

朝日新聞社

インターネットビジネス利用の現場から



写真提供：朝日新聞社

取材に応じてくれたのは大前純一氏。アメリカのネットワーク事情についての著作もある朝日のスター記者の一人だが、渡された名刺には「電子電波メディア局 企画開発セクションマネジャー」とある。まず、ネットワークビジネスの受け皿となるこの部局の成り立ちと、大前氏のポジションから説明してもらった。

「この局ができたのは今年の4月のことなんです。そもそも『局』というのは大きさとと思いませんか？ これまでの新聞社でいうなら編集局とか広告局とか販売局とか、それぞれ何千億のお金を動かしている大きなまとまりを『局』と呼んできたのですが、それができたばかりのこの組織にしているのは異例のことかもしれません。そこには、当社の社長もいうように「新聞、出版に続く収益の柱にしたい」という意味が込められています。もちろんすぐさまそうなるわけではありませんが、このセクションは、いってみれば電子メディアビジネスというマーケットに斥候に出る西部騎兵隊の役目を担っているわけです」（大前氏）

この局のなかには、情報を収集するセクション、それを蓄積するセクション、そし

インターネットの海のなかでは個人の趣味的な情報発信も大メディアの提供する情報も、ある意味では「同じもの」であり、同時に大きく「違うもの」である。8月10日から速報ニュースを柱にしたWebサイト「asahi.com（アサヒ・コム）」を開設した朝日新聞社は、どのような形でインターネットビジネスに関わっていこうとしているのだろうか。

レポート 喜多充成

て提供するセクションがあり、大前氏は提供するセクションの責任者である。

「asahi.comが目立つものですからインターネットばかりやっているセクションと思われがちなんです。電子化された情報を提供していくという意味で、それ以外にもいろいろやっています。その1つが、法人向けの新聞記事のインハウスデータベースです。どういふものかといいますと、ネットワークのホストに対してゴソッと新聞記事のデータを貸し出し、端末1台につき定額料金を設定し、あとは使いたいだけ使えるというものです。パソコン通信サービスなどでも記事データベースの提供はしていますが、このインハウスデータベースは時間課金ではなく定額料金で、しかもキーワードでな

く全文検索。松下や新日鉄が開発した高速の全文検索エンジンでサーチして使ってもらえるものです。じつは電子電波メディア局を設立して最初に商品発表したのがこれで、asahi.comはその次のプロジェクトになります」（大前氏）

企業の経営指標に、固定資産や流動資産に加えて「情報資産」という項目があったとしたら、新聞社は優良企業ランキングの上位に名を連ねるに違いない。そこには、もちろんその資産を使いたい人の求めに応じて提供する手段が整っていなければならない。

文字情報中心の新聞の情報資産はデジタルになじみやすいため、テレビ局と比べてみてもはるかに「情報資産」の資産価値のポイントは高くなるわけだ。

1～3時間の間隔で
情報を更新

そして本論の「asahi.com」である。サーバーのアドレスに“com”とあることから分かるように、場所はアメリカ。電子新聞の試みを世界に先駆けて行っている『サンノゼマーキュリーニュース』（カリフォルニア州）というローカル紙と提携し、同社の本社ビルの一室にサーバーが置かれている。

ネットワークにつながってさえすれば、サーバーは世界のどこにあってもかまわないわけで、アメリカ西海岸から行く日本語ニュース（英語もあるが）の情報発信は、まさにそれを実践していることになる。

「アメリカにサーバーを置いた理由は、お分かりと思いますが、1つには時差を生かせるという点です。

東京で発行する朝刊最終版の作業が終わるのは午前1時を回るころです。もしこの後の作業も続けるなら社員はへとへと。午前2時出社というシフトを組むとしても、



深夜の交通費などコスト面もそうですが、何より非人間的ですよ。担当者の生活を考えると現実的ではありません。

ですが、米国西部時間では東京の作業終了が前日のビジネスアワーが始まる時間にあたります。日本の深夜から未明にかけての時間帯で東京から送った記事や写真をセレクトし、ページを整え、登録する。作業的にも無理はないし、このための要員をアメリカに駐在させたとしても、日本でやるよりコストはむしろ安いくらいです。翌朝、日本でビジネスアワーが始まる時には作業を引き継ぐわけですから、情報の更新も短いサイクルで行えます」（大前氏）

