

日本のインターネットの動き

すべての人が、どんな場所においても
つながる環境を目指す

日本のインターネット人口は2000年2月現在で1937.7万人となり、2000万人時代を迎えた。この1年で、家庭と学校・会社のどちらでもインターネットを使う人が急増した。インターネットはどんな場所においても必要なコミュニケーションツールとなりつつある。無線技術の進化が、それをさらに加速させるだろう。

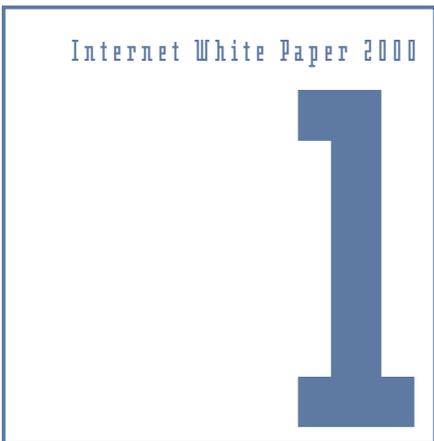
1999年はまた、新興ネットベンチャーの上場、都市銀行によるネット事業の発表、大手レコード会社による音楽配信の開始、規制緩和による電話回線以外のアクセスラインの事業化など、これまでの経済構造を大きく変えるような出来事が次々と起こった。あらゆる産業のインターネット化が、日本でも本格的に始まった年だと言える。

そしてこれからは、家電、テレビ、車など、身近なものが全てインターネットにつながっていく。閉じた世界を開いていくインターネットの力が、ビジネス以外にも大きな影響を及ぼしてくるのはこれからだ。

(編集部)



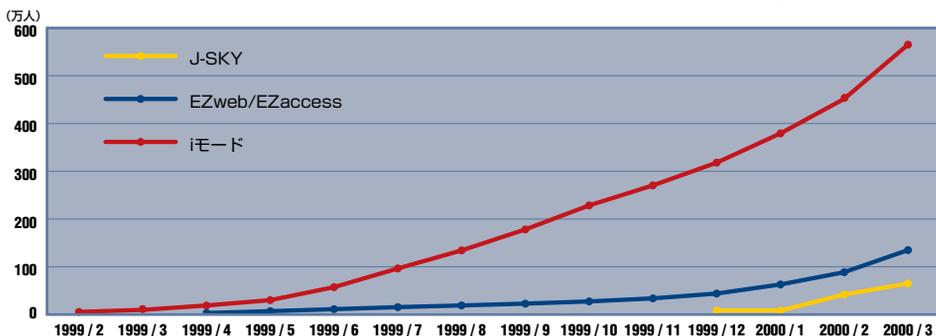
iモードが 500万台突破。 2001年に 携帯電話は IMT-2000に進化



1999年2月に開始したiモードの契約数は、2000年3月には約560万人と、この1年で驚異的な伸びを見た。固定電話の加入を超える勢いで普及する携帯電話にインターネットという新しい価値を付加したiモードは、使う場所を選ばないため、Eメールや情報の閲覧、銀行振込、チケット予約といったインターネットのサービスを日常生活の中で無理なく使う環境を提供した。iモードに続いてDDIセルラー・IDO、Jフォンも同様のサービスをスタートし、携帯電話のインターネット機能は当たり前になりつつあるが、予想以上の利用者の急増に、つながりにくくなるトラブルも起きている。

2001年は、IMT-2000という高速通信に対応する新規格が稼動し、携帯電話は通話中心のサービスからデータ通信を前提にしたサービスへと再構築される。誰もがモバイルインターネットを当たり前にする日が近づいている。

384kbps～2Mbpsと、ISDNより速いIMT-2000。音楽や動画のやりとり、今いる位置情報をキャッチして地図を表示するサービスなどいろいろなアプリケーションが期待できる。



携帯電話インターネットサービス契約者数の推移 P.188

iモード対応のウェブサイトが増えたことも、加入者増につながった。
DDIセルラー・IDOのEZweb/EZaccessは2000年3月で135万、JフォンのJ-SKYは56万6000人と急増している。

