



今月のニュースを考える WAVELENGTH

NEWSWAVE+ では、ニュースのうねりから時代の波を読み取る一助となることを目指します。WAVELENGTH は、インターネットマガジン独自の「波長」でニュースを捉えて考えるエディトリアルコラムです。

省庁関連サイトに不正アクセスが相次ぐ 問われる政府のセキュリティー対策



1月末より政府関係のウェブサイトを中心に、ウェブの書き換えなどのいわゆる「不正アクセス」が相次いだ。一連のウェブサイトへの攻撃は大手マスコミでも報道され、事件が経過する中で『不正アクセス対策法』が施行されるなど世間の注目を浴びる結果となった。事件の原因はさまざまなサーバー管理との見方もある一方、この事件によってネットワークを使った行政サービスを行う「電子政府」確立の危うさも見え隠れする。

福富志和

政府サイトへの攻撃が相次ぐ 海外ではヤフーも被害

24日の科学技術庁ウェブの書き換えに始まり、総務庁統計局のウェブデータが消去されているのが発覚。翌日には人事院への攻撃、さらに総務庁で再度書き換えられたことも発表された。その後も農水省、運輸省、人事院近畿事務局、都外郭団体、沖縄郵政管理事務局、参議院、基本技術研究センター、科学技術、郵政省と通産省の各庁外郭団体、

文部省、厚生省、気象庁、NHKグループと、2月上旬まで続けて攻撃されていたことが発表されている。

また、民間でも毎日新聞、日本ビクター米国サイトなどが同時期に被害を発表、9日には米ヤフーが「分散協調型のサービス拒否」（毎日新聞）により、3時間サービスを提供できなくなったという。

書き換えられたウェブの文面が、中国語と英語による南京大虐殺に触れたものであったことや、行為を賞賛する内容が中国のウェブサイトに掲載されたなどから、「中国のハッカー」との憶測もある。しかし、時期的には、日本の不正アクセス禁止法の施行直前、政府が対策を発表した直後であり、一連の事件すべてを「海外からの攻撃」とは断定できないだろう。

一連の報道からわかるのは、不正確な技術表記、被害の誇張など、マスメディアでネットワークに関する知識があいかわらず不足していること。こうした無理解に乘じ、データ

改ざん事件とは無関係なボルノなどの内容規制や、公安対策までが平然と語られていることなど、憂慮すべき点は多い。記事にコメントする「専門家」の質もまちまちで、「国家安全保障上の問題だ」という断定から、「ファイアーウォールの外だから大丈夫」というレベルまである。

問題なのは遅れをとる 政府や企業のセキュリティ対策

本来、ウェブのデータだけが改ざんされ、破壊されても、もう一度バックアップデータを起動すればすむことで、システム上はさほど被害はない。ウェブは多くの人に閲覧され、意図せずデータが破損することもあり、今回の事件も多くの看板の落書きと変わらないといえる。このレベルとファイアーウォールを越えて内部システムに侵入するというとは違う問題だ。

問題は日本の政府、企業のセキュリティ

対策の遅れについて、10年以上前から多くの専門家の指摘があつたにもかかわらず、見る限りでは対策が進展していなかったことだ。技術はクラッカー側においても向上していくものだから、常に最新技術への対応は必要なのに、過去においてはさほど真剣に取り組まれていなかったと思われる。たとえば97年の9月には農水省ウェブ上の掲示板に、オウム真理教ウェブから「尊師マーチ」の音源が流れるという単純な事件があつた。これは掲示板上でHTMLタグを機能させない措置を怠つたため可能となったことだが、この時も東京都（警視庁）は、アクセスログなどを参照して侵入経路を探り、犯人を特定するという技術者なら自明の方法ではなく、音源の置かれたオウムウェブの管理者を自宅捜査するという「別件捜査」に近い方法を採用した（その後、犯人による犯行声明が同ウェブに書き込まれた）。捜査を「技術的にも捜査手続き的にもおかしい」とする管理者は国家賠償請求裁判


で現在も係争中だ。

「電子政府」確立の危うさに 個人を監視する公安対策が見える

この事件をはじめ、それとさほどレベルの変わらない「セキュリティーホールをつかれた」という程度の今回の事件から判断すると、個人情報ウェブ上でやりとりすることも目指しているいわゆる「電子政府」構想の危うさも見えてくる。昨年12月、東京国際フォーラムで開催された官民によるセミナー「電子政府確立への最新事情」（日本経済新聞、社団法人行政情報システム研究所）でも、プライバシー保護の具体策については官民ともあまり明快に語らなかつたのに対し、「位置情報システム」「リモート監視サービス」などが同じところで展示された。総じて、セキュリティー技術向上による犯罪抑止よりも、個人の監視による公安対策を優先する方向が見えてくる。

COMMENT

事件の問題は無防備なサーバーにある

報道を見る限り、省庁関連サイトに対する一連のクラッキングの最大の問題は、サーバーが「無防備のままインターネットに接続されていた」ということに尽きる。無防備なサーバーに対しては、JPCERT/CC  が警告しているすべての攻撃が「必ず」と言っているほど起こる。したがって、セキュリティに関する最低限の知識と常識を持ったうえでサーバーをインターネットに接続させないと、同様の結果をもたらす。ただし、今回の攻撃については、ほんの常識とも言える最低限のセキュリティ（ルーターやシステムの設定）で防御できたはずである。

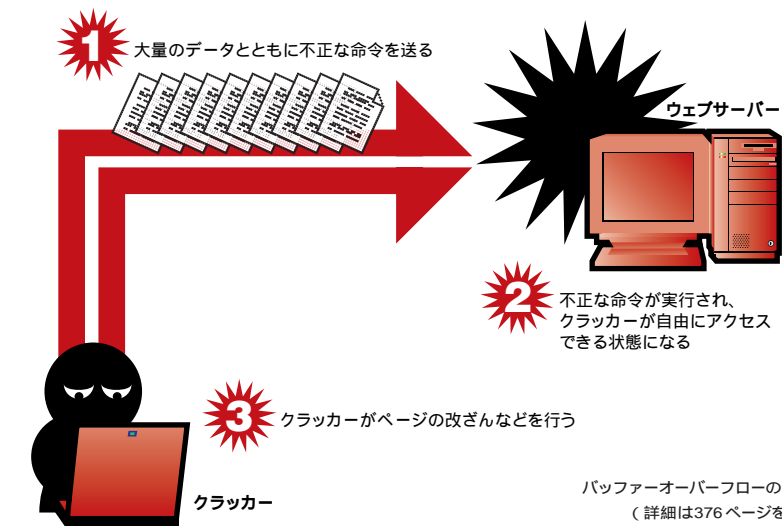
ファイアーウォールについての議論が盛んだが、今回の事件についてはファイアーウォールも意味をなさない点がある。事件の手口に使われた「バッファオーバーフロー攻撃」は、ウェブページにアクセスする際に非常に大量のデータを送ると、そのアクセスがそのままリモートシェルに置き換わる非常に危険

なものである。この古いウェブサーバーのバグを突けば、パスワードもユーザーIDも必要なく侵入できる。しかし、最新版のウェブサーバーを導入するだけで簡単に防げるということはあまり報道されていないようだ。また、こ

ソフトウェアコンサルタント 鈴木裕信

のようなずさんな管理をしているウェブサーバーをファイアーウォールの内部に入れてしまえば、ウェブサーバーを経由して内部へ侵入される危険性がある点にも注意しておきたい。

 www.jpCERT.or.jp



バッファオーバーフローのしくみ
(詳細は376ページを参照)



今月の視点
WAVE SIGHT

WAVE SIGHTでは、イベントやトレンド、事件など、注目のできごとを解説します。

サードパーティーからも関連ハードウェアが続々登場！
MACWORLD Expo/Tokyo 2000 レポート

2月16日～19日、幕張メッセにて今回で10回目を数えるMACWORLD Expo/Tokyo 2000が開催された。初日のステイブ・ジョブス氏の基調講演では、新しいハードウェアの発表、MacOS Xの日本語表示デモなども行われ、ユーザーの熱い期待の拍手と喚声に包まれた。アップルの好調ぶりがそのままあらわれた活気あふれるEXPOだった。その模様をインタビューを交えて速報しよう。

梅垣まさひろ

Photo: Tohru Nakamura



初日に基調講演に立ったアップルコンピュータのiCEO ステイブ・ジョブス氏は、iBookのメモリーを64Mバイトに、同ハードディスクを6Gバイトに増強すると発表。その後、「iMac Special Edition はとても美しい。生産が追い付かなかったほどの人気だったが、iBookにも Special Edition があつたらいいとは思わないか？」と会場に呼びかけて、iBook Special Edition を発表した。また、新PowerBookやPowerMacG4の新ラインアップのほか、AirMac などについても紹介した。

iMovieのデモでは、ジョブス氏は自らデジタルビデオカメラを操作しiMovieを使ったビデオ編集の容易さをアピール。続いて、MacOS Xのデモではユーザーインターフェイス

「AQUA」の説明に時間を割いた。AQUAで新たに実現される「Dock」やウィンドウと一体となる新しいダイアログ、それに、トランスペアレントなメニュー、日本語表示のデモなどが行われた。

また、展示ブースではアップルらしいビデオ編集、アニメーション、音楽関連のものが目立った。ネットワーク関連では、AirMacでもウィンドウズでも利用できるメルコの11Mbps無線LAN「AirStation」や、旧PowerBookでも利用できる11Mbps無線LAN「SkyLINE 11Mb Wireless PC CARD (ディアイティ)など、AirMacとの関係を考慮した製品が見られた。また多くのユーザーが足を止めていたのがマイクロソフトのブースだ。IE5.0ではマックらしさを十分に盛り込み、新レンジングエンジン「Tasman」を搭載した。



メルコの新しい11Mbps無線LAN対応アクセスポイント「AirStation」。AirMacにも対応。モデム内蔵モデルもある。3月中旬発売予定。



今回登場したiBook Special Editionは、これまでのポップな雰囲気からグラファイトカラーの外装となり、落ち着いた雰囲気だ。なお、写真左はAirMac。



クールなデザインで評判のiMac用サブウーファー「iSub」(harman/kardon製)も登場。USB接続で使う。3～4月頃に発売予定だ。

INTERVIEW

米アップルの担当プロダクトマネージャーに聞く
Mac OS Xの新たなネットワーク機能

Mac OS Xのプロダクトマーケティングマネージャー、ケン・ベレンスキン氏にMac OS Xの注目すべきネットワーク機能について話を聞いた。梅垣まさひろ

「Mac OS Xは、コアOS「DarWin」によって、高い信頼性と安定性を誇るネットワークを実現します。また、ユーザーインターフェイスに新たに「AQUA」を採用したことによ

って画期的な改善を施したので、よりいっそうインターネットが使いやすくなったはず。オープンソースで開発が進められているDarwinでは、最新のFreeBSDから持ってきたBSDベースのTCP/IPネットワーク環境が提供されるので、高いパフォーマンスを持っており、広帯域ネットワークにも耐えられます。もちろん、パフォーマンスの良いBSDソ

ケットも使えるし、従来のオープンソースポートもサポートしますので、デベロッパーは自由に選べるというわけです。

なお、Mac OS X Serverについては、今後もサービス面では強化を続けていきますし、新たなリリースも予定しています。また、巷ではOS9.Xが出るという噂もあるようですが、正式にはコメントできませんが、改善が必要ならより良いものにするために、いつでもアップデートする用意はあります」

INTERVIEW

米アップル社、プロダクトマーケティング担当副社長が語る
アップルの製品作りの基本理念と新製品

米アップル社、ワールドワイドプロダクトマーケティング担当副社長フィル・シラー氏にアップル製品の基本となる製品作りのコンセプトや無線ネットワークなどについて話を聞いた。梅垣まさひろ

🎙️ シンプル、クール、エレガントという言葉
を耳にするがその意図はなにか？

シラー：それらの言葉は、我々が製品について語る時によく使う言葉で大変に重要だ。アップルは先進的な技術やエキサイティングなものを簡単に使えるようにし、かつ独創的な製品を提供できると考えている。また、デザインに関する審美感を大事にしたいと考えている。また、シンプルさについてはiMac、iBookではインターネットに簡単に接続でき

ることが目的であり、それにもっとも適したコンピュータを提供することが目標だ。ユーザーがインターネットにすばやく接続でき、簡単に楽しめることが重要なのだ。OSとサービスの両方を提供することで、他にはない簡単でしかもユニークな方法を提供できる。

🎙️ AirMacの位置付けは？

シラー：シンプルに無線ネットワークだということだ。しかし、それだけではない。どこでもいつでもインターネットが利用できるということは、iBookの“iMac to Go”というコンセプトを実現するうえで大変に重要なことだ。特に教育の現場では便利だろう。ほとんどの教室には電源もネットワークもない。無線ネットワークがあればこれらの問題をスマ

ートに解決できる。無線ネットワークは今後も重要だし、我々がリードしていきたい。

🎙️ AirMacの相互接続性については？

シラー：AirMacの相互接続性はもちろん重要で、IEEE802.11b

を選んだのは最良の選択だと思う。高速なうえに相互接続性にも優れているからだ。

🎙️ Mac OS Xでファインダーはどう変わる？

シラー：ftpサーバーやウェブサーバーをファインダーを通してアクセスしやすくする。たとえば、ネットワーク上でプリンターを捜して使うのと同じくらい簡単になるだろう。



米アップル社、ワールドワイドプロダクトマーケティング担当副社長フィル・シラー氏

EVENT

米国ではお祭り騒ぎとなったオープニングイベント
ウィンドウズ2000 ついに発売！

米国時間2月17日（日本時間2月18日）、マイクロソフトのウィンドウズ2000が世界同時発売された。これにあわせて米国サンフランシスコ市ではマイクロソフト社の会長兼チーフソフトウェアアーキテクトであるビル・ゲイツ氏が登場し、そのコンセプトを語った。

取材：IPG Network, Inc.

