



## 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。

### 相互運用の実証テストが稼動した6日間 NETWORLD + INTEROP 2000 in Las Vegas レポート



シスコのラリー・ラング担当副社長（左）、マイクロソフトのビル・ゲイツ チーフソフトウェアアーキテクト（中央）、インクトミのデビット・ピーターシュミット社長兼CEO（右）

最新ネットワーク技術の祭典、NETWORLD + INTEROP が、5月7日から5月12日まで米国ラスベガスにおいて開催された。750を上回る出展社数や、6日間で合計800時間を超える技術コンファレンスと、記録的な数値を示した本イベントから「相互運用」をキーにIT技術のトレンドを伝えたい。

編集部：太田美有紀  
Photo：Nabeshima Akiko

#### XMLの重要性を語るビル・ゲイツ氏

9日に行われた基調講演に登場したのは、マイクロソフトのビル・ゲイツ氏。「インターネットは、ますます急激に発展する。拡張性や処理能力、相互運用などを考えたとき、インターネットの成長の背後にはソフトウェアのプラットフォームとして、XMLの存在が大きい」とし、ウィンドウズ2000のデモンストレーションをメインにXMLの重要性を唱えた。ウェブブラウザで情報交換やコミュニケーションなどあらゆることができるようになった昨今。だが、ビジネスに利用するにはセキュリティや、ほかのOSやアプリケーションとの互換性などを考えなければならない。この互換性の部分で、XMLの技術が重要になり、XML技術を各種の製品にも導入するよ

うに計画しているという。マイクロソフトやオラクルが率先してXML互換の製品を開発すべきとしながらも、ウィンドウズ2000のデモで自社製品の優位性を強調し、終始ウィンドウズ2000をアピールする講演となった。

#### シスコとインクトミの事業戦略

5月10日に登場したシスコシステムズのサービスプロバイダー・マーケティング担当副社長のラリー・ラング氏は、インターネットにおけるサービスプロバイダーの役割をシスコのサービスパートナーを例にして語った。BlueLight.comの小売り事業では、ネットワークの管理や財務管理などのビジネスにおける複雑な機能をサービスプロバイダーへアウトソーシングすることが企業に効率をもたらすとした。日本ではネットワーク機器メーカーとしてのイメージが強いシスコだが、サービスプロバイダー事業の売り上げは約4割で、急激に業績を伸ばしている。このサービス面における成長は、そうそうたるパートナー企業を一堂に集めた展示パビリオンからも見て取れた。

同日、シスコのあとに登場したインクトミ社長兼CEOデビット・ピーターシュミット氏

は、インフラと企業の成長率は大きく関係している」と話し、提供できるサービスはインフラに左右されるとして、世界各地にデータセンターを構築するGCD (Global Content Distribution) の概念を紹介した。さらに、インフラの発展型はワイヤレスだと言い、音声から電子メールやインスタントメッセージ、さらにインターネットのオークションに参加するモバイルEコマースまでを実現する「ワイヤレスポータルサービス」を目指す。そして、インクトミは世界的な技術のインフラ会社に成長したいとビジョンを語った。

展示会場を見る限り、この2社以外にも、サービスプロバイダーの増加で各社は特徴をいかに出すかが問題となっている。米国ではxDSLなどを利用したブロードバンド環境も普及しており、その上に何を乗せるかといったバックボーンとサービスの関係も注目される。また、それに付随するセキュリティー管理やウェブベースで簡単に操作できる管理ツールに比重を置いた出展が目立った。

### 相互運用のデモンストレーション「InteropNet」

もともと「相互運用性」をテーマにしたイベントのため、その目玉となるのが展示会場

を縦横無尽に走る高速ネットワーク「InteropNet」である。InteropNetは大きく2つに分けられる。最新技術の運用テストを行い、来場者にオープンな形でテスト機を公開する「iLabs」と、展示期間の4日間で1万2000ノードのネットワークを構築する「eNet」だ。iLabsでは毎年新しい技術の実証試験が行われ、今年もMPLS (Multiprotocol Label Switching)、QoS (Quality of Service)、IPマルチキャスト、VoIP (Voice over IP) と SIP (Session Initiation Protocol)、IPv6、Internet2の各実験がとところ狭しと行われていた。特に、IPネットワーク上で映像や音声、データを使った多地点間通信を実現するプロトコルのH.323とテキストベースのプロトコルのSIP間での相互運用テストが、今回初めて公の場に登場した。

eNetは展示場とコンファレンス会場など全域を走るネットワーク。エクストリームネットワークス (Extreme Networks) とSBCコミュニケーションズをオフィシャルスポンサーに迎え、この2社以外にも準スポンサーにあたる各メーカー (11社) からの機器および回線の提供や、技術者の協力によりレイヤー3のギガビットイーサネットを核にした高速ネットワークが張り巡らされた。

### 活気付くワイヤレスパビリオン

無線LANの相互接続を推進する業界団体WECA (Wireless Ethernet Compatibility Alliance) は、相互接続を認めたWi-Fiロゴ認定を行った製品を一堂に集めてデモを行った。今月号の270ページでも紹介しているように、11Mbpsの無線LANは日本でも発売が相次いでいる。しかし、Wi-Fiロゴ認定を受けている製品は、11社23製品とまだ少ない。ここにエンテラシスネットワークス (Enterasys Networks) のRoamAboutやスリーコム (3Com) のAirConnectなど認定済みの製品が並んだ。ほとんどが日本市場を睨んでおり、今秋には日本への上陸が期待される。また、無線LANのチップ製造メーカー、ルーセントとインターシルは小型化したアクセスポイントの新製品を各自のブースで展示した。一方で、シンボルとインテルとの間で無線LANの共同開発が進められているため (ただし米国のみ)、2社が共同で独自チップをワイヤレス市場に投入する可能性もある。さらに、業界全体で5MHz帯を利用して22Mbpsデータ通信を実現する802.11a規格の研究も進行中だ。今回の相互接続で、明らかに無線LANは普及期に入ってきたといえるだろう。



InteropNetの核部分



展示場内を走る電飾で覆われたケーブル



インターシルのアクセスポイント



ルーセントのアクセスポイント (今夏日本で発売予定)



エンテラシスネットワークスのRoamAbout



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。

## OAUG SPRING 2000レポート OracleがEビジネス戦略を発表

米国フィラデルフィアにおいて、Oracle製品のユーザーコミュニティ、OAUG (Oracle Applications Users Group) が主催するOAUG SPRING 2000が開催された。今回の目玉は「Oracle E-Business Suite R11i」。4月25日からの5日間をとおして発表されたOracleのEビジネス戦略をレポートする。

本誌編集長：倉園佳三

### 変革の時代のソリューション

Eビジネスを取り巻く状況は大きく変わろうとしている。米国ではB to Cのパブルがはじけ、市場規模の大きなB to Bの市場に投資対象が多った。リテールの分野を見ても、かつて一世を風靡したアマゾン・コムなどの店舗を持たない電子商店が苦戦し、それに代わってウォルマートやKマートなど、オンラインだけでなく店舗や通販など複数の販路を持つ小売店が躍進し始めている(293ページ参照)。

このような市場の変化は、当然、ビジネスを支えるバックエンドのシステムにも影響する。ショッピングサイトを構築すれば事足りる時代はすでに終わり、インターネット上の電子小売店と既存の店舗、さらにはB to Bの取引にいたるまで、すべてを統合する販売・調達システムが必要になっているのだ。そして、OAUG SPRING 2000のテーマもまさに「変革を迎えたEビジネスのための次世代ソリューション」であった。

### ポイントからスイートへ

Oracleのコンセプトは「統合」である。多くの企業でデジタル化は進んでいるが、その多くが「部分的」かつ「断片的」なものだ。社内にはイントラネットがあり、顧客向けのウェブサイトがあり、調達のためのサプライ・チェーン・マネージメント(SCM)と、顧客へのセールスやマーケティングを管理するカスタマー・リレーションシップ・マ



