようによってはたいへんなメリットかもしれない。FTTH (Fiber To The Home) のように、新規に光ファイバーを局から家庭まで敷設するような大規模な投資は不要で、ニーズのあるところから文字どおり1本ずつ変更していけるからである。そしておそらく、97年には大規模な実験が行われ、99年までには一般に普及するとみられている。ADSLモデム用のチップを作成しているAnalog Devices社のRupert Baynesは、98年までに150万回線がADSL回線になるだろうと予測している。いささか楽観的な予測ではあるが、CATV会社と高速なインターネットアクセスを競う電話会社にとって、ADSLが強力な武器になることは間違いない。

## 6. ISDNと56Kbpsモデム

ADSLが利用できるようになるまでに2年程度の時間があるなら、その間の現実的な選択肢はISDNかもしれない。これは日本でINS64とかINS1500と呼ばれているもので、基本インターフェイスで最高128Kbpsのデータ通信が可能である。

しかし、ISDNを利用したインターネットアクセスは、アメリカでは日本ほど普及していない。原因は電話会社のISDNの整備自身が遅れていることと、ISDNによるアクセスをサポートしていないISPが多く、サポートしているISPでも地域が限定されていることにある。

こうした状況で、最近注目を浴びているのが56Kbpsモデムである。現在利用さ

	従来のモデム (28.8Kbps)	高速モデム (56Kbps)	ASDL (1.5Mbps)	ケーブルモデム (4Mbps)
2Mバイトの画像	1.1分	35.7秒	1.3秒	0.5秒
16Mバイトの画像	9.3分	4.8分	10.7秒	4秒
72Mバイトのアニメーション	41.7分	21.5分	48秒	18秒
4.3Gバイトのビデオ	1.8日	21.4時間	48分	18分

表3 アクセス手段ごとの通信能力

### 普及の遅れているISDN

CompuServeのインターネット部門であるSpryNetは11都市、全米で最大のユーザー数を誇るNetcom社は、サンフランシスコとロサンゼルスでしかISDNアクセスサービスを行っていない。AT&T社のWorldNetの場合、ISDNをサポートしているアクセスポイントは1か所もない。電話会社がISDNサービスを提供していない地域もたくさん残されている。たとえば、ニューヨークのマンハッタンにアクセスポイントを持つ約120のISPのうち半数はISDNアクセスをサポートしているが、ワイオミング州にアクセスポイントを持つ15のISPのうちISDNをサポートしているのは3つである



図3 U.S.ロボティクス社のホームページ  
<http://www.usr.com/>

94年7月	594
95年1月	3,016
95年7月	16,772
96年1月	75,743
96年7月	212,155
97年1月	408,383

表4 wwwで始まるホスト・コンピュータ数の推移  
 出典：<http://www.nw.com/>

調査会社	1996年	2000年
Forrester Research	5.3億	71.7億
Yankee Group	7.3億	100億
IDC	1.4億	320億
Jupiter Communications	12億	73億
Cowles/Simba Information	10億	43億

表5 サイバーショップの市場規模予測  
 (単位：ドル)  
 出典：Inter@ctive Week, Feb.10, 1997

れているモデムの最高速度は33.6Kbpsであるが、9月10日にロックウェル・インターナショナル社が、56Kbpsの通信が可能なモデム技術を発表し、10月16日にUSロボティクス社が同様の技術を発表した（USロボティクス社は9月に電気通信の標準開発を行っているITU-Tに仕様を提出している）。現在までに、この2社を含めて、5社が56Kbpsモデム技術の開発あるいは製品化について発表している。ISPなどのプロバイダーの反応も早く、AOL、CompuServe、Prodigy、IBM Global Networkなど30社以上のプロバイダーは、USロボティクス社の「x2」と呼ばれる技術をサポートすることを表明しており、多くの会社はすでにテストを開始している。ロックウェル社も1996年11月5日に、300以上のISPおよび100以上のモデムメーカーのサポートをとりつけたと発表している。

この56Kbpsモデムは従来のモデムと同様に、通常の電話回線に接続するだけで利用できる。ISPの接続料は多少高くなる可能性はあるが、電話会社に別料金を支払う必要はない。ユーザーにとってはモデムを買い換えるだけでよい。問題は、やはり標準化にある。ロックウェル社は、56Kbpsモデムの標準化のための会合を関係者に呼びかけている。