ウィンドウズ2000の諸機能についてはすでにこれまでの多くの展示会や雑誌記事によって紹介されているため、正直言うとセンセーショナルさは少ない。しかし、ついに発売日を迎えたという「お祭り」としての盛り上がりは十分だった。開場3時間前から入り口には入場者の列が連なり、数千人規模の会場にもかかわらず満員となった。

ビル・ゲイツ氏のキーノートスピーチでは、ステージに巨大なノートパソコンの形をしたプロジェクターが置かれ、スタートレックで有名な俳優のバトリック・スチュワート氏も登

場、ゲイツ氏とのかけあいで舞台は進行した。最後には、ギタリストのカルロス・サンタナ氏の演奏で締めくくられるという派手さだ。

スピーチの中でゲイツ氏は「ウィンドウズ2000はこれまでのプロダクトの中でもっとも意欲的なものである」と述べ、開発には20億ドルの費用と5000人のスタッフ、そして75万人のテスターが参加したことを明かした。

また、ウィンドウズ2000はこれまでのウィンドウズ95や98、NTと比べてシステムの安定性が高いこと、アクティブディレクトリーなどの新機能が搭載されていること、そしてウィンドウズNTよりもPCカードやUSBデバイス、IEEE1394などのプラグアンドプレイ機器がはるかに充実していることなどをメリットとして挙げた。なお、ウィンドウズ2000の安定性を示す資料として、これまでのウィンドウズ98は2日に一度、ウィンドウズNTが5日に一度のリポートが必要だったのに対して、ウィンドウズ2000では90日間動き続けるという調査機関のデータを示した。



ステージに登場したビル・ゲイツ氏（左）とバトリック・スチュワート氏（右）

プレゼンテーション自体はそれぞれの機能を同社のプロダクトマネージャーがデモンストレーションするいつもの筋書きだが、特別なサーバーOSとしてではなく、ビジネスでの利用を意識したクライアントオペレーティングシステムとしての色彩も強くなっていることがよくわかる内容だった。特に、随所でノートパソコンを使ってデモンストレーションを行ったことから、従来のウィンドウズNTが持っていたような「企業内のネットワークにつながる比較的高性能なパソコン用OS」ではなく「ビジネスに最適なオペレーティングシステム」というイメージを強く打ち出す戦略が伺えるだろう。



今月の注目ニュース
WAVE UP!

WAVE UP!は、今月発表されたさまざまなニュースの中から注目のトピックを紹介します。

ソフトバンクファイナンスグループ 第2回事業戦略説明会を開催

1月27日、赤坂プリンスホテルにおいてソフトバンクファイナンスグループの事業戦略説明会が開催された。同グループの今後の展開について北尾吉孝代表取締役社長は、「今年からグループ企業を順次株式公開させていく」とし、今後の基本方針として①未着手の分野への早期進出、②ベンチャーズコンソーシアムの創設、③バリュエーションアピトラージの実施、④ベンチャー資金支援の一貫体制の確立を掲げた。

まず①に関しては、ネットバンキング事業を行うとし、「銀行の設立」、「既存の銀行を買収」、「バーチャル・ブランチの設立」を計画中とした。また、すでにスルガ銀行の1支店として「スルガ・ソフトバンクバーチャルブランチ」の設立に合意しており、国内に121店舗を設けると発表した。さらに、資本市場を利用した新しい住宅金融システムを形成するための非営利団体を設立し、アドバイザーとして米国 FannieMae を採用すると明らかにした。

次に②に関しては、すでに会員企業が100

社あり、今後は600社もの企業に対して出資を計画していると述べた。同団体の基本戦略としては、「徹底的なグループ内アライアンスの追及」、「グループ内ビジネスインフラの共有」、「情報、データベースの共有」、「ソフトバンクグループが持つリソースの活用」、「ベンチャーズ・フォーラムの開催 / コンソーシアムの企業用掲示板の構築」を掲げた。

③に関しては、すでに海外で成功しているビジネスモデルを元に、時間差を活用してビジネスチャンスを創出する従来の手法を新しい手法へと転換すると述べた。それは、企業がインターネットリソースを投入し、バリュエーションの差を活用してビジネスチャンスを創出するといった手法(バリュエーションアピトラージ)である。



グループの事業戦略について語る北尾吉孝ソフトバンクファイナンス社長

最後に④に関しては、「インターネットファンドなどの資金投資」、「ソフトバンク・フロンティア証券による未公開株式の流通、および発行市場の提供」、「株式公開の場を提供」という3ステップで、一貫したベンチャー企業支援を行っていくとした。

www.sbfinance.co.jp

ソフトバンクファイナンスグループ各社の事業展開の状況

本年度公開予定企業	モーニングスター、E*トレード、ソフトバンク・インベストメント
来年度以降公開予定企業	インスウェブ、フォレックスバンク、サイバーキャッシュ、イー・ローン、イー・ネットカード
営業開始予定企業	イー・アドバイザー、ウェブ・リース、ソフトバンク・フロンティア証券、日本プライベート・エクイティ・システムズ