会期中にビル・ゲイツ氏を抜いて長者番付一位の座を獲得したラリー・エリソンCEO。

ネージメント(CRM)を導入する。しかし、これらのソフトウェアは異なるベンダーから別々に提供されており、相互に連携させることが難しい。ここが問題だとOracleは主張する。

「ウェブから顧客の問い合わせが直接サブライヤーに届き、注文品は顧客のもとへ直送されるような仕組みが必須となる。個々のベンダーから提供されるポイントソリューションではこれを実現できない」

Oracleのプレジデント兼COO、レイ・レインは、すべてのサービスを統合できる「スイート製品」が必要であると、同社の新製品「Oracle E-Business Suite R11i」(以下R11i)の優位性をアピールした。

### インターネット時代のCRM

R11iは、SCM、生産管理、統合会計、

プロジェクト管理、人事管理からなるエンタープライズ・リソース・プランニング(以下ERP)と、CRMで構成される。R11iで提供されるすべてのアプリケーションはインターネットに対応しており、ブラウザから個々の機能にアクセスできる。米国では今年の3月には限定ユーザー向けにERPの部分がリリースされており、5月にはこれにCRMが加わった形で一般向けに発売される。日本での発売日は未定だが、米国でのリリースから90日以内を目指すとのこと。

数多い製品群の中で、Oracleがもっとも力を注いでいるのがCRMの分野である。OAUG SPRING 2000の発表でも、インターネット時代の顧客サービスを見据えた新機能が数多く発表された。マーケティングを最適化する「マーケティングオンライン」、インターネットで高度な販売チャンネルを作るため

の「i-Store」、サポートの効率を上げる「i-Support」などがおもなラインアップである。また、電話による問い合わせを処理する「コールセンター」の電子メール版「Eメールセンター」も新たに加わる。これによって、電話、ファックス、電子メール、ウェブからのフォーム送信など、あらゆる入り口から入ってくる顧客からの問い合わせを一元管理できるようになる。

## 連携で求められる次世代 SCM

CRM との連携によって、SCM に求められる機能も大きく変わってくる。日本オラクルマーケティング統括本部シニアマネジャーの廣田孝志氏は、R11i の新機能に次世代 SCM の方向性が見て取れるという。

「サプライヤーからステレオを購入する場合、スピーカーは何ワット、アンプは何ワットという形で型番を選択して製造オーダーを出せばよかった。しかし、このやり方は CRM (対顧客) には向いていない。“あなたの部屋はフローリングですか畳ですか”、“マンションですか一戸建てですか”と聞いて最終的な製品を出せるような仕組みが要求される」

プライシングの方法も変わってくる。

「通常の ERP での受注はプライスリストを

いくつか作っておいて“A社ならこのプライス、B社なら別のプライス”というふうに値段が決まればよかった。CRM では、2個買ったら1個タダにすると、クーポンを付けたとかのフレキシビリティが要求される」

もちろん、これらの複雑なプロセスを素早く処理するための機能も必要だ。調達にまつわる社内業務を自動化し、サプライヤーからの購買行為を分析する「インターネットプロキュアメント」がこれを実現する。

すべての製品がインターネットに対応している強みはほかにもある。オラクルがサービスとして提供する B to B の e マーケットプレイス「Oracle Exchange」(236 ページ参照) だ。ブラウザがあれば誰でもこれに参加できるため、R11i を導入していない零細企業などもカスタマーとの取引が行える。O AUG SPRING 2000 で発表されたロードマップによると、Exchange は今後、開発環境やサプライチェーンの機能も持つようになる。

ここまでくると、R11i や Exchange の目指す世界は、E ビジネスのコラボレーションプラットフォームであることがわかる。それは、単なるソフトウェア企業の枠を超えてサービス企業への転換をはかるオラクルの戦略そのものではないだろうか。



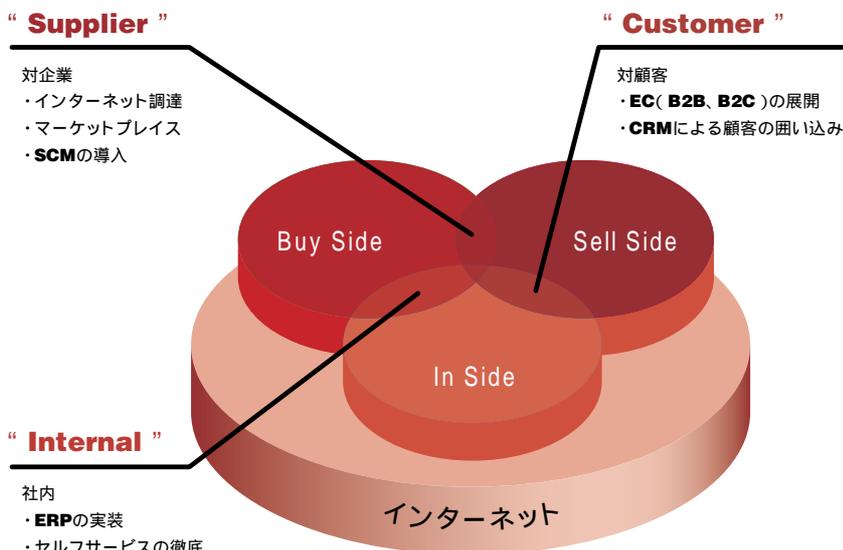
発表どおり、ブラウザで動く R11i を体験できるデモンストレーションコーナー。

## ASP も見据えたライセンスモデル

R11i が E ビジネスのトレンドを捉えた製品であることは間違いない。では、コアコンピタンス以外にアウトソーシングすることが主流になりそうな現在、どのような形のディストリビューションが行われるのか。これがもう1つの興味である。

オラクルにはすでに「ビジネス・オンライン」(BOL) というサービスがある。ユーザーはソフトウェアのライセンスだけを購入し、サーバーと運用をアウトソーシングする形態だ。日本オラクルマーケティング統括本部シニアマネジャーの小野本久能氏は今後の可能性を次のように語った「R11i はすべてインターネットベースで設計されており、アウトソーシングに非常に適した形態になっている。スタートアップ企業を支援するための ASP 事業も当然、視野に入れている」

O AUG SPRING 2000 の展示会場で出会ったパートナーによれば、米国ではスタートアップ企業に対して収益に応じたライセンス形態を採用することもあるらしい。いわゆる出世払いということだ。オラクルが「ソリューションのエンジェル」としてベンチャー企業にソフトウェアを投資する。そんなライセンスモデルが実現すれば、R11i はまさに時代を捉えることになるはずである。



## 明らかにされた次世代OSロードマップ WinHEC2000 開催

米マイクロソフトが開催するハードウェアベンダー向けの開発者会議 WinHEC (Windows Hardware Engineering Conference) が4月25日から27日まで、米ルイジアナ州、ニューオーリンズにおいて開催された。次世代ウィンドウズ後継OSやウェブアプライアンスなど、今後目が離せないマイクロソフトの戦略をレポートする。

