

【特集】

最新!

ホスティング選びからビジネスツール活用まで

アウトソーシング SOHO 構築術

Start up your



著作権者からPDF版掲載の
許諾を得ていない画像は
掲載していません

確実にSOHOのビジネススタイルは変わった。かつては、すべてを自前で完結しなければならず確実に技術的ハードルを越えなければならなかった。しかし、状況は一変した。すべてをアウトソーシングすることで、インターネットのビジネスは「手間のかかるもの」から「誰でもできるもの」へと変化したのだ。そして、これは既存のビジネスを変えるものへと進化する。

井上尚司+編集部

.COM office!

Photo: Nakamura Tohru
Illustr: Harada Kaori

者がすべて行ってくれる。もちろん、こういったサービスは以前よりなくなはなかったが、SOHOユーザーが毎月手軽に固定費を支払うほど安価ではなかった。

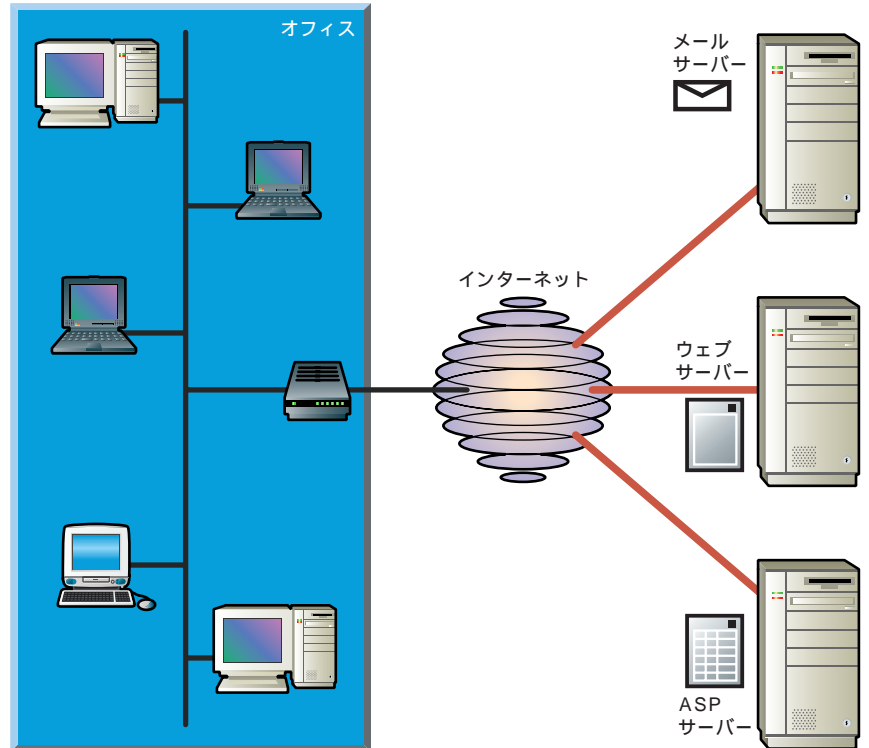
ASPでビジネスの効率を図る

SOHOという環境でビジネスを行うためには、少人数であってもビジネスにかかわるすべてをこなさなければならない。だから「アウトソーシング」なのだ。

業務のアウトソーシング化はSOHOだからこそすぐにでもできる。ホスティングサービスがよい例で、インターネット上にオフィスを構えるためのすべての運用は業者にまかせて、ビジネスの根幹だけに専念すればいい。もちろんある程度のコストはかかるが、新たな人件費をかけるよりもずいぶん安くつくはずだ。

いま話題となっているASP（Application Service Provider）はインターネットを使ったアウトソーシングサービスだ。これからのSOHOはASPをうまく組み合わせて効率よくビジネスを展開することが必須となる。そこで、この特集ではインターネットでビジネスを始めるための、新しいSOHOスタイルの構築方法を解説しよう。

サーバーはすべてアウトソーシングする



サーバー類はすべてインターネット上におかれたサービスを利用する。これによってマシンの管理から開放されるとともに最新のシステムを利用しつづけられる。

3

ホスティングサービスを選ぼう

インターネットのビジネスで不可欠なのがホスティングサービスだ。メールからウェブといった基本的なサービスをどういった視点で選べばいいかを解説する。



▶ 200ページ

4

アウトソースでビジネスを拡大しよう

現状では、インターネットですべてをアウトソーシングできないが、SOHOだからこそ活用できるアウトソーシングサービスについて展望も含めて解説する。



▶ 204ページ

Com office!

ドットコムへの第一歩は、まずはインターネットに接続する回線を選ぶことから始まる。ダイヤルアップと常時接続ではどちらを選ぶべきか。通信料金はいくらでスピードはどのくらい必要か。こうした点を十分に検討して、コストパフォーマンスの高い回線を選ぼう。 井上尚司

接続回線を決めよう

まずはつなぐことから始める

接続回線の種類を選ぶ

ダイヤルアップと常時接続

メールのやり取りやホームページの更新など、インターネットをどのように使うかにかかわらずインターネットへのアクセスが必須である以上、何らかの形でインターネット接続サービスを利用し、アクセスラインを確保しなくてはならない。インターネットへのアクセスラインにも各種あるが、それらを大きく分けると、ダイヤルアップ型と常時接続型の2つになる。

ダイヤルアップ型はおなじみの接続方法で、モデムと電話線があればすぐにも接続はできる。ただし、ここではビジネスでの利用という観点から、オフィスのすべてのパソコンをインターネットに接続することを最低条件として考えることにする。こうした場合には、やはり回線はISDNを使うのがもっとも効率的になる。一方、常時接続型のサービスとしては、料金も手頃でほぼ全国で利用できるNTTのOCNエコノミーが代表的な存在となる。

機能的には、ダイヤルアップ型と常時接続型にはあまり大きな違いはない。特に、メールやウェブはホスティングサービスを利用するのであれば、アクセスラインはどちらでも同様に使える。したがって、アクセスラインを選ぶためには料金や速度、さらには利便性で判断することになる。

選ぶ基準は料金だけではない

ダイヤルアップ接続の場合には、ISDNの利用料とプロバイダーの利用料の両方を支払うことになる。安く押さえるためには、固定料金のプロバイダーを選んだり、タイムプラスなどの割引サービスを利用することも重要だ。一方、OCNエコノミーはどれだけ使っても月額32,000円の固定料金だ。

しかし、料金的にはほとんどの場合でダイヤルアップ接続のほうが安くなる。すべての料金を合計しても、月額32,000円を超えるのは、毎日7~8時間接続するようかなりヘビーな使い方の場合だけだ(下図参照)。速度的には、ISDNは64KbpsでOCNエコノミーは128Kbpsという違いはあるが、ISDNでも2回線を同時に使えば128Kbpsになる。プロバイダーの料金コースや通信料は高くなるが、それでもまだ料金は32,000円を超えないケースも多いだろう。

ただし、常時接続には時間を気にせず使えるという心理的なメリットがある。料金を気にするあまり、インターネットの利用が消極的になってしまえば、導入する意味が薄れてしまいかねない。以下のページでは、各アクセスラインについて説明するが、こうした料金以外のメリットについても検討することをお忘れなく。

ダイヤルアップで月額32,000円になるのは?

64kbps (ODN・ベーシックプラン)

217時間 15分

【内訳】

プロバイダー代	1,950円
ISDN基本料	3,630円
INSタイムプラス	350円
ISDN通信料	26,070円

合計金額 32,000円

128kbps (@nifty・無制限コース)

95時間 55分

【内訳】

プロバイダー代	5,000円
ISDN基本料	3,630円
INSタイムプラス	350円
ISDN通信料	23,020円

合計金額 32,000円

ダイヤルアップ接続でも十分に使える

ダイヤルアップルーターを使う

インターネット接続への第一歩として使いやすいのは、ダイヤルアップ接続だ。最初はそれほど利用することはないのが普通なので、費用も少なくすむ。また、用意する設備も面倒なものはないので手軽である。ダイヤルアップ接続を利用するには、電話回線とコンピュータ間とを結ぶ接続装置が1つ必要になる。電話回線は、ISDN回線を1回線ダイヤルアップ接続専用を用意すべきだ。そうすれば、必要なときにインターネットに接続できるし、通信量によっては128Kbpsの利用も可能となる。

接続装置としては、TAの選択も考えられるが、複数台を接続するためにはダイヤルアップルーターを使うのがもっとも効率的だ。将来的にOCNエコノミーなどの常時接続への移行を考えたときにも、ダイヤルアップルーターはそのまま簡単に利用できる。

複数アカウントは必要ない

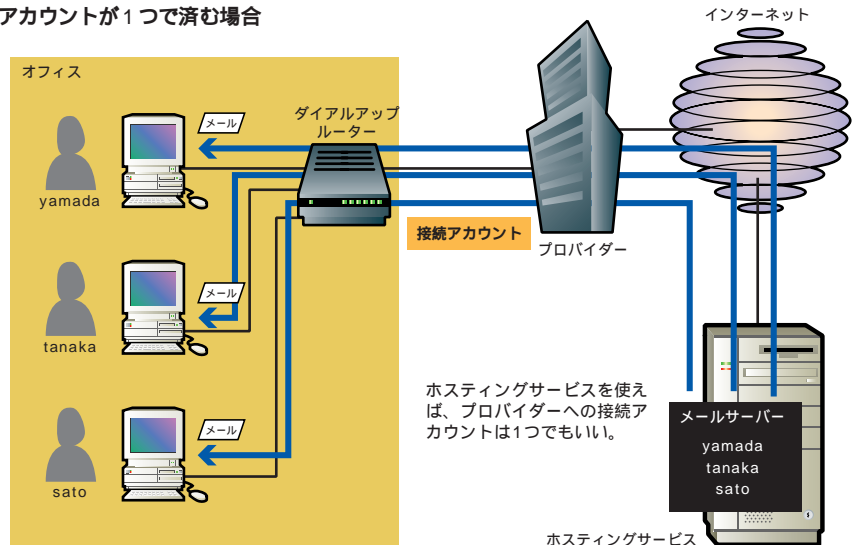
機材が用意できたら、次はプロバイダーの選択だ。まず注意しなければならないのは、個人と法人の契約の違いだ。大きく異なるのは料金の支払い方法で、多くのプロバイダーでは、個人契約はクレジットカード払い、法人契約は請求書払いとなる。請求書払いのほうが会社としての会計処理は楽になるが、クレジットカードでも明細があれば処理は可能だ。

個人契約と法人契約では、利用できるアカウント数も異なる。個人契約ではアカウントは1つしか持てないのが普通だが、法人契約ではアカウントは必要に応じて複数個持てる場合が多い。ただし、今回のようにダイヤルアップルーターを使って接続する場合には、接続アカウントは1つあれば十分だ。メールもホスティングサービスを使うのであれば、プロバイダーに複数のアカウントを持つ必要はない。複数アカウントが必要となるのは、自宅やモバイルなど複数地点からアクセスする場合のみとなる。

ホスティングとの併用がおすすめ

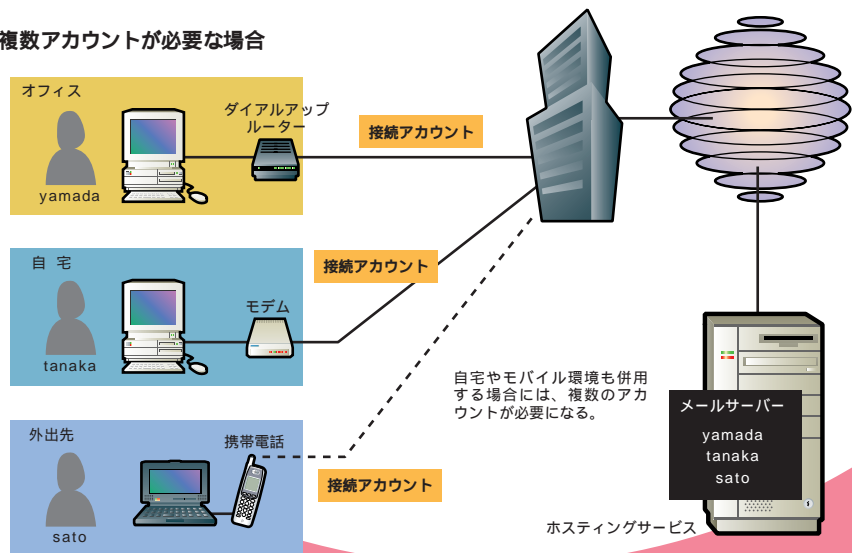
インターネットへの第一歩としては、インターネット接続プロバイダーはアカウント1つの個人向けサービスを利用し、メールなどは専用のホスティングサービスを利用するというのがおすすめだ。各プロバイダーの料金については、本誌巻末の料金表を参考にしていきたいが、プロバイダーは月額2,000円程度の固定料

アカウントが1つで済む場合



ホスティングサービスを使えば、プロバイダーへの接続アカウントは1つでもいい。

複数アカウントが必要な場合



自宅やモバイル環境も併用する場合には、複数のアカウントが必要になる。

金のところを選べばいい。こうした料金体系のプロバイダーは深夜には混雑が見られるものの、昼間であればほとんど問題はない。

まずは、こうした形での接続から始めて、利用していくうえで料金や速度に不満が出たら、OCNエコノミーへの移行をしていく、というのがアクセス回線選びのセオリーだ。

IP接続サービスに要注目

NTTの「IP接続サービス」は、月額4,500円でISDNの64Kbpsが使い放題になる注目の新サービスだ。これにプロバイダー料金として

月額2,000円程度が必要になるが、合計でも6,500円程度で64Kbpsが使い放題になる。現在ダイヤルアップ環境のオフィスにとっては、かなりのコストダウンにつながるサービスだ。

ただし、このサービスは現在のところは試験サービスという状態で、利用できるのも東京と大阪に限られている。今後は全国の主要都市で開始される予定なので、ぜひとも注目しておきたい。

www.ntt-east.co.jp/teigaku/ (東日本)

www.ntt-west.co.jp/ipnet/ip/ (西日本)

OCNエコノミーで常時接続を手に入れる

128Kbps、月額32,000円

インターネットを利用する頻度が高まって、料金やスピードに不満が出てきたら、ダイヤルアップ接続からOCNエコノミーへの切り換え時期だ。OCNエコノミーはNTTが提供するインターネットサービスの1つで、常時接続タイプの中では安いサービスとなっている。料金は月額32,000円固定で、速度は最大128Kbps、新規導入時には施設設置負担金の72,000円は必要なく、契約料800円と工事費のみでよい。OCNエコノミーはメタル線を利用するので、既設の配線があれば工事費も安く済ませられる。また、OCNエコノミーのインターフェイスはISDNと同様なので、ほとんどのISDN用のダイヤルアップルーターがそのまま利用できる。

OCNエコノミーの128Kbpsという速度は、あくまでもアクセスラインの速度であって、インターネットが128Kbpsで利用できるというわけではない。いわゆるベストエフォート型のサービスなので、速度はバックボーンやインターネットの混雑度に左右される。とにかく、どんなにすいていても最高で128Kbpsと考えておけたい。

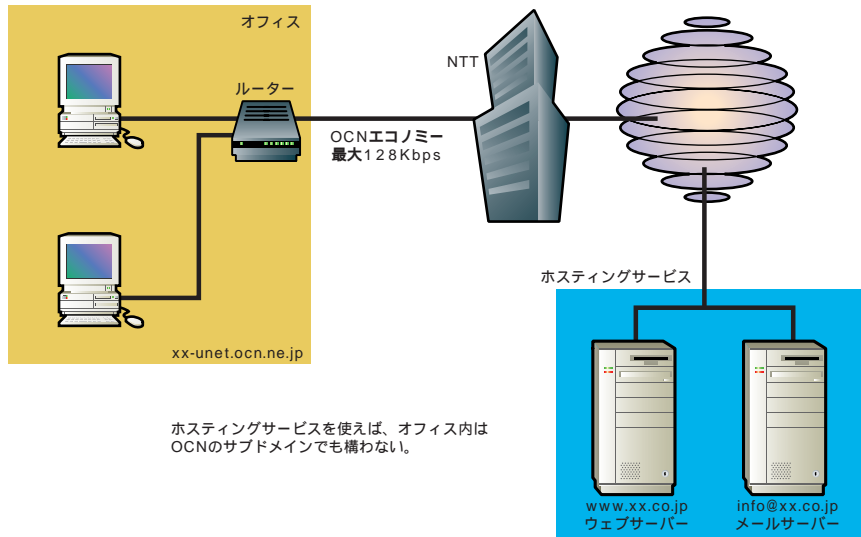
ホスティングとの併用が効果的

OCNエコノミーの利用法には、独自ドメインを利用する方法と、OCNのサブドメインを利用する方法がある。独自ドメインを利用する場合、自分の側でDNSサーバーを用意するか、あるいはOCNのホスティングサービスを利用しなければならない。ホームページやメールをOCNにホスティングするのならいいが、そうでなく他のサービス会社にホスティングする場合は、OCNのサブドメインを利用する方法で申し込みを行う。

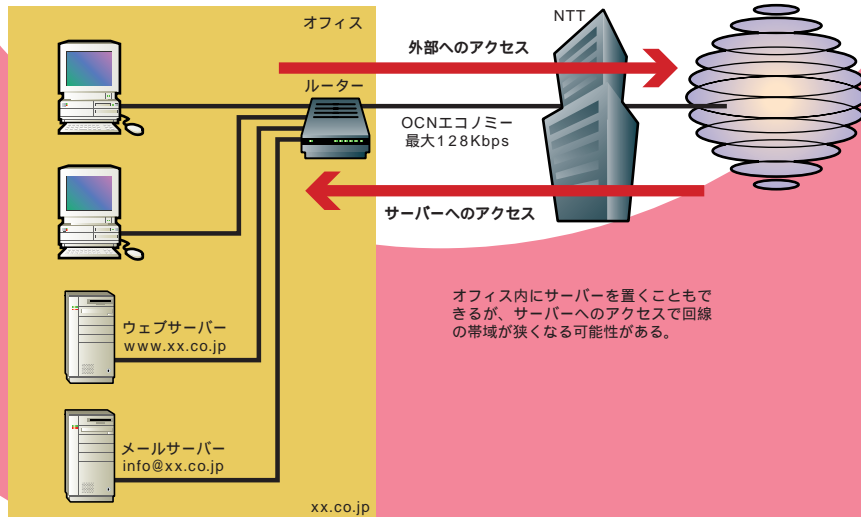
一番のおすすめは、OCNはサブドメインを利用する方法にとどめ、独自ドメインによるホームページやメールは、他のホスティングサービス会社に任せることだ。こうすれば、設定、運用、管理の手間が省け、そのための人材を確保する必要がなくなるからだ。なお、OCNエコノミーは申し込みから開通までに約1か月はかかるので、実際に申し込む際にはゆとりを持って申し込むことが必要だ。

OCNエコノミーと同様のサービスは、NTT以外の通信事業者からも提供されている。日本テレコム(ODN)、DDIのDION、KDDのNEWEBなどが代表例で、いずれも月額

OCNエコノミー+ホスティングサービス



自社内でサーバーを立てる場合



30,900円とOCNよりも安くなっている。ただし、OCNエコノミーはほぼ全国で利用できるが、こうした他社のサービスは利用可能なエリアがかなり限られている。サービス内容はOCNとほとんど同じなので、各社のページで確認し

て運良くエリア内であれば、こうしたサービスを検討するのもいいだろう。

DION www.dion.ne.jp

NEWEB www.neweb.ne.jp

ODN www.odn.ne.jp

OCNアクセスラインを使った常時接続

名称	初期費用	月額料金	サービスエリア
OCNエコノミー	3,800円～	32,000円	ほぼ全国
DIONスタンダード	3,000円	30,900円	49地域
NEWEBアクセス3	3,000円	30,900円	86地域
ODNエコノミー	別途相談	30,900円	17地域

この他にも、OCNアクセスラインを利用した常時接続が地域によっては存在する。詳細については430ページの料金表を参照のこと。

さらに高速の接続環境

次の選択肢は1.5M

数人程度のオフィスであれば、OCNエコノミーの128kbpsで遅いと感じることはほとんどないといっていじらう。しかし、社内にサーバーを置く場合や、数十人規模のオフィスでは128kbpsでは不十分で、さらに高速な専用線による接続を検討することになる。

専用線接続の場合には、NTTに支払う専用線の料金と、プロバイダーの接続料金が別々に必要となる。ここで問題になるのが専用線の料金体系だ。15km以内の距離の場合、128kbpsの専用線は月額90,000円だが、192kbpsになると19万1,000円と一気に倍額以上となる。これは、128kbpsまでの専用線は通常の電話線と同じメタルケーブルが用いられるが、192kbps以降は光ファイバーケーブルが用いられるのが主な理由となっている。

また、NTTの専用線には監視や修理といった保守サービスを簡素化した「デジタルアクセス」というメニューがあるが、デジタルアクセスでは64kbps、128kbps、1.5Mbpsの3種類の速度のみが提供されている。しかも、1.5Mbpsの料金は通常の専用線の192kbpsよ

りも安く設定されている。このため、128kbpsの次の選択肢は事実上1.5Mのみと考えていい。専用線サービスは、NTT以外にもTTNetのような電力系の通信会社も提供しているが、料金体系はやはり同じような傾向となっている。

このため、多くのプロバイダーでも1.5Mbpsの接続サービスを主力メニューとして用意している。接続料金は月額10万円～15万円程度で、専用線の料金と合わせて月額30万円前後のところで各社が価格競争を行っている。

現状では、OCNエコノミーと1.5Mbpsの接続サービスの間の中間的なサービスが存在しない。そのため、月額32,000円の次のサービスは、いきなり月額30万円となってしまふ。もちろん、1.5MbpsはOCNエコノミーに比べてはるかに高速だが、費用面では導入できる企業は限られてしまうだろう。

この中間を埋めるサービスとして期待されているのが、CATVやADSLといった新しい常時接続サービスだ。どちらのサービスも利用可能エリアが狭いという問題点があるが、オフィスをこれから構える際には、こうしたサービスが利用できるかどうかを検討事項に加えておこう。

NTT専用線の月額料金

	デジタルアクセス	通常の専用線
64K	28,000円	77,000円
128K	38,000円	90,000円
192K	-	191,000円
256K	-	200,000円
512K	-	232,000円
1M	-	298,000円
1.5M	152,000円	337,000円

通常の192Kの専用線よりも、デジタルアクセスの1.5Mのほうが安い。このため、多くのプロバイダーではデジタルアクセスを使った1.5Mのサービスを主力商品としている。

1.5Mの常時接続サービス（接続回線料を含む料金）

プロバイダー名	料金コース	月額料金
AT&T WorldNet MIS	バリュープラン	337,000円
C&W IDC	1.5Mスタンダード	277,000円
IJ	T1スタンダード	298,000円
OCN	スタンダード	350,000円
TTCN	エコノミークラス	248,000円
UUNET Japan	プレミアムスマート	292,500円

DSUのレンタル料を含む

CATVとADSLがこれからの狙い目だ

低価格な常時接続として人気の高いCATVインターネットだが、現在のところは個人向けのサービスが主流となっているため、オフィスで利用するにはさまざまな制約がある。まず、法人での加入が可能かどうか、複数台の接続はできるか、オフィスビルやマンションの配線の問題で、CATVインターネットが利用できないケースも多い。しかし、いくつかのCATVではすでに法人向けのメニューを用意しており、価格とスピードの面からはかなりおすすめのサービスとなっている。オフィスがCATVのエリア内であるならば、まずは相談してみるのが得策だ。

一方、ADSLの場合には、電話線を使うのでCATVのような制約はない。しかし、現状では試験サービスのため、利用可能なエリアが極端に限られている。こちらも価格的にはとても魅力的な常時接続だけに、一刻も早い正式サービスの開始とエリアの拡大に期待したい。

法人向けCATVインターネットサービスの例

サービス名（料金コース）	月額料金	速度	IPアドレス	提供地域
ALLNET（高速LAN）	30,000円	上り300K、下り1.5M	固定グローバル8	関東地区6局
ROSENET（スタンダード）	32,000円	上り128K、下り256K	固定プライベート8	東京都港区
MEDIACAT（ビジネスサービス）	28,000円	上り150K、下り300K	固定プライベート8	愛知県名古屋
ZAQインターネット（スーパー）	28,000円	上り128K、下り256K	固定グローバル16	関西地区23局

ADSL サービスを提供しているプロバイダー

サービス名	月額料金	速度	IPアドレス	提供地域
東京めたりっく通信	6,300円	上り250K、下り640K	DHCPプライベート	東京
	8,800円	上り270K、下り1.6M	DHCPプライベート	
NEWEB	6,300円	上り224K、下り512K	DHCPプライベート1	東京
WAKWAK	6,980円	上り224K、下り512K	固定グローバル1	東京
OCN	7,100円	上り224K、下り512K	固定グローバル1	東京、大阪
ODN	7,100円	上り224K、下り512K	固定グローバル1	東京、大阪
NewCOARA	7,100円	上り224K、下り512K	固定グローバル1	大分

com office!

インターネット上で会社の存在をアピールするのに重要となるのがドメイン名だ。
ドメイン名が認知されれば、インターネットをきっかけとしたビジネスチャンスが生まれる。

取材協力 グローバルコムズ株式会社
坪 俊宏

これからビジネスに必要な「名前」 とにかくドメイン名を取らな

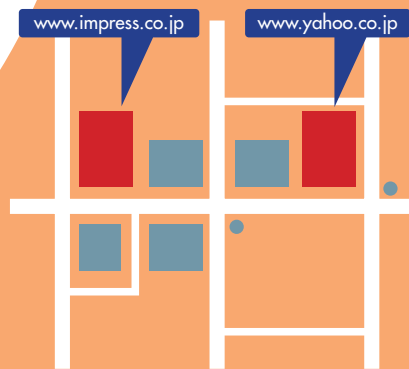
ドメイン名には一体どんな意味があるのか

識別子からブランドへ

電話の世界で電話番号があるように、インターネットでは通信の識別子にIPアドレスを使っている。そしてDNSの開発によってドメイン名を識別子として使うようになった。つまり、ドメイン名には「識別子」以上の大きな意味合いは持ち合わせていなかった。ところが、既存のビジネスがインターネット上で展開されると、既存の社名や商標などがドメイン名として使われるようになり、ドメイン名のブランド化

が叫ばれるようになった。最近では、ドットコム企業と言われるようにドメイン名自体がブランドとして大きな意味を持ち始めている。したがって、スモールビジネスで自分のウェブサイトを作り、メールサーバーを立ち上げるためにだけドメイン名が必要になる場合と、現実世界でのビジネス以上にサイバースペース上で儲けたいといった場合のドメイン名の位置付けに相当な違いが出てきている。このためドメインの登録にはある程度知識が必要になる。

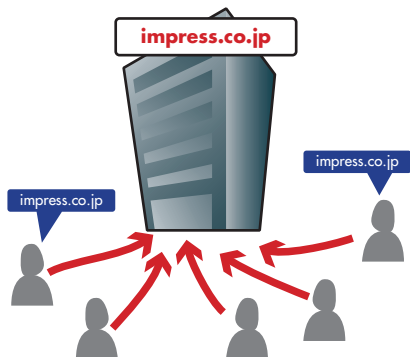
① ドメイン名はインターネット上の『場所』を示す



ドメイン名の本来の意味は先にも述べたとおり、インターネット上にあるコンピュータ同士が通信する際に、お互いの場所を把握するために使う住所のようなものだ。実際、普段われわれがウェブブラウザや電子メールの宛て先に入力するのはドメイン名である。また通信という観点から見ると、ドメイン名は特定の相手と通信するための『電話番号』的な意味合いも持っている。したがって、インターネット上でビジネスを展開するには、顧客が「覚えやすい」ドメイン名を登録することが必要不可欠となってきている。

② ドメイン名はもはや「ブランド」である。

誰もが覚えやすいドメイン名はそのままビジネスの拡大につながる。というのも、ウェブ上でビジネスをするならば、ウェブサイトまで顧客を呼び寄せなければならず、覚えやすいドメイン名だったら、顧客がウェブサイトまでたどり着きやすくなるからだ。たとえば「books.com」であれば本屋だろうとユーザーは予想するだろう（実際にはバーズ・アンド・ノーブルがこのドメイン名を使っている）。ドメイン名こそがビジネス成功の分かれ目とさえなりつつある現状では、ドメイン名に高額のマーケティングコストをかけている企業も多いのだ。



ドメイン名の種類にはどんなものがあるのか

gTLDとJPドメインがある

実際にドメイン名を登録するとしたらどんな種類があるのだろうか。ドメイン名は階層構造を持っているが、トップレベルドメイン（TLD）はすでに規定されているので、それ以上の階層のドメイン名を登録することになる。一般にgTLDという世界中で誰もが使用できるドメイン（とccTLDの一部）の場合は、セカンドレベルドメイン（SLD）を自由に登録できる。JPNICが管理する日本のJPドメインの場合は、SLD（.coなど）も規定されているので、実際に登録できるのはサードレベルドメイン以上となっている。

ビジネスならば.comか.co.jp

ビジネスとしてドメイン名を登録するならば、「.co.jp」か「.com」が一般的だろう。.co.jpは日本の企業が登録できるドメイン名なので、インターネットユーザーは「会社名+.co.jp」を思い浮かべやすく、ドメイン名として覚えてもらいやすい。.comも商業利用を目的としたドメイン名なので、ユーザーは「会社名+.com」あるいは「サービス名または製品名+.com」をドメイン名として連想しやすい。最近ではドットコム企業と言われるように、.com自身の価値が高くなってきている。また個人事業主の場合は.co.jpを登録できないので、.comを選択するしかないだろう。

これ以外のドメイン名をビジネスで使用するの、あまりおすすめではない。会社以外の組織団体ならば.orgや.gr.jpといったドメイン名の選択肢があるがレアケースだろう。ただし、インターネットのみでビッグビジネスを狙うならば話は別だ。.comでなくても膨大なマーケティングコストをかけることでドメイン名を認知させるという手段があるからだ。

ドメイン名の構造



トップレベルドメインの種類

一般TLD (gTLD)	世界中の誰もが登録できるTLD (ただし.gov、.mil、.intは使用できない)
.com	おもに商業利用目的のために使われるTLD。現在登録ドメイン名数は900万を超え、非常に登録しづらくなっている。3文字のSLDはすでにソールドアウト。
.net	おもにネットワークサービス向けのTLD。最近では.com人気の影響で.netも登録しづらくなってきている。
.org	おもに組織団体向けのTLD。
.edu	4年制大学が使用するTLD。
.gov、.mil	政府機関、軍事機関が使用するTLD。歴史的経緯から米国のみが使用している。
.int	国際機関が使用するTLD
国別TLD (ccTLD)	各国ごとに割り当てられたTLD。一般に各国のNICが管理し、国内だけの登録にとどめられていることが多いが、世界中の誰もが登録できるccTLDもある。
.jp	日本のJPNICが管理しているccTLD。セカンドレベルドメインはJPNICで規定されている。
.to、.nu、.sh、.tjなど	トンガやニウエ、セントヘレナ、タジキスタンなどでは国内にとどまらず誰もが登録できるようにccTLDを開放している。セカンドレベルドメインを自由に登録できる場合が多い。

.jpドメインの種類

.co.jp	一般企業向け	株式会社、有限会社、合名会社、合資会社、相互会社など
.or.jp	会社以外の団体向け	財団、社団、医療、監査、宗教、特殊などの法人
.ne.jp	ネットワークサービス向け	利用者に対して提供するネットワークサービス
.gr.jp	任意団体向け	個人または法人で構成される任意団体
.ac.jp	大学系教育機関向け	大学共同利用機関、大学、学校法人、職業訓練法人など
.ed.jp	小・中・高校向け	幼稚園、小学校、中学校、高等学校、専修学校など
.ad.jp	JPNIC会員向け	
.go.jp	政府機関向け	政府機関、各省庁所轄研究所など
地域ドメイン	都道府県、地方公共団体、病院、個人など	

ドメイン名は戦略的に取る

ケース 1 株式会社または有限会社など企業

会社名.com または 会社名.co.jp または サービス名.com

会社名.com + 会社名.co.jp

いずれか1種類、もしくは.comと.co.jpを登録するとい

ケース 2 個人事業主

事業者.com または サービス名.com

個人事業主は.co.jpを取れないので.comを登録する

ケース 3 ドメインの1ブランド化

1ドメイン (会社名.co.jpやサービス名.com)

ドメイン名を1つに絞ってそのドメイン名に膨大なマーケティングコストをかけることで認知してもらう。

ケース 4 ドメインの多ブランド化

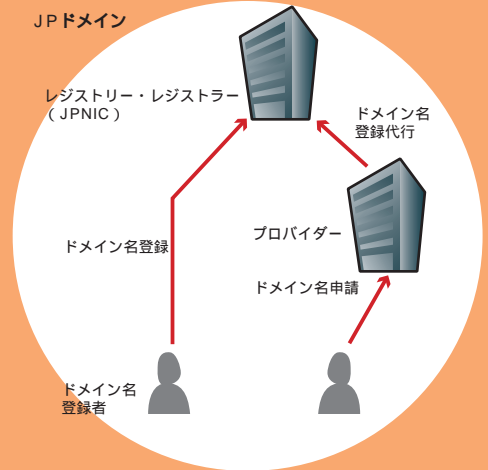
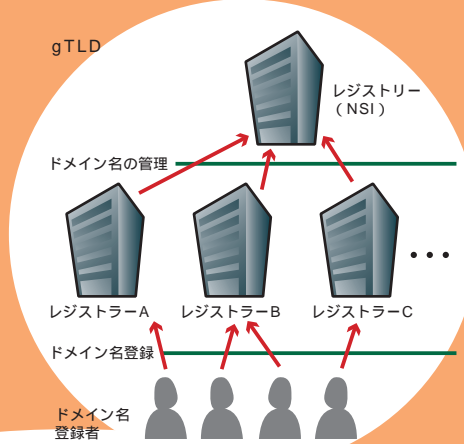
企業名.com + サービス名.com + サービス名.com +

たくさんのドメイン名を登録してさまざまなブランドを作る。どちらかというとドメイン名はある程度意味を持つもののほうがいい。

ドメイン名は一体どうやって登録するのか

ドメイン名の管理組織は異なる

ドメイン名を登録する前に、まずドメイン名を管理するレジストリーとレジストラという機関について知っておきたい。レジストリーは登録されたドメイン名が機能するように管理している機関で、gTLDの場合はNSIという会社が行っている。レジストラはドメイン名の登録を受け付ける機関で、gTLDの場合は世界で30社ほどある。ドメイン名の登録はレジストラで行う。JPドメインの場合は、レジストリーとレジストラの役目をJPNICが行っている。gTLDとJPドメインの登録方法は異なるが、その流れをまとめて解説しよう。



Step 1 ドメイン名を決める

登録するドメイン名を決めるにあたって、使用できる文字について考えておきたい。gTLD、JPドメインともにa~zのアルファベット（大文字、小文字は区別しない）と0~9の数字およびハイフン（-）が使える。ハイフンはドメイン名の最初と最後には使えないといった原則がある。また、gTLDは企業でも個人でも登録でき、一企業（個人）でいくつでも登録できる。これに対してJPドメインは、地域ドメインを除くと、企業や団体といった組織しか登録できず、1つのセカンドレベルドメインに対して1つのドメインしか登録できないといった原則がある。

Step 2 Whoisで検索する

ドメイン名がすでに他者に登録されていないかを、ドメイン名の登録情報が置かれているWhoisデータベースで確認する。gTLDとJPドメインのWhoisデータベースは異なるので、それぞれ別に検索しなければならない。gTLDの場合はすべてのドメイン名の情報をレジストリー（NSI）が管理しているのでNSIレジストリーのWhoisデータベースで確認する。JPドメインの場合は、JPNICが用意したWhoisデータベースを使って調べよう。

NSIレジストリー
www.nsiregistry.com
 JPNICのWhoisデータベース
www.nic.ad.jp/cgi-bin/whois_gw/

Step 3 登録申請する(gTLD編)

ドメイン名が決まったら次に登録申請だ。gTLDの場合は、一般にレジストラのウェブサイトから直接登録できるようになっていることが多い。この場合、登録者の情報を入力するだけで簡単に済み、即座にドメイン名が登録されるという利点がある（ただしDNSの設定などの問題があり、すぐには使えない）。料金の支払いもクレジットカードの場合がほとんどだ。登録にかかる料金については、各レジストラによって異なる。また、登録してすぐにDNSに登録する場合と、登録して保管しておく場合では料金が異なることがある。詳しくは下の表を参照して欲しい。

gTLDのドメイン名が登録できるレジストラ

	ネットワークソリューションズ (NSI) www.nsi.com	Worldnic-jp www.worldnic-jp.com	インターキュー (お名前.com) www.onamae.com	国際調達情報 www.psi-domains.com
ドメイン名登録料	70ドル	12,800円	7,200円 (2年間) 10,000円 (3年間) 16,500円 (5年間) 31,000円 (10年間)	7,900円 または 66.50ドル
ドメイン名登録 保管サービス	119ドル (Web Address with one-page) 135ドル (dot com essentials package)	19,800円	無料	無料
備考	昨年までレジストラとしての独占権を持っていた。ドメイン名保管サービスの「Web Address with one-page」には1ページのウェブサイトが付く。また、「dot com essentials package」には1ページのウェブサイトと電子メール1アカウントが付く。	NSIのインターナショナルプレミアムパートナーでレジストラではない。したがって、Worldnic-jpでの登録はレジストラとしてのNSIへの登録と同じになる。日本語のサービスなので英語によるNSIの登録に抵抗がある場合は、このサービスがおすすめ。ドメイン名の転送サービスなどもある。	ICONN認定レジストラ。国内ではもっとも最安値となるサービス。契約期間が長いほど料金が割安になる。日本語でサービスが提供されているので英語に抵抗がある場合はお勧め。ウェブやメールの転送サービスやホスティングサービスも行っている。	ICONN認定レジストラ。現在はドメイン名登録サービスのみを行っている。

いずれも2年間のドメイン名登録料。2年目以降も同額を支払う形になっている。

ドメイン名と商標の関係 紛争解決に向けて 坪 俊宏

サイバースクワッティングに対抗

ドメイン名は本来、商標とはまったく別ものであるが、今まで資産として投資してきた商標を持つ企業は、ブランディングの一環としてその商標をドメイン名でも使うことになる。このような、悪い輩が、それを先取りして使い、ユーザーの誤認混同に乗じて自分のサイトに客呼び込んだり、商標権者に高額で転売したりする場面が.comの世界で多く見られるようになってきた。このような問題を解決するために、昨年ICANNによってドメイン名の紛争処理方針というものが作られた。これは、ドメイン名の不正な登録・使用、いわゆるサイバースクワッティングを排除しようとするというものである。あくまでも悪い輩

を排除することを目的としているため、正当な権利を持っている者同士のどちらかがドメイン名を使うかについてはICANNの紛争処理手続ではなく裁判所で争うことになる。

紛争処理のためには日本のレジストラー不正な登録・使用を意図したものではなくても、自分のドメイン名の一部にたまたま著名商標が含まれていた場合、それを理由に異議を申し立てられることがあるかもしれない。

このとき日本のレジストラー経由でドメイン名登録することは、日本人にとって大きな意味がある。なぜかという、ドメイン名の紛争が起きた際に、日本語で紛争処理ができるかどうかに関係

してくるからだ。ICANNの紛争処理方針によれば、紛争処理手続で使用される言語は原則としてレジストラーの登録合意書で使われている言語となっている。日本のレジストラーが登録合意書を日本語で作っているとすれば、紛争が発生した場合、その処理手続をすべて日本語でできるということになるのである。

ただし、ICANN認定の紛争処理機関は現在、米国にある2つの機関とヨーロッパにあるWIPO(世界的所有権機関)のみである。現状ではこれら3つの紛争処理機関は日本語での対応はできていないと思われる。しかし、原則から考えると将来的には日本語で紛争処理が受けられる期待が持てるのだ。

Step 3 登録申請する(JPドメイン編)

JPドメインの登録申請の場合はJPNICへの直接申請とホスティング業者による代行申請とで異なるが、ここではJPNICに直接申請する場合を解説する。JPNICへのドメイン名登録申請は20,000円の料金がかかるが、まず指定口座にこの料金を振り込む。次にメールで登録申請書を送る。それが受理されたら必要な書類(co.jpドメインの場合は必要なし)を送付する。最終的に登録承認のメールが来るのでドメイン名の登録は一応は完了する。JPドメインの場合は各SLDで登録ルールが異なるので、JPNICのサイトで確認しておこう。

 www.nic.ad.jp/jp/regist/dom/

Step 4 DNSの登録をする

登録したドメイン名はそのままではインターネット上で有効にはならない。有効にするためにはDNSサーバーの設定が必要になる。DNSサーバーの設定とは次の2つを意味している。

- ① 登録したドメイン名を実際に稼働しているDNSサーバーに登録する
- ② 上記DNSサーバーの情報をレジストリーに登録する

この記事では登録したドメイン名はホスティング業者のDNSサーバーで管理することを前提としているので、①は登録したドメイン名をホスティング業者に伝えればいい。②はホスティング業者から①のDNSサーバーを2つ(プライマリと

セカンダリー)提示されるので、レジストラーにこの2つのサーバー情報を申請すればいい。gTLDの場合は通常はレジストラーのウェブサイトから登録できる。レジストラーはレジストリーに登録された情報を渡してくれる。

JPドメインの場合は登録したドメイン名をホスティング業者に伝えるだけで完了する。というのも、②の業務もホスティング業者側で行ってくれるからだ。

注意したいのは、JPドメインの場合は1年以内に登録したドメイン名をDNSサーバーで適用しなければならぬことだ。そうしないと、せっかく登録したドメイン名が廃止されてしまうからだ。

co.jpドメインの登録規定

組織の種類および登録資格
株式会社、有限会社、合名会社、合資会社、相互会社、特殊会社、その他の会社および信用金庫、信用組合、外国会社
その他の要件
外国会社の場合には、日本において外国会社の登記を行っていること
代表者
法人の代表者
添付書類
ドメイン名登録申請時は特に定めなし
ドメイン名登録申請
20,000円(登録時のみ必要、それ以降は不要)

実際はホスティング業者を使おう

ここまでドメイン名の役割から登録までを解説してきた。しかし、実際にドメイン名を登録するのは、ホスティングサービスとセットになっている場合が多い。ドメイン名の登録申請とホスティングサービスの選定をばらばらに行くと、面倒な作業も発生する。したがって、ドメイン名の登録はホスティング業者に一括してお願いしたほうが便利だろう。ここで述べた知識は無駄ではなくホスティング業者を途中で変える場合などに役立はずだ。

Comm office!

自社のドメイン名でメールやウェブを使うとなると、必ず必要になるのがサーバだ。しかし、サーバを自前で立ち上げるには専門知識が必要で、コストもかかる。そこで、おすすめしたいのがホスティングサービスだ。ホスティングサービスを使えば、安価に誰でもサーバが構築できる。

メールとウェブを活用する ビジネスで使うホスティングサービス

かしこいホスティングサービスの選び方

ホスティングサービスのメリット

自社のドメインを使うには、メールサーバやウェブサーバが必要になる。こうしたサーバを自社内で構築すると、サーバをネットワークに接続するためにOCNエコノミーのような常時接続回線が必要となる。また、サーバの購入費用や、サーバ管理者の的人件費といったコスト面での負担も大きい。

ホスティングサービスは、こうした面倒なサーバの運用を専門に行うアウトソーシング型のサービスだ。数人程度の小規模なオフィスであれば、月額数千円の料金コースでも十分に使いものになる。接続回線もダイヤルアップで構わないので、自前でサーバを構築する場合に比べて大幅にコストが削減できる。よほど特別な事情でもない限り、サーバについてはホスティングサービスの利用を検討するのが得策だ。

ホスティングサービスの特徴

ホスティングサービスには月額数千円から数万円までさまざまな料金コースがあるが、こうした料金の違いは主にディスク容量やメールアドレスの個数の違いとなる。半年や1年分を一括払いすると割引になる業者も多いが、最初は短期の契約にして、使い勝手が良ければ長期の契約にするのがいいだろう。その意味では、最低契約期間という拘束にも注意したい。

料金とともに気になるのが、サーバのスピードだ。スピードを決める重要な要素となるのがバックボーン回線の容量で、多くの業者でも広告やホームページなどでスピードを公開している。ただし、バックボーンは利用者全員で共有しているため、バックボーンが太くても実際のスピードは遅くなることもある。また、サーバの設置場所が海外のホスティングサービスの場合には、距離の問題でレスポンスが遅くなることもある。また、1台のサーバマシンは複数の利用者で共有しているため、マシンに対する利用者の比率でもパフォーマンスは大きく変化する。こうした比率の違いによって、料金を変化させている場合もある(右図)。

自分でサーバを立ち上げる場合

【初期費用】

サーバマシン購入費.....200,000円
OCNエコノミー導入費.....11,000円

【月額費用】

OCNエコノミー利用料.....32,000円

さらにサーバの運用にあたる管理者の的人件費なども必要となる。

ホスティングサービスを利用する場合

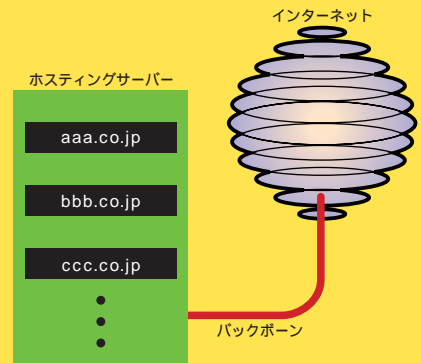
【初期費用】

加入費など.....10,000円

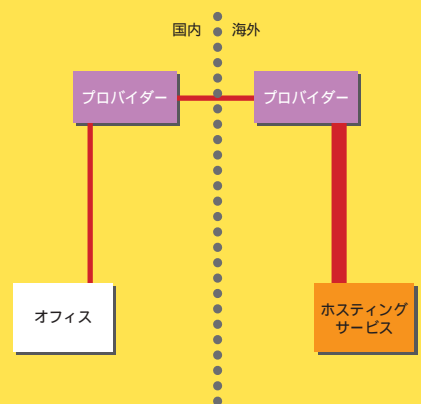
【月額費用】

サーバ利用料.....5,000円

ホスティングサービスなら、これだけでドメインの運用が可能。



ホスティングサービスはサーバとバックボーンを複数の利用者で共有する



海外に設置されているホスティングサービスは、バックボーンは太くても国際回線がネックになることもある。

メールホスティングのチェックポイント

メールアドレス数は人数分 +

サービスを検討する前に、まずは必要なメールアドレスの数がいくつかを考えて見よう。最低限、社員全員分のメールアドレスが必要なのは当然だが、それに加えて「info@ ~」や「webmaster@ ~」といった代表アドレスの分が必要となる。ホスティングサービスによってはメールアドレスの数には制限がなく、メールボックス全体のディスク容量のみが決まっている場合もある。1通のメールはだいたい10Kバイト程度なので、100通分1Mバイト程度が確保できれば問題ないだろう。

基本料金内で使えるメールアドレスで足りない場合には、追加料金が必要となる。ただし、1個や2個程度では追加料金を払ってもいいが、さらに追加したい場合には料金コースそのものを変更したほうが安くなる場合がほとんどだ。

メールをさらに便利に使う機能

ビジネスでメールを使う場合には、転送とメーリングリストは必須といってもいい機能だ。「info@ ~」のような会社を代表するアドレスを、担当者に転送するのが一般的な使い方だが、転送先を複数指定して担当者間の連絡用のアドレスにする使い方もある。こうした連絡用のアドレスとしては、転送よりもメーリングリストのほうが便利に使える。メーリングリストには「メンバー以外からの送信は受け付けない」といった設定ができるので、純粋に社内の人間だけが使えるアドレスを作ることもできる。

自動応答メールの機能は、一般顧客からの問い合わせが多い業務の場合には必要となる。「お問い合わせありがとうございます」といった定型文の返送や、料金一覧などを返送するのが便利な使い方となる。

CheckPoint

- ① メールアドレス数
社員全員分 + 対外用のアドレス数が最低限必要。
- ② メール追加料金
安い料金コースではメールの追加ができない場合もある。アドレス単位ではなく、ディスク容量で追加料金が必要な場合も。
- ③ メール転送機能
対外用のアドレスを何人に転送するかが基準になる。たいていは5つ程度あれば十分。
- ④ メーリングリスト
社内の連絡用にメールを使うならば必須。人数が少ない場合には転送機能で代用可。
- ⑤ 自動応答メール
迅速な顧客対応が必要な場合にはあると便利な機能。

ウェブホスティングのチェックポイント

ディスク容量は余裕を持って

ウェブホスティングの第一のチェック項目はディスク容量だ。ホームページにどのような情報を盛り込むかによって必要な容量は異なるが、会社概要のようなページしか必要ないのであれば、ディスク容量は数Mバイトもあれば十分だ。ただし、商品カタログのように画像を多用するページを作り始めると、容量はすぐに足りなくなってしまう。これからページを作る場合、いきなり大容量の料金コースを選ぶ必要性はあまりないが、ある程度の余裕を持ってコースは選んでおいたほうがいいだろう。また、ディスク容量の用途についてもチェックしておきたい。ディスク容量はメールボックスとの合計値の場合もあるためだ。

基本容量以上のディスクスペースが必要になった場合には追加料金を払うことになるが、ほとんどのホスティングサービスでは追加料金を払うよりも、ワンランク上の料金コースに変更したほうがいい。料金が高くなると、容量増だけではなく使える機能なども増える場合がほとんどだからだ。

CGIなどの追加機能

ほとんどのホスティングサービスでは、アクセスカウンターやメールフォームデコードといった代表的なCGIについては用意されていると考えていい。普通にページを作るだけなら、ほとんどの場合はこうした既成のCGIで間に合うはずだ。しかし、ユーザーアンケートのような顧客とのコミュニケーションを取りたい場合には、自作のCGIが使えたほうが便利だ。ホームページ制作会社に依頼する場合でも、CGIが自由に使えるサーバーであれば注文できることが多くなる。UNIXの知識があつてtelnet接続が可能であれば、CGIの作成やサーバーの管理などはさらに楽になるが、セキュリティの面では危険度が高くなる点には注意していただきたい。

ウェブ上で商品販売を予定しているなら、ショッピングカートやデータベース機能をチェックしておきたい。ただし、自分でこうしたサイトを構築するにはかなりの労力が必要となるので、本格的なサイトを目指すならば、ショッピングモールのような専門サイトのサービスも検討したほうがいいだろう。

CheckPoint

- ① ディスク容量
通常は10Mバイトもあれば十分だが、メールと共用の場合には余裕を持たせたい。
- ② ディスク容量追加料金
基本料金と比較して高くないかをチェック。コース変更のほうがいい場合もある。
- ③ 自作CGIの設置
ホスティング業者が用意したCGIだけでは足りない場合には必要となる。
- ④ telnet接続
サーバーの各種設定をより細かく行える。ただし、UNIXの知識が必要。
- ⑤ ショッピングカート・データベース機能
物販や商品検索など、より高度な機能をウェブで提供したい場合にはあると便利。データベースについては知識が必要。

メール機能はビジネスにこう使う

メールアドレスは全員に

メールをビジネスに活用するなら、メールアドレスを社員全員に用意しよう。メールは社外とのやりとりだけでなく、社内のコミュニケーションツールとしても威力を発揮する。連絡システムや意思決定といった重要な用途にこそメールを活用したい。そのためにも、メールを使えるのは一部の社員だけという状態ではなく、きちんと全員分のアドレスを用意して、社員個人のアドレスを持たせるようにするのが重要だ。

多くのホスティングサービスでは、メールアドレスの追加や変更はウェブ上で行えるようになっている。こうした管理ツールの使い方の練習も兼ねて、まずは全員のアドレスを作ることから始めよう。

メーリングリストを使いこなす

メールをビジネスツールとして使うなら、メーリングリストの活用が欠かせない。メーリングリストも、ホスティングサービスの管理用のウェブ上で簡単に設定ができる。まずは社員全員が参加するメーリングリストを作ってみよう。これだけで全社的なお知らせは、メーリングリストにメールを1通送るだけで済むようになる。こうした、一斉同報が簡単にできるのもメールを使う大きなメリットだ。さらにこのやり方を進めると、部署やプロジェクトといった単位でもメーリングリストが欲しくなるはずだ。ホスティングサービスを選ぶ際には、メーリングリストがいくつ持てるかも確認しておいたほうがいだろう。

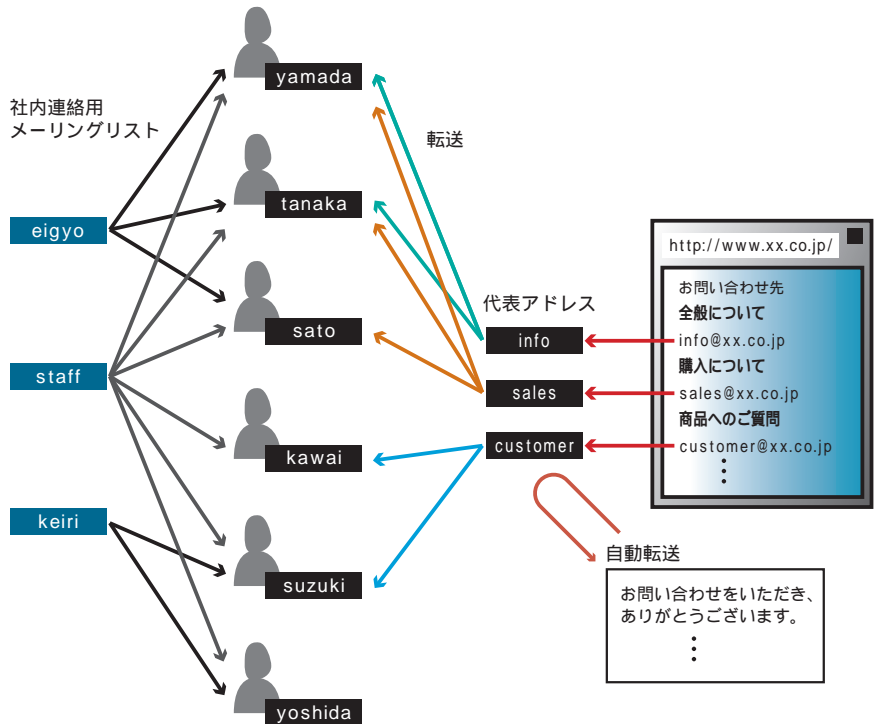
転送機能で代表アドレスを作る

次に、社外からの問い合わせ用のメールアドレスを作る。顧客対応は「customer@～」採用関係は「recruit@～」といった具合に、郵便物の宛先でいえば「係」に相当するものだ。

こうしたアドレスに届いたメールについては、担当者に転送するように設定する。わざわざそんなことをしなくても、担当者のアドレスに直接送ってもらえばいいではないかという考え方もある。しかし、こうした形にしておけば、担当者が変わっても大丈夫というメリットがある。誰に転送するかという設定を変えるだけなので、社外にお知らせしているメールアドレスはそのまま使えるからだ。

転送先は複数指定することもできる。こうし

メールアドレスの活用例



た代表アドレスは担当部署全員に転送するようにしておく、直接の担当者が不在の場合でも対処ができて便利だ。

問い合わせには自動応答

一般からの問い合わせを受け付けるメールアドレスは、自動応答メールを組み合わせるとさらに効果的だ。自動応答メールとは、メールを受け取ると自動的に「お問い合わせをいただきありがとうございます。折り返し担当者よりメールをお送りしますので、しばらくお待ちください」といった文面をすぐに相手に送り返す機能のことだ。特に、質問を受け付けるような返事を書くのに時間がかかりやすいアドレスで利用するのがおすすめだが、商品案内や申込書を送る場合や、長期の休暇の際などにも使える便利な機能だ。

ホームページにアドレスを明記

ホスティングサービスを使う以上、会社のホームページも作っておきたい。内容は会社によって異なるが、意外と忘れがちなのが問い合わせ先をきちんと明記するという点だ。住所と電話番号だけあって、メールアドレスが書かれて

いない企業ページもよく見受けられる。これではインターネットを使う意味がない。

ホームページの内容は会社によって異なるが、まず作るべきは業務内容の紹介と問い合わせ先だ。問い合わせのメールを受け付ける体制を作って、ホームページにもきちんと記載する。これだけでも、インターネットを導入する価値は十分にあるはずだ。

また、ウェブ上からメールが送れるように、フォームメールを用意しておくのも広く意見を募集したい場合には有効な手段だ。フォームメールは、必ず記入してほしい項目を指定できるので、質問やユーザーサポートの受け付けにも便利だ。フォームメールを使うはCGIが必要となるが、多くのホスティングサービスではあらかじめ用意されているので、それほど難しい作業ではない。

主なビジネス向けホスティングサービス一覧表

ホスティングサービス名称	URL	初期費用	基本料金	最低契約期間	ディスク容量	基本メールアカウント数	メールの転送先	リストアップ	自動応答	自作 CGI	カート機能	データベース	インポート	代行取得		設置場所	バックボーン
														jp	gTLD		
BEKKAOME SQUARE	www.bekkoame.ne.jp	17,000円	2,000円	1か月	50MB	20	無制限				x	x				国内	100M
WebARENA Suite	web.arena.ne.jp	5,000円	5,800円	3か月	25MB	無制限	3		x		x	x	x	x	x	国内	100M
DTI-Magic	magic.dti.ad.jp	35,000円	20,000円	3か月	20MB	-	-	-	-		x	x	x			国内	327M
AT&T Hosting service	www.jens.co.jp	100,000円	20,000円	3か月	20MB	-	-	-	-	10	x	x	x			国内	100M
ラビッドサイト	www.rapidstite.co.jp	10,000円	40,000円	1か月	500MB	無制限	無制限				x		13			米国	2.4G
		10,000円	25,000円	1か月	200MB	無制限	無制限				x		13			米国	135M
		10,000円	17,000円	1か月	125MB	31	40	x					x				
		10,000円	10,000円	1か月	75MB	21	30	x			x	x	x				
		10,000円	7,000円	1か月	50MB	11	20	x			x	x	x				
		10,000円	4,500円	1か月	20MB	6	10	x			x	x	x				
		6,000円	2,900円	1か月	10MB	11	20	x		x	x	x	x				
ネスク・インターネット	www.nsk.ad.jp	30,000円	20,000円	1年	100MB	100	無制限		x		x	x	x	x	x	国内	6MB
		10,000円	9,000円	1年	30MB	30	無制限		x		x	x	x	x	x		
		5,000円	4,500円	1年	20MB	10	無制限		x		x	x	x	x	x		
AIRインターネット	www.air.ne.jp	13,600円	5,600円	1年	無制限	5	1	3	x	11	x	x	x			国内	100M
アルファインターネット	alpha-net.ne.jp	なし	980円	1年	5MB	1	1	x	x		x	x	x		x	国内	255M
アイル	isle.ne.jp	9,000円	1,900円	1か月	15MB	6	1	-	x	x	x	x	x			国内	1G
		9,000円	4,900円	1か月	40MB	7	10	30			x	x					
		9,000円	7,900円	1か月	100MB	7	30	30									
ALLESNET	www.alles.or.jp	50,000円	20,000円	6か月	20MB	0	-	x	x		x	x	x	x	x	国内	119M
アストラムネット	www.astrum.ne.jp	10,000円	3,800円	2か月	50MB	5	無制限				x	x				国内	156M
HIT'S ONE	www.hits1.com	30,000円	10,000円	6か月	100MB	50	20				x	x	x			国内	100M
ヒップ	www.hip.ne.jp	18,000円	2,900円	3か月	15MB	2	無制限				x	x	x			米国	90MB
abaインターネット	www.aba.ne.jp	3,000円	12,000円	1年	5MB	1	無制限	x	x		x	x	x			国内	1.5M
		5,000円	15,000円	1年	5MB	1	無制限	x	x		x	x	x				
BizWeb	www.bizweb.ne.jp	10,000円	6,900円	1か月	50MB	5	3	x			x	x				非公開	45M
		10,000円	7,900円	1か月	50MB	5	3	x			x	x					
CPI	im.cpi.ad.jp	20,000円	5,500円	3か月	50MB	10	40	x			x	x	x			国内	110M
		20,000円	14,500円	3か月	100MB	40	40	x				x					
		20,000円	22,000円	3か月	150MB	60	50	x				x					
		20,000円	33,000円	3か月	200MB	100	60	x				x					
		150,000円	135,000円	1年	8.1GB	無制限	無制限						13				
		1,750,000円	235,000円	1年	18GB	8	無制限	無制限					13				
		5,000,000円	360,000円	1年	36GB	8	無制限	無制限					13				
コム・コム・くらぶ	comcomclub.com	5,715円	3,600円	3か月	75MB	5	無制限				x	x				米国	180M
		6,667円	4,500円	3か月	120MB	10	無制限				x	x					
		7,619円	5,000円	3か月	200MB	15	無制限				x	x					
パークネット	www.parknet.co.jp	20,000円	5,000円	1か月	50MB	20	1	x	x				x			国内	2M
		20,000円	10,000円	1か月	100MB	50	1	x	x				x				
C&W IDC	www.cwidc.com	50,000円	50,000円	1年	4.3GB	無制限	無制限				x	x	x	x	x	国内	100M
SPPD	vm.sppd.co.jp	1,500円	1,000円	3か月	10MB	1	10	x	x			x				国内	7.5M
		1,500円	1,800円	3か月	20MB	1	10	x	x			x					
		10,000円	3,400円	3か月	10MB	5	10	x	x			x					
		48,000円	48,000円	1年	10GB以上	無制限	無制限										
ASJ ホスティング	www.asj.ne.jp	10,000円	7,200円	6か月	100MB	100	10					x				国内	12M
		10,000円	4,500円	6か月	50MB	50	10					x					
		10,000円	2,500円	6か月	25MB	10	10	x		x	x	x				国内	45M
@nifty	www.nifty.com	20,000円	20,000円	6か月	30MB	-	-	-	-	x	x	x	x	x	x	非公開	非公開
		10,000円	8,000円	6か月	5MB	10	1	x		-	-	-	-	x			
GOL	www.gol.com	20,000円	8,000円	1年	50MB	1	-	-	x		x	x				国内	1.5M
		20,000円	25,000円	1年	50MB	1	-	-	x		x	x				10M	
		20,000円	50,000円	1年	100MB	1	-	-	x		x	x				10M	
ASAHIネット	www.asahi-net.or.jp	10,000円	2,800円	1か月	50MB	15	1	x	12	x	x	x				非公開	400M
		5,000円	2,200円	1か月	50MB	15	1	x	12	x	x	x					
データホテル	www.datahotel.ne.jp	45,000円	45,000円	1か月	1GB	無制限	無制限				x	x	x	13		国内	310M
		600,000円	400,000円	1か月	40GB	8	無制限	無制限					13				
DION	www.dion.ne.jp/hosting/	8,000円	5,800円	3か月	なし	10	3	x		x	x	x	x		x	国内	100M
		8,000円	3,500円	6か月	なし	1	3	x		x	x	x	x		x		
ハートコンピュータ	www.data.ne.jp	10,000円	2,500円	1か月	25MB	1	3	x	x		x	x				海外	51M
		10,000円	9,900円	1か月	80MB	1	100		x		x	x					
		190,000円	19,000円	1か月	4GBより	無制限	無制限										
KSI	www.ksi.ne.jp	10,000円	2,500円	1か月	40MB	20	無制限	x		x	x	x	x	x	x	国内	6M
		10,000円	4,500円	1か月	100MB	50	無制限				x	x	x	x	x		
		10,000円	9,500円	1か月	300MB	100	無制限				x	x	x	x	x		
		15,000円	20,000円	1か月	500MB	無制限	無制限				x	x	x	x	x		
		15,000円	35,000円	1か月	1000MB	無制限	無制限				x	x	x	x	x		
OCN	www.ocn.ne.jp	5,000円	7,000円	1か月	20MB	10	1			x	x	x	x	x	x	国内	500M
CYBORG	www.cyborg.ne.jp	30,000円	28,000円	1か月	30MB	10	10		x	x	x	x	x	x	x	国内	10M
So-net	www.so-net.ne.jp	10,000円	5,000円	3か月	-	10	-	-	x	x	-	-	-	-	x	国内	10M
		10,000円	10,000円	3か月	30MB	-	-	-	-	-	x	x	x	x	x		
PSINet	www.jp.psi.net	20,000円	40,000円	1年	20MB	20	1	x	x		x	x	x			国内	435M
		20,000円	20,000円	1年	20MB	20	1	x	x		x	x	x				
ネットラピュタ	www.netlaputa.ne.jp	5,000円	4,000円	6か月	-	20	2	x		-	-	-	-			国内	9M
		10,000円	7,000円	6か月	50MB	20	2	x		x	x	x					
		10,000円	15,000円	6か月	100MB	50	2	x		x	x	x					
interQ OFFICE	office.interq.or.jp	30,000円	15,000円	1年	20MB	1	1				x	x	x			国内	非公開
さくらインターネット	www.sakura.ad.jp	なし	50,000円	4	1年	100MB	無制限	x		x	x	x				国内	650M
グローバルコモンズ	www.global-commons.co.jp	9,800円	9,800円	6か月	25MB	-	-	-	-	-	x	x	x			海外	720M
		19,800円	19,800円	6か月	100MB	-	-	-	-	-							
		39,800円	39,800円	6か月	100MB	-	-	-	-	-						17	
AT-LINK	www.at-link.ad.jp	75,000円	29,000円	1か月	13GB	無制限	無制限									国内	100M

1 ドメイン申請料込み 2 jpドメインは月額4,500円 3 10メールアドレスの場合の料金。30メールアドレスで月額9,800円 4 20MBの場合の料金。50MB7,000円、100MB12,000円 5 契約時は50MB、増量は無料申告制にて25MBずつ 6 ウェブとメールの合計 7 ウェブ領域のみ。メールは1個につき10MB 8 二重化 9 50MB以降は月額500円/10MB 10 検証の上、問題がなければ利用可能 11 初期費用、月額費用ともに3,000円で可能 12 サービス開始に向けて実験中 13 SSHは可能 14 基本的に接続サービスの加入が条件となる 15 ASAHIネットの基本サービスを利用、メール数に上限なし 16 年額の料金 17 国内サーバーにもミラーリングされる

COM office!

ホスティングの設定までできたら、とりあえずSOHOのドットコムオフィス化は一応完成した。しかし、真のドットコムオフィスはこれだけではない。ASPによるアウトソーシングサービスを活用してこそ、SOHOビジネスが生きてくるのだ。

SOHOだからできるビジネスの成功 アウトソーシングサービスを活用しよう

SOHOだからこそアウトソーシング

すべてをアウトソーシング

ビジネスに関連したさまざまな業務をこなすのはSOHOでは非常に労力がかかる。また、たとえ急激に会社が成長したとしても人的資源に限界がある。

こういった問題を解決する方法として、「アウトソーシングサービス」があるが、インターネットがビジネスインフラになることによってネットワークを通じたアウトソーシングが可能となってきた。たとえば、いままで業務用のソフトで処理されていた会計業務などは、インターネットで配信されるアプリケーションによって計算から帳票処理までを外部業者に委託できるようになる。つまり、アプリケーションを使って社内でも解決していた業務処理を、バックエンド的な処理も含めて完全に外部にアウトソーシングできるようになるのだ。

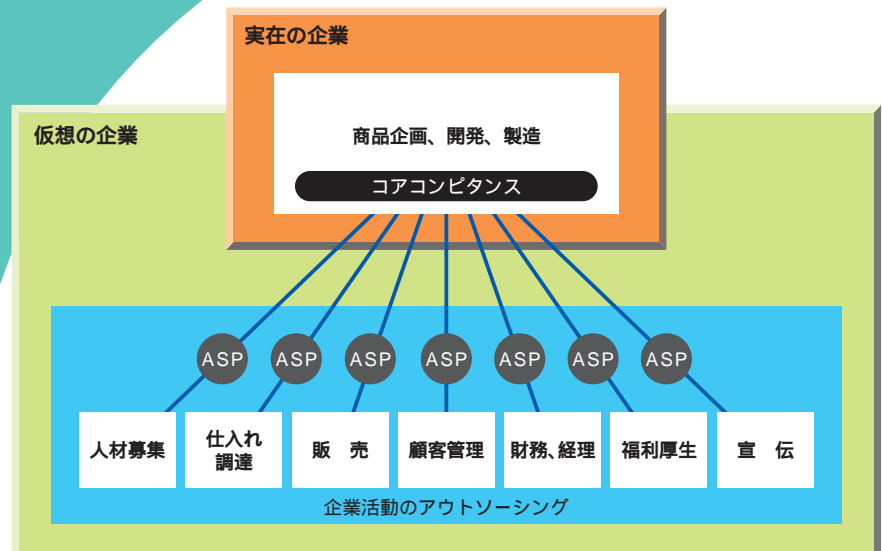
バーチャルカンパニーを作る

SOHOにとってこういったASPのサービスは非常に使い手のあるサービスだ。大企業であれば社内ですべて解決できるという利点もあるが、

ビジネスの変化に応じて企業体質を変えるのは非常に困難となる。だが、SOHOならば状況によってアウトソーシング先を変えればいい。また、ASPのアウトソーシングサービスをいくつも活用することで、SOHOでもパーチャルコーポレーションとして大企業と対等に競争できるようになる。さらに、業務の効率化を考えれば、アウトソーシングできるものをすべて外部に委託することで、物を作るとか開発するとか企画するといった企業が持つコアコンピタンス（中核となる能力）のみに専念できる。

ASPの概念は難しいことではない。多くの場合、ASPの定義としてアプリケーションをサーバーにホスティングしてネットワークを介して利用することとなっているが、広い意味では、デルコンピュータの企業向け販売サービスやオフィス用品の調達もインターネットでできることはすべてASPととらえられる。このように、すべての企業がインターネットにつながることで、アウトソーシングは活性化していく。これからは、SOHO同士がネットワークでつながるビジネス形態が主流になるだろう。

アウトソーシングが生む仮想企業



ASPが使えるアウトソーシングを選ぼう

サービスの提供はこれから

現在のところASPによるアウトソーシングサービスはまだまだ少ない。だが、前ページでも述べたとおりASPの概念は広い。たとえば、『楽天市場』なども出店者から見ればASPの1つである。そこで、ここではASPとして使えるアウトソーシングサービスをいくつか挙げてみる。イントラネットや経理サービスなどすぐに使えるものばかりだ。

また、ASPだけではないがアウトソーシング先を探すのに便利なのが、アウトソーシング先をリバースオークションで入札できる『プロトレード』[kJump www.protrade.ne.jp](http://www.protrade.ne.jp)だ。これ以外にもASPも含めたアウトソーシングサービスについては、通産省と野村総合研究所が提供する『アウトソーシングディレクトリー』で検索できるので参考にしてほしい。

[kJump www.protrade.ne.jp](http://www.protrade.ne.jp)



アウトソーシングディレクトリー

[kJump osd.cbp.ne.jp](http://www.osd.cbp.ne.jp)

オンラインショップ構築サービス

ウェブロジスティック・ドット・コム

[kJump www.web-logistic.com](http://www.web-logistic.com)

オンラインショップの構築から注文の受け付け、決済代行、配送まですべてアウトソーシングできるサービス。商品委託によって在庫管理サービスも受けられる。コンビニエンスストアでの商品の受け渡しサービスもある。

20,000円（出店初期費用）
20,000円（決済代行初期費用）

通販開業

[kJump www.questions.co.jp](http://www.questions.co.jp)

オンラインショップ構築用のソフトウェアだが、販売用のクエスチョンズでは、「通販開業」対応のホスティングサービスShop@Serverも提供している。利用者は無料で同社運営のツウハンショッピングモールに登録される。

19,800円（ソフトウェア料金）
7,800円（ホスティング月額料金）

Bittrade

[kJump bittrade.ssnet.co.jp](http://bittrade.ssnet.co.jp)

インターネットでの注文処理、代金決済、配送管理、購買履歴管理、ユーザ認証といった一連の業務処理を運用できる本格的店舗構築サービス。決済システムとしてクレジットカード決済や代金引き換え、振込などが選べる。

200,000円（初期費用）
100,000円（月額利用料）など

Storetool

[kJump www.usen.net/storetool/](http://www.usen.net/storetool/)

USENが運営するインターネット通販店舗を支援してくれるサービス。注文処理や代金決済システムは当然のこと、集荷・配送の代行サービスも用意されているので、商品さえ用意できればこのサービスだけですべてまかなえる。

20,000円（申し込み料）
6,000円～（月額利用料）+手数料

経理・給与計算

Web給与部長

[kJump www.softnet.co.jp/kyuuyo/](http://www.softnet.co.jp/kyuuyo/)

インターネット上で利用できる給与計算サービス。賞与や年末調整などにも簡単に対応し、常に最新の税額や保険料などで計算できる。サービスは非常に低価格で利用できるため、少人数の企業でも抵抗なく導入できる。

計算1件につき100円（18人以下）
年額30,000円～（19人以上）

前代未聞

[kJump www.back-office.co.jp](http://www.back-office.co.jp)

インターネットを使った経理、給与計算サービス。サービスを利用するための専用ソフトは無償で配布される。会計や販売管理、給与計算といった業務に対応しているため、経理を完全にアウトソーシングできる。

月額10,000円～（経理）
月額5,000円～（給与計算）

セールスプロモーション イントラネット

バリューコマース

[kJump www.valuecommerce.ne.jp](http://www.valuecommerce.ne.jp)

ECサイトの商品やサービスの販売をサポートするためのサービス。バナー広告を使ったアフィリエイトプログラム（他サイトに掲載されたバナー広告からの販売実績に応じてコミッションを支払う方法）が利用できる。

料金は要問い合わせ

Intranets

[kJump www.intranets.co.jp](http://www.intranets.co.jp)

無料でイントラネットが構築できるサービス。スケジュール管理、掲示板、共有アドレス帳、文書共有などが利用できるだけでなく、ニュース配信サービスや株価検索サービスといった情報サービスも利用できる。

無料

Asport

[kJump www.asport.ne.jp/lineup/](http://www.asport.ne.jp/lineup/)

情報共有のためのイントラネットサービス。勤怠管理、旅費精算、スケジュール管理（iモード対応）といったものが用意されている。今後はオプションとして、営業支援や人事管理、電子受発注といったサービスを予定している。

月額100,000円（50ID、フルバック）
これ以外に初期費用もあり

先行する米国のビジネス向けポータルサイト

bCentral 回線からマーケティングツールまですべて提供

Jump www.bCentral.com

マイクロソフトが米国で展開しているビジネス向けのポータルサイトが『bCentral』だ。bCentralの「b」はスモールビジネスを表していることからわかるように、特に小規模事業者を対象にしている。

基本的には事業者のインターネットへの接続サービスから、ドメイン名の登録、ホスティングサービスといった企業がインターネット上にプレゼンスを得るための一連の流れをサービスとして提供している。加えて、オンラインでビジネスを展開するのに必要なマーケティングサービスまで提供しているのが特徴だ。

たとえば、オンライン広告を提携企業に掲載できるサービスや、メールマガジンやメーリングリストサービス、検索エンジンの登録サービス、アフィリエイトプログラムといったマーケティングに関連したサービスを無償もしくは非常に低価格で受けられるようになっている。

これ以外にも、顧客管理やBtoBの取引のようなマーケットの提供、決済代行のようなもの

までも提供していく構えだ。また、一種のEDIのようなネットワークの役割も考えられている。これらサービスはマイクロソフトとパートナー企業の協力によって提供される。

このようにbCentralではSOHOのような小規模事業者がインターネットでビジネスを展開するのに必要なサービスをワンストップで受けられるようになっているのだ。また、マイクロソフトオフィス（たとえばFrontpage2000）のような製品との連携やMSNユーザーとの結合といったマイクロソフトならではのアドバンテージもある。

日本でのサービスについてはいまのところ正式には発表されていないが、年内の開始を目指してマイクロソフトでは提携パートナー企業を探している。同社では米国で先行するサービスと同内容のものをすべてすぐに開始するのは難しいとしているが、日本のSOHOビジネスが活性化する期待を込めて早急に立ち上がってほしいものだ。

米国で提供されているサービス

- ・ウェブサイトの作成（ホスティング）
- ・DSL接続サービス
- ・ドメインの登録
- ・バナー広告の交換サービス
- ・メールマーケティングサービス
- ・ビジネス向けのオークション
- ・人事採用サービス
- ・出張旅行手配サービスなど



Smart Age 6月には日本でスタートするビジネスポータルサイト

Jump www.smartage.com

米国で提供されているサービス

- ・ウェブサイトの作成（ホスティング）
- ・DSL接続サービス
- ・ドメイン名の登録
- ・ウェブサイトの管理ツール
- ・バナー広告の交換サービス
- ・ストア向けホスティングサービス
- ・アフィリエイトプログラム
- ・メールによるプロモーションなど



bCentralに先行してソフトバンクグループがいち早く国内で提供するビジネスポータルサイトがSmartAgeだ。SmartAgeも特に小規模事業者がインターネット上でビジネスをスタートアップするために必要なサービスを提供していく。

具体的には、「ウェブサイトの作成」、「ウェブサイトの強化」、「ウェブサイトのプロモーション」、「Eコマースの展開」、「ウェブサイトの管理」、「ビジネス知識の獲得」というように、インターネット上でビジネスを展開する一連のサイクルをセグメント化して、その中で個々のサービスを提供していく。実際に米国ではこの形でサービスの提供が始まっている。

日本では6月にはサービスを開始する予定だが、サービス開始時には「ウェブサイトの作成」機能を除く部分が用意されるようだ。注目したいのは、米国では「Promote My Business」で提供されている「Smart Click」というサービスだろう。これはウェブのバナー広告を登録

ユーザーで交換しあう仕組みだ。

SOHOのような小規模事業者はインターネット上でビジネスを展開していたとしても、高価なバナー広告を出稿できなかった。しかしこのSmart Clickを使えば、登録されたユーザー同士でバナー広告の交換がし合えるようになる。しかも、ランダムに出稿サイトを選ぶのではなく、ある程度関連したサイトにフォーカスして出稿サイトが選ばれる仕組みだ。さらには、広告配信システムがバナー広告がクリックされたサイトの情報を保持しているため、その情報を学習して最適なサイトにバナー広告を配信してくれるようになる。日本でもこのサービスは早々に提供されるとのことだ。

SOHOユーザーには高価なオンラインマーケティング用のツールは手が出なかったが、SmartAgeのさまざまなツールを活用することで、効果的にオンラインのビジネスを展開できるだろう。ビジネス目的なら個人も使える注目のサービスだ。

ドットコム企業になる!

既存のビジネスからの離脱

「ドットコム企業」という言葉が一般的になってはきたが、既存のビジネスからドットコム企業になろうと考えている人もいるだろう。ただ、既存のビジネスをインターネットで展開するだけでは、ドットコム企業にはなれない。そこにはドットコムのルールがあるからだ。それを見つけれれば大きなチャンスをつかめるかもしれない。ここでは、藤元健太郎氏にドットコムビジネスの現状について解説していただいた。



藤元健太郎
(ふじもとけんたろう)

ECやインターネットビジネスのコンサルティングを手がける株式会社フロントライン・ドット・ジェービー代表取締役CEO。野村総研勤務時代に、仮想モール「サイバービジネスパーク」を立ち上げた実績を持つ。
www.flj.co.jp

大変革してドットコムになる

ドットコム企業という新しいビジネススタイルは、いままでの既存のビジネスで培ってきた商習慣の創造的な破壊を促すアプローチです。

たとえば、ドットコム企業に変わった典型的な例として松井証券がありますが、彼らは店舗を持って営業マンが顧客を開拓していく既存のビジネスを捨てて、非常に有効な顧客だけをインターネットに囲い込み、金をかけずに手数料だけで経営する道を選びました。彼らのビジネスの転換は、証券売買の手数料が自由化されることを見越していたからこそ可能となったわけですが、それにはインターネットの広がりか条件でした。そしてその時期を待ってインターネットに特化するということをやっていると聞いていたのです。実際に手数料が自由化されると、トレーダー的な投資家を獲得できたことによって確実な経営にいたるまでになっています。実際の社員はもともといますが、だいたい15人の運営スタッフでかつて50人の営業マンが稼いでいた売り上げを達成しているそうです。

このように、彼らは完全にビジネスの路線を切り替えたのです。

数年後の勝利を見越した投資

既存のビジネスから松井証券のようなドットコム企業のビジネススタイルに変えていこうと考えている人もいます。しかし現実の競争はとてつもないです。たとえば、オンライントレーディングの場合で言うとする

に何社もサービスを行っています。

ドットコム企業の場合、生き残るためには今のところはどちらかというと売り上げや利益ではなく、スピードと成長が重要になっています。つまりシェアや会員数といったものです。というように、ドットコム企業のビジネスは既存のビジネスとは尺度が違うのです。既存のビジネスのアプローチで考えると、赤字経営が続けば企業は倒産してしましますが、ドットコム企業は投資を受け続けて経営を存続させています。もちろんドットコム企業が赤字経営でいれるのかという話は別です。

現在はすべてのオンライントレーディング企業が生き残りをかけて争っていますが、多分1、2年もすれば状況が見えてきて、勝ち残ったところが利益をあげるでしょう。多くの投資家が未来の成功を期待しているので赤字経営でも出資する「ドットコムのルール」があるのです。このような状況から、米国では1つの業種で3位までに入ればなんとかなるだろうと考え、ドットコム企業たちは多大な額の宣伝費をかけて会員を獲得しています。

いずれは現実世界との勝負

Amazon.comは完全に現実の店舗との戦いに出ているので、現状のドットコム企業とは少し違ってきます。しかし、ヘビートレーダーの一部を取り合っているオンライントレーディングの競争も、あと3年もすれば完全に現実の店舗との戦いになると思います。

現状では、野村証券のような既存の企業は大きな影響を受けていません。ですが手数

料が安いオンライントレーディング同士の戦いも、いずれ差別化を図るために付加価値の高いサービスの提供に乗り出すことでしょう。そうなることで既存のフルサービス型の証券会社と真っ向から戦うことになると思います。実際、米国ではメリルリンチとE*トレードが競争し始めているからです。

オンライントレーディングが3社くらいに集約されれば、そこが野村証券のような企業と戦うことになりそうです。するとこの3社はもしかしたら店舗を作るかもしれません。この話は多分ありうるシナリオです。最終的には顧客に対してもっとも高いバリューを提供できるかどうか勝負になることを考えると、オンラインで顧客を獲得したとしても店舗も含めた総合サービスが必要になるからです。

われわれはインターネットの世界だけでビジネスのすべてが成立すると考えていましたが、現実にはそういう状況ではなくなる可能性は高いのです。

新しいビジネスモデルが必要

「ビジネスモデル」という言葉をここ数年耳にしますが、それが見つけられれば既存のビジネスからドットコム企業への移行はアリだと思います。ただ全部の企業がドットコム企業になれるかというは無理です。ドットコム企業は既存の古い商習慣を打破して、新しい市場を創造する使命があります。このためには市場や消費者や社会システムから支持されて共感を受ける高い志を持っていることが重要になります。(本人談)

CASE STUDY 1

立ち上がりまでわずか1か月 仕入れルートを確認して 話題の商品をインターネットで販売

パシュミナコレクション
www.rakuten.co.jp/pashmina/



気になるインターネットの環境は？

回線 / ダイヤルアップ接続	
電話料金	20,000円程度 / 月
プロバイダー料金	2,000円 / 月
サーバー / レンタルショッピングサーバー	
レンタル費	50,000円 / 月
合計	70,000円程度 / 月

インターネットへの接続はダイヤルアップだが、注文の受け付けや問い合わせメールへの回答などの業務には全く支障がないとのこと。サーバーはショッピングモール最大手の楽天市場を利用して、独自のドメイン名を使ったウェブやメールについては現在準備中。ただし、その場合でもオンライン販売は楽天市場のものを使いつけ、独自に立ち上げたページは広報的な役割にする予定ということだ。

オフィスを構えたのは今年の2月のことで、「それまではスタッフの自宅に集まっていた」と小林さん。ネット上の急成長ぶりに、オフィスのほうが後からついてくる状態だ。

社名	パシュミナコレクション (株式会社ナベックス)
設立	1999年12月(サイト開設時)
資本金	
従業員	4人
売上高	月商約450万円
事業内容	パシュミナ関連製品の販売
	www.rakuten.co.jp/pashmina/

スピードが勝負のビジネス

パシュミナコレクションは、昨年12月にオープンしたばかりのオンラインショップだ。パシュミナとは最高級品のカシミアのことで、日本でも昨年からはブームになっているものの、生産数が少ないため入手が困難な状況となっている。パシュミナコレクションは、独自の仕入れルートの開発により、豊富なカラーバリエーションと値段の安さで人気を集めている。

「とにかくスピードが勝負でした」と語るのは担当の小林もりみさん。実際、パシュミナの仕入れルートを手にしてから、サイトのオープンまではわずか1か月という早業だ。「クリスマス前でしたし、とにかく早くオープンすること」を第一に考えた結果、楽天市場への出店を決めたという。国内最大手のオンラインショッピングモールである楽天市場の集客力とサイト構築の簡単さが決め手になったということだ。現在の月間の売り上げは約450万円とのこと。オープンしてから4か月の段階の数字としては、かなりの好成績だ。しかも、売れ行きはいまも順調に伸びているそうだ。

次は独自ドメインの宣伝ページを

パシュミナコレクションのオフィスは、都内のオフィスビルの会議室を間借りする形になっている。なにしろ大急ぎで事業を立ち上げたため、この場所に落ち着いたのも今年の2月のこと。それまではスタッフの自宅に集まって作業をしていたという。女性4人のスタッフのうち、現在は小林さんとウェブの更新などを担当する田籠さんの2人がこのオフィスに出勤している。

インターネットへの接続環境はISDNによるダイヤルアップだが、特に不自由は感じていないとのこと。電話代はインターネット接続よりも、海外の仕入れ先との国際電話のほうが高くつくそうで、「オフィスが無かった頃、問い合わせの電話を携帯電話に転送していたら10万円近くかかってしまった」というエピソードも。サーバーは楽天市場を利用しているため、出店料として月額50,000円のみ。

今後は、独自ドメインで宣伝用のページも立ち上げたいとしている。

CASE STUDY 2

これから立ち上がるインターネット企業 わずか2人で運営される オンラインコミュニティーサイト

有限会社スプー
www.oops-music.com

コミュニティーによる業務の推進

有限会社スプーはオンラインミュージックのコミュニティーサイト『OOPS!』の運営を目的として、この3月に設立された会社だ。代表取締役の川崎和哉さんは、オンラインマガジンの編集者として働いたが、このサイトを立ち上げている。

スプーのビジネスは、OOPS!の広告収入とコンテンツやコミュニティー機能の他サイトへの提供販売を見込んでいる。現在出資者を募っているが、いわゆるベンチャー企業とは違い、ユーザーが未永く参加できるようなサステナビリティを考慮した運営を目指す。

業務内容としては、サイトのコンテンツの整備やメールマガジンの発行に加え、7月にリニューアルオープンを予定しているサイトのシステム構築がある。これらすべてを社員5人でこなせるのも、OOPS!に賛同するユーザー主体のバーチャルな編集部の存在だという。今後は「積極的に参加してくれる有志のコンテンツ制作者に、なんらかの報酬を支払えるような仕組みを導入していきたい(川崎さん)」としている。

社員がインターネットで結ばれる

都内の小さなマンションの一室に構えられたオフィスには、実際には川崎さんお一人だけが出勤している。パソコン1台とTAが1台だけというオフィスは非常にこぢんまりしているが、業務はすべてこなせるという。他の社員の方は自分の仕事を独自に持っているため、このようなオフィスでも十分機能を果たすのだ。インターネットへの接続環境も現時点ではダイヤルアップ接続で問題ないそうだ。サーバーだけはコミュニティーサイトという位置付けから過負荷に耐えられるように、バーチャルホスティングではなくサーバーマシン丸ごと1台をレンタルしている。インターネットに関する運用費はトータルで月額50,000円強になるが、ユーザーが拡大すればサーバーをアップグレードする必要があり、すぐにでもこの費用は膨れ上がるという。

ビジネスとしてはまだ始まったばかりだが、「ユーザーの利益のために1日も早い黒字経営を目指しているよ。(川崎さん)」



「編集の職場として使用していた場所が、そのまま会社のオフィスになった」と川崎さん。インターネットが社員とコミュニティーとサイトを結んでいる。

気になるインターネットの環境は？

回線 / ダイヤルアップ接続	
電話料金	20,000円程度 / 月
プロバイダー料金	1,950円 / 月
サーバー / ハウジングサーバー代	
レンタル費	29,000 / 月
合計	50,000円程度 / 月

インターネットへの接続はダイヤルアップだが、実際に利用しているのは代表取締役の川崎さんお一人。コスト面からCATVインターネット接続サービスの導入を検討しているとのこと。サーバーについては、以前はレンタルサーバーを利用していたが、本格運用のため独自ドメイン名を登録してハウジングでの運用を行っている。独自のサーバーアプリケーションを利用するため、他者とサーバーを共有する自由度の低いバーチャルホスティングは利用していない。

社名	有限会社スプー
設立	2000年3月 (サイトのオープンは1999年6月)
資本金	400万円
従業員	3人
売上高	
事業内容	音楽情報のコミュニティーサイト 「OOPS!」の運営
Jump www.oops-music.com	

CASE STUDY 3

ビジネスニーズは現場にある

テレビ・雑誌で使う

アンケート調査をインターネットで

株式会社インフォプラント
www.info-plant.com



現場から生まれるeビジネス

従来のリサーチ会社が提供するアンケート調査は、費用も時間も非常にかかるものだった。しかしインフォプラントは、1回の調査費をたった50,000円で、しかも調査の実施から集計まで1日で提供している。インターネットで調査を実施しているからこそこのようなサービスが提供できる。

そもそも同社はテレビ番組制作がメインの会社だったそうだ。代表取締役の大谷真樹さんはインターネット上のビジネスを模索していたが、あるきっかけからコンピュータを使った調査システムと出会う。番組制作の現場で、番組中に使われる調査データをスタッフが必死で集めていたのを目にしてきた大谷さんは、この調査システムとインターネットを使って、彼らに役に立つようなサービスを思いつく。番組スタッフが使える予算はわずか。価格の設定も彼らがコントロールできる範囲内にとどめた。これが功を奏して、サービス開始当初から申し込みがあり、ドットコム企業としては異例(?)の黒字経営が続いている。

「eビジネスでは、現場から生まれるビジネスモデルこそコアコンピタンスとなりえる」(大谷さん・写真左)、現場のニーズがあるからビジネスとして成立するのだ。

自前のサーバーを利用する意味

同社ではサービス開始当初から一環して自社内のサーバーマシンで調査を実施している。アクセス負荷の多いサービスなのにもかかわらず、ホスティングサービスを利用しないのには理由がある。アンケートの回答者の個人情報を外部に置くには不安がのこることと、マシン内のデータベースに社内から頻繁にアクセスするためだ。もちろん専用線(1.5Mbps)でインターネットに接続している。システム全体の維持費は月額で40万円程度だが、現在はASPなどの事業拡大のため、これ以外にもシステムの構築費がかかっている。

今後はインターネットを使ったテレビ番組制作の人材調達ビジネスも展開するという。ここでも大谷さんの「現場主義」がeビジネスに活かされることは間違いなし。

海外進出や新規事業などを各紙が報道する優良ベンチャー企業のインフォプラント。現在アンケート回答者を募集している(登録は同社サイトで)。

気になるインターネットの環境は？

回線 / 専用線	
専用線回線料金	36万2,000円 / 月
プロバイダー料金	
サーバー / メーカー製インターネットサーバー	
リース費	50,000円程度 / 月
合計	40万円程度 / 月

アンケート回答者のプロフィールをサーバーに蓄積しなければならないため、個人情報を保護する観点からサーバーマシンは自前で管理している。当然インターネットの接続回線は専用線となる。以前はスーパーOCNを利用していたが、現在はコスト改善のため大手プロバイダーの専用線接続を利用している。今後はASP事業によって顧客が自由にアンケート内容をカスタマイズできるようなサービスを提供すること。

社名	株式会社インフォプラント
設立	1996年7月 (mp@ckサービス開始は1998年7月)
資本金	7,000万円
従業員	23人
売上高	2億5,000万円(2000年度予想)
事業内容	各企業・メディア向けリサーチ、オンラインアンケート調査など、およびテレビ番組の企画制作、報道番組の取材
	Jump www.info-plant.com

情報の共有は携帯電話のメール機能でもできる！

ビジネスの基本は「報告と連絡と相談」、つまりホウレンソウだ。これはどんなことがあっても毎回やれと教わるはず。なぜなら、これがないと企業としての組織力を発揮できないからだ。インターネットはホウレンソウを実現する強力なツールとなるが、パソコンを社員全員に渡せない場合もあるし、誰もが使いこなせるわけではないという問題もある。だが、電子メール機能が付いた携帯電話を使うだけでも十分実現できるはずだ。

とにかく電子メールを使いこなすことから始める！

電子メールを使えばアイデアとか意見の交換とかが活発になる。コミュニケーションを重ねることによって、自分の意見を返さなくてはならなくなる。つまり、アイデアや表現力、自己主張、プレゼンテーション能力といったものが要求されるようになる。その結果、人間の能力を向上させざるを得なくなる。これは社内での情報共有もさることながら、顧客とのコミュニケーションでも同じだということを覚えておこう。

大企業もSOHOもインターネット上のプレゼンスは同じ！

インターネットは大企業と中小企業がオープンになるチャンスだ。もちろんそれなりの投資が必要になるという意見もあるが、僕が言っているのは「本物しか生き残れない」ということだ。名も知らない企業が、素晴らしいビジネスコンテンツを用意しているウェブサイトはいっぱいある。コンテンツは量ではなく「質」が重視される。だから、自信がある企業は、すぐにもインターネット上でビジネスを始めたほうがいい。

価格競争は間違いなく起こる。だからアイデアで勝負！

インターネットの普及によって迅速に仕事を受発注されるようになる。しかし、同じ業務を各社が提供しているのであれば、値段のたたき合いが起きる。これからは同じ企業がいっぱいあればあるほど生き残れないはず。だから、オリジナリティーを出さなければならなくなる。発想力の勝負だ。差別化路線を出さなければいけない。流通の中抜きも確実に起きて4コネ社会は崩壊する。だから「知恵」が必要になる。

異業種だからこそ新しい発想が生まれることがある！

今のビジネスを拡大しようという発想は安易だ。そこからは自由な発想は生まれにくい。むしろまったく知らない世界からインターネット上のビジネスを考えようがいい。たとえば、メーカーが直販を始めると問屋や販売チャンネルとの関係が問題となる。これらを切り捨てるだけの残酷さがないとビジネスはできない。Amazon.comは本屋が始めたのではない。マーケターが始めたからこそ成功したのだ。

ものを売ることを考えるな。顧客情報を集める！

ビジネスにおけるウェブサイトの最大の目的は何かかわからずに、ウェブサイトを立ち上げているところがある。本来の目的は顧客情報をデータベースに貯めることにあるのだ。なぜなら顧客リストができれば、そこからビジネスが始められるからだ。今からでも遅くないから、企業として自分の業界、自分の商品を買ってくれそうな顧客の情報を競合他社よりも早く集める。そのためにウェブサイトを立てよう。

クボタツが伝授する

SOHOビジネス 成功の6か条

米国では成功例が現れているインターネットビジネスの現状だが、日本はまだそこまで到達していない。SOHOでも、いやSOHOだからこそ成功するビジネスがあるはずだ。それはちょっとしたことにヒントが隠されているのかもしれない。その「ヒント」をクボタツの愛称で知られる企画のスペシャリスト、久保田達也氏が伝授する。

久保田達也（くぼたつや）

サンリオ、東急ハンズ、電通などの企画業務を歴任し、1983年に（株）イツツ設立。現在、（株）イツツ代表取締役。企画業務歴25年、SOHO歴10年。インターネットを使い、世界を探検する企画マンとして21世紀の生き方の研究、執筆、講演活動中。インターネットマガジン連載「21世紀のヒーローを求めて」を好評のうち4月号で終える。近著に「インターネットで創る企画の技術」（インプレス刊）がある。

Photo: Kikuchi Eiji
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