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。

日米の携帯電話市場の格差を体感

# 米国無線機器展“Wireless2000”レポート

NTTドコモの立川敬二社長（左）、マイクロソフトのビル・ゲイツ会長（中）、AOLのスティーブ・ケイスCEO（左）。

2月27日から3月1日まで米国ニューオリンズで開催された無線業界最大の展示会「ワイヤレス2000」の今年のテーマは「データ」と「国際市場」だった。そのため、今年の基調講演はパソコンやインターネット業界からも蒼々たる面々が参加する豪華なものとなった。ここでは、おもにその基調講演の模様を中心にこの展示会をレポートする。　本誌デスク：佐々木真之

## 無線の展示会にビル・ゲイツ初登場

なんといっても基調講演で一番の見どころは無線業界の展示会にははじめての登場となるマイクロソフトのビル・ゲイツ会長だろう。この講演でゲイツ会長は、今後マイクロソフトは新たにシニアマネージメントクラスの組織を作って無線分野に注力していくと発表した。ただし、無線では自社の得意なソフトウェア分野に特化し、他社との提携により「共同」でビジネスを作っていくことを強調した。

具体的には携帯端末向けサービス「MSNモバイル」の新版MSNモバイル2.0のデモを行い、たとえばメールが来たことを無線で知らせたり、フライト時刻や会議の変更などをユーザーに自動的に知らせたりするようなサービスを披露した。将来的にはニュースや旅行情報などのコンテンツも取り込んで「モバイルポータル」とする意向だ。また、ウィンドウズ2000のアップデート版にはワイヤレス機能を追加することも発表した。

## AOLの無線戦略とはパートナーを探すこと

AOLのスティーブ・ケイス会長の講演は、最近スプリントやノキアなど無線業界との提携発表も相次ぐだけに期待を集めたが、内容は、パソコンから電話やページャー、テレビなどにプラットフォームを移すという同社の「AOLエニウェア」戦略に沿ったものが中心で、「これからの10年は電話やテレビ、無線などに注力する」と述べるにとどまった。ただ、現在の携帯端末がそれぞれ独自の接続方



インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

法のため容易に接続できないのは問題であり、これは業界全体で解決していくべきと提言した点はおもしろかった。なお、同社のワイヤレス戦略については「ひたすらパートナーを探して組むこと」だと述べた。

## 将来アマゾンの取引はほとんどが無線経由になる

初の子供が生まれそうだということで衛星回線でのインタビューとなったアマゾンのジェフ・ベゾスCEOは無線は大きなチャンスであり、5～10年後にはアマゾンのほとんどの取引は無線経由となるだろうと語った。モバイルコマースは、たとえばあるイベントを見た人がその関連商品を衝動買いするような場合に非常に有効で、今後普及の見込まれる携帯端末でも買えるようにWAP対応のナンバーワンモバイルコマースサイトを作ると語った。

なお、課金については顧客に料金の心配をさせるパケット課金はモバイルには向いていない、定額制がベストだとの見方を示した。

## 驚きをもって迎えられた日本のiモードの成功

NTTドコモの立川敬二社長はすでに成功している無線ビジネスの具体例として日本のiモードを紹介し、聴衆の大きな関心を集めた。

パケット課金も注目されたが、なによりiモードユーザーのARPU（1契約者当り月間平均収入）が一般ユーザーの12ドルに対し、倍の24ドル以上になることや、CHURN（解約率）が通常1パーセント前後なのに対し、iモードでは0.3～0.4パーセントになることを紹介すると聴衆から驚きの声が上がった。米国の平均CHURNは約2パーセントだからだ。

また、待ち受け画面にアニメキャラクターを配信する「キャラッパ」を紹介し、月額300円ですでに100万人以上の利用者がいることを紹介すると場内はざわめきに包まれた。

加えて米国では関心は高いがまだどこも具体プランを提示できない3G（IMT-2000）についても、来年からサービスを開始することを明かしてこの分野での日本の先行ぶりを印象付けた。

左からアマゾン・コムのジェフ・ベゾスCEO、ボーダフォンのクリス・ジェントCEO、FCCのウィリアム・ケナード議長。

## 米国市場の遅れに対するクリス・ジェントの指摘

ボーダフォンCEOのクリス・ジェント氏は、アメリカが欧州やアジアに比べて携帯電話の普及が遅れている原因としてアメリカでは受信した方が料金を払う着信者課金制度を取っていることと、ライセンスの問題で地域ごとにサービスがバラバラのため全国一律のサービスを提供できないことを挙げた。また、今後のデジタル化についてもいくつもの規格が林立していることが障害だと指摘した。

## ケナードが周波数帯のオークションを提案

無線はケーブルモデムやDSLのような有線ブロードバンドサービスとも競争できると語るFCCのウィリアム・ケナード議長からは、周波数帯不足を解消する方法としておもしろいアイデアが提示された。これは、たとえば使われていないテレビ番組や稼動していない無線サービスの周波数帯を返却してもらって、それをオークションにかけるというものだ。

