

2009年のインターネット

現在のワイヤレスブロードバンドは、2つの無線通信技術からそれぞれ進化・発展してきた。ひとつは、固定電話技術をベースにしてきた携帯電話系(3GPP/3GPP2)で、もうひとつは、IPを前提として標準化が進められてきたコンピューター系(IEEE 802系)である。これら2つのワイヤレスブロードバンドはともにIP化され、固定通信と移動通信を連携したサービスによって、さらに柔軟なネットワーク環境が作り出されている。これに伴い、PCや携帯電話などマルチデバイス向けのコンテンツ配信サービスも登場してきている。2010年には、LTE(3.9世代)のサービス開始も予定されており、近い将来、場所や時間を選ばず、自由にリッチコンテンツを活用できる時代を迎えようとしている。



●高速データ通信のサービス開始

モバイルWiMAX準拠の高速データ通信サービス「UQ WiMAX」が、2009年2月26日に開始された。通信速度は下り最大40Mbps、上り最大10Mbps。一方、次世代PHS「WILLCOM CORE XGP」も、4月27日からエリア限定でサービスを開始した。通信速度は上下それぞれ最大20Mbpsとなっている。



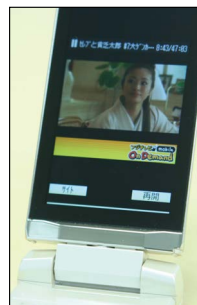
●新幹線やリムジンバスがオフィスに!

移動中にメールやウェブ閲覧などが気軽に使える「車内インターネット接続サービス」が続々登場。JR東海は東京―新大阪間で新幹線「N700系」において開始し、また、ワイヤ・アンド・ワイヤレスは、成田・羽田空港路線のリムジンバスにおいて開始している。いずれのサービスも、車内に設置された無線LANのアクセスポイントを経由して、インターネット接続できるというもの。(写真右／JR東海、写真上／ワイヤ・アンド・ワイヤレス)



●携帯電話で映像サービスを自由に楽しむ

携帯電話の普及に伴い、場所を選ばず自由に映像サービスを楽しむというライフスタイルが定着しつつある。NHKは、2009年4月6日から、これまでの固定受信型デジタルテレビ向けのサイマル放送とは異なる独自サービス「NHKワンセグ2」を開始した。また、フジテレビは、ケータイ向けのVODサービス「フジテレビ On Demand モバイル」を2008年4月7日からすでに開始している。(写真左／NHK、写真右／フジテレビジョン)



ワイヤレスブロードバンドアクセス

Wireless broadband anywhere, anytime

いつでもどこでもつながるネット環境

エニーデバイスインターネット

Any Device Internet

あらゆる機器がインターネットにつながる



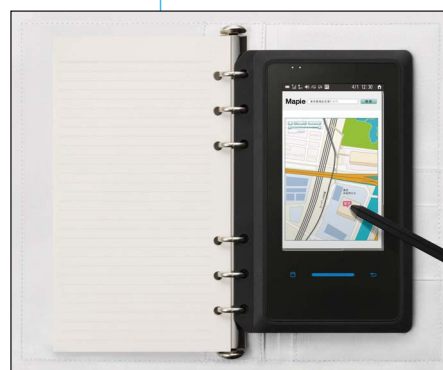
●TVだけでネットを楽しむ 「アクトビラ」

2009年5月26日、ブロードバンド回線を通してTVでインターネットを楽しむ「アクトビラ」サービスの累計接続台数が100万台を突破した。パソコンを用いず、TVという家電を通してあらゆる映像コンテンツにアクセスできるため、リビングとインターネットの融合が進みそうだ。



●無線LAN対応のデジタルフォトフレーム

ソニーは2008年5月、無線LAN機能を備えたデジタルフォトフレーム「Canvas Online」を発売した。RSSリーダー機能に加え、インターネットフォトアルバムの表示にも対応している。フォトアルバムに写真をアップロードしておけば、ワイヤレスで好きな写真を表示できる。



●手帳に収まるMID「WILLCOM NS」が登場

ウィルコムは2009年4月、手帳に収めて持ち運ぶことができるMID (Mobile Internet Device) として「WILLCOM NS」を発売した。無線ネットワーク環境さえあれば、どこでもインターネットを使える。ケータイでもパソコンでもない、新しいネットのスタイルが注目される。

手帳や写真立て、TVなど、今までネットの世界とは反対側にあった身の回りのものがインターネットとつながり始めている。ケータイやゲーム機のような、ネット機能を備えた小型デバイスは、今後も増えていくと思われるが、家の中のリビングなどに置かれる家電がインターネット機能を備え始めていることが新しい動きだ。例えば、離れて暮らしている祖父母の家にネットワーク対応のデジタルフォトフレームをプレゼントし、子供の写真を送り届けるというようなコミュニケーションも可能になる。パソコンの前に座ってインターネットをする時代は終わり、特に意識しなくても自然とインターネットを使っているような、日常の生活の中にネットが溶け込んでいく時代の到来が予感される。

