



今月のキーパーソン
PERSON on the WAVE

PERSON on the WAVEでは、今もっとも注目すべきキーパーソンにスポットをあて、時代の波を浮き彫りにします。



株式会社リクルート・アバウトドットコム・ジャパン
代表取締役社長 兼 CEO

江幡哲也 (えばた・てつや)

2000年6月、株式会社リクルートと検索サイトの大手である米アバウト社との提携により設立されたリクルート・アバウトドットコム・ジャパン社が、2001年2月14日、本格的に始動した。そこで今月は、同社の代表取締役社長である江幡哲也氏に、「All About Japan」という名のもとにスタートした同社のサイトの強みと今後の展開について聞いた。

聞き手：編集部
Photo：Takioka Kentaro



武蔵工業大学 電機電子工学科 卒業。
早稲田大学ビジネススクールマーケティング戦略コース終了。
1987年(株)リクルート入社。1996年より会員に対してIT
情報を個別に提供する「キーマンズネット」をウェブ上で展開
し、成功を収める。2001年6月、新会社設立にともない現職。

（ 専門家がガイドする雑誌感覚の検索サイト、それが「All About Japan」です。

「わからないことは人に聞く」がこのサイトのルール

「検索サイトってどうしてこんなに“つまらない”のだろう？」そう思ったのが、「All About Japan」(オールアバウトジャパン) **NJump** を作るきっかけでした。もう4年ほど前の話です。

検索サイトはなぜつまらないのか？ それはきっと、ただのデータベースでしかないからだだと思います。読みも的な価値はまったくなく、サイトのURLが並んでいるだけ。しかも、表示されるサイトの数が膨大で、どれを参考にしているのかわからない。これではつまらなくて当然です。「こんなものを見るくらいだったら雑誌を読んだほうがまだマシだ」とすら思いました。そこで私は、「自分がなにかを知りたいとき、結局は周りの人に教えてもらっている。最終的には、“その分野に詳しい人から提供される情報”によってこそ満足のいく回答が得られる。だったら、その仕組みを検索サイトに持ちこんでみよう」と考えたのです。

われわれのサイトでは、1テーマごとに「ガイド」と呼ばれる専門家を1人用意しています。現在、編集経験者、研究者、インストラクターなど、あるテーマに関してプロ並みの経験と知識を持たれている方が161人登録されています。ガイドには、ユーザーが求める情報をあらゆるシチュエーションを想定して先読みする能力が必要です。たとえば「イタリア車」のガイドは、「イタリア車パーツ」「イタリア車のアート」「イタリア車で行くイタリアメシ」など、イタリア車に関するありとあらゆるサイトを細かく分類して紹介しています。こうした発想は、ほかの検索サイトには

ないものです。また、ガイドが編集するニュースやコラムなどもあり、「雑誌」としての価値もあります。161のテーマがあるということは、161冊の雑誌があるのと同じことなのです。こうした「読ませる」検索サイトも、われわれ独自のものです。

情熱とサービス精神あふれるガイドの魅力

ガイドの選出には非常にこだわっています。基本的にウェブや雑誌などで「公募」していますが、誰でもなれるというわけではありません。応募者には4～6週間のトレーニングを受けていただき、最終的にはわれわれスタッフがガイドとして適切かどうかのジャッジを出すのです。トレーニングの内容は、なぜ推薦するのかという理由とともに自分のテーマに関連するサイトをカテゴリーごとに200サイト提出してもらうというものです。なかには「そんなにたくさん出すのですか？」と目を丸くされるかたもおられますが、あらゆるニーズに応えるためには200サイトくらいは出せないとい困るのです。

ガイドに共通している点は2つあります。1つは「テーマを探求する情熱があること」、もう1つは「自分が持っている知識をみんなに教えてあげたいというサービス精神があること」です。同時にこれは、ガイドとしてわれわれが求めていることでもあります。前者に関しては、あるガイドから聞いた「いい話」を紹介しましょう。そのガイドは「自分はこの分野に関してなんでも知っているつもりでいたが、たくさんのサイトを挙げてみて、まだまだ知らない世界が存在することに気付いた。もっとがんばろうという気持ちが湧いてきた」と言っていました。このように、好き

なテーマを探求する情熱は大切です。後者に関しては、そもそもガイドの仕事によって高い報酬を得ようとしていないということが挙げられます。われわれは固定給として3万円前後をお支払いしますが、それ以外は広告売り上げに連動した報酬を考えています。ですから、ガイドの仕事だけで食べていくというのは難しいでしょう。その条件でもいいという方は、純粋にガイドとしての役割に魅力を感じ、がんばりたいという精神があるのです。その気持ちもとても大切です。

また、われわれはガイドたちに、このサイトから「デビュー」してほしいとも考えています。特定の分野に関して秀でた知識や豊富な経験を持っているガイドたちの活躍が世間でも評価され、文壇やさまざまなメディアへと旅立ってくれたら本当にうれしいですね。

自分のライバルをパートナーに

私がやろうとしていることを実現し、すでに成功を収めている企業として米アバウト社には、構想段階から興味がありました。当時、米国ではすでに「アスクエキスパート」(専門家を使った検索サイト)の分野が急成長していました。そこで私は、同社との提携を胸に米国へと旅立ったのです。それが2年半くらい前の話です。幸い同社も日本進出を考えており、提携の運びとなりました。運営のノウハウは同社からもらいましたが、コンテンツに関してはお国柄もありますし、日本版ならではの内容になっていくでしょう。

日本国内でのライバルですか？ いまのところはいないでしょう。業界が活性化するためにはライバルが必要ですから、同業者は歓迎します。ただし、われわれは大手の検索サイトと肩を並べる「検索ポータル」の座を獲得するところまでを視野に入れています。どうぞご期待ください。

NJump recruit.about.co.jp



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。

移転裁定で崩れた「万能」先願主義

「goo問題」で見えてきたドメイン本格闘争時代

転売や妨害などの不正の目的で他社名や商品名と同じドメインを、登録・使用する行為を「サイバースクワッティング」（居座り）と呼び、米国では大きな問題になっている。

そんななか、大手ポータルサイトが国内のある企業にドメインの移転要求をして注目を集めていた「goo.co.jp 移転紛争」の裁定結果が2月7日に発表された。これまで「早い者勝ち」だったドメイン取得に一定の歯止めをかける格好になったが、日本でもドメイン紛争が本格化することを予測させる事件だった。

編集部：山本浩司

先行するアメリカの状況

「ドメイン闘争」の点でも米国は“先進国”だ。米国のドメイン紛争のルールを策定している機関「ICANN」のレポートによると、2000年ではのべ4500件あまりの裁定が申請されている。今年に入ってから2月1日までに、すでに500件を超える移転申請が出されているが、これは2000年同期の10倍である。

米国の傾向を見ると、商標を持つ企業がドメインの不正使用を訴える申請を行った場合は、登録者に対して移転・停止を命じる裁定が下されているケースが多い。

例を挙げれば、「marubeni.com」「cbs.net」「sony.net」など、企業名そのままのドメインのほか、「www.google.com」や「yahoo.com」のようにURLのタイプミス

想定したもの、「hitachi2000.net」「yahoo-usa.com」のような紛らわしいドメインに対しても移転を命じる裁定が下っている。

しかし、「jal.com」に関しては日本航空株式会社の請求を退け登録者の継続使用を認めた。所有する男性のイニシャルが「JAL」だったことなどが理由である。「.com」ドメインは「不正の目的」が認められなければ、先願主義が原則だからだ。