山田祥平

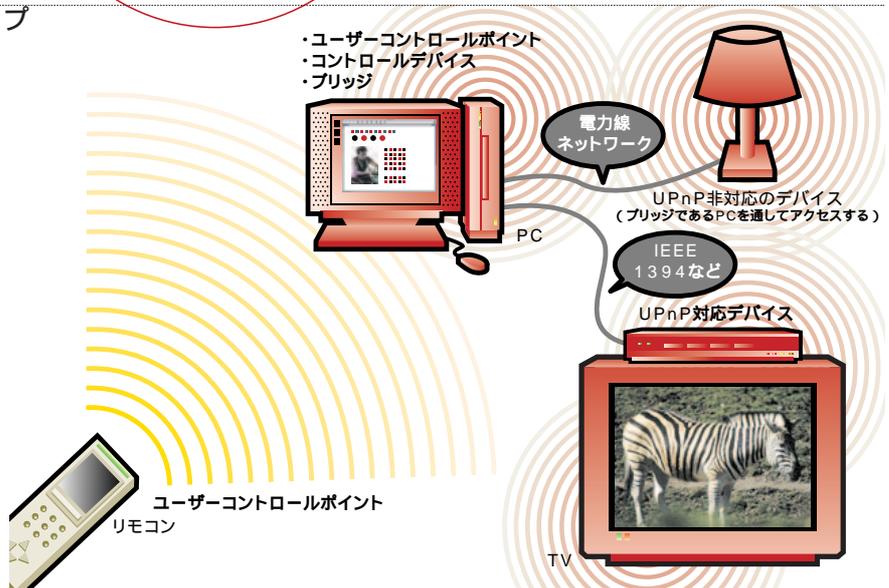
### 話題の中心はウィンドウズ2000の後継OS「Whistler」

初日の基調講演では、CEOを退いたビル・ゲイツ氏が、チーフソフトウェアアーキテクトとして「The Best Is Yet To Come」(ベストはまだ先)をテーマに熱弁を振るい、今後のPC製品におけるマイクロソフトの戦略を語った。まだまだこれからが業界のみなさんの腕の見せ所だと、参加ベンダーたちの志気をあおりながら協力を要請するプレゼンテーションの進め方はさすがである。アナリストなどを対象としたカンファレンスではなく、エンジニア相手のカンファレンスでは、気のせい、いつもリラックスしているようにも感じられるゲイツ氏だった。

カンファレンスの話題の中心は、なんといっても来年にリリースが予定されているコードネーム「Whistler」(ウィスラー)に関するものだ。ウィンドウズ2000の後継OSとして開発が進められているこのOSは、マイクロソフトの2つのウィンドウズ(NTと9X系)



基調講演を行う米マイクロソフト会長ビル・ゲイツ氏。



UPnPの仕組み

を統合するもので、リリース時には、「for BUSINESS」と「for HOME」の2種類が用意されることになりそうだ。特徴としてはデジタルカメラなどデジタルメディアの処理機能を強化、家庭内ネットワークやUSB2.0、Bluetoothなどの新しい規格への対応が挙げられる。直近のOSとしては、ウィンドウズ98 Second Editionの後継であり、ウィンドウズ9X系OSの最終版となるウィンドウズMillennium Editionのリリースが今年後半に用意されている。カンファレンスにおける各セッションでは、ウィンドウズMillennium Editionが提供する各種の機能に言及しながらも、ハードウェアベンダーに対してウィスラー対応の準備をぬかりなく進めておくようにすすめるムードが色濃かった。

### UPnPの最新情報がアップデート

目新しいところでは、ユニバーサルプラグアンドプレイ(UPnP)に関する情報がアップデートされている。IEEE1394の上でIP通信を行うウィンドウズIP/1394やイーサネット、無線LANなどを介して家電を含むさまざまなデバイスを結び、PCをコントロールセンターとして機能させるこのテクノロジーを最初にサポートするOSはウィンドウズMillennium Editionとなる。httpを使って各

種のデバイスとPCが通信し、さまざまなコントロールを実現するホームネットワーク環境が整うのももうすぐだ。

### ウィンドウズ2000がUSB2.0をサポート

その一方で、期待のUSB2.0がWinHECの開催期間中にその最終スペックを固めた。インテルでは、あくまでも本流はUSBであり、IEEE1394はホームコンピューティングのためのオプションであるという姿勢を崩していないが、OSがサポートする接続形態としてIEEE1394を積極的に進めているマイクロソフト側の姿勢を見る限り、そこには微妙なギャップが感じられる。ちなみに、USB2.0をサポートするOSはウィンドウズ2000が最初となり、UPnPよりも先になる見通しだ。

また、Bluetoothを使った無線によるデバイス間接続に関して、マイクロソフト側が提案するコンセプトは、これを使ってネットワークを組むというよりも、デバイス間を接続する短いケーブルに取ってかわるものという意味合いが強いようだ。このほか、やはり今年後半にリリースされる64ビット版のEmbedded NT環境によるコンシューマー向けのウェブアプライアンスなど、話題も多くなりのあるカンファレンスだったといえる。

## 米国発、アバヴネットに見る データセンター最新事情

インターネットビジネスは二極化が進み、「負け組」企業にはマーケットによる容赦のない洗礼が下されはじめた。しかし、そんな中でもB2Bやインフラ関連ビジネスは依然として活況を呈している。2000年4月末、米国カリフォルニア州サンノゼにあるインターネットデータセンター大手のアバヴネットを取材した。

本誌デスク：藤井貴志

### 「世界中のISPをつなぐ」

1996年1月に設立された米アバヴネット(AboveNet Communications)は、インターネットデータセンターを手がけている企業だ。公表されている顧客リストには、AOLやAKAMAI、CNET、ダブルクリック、eBay、ネットスケープなどの企業が並ぶ。

同社が何よりも重視するのは「コネクティビティ」(接続性)で、ピアリング数は300事業者を超える。IX(Internet eXchange)がデータセンター内にあるために、顧客はキャリアと直接つながることができるわけだ。CEOのSherman Tuan氏は、「世界中の約5000のISPを1ホップで接続したい。そのためには世界各国の戦略拠点到にファシリティ(設備)を置き、それらをダークファイバーで結んで構内ネットワーク化するのが合理的だ」と述べ、日本市場についても「やがて米国並みの規模になるだろう」と語った。

### 「今は赤字だが懸念はない」

現在、多くのインターネット関連企業は利益を出していない。なかでも設備投資に莫大なコストがかかるインフラ事業は損益分岐点も非常に高いと言われる。これについて



米アバヴネット・コミュニケーションズのCEO、Sherman Tuan氏。

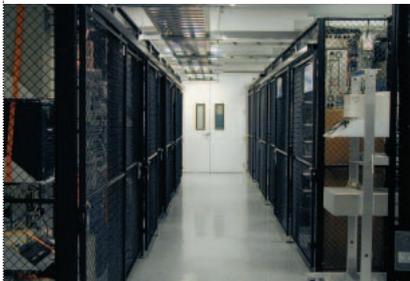
Tuan氏は「施設を作るには1年半~2年かかる。投資額も大きく、確かに現在は赤字だ。しかし現在の勢いは今後5年間は沈滞しないと考えている。その間はかなりの投資が必要だが、やがて安定したら大きなリターンが得られるので心配はしていない」と自信を示す。また「マーケティングに多額の経費をかける多くのB2C企業と異なり、当社が手がけるインフラ事業は“目に見える”ものなので市場の評価も高い。このことはマーケットを見ても明らかだ」とも語った。

急ピッチで施設を増やしている米国での事業は順調に見えるが、同社が掲げる「グローバル1ホップ」の実現には世界規模でのネットワーク構築が不可欠だ。その意味からも、6月にスタートする日本でのデータセンター事業は非常に重要な意味を持つ。

[www.above.net](http://www.above.net)



データセンター内部の様相(ロビー)。



San Jose 2内部のコロケーション。



ショッピングセンターを改築して設営されたSan Jose 2。

主なファシリティの規模

施設	コロケーションの面積	運営開始
San Jose 1	6000	1997年
San Jose 2	60000	2000年5月
San Jose 3	70000	2000年9月
San Jose 4	90000	2000年7月(着工)
Los Angels	85000	2000年9月

単位：平方フィート

## INTERVIEW 日本法人トップに聞く

当社のデータセンターは役割が明確で、「コネクティビティ」(接続性)でとことん勝負していくつもりだ。eコマースで成功する条件の1つである「いい環境で見せること」に対して、万全の接続性を顧客に提供していく。そうすることで、顧客は自社のサービスやサイトの使い勝手の向上に専念できるようになる。また、当社はアプリケーションサービスには手を出さないでインフラに特化している。顧客は自由に各社のサービスやアプリケーションを組み込める。この「中立性」は当社の大きな特徴だ。今後の日本市場で



アバヴネットジャパン株式会社代表取締役社長 森脇完二氏

は、携帯電話の動向に注目している。携帯がインターネットに直結し、それをきっかけにPCを使う人が急増することもあり得る。市場が一気に盛り上がったとき、当社が誇る接続性が求められるのは当然の流れだと思う。(談)

[www.abovenet.co.jp](http://www.abovenet.co.jp)



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。

古参運動家を感嘆させるネット時代の若者たち  
復活するアメリカ左翼の組織はUNIX風？



レポート: 田中 宇 (Sakai Tanaka)  
[www.tanakaneews.com](http://www.tanakaneews.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」を日本初の本格的な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。

内部対立を解消する  
「雰囲気監視人」

4月中旬にアメリカのワシントンで開かれたIMFと世界銀行による総会への反対運動の盛り上がりは、アメリカの左翼運動がベトナム反戦運動以来30年ぶりに復活したことを示すものとなった。

運動は融資によって貧しい国々を救うべきIMFと世銀が、逆に貧しい国々をいっそう貧しい状態に追い込み、先進国企業の利益に貢献しているとして両組織の抜本的改革や廃止を求めている。労働組合や環境保護団体のほか、学生組織やキリスト教会、奉仕団体などが運動に参加している。

今回の運動は昨年11月末にシアトルで開かれたWTO (World Trade Organization) 関係会議への反対運動の延長にあるが、2回の反対運動を通じて「バージョンアップ」した市民運動の機能がいくつかある。その1つが「雰囲気監視人」と呼ばれるものだ。これは、市民運動において議論の紛糾などにより内部対立が生じたときに、対立が解けるまで冷静な議論が続くように場の雰囲気を維持する担当者として、運動の事務局から任命され司会進行などの訓練を受けた人である。

また「エルフ」と呼ばれる人もいる。参加者が水や食料、プラカードの材料などに困らないよう、運動全体の後方支援を担う人だ。そのほかに「監獄救済担当」もいて、これはデモ行進中に警官隊と衝突して逮捕された人が拘留される間、その人の家庭の子供たちやペット、観葉植物などが放置されることを防ぐ任務である。さらに逮捕された際の行動規範を事前に教える担当者もいる。

市民運動のUNIXの  
デーモンプログラム

こうした最近のアメリカ左翼運動の運営方法から感じるのは「UNIXと似ている」ということだ。UNIX系のサーバーではメールの到着や新規のアクセス開始など、イベントごとに処理をする専門プログラムがいくつも待機状態にあり、「できごと」の発生を待っている。「デーモン」と呼ばれるこの機能と「雰囲気監視人」や「エルフ」はよく似ている。

今の市民運動は、一見するとかつてのベトナム反戦運動と同様に無秩序だが、よく見ると「デーモン」がいくつも待機していて、実は秩序が保たれている。彼らは電子メールで短期間に多くの人の参加を集め、大規模なデモ行進を展開するなど、インターネット自

Global Exchange (左)

[www.globalexchange.org](http://www.globalexchange.org)  
 グローバリゼーションに反対する市民運動のサイト。

Mobilization for Global Justice (右)

[www.ai6.org](http://www.ai6.org)  
 IMF総会が開かれた4月16日 (April 16) にちなんで命名されたIMFに反対するサイト。

体の活用もしている。

デモ行進の際は5人から15人で1つの「組」を作り、警官隊との衝突で指揮系統が失われても携帯電話で相互に連絡をとりながら各組が独自に動くようになっている。これもインターネット上のサーバーの仕組みと同じだ。

これらを担うのは20歳から30歳代の若者だ。彼らの知恵はベトナム反戦運動に参加した50歳代の運動家を驚嘆させている。「僕らは反感という感情をベースに戦っていたが、彼らはもっと現実的で、マスコミをどう使うかも熟知している」

進む「中道」の  
インターネット化

WTOとIMFを標的にした市民運動の「本当の敵」は「グローバリゼーション」である。金融の国際化、企業と社会のIT化、通信と交通の自由化と価格破壊などがその象徴

だ。しかし、実はこれらはすべて人類の意志決定や情報伝達がインターネット的になることに起因している。アメリカはその変化によ

って最大の利益を得た国であり、アメリカ人はインターネット化する世界の勝者なのだが、彼らの中からそうしたグローバリゼーション

に反対する市民運動が出てきて、しかもそれが「インターネット風」の構造を持った運動だというのはなかなかおもしろい。

## インターネットバブルが崩壊するとき アメリカで増える「燃えつきた人々」

### 人生設計を狂わされた ドットコム企業の社員たち

4月上旬、マイクロソフトに対するアメリカ連邦裁判所の有罪判決が下ったことを機に、アメリカのハイテク株が軒並み急落し、東京や欧州など世界中のハイテク株が売られた。この時に衝撃を受けたのは投資家だけではない。「ドットコム企業」と呼ばれる株式公開を目指すインターネット系のベンチャーに勤める社員の多くも、人生設計を大きく狂わされることになった。

ドットコム企業の多くは従業員に対してストックオプションを与え、やる気を引き出してきた。これは一定の価格で自社株を買う権利のことで、たとえば株式公開前の企業の社員に1株50セントで自社株を買う権利を5000株分与えれば、上場後に1株100ドルの値がついた場合、その社員は50万ドル(約5,000万円)近い利益を手にするようになる。

ドットコム企業が次々に上場し、高い株価をつけていた間は、オプションを糧に優秀な人材を確保できた。大手企業なら待遇は安定しているが、ドットコム企業の巨額な上場時の利益に比べれば、収入はわずかでしかない。そのため、これまで大企業はドットコム企業に人材を取られてしまうのが常だった。ドットコム企業の経営者は上場という「ニンジン」をぶら下げ、優秀な社員を休みなしに働かせることができたわけだ。

### ストックオプションが 単なる紙くずに

そんな錬金術の限界が見えたのが、4月のハイテク株の大暴落だった。上場しているドットコム企業の中には、株価が10分の1近くまで下がったところもあり、多くの企業の株

Illust : Harada Kaori

価が社員のオプション行使価格を下回ってしまった。オプションは通常、権利を得てから2年から5年たないと行使できず、上場後すぐには売れないことが多いため、いったんは大金持ちになることを約束された社員が急落によってその「夢」を失うケースも多い。

4月の暴落は赤字決算が多く、「可能性」だけで買われていたハイテク企業への不安が投資家の間に高まっていたところにインフレ懸念でアメリカの金利上昇予測が広がったのが主因とされている。

ハイテク株に代わる巨額資金の投資先は少ないため、相場自体は再上昇する可能性もある。しかし、これによりオプションが紙くずになる危険性が明らかになり、オプションよりも質上げを求める社員が急増した。資金不足のドットコム企業の跳躍に不可欠だったオプションの魔力が失われることで優秀な人材をひきつけられなくなったら、インターネット業界の活力そのものが失われる懸念もある。

### 繰り返される アメリカのバブル熱

その半面、老舗の大企業は盛り返してきて



いる。これまで「大企業なんて古い」と放言してきた優秀な人材が「オプションに人生を賭けて失敗するより、大企業の安定の方が良い」と考え直すようになったからだ。

その一方で、もう「カタギ」には戻れない人も多い。オプションで得られるはずの金額があまりに大きかったため、その夢から立ち直れず、普通のサラリーマンに戻る気がしない。「燃えつきた人」が多いと、あるコンサルタントがニューヨークタイムズに対して語っている。