アップルの「App Store」の登場を皮切りに、モバイル向けアプリケーションマーケットプレイスが次々と発表されている。デベロッパーのアプリ開発・販売・配布の手間やコストを削減すると同時に、ユーザーが端末から気軽にアプリをダウンロードできるシステムを実現するマーケットプレイスは、アプリケーションの流通形態を根本的に変え、ユーザーと開発者、そしてプラットフォーム事業者の三者が Win-Win になる仕組みを作り出す画期的なビジネスモデルだ。同時に、これまで世界展開が難しかった日本のアプリデベロッパーの足掛かりとしても期待が高まっている。自由に使える課金・認証の仕組みを手に入れたことで、パイの限られた日本市場から世界市場へ飛躍するチャンスと言える。

主要なモバイルアプリマーケットプレイス一覧表(2009年4月時点)

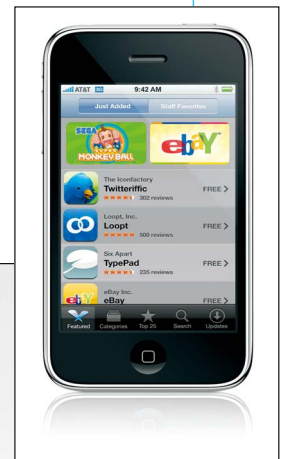
ストア名	運営元	開設日	アプリ数	対応デバイス
iTunes App Store	アップル	2008年7月	約3万本	iPhone 3G iPodTouch
Android Market	グーグル	2008年10月	約2300本	Android搭載携帯電話
BlackBerry App World	リサーチ・イン・モーション(RIM)	2009年4月	約1000本	BlackBerry
Ovi Store	ノキア	2009年5月予定	-	Nokia Nシリーズ, Eシリーズ
Windows Marketplace for Mobile	マイクロソフト	2009年秋予定	-	Windows Mobile 搭載携帯電話

●主要メーカーがマーケットプレイスを発表

アップルをはじめ、グーグル、リサーチ・イン・モーション、ノキア、マイクロソフトなど主要なスマートフォンメーカーが次々にマーケットプレイスに参入。今後の携帯端末向けプラットフォームの魅力の源泉のひとつであり、競争の目玉になるとも目されている。

●話題を呼んだ「App Store」とAndroid搭載端末

2008年7月に登場したアップルのiPhone向け「App Store」(写真右)は大きな話題を呼び、9か月で10億ダウンロードを達成した。日本では6月にNTTドコモから、iモードに対応せずAndroid Marketに対応した初のAndroidケータイ「HT-03A」が登場する。



●日本のデベロッパーも世界へ

すでに日本の精力的なアプリデベロッパーは海外向けにアプリケーションのアピールを始めている。サンフランシスコで行われた「MacWorld Expo」では、日本のデベロッパーたちが集まり、海外向けメディアに対するデモ会が実施された。(写真/a2c)

モバイルアプリマーケットプレイス

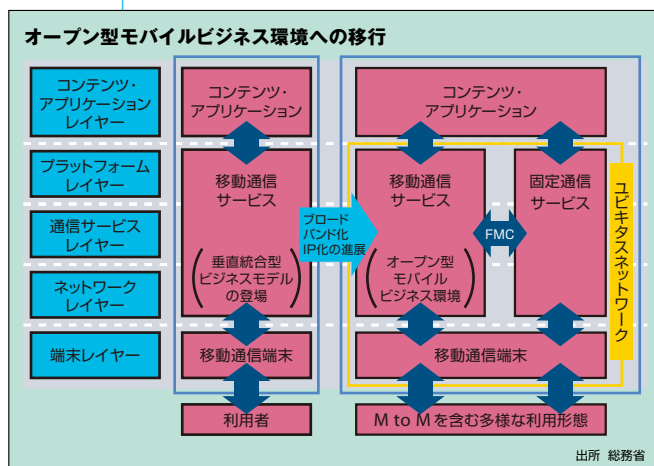
Mobile Application Market Place

アプリケーションの流通革命

通信プラットフォーム開放

Open Platform

オープン型モバイルビジネス環境への転換



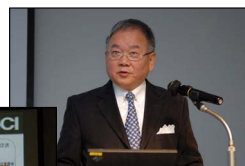
●固定と移動連携のビジネスモデル

総務省は、固定網と移動網が融合するIP時代のビジョンとして、「オープン型」ビジネスモデルを掲げている。これは「コンテンツ」「プラットフォーム」「ネットワーク」「端末」といった各領域のプレーヤーが、通信事業者の意向に左右されず、自由にビジネスを行い、互いに結びつく形を想定している。