なお、「jal.com」は、日本の企業と米国在住の男性との争いだったが、「.com」は世界共通のドメインなので、どこからでも移転請求を出すことができる。逆を言えば、「.com」などのドメインの持ち主は、世界中から移転請求を出される恐れがあるのだ。

JPNICにおける ドメイン紛争手続き

ドメイン移転の申し立てを行うには、「登録者のドメインが商標などに酷似していること」「登録者に正当な権利がないこと」「登録者が不正の目的で登録・使用していること」の3項目のすべてを主張しなくてはならない。

JPNICが定める「不正の目的」としては、「転売目的でドメインを取得すること」「他者が所有する商標などを妨害目的でドメインを取得すること」「競業者の事業を混乱させるために取得すること」「紛らわしいドメインを



画面は転送先の「real.co.jp」のもの。
Jump www.goo.co.jp



ポータルサイト「goo」の画面。
Jump www.goo.ne.jp

現在の申し立て一覧(2001年2月19日現在)

手続開始日	ドメイン名	現状/裁定	現在の登録者
2000年11月13日	AXIS.CO.JP	取り下げ	-
2000年11月24日	GOO.CO.JP	移転	有限会社ポップコーン
2001年1月4日	YUZAWAYA.CO.JP	取り下げ	ユザワヤ商事株式会社
2001年1月15日	ITOYOKADO.CO.JP	移転申請を審議中	株式会社銀河
2001年1月25日	SONYBANK.CO.JP	移転申請を審議中	合資会社杏
2001年2月1日	ICOM.NE.JP	移転申請を審議中	アイコムネット
2001年2月8日	REDHAT.CO.JP	移転申請を審議中	マイ・サーバ・ルーム合資会社

使い集客して利益を上げることを目的に取得すること」などが挙げられている。

このため、「実費以上の買い取りを示唆する内容の文章を送付する」「オークションに出品する」などの行為があれば「転売目的でドメインを取得すること」と認定される可能性は高い。場合によっては、オークションサイト運営者に、証拠として出品の保全を依頼しなくてはならないだろう。

逆に、他者の商標などのドメインでも、商標などの価値を毀損せず、非商業的目的や公正に使用している場合は、登録者はドメインに関して「正当な権利」があると認められ、継続してドメインを使用できる。

なお、「.jp」ドメインに関する紛争は、JPNICが認定した紛争処理機関である「工業所有権仲裁センター」に申請して裁定を受ける。紛争処理機関から裁定が出された場合、申し立て者が登録者が裁判に持ち込まない限りドメインは移転しないしは継続される。

“goo.co.jp”に見る 万能先願主義の終焉

日本でも、米国を手本にしたドメイン紛争処理の方針がJPNICに設けられ、ようやくドメイン紛争処理の環境が整ってきた。

2月7日、大手ポータルサイト「goo」を運営する株式会社エヌ・ティ・ティエクス(NTT-X)が、岡山県の企業が所有する「goo.co.jp」の移転を請求して、これを認める裁定が下された。2月19日現在、登録者は裁定を不服としてNTT-Xを相手取り2月20日までに提訴することを表明している。

「goo.co.jp」は当初、女子高生とのコミュニケーション目的のサイトとして運営されていたが、1999年9月ごろから「real.co.jp」へ自動転送されるサイトになった。

注目すべき点は、登録時に「不正の目的」がなくても、その後「不正の目的」でドメインを使うことが移転理由として認められたことだ。「goo紛争」では「goo.co.jp」が転送サイトとなり事実上コンテンツとしては機能していなかったことが決め手となった。

今回は「ウェブ」で商標を持つポータル「goo」が、商標を持たない登録者に対して「goo.co.jp」の移転を求めた紛争だったが、異なる分類で同じ商標を持つもの同士の裁定ルールは見えていない。たとえば、株式会社プロトコーポレーションが発行する自動車雑誌の『GOO』は、1992年3月27日に「印刷物」で商標の出願をしている。ポータル「goo」が運営を開始する5年前だ。同誌は全国展開しており、知名度も高い。

別の事例では、大手信販会社のジャックスが「jaccs.co.jp」を所有する富山県の企業に対し、ドメイン「jaccs.co.jp」およびサイト上の表記に関して、「JACCS」の使用差し止めを求めて起こした裁判で、富山地裁はジャックスの訴えを認めた。

先願主義とは言っても、JPNICでは規約に違反のあったドメインや、ドメインの使用差し止めを命じる判決が確定した場合、ドメイン名の登録の取り消しや移転をできるようにしている。これらの件からわかるとおり、「登録したらあとは何をやっても良い」「ドメインを先取りして高額で売りつける」という「万能先願主義」時代は終わったのである。

日本でも始まる ドメイン本格闘争時代

2001年2月19日現在、「.co.jp」「.ne.jp」関係のドメイン移転請求の申請は4件が審議中だが、汎用jpドメインの登場で移転申請がさらに増えることが予想される。汎用jpド



自動車雑誌『GOO』のサイトの「goo-net.com」
Jump www.goo-net.com

メインは、すでにドメインを持つものに先願権を与えているが、その後の登録は自由なので、「.com」で見られた「yafuu.jp」「rtoyota.jp」「flesheye.jp」など「便乗ドメイン」と呼ばれるドメインの取得申請が容易に行えることにもつながりかねない。

なお、便乗ドメインの審査は迅速に行う必要がある。便乗ドメインによる売り上げがドメイン登録料などを上回っていれば、いくらでも便乗ドメインの登録ができるためである。悪質な多重登録者に対して、一定期間、裁定費用の負担やドメインの登録を禁止するなど、何らかのペナルティーを与えられる制度作りが求められる。

サイバースクワッシングが話題になった「多言語.com」も、ドメイン移転体制が整いしたい、多くの移転請求が出されるだろう。

商標などに関係するドメインに対して移転を命じる裁定が下されたことから、今年から日本でも米国並みにドメインの移転申請や、ドメイン使用差し止めの裁判が起こされるようになる。ドメイン紛争というよりドメイン「闘争」がこれからやってくるのである。

米国のドメイン裁定の例

裁定日	ドメイン名	裁定結果
2000年3月22日	pokemonzoo.com	移転
2000年3月22日	pokemons.com	移転
2000年5月16日	fifa-world-cup.com	移転
2000年5月17日	hitachizoo.net	移転
2000年5月17日	nintendozoo.com	取り下げ
2000年5月24日	postpet.net	移転
2000年6月16日	jal.com	棄却
2000年7月17日	aibo.com	移転
2000年8月21日	marubeni.com	移転
2000年9月1日	sony.net	移転
2000年9月22日	metallica.org	移転
2000年11月20日	ijuu.com	移転
2000年11月30日	walkman.com	移転



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。

100Mbpsが月額6,100円！待望の超高速ブロードバンド
usenのFTTH「GATE-01」正式サービス開始

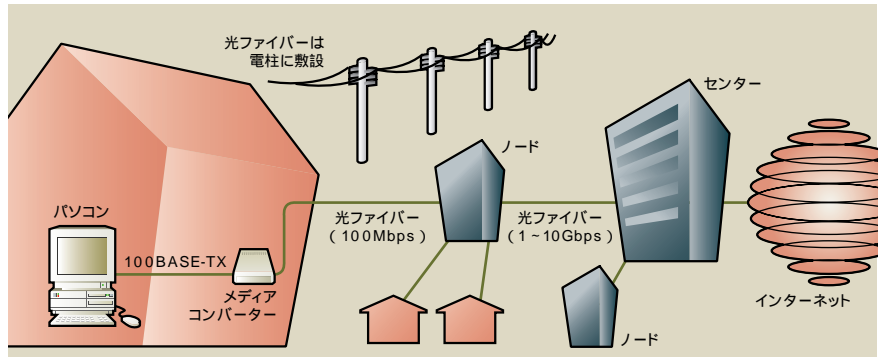
有線ブロードネットワークスは2月14日、光ファイバーによるブロードバンドサービス「GATE-01」を3月1日から開始すると発表した。100Mbpsという超高速であるにもかかわらず、料金は月額6,100円という安さだ。日本のインターネットのブロードバンド化は、このサービスの成功にかかっていると言っても過言ではない。

