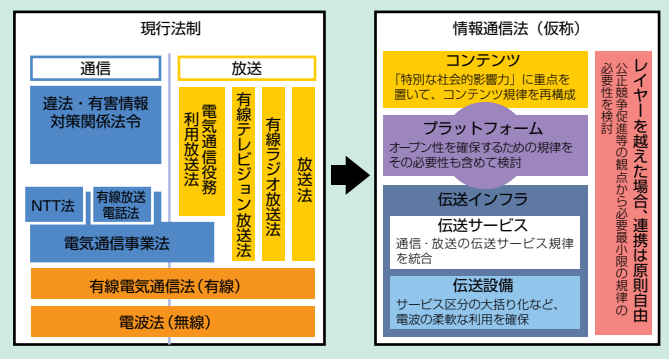


2008年、日本のインターネット政策は大きな改革の岐路に立っている。情報通信分野に競争を起こし、新規参入を促すことが、日本が国際競争力を取り戻す原動力になると考えられているからだ。無線を含むインターネットはその技術基盤だが、ビジネスの拠り所として新たな法体系が必要になる。これが放送法と通信法を一本化しようとする「情報通信法」(仮称)制定の動きにつながっている。放送のフルデジタル化と通信のIP化を背景にしたこの新法により、メディア産業は再編の時を迎えた。その政策を論じることは、日本経済の行方をも占うことになるだろう。

通信・放送法制の抜本的再編



●通信法制と放送法制の抜本的再編

総務省「通信・放送の総合的な法体系に関する研究会」の報告書では、通信と放送の縦割りを改め「コンテンツ」「プラットフォーム」「伝送インフラ」というレイヤーごとに整理される。レイヤーを越えた連携による新たなビジネスが期待されている。



●NGN商用サービスがスタート

2008年3月、NTTは次世代ネットワークNGN(フレッツ光ネクスト)を首都圏と大阪の一部で開始した。NTTの三浦惺社長(写真右)は記者発表で映像配信への意欲を見せたが、事業競争の観点からNTT自体の経営体制も問われている。(写真/毎日新聞社)

●「ネット法」の創設を求める人々

インターネットは既存の法では捉えられない革新を起こす。著作権法との食い違いもその一つだ。民間団体デジタル・コンテンツ法有識者フォーラムは著作権法とは別の枠組みを求めて「ネット法」の制定を提案している。(写真/INTERNET Watch)



メディア産業再編

Media Realignment

通信と放送を貫く政策論議が本格化

青少年ネット規制法案

Law or Freedom

ユーザーを困惑させる有害情報規制

●立法化に反対の声をあげる事業者とユーザー

MIAU（インターネット先進ユーザーの会）、大手ネット事業者など多方面からの反対を受け、当初の案は避けられた。携帯事業者などへのフィルタリング義務付け、民間機関による有害情報の判断を盛り込んだ新案が国会に提出される。



●発端となった自民党・高市案

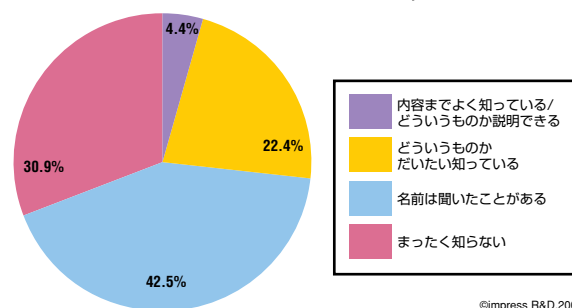
自民党「青少年特別委員会」の委員長を務める高市早苗議員が中心になってまとめた当初の案は政府が有害基準を策定することやウェブサイト管理者に有害情報の削除を義務付けることが盛り込まれており、大きな批判を呼んだ。（写真／毎日新聞社）



●多くの利用者は法案の知識に乏しい

2008年4月、青少年ネット規制法案の認知度をインターネット利用者に聞いた結果である。「内容までよく知っている/どういふものか説明できる」人は全体の4.4%しかおらず、多くのインターネットユーザーは名前を聞いたことがある程度だった。