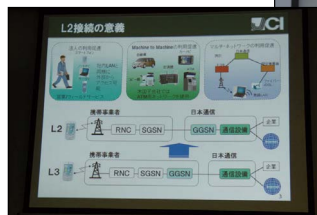
●「ライフログ」ビジネスへの課題が浮上

行動記録や購買履歴など人の行いを記録して活用する「ライフログ」は、次世代の有望ビジネスのひとつ。例えば図のようなヘルスケア分野でも期待されている。ただし、携帯の場合、通信記録が一部の事業者に集中しているため、その運用ルール作りが課題となっている。(画面はタニタと提携し身体情報を集約するメディア「goo からだログ」)



●MVNO新時代を開拓する日本通信

MVNO（他社の通信網を借りて移動体通信を提供する事業者）の先駆けである日本通信は、ドコモとのレイヤー2接続を果たしたことで、高度なサービスを提供できるようになった。MtoMでは帯域に応じた課金もでき、モバイルビジネスに新風を吹き込む。(写真/ケータイWatch)

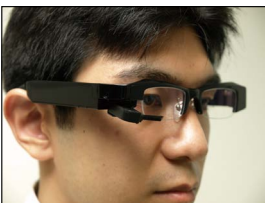
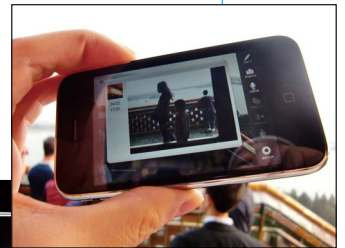


iモード開始から10年がたち、モバイルビジネスを携帯電話事業者から解放放そうという動きが活発になってきた。これからのユーザーは、多様な機器で多様な通信網にアクセスし、ネット上のコンテンツを利用ようになる。また、ネットワークの高速化により、MtoM（マシン間通信）の需要も拡大する。このとき決済やユーザー認証といった「通信プラットフォーム」を携帯事業者に任せたまにするのではなく、異業種の参入を促すことが今後の産業の発展につながると総務省の「通信プラットフォーム研究会」は提言している。複数のウェブサービスやネットワークが連携して新たなビジネスを生み出すというインターネットの特質を、次世代のワイヤレス環境へと広げるための施策である。

拡張現実感 (AR : Augmented Reality) 技術とは、実空間に電子情報を重ねて表示する技術のことを指す。AR 技術が普及すれば、例えば、街中の看板にお店の情報を添付したり、美術館の作品にデータを添付することができるようになる。そして、AR 技術搭載のデバイスを通して眺めることで、そのデータを取り出すことが可能になる。NHKで放送されたアニメ『電脳コイル』では、主人公である子供たちが、メガネを通して現実世界に埋め込まれたバーチャルな情報を見ることができるという未来が描かれている。アプリケーションレベルでの開発や、AR 搭載デバイスの小型化など、さまざまな角度からの開発が進んでおり、『電脳コイル』の世界の到来も近いかもしれない。

●「セカイカメラ」で現実の街に“タグ付け”

頓智・(トンチドット) は2009年2月、iPhone用アプリケーションの「セカイカメラ」を披露した。現実世界に貼り付けた“エアタグ”と呼ばれる電子情報を、カメラを通して読み取ることができる。現実世界の物や場所を通して、時間を越えたコミュニケーションが行える。



●オリンピック招致のプレゼンにも利用されたAR技術

2009年4月に開催されたオリンピック招致のためのプレゼンで、AR 技術を搭載したHMD (Head Mounted Display) が利用された。また、オリンパスが完全ワイヤレスの眼鏡型ディスプレイ「モバイル Eye-Trek -慧眼-」を開発するなど、AR 技術は日常で目にするレベルまで研究が進んでいる。(写真上／オリンパス 未来創造研究所、写真下／東京大学大学院情報学環池内研究室)

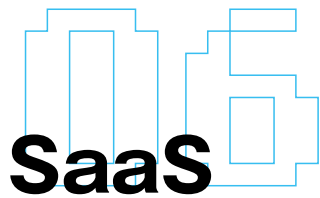


●3Dフィギュアが飛び出す「電脳フィギュア ARis (アリス)」

芸者東京エンターテインメントが開発した「電脳フィギュア ARis (アリス)」は、ウェブカメラにマーカーを読み込ませることにより、あたかも現実世界で3Dフィギュアが動いているかのような映像を映し出す。マーカー付きの棒を使えば、アリスにプレゼントをあげたりすることもできる。

拡張現実感 Augmented Reality

現実世界に電子情報を重ね合わせる技術



Software as a Service

クラウドコンピューティング時代の到来

●セールスフォースが売り上げ10億ドル突破
米セールスフォース・ドットコムは2009年度の売り上げが10億ドルを突破したと発表した。有償利用企業は5万5400社、登録ユーザー数は150万と破竹の勢いだ。日本で行われたイベント「Cloudforce Tour TOKYO」では800席に対し1500人の申し込みがあるなど注目の高さがうかがわれた。