編集部：三柳英樹

IPに特化したネットワークで
100Mbps、6,100円を実現

有線ブロードネットワークス（以下usen）が開始する「GATE-01」は、光ファイバーを加入者宅まで引き込むFTTH（Fiber to the home）と呼ばれるサービスだ。通信速度は100Mbpsで、基本料金は月額4,900円、光ファイバーをイーサネットに変換する機器のレンタル料が月額900円、コンテンツサービスの利用料が月額300円となるため、合計で月額は6,100円となる。また、この料金内でパソコンは5台まで接続できる。

100Mbpsという超高速回線にもかかわらず、こうした低価格でサービスを提供できるのは、usenがネットワークをIPに特化した形で構築している点大きい。実際に、加入者宅からノードと呼ばれる設備までの回線には、光ファイバーを使ったイーサネットである100BASE-FXが使用されている。こうし



た汎用性の高い機器を用いているため、ネットワーク構築のコストは、これまでの光ファイバーを使ったネットワークに比べて大幅に削減できるという仕組みだ。

エリアは当面は東京都内
全国展開は来年以降

3月のサービス開始時点ではサービスエリアは世田谷区と渋谷区の一部に限られるが、今年の10月には東京23区と政令指定都市、来年の4月には全国のおもな都市にまで拡大される予定だ。サービスエリアはusenのホームページで確認できるほか、エリア外であっても申し込みの予約が行える。また、配線の問題になることが多い集合住宅についても、usenでは有線放送で30万件の集合住宅に対しての実績があり、そこでのノウハウを活かしてサービスを提供していくとしている。

GATE-01では接続サービスを提供するだけでなく、レコード会社や映画会社と提携することで、超高速回線を活かしたコンテンツの配信も提供する。こうしたコンテンツをそろえられるのも、これまで有線放送を手がけてきたusenならではの強みだ。

ただし、ここまで新しいサービスであるだけに不安材料もないわけではない。特に、入会希望者が殺到した場合に回線やサポートといったサービスの品質が維持できるかどうか

は気になるところだ。サービスエリアの拡大のためには、こうした課題を乗り越えていくことが必須条件となる。

ともあれ、これまで夢とされてきたFTTHが、現実のサービスとして登場したインパクトは極めて大きい。今後は同社のサービスエリア拡大とともに、他事業者の対抗サービスにも大いに期待していきたい。



GATE-01の概要を説明する、有線ブロードネットワークスの宇野康秀社長。

GATE-01 サービス概要

サービス名称	ホーム100 (個人向け)	オフィス100 (事業所向け)
月額料金	6,100円	11,000円
初期費用	33,000円	53,000円
通信速度	100Mbps	100Mbps
PC接続台数	5台まで	10台まで

サービスエリア展開予定

2001年 3月～	渋谷区、世田谷区
2001年 4月～	杉並区、目黒区、大田区
2001年 10月～	東京23区、政令指定都市
2002年 4月～	県庁所在地、30万都市
2003年 4月～	その他全国主要都市

Jump www.usen.com



GATE-01では、超高速回線を活かしたビデオオンデマンドなどのコンテンツも提供する。

ブロードバンド時代を乗り切る 日本インターネットプロバイダー協会が社団法人化

2001年2月1日に東京パレスホテルで「日本インターネットプロバイダー協会」(以下JAIPA)の設立報告会が行われた。今回の報告会は、2000年12月28日に郵政省(現総務省)からの社団法人設立認可を受けて行われたもの。これまでは任意団体であったため、資金面の問題などから、思うような活動ができなかった。今回の社団法人化で、プロバイダー業界団体の活動はどのように変わるのだろうか。

編集部：安達崇徳
Photo：Nakamura Tohru

プロバイダーの情報交換の場であるJAIPA

2月1日に東京のパレスホテルで行われたJAIPA社団法人設立報告会で、JAIPA会長の渡辺武経氏(ニフティ株式会社社長)は「JAIPAの最大の使命は企業とユーザーと行政の橋渡しだ」と述べた。

そもそもJAIPAは、5年にわたって活動してきた地域プロバイダー協会が、@niftyなど大手のプロバイダーらを加えて99年12月に発足した業界団体。現在は200社あまりのプロバイダーなどの会員で構成されている。

プロバイダー業界は、クラック対策のセキ

ュリティーといった技術的問題をはじめとして、プライバシー保護などの法律問題、ベンチャー企業支援などといった課題を数多く抱えている。

これまでJAIPAでは、各プロバイダーが単独では解決できないこうした問題に取り組む「場」を提供する役割を担ってきた。

しかし今日、インターネットユーザーは3500万人と言われるまでに増え、ADSLやCATVインターネットなどの高速常時接続環境の整備も進んでいる。それにとまひ、各プロバイダーが抱える問題も大きく変わってきた。

社団法人化によりさらに充実した活動を展開

今日、JAIPAが社団法人化したことのメリットは2つある。1つは資金面だ。任意団体では運営資金を基本的には会費だけに頼らざるを得なかった。社団法人になることで関係省庁からの補助金を受けられるようになる。これによりIPv6など次世代技術なども積極的に推進できる。

次に、行政とのつながりが強くなることが挙げられる。インターネット関連の審議会や研究会への参加ができるようになるため、これまで以上に関係省庁へのさまざまな働きかけや意見提出も容易になる。

このほかにも今後JAIPAでは、教育関係におけるウェブサイトのフィルタリング技術の研究や、さらには利用者の窓口を作るなどして健全なプロバイダーの育成を促していく。

 www.jaipa.org



設立報告会には役員をはじめ多くの国会議員があいさつをした。写真はJAIPA会長の渡辺武経氏(ニフティ株式会社社長)。



「21世紀の経営革命」と題した設立記念講演を行った一橋大学教授の米倉誠一郎氏。



社団法人の設立が認可された2000年12月28日。郵政省(現総務省)にて(編集部が撮影)。

ビジネスチャンスが詰まったソリューション展「NET&COM21」レポート

2月7日から2月9日まで、千葉県の日本コンベンションセンターで、e-時代のソリューション展「NET&COM21」が開催された。9年目を迎える今年は過去最多の207社が参加し、企業がいま必要とする最新ネットワーク構築ソリューションからセキュリティ、ウェブ開発ツールなどが一堂に会した。

編集部：太田美有紀

Bluetoothを筆頭に無線化が注目

「NET&COM」の目玉と言えば、企画展の「ネットワーク最前線」だ。今年は、「家庭内ネットワークの無線化」をキーワードに、無線LANやHome PNAなどの製品が並んだ。アイ・オー・データ機器が1月に発売したばかりの「WN-B11」シリーズやメルコのAirStationなどの無線LAN製品が並びながら、目新しいのはエアアイコーポレーションの「Red-M 3000AS アクセスサーバー」だ。Bluetooth技術を利用してネットワークを無線化するほか、インターネットゲートウェイとして、Bluetoothで接続した端末のインターネット接続や、ウェブサーバー、メールサーバーなどの各種の機能を提供する。Bluetooth 1.0技術をサポートするが、今年半ばにも登場するバージョン1.1への対応を待ってから発売される。そうすると、各社から同時期に一斉に発売されるBluetooth用アクセスポイントやPCカードと互換性を保って利用できることになる。

Bluetooth製品は、場内の随所で見受け



エアアイコーポレーション「Red-M 3000AS アクセスサーバー」はLinuxベースのサーバーだ。



各社のデモンストレーションコーナーは常に盛況だった。

られた。富士通デバイスが出展した「Bluetooth データアクセスポイント」は宇宙船を意識した形状やパステルカラーが目を引く。発売は6月の予定だが、当初は1色での販売になるそう。Bluetooth標準化への流れで、ニシヤマなどの計測器関連メーカーからはプロトコルアナライザーが登場した。

また、IEEE802.11bに対応する松下電送システムの「ホームルータ SJ6」は、IPv6を標準でサポートする。デモではルーターを紹介したIEEE1394とイーサネットそれぞれ接続した2台の擬似デジタルテレビにアニメ番組を流していた。微妙な時差を感じないほどクオリティーの高い映像を提供した。

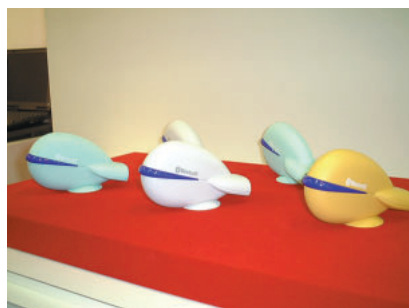
ビジネス支援の新サービスも登場

このほかにも会場には「ASP」「モバイル/ワイヤレス」など数種類のパビリオンが設置された。GIS（地図情報システム）パビリオンでは、ウェブ上の地図「インフォマッピング」を提供するASPのパスコが、一般に無料で公開している地図データを元に、ユーザー

独自の地図を構築する有料サービス「My Map」を紹介した。不動産会社など向けに、地域に密着した地図情報を個別にカスタマイズして作成するサービスだが、このような地図系ASPは、営業支援やマーケティング分野に積極的で、さらにPDPAやGPSと連動したビジネス提案までも行っている。

一方、常時接続環境が急速に整備されているいま、「eラーニング」に注目したい。IT技術者の養成など、企業の研修にもインターネットを利用する動きが目立ってきた。スマートリンクやNTTラーニングシステムズが学習システムを提供するが、個人での受講はもちろん、企業が講義単位で買い取るケースが多いという。ブロードバンドの普及次第で、リアルタイムに質疑応答ができるサービスの登場もそう遠くはない。

ここに紹介したのは、ほんの一例にすぎないが、NET&COM21は、テーマでもある「情報ネット・システムで21世紀を勝ち残る」ために、自社への導入と、新たなビジネスチャンスを見出す絶好の機会だと言える。



富士通デバイスが出展した「Bluetooth データアクセスポイント」。一風変わった形状と色が目を引く。



IEEE1394を搭載した松下電送システムの「ホームルータ SJ6」は、IPv6を標準でサポートし、製品化が待たれる。

iモードに続き固定回線でも一人勝ちを狙う NTT地域会社が「Lモード」の認可申請を完了

普通の家庭用電話でも、iモードのようなインターネットサービスを使えたら...。その要望に応えたのが「Lモード」サービスだ。2月15日にNTT東西会社が認可申請を行ったのを機に、Lモードの課題と要望を挙げた。

大和賢人
KentYamato@aol.com

新規性に乏しいコンテンツ

LモードのLは、Living、Lady、Local、Largeなどを意味しており、これには「生活に密着した地域の情報を、主婦など女性を中心に、操作性のよい大きな画面で提供しよう」というコンセプトが込められている。しかし、サービス開始時点でのコンテンツはiモードのコピーのようなもので新規性は見えない。Lモードでは、「メニューコンテンツ」と呼ばれるiモードの公式サイトコンテンツに相当するものが設けられるが、iモードのコンテンツプロバイダーから不評を買ったシナリオを再演することで、Lモードの閉鎖性が新たに問題となる懸念も残る。

常時接続およびパケット通信対応がトレンドとなっている今日、Lモードは、なんとダイヤルアップ接続および回線交換でサービスを行うのだから驚きだ。ぜひ“Always On”を売りにしたISDNのパケットモードを使い、BチャネルパケットやDチャネルパケットの特長を活かしつつ新規性のあるサービスを開発して欲しかった。また、インターネットの世界ではインスタントメッセージ時代に突入しており、メール着信の自動表示機能くらいはあたりまえではなからうか。いっぽう、迷惑メール防止のフィルタリング機能は評価できる。

また、家庭への普及を考えるのならば、契約単位にも工夫が必要だ。Lモードでは1契約回線につき1番号1契約1電子メールアドレス（ISDNのiナンバー契約を行えば、番号ごとに電子メールアドレスが取得可能）だが、電子メールアドレスは日本の平均家庭の家族人数分くらいは同一料金で対応し

てほしいものだ。家庭単位で1電子メールアドレスではプライバシーはどうなるのか。AOL並みにシングルアカウント7アドレスとは言わないが、ホームファックスですらプライベート受信できる昨今であるし、そうすればiモードとの差別化も見込めよう。

広がるLモードの可能性

Lモードのビジネスモデルは、基本部分がiモードの丸写しであり、これで2匹目のドジョウを狙うのはシナリオに無理がある。だから、巨大地域電話会社として持てるリソースを活かした味付けが欲しい。

たとえば、NTT東西会社が有する最強のコンテンツともいえる電話番号に着目したアプローチ、つまり、日本版ミニテル（フランスの情報通信端末）、新エンジェルノート（NTTの電話番号検索端末）としてのアプローチだ。これまでの電子電話帳の枠を大きく超え、有線電話、携帯電話、電子メール、URL、IPアドレスなどIT時代に必要なすべてのユーザー識別コードを網羅するわけだ。

さらに欲をいえば電話加入者個々にウェブページを提供し、加入者参加型で5300万加入者全員がコンテンツプロバイダーに成り得るようなアプローチを考えてはどうか。もちろん、不特定多数のユーザーに見られたくない項目には電子鍵をかけるなどの工夫は必要になる。

そして、NTT以外のキャリアの加入者データも含められたら強い。携帯電話の普及率が75パーセントを誇る携帯電話先進国のフィンランドでは4つの携帯電話事業者がそれぞれの加入者データベースを統合し、掲載率95パーセント以上を誇る電子

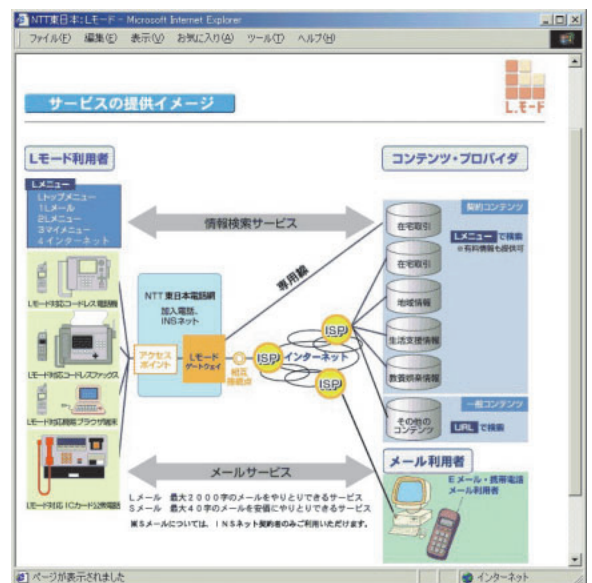
発表されたLモード端末は、既存の電話機に近いシンプルなもの。右下にあるのがLモードボタンだ。