これはまるで、19世紀後半にカリフォルニア州で巻き起こったゴールドラッシュの後のようだ。いや、そこまで歴史を遡らなくてもよい。つい数年前には、ニューヨークの金融機関に勤める債券ディーラーたちが、成功すれば巨額の収入を得た半面、失敗したら解雇もしくは牢獄行きというマネーゲームを展開したのも同様だろう。

その狂乱は、一昨年へのヘッジファンド崩壊とともに終わったが、今またインターネットバブルが繰り返されるのを見ると、結局のところアメリカが象徴する資本主義とは、燃えつきた人を次々と生み出すだけのシステムなのかもしれないと思えてくる。



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、ソニー、伊藤忠らが参入へ 明らかになる各ネット銀行の戦略

各ネット銀行の概要が明らかになってきた。インターネット専門銀行(ネット銀行)は、営業員も店舗も持たず、資金のやり取りは自行または提携銀行、郵便局、コンビニATMで行う。大幅なコスト削減を武器に、預金金利の優遇などで既存の銀行との差別化を図る各インターネット専門銀行の戦略に迫る。

砂田伊知郎 sunada@bug.co.jp

### ネットを軸に激しく動く銀行界

新たに設立されるネット銀行は、大きく3つに分類できる。第一に預金、貸出し、資金移動、決済業務を手がける「フルサービス型」。次に、決済などの特定業務に特化した「ブティック型」。第三に、既存の銀行の暖簾を借りて事実上は別銀行を運営する「バーチャル支店型」である。

「フルサービス型」を計画しているさくら銀行は、富士通と組んでニフティ会員をネット銀行の顧客として囲い込む戦略を採る。同様に、ソニーはSo-net会員を囲い込む戦略だ。双方とも会員数が100万人を超えるプロバイダーを関連企業に持っているのが強みだと言える。ちなみに、ソニーが計画するネット銀行にもさくら銀行は出資しており、ソニーの銀行がさくら銀行のATMや基幹システムを

利用したときにも、さくら銀行は利益を得られるビジネスモデルとなっている。一方、伊藤忠商事を中心に設立が計画されているイーバンク銀行は「ブティック型」の代表で、デジタルコンテンツやオンラインショッピングでの5万円以下の小額決済に注力したサービスを提供する計画だ。また、「バーチャル支店」戦略を採るソフトバンクは4月17日、スルガ銀行にバーチャル店舗「ソフトバンク支店」を開店した。近くスルガ銀行以外の地銀とも提携して店舗開設を予定しており、全国展開の計画もある。ただしネット銀行の主導権を巡っては、提携先の地方銀行側もしたたかなところを見せる。スルガ銀行は5月8日、同じくバーチャル支店「エスイーバンク支店」を立ち上げた。これはCSKが50%を出資する子会社「エスイーバンク」が運営するシステムエンジニア向け情報サイトの会員に対してサービスを行うものだ。

急成長する携帯電話市場や、今後の伸びが期待される情報家電の分野に向けた取り組みにも積極的だ。さくら銀行グループは、NTTドコモやNTT東日本と提携し、携帯電話やテレビを通じて取引ができる環境を整える計画だ。また、イーバンク銀行では、次世代携帯電話を電子財布として利用する技術を開発している。

### ワンストップサービスの光と影

ネット銀行がユーザーサイドに与えるメリットとして3点挙げたい。「金融サービス開発競争の激化」「ATM利用料を含む、銀行取引手数料の値下げ」「銀行の選択肢の広がり」だ。このうち一番重要なのは、全国規模で預金者の「銀行の選択肢が増える」ことだ。来年実施予定のペイオフ(1000万円までしか預金が保証されない)を睨み、経営に不安のある銀行から安全なネット銀行にシフトする動きも出てくるだろう。

逆に問題点としては「顧客の個人情報が漏洩する危険性」と「親会社の経営状況の影響を受ける可能性」を挙げなくてはならないだろう。今後は、銀行や証券、保険といった異なる業態をネット上で統合して運営するケースが増えてくる。そうなると、銀行で登録された情報が証券営業や保険営業のデータとして使われることになり、顧客情報の管理は厳密に行う必要がある。

三和銀行や日興証券も今後はネット銀行を設立する旨を発表している。外国勢でも、独BMWや英HSBCと米メリルリンチの合併会社が日本でのネット銀行参入を計画している。国内外を問わず、異業種からのネット銀行参入は当分の間続きそうな雰囲気だ。

主なインターネット銀行の概要(準備中含む)

設立主体	名称	サービス開始時期	取扱い業務
ソフトバンク、スルガ銀行	スルガ銀行「ソフトバンク支店」	2000年4月17日	預け入れ、貸し付け、資金移動、決済
さくら銀行 住友銀行、富士通、日本生命、 東京電力、三井物産、NTTドコモ	ジャパンネット銀行(仮称)	2000年上期	預け入れ、貸し付け、資金移動、決済
日本電子決済企画 (イーバンク設立準備会社) 伊藤忠商事、三井海上火災保険、 大和生命保険、クレスコ、ダイテック	イーバンク銀行(eBANK)	2001年初頭	デジタルコンテンツやオンラインショッピングなど、 小額決済に特化
ソニー さくら銀行、JPモルガン	未定	2001年前半	預け入れ、貸し付け、資金移動、決済

計画中：三和銀行、日興証券、BMW、英HSBCと米メリルリンチの合併会社

## 音楽配信サービスが次々スタート 乱立する音楽配信技術にはユーザーの混乱も

「フタを開けてみればすべてが順調に滑りだした」といったところだろうか。ここに来て音楽配信サービスが活況を呈している。昨年の喧騒とは裏腹に続々とレコード会社の参入が発表されているのである。そこには音楽配信プラットフォームを提供する会社の存在が大きい。が、過渡期ゆえの問題もある。

編集部 西田隆一

### 加速する音楽配信の裏に プラットフォーム提供会社あり

昨年、先陣を切ったソニーミュージックエンタテインメント(SME)の音楽配信「bitmusic」に一役買っていたSo-net(ソニーコミュニケーションネットワーク)が、4月6日に音楽配信プラットフォームを提供する新会社『レーベルゲート』を設立した。レーベルゲートには国内の名だたるレコード会社13社が出資・参画を表明しており、SMEに次いで4月25日はエイベックスネットワークがレーベルゲートを利用して音楽配信サービス「@MUSIC」を開始している。

一方、レーベルゲート設立発表前に、NTTコミュニケーションズは音楽配信プラットフォームの提供を目的とした実験プロジェクト『Arcstar MUSIC』を発表する。Arcstar MUSICには先のエイベックスを始めとするレコード会社11社が参加しており、実験プロジェクトと銘打ってはいるものの正式な商用化を視野に入れているのは間違いない。

レーベルゲート、Arcstar MUSIC両者の主な違いは、その音楽配信方式。現在のところIBMのEMMS方式(国内の名称はメディアダイレクト)を採用しているレーベルゲートでは、音声圧縮方式にソニーのATRAC3を組み合わせている(ただし、レーベルゲートはメディアダイレクトに固執してはいない)。慎重派のレーベルゲートをよそに、Arcstar MUSICではマイクロソフトのウィンドウズメディアテクノロジー(音声圧縮方式はウィンドウズメディアオーディオ)、NTTのソリッド

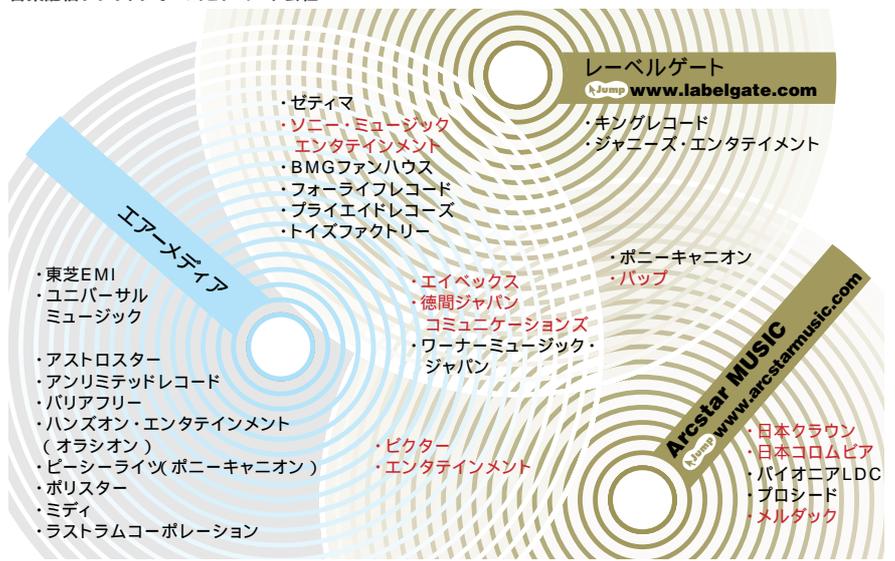
オーディオ(同TwinVQ)、エイベックスが採用したリキッドオーディオ(同AAC)と多様な配信システムを採用している。

### 次世代オーディオ覇権争いに ユーザーの戸惑いもある

これら配信システムは、次世代のオーディオ機器と大きく関連している。たとえば、レーベルゲート、つまりソニー陣営の場合は、ネットワークウォークマンなどのMGメモリスティックを中心とした携帯音楽プレイヤーの存在がある。また、Arcstar MUSICでは多種配信システムを採用しているものの、NTT開発のソリッドオーディオの存在が気になる。すでに数社からソリッドオーディオ対応の携帯音楽プレイヤーが販売されているが、そもそもソリッドオーディオの場合、パソコンではなく携帯音楽プレイヤーに音源を直接ダウンロードする方式を採用している。これ以外にもMP3はもちろんのこと、リキッドオーディオ対応音楽プレイヤーなどもある。

他方、次世代の携帯音楽プレイヤーとしての携帯電話も存在する。事実、NTTドコ

音楽配信プラットフォームとレコード会社



エアーメディアについては昨年9月30日に発表されたNTTドコモの音楽配信参加予定企業を参考にしている(ただしビクターエンタテインメントについては、EMDLB方式を採用するという理由による編集部での予想)。赤字は(実験も含めて)ダウンロード音楽配信を始めているレコード会社

モは松下通信工業と共同で携帯電話・PHSを利用した音楽配信プラットフォームを提供する企業『エアメディア』を2月に設立し、配信システムとして松下電器などが開発したEMDLB方式を採用している。すでにNTTドコモではSDメモリーカードを使った音楽配信対応のPHSを開発しており、5月末から音楽配信実験を開始する。

このようにデジタル音楽の流通と次世代オーディオ機器の覇権争いがはっきりと見える。コンテンツを持つレコード会社にとってみれば、標準方式の出現までは、配信企業各社に手を広げておきたいとの画策もあるだろう。未だ音楽配信について正式な表明のない東芝EMIやユニバーサルミュージックの動きも今後の状況を左右する可能性もある。

ただ、現状で見られる「配信技術」の乱立は音楽配信はユーザーの利便性を欠いているのは間違いない。ユーザーはレコード会社や配信システム、オーディオ機器でダウンロードする楽曲を選びたくないはずだ。日本は音楽配信の商用化についてすでに米国を先行し、国内の成功例がデファクトスタンダードとなる可能性も高い(米SMEは4月下旬よりbitmusicと同様の方式で有料音楽配信を開始)。今後の早急な技術統一に期待する。

## 「カナダ・ハイテク・シンポジウム」レポート カナダのIT産業の現状と課題

日本ではあまり知られていないことだが、実はカナダはケーブルネットワークやワイヤレスネットワークの分野で世界屈指の普及率を誇っている。5月15日、東京都港区のカナダ大使館にて催された「カナダ・ハイテク・シンポジウム」は、カナダのIT産業を考える貴重な機会となった。その模様をお伝えする。

本誌デスク：藤井貴志

### 高速インフラの普及がバネ

「カナダ・ハイテク・シンポジウム」は、カナダのインターネット関連企業による技術紹介のためのイベントで、当日はNewbridge NetworksやNortel、bid.comなど日本進出に積極的なカナダ企業26社が参加した。あいさつに立った駐日カナダ大使のレナード・J・エドワーズ氏は、カナダのIT企業が持つ先端技術の輸出の重要性を述べ、カナダ政府のIT産業への積極的なサポートを示した。また、通産省機械情報産業局電子政策課長の安延申氏は、「IT時代には、一国の中で完結する政策を考えるのは不可能。国際協力を考えて政策を講じる必要がある」と語った。

続いて、ジャーナリストのタイラー・ハミルトン氏、カナダ外務・貿易商のデビッド・ポストウィック氏、ZAQ Inc.のCEO ポール・アラード氏、バンクーバー・フィルム・スクール校長のジェームズ・グリフィン氏による講演が行われた。その後は参加したカナダ企業によって、日本でのパートナー獲得に向けたプレゼンテーションなどが行われた。

カナダの家庭への普及率

Source : Statistics Canada, 1998



レナード・J・エドワーズ氏(左上)、安延申氏(左下)、タイラー・ハミルトン氏(中上)、デビッド・ポストウィック氏(中下)、ポール・アラード氏(右上)、ジェームズ・グリフィン氏(右下)

シンポジウムではカナダのIT産業の現状も報告され、CATVやDSLといった高速インフラ普及率が高いこと、G7でもっとも通信費が安いこと、国民の56%が何らかの形でインターネットにアクセスしている(米国に次いで世界2位)ことなどが紹介された。

講演の席でポストウィック氏は、カナダ人の国民性を「広い国土を結ぶために鉄道や郵便、通信といったコミュニケーションのインフラは昔から重要だった。カナダ国民はコネクティビティーの重要性を理解している」と解説した。一方、ZAQのアラード氏は、テレビで電子商取引を行うコンテンツなどを披露し、2010年には63億ドルの市場規模が見込まれるというインタラクティブTVの将来性を訴え、日本企業とのパートナーシップをアジア進出の足がかりとしたい考えを述べた。

### IT産業の成長を阻む問題点

今回のシンポジウムでは、カナダのIT産業が抱える課題も考えさせられた。まず、カナダにおけるIT産業の発展の足かせとなっている大きな問題は、法人税率やキャピタルゲインの課税率が高いことだ。そのために、優良企業や優秀な人材が米国など海外に流出するという深刻な事態を招いている。1999年にトロント証券取引所でIPOした企業の数は4社。米国ナスダックの165社と比べて極端に少ないことから、この問題は明らかだ。

また、「シリコンバレー・ノース」と呼ばれる首都オタワをはじめ、トロントやカルガリーといった「クラスター」は、シリコンバレーやシリコンアレーと比べると規模が小さく、そのためにベンチャーキャピタルなどのビジネスを支えるインフラが整備されていないことも問題だ。これに対してオタワ州政府は、15.5%だった法人税率を8%に引き下げるとともにキャピタルゲイン課税の減税も表明、一方の連邦政府も、1億6000万ドルを投じてIT産業を支援することを明らかにした。

米国のIT産業が開いた大きな要因の1つは、政府の大胆な規制緩和による後押しだと言われている。日本でもIT産業育成のための法整備が盛んに議論されているが、官民が一体となって新しい産業を盛り立てる必要があるのは、日本もカナダも事情は同じようだ。