*企業ごとの決算期は異なる

ソニーがオンライン直販に参入 ECサイト「ソニースタイル」が始動

ソニーがインターネットで自社製品の直販を行う新会社「ソニースタイルドットコム・ジャパン」を設立し、ECサイト「ソニースタイル」をオープンした。

「ソニースタイル」の目玉はユーザーのカスタマイズに応じた専用商品だ。たとえば、特殊塗料を使ってメタリック色に仕上げたテレビ兼用パソコンモニターや、本体とリモコン、ヘッドフォンを計108パターンの中から自由に組み合わせて買えるMDウォークマンのような商品を揃えていく。

市販品については販路短縮による「安売

り」ではなく、ウェブならではの「付加価値サービス」で差別化を図る。たとえば、1回の注文で2万円以上購入した人には、100分間無料(電話代込み)でインターネットに接続できるカードが2万円ごとに1枚プレゼントされる。購買履歴に合わせてウェブの表示をカスタマイズしたり、購入済みの製品と「ネットワーク」させると最適な新製品やアクセサリを提案したりするパーソナライズドサービスも行っていく。今後については、「顧客からの提案も取り入れながら展開していきたい(同社佐藤社長)としている。



新会社およびソニースタイルの発表を行うソニースタイルドットコム・ジャパンの佐藤一雅代表取締役社長

www.jp.sonystyle.com

リキッドオーディオ・ジャパンが 東証マザーズ上場

米国リキッドオーディオは、1月7日にソニーと音楽配信システムで提携し、ATRAC3を配信システムの中心的な圧縮形式に採用した。一方でマイクロソフトのウィンドウズメディアにも音楽配信システムを対応させ、AOL傘下のNullsoftとはWinamp対応のプラグイン開発を打ち出している。

こうした音楽配信をめぐる主導権争いが激化する中、日本国内での販売代理店となっているリキッドオーディオ・ジャパンは、昨年12月22日に東証マザーズに株式上場を果たした。株価のほうも上場以来好調に推移しているが、最も注目を集めたのは、なんと

言っても1月31日に都内で行われた上場記念パーティーだ。会場には小室哲哉氏のほか、日本を代表する音楽プロデューサーや大物タレントが揃い踏み。挨拶の席上、小室氏はインターネット音楽配信の将来性を高く評価するなど、協力的な姿勢を示して同社の上場を祝った。

有名アーティストの競演という強烈なパフォーマンスで世間の関心を一気に集めたが、先行きは必ずしも順調ではない。今後はコンビニ端末への配信で売上高を確保することを表明したとはいえ、いまだ収益の柱を欠いていることが不安要素だ。上昇した株



リキッドオーディオ・ジャパンのパーティーでは、音楽界の大物も多数駆けつけ、上場を祝った。

価も2月9日には一転して1,000万円を割るなど、不安定な動きを見せている。今後はこうした不安の解消が課題となるだろう。

 www.liquidaudio.co.jp

 www.liquidaudio.com

駅で音楽やニュースを ダウンロードする実験

2月18日より東芝は、都内の駅構内に設置したキオスク端末を通じて、デジタルコンテンツを配信する公開実験を始めた。駅構内から鉄道各社が所有する線路沿いの光ファイバー網を経由して、端末とコンテンツ提供サーバーを接続。実験用のコンテンツとしてMP3形式の音楽やニュース映像、小説の朗読音声などが提供された。実験参加者は、これらをスマートメディアにダウンロードして、携帯音楽プレーヤーやノートパソコンなどで試聴し、通勤通学中で気軽に買えるデジタルコンテンツの仕組みを体験した。東芝では今回得られた意見や感想をもとに、今後の事業化を検討する。

 www.toshiba.co.jp



新宿駅構内での実験の様子。中央のキオスク端末からコンテンツをダウンロードする。

NTTのIP接続サービスが 展開地域を拡大、大幅値下げも

NTTは、現在試験運用中のISDN加入者を対象としたインターネット向け定額制料金サービスについて、5月から対象地域を拡大し、料金も月額4,500円に値下げすることを発表した。加入者がプロバイダーのアクセスポイントと同一局内での接続を行う場合は、

月額2,900円まで引き下げる。同サービスは1月末現在で約3000件の申し込みがあったが、ほかの接続サービスと競争できる事業として本格展開するためには、基本料とプロバイダー費用込みで月額1万円を超える料金の問題を解消することが不可欠な情勢だった。