電話帳サービスをGSMのSMS（ショートメッセージサービス）やWAP上で展開している。翻って、携帯電話加入者数で世界トップレベルの我が国は、携帯電話の番号情報ビジネス分野ではあまりにもお粗末だ。この弱点を補えるようなサービスをLモードで実現するスーパー電子電話帳サービスを考えてほしい。こうすれば、県間通信などに関して意義をとらえている他の通信会社もLモードに協賛してくるだろう。また、IPv6時代を先取りし、家電製品に付与されるIPアドレスを使って家電をリモート制御できる未来型ホームコントローラー機能を未来のLモード端末で実現してほしい。それこそがLモードに差別化できるキラーアプリケーションかもしれない。

www.ntt-east.co.jp/Lmode/

www.ntt-west.co.jp/Lmode/



Lモードは、加入電話およびINSネット契約者を対象に、家庭の電話機やファックスから利用できるiモードの固定電話版のようなサービスだ。当初はバンキングなどの情報サービスと最大2000字のメール送受信サービスが提供される予定。

Cobalt Qubeでサーバー・アプライアンスに本格参入 サンが狙うサーバー市場の完全制覇

今後大きな成長が見込めるサーバー・アプライアンス分野に、サン・マイクロシステムズが参入。Solarisとアプライアンスでライバル社の製品を挟み撃ちにする戦略が公表された。編集部：山本浩司

Cobalt QubeとNetraで PCサーバーを迎え撃つ

サン・マイクロシステムズ株式会社は、サーバー・アプライアンス製品「Sun Cobalt Qube3J」(Cobalt Qube)を出荷した。これまで同社は、「Solaris」ベースのサー



Cobalt Qubeの背面写真。Auto-Configureを選択すると、必要な設定を自動で行う。

バーを提供していたが、Cobalt Qubeの提供でさらに、SOHO・中小企業・教育機関をもターゲットに据えたことになる。

なお、サーバー・アプライアンスとは、特定の用途に特化したサーバーのことで、専門知識がなくても容易に管理・運営が行えるのが特徴だ。サーバー構築・運営のスタッフを用意する必要がないため、専門家を雇う余裕のない中小企業、自由に使える部門サーバーが欲しい部署に最適なソリューションである。

今回出荷されたCobalt Qubeは、ウェブサーバーやメールサーバー、簡易ファイアウォール、クロスプラットフォームのファイル共有などの基本的なサーバー機能を提供している。ユーザーの追加などの運用業務は、すべてブラウザ上から行えるようになっており、UNIXのコマンドなどを使う必要はない。

Cobalt Qubeはサン・マイクロシステムズの戦略上、重要な位置にいる。同社では



これまでのUNIXサーバー分野に加え、Cobalt Qubeで新しくアプライアンス分野に本格参入する。

Cobalt Qubeと、ラックマウントサーバーのNetraで、PCベースのサーバーを挟み撃ちにする戦略を立てているからだ。

そのため、Cobalt QubeはアーキテクチャーをMIPSベースから変更、インテル互換のCPUを搭載し、OSにはLinuxを採用している。普及しているプラットフォームを採用することで、多くのベンダーが参入しやすい環境にしているのだ。すでに約1600社の開発表明を取り付けていることから、同社がCobalt Qubeに寄せる意気込みの強さを感じられる。

速報! ウィンドウズXPに見る次世代PCの形 マイクロソフトの新しいテーマは「体験」

マイクロソフトの次期OS「ウィンドウズXP」はこれまでのウィンドウズとはまったく違うデザインで登場した。公開されている情報から見て取れるウィンドウズの新しい姿を追う。編集部：山本浩司

画面デザインは大幅に変更、 ブラウザとの融合が進む

2月13日(現地時間)、米マイクロソフト社は、シアトルで開催された「Experience Music Project」で、次世代のOS「ウィンドウズXP」を発表した。ウィンドウズXPはこれまで「Whistler」というコードネームで呼ばれていたOSで、ウィンドウズ2000の技術を採用している。

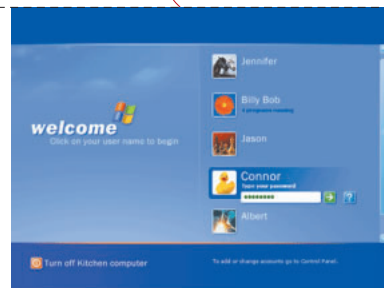
ロゴデザインが変更されていることからわかるように、ウィンドウズXPはこれまでのウィンドウズシリーズとは、かなり異なる特

徴を持つ。

まず、画面デザインや配色に大幅な変更が加えられ、原色を多く使った外観になっている。「スタートボタン」と「タスクバー」そのものは残るが、色や大きさなどが大きく変わっている。しかしながら、「ウィンドウのクローズボタン」の位置など、操作における主要な要素は変更されていないので、これまでのウィンドウズユーザーなら、すぐにウィンドウズXPに移行できるだろう。

家庭やオフィスで複数の人がコンピュータを共有することを強く意識して、ユーザーアカウントの作成が簡単にできるようになっている。これまでのマルチユーザーOSと違い、ログアウトや再起動をしなくても、瞬時にユーザーアカウントの切り替えが行える。

なお、公開されたインターフェイス画面を見るかぎり、インターネットエクスプローラや



スタートページは、このように各ユーザーのアカウントが並ぶだけのシンプルなものだ。

アウトLOOKエクスプレスといったソフトのアイコンは変更されていないようだ。また、これまで以上に「ウィンドウシステムとブラウザの融合」が進み、たとえば「My Pictures」フォルダーにある画像を、ウィンドウ内でサムネイルを見ながら簡単な操作で編集したり共有を設定したりできるといった機能も強化されている。

現在はベータテスト中で、マイクロソフトでは2001年後半の市場投入を目指している。

www.microsoft.com/windowsxp/

ASIMO や着信メロディーの開発者も登場 第6回 AMD Award 授賞式開催

社団法人デジタルメディア協会（以下、AMD）は2001年2月1日、昨年1年間に発売、発表されたデジタルコンテンツのなかから特に優れた作品を表彰する「第6回 AMD Award」を東京青山ダイヤモンドホールにて開催した。そこで今回は、ASIMO や着信メロディーのほか、2000年に世間を賑わした作品が勢ぞろいした授賞式の模様をインタビューを中心にレポートする。

編集部：中野果林

株式会社ポイジャー
代表取締役 / 萩野正昭氏



インターネット業界は、ぱっと出てぱっといなくなる企業が多いですよ。そうしたなか、10年間

にわたって淡い商売をしごとくやってきたことが、今回評価されたのだと思います。受賞作品はどれもエンターテインメント指向が強いですね。ですが、どんなにデジタルメディアが進化しても、文字の価値は変わりません。今回、いただいた賞を励みに、21世紀も頑張ります。

有限会社スプー
代表取締役 / 川崎和哉氏(右)
同取締役 / 一瀬大志氏(左)



『OOPS!』はユーザーあつてのサイトですから、今回いただいた賞もユーザーがもらったものだと思っ

ていますし、「おめでとう」の言葉はユーザーに贈りたいです(川崎氏)。現在は投稿サイトとしてなり立っていますが、今後は、いい記事を投稿している人に直接アプローチできる“音楽系出会いサイト”のような双方向コミュニケーションの場も作っていきたくと思っています(一瀬氏)。