また、パソコンがなくてもインターネットにアクセスできる無線機器が浸透すれば、貧富の差によるデジタルデバイド（デジタル情報を使えるかどうかによる知識格差）を緩和する有効な手段となるとの見方を示した。

## 将来は1人で数種類の無線機器を使い分ける

このほかにも蒼々たる業界著名人が講演したが、全体を通して具体的な話は少なくコンセプト的な話が多かった。それだけ無線を使ったデータ通信はまだこれからだということだろう。ただ、共通の認識として無線機器の標準化については「オープンであること」を重視する人が多かったことや、「無線の世界では端末とソフトは一体化し、1人で複数の端末を目的ごとに使い分けるスタイルになる」という意見は興味深かった。

一方、展示会場はフットボール場8つ分という広さながら、すでにインターネット対応携帯電話のユーザーが600万人を超える日本から見ると全体に「遅れている」感が否めなかった。それはジェント氏も指摘した米国の複雑な携帯電話市場を反映したものなのかもしれない（詳細は388ページを参照）。

そのほかの講演者たち。❶サン・マイクロシステムズのエド・ザンダーCEO。❷コンパック・コンピュータのマイク・カペラスCEO。❸フォン・ドット・コムのアラン・ロスマンCEO。❹AT&Tワイヤレスのジョン・ゼグリスCEOはAT&Tのプレジデントでもある。❺USウェストのソロモン・トルージョCEO。

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。

企業のドットコム化を支援するプログラム

# サン・マイクロシステムズが「iForceイニシアチブ」を発表

**3月8日、米国サンフランシスコのアージェントホテルにおいて、サン・マイクロシステムズはあらゆる企業が自社のビジネスを短時間でインターネットへシフトできるようにするプログラムを発表した。サンはこれを「スタートアップ企業のドットコム化支援プログラム」と位置づける。ハードウェアとソフトウェアベンダーの枠を超え、総合的なサービス提供企業へと躍進するサンの現在に迫る。**

本誌編集長　倉園佳三

## ゴールドラッシュ時代のサン

「金を掘るよりも、掘る人たちが使うシャベルやジーンズを提供するほうが儲かる」。インターネットのビジネスをゴールドラッシュにたとえた有名な話だ。この意味でハードやソフトベンダーから、ISPやASPなどのサービスプロバイダー、投資家にいたるまで、ネットビジネスの根幹を支える企業の多くが、いまビッグチャンスを握っている。そんな中、サンのアドバンテージも日増しに大きくなっているのである。

すでに、時代はアウトソーシングの極地ともいえるデータセンターの全盛期に入ろうとしている。1日の遅れが命取りとなるネットビジネスの世界では、自らシステム構築や保守管理をしているようでは遅すぎる。企業は核となる事業コンセプト「コアコンピタンス」を熟成することに専念し、それを具現化するための手段はすべてデータセンターなどにアウトソーシングする。そして、シェアナンバーワンのデータセンターと言われる「エクソダス」に置かれるサーバーやストレージの70パーセントを占めているのがサンの製品なのだ。

## ドットコム化を急ぐ新進企業

現在、多くの企業が「いかに早くインターネット上でビジネスを展開するか」という課題に頭を悩ましている。大企業にとっては既存のシステムをインターネット対応に作り直すことが問題であり、新進の企業にも資金面も含めて、ハード、ソフト、ネットワークなどを一から設計するという大仕事が待っている。しかも、これらの企業が提供しようとするものの多くは「サービス」であり、どのようなデータベースやプログラムがあれば自分たちの考えるビジネスを提供できるのかなど、問題は複雑だ。そうして悩んでいる間にも、すでにドットコム化を果たした企業はどんどん自分たちを引き離しているのである。

## 高速道路を飛ばすための燃料

このような背景を考えれば、今回のサンの発表がいかに大きな意義を持つかが明確になる。「iForce」イニシアチブはドットコム化を急ぐ企業に対して、製品、サービス、ソリューション、専門知識、資本家とのパイプ、システムの実験環境など、包括的な支援を提供するプログラムである。実際にプログラムの開発や顧客への提案を行うのは、サンとそのパートナー集団「iForceコミュニティー」である。このコミュニティーが持つさまざまな経験をスタートアップ企業に提供することで、ドットコム化を加速できるとしている。また、コミュニティーにはベンチャーキャピタルも名を連ねており、投資家とのパイプ作りまでここで行われる。加えてサンは、iForceコミュニティーに参加したパートナーに向けて3億ドルを投資することも発表した。

「われわれはドットコム習熟曲線の先頭に立つ唯一の企業である。この道はあまりに険しいために、スタートアップ企業がインターネットのスピードで駆け抜けるのは難しいだろう」スコット・マクネリーCEOは語る。「iForceイニシアチブはサンがデジタル市場における企業の真のニーズに答えられるように、彼らがもっと早く走れるための燃料を供給しようとすることの現れである。高速道路を飛ばすようにビジネスを行うために、パートナー

AT&T、エクソダス、Digex、Verio各社はSun Startup Acceleratorのパートナーとして参加を表明し、3月8日の発表ではパネルディスカッションを行った。



インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

とのコミュニティーなど、リアルワールドのプログラムも加える」

## 実証実験の場も提供

iForceイニシアチブにはさまざまなプログラムが含まれるが、中でも注目したいのが「Sun Startup Accelerator」と「iForce Ready Center」である。

サンは昨年の11月に、企業がネットビジネスにおいて短期間で収益をあげられるよう製品やサービスのソリューションを提供する「Sun Startup Essentials」を発表した。Startup AcceleratorはStartup Essentialsのホスティング版ともいえるもので、ドットコム化をさらに加速させる強化プログラムとなっている。提供されるシステムは、サンのソフトウェアと「エンタープライズサーバー」「StorEdgeアレイ」などのハードウェア、オラクルやiPlanetのソフトウェアで構成される。この環境がデータセンターやネットワークサービスなどを提供するサービスプロバイダーによってホスティングされる。すでに、AT&TやエクソダスなどAT&Tやエクソダスなど、12か国から24のサービスプロバイダーがStartup Acceleratorへの参加を表明している。

さらにサンは、スタートアップ企業が高価なシステムを導入する前に、自分たちの考えるコンセプトどおりにそれが稼働するかを実験する設備も提供する。3月9日にはメンローパークにオープンした「iForce Ready Center」が公開された。同センター内には、ドットコム化の推奨プロセス「iForce road map」の具体図が貼られ、これを実現するために必要なISPのバーチャル環境や、ERP、DSS、SCM、eコマースなどのアプリケーションがインストールされたサーバー群がずらりと並ぶ。さらに、ウェブフォンや携帯端末などをクライアント環境に想定したサービスの実験環境もそろっている。これらの設備はすべて無料で提供される。iForce Ready Centerはこの4月に東京とパリにも開設されるほか、すでに20以上のパートナーが世界に40のセンターを開設する予定とのことだ。

## サン自らは金を掘らない

今回のiForceイニシアチブの発表をとおして、サンはハードウェア、ソフトウェアベンダーにとどまらず、ドットコム時代のサービスを提供する企業であることをアピールした。冒頭のゴールドラッシュの例で言えば、道具

メンローパークのサンキャンパス内に開設されたiForce Ready Center。各種のアプリケーションがインストールされたエンタープライズ450サーバーが並ぶ。

だけでなく、「どうすれば早く金を見つけられるか」などのノウハウからスポンサー探しまでを総合的に提供しようというのだ。では、サン自身は金を掘らないのか。マクネリー氏はこう答える。「サンはiForceイニシアチブに参加するスタートアップ企業を支援するだけで、決して競合することはない」

eコマースソリューションを提供する企業自らがeコマースを手がけることは珍しくない。しかし、サンは金を掘る人たちを支援するビジネスのうまみを知り尽くしているからこそ、決して自分では金を掘りに行かないと宣言できる。このあたりに、サン・マイクロシステムズの自信と凄みを感じる発表であった。

Nジャンプ www.iforce.com

INTERVIEW

ベリサインがNSIを買収

# NSIに見るレジストラーの将来

**3月7日に米ベリサインがネットワークソリューションズ(NSI)を買収した。この買収劇は今後のインターネットでのビジネスに大きな意味をもたらす。**　編集部

210億ドルにもおよぶこの契約は、ベリサインが1NSI株に対して2.15株を発行することで行われる。また、AOL、Yahoo!に続く巨大インターネット関連企業が登場するという。

デジタル署名を発行するベリサインとドメイン名の登録業務を行うNSIとが合併することで、信頼性を持つ世界で唯一のドメイン名登録業務企業（レジストラー）が誕生する。つまり、ドメイン名というインターネット上の「ブランド」として意味を持つ会社の登記的作業に加え、デジタル署名という公証人役場的な作業がワンストップでサービスを受けられるのである。今後、ECの拡大によってこのサービスの利用価値は大きくなるだろう。

ドメイン名の登録業務については、昨年までNSIが独占的立場にあったが、協議の末に現在は30社まで拡大されている。NSIとしては、これらレジストラーとの差別化を図るうえでもベリサインとの合併の意味は大きい。

来日中であったNSIパートナーマネージャーのカズミ・バスキン氏は、この件に関しては詳しいことは言えないとしていたが、今後のNSIの展開について次のように語ってくれた。

「NSIは1000万ものドメイン名管理の実績を生かし、現在、2バイト文字のドメイン名の開発も視野に入れ、ICANNやJPNICといった関連組織と協力し合っていきます。また、現在NSIが唯一行っているドメイン名のレジストリー（登記簿管理的な）業務を分社化する予定もあります」

*photo : Kikuchi Eiji*
「現在はドメイン名登録代行業へのBtoBビジネスに注力している」とバスキン氏。


©1994-2007 Impress R&D

INTERVIEW

ブームの波に乗るASPの雄

# 日本上陸を狙うコリオの強みとは

企業の基幹業務用アプリケーションにおいて、迅速で低コストなアウトソーシングを請け負うことでASPとしての急成長を遂げた米国コリオ社。その副社長、カーク・クラッペ氏らは来日に際し、同社の強みとこれからの戦略をこう語ってくれた。 編集部