得意先番号: 1000

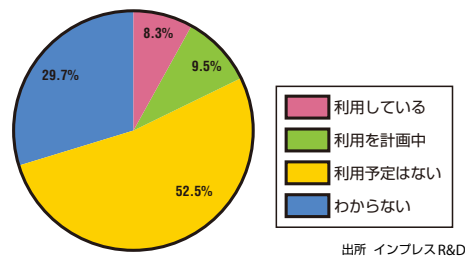
●動き出す日本発のSaaS

日本のパッケージメーカーの中にも、少しずつSaaSに対応する企業が増えてきた。国内の中堅・中小企業向けパッケージソフトメーカーのピー・シー・イーは、基幹業務ソフトをSaaSに対応させた「PCA for SaaS」の提供を開始している。

452000 541	002	商品・サービス A プロジェクト	312	現金	00	452000
(21523)	002	10003 通信料電気	000			
91200 726	002	タクシー代 高橋	111	現金	00	91200
(4844)	002	7	000			
		合計				
		借	312,567.286			
		当座預金 451 銀行			312,567.286	
		当座預金 452 銀行			0.000	
		当座預金 453 銀行			0.000	
		当座預金 454 銀行			0.000	
		当座預金 455 銀行			0.000	
		当座預金 456 銀行			0.000	
		当座預金 457 銀行			0.000	
		当座預金 458 銀行			0.000	
		当座預金 459 銀行			0.000	
		当座預金 460 銀行			0.000	
		当座預金 461 銀行			0.000	
		当座預金 462 銀行			0.000	
		当座預金 463 銀行			0.000	
		当座預金 464 銀行			0.000	
		当座預金 465 銀行			0.000	
		当座預金 466 銀行			0.000	
		当座預金 467 銀行			0.000	
		当座預金 468 銀行			0.000	
		当座預金 469 銀行			0.000	
		当座預金 470 銀行			0.000	
		当座預金 471 銀行			0.000	
		当座預金 472 銀行			0.000	
		当座預金 473 銀行			0.000	
		当座預金 474 銀行			0.000	
		当座預金 475 銀行			0.000	
		当座預金 476 銀行			0.000	
		当座預金 477 銀行			0.000	
		当座預金 478 銀行			0.000	
		当座預金 479 銀行			0.000	
		当座預金 480 銀行			0.000	
		当座預金 481 銀行			0.000	
		当座預金 482 銀行			0.000	
		当座預金 483 銀行			0.000	
		当座預金 484 銀行			0.000	
		当座預金 485 銀行			0.000	
		当座預金 486 銀行			0.000	
		当座預金 487 銀行			0.000	
		当座預金 488 銀行			0.000	
		当座預金 489 銀行			0.000	
		当座預金 490 銀行			0.000	
		当座預金 491 銀行			0.000	
		当座預金 492 銀行			0.000	
		当座預金 493 銀行			0.000	
		当座預金 494 銀行			0.000	
		当座預金 495 銀行			0.000	
		当座預金 496 銀行			0.000	
		当座預金 497 銀行			0.000	
		当座預金 498 銀行			0.000	
		当座預金 499 銀行			0.000	
		当座預金 500 銀行			0.000	
		当座預金 501 銀行			0.000	
		当座預金 502 銀行			0.000	
		当座預金 503 銀行			0.000	
		当座預金 504 銀行			0.000	
		当座預金 505 銀行			0.000	
		当座預金 506 銀行			0.000	
		当座預金 507 銀行			0.000	
		当座預金 508 銀行			0.000	
		当座預金 509 銀行			0.000	
		当座預金 510 銀行			0.000	
		当座預金 511 銀行			0.000	
		当座預金 512 銀行			0.000	
		当座預金 513 銀行			0.000	
		当座預金 514 銀行			0.000	
		当座預金 515 銀行			0.000	
		当座預金 516 銀行			0.000	
		当座預金 517 銀行			0.000	
		当座預金 518 銀行			0.000	
		当座預金 519 銀行			0.000	
		当座預金 520 銀行			0.000	
		当座預金 521 銀行			0.000	
		当座預金 522 銀行			0.000	
		当座預金 523 銀行			0.000	
		当座預金 524 銀行			0.000	
		当座預金 525 銀行			0.000	
		当座預金 526 銀行			0.000	
		当座預金 527 銀行			0.000	
		当座預金 528 銀行			0.000	
		当座預金 529 銀行			0.000	
		当座預金 530 銀行			0.000	
		当座預金 531 銀行			0.000	
		当座預金 532 銀行			0.000	
		当座預金 533 銀行			0.000	
		当座預金 534 銀行			0.000	
		当座預金 535 銀行			0.000	
		当座預金 536 銀行			0.000	
		当座預金 537 銀行			0.000	
		当座預金 538 銀行			0.000	
		当座預金 539 銀行			0.000	
		当座預金 540 銀行			0.000	
		当座預金 541 銀行			0.000	
		当座預金 542 銀行			0.000	
		当座預金 543 銀行			0.000	
		当座預金 544 銀行			0.000	
		当座預金 545 銀行			0.000	
		当座預金 546 銀行			0.000	
		当座預金 547 銀行			0.000	
		当座預金 548 銀行			0.000	
		当座預金 549 銀行			0.000	
		当座預金 550 銀行			0.000	
		当座預金 551 銀行			0.000	
		当座預金 552 銀行			0.000	
		当座預金 553 銀行			0.000	
		当座預金 554 銀行			0.000	
		当座預金 555 銀行			0.000	
		当座預金 556 銀行			0.000	
		当座預金 557 銀行			0.000	
		当座預金 558 銀行			0.000	
		当座預金 559 銀行			0.000	
		当座預金 560 銀行			0.000	
		当座預金 561 銀行			0.000	
		当座預金 562 銀行			0.000	
		当座預金 563 銀行			0.000	
		当座預金 564 銀行			0.000	
		当座預金 565 銀行			0.000	
		当座預金 566 銀行			0.000	
		当座預金 567 銀行			0.000	
		当座預金 568 銀行			0.000	
		当座預金 569 銀行			0.000	
		当座預金 570 銀行			0.000	
		当座預金 571 銀行			0.000	
		当座預金 572 銀行			0.000	
		当座預金 573 銀行			0.000	
		当座預金 574 銀行			0.000	
		当座預金 575 銀行			0.000	
		当座預金 576 銀行			0.000	
		当座預金 577 銀行			0.000	
		当座預金 578 銀行			0.000	
		当座預金 579 銀行			0.000	
		当座預金 580 銀行			0.000	
		当座預金 581 銀行			0.000	
		当座預金 582 銀行			0.000	
		当座預金 583 銀行			0.000	
		当座預金 584 銀行			0.000	
		当座預金 585 銀行			0.000	
		当座預金 586 銀行			0.000	
		当座預金 587 銀行			0.000	
		当座預金 588 銀行			0.000	
		当座預金 589 銀行			0.000	
		当座預金 590 銀行			0.000	
		当座預金 591 銀行			0.000	
		当座預金 592 銀行			0.000	
		当座預金 593 銀行			0.000	
		当座預金 594 銀行			0.000	
		当座預金 595 銀行			0.000	
		当座預金 596 銀行			0.000	
		当座預金 597 銀行			0.000	
		当座預金 598 銀行			0.000	
		当座預金 599 銀行			0.000	
		当座預金 600 銀行			0.000	
		当座預金 601 銀行			0.000	
		当座預金 602 銀行			0.000	
		当座預金 603 銀行			0.000	
		当座預金 604 銀行			0.000	
		当座預金 605 銀行			0.000	
		当座預金 606 銀行			0.000	
		当座預金 607 銀行			0.000	
		当座預金 608 銀行			0.000	
		当座預金 609 銀行			0.000	
		当座預金 610 銀行			0.000	
		当座預金 611 銀行			0.000	
		当座預金 612 銀行			0.000	
		当座預金 613 銀行			0.000	
		当座預金 614 銀行			0.000	
		当座預金 615 銀行			0.000	
		当座預金 616 銀行			0.000	
		当座預金 617 銀行			0.000	
		当座預金 618 銀行			0.000	
		当座預金 619 銀行			0.000	
		当座預金 620 銀行			0.000	
		当座預金 621 銀行			0.000	
		当座預金 622 銀行			0.000	
		当座預金 623 銀行			0.000	
		当座預金 624 銀行			0.000	
		当座預金 625 銀行			0.000	
		当座預金 626 銀行			0.000	
		当座預金 627 銀行			0.000	
		当座預金 628 銀行			0.000	
		当座預金 629 銀行			0.000	
		当座預金 630 銀行			0.000	
		当座預金 631 銀行			0.000	
		当座預金 632 銀行			0.000	
		当座預金 633 銀行			0.000	
		当座預金 634 銀行			0.000	
		当座預金 635 銀行			0.000	
		当座預金 636 銀行			0.000	
		当座預金 637 銀行			0.000	
		当座預金 638 銀行			0.000	
		当座預金 639 銀行			0.000	
		当座預金 640 銀行			0.000	
		当座預金 641 銀行			0.000	
		当座預金 642 銀行			0.000	
		当座預金 643 銀行			0.000	
		当座預金 644 銀行			0.000	
		当座預金 645 銀行			0.000	
		当座預金 646 銀行			0.000	
		当座預金 647 銀行			0.000	
		当座預金 648 銀行			0.000	
		当座預金 649 銀行			0.000	
		当座預金 650 銀行			0.000	
		当座預金 651 銀行			0.000	
		当座預金 652 銀行			0.000	
		当座預金 653 銀行			0.000	