「ドットブック/立て書き・立ち読みシステム」で見事、大賞/総務大臣賞を受賞した、株式会社ポイジャー社。



今回、大賞および各部門賞の栄冠に輝いた受賞者たち。



東京系井重里事務所
糸井重里氏



とりあえず24時間やるべきことをやり、そのなかにある「5秒のひらめき」を大事にしたいと思っています。

そういう意味でも『ほぼ毎日イトイ新聞』をやっているのですが、こういうのんびりとした仕事で評価されるのも問題なので、やはり「1年を5秒で遊ぶ」のが理想です(笑)。本当の意味での豊かな通信環境とは、マシンだ通信速度だと言わなくなったときに訪れるのだと思います。

株式会社ゼン
代表取締役社長 / 宮田人司氏



今後も新しいメディアやテクノロジーの「きっかけ」を提供していきたいと思っています。個人的には、21世紀はなるべくラクして儲けたいです

ね(笑)。また、会社としては、みなさんがびっくりするような企画をたくさん用意しています。残念ながらまだ内緒なのですが、どうぞ期待しててください。今後もめまぐるしく変化するインターネット業界の波に乗り続けていきたいですね。

2000年を象徴する受賞作品

マルチメディアのアワードとしてスタートしたAMDだが、かつては受賞作品のほとんどがCD-ROMであった。しかし、今回の受賞作品を見てみると、大賞に輝いたドットブックをはじめとしてインターネットに対応した作品が圧倒的に多く、オンラインコンテンツのクオリティーがこの数年で格段に向上したことを象徴していた。

第6回 AMD Award / 全受賞作品

部門	受賞作品名	制作
大賞 / 総務大臣賞	ドットブック/立て書き・立ち読みシステム	㈱ポイジャー
Best Producer	アルファベット	㈱NHK エデュケーションル
Best Director	ユニクロドットコム	㈱ファーストリテイリング
Best Music Composer	OOPS! Music Community	㈱スプー
Best Visual Designer	マンダラ・コスモロジー チベット仏教の心と芸術	㈱デジタルログ
		㈱プロペラ・アート・ワークス (㈱カンパニー・カンパニー)
Best Writer	アブサラス	㈱コーエー
Best Programmer	ファンタジーオンライン	㈱ソニックチーム
海外作品賞	EXPERIENCE T MUSIC PROJECT	米EXPERIENCE MUSIC PROJECT社
	Diablo II	米Blizzard Entertainment社
審査員特別賞	プレイステーション2	㈱ソニー・コンピュータエンタテインメント
	椎名林檎 インターネット・ライブ	東芝EMI(㈱)
功労賞	糸井重里	
技術賞	ASIMO	㈱本田技術研究所
	Napster	米Napster社
	google.com	米Google社
ミレニアム特別賞	i-mode 着信メロディー配信システム / サーバー開発	㈱ゼン

新サービス「プレミアムオークション」が3月にスタート予定 非広告事業でも収益化を狙い始めたYahoo! JAPAN

ゴocomの閉鎖、エキサイトやライコス
の買収、米国では広告を収益源とするメ
ディア企業が次々に苦境に立たされてい
く--。では、日本ではどうなのか。国
内で1人勝ちといわれるメディア企業の
Yahoo! JAPANのビジネスモデルを再
検証してみた。

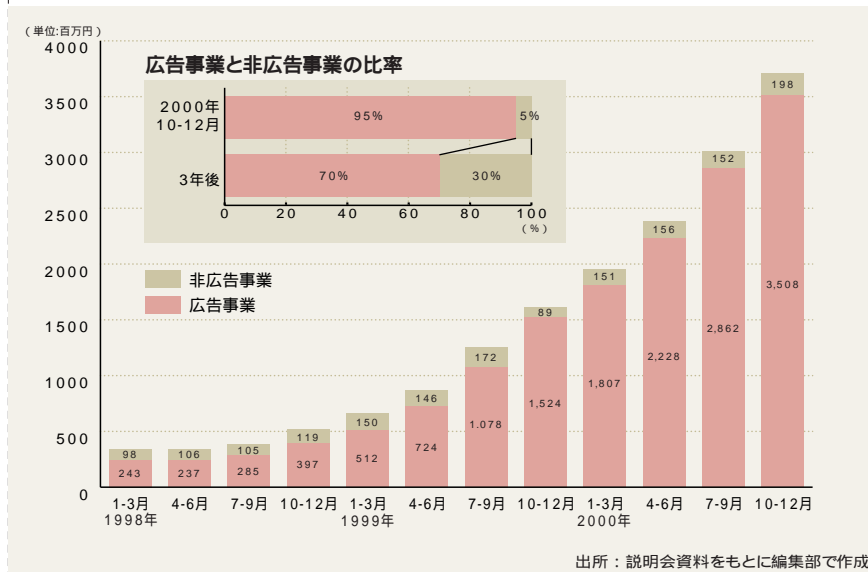
編集部：茶畑弘美

オークション有料化で安全性を

2001年1月16日、Yahoo! JAPANが行
った「2000年度第3四半期事業概況説明
会」の中で発表されたオークションの有料化
が波紋を呼んでいる。発表後には同社に問
い合わせが殺到したため、急速「有料化に関
する中間報告」をウェブ上に掲載したほどだ。

Yahoo!オークションの有料化とは、ユー
ザーから500円以下の月額固定参加費を徴
収し、有料にすることでユーザーにとって敷
居を高くして違法行為を排除することを狙う
ものだ。決済手段としてクレジットカードを
採用することで、ユーザーの本人確認も徹底
する。有料化と本人確認システムの導入にと
もなって、現在は月に約200万点にもなっ
ている出品数や参加者数は一時的に減少する

Yahoo!JAPANの売上高推移



だろうが、利用者がある程度絞り込むことで
信頼感の高いサービスを提供し、それによ
って取引増につなげていくことに方法を切り替
えたわけだ。

Yahoo! JAPANは、メディア企業として
質の高いコンテンツを提供し、リーチを上げ
ることによって広告収入を得るビジネスモデ
ルだ。そのため、今まではユーザーに対して
すべてのコンテンツを無料で提供してきた。
そしてオークションの有料化にあたって、こ
の基本戦略が変わったわけではない。

今回の有料化は収益を狙ったものではな
く、あくまでもシステム投資や事務手続き、
手数料などにかかるコスト負担の一部をユー
ザーに課したものだ。「ジオシティーズ」でホ
ームページ容量をさらに増加したいユーザー
に対して課金するなどの「プレミアムサービ
ス」も、ユーザーにシステム投資を一部負担
する戦略の1つだ。

収益化を狙う企業向けサービス

基本戦略は変わらなくても、実は広告事業
ではないところで完全に収益を狙ったサービ
スの提供も本格的に考えられている。ここで

2000年度第3四半期
事業概況説明会



2000年度第3四半
期事業概況説明会で
語る社長の井上雅博
氏（ストリーミング）。

取り上げる企業向けサービス「Yahoo! プレ
ミアムオークション」や、企業による社内外
向けの情報発信をサポートする「ビジネスエ
ンタープライズサービス」はすべて有料サー
ビスだ。

すでにサービス提供が決定しているのは
「Yahoo!プレミアムオークション（BtoC）」
で、3月にサービスを開始する予定。これは
企業が「Yahoo!オークション」の個人ユー
ザーを相手に商品を出品できるサービスで、
効率よく一括出品するためのシステムツール
も提供される。料金については、すでに同社
が実施している「Yahoo!ショッピング」の出
店費用と同様に、月額5万円程度の固定費
と、落札代金に対する3~5パーセント程度
の課金を行う予定だ。

これら非広告事業が売上高に占める割合
は現在5パーセント程度だが、Yahoo!
JAPAN社長の井上雅博氏は「今後3年で20
~30パーセントの比率にしていく。ただし、
設備投資など開発費もかさむため利益率が一
時的に悪化する可能性もある」と述べている。

今回の発表では、同社が無料サービスを基
本とした広告ビジネスをするメディア企業で
ありながらも、高品質なサービスや付加価値
を求めるユーザーには、それを実現するの
に必要なシステム投資をユーザー自身が一部
負担する方法を取り入れたことが受け取れる。
また、景気に左右されやすい広告事業以外
に、プレミアムオークションのように直接収
益を得られる非広告事業にも本格的に取り組
んでいく姿勢は、強固で多様な収益基盤を長
期にわたり築いていく方針の現れだろう。
1996年の設立から5年経ち、同社の展開が
第2ステージに入った感がある。

アナリストレポート 電子政府インフラ投資がカギを握る IT業界の干天の慈雨となる補正予算の役割

昨今、景況感が再び悪化してきており、IT革命を軸とする補正予算などで景気浮揚策が採られている。今回はマクロ経済的な視点による「IT投資」と、話題となっている「電子政府関連投資」、なかでも補正予算がIT業界にどのような影響を与えるかについて、いくつか材料を提示してみたい。

山科 拓
ゴールドマン・サックス証券会社 東京支店
調査部 / ヴァイス・プレジデント

日本のIT投資の現状

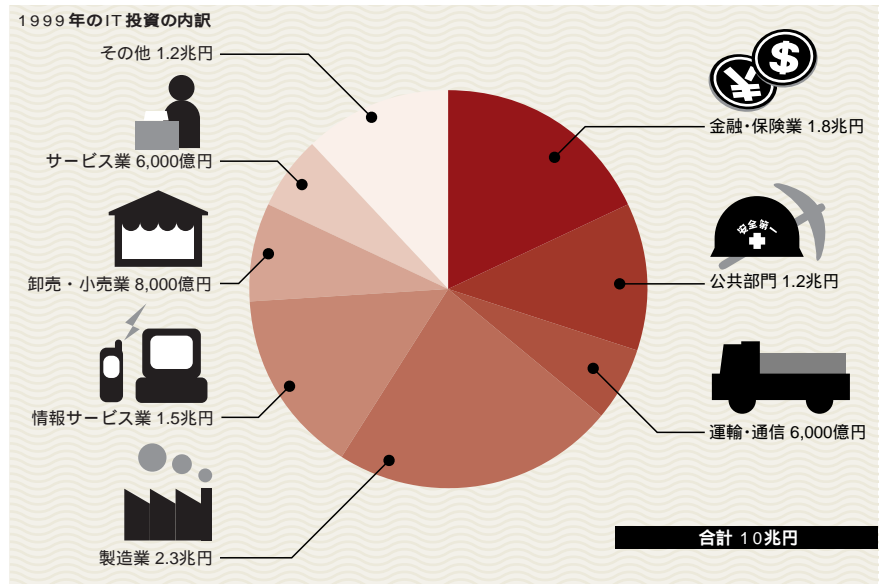
グラフは日本銀行ならびに通産省（現経済産業省）から発表されている1999年のIT投資の内訳である。この種の統計は集計方法によっていろいろな数値があるが、日本のIT投資の総額はハードウェアやソフトウェア、サービス市場を合計しておよそ10兆～15兆円といったところであろうか。すなわちGDPに対して2%強となる。

IT投資は設備投資の一部をなすもので、したがって景気の影響を受けやすい性質を持つ。1998年度は金融不安などの原因でおもにハードウェア市場で不調が見られ、99年度は2000年問題によって下期に減速傾向が見られたが、2000年のIT設備投資は金融や通信、ドットコム企業を牽引役として全体的に好調な成長を見せている。

民間のIT投資意欲は減退しているわけではないが...

通産省が昨年10月に調査した『当面の民間設備投資計画について』では、2001年度はIT投資がさらに加速するとの見方が示された。ところがここに至ってゼロ金利解除や米国景気の減速懸念などから、成長率の鈍化を考慮する必要が出てきている。

一方、昨年12月に発表された最新の日銀短観による民間企業の景況感（DI）によると、民間の設備投資意欲は必ずしも減退していないことが読み取れる。むしろ注意すべきなのは、12月から3月にかけて、業況、需



通産省、日本銀行の資料をもとにゴールドマン・サックス調査部作成

給・在庫・価格、生産設備、雇用などの指標にくらべて資金繰りのDIの悪化の幅が大きいことで、ここには大きな問題が潜む。つまり、このことをIT投資に問題を落とし込んで言い換えれば「サーバーをアップグレードしたいけど景気が悪くなったせいでお金が借りられない」というところだろう。

補正予算はIT業界の救世主か？

こうした状況からIT業界の成長鈍化が懸念されるのだが、ここへ来て新たな牽引役として期待できそうなのが「公共部門のITインフラ投資」と「電子政府の計画」だ。今年度に関しては補正予算からの投資となるが、その中の「IT関連投資が約7,900億円」というのは、民間のIT投資の後退懸念を十分に補う規模の金額だと言える。

この補正予算のうち、おもなものとしては、情報ハイウェイの整備（建設省 現国土交通省）、IPv6の普及と超高速ネットワークの整備（郵政省 現総務省）などが挙げられ、ネットワークインフラの整備により注力する方向性をうかがうことができる。これはとりもなおさず今後数年間の予定で電子政府の基

盤となるネットワークを整備することを示すものだ。

こうした内容を見ると、補正予算は全体的なIT投資の金額を押し上げはするものの、その恩恵を受けられる企業は限られた分野に傾斜するものと推測できる。無論、このIT投資の予算のすべてがネットワークインフラ向けではないので、各企業レベルの議論では必ずしも当てはまらない。

2001年もネットワークインフラ

以上のことを念頭に置いて2001年を予測すると、3月号で取り上げた「モバイルインターネットのワイドバンド化」、そして今年の補正予算から始まった「電子政府」「ADSLやCATVなどの普及に伴う固定網バックボーンならびにメトロネットワーク」の3つのネットワークインフラ投資が、引き続きIT投資ならびにIT業界の牽引役となるものと予想される。

山科 拓（やましな・ひろし）
1995年慶應義塾大学卒。モルガン信託銀行を経て99年にゴールドマン・サックス証券入社。アナリストとして日本のインターネット業界を担当。



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。

「ハイパーシステム」復活か？ インターキューがISP向けに広告配信システム提供へ

今度は、経営者が違う。「ハイパーシステム」の発案者で、現在インターキューの顧問を務める板倉雄一郎氏は、インターキューが予定している“新しい”ハイパーシステムの事業について、当時との相違点を苦笑しながらこう説明した。

ハイパーシステムは、ユーザーがインターネットに接続している間、メインのブラウザとは別の小ウィンドウに自動的に広告を配信するシステム。1997年から国際特許として出願され、すでにシンガポールや米国、日本などでその一部が成立しているという。インターキュー

は1999年12月、ハイパーネットからこの出願特許を買取っていたが、今回、ISP向けの広告配信システムとして「復活」(インターキューの熊谷正寿代表取締役社長)させることにした。1月30日、日本のISP向けに同特許のライセンスやソフトを無償で開放すると発表した。同システムによるISPへの広告収入から一部を手数料として徴収することで、インターキューが事業として展開していく。