NTT 定額制サービスの料金

	料金(基本料およびプロバイダー費用は別)	対象地域
現在	8,000円	東京23区と大阪府の一部
5月から	4,500円 2,900円(加入者がプロバイダーと同一局内)	東京23区全域と大阪府の全市

東芝とNEC、相次いで インターネット事業戦略を発表

東芝は2月14日の会見で、「モバイル」を核としたインターネット関連事業を推進すると発表した。4月1日に「iバリュークリエーション社」を設立し、一般消費者向けに、駅前探検倶楽部などのウェブ情報サービス事業とECや将来の音楽配信などのメディアコンテンツ事業とを連携させたサービスの拡充を図る。企業向けにも新たにASPサービスに着手する意向で、これらの事業に今後4年間で総額2,500億円を投資する。

同日、NECもWindows 2000を使ったEC

向けのソリューションに力を入れていくと発表し、セブンドリーム・ドットコムなどのEC事業に対して西垣浩二社長自らが抱負を語った。



モバイル・インターネットへの傾倒を発表した東芝の西室泰三社長



今月の海外ニュース WORLD WIDE WAVE

最新の海外ニュースを分析を交えて紹介するコラム。それがWORLD WIDE WAVEです。

バナー広告やビデオメール配信もあたりまえに 大統領選を機に広がる米政界のネット利用



アラバマ州のボブ・リレー下院議員は昨年クリスマスに有権者に対してビデオメールを配信した。



レポート: 田中 宇 (Sakai Tanaka)

www.tanakanews.com

1961年東京生まれ。共同通信社で経済などの記者を10年間したのち、1997年にマイクロソフトに転職。「MSNジャーナル」を日本初の本格的コラムサイトに育てた。毎週執筆している国際ニュース解説のメール配信読者が16万人を超え、99年秋にジャーナリストとして独立。

自分の減税額がわかる バナー広告

つい最近まで、インターネットのメッカであるアメリカでもハイテク好きの政治家たちの自己宣伝方法はホームページを作り、推進している政策などの情報を載せることが中心だった。だが、大統領選挙の季節となった今、インターネットを使った選挙活動はウェブサイトのバナー広告や電子メールの大量配信、さらにはユーザー参加型の宣伝へと進化しはじめた。しかも、無作為に宣伝するのではなく、地域や年齢層を限定して対象を絞り、効果を高めているのが特徴だ。



www.georgewbush.com/taxcalc/Demographics.asp

ブッシュのバナー広告を見た人は各自の収入や家族構成をウェブに記入すると減税効果が計算できる。

共和党のブッシュ候補の陣営が展開したのは、ユーザー参加型のバナー広告。1500か所のウェブサイトに「ブッシュの減税政策であなたがどれだけ得をするか、計算してみませんか?」と書いた広告を出した。それをクリックすると、収入や家族構成を記入するページに飛び、ユーザーが空欄を埋めれば各自の減税効果がわかるようになっている。

宣伝対象リストの使用が プライバシー問題にも

ブッシュ陣営は、このほかに4種類のバナー広告を用意したが、効果は上々だという。たとえば昨年12月の1週間、バージニア州の有権者からのウェブアクセスに対してだけ広告が表示されるようセットしたところ、約1万回の表示に対して198回のクリックがあった。クリック率は2パーセントで、ウェブ広告としてはかなり良い。かかった費用は1,500ドルで、テレビ広告よりずっと安い。

ブッシュ候補のインターネット戦略を立案しているのは、インターネット専門の政治コンサルタントであるアリストートル社。アメリカでは、すでにインターネットに詳しい政治コンサルタントが30社以上あるが、アリストートルはその中でもっとも有名な存在に

なりつつある。

同社のブッシュ候補に関する宣伝活動のうち1つの特徴は、有権者のリストとインターネット利用者の地域別リストを照合した独自の名簿を使って宣伝の対象を絞っていることだ。もともになるリストはいずれも対象者の了解をとって集められたものだが、こうしたリストを使うことはプライバシーの問題があるという対立候補などからの批判も出ている。

ビデオメールへの反応は クリック率 2割と上々

とはいえ、こうしたリストを使わない他の大統領候補もインターネットを通じてなんらかの宣伝は手がけている。たとえば民主党のブラッドレー候補は、無料インターネット接続サービスであるジュノーのアイオワ州やカリフォルニア州などからの利用者やMSNホットメールのアイオワ州からの利用者だけを対象にバナー広告を展開した。

一方、電子メールの分野で新しい試みを始めたのが、アラバマ州選出のボブ・リレー下院議員（共和党）である。彼は以前から約1000人の希望者を対象にメッセージを電子メールで無料配信していたが、1999年12月にはクリスマスのあいさつと自分の政策を伝

えるビデオファイルの付いたメールを配信した。Eコマース社Jumpの技術を使ったものだが、約30秒のビデオメールを見たあと、同議員のホームページにアクセスした人が全体の20パーセントに上がったという。

アメリカ政界では、これまで宣伝の主な道具はテレビだった。だが、テレビは誰が見ているかを調べるのが困難なうえ、対象を

限定した宣伝をやりにくい。その点、インターネットならテレビよりも細かく宣伝対象を絞れるうえに、宣伝に対する反響を知ることできる。

テレビのコマーシャルやダイレクトメールを使った政治宣伝は今後も続くであろうが、広報戦略全体に占めるインターネットの割合が高くなっていくことは間違いない。今回のア

メリカ大統領選挙をめぐるのは、民主党のアリゾナ州支部が予備選挙でインターネットを使った投票を認める方向で動いており、宣伝から投票までインターネットがアメリカの政治に不可欠な存在になりつつある。

Jump www.aristotle.org

Jump www.ecommercial.com/home/wsj.html

Jump www.ecommercial.com

AOLとタイムワナーの合併で強まる脅威 インターネット産業の立ち遅れにあせるヨーロッパ諸国

成功のカギは ビジネスへの刺激策

「太平洋の向こう側（アメリカ）が1990年代に遂げた成功に、われわれは追いつけない状態が続いている」。スペインのアスナル首相が1月中旬にマドリッドで開かれたEU（欧州連合）の会議で述べたこの言葉に象徴されるように、ヨーロッパ諸国の当局者や財界人たちは、インターネットやバイオテクノロジーなどのハイテク分野でアメリカに大きく遅れをとったことに対するあせりを表明し始めた。

アスナル首相は、ヨーロッパが立ち遅れた理由について「技術や研究の基盤がないからではない。（ハイテクを）ビジネスとして成り立たせるための刺激策が欠けていることが問題だ。その点に力を入れたのが、アメリカの成功のカギだった」と述べている。

こうした「基盤の欠如」を象徴するのがインターネットの普及率で、アメリカの全家庭の半分以上で接続が可能なのに対し、ヨーロッパでは15か国の平均で12パーセントの家庭でしかインターネットを使っていない。世界のインターネットの通信総量もアメリカでの利用が70パーセントほどを占め、次いで日本（7パーセント）、ドイツ（5パーセント）という順番になっている。

コンテンツの約8割が アメリカ製になる

あせりを募らせるきっかけとなったのは、1月初めのAOLとタイムワナーの合併だった。

合併後の新企業の資産価値は、たとえばスペインのGDPの3割にも相当する額であり、巨大企業がヨーロッパ進出を強めれば、ヨーロッパのインターネット関連企業は太刀打ちできないからだ。今の状態が続くと、たとえヨーロッパでアメリカ並みにインターネットが普及しても、その時にはもはやコンテンツの75パーセントがアメリカ製になっているだろうと予測されている。

フランスなどでは、アメリカの文化に対する抵抗感から、民間で普及しつつあるインターネットを政府が無視する態度をとり続けた。



Illustration: Harada Kaori

だが、その政策はむしろ逆効果を生み、遅まきながらインターネットを重視した時、フランスの文化的な衰退感が強まるという事態になっている。また、ヨーロッパ諸国が従来、アメリカ風のハイテクベンチャーを育てることより既存の産業に補助金を出し、雇用を守ることを重視してきたことも背景にある。

こうした窮状を打破するため、EU諸国は今後3年間に100億ドル近い資金を投入し、インターネットの通信基盤を整備することにしている。欧州勢が今後どれだけ巻き返せるかが、日本にとっても気になるところだ。



今月の注目製品
PRODUCTS WAVE

PRODUCT WAVEでは、編集部が選りすぐった今月の注目製品を紹介します。

300万画素オーバーのデジタルカメラが続々と登場!

300万画素を超えるデジタルカメラが各社から続々と発表された。富士フィルムはスーパーCCDハニカムを搭載した432万画素デジタルカメラ「FinePix4700Z」を、3月1日より発売、エプソンは独自の画像補完処理を採用し、484万画素相当の画質を実現した「CP-900Z」を3月11日より発売する。ソニーは光学3倍ズームのCarl Zeissレンズを搭載した「DSC-S70」を3月25日から発売、キヤノンは沈胴式の光学2倍ズームレンズを搭載した「PowerShot S20」を3月上旬から発売する。東芝は、光学3倍ズームレンズ搭載の337万画素デジタルカメラ「Allegretto M70」を3月下旬から発売する。また、発売時期は未定だが、米国の映像機器展示会「PMA2000」でもビクターとニコンから新型デジタルカメラが発表された。ビ