印刷 印刷範囲	
---	--

ASP・SaaSの利用状況



●企業のSaaS利用は未だ8.3%

本書の調査では、企業のSaaS利用率は未だ8.3%にとどまっている。中堅・中小企業のIT化がなかなか進展しないと言われている日本だが、コストメリットの明示や、セキュリティ不安の解消など課題への対応により、一気に需要が拡大する可能性を秘めている。

あらゆるコンピューターリソースがネットワーク上に置かれるクラウドコンピューティングの進展に伴い、ASPよりもパフォーマンスの高いSaaS (Software as a Service) への取り組みはもはやソフトウェアベンダーにとって必然となった。SaaSの提供に関しては、現在のところ「Salesforce」や「Google Apps」をはじめ、米国発のサービスが圧倒していると言わざるを得ない状況だが、その一方で、日本発のSaaSも登場し始めている。2009年3月には、経済産業省の主導で作り上げられた巨大なSaaSインフラ「J-SaaS」が稼働し、ベンダーが自社のパッケージサービスをSaaS化して企業へアプローチすることが容易になった。

2009年5月12日、衆議院で著作権法改正法案が全会一致で可決された。今回の改正案ではネットでの著作物利用の円滑化に向けて、「ダウンロード違法化」「検索キャッシュ合法化」などの措置が含まれた。しかし、結論が先送りとなった条項もある。デジタル方式の私的録音・録画機などの価格に対して、メーカーが権利者への補償金を上乗せしてユーザーから徴収し、これを指定管理団体が受け取って権利者に分配するという「補償金制度の見直し」や「iPod 課金」である。一方で、今後急速な技術の進展や社会の変化への適正な対応するためには、米国の「フェアユース（公正使用）条項」のような条項を導入すべきではないかと議論されている。

著作権法の一部を改正する法律案の概要

【改正の概要】

1. インターネット等を活用した著作物利用の円滑化を図るための措置

様々な社会的要請を踏まえ、権利者の許諾なく次の行為を行えるようにする。

- インターネットで情報検索サービスを実施するための複製等
- 過去の放送番組等を2次利用する際に権利者が所在不明等の利用である場合の利用
- 国立国会図書館における所蔵資料の電子化
- その他（インターネット販売等での美術品等の画像掲載、情報解析研究のための複製、送信の効率化等のための複製、電子機器利用時に必要な複製）

2. 違法な著作物の流通抑止

権利者が安心して著作物を提供でき、利益を確保できる環境を確保するため、次の措置を講じる。

- インターネット販売等で海賊版と承知の上で行う販売の申出は権利侵害とする（罰則あり）
- 違法なインターネット配信による音楽・映像を違法と知りながら複製することを私的使用目的でも権利侵害とする（罰則なし）

3. 障害者の情報利用の機会の確保

障害者のために、権利者に無許諾で行える範囲を拡大する。

- 市長障害者向け録音図書作成が可能な施設を公共図書館等にも拡大
- 聴覚障害者のための映画や放送番組への字幕や手話の付与を可能に
- 発達障害等で利用困難なものに応じた方式での複製も可能に

4. その他

- 登録原簿の電子化

【施行期日】

平成22年1月

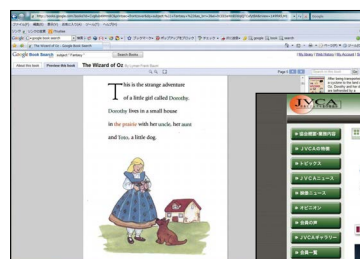
出所 文部科学省

●「タビング10」ついに解禁

デジタル放送を複製できる回数を従来の1回（コピーワンス）から9回に緩和する「タビング10」が開始された。デジタルテレビ放送の著作権保護のためのしくみのひとつで、2009年7月から地上波デジタル放送、および衛星デジタルテレビ放送で運用されている。（写真/毎日新聞社）

●「ダウンロード違法化」「検索キャッシュ合法化」盛り込む

違法配信されている音楽・映像を違法と知りつつダウンロードする行為を禁止する「ダウンロード違法化」や、検索エンジンやデータバックアップのためのキャッシュは著作者の許諾を得ずに行え、検索事業者は日本国内にサーバーを置く「検索キャッシュ合法化」が追加された。



●国内外で物議を醸した「Googleブック検索」

日本ビジュアル著作権協会（JVCA）は、同協会に所属する詩人の谷川俊太郎氏ら著作権者180人が、米グーグルの書籍検索サービス「Googleブック検索」を巡って、グーグルと米国の作家協会や出版社協会との間で争われた裁判の和解案グループから離脱したことを発表した。