板倉氏によると、ハイパーシステムは「結果から見れば、失敗したビジネスモデル」だったが、最近になって類似のビジネスが多く見られるようになってきたことからわかるように、3つの点で当時とは事情が異なっているという。まず、インターネットユーザーの絶対数が増えたことで、広告主のネット広告に対する認識が高まってきたこと。次に、ISP自身が接続料以外の収入を求めており、市場からの要求が期待できること。そして3点目が冒頭に挙げたように、今回事業を展開するのが板倉氏ではなく、熊谷社長率いるインタ

キューだということである。板倉氏は、同システムを利用して無料ISP事業を手がけ、1997年12月に倒産したハイパーネットの元社長であり、その経緯を綴った書籍『社長失格』(日経BP社刊)の著者である。

インターキューが今年中にも開発する予定のシステムは、従来の静止画のみの表示から進化し、ブロードバンド環境にも対応する。動画を配信できる“テレビ型”の広告ウィンドウも表示できるようにする。イメージとしては、テレビのCMが常時流れているようなものだという。また、広告表示用のソフトウェアをJavaベースのものに変更し、ユーザーがソフトをダウンロードする手間もなくす。広告枠の販売は、メディアレップドットコムが担当する。手数料は未定だが、「バナー広告やメール広告以下の収入ではISPに利用してもらえない」(熊谷社長)と見ており、手数料を30%未満に抑える方針だ。

Jump www.interq.ad.jp

[1/30 nagasawa@impress.co.jp]



板倉雄一郎氏(右)と熊谷正寿社長

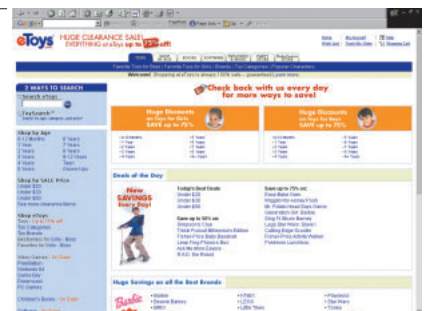
オンライン玩具販売の米eToysが 全従業員を解雇、4月6日にサービス停止

オンライン玩具販売大手の米eToysは2月5日、カリフォルニア州とバージニア州の同社物流センターに勤める従業員293人に解雇通達を行ったと発表した。これらの従業員は4月6日に退職することになる。同社は1月初め、すでに約700人の従業員に解雇通達を行っているが、今回の措置により、全従業員を解雇してサービスを4月6日に停止することになる。

同社によると、現在の現金や現預金、売上高では、3月31日まで営業を続ける資金

しかないという。2001年中の営業を続けるにはさらなる資本注入が必要だが、追加出資を受けられるという確信はないと述べている。

同社は併せて、無担保債権者からなる委員会との据え置き協定を2月15日まで延長すると報告した。両者は、委員会のメンバーが負債を回収するためのいかなる措置もとらないこと、現在の予算計画に基づいて営業を続けることなどで合意している。この延長期間に、委員会は同社の資産やマーケティング戦略を検討し、同社と全債権者の間で法定



3月末で資金が底をつくことからサービス停止を決定

外での合意を模索するとしている。

Jump www.etoys.com/html/about_press_020501.shtml

[2/6 hiro@nakajima-gumi.net]

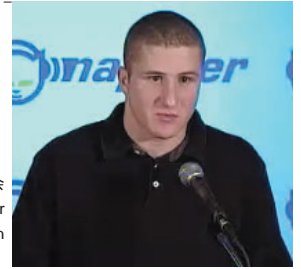
米Napsterに著作権侵害の控訴審判決、使用差し止め命令は差し戻し

オンライン音楽交換サービスの米Napsterに対する著作権侵害訴訟で、サンフランシスコ第9巡回区連邦控訴裁判は12日、同社サービスは「著作権侵害に当たる」との判断を下した。ただし、地裁が2000年7月に下した、5大レコード会社が著作権を管理する音楽の使用差し止めを命じた仮決定を差し戻し、地裁が新たな判断を下すまではサービスを続行できることになった。

この訴訟は、5大レコード会社を代表する米レコード協会（RIAA）が2000年6月、

Napsterを相手取り、著作権侵害による使用差し止めを求めて起こしたもので、地裁は7月、原告側の主張を認め、Napsterに使用差し止めを命ずる仮決定を下したが、Napsterは仮決定の延期を求めて控訴裁判所に控訴していた。

控訴裁判の判定に対し、NapsterのCEOを務めるHank Barry氏が声明を発表。「我々はこの判定に失望した」と述べ、「裁判所の判定に従うが、Napsterのユーザーが著作権を侵害しておらず、Napsterの事業を継続す



判定を受けて会見するNapster創業者のShawn Fanning氏

るために法を守っていると確信している」とコメントしている。

www.ce9.uscourts.gov/ (第9巡回連邦控訴裁判)
www.napster.com/pressroom/pr/010212.html

[2/13 hiro@nakajima-gumi.net]

東芝EMI、ついに有料の音楽配信サービスを開始～宇多田ヒカル、椎名林檎など配信

大手レコード会社の東芝EMI株式会社は、2月16日より邦楽新譜の有料音楽配信を開始すると発表した。楽曲の配信は、株式会社東芝の100%出資による株式会社ドゥーブ・ドットコムが運営する音楽サイト「du-ub.com」と、HMVなどのレコード販売店サイト上で行われる。

配信はシングルCDの発売と同日に行われ、価格は350円。課金にはクレジットカードのほか、プリペイド型電子マネー「WebMoney」

を採用する。価格は他のレコード会社と同じく「業界標準価格」となっているが、注目はその楽曲カタログ。2月、3月の配信予定楽曲には、宇多田ヒカル『Can You Keep A Secret?』(2/13)、エレファントカシマシ『孤独な太陽』(3/16)、椎名林檎『真夜中は純潔』(3/28)など、ヒットが予想される新譜が含まれている。

なお、今回の配信業務を行うドゥーブ・ドットコムは、「総合音楽配信プラットフォーム

サービス」を提供する会社と位置付けられており、東芝EMIのみならず、広くレコード会社やコンテンツホルダーに対して配信の運用受託サービスなどを提供するという。現在、東芝EMIのほか、株式会社ワーナーミュージック・ジャパンが決定しているほか、ユニバーサルミュージック株式会社も参加を予定している。ワーナーミュージックは、3月中旬に海外メジャーアーティストの楽曲を、ユニバーサルについては近日中に配信実験を実施する予定だ。

www.du-ub.com

[2/15 okiyama@impress.co.jp]

“巨泉CM”のジェイサイドが清算へ～「Jside.com」は他社が引き継ぐ

コミュニティーサイト「Jside.com」を運営する株式会社ジェイサイド・ドットコムは、2月末までに会社を清算することを明らかにした。「Jside.com」の事業は株式会社エムス

テーション・ドットコムへ

現在はドアに張り紙が.....
(2月15日撮影)

引き継がれる。

ジェイサイド・ドットコムは1999年6月に光通信の100%出資で設立されたインターネット関連企業。コミュニティーサイト「Jside.com」は、携帯電話からもチャットやBBSにアクセスできる機能を持ち、またタレント・大橋巨泉出演のテレビCMなどで注目を集めていた。しかし、光通信の第13期末連結業績でインターネット関連事業が84億5,000万円の赤字となり、この分野の見直

しを図った結果、ジェイサイドを清算する運びとなった。

なお、2月末で同社は清算するが、会員数約56万人(のべ登録数)を抱える「Jside.com」は、エムステーション・ドットコムが引き継ぎ、今後も運営を続けることが決定している。

www.hikari.co.jp/hikari/press/2001021401.html

www.jside.com (Jside.com)

www.m-sta.com (エムスタ)

[2/15 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/
メールサービス購読申し込み 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