クターは334万画素の2.3倍ズーム「GC-X1」をニコンは334万画素の3倍ズーム「COOLPIX 990」を発表した。このほか、カシオやオリンパスからも300万画素クラスのデジタルカメラが発売される。この2機種については今月号の「New Products Review」のコーナーで詳しく紹介している。



セイコーエプソン株式会社
「CP-900Z」
標準価格：128,000円
www.epson.co.jp



富士写真フィルム株式会社
「FinePix4700Z」
標準価格：128,000円
www.fujifilm.co.jp



ソニー株式会社
「DSC-S70」
標準価格：113,000円
www.sony.co.jp



キヤノン株式会社
「PowerShot S20」
標準価格：99,800円
www.canon.co.jp



株式会社東芝
「Allegretto M70」
標準価格：99,800円
www.toshiba.co.jp



日本ビクター株式会社
「GC-X1」
標準価格：未定
www.victor.co.jp



株式会社ニコン
「COOLPIX 990」
標準価格：未定
www.nikon.co.jp



カシオ計算機株式会社
「XV-3」
標準価格：88,000円
www.casio.co.jp

11Mbps対応の無線LANアクセスポイント

メルコは、11Mbps無線LAN用のアクセスポイント「AirStation」シリーズを3月下旬より順次発売する。無線LANコントローラーに、アップル社の無線LANシステム「AirMac」と同じルーセントのチップを採用することで、AirMacとの相互通信を実現し、マッキントッシュとウィンドウズの両方の接続を可能にしているのが特徴。ラインナップは、イーサポートのみを搭載した標準モデルのほか、56Kbpsモデム内蔵モデルや外付けTAなどを接続するシリアルポート搭載モデル、ルーター機能搭載モデルの4製品となっている。複数のアクセスポイント間のローミングに対応したほか、WEPによる暗号化により、セキ

ュリティーが強化されている。また、従来製品の2Mbpsの無線LAN製品とも互換性があり、相互に通信ができる。

株式会社メルコ
標準価格：未定
www.melcoinc.co.jp



ドリームキャスト用デジタルカメラ

セガはドリームキャスト専用のデジタルカメラ「Dreameye」を6月に発売する。Dreameyeは31万画素の1/3インチCMOSイメージセンサー搭載のデジタルカメラで、ドリームキャストに接続してビデオカメラとして利用するほか、付属の電池ケースを接続して単体でデジタルカメラとしても利用できる。本体のサイズは58×19×80mm(幅×奥行き×高さ)で、重さは62gとなっている。画像は640×480ピクセルのJPEG形式で内蔵のフラッシュメモリに31枚まで撮影できる。電源は単4形アルカリ電池2本で連続撮影時約300枚となっており、ドリームキャストに接続時は、電源はドリームキ

ャストから供給される。ドリームキャストと接続して、ビデオメールやテレビ電話などを利用できる専用ソフト「VisualPark」とマイクなどが付属する。

セガ・エンタープライゼス
標準価格：未定
www.sega.co.jp



インターネット 通販サイト構築ソフト

クエスチョンズは、ショッピングサイトが簡単に構築できるソフト「通販開業 Power Version 1.00」を発売した。専門知識がなくても、あらかじめ用意されている100種類のテンプレートを利用して短期間でインターネット通販を始められる。主な機能は、販売商品情報の編集、支払い方法の設定、受注発送管理、商品検索、ショッピングカート機能などで、各機能はブラウザを利用して設定できる。CGIスクリプトを使用するため、ショッピングサイトを開設するには、CGIを利用できるプロバイダーかレンタルサーバーが必要で、サーバー環境はUNIX系のOSのみとなっている。なお、通販開業の購入ユーザーは、同社が開設しているユーザー専用のショッピングモール「ツウハンショッピングモール」に無料で登録できる。

株式会社クエスチョンズ
標準価格：19,800円
www.questions.co.jp



Linuxベースのインターネットサーバー

ロジテックは、OSにLinuxを採用したインターネット用サーバー「LogiPRO」シリーズを発売した。ウェブサーバーやメールサーバー、DNSサーバー、DHCPサーバー機能などを搭載した「インターネットサーバー」のほか、グループウェア機能を搭載した「グループウェアサーバー」やあらかじめデータベースソフトを搭載し、簡単にECサイトが構築できる「ショッピングサーバー」など、5種類のサー

バー製品を揃えている。運用管理はブラウザを利用して行えるほか、リモートメンテナンス機能も搭載している。サーバー本体はCPUにAMD5x86を採用した「LMS-31A/B」とPentiumMMX 166MHzを採用した「LMS-41」の2モデルから選択できる。

ロジテック株式会社
標準価格：198,000円から
www.logitech.co.jp





[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