日本という市場をどう見るか？

コリオでも日本を重視していて、今後は日本にも進出するべきだと考えている。そこでの提携は1社に限らず広く行いたい。正直なところ日本法人は今年中にも設立したいくらいだ。その場合、ビジネス展開としてもっとも簡単なのは、これまで米国で培った手法をそのまま投入することだが、そうスムーズにはいかないだろう。

日本での成功の秘訣は？

ASPにはコストとスピードの両方が求められているが、コリオが他社ともっとも違うのは統合力だ。今後はアウトソーシングにおいても、標準化された、パッケージ的な商品を素早く、大量に提供するタイプのサービスが大きな市場を形成するだろう。この「工場のような」SIビジネスが確立すれば、それは日本でこそもっとも成功するはずだ。今後は似たような問題を抱える多くの中小企業が、どこでITを調達するかが大きな課題となる。これらの企業にはITは成長のために必須なのだ。コリオの特徴は日本でも十分に生かしていけると考えている。

他のASPに対してのアドバンテージは？

お決まりの型がある簡単なERPなどは、コリオが得意とするところだ。具体的な数値で言うと、顧客が自社でERPを構築するよりも最大で70パーセント、平均して52パーセントのコストを削減している。期間の点ではもっと顕著で、半年から1年かかっていたものが、最短で10日、普通はエクソダス社へ導入したときのように90日もあればERP導入が完了する。時流として顧客の側がそれだけの速さを求めているのだが、合わせてコリオの営業サイクルも速くなり、結果として市場も売り上げも大きく拡大している。

これからも、成長が見込める企業にはスピーディーさを積極的にアピールしたい。そうすればお互いに成長が見込めるから。コリオ自身も成長を望んでいるのだ。

コリオ社副社長のカーク・クラッペ氏（右）とマーケティング・ディレクターのミッチ・クリストファーソン氏（左）。

INTERVIEW

単なるショッピングサイトとはひと味違う！

# 「買う楽しみ」を提案するソニースタイル

ソニー製品のECサイト「ソニースタイル」が2月にオープンした。期待と同時に既存小売店への影響も懸念されるなど、さまざまな反響を呼んでいる。そこでソニースタイルドットコム・ジャパン株式会社でネットワークマーケティンググループを統括する石井隆雅氏、小菅薫氏に話を聞いた。 編集部

ソニースタイルを設立した目的は何か？どのように独自性を出していくのか？

石井：インターネットのショッピングにありがちな、単に物を探し、買うという作業だけが店舗の機能なのか、それが物を買うこと本来の楽しみと同視されてよいのかと思ったのが出発点。従来のネット店舗のようにアイテム数や価格でアピールするのでなく、「楽しめる買い物」を提案したい。

そのコンセプトを商品の方向性としてどう反映させるのか?

小菅：基本的にはハードとネット、サービスの組み合わせをひとつの商品として展開する。パソコンやAV機器の、色や搭載パーツを選べるCTOサービスにしても、顧客が望むものに応えられるような対応を目指す。今後も、インフォキャリーを使ってのコンテンツサービスのように、インターネット接続や音楽ソフトなどのコンテンツを付加するところからはじめて、今までにない新しい使い方をひとつづつ提案することを考えたい。

既存の小売店舗との競合が指摘されているが、ソニースタイルのアドバンテージは?

石井：近く、ソニースタイルにアクセスできる端末を店頭に設置し、来店した人々が使えるようにする。ひとたび商品を買ったら終わりというのではなく、購入した商品をライフスタイルにどう組み込んでさらに楽しむかということも、店舗と顧客と我々とで模索していく。実在の店舗の活気にはネットの店舗にはない魅力もある。既存の店舗の利益を食ってしまうのではなく、お互いを補い合って、店頭で顧客が買いたいと思わせるような商品を作っていきたい。

ネットワークマーケティング1グループ兼Webグループ統括の石井隆雅氏（左）と、ネットワークマーケティング3グループ兼プロダクツマーケティング1グループ統括の小菅薫氏（右）。



インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

今月の注目ニュース
# WAVE UP!

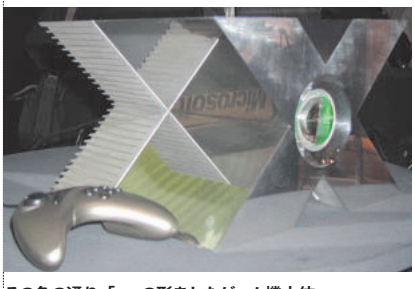
WAVE UP!は、今月発表されたさまざまなニュースの中から注目のトピックを紹介します。

## コンビニが窓口となる日本型オンラインショップの発表があいつぐ

ウェブで注文した商品の受け取りや代金の支払いの窓口としてコンビニに注目が集まっているが、ここにきて実際に活用できそうなECサイトの発表があいついでいる。

デジタルガレージとローソン、東洋情報システムは共同で、ECプラットフォーム「econtext」を構築した。econtextはウェブ上で申し込んだ商品の代金をローソンの各店舗で支払えるというもの。この収納代行サービスによってクレジットカード番号をインターネット上に流すのに抵抗のあるユーザーを取り込む。第一号の店舗は2月24日よりデジタルガレージが運営するCD・DVD・ビデオ販売のウェブネイションとなる。今後は商品の受け渡しもローソンでできるようにしていく予定。同じくコンビニ決済を採用したのは、パソコン・オンラインショップのTWOTOP INTERNET。3月1日から全国のセブン-イレブン約8000店舗で商品の代金が支払える。逆に決済にクレジットカードを使い、商品の受け渡しをコンビニで展開するのがJR東日本（店舗はJR系の「JC」と「ミニコンビニ」）。4月8日よりインターネットモール「えきねっと」を開始する。今後は店舗での決済の導入も検討している。

## マイクロソフトが次世代ゲーム機「X-BOX」を発表



その名の通り「x」の形をしたゲーム機本体。
Jump www.microsoft.com/japan/

マイクロソフトは3月10日、家庭用ゲーム機「X-Box」(仮称）を発表した。発売は来年秋にも予定している。600MHzのx86互換CPUを搭載する同製品は、家庭用ゲーム機としては初めて8GBのHDDを搭載し、100Mbpsイーサネットも備えている。これによって、インターネットを通じた映像の取り込みや対戦ゲームが可能となる。価格は未定だがプレステ2とほぼ同額になる見込み。

## インターネットで国内最大級のキャラクターショーが開催

日本を代表するキャラクタービジネス企業、計63社のコンテンツを集めた国内最大級の見本市「iCS2000」（インターネットキャラクターショウ2000）がインターネット上で開催される。これはフジテレビの後援により有限会社アルケミストが企画したもの。インターネットを使うことで国内はもとより海外にも日本のキャラクターを広める狙いだという（海外版も制作中）。

開催期間は2000年4月1日～30日まで。
Jump www.ics2000.com

## インターネットの博覧会「インパク」参加者募集

内閣総理大臣官房新千年紀記念行事推進室では、インターネットのさらなる普及のため、インターネット上の博覧会「インターネット博覧会」（通称:インパク、愛称:楽網楽市）を開催する。開催期間は2000年の12月31日から2001年の12月31日までとなっているが、それに先立ち全国の民間企業、公益法人、NPO、都道府県に参加を呼びかけている。テーマは特定の団体や活動の紹介や宣伝ではなくインターネットの特性を活かした国内外の人々が楽しめるものであることが要求される。申込先など募集内容の詳細は下記のホームページで参照できる。なお、第一次募集の締め切りは2000年4月末日だ。

Jump www.inpaku.go.jp

## @niftyのホームページグランプリ受賞作品が決定

@niftyが開催した「@niftyホームページグランプリ」の結果が決定した。昨年度の約2倍にあたる計3478件の応募作品のなかから、インターネットマガジンをはじめ、国内の代表的なインターネット雑誌の編集長ら6人が選考し、グランプリを獲得した阪口弥仁氏の「大阪子供図鑑」のほか6名の作品を選出した。授賞作品は、下記のホームページで見ることができる。

Jump homepage.nifty.com/contest/


©1994-2007 Impress R&D

## オープンループなど6社がモバイルベンチャークラブを設立

インターネット対応型携帯電話などの技術に関係の深いベンチャー企業6社が3月7日、任意団体「モバイルベンチャークラブ」（MVC）を設立し、会員企業を広く募った。当面は株式会社オープンループ内に事務局を設置し、同社代表取締役社長の浅田一憲氏が座長を務める。

個々の企業としては不十分な情報収集力や技術力を広範囲にカバーするべく、メーリングリストを通じての交流を行いながら会員企業同士で情報を共有するのが狙い。

その一方で、共同開発プロジェクトなどによって新技術やコンテンツを積極的に作り出し、端末メーカーや電話事業者に対してアピールしていく。またコンテンツプロバイダーや消費者側にも積極的に提案を行っていくことを表明している。

Jump www.mobile-v.com

## So-netとHISが合弁でインターネット旅行販売会社を設立

プロバイダーのSo-netと旅行会社のHISは合弁会社「スカイゲート株式会社」を設立し、8月からインターネットで航空券などの販売サービスを開始する。

当初扱う商品は航空券、ツアー、ホテル、レンタカー、旅行保険など。ウェブ上からリアルタイムに予約の照会や予約、発注ができる。同社では、HIS以外の会社の商品も扱っていく方針で、対象もSo-net会員に限らずオープンに販売していくが、So-net会員への特別優先サービスなども検討する予定だ。

支払い方法はクレジットカードのほか、So-net独自のSmash決済、コンビニ決済、デビットカードが利用できる。また、宅配会社の代引サービスにも対応する予定だ。コンビニ決済の提携先はまだ未定だが、全コンビニで使えるように努めるとのことだ。また、将来はICカードを使ったチケットレスサービス「デジタルチケットサービス」への対応も検討されている。