## 2001年は日本のインターネット転機になるか これから注目のインターネット博覧会

21世紀はもうそこまできている。紛れもない事実なのだが、まるでそれに確証がないかのように空虚さが漂うのは、何もいまに始まったことではない。しかし、かろうじて万博世代だと思われるインターネットマガジンの読者には、『インパク』は差し当たり新たな世紀を予感させる「手ごたえ」を与えてくれるのではないだろうか。

編集部 西田隆一

### 府県を始めとする 出展予定者の顔ぶれが明らかに

すでに各紙(各誌)が報道しているように、政府は今年12月31日から1年間、インターネット上で展開される記念行事『インターネット博覧会 = 楽網楽座 =』(通称: インパク)を実施する。

インパクは現実世界ではなく、インターネット上のサイトをバーチャルな「パビリオン」と位置付け、国、地方公共団体、企業、非営利団体などがテーマ性を持ったパビリオンを設けることで行事が展開される。すでにパビリオンの設営者の第一次募集は4月末日によって締め切られており、第二次募集も予定されている(時期は未定)。

現在、パビリオン設営参加の予定を表明しているのは、44府県と7政令指定都市(横浜市、川崎市、名古屋市、京都市、神戸市、福岡市、北九州市)およびエフエム東京、NEC、TBS、東芝、セイコーエプソン、テレビ朝日、フジテレビジョンといった企業。また、インパクを実施するにあたり、総理大臣のもとに有識者によって構成された新千年紀記念行事懇話会に名を連ねるNHK、NTT、ソニー、トヨタ、京セラ、松下電器といった企業も参加を表明している。

### 行事テーマに沿って パビリオンを「設営」する

これら「特定テーマパビリオン」と呼ばれる常設パビリオンでは、すでに国民から応募

された「行事テーマ」を参考に、各パビリオン設営者が行事テーマを掲げてコンテンツを作成することになる。また、パビリオンの活性を促すために、インターネットだけでなくリアルイベントの実施も奨励されている。

特定テーマパビリオンとは別に、個人も設営者となれる自由参加パビリオンも設けられており、まさに国全体で盛り上げる「祭り」的要素が強い。

5月16日にはインパクの普及や広報活動を目的とした非営利団体「インターネット文化振興協会」(通称: インパク協会)の設立が発表された。協会の理事長にトヨタ自動車会長の奥田碩氏が就くのを始め、各界の著名人が名を連ねる新千年紀記念行事懇話会の構成員が設立者となっており、インパクに対する各業界からの強力なバックアップも見込める。

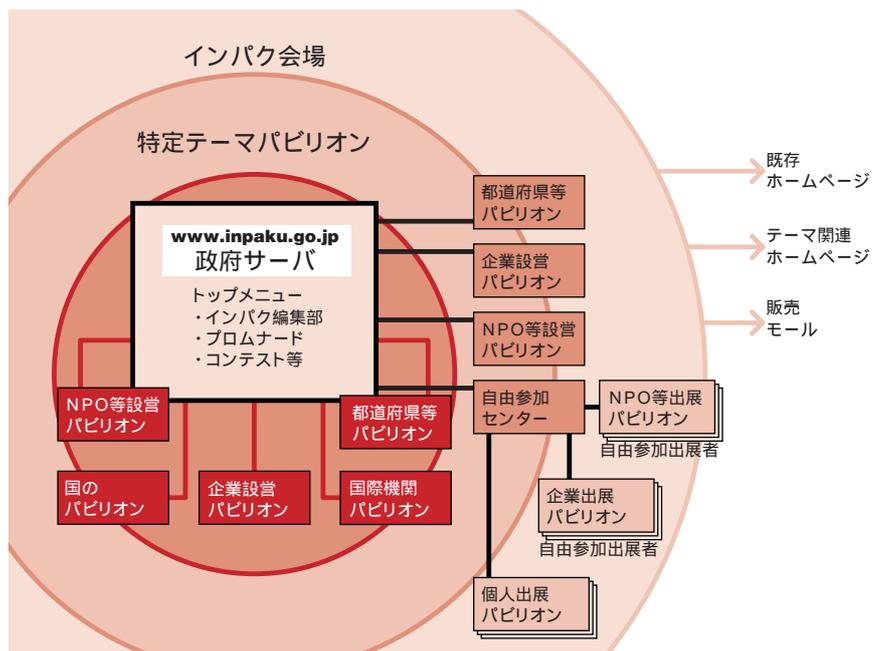
### 単なるサイト展示会ではない 「ねらい」は大きい

インパクトについては、かつて通産省時代

に日本万国博覧会(万博)を企画した堺屋太一氏らしい発想ではあるが、このような政府主導のイベントに対して揶揄する声もないわけではない。しかし、インパクは日本のインターネットに大きな変革をもたらす可能性も高い。

たとえば、昨今叫ばれているデジタルデバイドの問題があるが、インパクのねらいに掲げられたものの1つに「インターネットに触れていないひとが始めるきっかけ」がある。操作が複雑だと言われるパソコン主体のインターネットから、携帯電話やゲーム機といった簡易端末の利用を視野に入れ、子供や高齢者、視覚障害者といったインターネット利用者の裾野を広げる使命も持ち合わせている。また、日本というドメスティックな環境に留まることなく、特定テーマパビリオンの主要部分を英語や韓国語、中国語に翻訳も予定されている。もし、これらのすべてが果たされるのならば、間違いなくインパクは成功だと言えるはずだろう。

「何かおこそう2001年」。インパクが掲げたテーマから、低迷した経済情勢が続く日本に明るい光を与える「何か」のきっかけづくりを読みとるのは期待しすぎなのだろうか。



パビリオンでは広告の掲載や行事テーマに関連した物、コンテンツの販売もできる



今月の注目ニュース

# INTERNET Watch ダイジェスト

「INTERNET Watch」は日刊のニュースメディアです。  
このコーナーでは、INTERNET Watchの記事の中から注目記事をピックアップしてお届けします。

## メールで広まる「I Love You」マクロウイルスに注意

セキュリティ関連の団体やウイルス対策ソフトのメーカーが、メールで広まる新種のワーム(ウイルス)「I Love You」(「LOVE LETTER」「LoveBug」などとも呼ばれる)が世界的に流行しているとして、注意を呼びかけている。ワームのターゲットとなっているのは、マイクロソフト社のウィンドウズ版PIM & メールソフト「Outlook」のみ(Outlook Expressは含まない)ただし、メールソフトを問わず感染自体は起こる可能性はあり、ファイルが失われたりすることがある。

このウイルスは、知人などのアドレスから送られてきた「ILOVEYOU」と題するメールに、「LOVE-LETTER-FOR-YOU.TXT.vbs」という添付ファイルが付いており、受信側でうっかりそれを開く(実行する)と感染してしまうというもの。「.vbs」(VBScript)ファイルはメールでやりとりする可能性は稀なため、拡張子が.vbsのファイルをメールで送られてもそのまま実行しないようにしたい。

このワームに感染すると、Outlookのアドレス帳に登録されている人にかたっぱしから自動的に自分自身をメールで送って自己増殖する。そのため、メールを受け取った側には知人から来たメールに見えるわけだ。

また、受信者のマシンにある「.vbs」「.js」「.jpg」「.mp3」などのファイルを勝手に削除して回り、自分自身を同じファイル名で置く。ただし.vbs以外のファイルでは拡張子が「.vbs」になるので発見は比較的容易だろう。ほかの感染方法として、チャットソフト「mIRC」を通じた自己増殖もある。さらに、勝手に悪意あるプログラムをダウンロードする機能もあるが、このダウンロード元サイトが閉鎖されており実際は機能しないようだとも報告されている。



情報処理振興事業協会 (IPA) のセキュリティセンター [www.ipa.go.jp/security/](http://www.ipa.go.jp/security/)

すでに感染している場合には、下記のファイルが存在しているのでわかる。

- ・ c:\¥Windows フォルダに Win32dll.vbs
- ・ c:\¥Windows¥system フォルダに MSKernel32.vbs
- ・ c:\¥Windows¥system フォルダに Love-letter-for-you.txt.vbs

ほか、ウイルス対策ソフト各社は最新版の定義ファイルで発見できるよう対応している。また、セキュリティ調査機関の米CERT/CCでは情報とともに広く使われているメール配送サーバプログラム「sendmail」でのフィルタリング方法を紹介。一方、国内で広く使われているメーリングリストサーバソフト「fml」でも、フィルタリング設定が紹介されている。

このワームを手動で削除する場合には、ファイルの削除のほかレジストリ(システム設定情報)の書き換えも必要となる。自動駆除のツールをシマンテックやトレンドマイクロが無償公開しているので、自信のある人以外はそれを利用するのがよいだろう。

報道などでは、メールを開くだけで感染するように誤解を招く書き方もなされているが、ウイルス対策ソフトのメーカーによると、現在報告されている限りではそうしたメールソフトのセキュリティホールを突く機能はないという。ただし、前述したように、知人から来たメールに見えるため、うっかり実行してしまうことのないようにしたい。

また、ワーム自体はVBScript で書かれたプログラムのため、さまざまな亜種も報告されており、上記の機能とは違ったものも出てきている。これらの亜種は、一概にメールの題名やファイル名では判断できないため、.vbs ファイル自体に注意したい。

情報処理振興事業協会 (IPA) の緊急アナウンス  
[www.ipa.go.jp/security/topics/loveletter.html](http://www.ipa.go.jp/security/topics/loveletter.html)

シマンテックによる情報  
[www.symantec.com/region/jp/news/yearoo/ooos06.html](http://www.symantec.com/region/jp/news/yearoo/ooos06.html)

トレンドマイクロによる情報  
[www.trendmicro.co.jp/loveletter/](http://www.trendmicro.co.jp/loveletter/)  
日本ネットワークアソシエーツによる情報

[www.nai.com/japan/virusinfo/loveletter.asp](http://www.nai.com/japan/virusinfo/loveletter.asp)

[ 5/8 masaka@impress.co.jp / Watchers ]

## JPNIC、JPドメインの「不法占拠」紛争に解決手段提供へ

米国などを中心に、企業名や商標などのドメイン名をその企業より先に取得し、高額で販売したり、ウェブサーバーを置いておいせつ画像を掲載したりといった「サイバースクワッティング」(不法占拠)行為が問題となっている。現在gTLD(.COMなどの世界ドメイン)を管理するICANNではこれに対し、紛争解決のための調停手段を提供している。

日本でJPドメインを管理するJPNICも同様の調停手段の案「JPドメイン名紛争処理方針」(第一次答申)を発表し、説明会を開催した。現在のところ、10月より施行するべく論議を進めている。

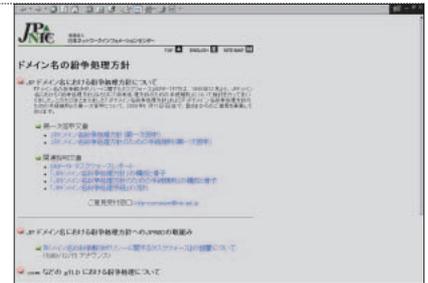
ドメイン名は短時間で取得できることなどから、時間と費用のかかる裁判や仲裁などの法的手段では対応しきれず、迅速で簡易な解決手段が必要とされている。また、現在の日本法ではサイバースクワッティングが商標権侵害や不正競争行為に該当するかどうか、判例または法律の整備を待たなければならない。JPNICではこれに対し、急速なインターネットの普及進展に追いつく必要があり、当事者間の合意による自主ルールで当面処理するよう、今回の処理方針を決めた。ICANNの処理方針では「ミニマル・アプローチ」(最小

限のアプローチ)がけられており、JPNICもこれを踏襲するとともに、実際の処理方針についてもICANNのものを元にしていく。

JPNICの処理方針では、「ドメイン名の不正な登録・使用」に該当する行為類型を、あらかじめ「実費金額を越える対価で転売することを目的に、登録」のようにいくつか例示。そして、申し立てがあったときに、別途設けられた「紛争処理機関」が不正な登録・使用に該当するかどうかを審査する。該当する場合にはドメイン名の取り消しや移転などを裁定する。説明会では一連の流れの例として、申し立てから裁定の通知・公表までおよそ55日ほどとした。

元になったICANNの処理方針では申立て人とドメイン登録者の間で書類等のやりとりが発生するが、JPNICではすべて紛争処理機関を経由してやりとりする。

登録機関であるJPNICは紛争処理機関の活動には関与せず、裁定の結果によってドメイン名の取り消しや移転を処理するのみとされている。紛争処理機関やJPNICは裁判のような強制執行力を持たないが、ドメイン登録の契約による拘束力は発生する。不服の場合などは当事者間での裁判所への提訴も別途



社団法人日本ネットワークセンター(JPNIC)  
www.nic.ad.jp/jp/regist/dom/drp/

可能で、そのため裁定から執行まで10日保留期間が置かれる。処置はドメイン名の取り消しや移転までで、金銭的な損害賠償などは別途裁判などによることになる。

紛争処理機関についてJPNICでは「現在国内に存在するこの分野を得意とする仲裁機関と接触中」としている。これについて、日本弁護士連合会による「工業所有権仲裁センター」の名も言われているが、JPNICではコメントを避けた。

現在のところ、申し立ての根拠は「商標」(登録・未登録)のみでよいか、人名はどうかなどが議論されているという。また、現行のJPNIC登録規則となっている「取り消し・移転の制限」「一組織一ドメイン名の原則」などを、紛争解決の運用上、見直す必要性などが検討されているという。

[ 5/16 masaka@impress.co.jp / Watchers ]

## beenz.com、日本で本格事業を開始～ウェブ通貨「beenz」が日本上陸

複数のウェブサイトで使えるポイント制度「beenz」サービスを手がける米国企業beenz.comが、日本で本格的に事業を開始すると発表した。

「beenz」とは、ウェブサイトへのアクセスやオンラインショッピングなど、ウェブ上のサービスを利用すると受け取れるポイントシステムだ。ポイントは自分専用の口座に入り、貯まった額に応じて商品やサービスの購入ができる仕組みだ。すでにbeenzのサイトは

米・英をはじめ7か国で立ち上がり、対応サイトは400以上となっている。サイトにとっては、beenzに対応することでアクセスユーザーや回数が増えるといったメリットがある。

日本での事業開始については、アジア地域のインターネット利用人口の半数近くを占めていること、また高い技術力を持つ日本でのサービス導入は、インターネットの世界をさらに成熟させるとの判断による。現在は5月末の日本市場向けサービス開始を目指し、対

応サイトによるコミュニティー作りを目指した営業やウェブサイト構築を進めている。ユーザーにポイント還元するシステムは、パナー広告閲覧による「パナーズ・ネットワーク」などが先発としてあるが、ウェブサイトやサービスを超越してポイントを貯蓄・使用できるのはbeenz.comが初めてとなる。

www.beenz.com (日本用サイトは準備中)

[ 4/26 aoki-m@impress.co.jp ]

INTERNET Watchでは、ウェブサイトと有料の電子メール  
新聞でニュースを配信しています(1,800円/6か月)

INTERNET Watch(ウェブサイト) [www.watch.impress.co.jp/internet/](http://www.watch.impress.co.jp/internet/)  
メールサービス購読申し込み [www.ips.co.jp/watch/info\\_in.htm](http://www.ips.co.jp/watch/info_in.htm)



## [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](mailto:im-info@impress.co.jp)