著作権法改正

Copyright Act Revision

デジタル・ネット時代への対応を主眼に置いた改正

マスメディア凋落

Traditional Media and the Internet

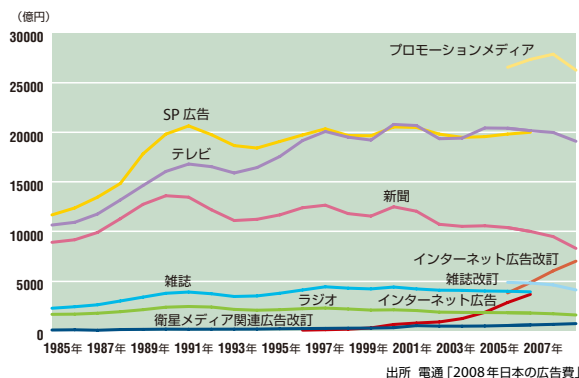
存在が問われるメディア産業

●通信と歩み寄り放送サービスは多様化

KDDIとテレビ朝日、朝日新聞社は、ビジネスを共同で行うことで合意した。また、エイベックス・グループ・ホールディングスは、NTTドコモと合併会社エイベックス通信放送を設立。iモード向け映像配信サイト「BeeTV」を開始した。(写真／ケータイ Watch)



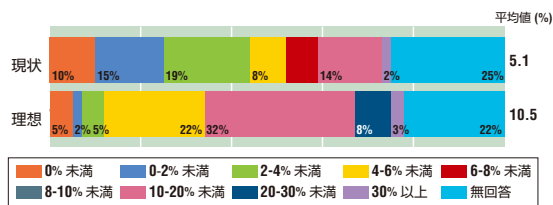
媒体別広告費の移り変わり



●広告主のネット広告への期待高まる

広告主に対して行われた「インターネットと広告メディアに関する調査」によれば、広告宣伝費全体に占めるインターネット広告費の割合は現状5.1%であった。理想の割合は10.5%で、現状の2倍必要とされている。

広告宣伝費全体に占めるインターネット広告費の割合と理想割合



●4マス広告費減少のなかネット広告上昇

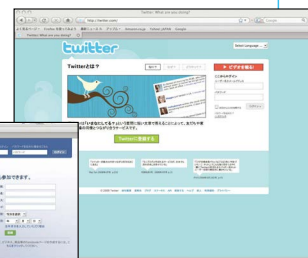
マスコミ4媒体広告費は4年連続して前年を下回っているなか、インターネット広告費は前年比16.3%増の6983億円と続伸した。内訳は、媒体費が5373億円、広告制作費が1610億円となっている。なお、媒体費のうち検索連動型広告が1575億円、モバイル広告が913億円となっている。

世界的な不況による景気減退がマスコミに与えた衝撃は大きい。電通が2月23日に発表した2008年日本の広告費調査によると、マスコミ4媒体(テレビ、新聞、雑誌、ラジオ)は4年連続前年割れ、広告費総額も6兆6926億円で5年ぶりに前年を下回った。一方、インターネット広告費は続伸し、総広告費の10.4%を占めた。2009年には初めてインターネット広告費が新聞を上回るとみられる。広告収入が落ち込んだことで、在京民放キー局5社の2009年3月期連結決算では4社が減収、営業減益であった。一方で、インターネット網のブロードバンド化や放送インフラのデジタル化に伴う通信と放送の融合が加速し、新しいビジネスチャンスが続々と生まれている。

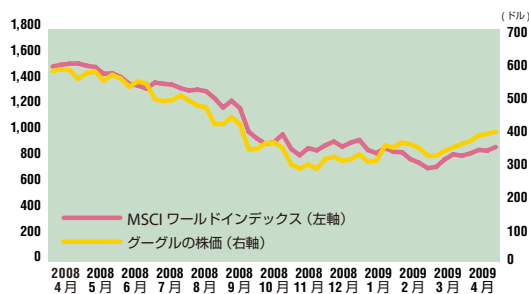
米グーグルなど広告モデルの企業は、世界同時不況の影響をより大きく受けており、将来の成長性を高く評価されてきた株価収益率が、リーマンショック前後で軒並み他の業界大手企業並みまで低下した。しかし、世界同時不況とはいえ、すべての企業の業績が悪化したり、株価が下落したりするわけではなく、米国ではアマゾン、中国ではテンセント、日本ではカカコムなど不況耐性の収益モデルや非広告収益モデルで成長を継続し、株価を上昇させているネット企業が存在する。一方、ベンチャーキャピタルからの資金の落ち込みは、次々と新サービスが生まれるネット業界には大きな痛手であり、新たな成長分野と収益モデルの提示が期待される。