## 日米の音楽情報満載！「ロンチ・ジャパン」がサービス開始

米国で300万人以上の会員を集める人気の音楽情報サイト「Launch.com」が、ソフトバンクパブリッシングやヤフー、TBSらの出資を得て、日本でも「ロンチ・ジャパン株式会社」を設立し、4月1日からサービスを開始する。海外版のアーティスト情報やインタビューの和訳を掲載するほか、日本独自の記事も提供する。また、洋、邦問わずプロモーションビデオをストリーミングで配信する予定だ。タワーレコードとの提携でCDの販売もするが、楽曲のダウンロード販売は予定していない。

米LaunchMedia社CEOのデビッド・ゴールドバーグ氏

Jump www.launch.co.jp

## 予約が1000人集まるとCDがリリースされる！

インプレスが運営する総合音楽情報サイト「MUSIC Watch」では、予約が1000人分集まるとインディーズ系アーティストCDを制作するプログラム「1,000人でGO!!」を開始した。その第1弾としては「佐々木まゆみ」を予定している。

Jump www.watch.impress.co.jp/music/

## オートバイテルジャパンが月間人気車ランキングを発表

オートバイテル・ジャパンとISIZE CARLIFEは共同で現行新車販売車種別の人気ランキングを発表した。データは両サイトのデータベース「新車パーフェクトガイド」においてユーザーが検索、閲覧をした回数をもとに算出されている。結果はリアルワールドでの人気と微妙に違っている点がおもしろい。なお、ランキングは今後も定期的に更新される。

Jump www.autobytel-japan.com
Jump www.isize.com/carlife/

| 今月 | 前月 | メーカー | 車種 |
|---|---|---|---|
| 1位 | 3位 | スバル | レガシィツーリングワゴン4WD |
| 2位 | 2位 | トヨタ | ヴィッツ |
| 3位 | 76位 | トヨタ | エスティマ |
| 4位 | 1位 | ホンダ | オデッセイ |
| 5位 | 4位 | スバル | レガシィB4 |
| 6位 | 21位 | スバル | フォレスター |
| 7位 | 7位 | VW | VWゴルフ |
| 8位 | 5位 | スバル | インプレッサ |
| 9位 | 6位 | トヨタ | アルテッツァ |
| 10位 | 9位 | トヨタ | ファンカーゴ |
| 11位 | 11位 | 日産 | スカイライン |
| 12位 | | トヨタ | エスティマL |
| 13位 | 17位 | トヨタ | ハリアー |
| 14位 | 19位 | マツダ | MPV |
| 15位 | 14位 | BMW | 3シリーズセダン |
| 16位 | 20位 | ホンダ | アコードワゴン |
| 17位 | 13位 | トヨタ | アリスト |
| 18位 | 8位 | トヨタ | MR-S |
| 19位 | 15位 | ホンダ | S2000 |
| 20位 | 12位 | トヨタ | クラウン |


インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

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。

## 11Mbpsの無線LANシステムが続々と登場

低価格の11Mbps無線LAN（IEEE 802.11b）の製品が登場し始めている。コレガは無線LAN PCカードWireless LAN PCC-11とアクセスポイントWireless LAN AP-11で構成される「corega Wireless LAN」シリーズを発表。PCカードは3月21日に、アクセスポイントは3月下旬より発売。コンテックは無線LAN PCカードFX-DS110-PCCとアクセスポイントFX-DS110-APEで構成される「FLEXLAN-DS110」シリーズを5月下旬に発売を予定している。

株式会社コレガ　標準価格：21,900円（Wireless LAN PCC-11）49,900円（Wireless LAN AP-11）
Jump www.corega.co.jp
株式会社コンテック　標準価格：未定
Jump www.contec.co.jp

「corega Wireless LAN」シリーズ（左）、「FLEXLAN-DS110」シリーズ（右）

## インターネット機能を内蔵したカーナビ

九州松下電器は、4月1日から業界で初めて64Kbps通信に対応したポータブルカーナビシステム「KX-GT30」シリーズを発売する。DDIポケットのH"のほか、デジタル方式の携帯電話を接続することによって、インターネットにアクセスできる（別途プロバイダーとの契約が必要）。

さらに、H"などの対応電話から電話をかけてきた人の位置を、カーナビの地図上に表示できる「ル・モテ サーチ」機能も搭載（1回30円）。ただし、このサービスを利用するためには、電話を受ける側が松下製のH"端末「KX-PH33S/933S」でなければならない。

九州松下電器産業株式会社
標準価格：105,000円～
Jump www.kme.panasonic.co.jp

## CSK・セガグループ、ネット対応製品を発表

ネットワークサービス会社であるイサオは、ドリームキャスト用ブラウザーの次期バージョン「ドリームパスポート3」を4月中にリリースする。さらに、セガ・エンタープライゼスはスウォッチと提携し、スウォッチが提唱するインターネット時間“.beat”を採用することを明らかにした。また、非接触型記憶チップを搭載した腕時計「Swatch Access」とドリームキャストを連動させた周辺機器を開発していくことも発表。Swatch Accessをドリームキャストにかざすだけで、簡単なデータ（パスワードなど）がやりとりできる「スウォッチアクセスアダプタ」を公開した。