青少年のためのネット規制法案の認知度 N=2,000



©impress R&D,2008

放送と通信の垣根を払う情報通信法（仮称）では、コンテンツレイヤーの再編が掲げられ、その一環として情報規制が行われるのではないかという懸念が持たれている。折りしも、有害情報からの青少年保護という名目で、コンテンツの閲覧を規制する「青少年ネット規制法案」が準備され、ユーザーを困惑させている。誰もが自由に発言し、「表現の自由」という国民の権利が最も広く行使される場であるインターネットは、これまで政府の規制とは無縁だと信じられていた。しかし、今やユーザー自身が声を上げなければ、自由を守れない時代に入ったのかもしれない。

ライブドアや楽天が放送局を傘下に収めようとしていた時期、放送局側はインターネットに否定的で、両者の連携サービスをイメージすることができなかっただろう。それから2年以上が過ぎた今、ニコニコ動画やユーチューブがインターネットの花型サービスとなり、既存のコンテンツホルダーも動画配信サイトに注目している。一方、NGNなどの通信ネットワークで映像を流すための規格はIPTVと呼ばれ、ITU-Tという国際機関で標準化が進められている。そしてテレビ局側も、改正放送法の施行をきっかけに、少しずつではあるが、番組を提供する準備を始めている。

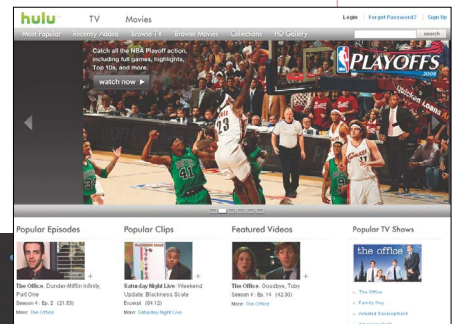


●ネット事業者と組むTVメーカー

松下電器産業はグーグルと提携し、ピエラPZ850(写真上)にユーチューブとウェブアルバムPicasaへのアクセス機能を搭載、北米で発売する。ヤフージャパンはテレビ向けポータルサービスを発表、フルハイビジョン対応のコンテンツを用意し、まずシャープのAQUOSに対応した(写真下)。

●見逃したTV番組をネットで視聴する米Hulu

米国では動画サイト「Hulu」の人気が高まっている。個人の投稿動画ではなく、テレビ局や映画会社の人気コンテンツを提供。見逃した番組を後で視聴できる。NAB2008に登壇したジェイソン・カイルCEO(写真)はHuluの使いやすさを強調した。



●番組コンテンツを提供し始めるテレビ局

NHKは過去の番組を有料配信する「NHKオンデマンド」を2008年12月から開始する。配信先はアクティラ(写真)とJ:COM。開始までに約1000本の番組が準備されるほか、毎日放送中のNHK番組からは1日15～20本を1週間程度提供する予定だ。

インターネットテレビ

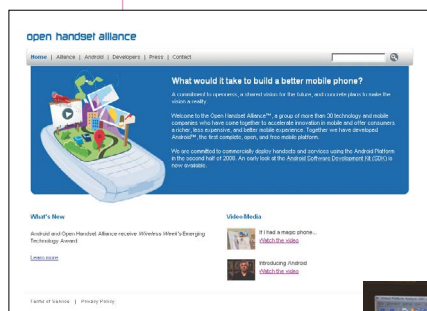
Internet TV

テレビを変える革新的映像サービス

モバイルプラットフォーム

Mobile Platform

非PCのインターネット利用



●Google アンドロイド陣営

グーグルを中心に結成されたオープンハンドセットアライアンスは、新プラットフォームの 안드로이드を推進する。NTTドコモやKDDIなど世界の通信事業者7社と34社のメーカーが集まっている。すでに開発支援商品も登場している。(写真／WBB Forum)



●いよいよ日本に上陸するiPhone

全米で大ヒットしたアップルのiPhoneが2008年、日本市場に登場する。携帯電話だがMac OS Xの基本的なアプリケーションが動作し、ブラウザはアップルのSafari。「パソコンとケータイの間に位置する」革新的製品だ。