●回復が待たれるベンチャー投資

ベンチャーキャピタルの投資リターンがマイナスになるなどベンチャー市場が冷え込む中で、資金調達が難航していると報じられるフェースブック。一方で、米国で急成長し、順調に資金調達を行っているツイッター。ネット企業は実業よりも資金繰りなど金融面での影響が懸念され、早期の回復が待たれる。



世界の株式市場と同じ推移を見せたグーグル



出所 Citi Investment Research & Analysis

●リーマン破綻で株式市場混乱

リーマンブラザーズ破綻に端を発する金融危機と景気の悪化がネット業界へも大きく影響を与えている。世界の株式市場の推移 (MSCI ワールドインデックス) とグーグルの株価はリーマンショックを挟む2008年4月末から2009年4月末の1年間、ほぼ同じような推移をみせてきた。(写真/読売新聞社)

●ビジネスモデルの強さが明暗を分ける

不況の影響による生活防衛や巣ごもり消費などで、売り上げを伸ばしたEコマース関連サービスなど不況耐性のあるビジネスモデルが評価されているネット企業は、この不況下でも成長を継続し、時価総額を上昇させている。

リーマンショック前後の株価騰落率 (2008年4月末～2009年4月末)

ランキング	企業名	騰落率
1	Netflix	41.68%
2	Shanda Interactive Entertainment	39.49%
3	Asiainfo Holdings	37.63%
4	Netease.com	35.22%
5	TenCent	33.46%
6	Kakaku.com	25.51%
7	Digital River	16.96%
8	J2 Global Communications	12.10%
9	Telecity Group	11.39%
10	Open Text	5.67%
11	Amazon.com	2.40%
12	VistaPrint	0.94%
13	eAccess	-3.17%
14	GMarket	-6.20%
15	WebSense	-8.33%
16	Wotif.com Group	-10.96%
17	Blue Nile	-14.31%
18	SkillSoft	-16.22%
19	Earthlink	-16.98%
20	WebMD	-17.67%

出所 Citi Investment Research & Analysis

リーマンショック

Lehman Shock

世界同時不況を乗り越えるネット企業

デジタルニューディール

Digital New Deal

ICT先進事業国際展開プロジェクト

●オバマ政権ブロードバンドの普及に72億ドルの投資

オバマ政権では、ICT関連の投資は、ブロードバンドの普及に72億ドル、科学技術の研究開発に177億ドルの巨額の予算が投入されることとなり、米国の情報通信コミュニティは研究開発の促進に大きな期待が集まっている。日本もこれに対応するには十分な国の助成プロジェクトの充実が求められている。(写真/読売新聞社)

ICT競争力の世界ランキング

ランキング	国・地域
1	デンマーク
2	スウェーデン
3	米国
4	シンガポール
5	スイス
6	フィンランド
7	アイスランド
8	ノルウェー
9	オランダ
10	カナダ
11	韓国
12	香港
13	台湾
14	オーストラリア
15	英国
16	オーストリア
17	日本
18	エストニア
19	フランス
20	ドイツ

●日本のICT国際競争力は17位
世界経済フォーラムが毎年発表する世界各国の国際競争力に関する報告書で、日本のICT国際競争力は、「ブロードバンド接続コスト」「ICT普及率」が世界トップの格付けを受け、前回19位から17位に順位を上げた。

出所 The Networked Readiness Index 2008-2009 rankings (WEF)

サイバー特区の実施テーマ

類型	テーマ
ネットと現実の融合	メタバース(遠隔教育/試験)
	メタバース(コンテンツ流通)
通信の秘密・個人情報保護	ネット視聴率
	携帯電話のライフログ
コンテンツ流通	地域制御
	流通ルール(雑誌)
	流通ルール(オンラインゲーム)
	流通ルール(音楽)
公的サービス分野	コンテンツ規律
	法律(サイバーコート)
	医療(医療情報の共有)

出所 総務省

●サイバー特区でモバイル視聴率やメタバースも支援

総務省は、ICT利活用ルール整備促進事業(サイバー特区)として11件の実証実験テーマを2009年4月21日に決定した。携帯ネット視聴率の調査手法確立や、仮想空間を活用した一次創作物ライセンス管理ルールと二次・三次創作物流通ルールの整備などをめざす。

米国では、オバマ政権が金融危機に端を発した経済危機の対策として、「米国再生・再投資法案」が2009年2月17日に成立し、ICT関連の投資への期待感が高まっている。また、日本では、通信プラットフォームのオープン化、トリプルプレーなどIP時代の先を見据えたさまざまなプロジェクトが行われ、中長期で民間主導の持続的経済成長を実現するために大規模なICT関連投資が見込まれている。私たちはそれらの投資が無駄にならないように、投資による景気回復という短期的効果に加え、中長期的な成長力の向上について、その効果を注意深く見守っていく必要がある。



[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