NTTドコモはCMを自粛

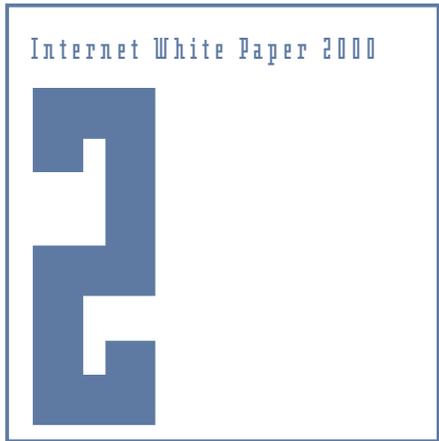
2000年2月に行われたiモードの1周年セレモニー。この後つながりにくくなるトラブルで4月から出荷台数を抑制し、広告宣伝活動も一時自粛された。(毎日新聞社提供)

従量制による通信コストの高さは日本のインターネットの普及の妨げになっていたといわれてきたが、行政の規制緩和によって、電話網に代わる高速通信技術が国内でも事業化されつつある。

1999年7月、分割されて新スタートを切ったばかりのNTT西日本・東日本は、プロバイダーのアクセスポイントまでISDNを使って一定料金で接続できる「定額IPサービス」を発表した。当初1万円程度でつなぎ放題と注目されたが、翌月にはソフトバンク、東京電力、米マイクロソフトの合併会社やxDSLの通信ベンチャーらがより高速の定額サービスを相次いで発表したため、定額IPサービスの「お得感」は吹き飛んでしまった。

FWA (Fixed Wireless Access : 加入者系無線アクセスシステム)、CATV (ケーブルテレビ)、xDSL (Digital Subscriber Line) といった新しい通信回線は、ISDNよりはるかに速いメガビット級の高速接続を月額数千円で提供する。すでにCATVは高速インターネットの手段として着実に利用者数を伸ばしているが、xDSLやFWAも、外資系、ベンチャー、メーカー、既存の通信事業者が続々と参入しており、2000年以降の飛躍が期待される。

今後もインターネットの需要は増えつつける。今こそより速い、より安い通信ネットワークが求められている。



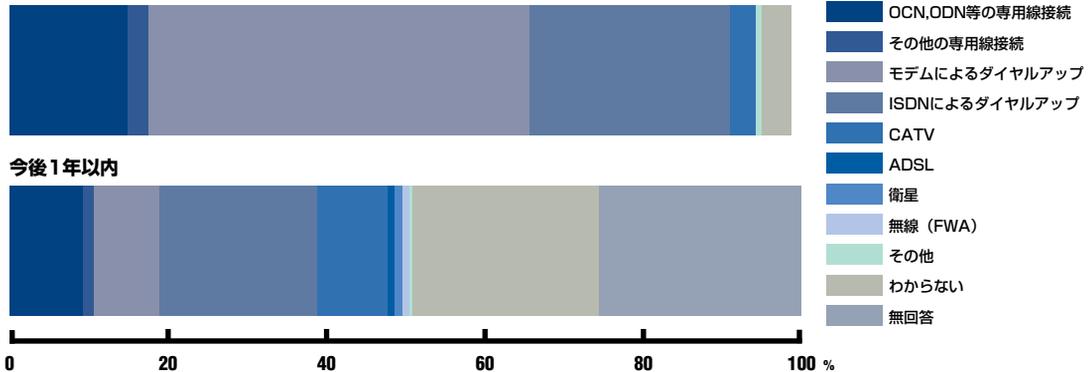
「従量制」から「定額制」へ 高速・低料金を目指す 新アクセスライン登場



スピードネット設立

ソフトバンク、東京電力、米マイクロソフトが合併会社スピードネットを設立。ソフトバンク社長の孫正義氏は記者発表で、NTTの定額IPサービスより「はるかに速く、はるかに安いサービスを提供する」と話した。

現在



主な接続形態 P.53

インターネット利用者の「主な接続方法」では、CATVの利用が昨年の0.3%から3.2%と急伸。今後1年以内の利用意向は8.9%とまだまだ成長が見込まれる。



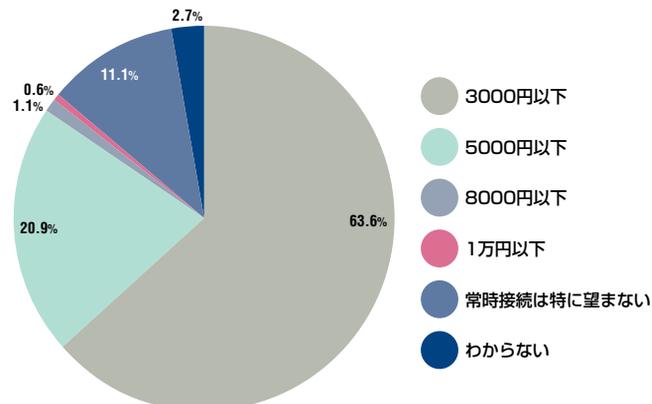
DDI、KDD、IDOが合併

DDI、KDD、IDOは2000年10月に合併する。新会社名は株式会社ディーディーアイ。NTTに次いで国内第2位となる通信会社はモバイルとIPを事業の中核に据えている。



ソニーも無線通信に参入

ブロードバンドを睨んで次々にインターネットサービスを発表するソニーは無線通信免許を取得してFWA事業にも参入。2000年7月、企業向けに開始するビットドライブではメモリスティックだけで設定を完了するサーバーも提供する。



常時接続に望ましい月額料金 P.53

常時接続に移行するならいくらが望ましいかという質問に対して6割以上が3000円以下と答えた。安いに越したことはないという意見はもっともだ。



xDSLにける通信ベンチャー

イー・アクセスは、DDIの共同創業者らによって1999年11月に設立された。法人を中心にサービスを提供する。東京めたりっく通信は、日本初のCLEC(競争的地域通信事業者)としてNTTの保有するMDF(配線分配装置)の解放を3年越しに実現した。

Internet White Paper 2000

3

デジタル家電市場 を見据えた 製品・技術の 開発進む



SDメモリーカード対応の電子レンジ

松下が米国で発表した電子レンジ。インターネットから料理のレシピをSDメモリーカードにダウンロード。カードをレンジに挿せば、レシピどおりに調理してくれるという。



テレビとインターネットの融合に注目する

古川 亨氏(米国マイクロソフト バイスプレジデント)の話

インターネットの双方向性がテレビと融合し、オンデマンドな視聴環境が実現すると、パーソナライズによる新しいビジネスモデルが生まれる可能性が高い。しかし、そのためにはインターネットのコンテンツとテレビのコンテンツを柔軟に組み合わせて番組を製作しなければならず、インターネット技術に対する放送業界の理解が鍵になるだろう。



1999年に大ヒットしたアイボ

人工知能を搭載したアイボも将来は家電ネットワークのコントローラーになるかもしれない。

電子レンジ、冷蔵庫、炊飯器、コーヒーメーカーといったキッチン製品から、テレビ、オーディオ機器、車にいたるまで、家庭のすべての電化製品が、2005年にはインターネットにつながるといわれている。このデジタル家電市場に向けて、さまざまなネットワーク技術の開発が進んでいる。たとえばBSデジタルテレビやプレイステーション2に搭載されているIEEE1394、携帯電話とデジタルカメラや家電などを無線で接続できるBluetoothがある。家電が相互につながると、テレビの情報を電子レンジに渡したり、リモコンでコーヒーメーカーを調整したりといった連携が可能になる。そしてその家庭内ネットワークはホームゲートウェイを通じてインターネットにもつながっており、さまざまな情報を外から取り込んだり、逆に外から冷蔵庫の中身を確認することもできるようになる。しかしそのためにはすべての機器に個別のIPアドレスが必要になるため、IPv6という次世代のインターネットシステムに期待が寄せられている。

大手 レコード会社が 音楽配信ビジネス 開始

MP3による無料の音楽流通に危惧した、大手レコード会社が、有料の音楽配信を開始した。著作権の管理、小売店の反発など多くの難問を乗り越えて、SME（ソニーミュージックエンターテインメント）は邦楽新譜を1曲350円で配信するサービス「ビットミュージック」をスタート。2000年5月には70年代の旧譜、洋楽へと配信メニューを拡大している。SMEに続き、エイベックスも2000年4月から音楽配信の新会社を設立した。シングルCDという日本独特のCD市場が、今後、デジタル配信に置き換わっていく可能性は十分ある。この配信ビジネスに伴い、携帯音楽プレイヤーの新製品も登場した。ソニーのメモリースティックウォークマン、東芝のSDメモリーカード搭載モバイルオーディオプレイヤーなどである。すでに携帯電話に直接音楽を送信する実験も始まっており、メーカー、大手レコード会社を含めた激しい競争が繰り広げられている。



椎名林檎に7万件アクセス

東芝EMIのサイトでは椎名林檎のニューアルバム発売に合わせて無料で曲を配信。7万件のアクセスを超えた。音楽はインターネット最大の人気コンテンツである。

Internet White Paper 2000

4



いろいろな携帯音楽プレイヤー

東芝のモバイルオーディオプレイヤーはSDメモリーカードを採用。ソニーのメモリースティックウォークマンは「MagicGate」という著作権保護機能を搭載している。



SMEのビットミュージック

一方、同じソニーグループのSo-netは、複数のレコード会社の音楽配信をバックエンドで支援する新会社「レーベルゲート」を設立した。

ミュージックPOD

インターネットにつながった音楽の自動販売機ともいえる実験機。光ファイバーで音楽を転送し、MDに録音。歌詞が付いたラベルも購入できる。



Internet White Paper 2000



ビットバレー旋風 渋谷発の ネットベンチャー に熱狂

新車見積もりサービス「ネットディーラーズ」のソフトバンクへの譲渡や、インターキューの店頭公開などがきっかけになり、国内でもネットベンチャーの存在が急速に注目を集めるようになった1999年。渋谷区周辺にインターネット関連企業が集まっていることに着目したネット事業家たちが、米国シリコンバレーを模してお互いの交流を呼びかけたのが「ビットバレー」の始まりである。

富士通総研の調査によると、現在、東京都心5区のインターネット企業は約600社あり、渋谷（渋い谷=Bitter Valley）からその名をとったビットバレーも、現在では東京都心のインターネット企業集積地を指す呼び名となっている。アイデアとスピード、他社との提携がものをいうネットビジネスの世界では、事業家、投資家、ユーザーが一体となったコミュニティが重要な役割を果たすことになる。2000年は、この地域からどんなビジネスが生まれるだろうか。

Bit Styleの熱狂

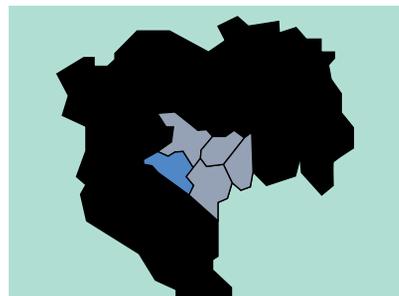
数十人の集まりから発展した懇親パーティ「Bit Style」には石原慎太郎氏や孫正義氏もゲストとして参加。2000年2月には2200人が詰め掛ける大イベントとなったが、これを最後に休止されている。

（写真は1999年10月開催のもの。毎日新聞社提供）



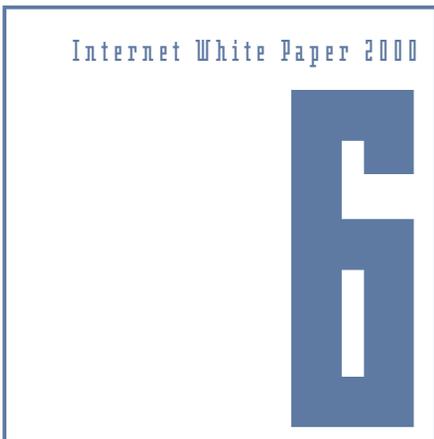
ビットバレーアソシエーション(BVA) ディレクターの松山太河氏

ビットバレーが注目されることで、これまでつかみどころのなかったネットビジネスが産業として認知され、それによって優秀な人材が流入してきたことは大きな意味があると語る。現在BVAでは、セミナー等を通じた啓蒙活動だけでなく、実際のビジネスにより役立つ支援活動を模索しているという。



ビットバレーは渋谷区周辺から東京全域に P.146

インターネット企業は渋谷区だけでなく、千代田区、中央区、港区、新宿区にも広がっている。



日本ならではの EC目指して コンビニと ITメーカーの 業務提携が相次ぐ

米国に後れをとっているといわれる日本のECも、消費者市場はインターネット利用人口の増加とともに、急成長しつつある。

1999年は自動車の見積もり、オークション、オンライン証券など、米国でブレイクしたインターネット仲介サービスが続々と日本に上陸した。中でもコミュニティを形成できるオークションは、日本の代表的なショッピングモールである楽天市場や個人向けプロバイダーのサイトでも、集客の目玉となっている。一方、既存の流通業界も、インターネット事業への参入を発表した。特にコンビニ大手はインターネット通販の品物の受け渡しや決済サービス、マルチメディア型専用端末の設置など多角的なEビジネスを開始している。

ECへの傾斜は業界の壁を破る業務提携（アライアンス）を促しているが、これらの事業が本格的なサービスとして姿を現すのは、2000年の夏以降である。

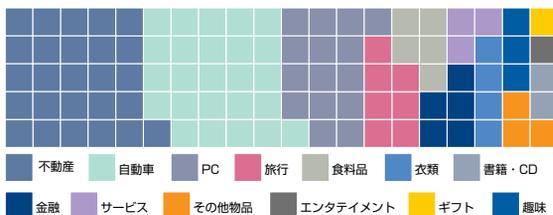


コンビニがオンラインスーパーに進出

サンクス、サークルケイなど6社が宅配サービスの「e-コンビニエンス」を設立すると発表。注文の商品を2〜3時間で宅配するネット・スーパー事業や、企業向けの昼食デリバリーなどを行うという。

コンビニで受け取る書籍やCD

ソフトバンク、セブンイレブンジャパン（SEJ）、トーハン、ヤフーの4社は、インターネット上で書籍やCDを販売するイー・ショッピングブックスを開始。また、セブンイレブンジャパンは、NEC、ソニーらと合弁会社「株式会社セブンドリーム・ドットコム」を設立、プレイステーションドットコムとも連携する予定。



1999年B to C市場規模 P.84

消費者向け市場は前年度の645億円に比べて5倍以上に増加した。ただし、ネットで集客して販売に活用した実績も含まれており、実際のインターネット販売の市場規模は1999年で1400億円程度となっている。

ソフトバンク社長の孫正義氏が米国のハイテク株式市場ナスダックの日本版を立ち上げると発表したのが1999年6月のこと。これに刺激され、東京証券取引所は新興企業向け市場マザーズを新設した。これまで、日本で株式を公開するには企業を設立してから30年かかるともいわれ、設立間もないベンチャー企業は十分な資金を得ることができなかった。マザーズでは過去の実績や設立からの経過年数は考慮せず、事業内容の新しさと適切なリスク開示を審査の基準においているため赤字のベンチャー企業でも上場することができる。

この新市場でIPOを果たしたのは、日本インターネット総合研究所（IRI）、リキッドオーディオジャパン、サイバーエージェント、オンザエッジなどのインターネット企業である。その株価は一時急騰したが、2000年に入って暴落するところも多く、一変「インターネットバブル」ともいわれた。2000年にはいよいよナスダック・ジャパンも開始されるが、市場の動向は誰にも予測がつかない。



リキッドオーディオジャパンの上場パーティ

音楽配信システムを開発するリキッドオーディオジャパンのマザーズ上場記念パーティ。小室哲哉氏をはじめ、大物の音楽プロデューサーも駆けつけた。

オンライントレード

1999年10月の株式委託販売手数料の自由化で外資系や異業種がオンライントレードに参入した。ゼロ金利政策が続く中、おそろえる始める個人投資家も増えた。



Internet White Paper 2000



新市場マザーズにインターネット企業続々上場

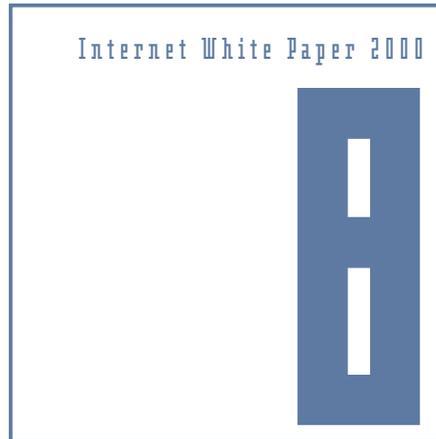


マザーズのシステム売買フロア

1999年11月11日の初日、日本インターネット総合研究所とリキッドオーディオジャパンの2社が上場申請した。



通信傍受法案可決 個人情報扱いに 消えない不安

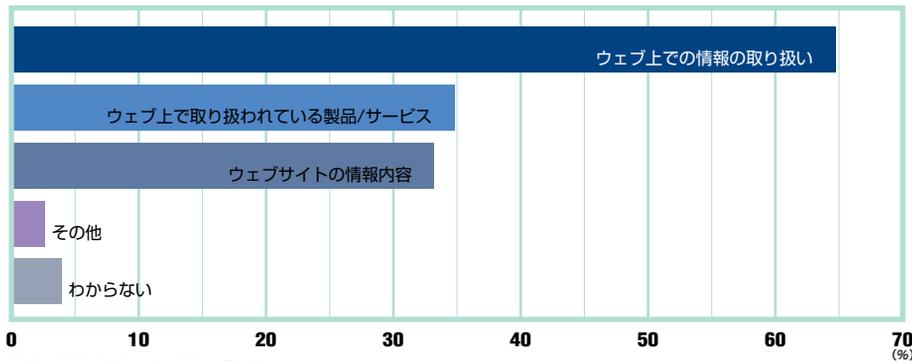


組織犯罪対策法の1つである通信傍受法（犯罪捜査のための通信傍受に関する法律）は、犯罪捜査のために本人の知らないところで電話やFAX、電子メールなどの通信内容を記録されるところから、巷では「盗聴法」と呼ばれ、多くの人がプライバシー侵害だと異議を唱えた。特にインターネットに関しては、どんな手法でデータが傍受され、解析されるのかといった具体的な対応が審議されていないとして、ユーザー、業界関係者の間で反対運動が巻き起こった。しかし、自自公の強行採決によって法案は可決。1999年8月に公布された。通信傍受法に限らず、個人情報のインターネットでの扱いに関しては不安を感じている人が増えている。政府は個人情報保護法案の法制化に向けて研究会を発足、中間報告をまとめている。



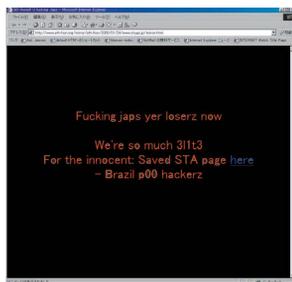
自自公が強行採決

野党の牛歩戦術も実らず強行採決。
施行凍結を望むメッセージを掲載しているサイトもある。



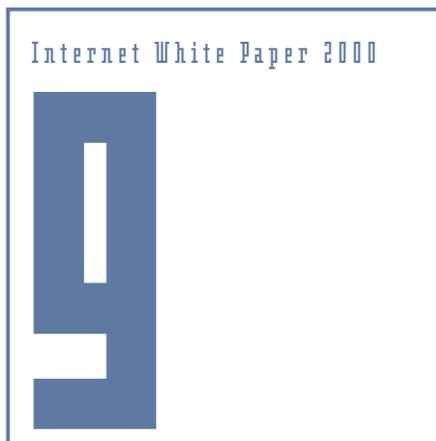
不安・問題を感じる分野 P.49

インターネットで不安・問題を感じる分野では「ウェブ上での情報の取り扱い」を挙げている人が圧倒的に多い。



中央官庁のウェブサイトが書き換えられる

他人のパスワードなどを使ってコンピュータに侵入することを禁止した不正アクセス禁止法が施行される2月直前、中央省庁の多くのウェブサイトが書き換えられた。手口は古いウェブサーバーのバグを衝いたものだが、政府のセキュリティ管理の未熟さが浮き彫りになった。2000年5月現在未解決。



コンボ紛争から 台湾地震まで 有事のニュース には民間の 情報発信が定着



台湾地震の安否情報

インターネットは有事の際、電話に代わるライフラインとして注目されているが、ボランティアによる安否情報の登録・検索、災害時の掲示板など、義援金の呼びかけなど利用価値の高いコンテンツのあり方も研究されている。

1999年、インターネットは世紀末の惨事を刻々と伝えた。前半はNATOによる空爆で拡大するコンボ紛争の戦況を、9月21日には台湾でマグニチュード7.6の大地震が起こり、死者2000人を超える被害状況を。そして今年に入り、国内では北海道の有珠山が噴火。有事において、必要とする情報の中身は個人個人で違い、マスメディアの流す全体的な情報では意味をなさない場合がある。インターネットでは、安否情報の登録、災害時の掲示板など、民間の力を結集したきめ細かな情報サービスが模索されており、マスメディアの情報の補完に活用され始めている。