●曲がり角に立つ日本の携帯電話業界

総務省が主催したモバイルビジネス研究会(写真)では、モバイル市場の再活性化プランとして、MVNO(仮想移動通信事業者)の促進や通信事業者が握っているプラットフォーム機能の開放などがテーマになった。(写真／ケータイ Watch)

アップルがiPhoneを発売し、グーグルが携帯端末向け開発プラットフォーム「Android」(アンドロイド)を発表した。IT企業にとって、多様なデバイスが無線で相互につながる高度なモバイルサービスは、新たなチャンスを生む大きな市場である。携帯電話が1億台を突破して頭打ちとなった日本の携帯業界も、再活性化のため、通信事業者主導の構造を改め、異業種の新規参入を促進しようとしている。OSからブラウザ/ウィジェットまで押さえるモバイル端末のプラットフォーム開発は、無線インフラの上に成り立つ新しいインターネットモデルの創出を目指している。

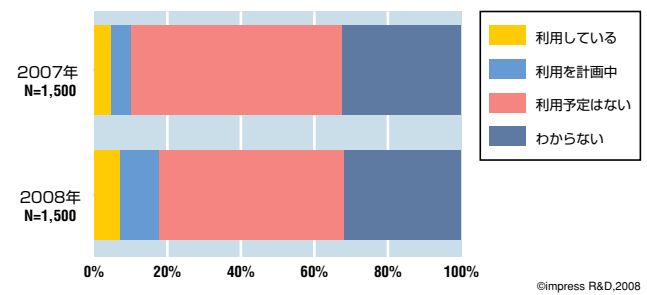
●セールスフォースと グーグルの提携

A photograph of two men standing on a stage in front of a large red backdrop. The backdrop features the Salesforce.com logo (with the tagline 'Success On Demand.' below it) and the Google logo. The man on the left is wearing a dark suit and is gesturing with his hands while speaking. The man on the right is wearing a light-colored suit and has his arms crossed. The stage floor has a repeating pattern of the Salesforce.com and Google logos.

[illegible]

The screenshot shows the Apple Force.com Developer Portal. At the top, there's a navigation bar with the Force.com logo, a search bar, and links for 'Sign Out', 'My Profile', 'My Recent Items', 'My Recent Items', 'My Recent Items', and 'My Recent Items'. Below the navigation bar, there's a 'My Profile' section with a 'Profile' link. The main content area displays the user's profile information, including their name 'apple', email 'apple@apple.com', and a list of recent items. The right sidebar contains a 'My Recent Items' section with a list of items and a 'My Recent Items' link.

企業のASP・SaaSの利用状況[2007年-2008年]



インターネット白書の国内企業に向けた調査では、SaaS・ASPの利用率は6.9%にとどまっているものの、利用を計画中は10.7%となっている。グラフにはないが認知度は昨年の33.1%から58.3%へと急伸。本格的な導入がこれから始まると予想される。

クラウドコンピューティング

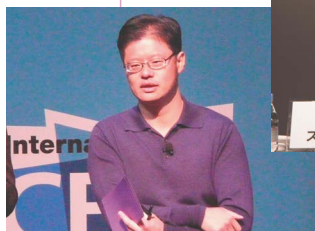
Cloud Computing

すべてのコンピュータリソースをネットに

グーグル追撃

Google vs. Microsoft

ネットの向こう側の覇権争い



●ヤフー買収を撤回した マイクロソフト

買収に応じないヤフーに対し、マイクロソフトのスティーブ・バルマーCEO(写真上)は、業務提携を持ちかけているという。一方、買収を拒否したことで株主から反発を受けたヤフーのジェリー・ヤンCEO(写真下)は、株主総会を延期して対応を練っている。

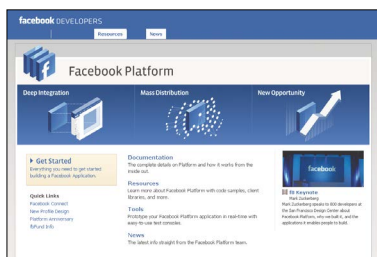
●世界市場はグーグルの一人勝ち

検索サービスのアクセスシェアでヤフーがトップになる日本は、世界的に見れば特殊である。欧米ではグーグルがマイクロソフトやヤフーに圧倒的な差をつけており、両サービスの利用者数を足して、ようやくグーグルと闘える程度だ。(資料/ネットレイティングス)

各国の検索エンジン利用状況(利用者数上位5ブランド、2008年3月、家庭からのアクセス)

日本			アメリカ			イギリス		
順位	検索サービス	利用者数(千人)	順位	検索サービス	利用者数(千人)	順位	検索サービス	利用者数(千人)
1	Yahoo! Search	32,935	1	Google Search	92,743	1	Google Search	20,627
2	Google Search	19,843	2	Yahoo! Search	45,183	2	Google Image Search	5,718
3	MSN/Windows Live Search	6,901	3	MSN/Windows Live Search	27,009	3	MSN/Windows Live Search	5,271
4	JWord Search	4,945	4	Google Image Search	23,189	4	Ask.com	4,996
5	goo Web Search	2,954	5	AOL Search	17,500	5	Yahoo! Search	4,011

出所:各国のNielsen/Online,日本のAMS-PCV(ポータル・コンテンツ・ビュー)のデータによる

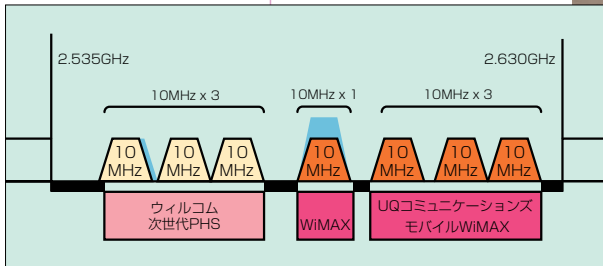


●ソーシャルネットワークで闘う Facebook

日本語サービスが始まったSNSのFacebook。公開されたAPIを使ってユーザーが好きなアプリを組み込めるプラットフォーム戦略が注目され、グーグルと闘える企業と期待されている。2007年10月にはマイクロソフトが2億4000万ドルを出資した。

長く王者であり続けることが難しいインターネットの世界であればこそ、グーグルの業績がいつ鈍るかはアナリストの興味をそそる。鈍化するのではないかという予測が流れる中で発表された2008年第1四半期決算の同社の売上高は、前年同期比42%増の51億9000万ドル、増収増益だった。マイクロソフトがヤフー買収に乗り出した背景には、グーグルが検索のみならずGoogle Appsというウェブアプリケーションでマイクロソフトが君臨してきたソフトウェアの領域まで脅かしているという現実がある。決着を見ない買収騒動は、米国IT産業のし烈な生存競争を物語っている。

無線機能を備えたモバイル端末を使い、クラウド上のアプリケーションやデータにアクセスするスタイルは、次世代のネット社会の姿だ。光回線並みの通信速度を実現する無線ネットワークがそのインフラであり、現在、主に2つの技術がしのぎを削っている。一つはブロードバンド・ゼロ地域を解消する固定回線としても活用されるWiMAX。もう一つは第三世代携帯電話の延長にあるLTE (Long Term Evolution、3.9G)だ。通信事業者とメーカーは現在、より高速な通信を実現するため技術実験を繰り返している。第四世代への準備は着々と進行している。



●2.5GHz帯の免許が割り当てられる

広帯域移動無線アクセスシステム(BWA)の周波数2.5GHz帯への免許は、KDDIとJR東日本などが出資するUQコミュニケーションズと次世代PHSを用いるウィルコムに決定した。このほか地域のWiMAX事業者向けのバンドも確保された。



●高速化するモバイルネットワーク

2007年に携帯業界に参入したイー・モバイルは、HSDPA7.2Mbpsに対応したデータ通信定額サービスを5000円以下から提供し、会員数を順調に増やしている。W-CDMA/LTEに力を入れるエリクソンはLTE端末「Berta」(写真右)を試作。

●解禁間近のフェムトセル

フェムトセル (Femtocell) は、無線小型基地局の方式。電波の届かないエリアに置くことで携帯電話が使えるようになり、高速データ通信もサポートしている。2008年の秋にはフェムトセル導入のための規制緩和が行われる予定だ。(写真/ケータイ Watch)



ワイヤレステクノロジー

Everything Over Wireless

WiMAXとLTEの競争が拓く無線新時代

Jベンチャー

V e n t u r e B u s i n e s s

インターネットが変わる今がチャンス

Tech Venture2008の受賞企業

株式会社アイ・ブロードキャスト	動画や静止画を携帯電話端末に最適化して配信するソフトウェアを開発
ウタゴエ株式会社	携帯電話等のマイク入力でユーザーが歌った曲目を当てる「うたごえ検索技術」を持つ
株式会社エニグモ	海外との安全な個人間売買取引を提供する「BuyMa」をはじめとする5つのサービスを提供
株式会社エンターモーション	モバイルサイトを短期間で構築できるモバイルサイト構築システムを開発、提供
株式会社オークファン	国内最大級の規模を誇るオークション関連サービス「aucfan.com」を運営
コミュニティエンジン株式会社	オンラインゲーム向けのネットワークミドルウェアを開発
ジェイマシックス株式会社	独自開発の画像認識技術をベースに携帯電話向けメディアサービスを展開
株式会社シリウステクノロジー	携帯電話向け広告サービス「アドローカル」を主軸に広告事業を展開
株式会社ニワンゴ	動画上で視聴者同士のコミュニケーションができる「ニコニコ動画」を運営
株式会社PTP	8chすべてのTV番組を同時に1週間HDDに録画し続けるSPIDERを開発、運用



●2008年の活躍が期待される企業

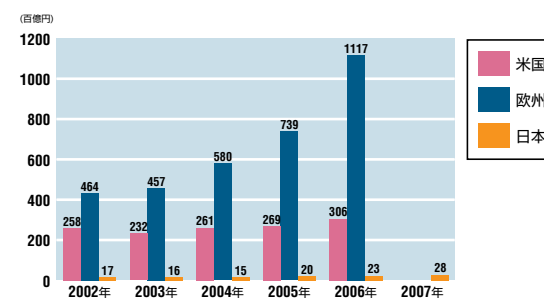
ベンチャーコンテストと言えば起業家本人に注目しがちだが、CNET Networks Japan主催の「Tech Venture 2008」は、優れた技術を持つ企業を見出すことに力を注いでいる。97社の応募企業から今年選出された10社(表)は、核となる技術に加え、事業性・独自性・市場性・優位性のバランスが評価された。モバイルと動画の技術が目立つのも今年の特徴だ。

●IT産業を支える日本のソフトウェア開発者

経済産業省の外郭団体であるIPAは、これまでも「天才プログラマー/スーパークリエイター」認定制度で優れたソフトウェア開発者を発掘してきた。今後は海外進出も含め、認定者への活動支援をより具体的にしていくという。(写真は第4回IPA賞受賞



日米欧VC年間投資額の推移



出所:「平成19年度ベンチャーキャピタル等調査報告書」(財団法人ベンチャーエンタープライズセンター)

●資金の集まらないベンチャー環境

資金調達面では日本のベンチャーを取り巻く環境は決して恵まれてはいない。シリコンバレーを有する米国とは一桁、欧州とは二桁の差がある。

無線ネットワークの高速化やモバイル端末の多様なインターネットが変貌する兆しは、ベンチャーにとって大きなチャンスになる。新しいニーズは社会が変化するときにより多く生まれるからだ。これまでも情報通信分野は成長産業とされ、メーカーや通信事業者は研究開発費を投じてきたものの、大きなイノベーションを起こせないまま、日本の国際競争力は低下した。しかし、孫正義氏などベンチャー起業家や技術者の努力によって、世界一安くて速いブロードバンドが普及した日本では、サービスを開発するためのインフラは安く手に入る。今後はベンチャー企業のアイデアや技術をより大きなビジネスへと成長させる支援策が必要になるだろう。

セカンドライフの登場以来、「アバター」が増加しているようだ。本書の調査では、インターネット利用者のうちアバターを持つ人の割合は2割を超えている。アバターはリアルな自分の「化身」である。セカンドライフのような創造的な空間では、多くのアバターが闊歩し、その容姿の美しさやリアルさに魅了されることも多い。今後さらに技術が進めば、人口知能を持つアバターや現実の人の動きと連動するアバターが普及することも考えられ、その可能性は計りしれない。言葉よりも多くの人の感情をかき立てられるアバターコミュニケーションが、実空間と仮想空間を近づけている。



●ケータイでもパソコンでもアバター増加中

「Yahoo! アバター」(下)はファッションブランドやタレントのアイテムも提供する着せ替えサービス。「キラキラ☆ストリート」(上)は10代~20代前半の女性を対象にSNSも展開するアバターコミュニティ。こうした手軽なアバターサービスは増えている。



●次々と生まれるメタバースサービス

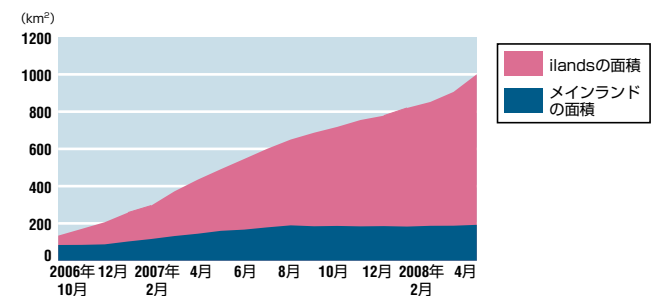
「ダレットワールド」(右)はカプコンでロックマンシリーズなどを手掛けた稲船敬二氏が代表を務める。二次元のメタバース「Habboホテル」(左)は、ホテルの客室を1室割り当てられ自分で家具などを揃え、その部屋を軸にしてコミュニケーションを行う。



●最強の仮想空間 セカンドライフの成長

リンデンラボから土地を買い、3D空間をユーザー自身が作り上げていくセカンドライフでは、その土地面積の拡大が仮想世界の成長を表す一つの指標である。アバター数が爆発的に増加した2007年以降、土地も急拡大している。

セカンドライフの土地面積推移



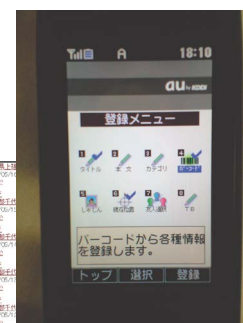
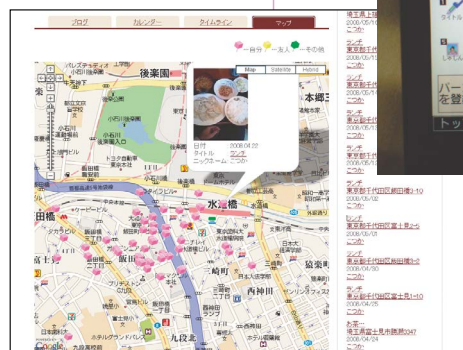
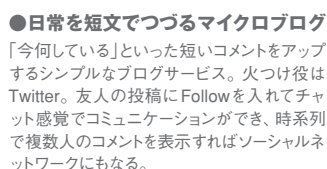
出所: Second Life Virtual Economy Key Metrics (2008年4月版)

アバターコミュニティ

Avatar Community

バーチャルと実空間を結ぶインターフェース

人の記録で創るソーシャルデータベース



KDDI研究所が行っている「ケータイdeライフログ」という実験の画面。GPSやカメラ、QRコードなどから情報を収集し、RDF形式でデータを管理。地図上に表示したりカレンダーに表示したり、さまざまな分析を行い、ライフログの活用法を探っている。



Facebookのプラットフォーム戦略や、SNSの共通仕様を目指す
グーグルのOpenSocial、複数のSNSにログインするOpenIDな
ど、SNSのオープン化に向けた動きが活発になっている。ネット
上の人間関係を示すソーシャルグラフはゆるやかに広がっている。

インターネット白書／ ©1996-2012 Impress R&D



[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的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