ホームページの「asahi.com」のニュースは、随時更新されています。適宜『Reload』ボタンを押して最新の内容をご確認ください」というただし書きにもあるとおり、確かに1～3時間の間隔で情報が更新されているようだ。ニュース情報を中心だから当たり前といえば当たり前ののだが、人気サーバーの必要条件「こまめな情報更新」はクリアしているわけである。

だが、西海岸にサーバーを置いた理由は時差だけではない。むしろその土地柄こそ、時差メリット以上に大きなファクターという。「サンノゼマーキュリーニュース」のあるカリフォルニア州サンノゼ市はサンフランシスコの南、車で約1時間ほどの距離にあるが、ここは世界のコンピュータ産業の中心地であるシリコンバレーのど真ん中というわけだ。

「光ファイバーのLAN回線の工事業者ががらがらバンでやってきて、水道工事でもするように手際よく仕上げて帰っていく。サー



朝日新聞社電子メディア同企画開発
セクション 大前純一氏

バーの調子がおかしいとなると、去年まで学生だったというフリーのコンサルタントがリモートで調整しにきてくれて、彼がちょこちょこ手をいれるとさっきまでと同じ機械だとは思えないほど、きびきびと動くようになる。こういう人間がいっぱいいるんです、あの土地には。インターネットカルチャーの層の厚さを感じますね」（大前氏）

大前氏のインターネットとの出会いは80年代なかばのこと。会社からの派遣でMIT（マサチューセッツ工科大学）のメディアラボに1年間留学して研究生生活を送ったが、その際に触れたARPA NETに強い影響を受けたという。

「アカデミックユースといいながら、読書サークルやゲームソフトの情報交換、あるいは『鹿のいる牧場売りたい』なんて広告まで流通している。ひじょうに幅が広くダイナミックな情報交換の道具として使われているのを見てすごく感動した記憶があります。

新聞記者として紙というメディアに記事を書くことを仕事にしているわけですが、それ以外のメディアが出てきて、それが当たり前のものでして定着する可能性は十分にあると感じましたね」（大前氏）



asahi.comのホームページ

ニュース速報では新聞よりも早く
事件が報道される。



サーバーアドレス

URL <http://www.asahi.com/>

すでに独立採算でやっ
ていけるだけの広告収入

インターネットの時代には誰もが情報の発信者になれる。が、サーバーに情報を上げただけで、世界中の人が見に来てくれるわけではない。始めることは易しくとも、それを多くの人に知らせ、定着させることは難しい。

asahi.comでいえば、スタートさせるにあたってはインターネットカルチャーのど真ん中であるシリコンバレーを選んだことで最初のハードルはクリアできた。つまり「箱」はここで用意できた。「中身」も新聞に載せる記事を提供するわけだから問題ない。問題はこのサービスが「定着」するかどうかという点である。

「我々がやっていることはアマチュアの情報提供ではありません。単にサーバーを立ち上げることが目的なのではなく、それが

サービスとして根付くかどうかを確かめようという意図があります。広告でちゃんとお金をもらえるレベルのものにしなければならぬし、それを目標にしてもいました。実験的ではあるけれども実験とは呼ばなかったのは、そういう理由があるからなんです」(大前氏)

必要なものは「箱」と「中身」ともう1つ、「お金」だった。そして現在すでに、asahi.comは独立採算でやっ
ていけるだけの広告収入をあげているという。「インターネットで世界に向け情報発信を」とサーバーを立ち上げる企業はとみに増えたが、こうやって継続的に「お金」が回っていくシステムまでできているところはそう多くない。

日本語で情報発信するサーバーに限ると、asahi.comがインターネットビジネスの最先端に行くサーバーといえるのは、まさにこの点なのである。

「といっても広告掲載料金を決めるのはたいへんでした。ある部分、雑誌の真似を

したんですね。うちのサーバーに対するヒット数でいくと1日あたり35万ヒットある。1ページあたり6ヒットぐらい発生する設計にしていますので、ページにすれば35万割る6で合計6万ページ分ぐらい。毎日6ページを約1万人が見ている計算になる。これに1か月30日を掛けると180ページで30万人の購読者がいる月刊誌。ただこれは直接のヒット数で計算した場合で、プロキシサーバーでキャッシュされているものを見ている人もいることを考えると、その5~10倍にはなるんじゃないですか」(大前氏)