ドリームパスポート3の画面（左）、ドリームキャストの「スウォッチアクセスアダプタ」と「Swatch Access」のプロトタイプ（右）

株式会社ISAO
Jump www.isao.co.jp
株式会社セガ・エンタープライゼス
Jump www.sega.co.jp

## Palmブランドが日本に上陸！

米国パーム社は、日本法人「パームコンピューティング株式会社」を設立し、日本におけるパームブランドの商品展開を発表した。4月中旬にはカラー液晶ディスプレイ搭載のPalm IIIcおよびモノクロ液晶搭載のPalm Vxの日本語版を全国約300のパソコン量販店などを通じて販売する。両機種ともOSはPalm OS 3.5。発売直後の約2か月間は多彩なアプリケーションが入ったCD-ROM「Simply Pack」を特別に同梱する。

パームコンピューティング株式会社
標準価格：49,800円（Palm IIIc）41,800円（Palm Vx）
Jump www.palm-japan.com

## サンが「Solaris 8」を発表

サン・マイクロシステムズは同社が開発するオペレーティングシステム（OS）の最新版「Solaris 8」を発表した。同社では、データセンターのような信頼性や可用性が要求されるシステムに適用できるOSとしてSolaris 8を位置付けている。また、8つのCPUシステムまでのユーザーライセンスを無償にし、インターネット上でソースコードを公開するなどオープンな環境でSolaris 8を提供していくという。出荷は3月下旬を予定している。

サン・マイクロシステムズ株式会社
Jump www.sun.co.jp


©1994-2007 Impress R&D

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。

欧州各国が憤るアメリカの盗聴活動
## インターネットの通信を傍受する「エシュロン」に批判集中

レポート：田中 宇（Sakai Tanaka）
Jump 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。

Illust : Harada Kaori

### 自国の企業を有利に導く アメリカのスパイシステム

ヨーロッパ大陸、特にフランスの人々にとって、インターネットが普及することによって懸念されるマイナス面は、次ページで紹介する貧富の格差ばかりではない。フランスを代表する新聞ル・モンド紙Jump は、2月23日付けでアメリカがイギリスなど「アングロサクソン系の国々」と結託し、世界規模で盗聴行為を展開しているとする記事を掲載した。

また、同日ブリュッセルで開催中の欧州議会に、同じテーマの報告書が提出された。米当局が盗聴によって得た情報を自国の企業に流したのが原因で、これまでに少なくとも2回、欧州企業が米企業に不当に打ち負かされたとする内容だ。これは同議会が1年半前にイギリスのジャーナリスト、ダンカン・キャンベル（Duncan Campbell）氏に調査を依頼したものだった。

問題になったのは「エシュロン」（Echelon）と呼ばれる通信傍受システムだ。アメリカの国家安全保障局（NSA）を中心に、イギリス、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドが協力し、衛星通信回線やインターネットを通る情報を傍受している。

エシュロン参加各国は、北朝鮮やイラク、イスラム原理主義、中南米の麻薬組織など、テロリストや犯罪組織の交信を傍受して、取り締まりに役立てることが目的だと説明しているが、フランスではエシュロンは産業スパイ用途にも使われていると考えられている。

### 仕組みは単純な 全文検索システムか

その根拠となっているダンカン報告書には、2つの事例が紹介されている。1つは1994年、ヨーロッパ諸国が共同で設立した飛行機メーカーであるエアバス社が、サウジアラビアの航空会社に旅客機を売り込んだ時、米当局がエシュロンを使ってエアバスとサウジ航空当局者との電話を盗聴し、得られた情報を元に米政府が、エアバスがサウジ政府に賄賂を贈ろうとしていると指摘した結果、エアバスは受注競争から外され、代わりにアメリカのボーイング社が落札したというものだ。

もう1つは同じく1994年、フランスの防衛機器メーカーのトムソンCSF社が、アマゾンの熱帯雨林を監視保護するためのレーダーシステムをブラジルから受注しそうになったとき、米当局がエシュロンで関連情報をつかんだ結果、アメリカのレイセオン社が受注を横取りしたというものだ。

エシュロンの存在は、昨年アメリカでも問題になった。米当局は、以前はエシュロンの存在そのものを否定していたが、最近になってようやくその存在を認めた。しかし、その内容はまだ秘密に包まれている。

研究者たちの推測によれば、エシュロンはインターネット上にある全文検索システムと似た原理を使ったものだという。あらかじめ、たとえば「テロリスト」とか「爆弾」とかいう文字列を登録しておくと、世界中の電子メール、音声、ファックスなどの通信情報を傍受しているシステムが、その文字列が含まれている会話やメールを選択して出力する仕組みではないかと考えられている。

欧州、特にフランスがエシュロンに反発するのは、自国の傍受システムが大きく立ち遅


インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

れているからでもある。フランスは国内のほか、南米や南太平洋の海外領土に施設を置き、世界中の通信を傍受しているが、処理能力はアメリカの1000分の1以下でしかない。