一方で、インターネットでは1通のメールが一瞬にして国境を越えていくにもかかわらず、真偽を確かめにくいという特徴もある。民族紛争ではさまざまな立場による情報戦も始まっている。



インターネット防災訓練

1999年9月1日の「東京都七都市防災訓練」の日、WIDEプロジェクトの主導で行われた「平成11年度被災者支援広域実験」。iモードやFAXで被災者情報を集め、インターネットで公開する。GPSによる現在位置の確認も行われた。



コンボでの情報戦

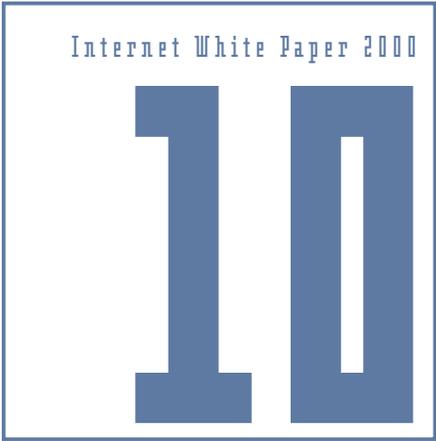
コンボでもセルビア系・アルバニア系ともに複数のサイトが開かれ、相手の残虐さを訴えていた。セルビア国内で唯一政府批判をしていたラジオ局のサイトが当局によって閉鎖されたこともあった。



インターネットが急速に浸透するアジア

ネパールの観光地では、欧米からの観光客がEメールを使うようにインターネットショップが軒を並べているが、現地でもネットビジネスの重要性に気づき、日本と合併事業を展開するベンチャーが存在する。

インターネットの普及は日本だけではなく、世界的な流れである。特にこの1、2年は、米国よりもアジア、ヨーロッパで利用者が伸びている。普及率はまだ低いのが、中国のインターネット利用者は1999年末で680万人にのぼり、アジア太平洋地域のインターネット利用者の15%に達している。世界に先駆けてIMT-2000を事業化する日本の携帯電話、香港の中国語ポータルサイトの成功、韓国のインターネットカフェの流行など、アジアのインターネットでは独自の市場が形成されつつある。米国で生まれ、世界のボーダレス化を進めたインターネット。現在ではまだ米国での利用者が圧倒的に多いものの、英語圏以外の地域の普及によって、その文化を少しずつ変えていくかもしれない。



**世界の利用者数は
2億人突破へ
アジアでの
普及進む**



ウェブ教材の世界コンテストThinkQuest

12歳から19歳の子供たちがチーム組んで教材を作るという世界的なウェブ制作コンテスト。米国で始まったが現在ではアジアからの参加も多い。日本版のThinkQuest@Japanでは社会人部門も設けている。画面は1999年度金賞作品のthe art of japan。

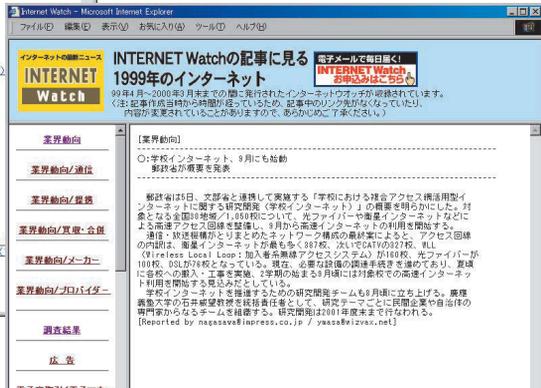
CD-ROMで見る インターネットこの1年

インプレスから日刊で発行する「INTERNET Watch」では、インターネットの動きを毎日電子メールで伝えています。本書の付属CD-ROMには、1999年4月から2000年3月までの記事全文をカテゴリ別に分類して収録しています。

ウェブブラウザでご覧ください。CD-ROMの使い方は260ページに掲載しています。



INTERNET Watch
Jump www.watch.impress.co.jp/internet/



1999.4-2000.3





[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