標準化には多少の時間はかかるかもしれないが、モデムを買い換えるだけという手軽さは非常に魅力的である。ジュピター・コミュニケーションズ社が10月に発表した報告書では、家庭のインターネットアクセス手段に占める56Kbpsモデムの割合は、98年には50パーセントに達し、2000年には65パーセントを超えると予測している。

## 7. インターネットの商用利用

インターネット上のWebサーバーは、現段階で、おそらく50万以上であると推測される（Network Wizards社が公表しているホスト名別のコンピュータ数の統計によれば、97年1月には、wwwで始まるホスト数は40万台を超えている：表4）。これらのWebサーバーは実にさまざまな用途に用いられている。モノやサービスの販売、電子出版、企業や政府機関などの広報、求人求職、エレクトロニック・バンキング、観光案内、インターネットラジオのような放送も行われている。こうした商用利用の中で、もっとも注目されているのは、モノ、サービス、情報の販売と広告ではないだろうか。

Computer Intelligence Infocorp社は、インターネットを利用してショッピングやオンライン・バンキングを行っているユーザーの数を270万人と推計している。Nielsen Media Research社の推計値は、250万人である。実際によく売れている商品の典型はCD（コンパクトディスク）で、Nielsen Media Research社によれば、CDなど音楽関係のサイバーショップは350サイト以上あり、そのうち上位5サイトでは、毎日2万5000枚以上のCDが売れているという。サイバーショップの市場規模については、多くの調査会社が推計値を発表している（表5）。2000年の市場規模の予測に

## 第4章 世界のインターネット 米国のインターネット・ビジネス事情

についてはかなり幅があるが、いずれにしても相当な市場になると期待されている。

また、最近、企業間エレクトロニック・コマース（インターネット上でのEDI）について関心が高まっているが、この市場も急成長をすと見られている（表6）。

インターネット上の広告の市場規模についても多くの調査会社がさまざまな推計値・予測値を発表している（表7）。

インターネット上の広告は、ホームページ上に会社名や製品名の入った小さなグラフィックス（バナーと呼ばれている）を置く方式が一般的であるが、最近はさまざまな方法が試みられている。

たとえば、インターネット上でニュース提供を行っているPoint Cast社は、利用料が不要のニュース配信システムを運営しているが、同社専用のアプリケーションを立ち上げると、自動的に分刻みでニュースや情報がインターネットから取り込まれ、画面に表示される。広告はこの中に含まれており、動画を含む広告情報がユーザーのパソコン画面に直接表示される仕組みになっている。同社は96年9月、このシステムにおける96年第4四半期の広告出稿申し込みが30社近くになったと発表している。主な広告主は、GM社、HP社、ウェルズ・ファーズ社、ユナイテッド・エアライン社などである。

また、Juno Online Servicesは96年4月22日、無料の電子メールサービスの提供を正式に始めたが、このサービスも広告によって支えられている。ユーザーは無料で電子メールの送受信ができる代わりに、趣味や読書習慣、大きな買い物の予定などの個人的な情報の提供を義務づけられているのだが、この他に、画面の一部に約30秒ごとに変わる広告が表示され、この広告をクリックするとさらに詳細な情報が表示される仕組みが組み込まれているのである。広告料は顧客1000人当たり50～70ドルと言われており、Junoのユーザーを10万人と仮定すると、広告1件当たり5000～7000ドルという計算になる。

（前川 徹・JETRO New York）



図5 ポイントキャストの広告付きニュース配信用の専用ソフト

調査会社	1996年	2000年
Forrester Research	6億	664.7億
Yankee Group	0.12億	1340億
IDC	2.1億	630億

表6 企業間エレクトロニック・コマースの市場規模予測（単位：ドル）  
出典：Inter@ctive Week, Feb.10, 1997

調査会社	1996年	2000年
Alex Brown Research社 /McCann-Erickson Advertising社	1.5～2億	20億
Forrester Research社	7400万	26億
Simba Information社	1.1億	18.6億
Jupiter Communications社	3億1200万	50億

表7 インターネット広告市場規模の予測

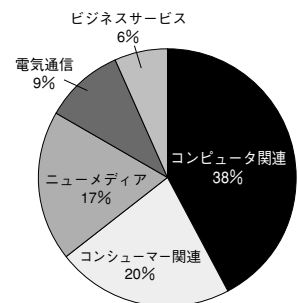


図4 1996年のインターネット広告の業種別割合（上位5業種）  
出典：Internet Advertising Bureau  
<http://www.edelman.com/IAB/>





## [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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)