### ユーモアあふれる エシュロン反対運動

欧州議会に提出された報告書は、具体的な社名は入っているものの、いずれも記述は数行ずつで具体性を欠いているため、英米の専門家の多くはその信憑性を疑っていた。

だが、その一方で意外な人物がエシュロンについてその存在を認めた。報告書で指摘された米企業の横取りがあった1994年当時、CIAの長官をしていたジェームズ・ウールジーだった。彼は「米政府が諜報活動で得た情報を使ったことがあったが、それはヨーロッパ企業の不正行為を止めるためだ」という趣旨の発言をして、盗聴の事実を間接的に認めたのだった。

昨年の10月21日、アメリカを中心に、エシュロンに反対する市民によるキャンペーンが展開された。この日1日、電子メールや電話の会話の中で、世界中の人々が「テロリスト」とか「爆弾」といった言葉を連発し、エシュロンの言語処理システムをパンクさせようというプロジェクトだった。

このイベントが与えた影響について、米当局者は沈黙したままだが、想像を絶するアメリカの盗聴システムに対し、無力感を乗り越えて反対運動を展開するには、こうしたユーモアあふれる活動が不可欠なのかもしれない。

Jump01 www.lemonde.fr
Jump02 www.echelon.wiretapped.net

大企業のトップたちが懸念する新たなネットの弊害

## インターネットが世界の貧富の格差を広げるか？

### 根底にひそむ経済の 電子化をめぐる対立

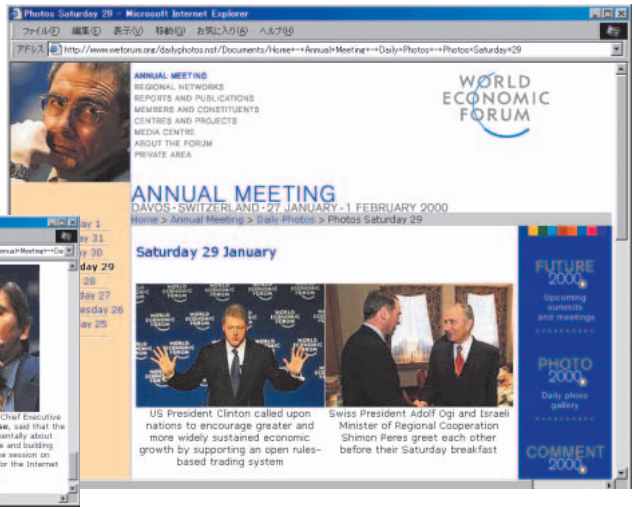
インターネットは世界的に貧富の格差を広げ、社会を不安定にする恐れがある……。1月末にスイスのスキーリゾート地ダボスで開かれた国際会議「ダボス会議」（正式名：世界経済フォーラム）Jump に集まった世界の大企業のトップたちの約半分が、そんな懸念を持っていることが明らかになった。

ダボス会議とは、別名「サミット・オブ・サミット」とも呼ばれ、世界中の首脳のほか、著名な財界人や学者が参加することでも知られている。

そのダボス会議に出席した1020人の企業経営者を対象に、国際的な会計監査会社であるプライスウォーターハウス・クーパーズが行った調査によると、回答者の約半数が「貧富の格差が広がる」と予測した半面、38パーセントは「その恐れはない」と答えており、全員が悲観的な予測をしているわけではない。

だが、今回の会議では、経済のデジタル化とグローバリゼーションがテーマの中心で、アメリカのクリントン大統領やイギリスのブレア首相など、経済の電子化に積極的な米英の指導者も出席し、電子化の前提となる市場の自由化に消極的なヨーロッパ大陸諸国をけしかける演説を行っている。

そんな中でこの調査は、会議の「経済の電子化が人類を救う」といった楽観論に冷水を浴びせ、電子化に懐疑的なフランスなどヨーロッパ大陸勢の持論を補強する形となった。




ダボス会議にはクリントン米大統領も出席したほか、マイクロソフトのビル・ゲイツ会長とAOLのスティーブ・ケイス会長による討論も行われた。

### OS技術の発展が 問題を解消するか

今回の調査が特徴的なのは、第2次大戦後、先進国の財界人の間で支配的だった「科学技術の発展こそが、人々の暮らしを豊かにする」という考え方が、インターネットに対してはあてはまらないという意味を持っているからだ。

情報の価格破壊をもたらしたインターネットは、貧富の格差を狭めるとも言われてきた。だが、実際にはコンピュータを使いこなせる人は、発展途上国を含めた全世界で見ると裕福層だけであり、貧しい人々はコンピュータを使えないままであるため、情報量のギャップが貧富の差を広げてしまうというのが最近の悲観的なシナリオだ。

とはいえ、この問題は現在のオペレーティングシステム（OS）が、まだ十分に使いやすいものではないということを示しているだけとも言える。使いやすくて安い（または無料の）OSが普及すれば、貧しい人々でもコンピュータリテラシーを向上させることができるわけで、無料で得られるPC-UNIXのデスクトップ（GUI）が今よりずっと使いやすくなれば、問題は解決できるとも言える。

Jump www.weforum.org

NewsWAVEはP.396に続きます

インターネットマガジン／株式会社インプレスR&D
©1994-2007 Impress R&D

# ［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。

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

Copyright © 1994-2007 Impress R&D, an Impress Group company. All rights reserved.