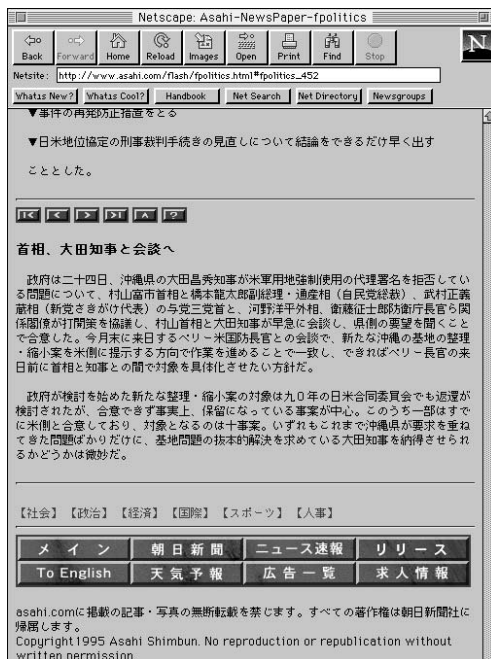
基本的に新聞の広告はまず部数によってランクづけされ、占める面積と場所によって金額が決まってくる。

一番目立つから第一面が高いかということ、ここには3段分のスペースを6つに分割して書籍広告だけが入るという慣習もある。いかにも記事に見えるような広告でも、広告である場合にはちゃんと【全面広告】や「企画・朝日新聞広告局」といったクレジ



記事は頻りに更新されている。

各ページのいちばん下には他のトピックへとボタンが用意されている。



ットが入るなど「広告のスタイル」は固まっている。

Webページの中の広告が従来の新聞広告と最も大きく異なるのは、そのために「紙面を割く」必要はほとんどないということだ。企業のロゴマークの入ったリンクボタンを設けるだけでいい。もちろん従来の広告と同じようにサーバー上に別のスペースを設けた企画広告も行われているが、基本的にはリンクが中心だ。

「さっきの計算でいけば、少なくとも150万部出ている月刊誌と同じになります。少々荒っぽい計算かもしれませんが、こう説得したら広告主さんは納得してくれました」(大前氏)

「マルチメディアグランプリ」のネットワーク部門特別賞を受賞

asahi.comがインターネットの中で「定着」したことを印象づける出来事があった。

11月7日、財団法人マルチメディアソフト振興協会と通産省が共催する、今年で10年目を迎えるマルチメディア業界では最も古く権威のある賞の1つ「マルチメディアグランプリ」のネットワーク部門特別賞を受賞したのである。

「11月2日に通算接続数が2000万件を突破、平日の平均接続数は40万件と国内で最大手のサービス。ビジネス利用に踏み込んだ内容が評価され、ネットワーク部門審査委員長の武邑光裕・京都造形芸大助教授は『このメディアの産業としての可能性を印象づけた』と講評した」(11月8日付「紙」の朝日新聞より)

輪転機を回し、トラックで輸送し、多くの人の手を経て家庭にまで配達される新聞を、我々は当たり前のもとして受け取ってきた。軽くて扱いが容易、セレクトされた情報が高密度にパッケージングされた、じつに便利な媒体だ。読まないとい日が始まらないという人も多かるう。その新聞が、

インターネットの時代を迎えて大きく変貌を遂げつつある。生活に密着し、空気のように当たり前のものと我々が考えている新聞だからこそ、これが変われば、それに伴って訪れる変化も大きい。いよいよ、そういう変化が始まりを告げたといえないだろうか。

「我々はコンピュータの専門家でもなければネットワークの研究者でもない。情報を流通させる便利な道具ができた、じゃあ「道具」として使ってみよう、と。そのぐらいに気負いを持たずにスタートしました。

コンテンツの組み立ても、ビジネスとしての組み立ても、ここをこうしよう、ああしようと考えている日々が続いています。自分でやってみたら、こんなに楽しくやれるのかと」(大前氏)

中心人物がこれなのだから当面asahi.comの一人勝ちは続きそうである。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp