



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。



日本電子決済企画株式会社(イーバンク銀行設立準備会社)  
代表取締役社長

**松尾泰一**

(まつお・たいいち)

**少**額決済に特化したインターネットバンキング「イーバンク銀行」が産声をあげようとしている。既存銀行に加え、他業種からの銀行業参入が相次ぐ中、30年近く銀行マンとして歩んできた同準備会社の代表取締役社長である松尾泰一氏に、開業までの道のりと目的、勝つための戦略について聞いた。

聞き手：編集部  
Photo: Nakamura Tohru



1947年生まれ。53歳。1971年に東京大学経済学部を卒業し、日本長期信用銀行（現在は新生銀行）に入行。長銀の破綻もあり、1999年には伊藤忠商事に入社。金融開発担当部長として日本オンライン証券（現在はカブドットコム証券）の立ち上げに携わるも、銀行設立の夢を叶えるため2000年にその準備会社を設立した。

## インターネットを活用したリテール銀行を どうしてもこの手で作りたかった

### 浪人時代にスキルを磨き ネット銀行設立の原動力に

私は法人営業主体の長銀に27年勤めましたが、その営業に限界を感じてインターネットを活用したリテール（小口）の展開も検討したのですが、結果を出せないまま残念ながら長銀は破綻してしまいました。

どんなビジネスでも今後はネットを知らなければならぬと考え、伊藤忠商事に転職するまでの約4か月半、当時50歳くらいでしたがPCやインターネットを一から勉強しました。普通は自分の趣味のホームページを作成したりするのですが、それでは厳しさが足りないの、私はいきなり友人の会社のネットワーク構築からウェブサイトの運営までを料金を取って手がけてみたのです。マーケティングなどについてもここで学ぶことができました。そのサイトは、ゴルフ会員権情報の「Golf Web Market」Jump01で、開始から1か月で利益を計上できました。ほかに、薬用酒の販売サイトを構築した実績もあります。こうした経験が現在の原動力と言っても過言ではありません。

伊藤忠ではオンライン証券の立ち上げに携わるものの、どうしてもネットとリテールを組み合わせた銀行がやりたくて、わがままを言って退かさせていただきました。フルバンキング業務では当然大手に太刀打ちできないので、銀行業務でネットに向いているものを考えた結果、少額決済に特化する構想を生み出しました。100円、200円の金額でデジタルコンテンツを売りたいニーズはあるのに決済する有効手段が見あたりませんし、これでは経済の活性化にもつながらないと思ったのです。オンラインショッピングの支払いなどを電

話料金と一緒に請求する方式や、プリペイドカード、ノンバンクの決済もありますが、手数料が高いうえに個人情報第三者に流用されないかなど不安な面は否めません。こういった業務は一定の資格を持った事業者がやるべきでしょう。そのために私どもは、審査が厳しく苦勞するとしても、銀行免許の取得にこだわったのです。また、仮に使い勝手の良さから銀行免許を持たない事業者の決済サービスが伸びたとしても、特許を取得していなければやがて立ち行かなくなるでしょう。我々は、すでに15以上のビジネスモデル特許を申請済みです。

### 6月開業時には50社のサービスで 決済が可能に

こうして設立準備会社Jump02を昨年1月に設立しました。構想発表からは約1年かかりましたが、3月6日に銀行免許の予備審査を申請し、いよいよ6月の開業に向けて最終調整に入ったところです。

まずは、PCベースの決済サービスから提供します。オークションやショッピングなどを運営する企業が我が社の株主であり事業パートナーでもありますので、開業当初にこれら50社のサービスでイーバンクの決済サービスが採用される予定です。預金金利は当面0.5%と高率にしますが、預金が主業務ではないのでいずれ適正水準に下げつもりです。1口座あたりの預金の上限は50万円で、1回の決済額の上限は10万円を推奨します。

口座開設は、ウェブサイトから申し込みを受け付けて、こちらから簡易書留を送付します。書留が届いたら、郵送かFAXで運転免許証のコピーなど身分証明を返信してもらいます。4月から電子認証法が施行されて捺印

は必要なくなりましたが、本人確認は行わなければならないのでネット上で手続きが完了するには至っていません。口座の開設後は、提携銀行から入金することで利用が可能になります。現在は2行と交渉中ですが、うち1行とはシステムの接続テストを終えています。提携銀行は今後増えていきますし、郵貯との接続も考えています。もちろん、リアルATMを利用することもできます。

手数料は、基本的に送金する側からは徴収しません。送金されたお金を受け取る側からいただきます。ここで問題となるのは仕送りなど消費者間で送金が行われた場合です。日本では銀行の広告規制があるので、米国のように無料にするのは難しいですが、この部分の工夫はすでに考えてあります。具体的な手数料体系もまだ言えませんが、クレジットカードの半分に抑える予定です。

### 電子メールや携帯電話を使った 送金サービスも展開

一方、当初より考えていた電子メールによる送金サービスは、米国ペイパル社と組んで今秋までに始めます。ペイパルが欧州の銀行と提携しているため、外貨の決済をスムーズに開始できる可能性も出てきました。このほか、携帯電話を使ったリアル店舗や自動販売機、自動改札などの決済、端末同士の送金サービスも本年中の着手に向けてキャリアやメーカーと話し合っているところです。

自らビジネスモデルを構築して、自分だけで市場を制覇するといった方法はもう通用しないと思います。地銀などが一緒に展開したいと言えは喜んで協業していきます。基本モデルをいち早く構築し、成功している技術などをどんどん取り込んで成長スピードを早め、サービスの質の向上を図ることが重要です。そしてこれこそがまさに勝つための戦略なのです。

Jump01 [www.nisseigolf.com](http://www.nisseigolf.com)

Jump02 [www.ebank.co.jp](http://www.ebank.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。

## 供給・インフラ・ポータル、それぞれの思惑が交錯する ブロードバンドコンテンツ成功の鍵は 「提携戦略」にある

ようやく日本にもブロードバンド時代が到来し、インターネットで配信できるコンテンツの種類が大幅に増えている。ブロードバンド向けコンテンツビジネスにおける提携が各所で発表されているが、そこには従来のポータルサイト中心の図式はない。

編集部：山本浩司

### 提携による囲い込みが始まる コンテンツビジネス

これまで、インターネット上のコンテンツ提携は「ポータルサイト」といわれる大型サイトを中心に行われていた。コンテンツ保有者は、ポータルサイトにコンテンツを提供して自社サイトへユーザーを誘導するか、ポータルサイトへコンテンツを販売するビジネスモデルが中心だった。

しかし、日本にもブロードバンド時代が到来し、これまでコンテンツ配信のうえで大きな制約になっていた転送帯域の問題が解決され、動画などのリッチコンテンツが配信できるようになった。また、課金インフラの整備が進み、コンテンツの代金と接続料が一括徴収できるようになるなど、有料コンテンツビジネスに必要な環境が急速に整ってきている。

これらの環境の変化により、コンテンツ保

有者とプロバイダー双方が、新しいビジネスモデルを描きはじめた。

コンテンツ保有者は、インターネットを活用して新しい需要を掘り起こし、新たなビジネスチャンスを期待している。一方、プロバイダーを見ると、接続スピードや料金などによる差別化が難しい現在、コンテンツを囲い込むことで、競合との差別化を図り、ユーザーの獲得や定着を狙っている。

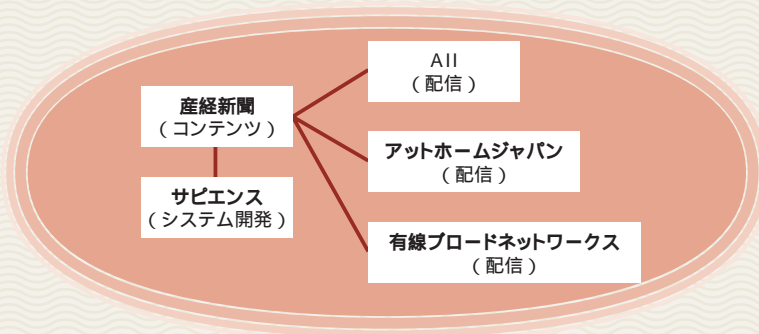
これらの事情を考えながら、最近の提携事例を追ってみたい。

### 産経新聞社のデジタル配信 新しい読者の獲得を目指す

産経新聞社は4月4日、新聞誌面を圧縮された画像データに変換して、ブロードバンドに乗せて配信するサービスを発表した。サービス開始は今年8月の予定で、当初は産経新聞の朝夕刊と夕刊フジを配信する。なお、産経新聞は近畿圏の一部が、夕刊フジは首都圏と近畿圏が配信対象から外されている。

著作権の関係上配信できない記事や広告などの差し替えはあるものの、原則として紙の新聞と同じコンテンツが配信される。また、デジタルの特徴を活かして「経済面に関連記

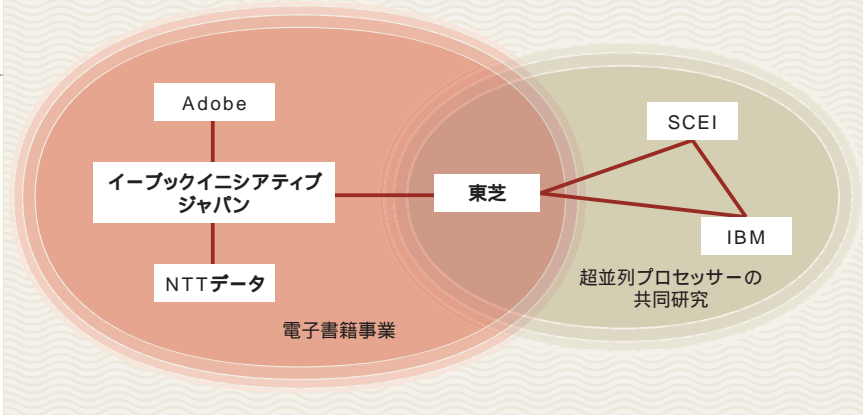
図1：産経新聞社デジタル配信事業



Jump www.newsvue.net



図2：ブロードバンドとハードウェアやソフトウェアの関係



### コンテンツ提携に活路を 求めるドットコム

4月5日には米ヤフーが、米ソニー・ミュージックエンタテインメントと仏ビベンディ・ユニバーサルが設立した音楽配信を扱う企業「デュエット」と提携し、有料の音楽配信事業を行うと発表した。

このほかのケースでは、著名アーティストを抱える国内大手レコード会社のビーインググループが、米MP3.comと提携し、共同で日本語によるサービスを開始した。なお、ビーイングではプロモーションの新しい枠との認識で、有料の音楽配信サービスは「今のところ予定がない」という。

4月10日、プロバイダーのニフティは日本ヘラルド映画と提携し、映画のストリーミング配信を始めた。将来的には、国内外の映画配給・制作会社の要望に応え、コンテンツ配信の配信先を日本国内に限る予定だ。

このほか、マイクロソフトとNTTコミュニケーションズは、3月29日に「Xbox」向けのブロードバンド接続サービスにおける提携を発表した。Xboxは、2001年秋にマイクロソフトが発売する予定の家庭用ゲーム機で、高度なグラフィック性能とハードディスクやイーサネットなどを内蔵しているのが特徴。NTTコミュニケーションズはXbox向けのアクセスラインを提供する。

これから、アクセスラインと決済インフラを持つプロバイダーがコンテンツ保有者と提携することで、コンテンツビジネスを展開する動きが一気に加速するだろう。

事」という文字をクリックすると経済面にページが移るといった「ハイパーリンク」が実現されている。

紙面のデータはプロバイダーのサーバーに置かれ、産経新聞が提携したプロバイダーのアクセスラインから接続した場合だけ利用できる。提携外のプロバイダーからインターネット経由ではアクセスできない仕組みだ。

提携先は、システムの開発を行った「株式会社サビエンス」と、配信を担当する「All」（エー・アイ・アイ）「アットホームジャパン」と「有線ブロードネットワークス」の4社。

産経新聞はこのサービスで、「活字離れ」が深刻と言われる若者層の需要を掘り起こし、新規読者の開拓を狙っている。

### コンテンツとハードは 表裏一体の関係

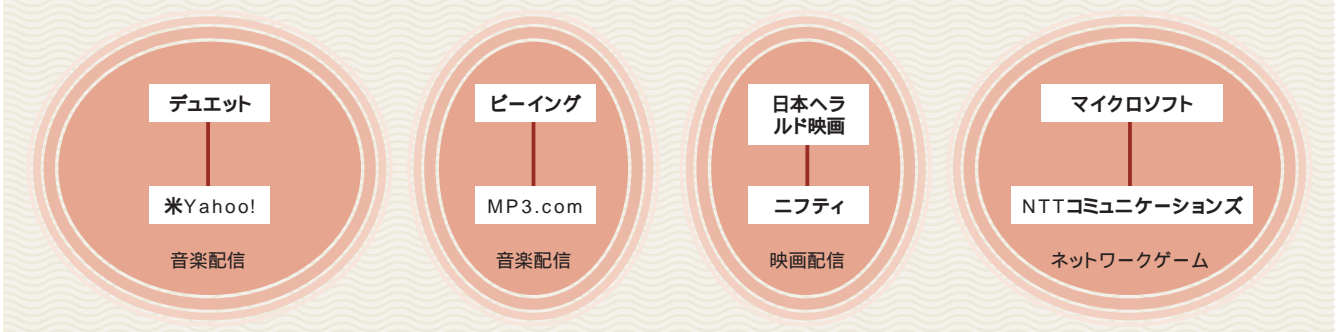
4月9日、イーブック・イニシアティブジャパンは、読書用の携帯電子書籍端末のコン

セプト機を発表した。サイズや重さは四六版とほぼ同じくらいで、カラー液晶2枚を見開きに配置しており、紙の単行本に近い形で読書ができる。この液晶は「低温ポリシリコンTFT」技術で作られ、サイズは7.7インチ、解像度は縦長の640×960ピクセル。この端末の液晶部分の提供やハードウェア設計は東芝が担当している。

また、3月9日にソニー・コンピュータエンタテインメント（SCEI）とIBM、東芝は、ブロードバンド向けの汎用プロセッサを共同で開発・研究することで基本合意したと発表した。なお東芝とSCEIは、プレイステーション2用CPU「Emotion Engine」の共同開発も行っている。

PC以外のハードによるコンテンツ配信を考える場合、必要なハードをいち早く手配することも重要なため、信頼性のある製品を多数量産できるハードベンダーと提携することが戦略上重要になる。

図3：コンテンツプロバイダーとインターネット企業





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。

## 「個人情報保護に関する法律」が国会提出へ メールアドレスの転売業者に国が「最後通告」

「個人情報保護法」が今国会に提出される見込みだ。同法施行後は、企業などが個人情報を収集する場合、あらかじめ相手に目的を通知する義務を負うことになる。これにより、自分の個人情報をコントロールする「情報プライバシー」権が認められるようになるが、一方で表現の自由への影響が懸念される。

高木 寛

### 個人情報の無断収集は禁止 違反者には罰則も

IT戦略本部の個人情報保護法制化専門委員会から大綱が示されていた「個人情報保護に関する法律」が3月27日に閣議決定され、4月には国会に提出される。この法律は「個人情報保護の基本原則」と「政府や自治体がとるべき個人情報保護の施策の指針を示す基本法」「企業などの個人情報を取り扱う事業者を規制する一般法」に分かれている。

具体的にインターネットに関係するのは、もちろん「事業者を規制する一般法」である。インターネット上で個人情報を収集し、データベース化しているウェブサイトはこの法律の適

用を受け、さまざまな義務を負うことになる。

たとえば、ウェブサイトで個人情報を収集するには「その目的をあらかじめ相手に通知する義務」を負う（23条2項）。また、その情報を第三者に提供することは「原則禁止」である。そのほかにも従業員やアウトソーシング先の監督や、漏洩事故防止のための安全対策も義務付けられている（第25条以下）。なお、メールアドレスは個人情報だと位置づけられており、今後はメールアドレスの売買も違法になるだろう。

それだけではなく、事業者はユーザーの求めがあった場合、保有している情報の開示や訂正・削除をしなければならない。行政はそれらを確保するために助言や勧告、命令を行い、違反した場合は「懲役3年以下、または30万円以下」という罰則も用意されている。

インターネットやコンピュータが発達して、個人情報が簡単にコピーされ流通するようになると、知らない間に本人の個人情報が見知らぬコンピュータに蓄積される。自分でも忘れてしまった情報が自分が知らないうちにデータベース化されて、さまざまな目的に使わ

れてしまうのは人間として耐えがたい。

初めてこの法律を知った人には驚く内容かもしれないが、「情報プライバシー」という「自己の個人情報をコントロールする権利」が提唱されており、この法律は日本でもそれを法律化したものである。「情報プライバシー」は、1980年のOECDの理事会勧告以来、国際的に認められてきたグローバルスタンダードである。ただ、マスコミなどの報道機関の取材では個人情報の収集は必須であって、取材の自由・報道の自由を侵害する恐れなど、表現の自由への影響が指摘されている。そのため、法律は報道機関を例外にするなど、他の自由との調整を図っているが、議論の余地はなおも残っている。

### 個人情報の保護に 意外に厳しい日本

しかし、もっとも影響を受けるのは企業であろう。この法律が実際に企業に対して施行されるのは、立法から最長で2年先であるが、それまでにこの法律で定められる個人情報の収集の基準を満たすことが必要である。

法律の規定は抽象的なものも多いため、その対応にあたる法務や総務の担当者はおおいに悩むことになるだろう。企業側でとれる対策としては、あまり知られていないが、個人情報保護に関する「JIS Q 15001」というJIS基準に準拠した体制を作ることである。これは完全にこの法律に対応している。

これができると、財団法人日本情報処理開発協会から「プライバシーマーク」という、いわば個人情報保護の「丸適マーク」の使用が認められる。同様のスタンダードとしては米国のTRUSTeやBBBOnlineなどがあるが、日米の法律制度の違いから、これらの丸適マークを日本語化して取得したとしても、今回の法律には対応できない。意外かもしれないが、米国のほうが比較的緩やかで、日本の法律のほうが厳格であり、将来的にもこの違いを埋めるのは難しい。

#### 「目的の明記」の例

サイトリニューアル記念  
プレゼントキャンペーン

※ご記入頂いた個人情報は、抽選処理およびプレゼントの発送処理に使われます。

姓	<input type="text"/>
名	<input type="text"/>
郵便番号	<input type="text"/>
住所	<input type="text"/>
電話番号	<input type="text"/>
携帯電話	<input type="text"/>
希望のプレゼント	<input type="radio"/> ノートパソコン <input type="radio"/> PDA <input type="radio"/> マウスパッド

今後、弊社からのリリース送付を希望します。

送信

「個人情報保護に関する法律」が施行されると、サンプルのように、個人情報を入力させる場合には、収集の目的を明記しなくてはならない。

## 「巨人」ヤフーの有料化による浮動票の獲得を目指す DeNAがオークション参加費用を2か月間無料に

ネットオークションで独走しているヤフーは、これまで無料にしていた参加費用を徴収する方針を年初に打ち出した。これを受けた競合他社は流出ユーザーを取り込もうと、手数料の無料化を武器に戦いを挑んだ。果たして巨人を倒すことができるだろうか。

編集部：別井貴志

### 流出ユーザーを一気に取り込み 出品数の増加につなげる

ネットオークション「ビッグズ」を運営するDeNA Jump は、これまで5%だったオークションの成約手数料を、今後2か月間無料にすると発表した。これは、ヤフーオークションが参加者の本人確認を実施するためのコストとして、ユーザーから月額280円の参加費を徴収することを受けたものだ。その有料化時期は、当初予定の4月中旬から5月中旬に延期された。

これに対してDeNAは、ビッグズ無料キャンペーンのバナー広告をヤフーのオークションサイトに掲載するなど攻撃的だ。ビッグズは業界2番手だが、常時掲載の出品数は約5万点にのぼり、最大手のヤフーの約220万点とは比較にならない。これまで、ヤフーは高い知名度に加えて簡単に参加登録できることからユーザーを増やし、それにともない出品数も増加するという量循環を形成していたわけだ。しかし、ヤフーはこの手軽さから詐欺などの問題が多発し、質の向上を図るため参加費を徴収する方法をとった。半面、ビッグズはヤフーから流出するであろうユーザーを取り込み、一気に量循環に入るべく無料化を決断した。


一方で、ヤフー同様DeNAもオークションだけを行っているわけではない。不要品を売却したい人と全国のリサイクル店を結ぶ無料見積りサービス「おいくら」 Jump を2月から開始している。見積り配信数がのべ3万件を突破するなど好調だ。

Jump [www.dena.ne.jp](http://www.dena.ne.jp)

Jump [www.oikura.co.jp](http://www.oikura.co.jp)

### ブランドの浸透に全力


#### INTERVIEW

 ヤフーに対する勝算はあるのか

南場：「ヤフーに全対決を挑む」というほどおこがましくはない。しかし、独走するヤフーが参加費を徴収する決断をしたことで、業界の構造が大きく変わる可能性が高いと考えている。我々にとっては飛躍する大きなチャンスが到来したと言える。1つの誘導策として期間限定で無料キャンペーンの実施を決めたわけだが、ヤフーオークションから離れる浮動票がどのくらいになるかは正直言って読めない。出品数では大きく水を開けられているものの、使い勝手の良さや参加者のマナーなど他の面で我々は絶対の自信を持っている。

ヤフーが実際に参加費を取るまで山は大きく動かないだろうが、有料化に踏み切ったときにどれほど多くの人々が我々の無料キャンペーンを知っているかが鍵になるだろう。とにかく一度でいいからビッグズを体験してほしい。そうすれば必ず良さがわかってもらえると思うし、キャンペーンが終了しても定着率は高いと予想している。

実は、役員からは「効果が本当に出るのか」「レスポンスが大きかった場合、ビッグズのシステムが耐えられるのか」というリスクを懸念した反対の意見もあったが、ここで行動しないと成長は見込めないとの信念で説得した。ヤフーという巨人と、何もないところから始めたわが会社がまともに対戦するのかどうかということを、ぜひとも、みんなに見てもらいたい。

 「おいくら」はどんなサービス

南場：不要品になったモノをインターネット上に登録しておけば、現在登録されている全国約3,000店のリサイクル店から買い取り価格の見積もりを無料で取得できるというサービスで、店の検索や比較なども可能になって



「とにかく一度使ってみて」と意気込む  
南場智子代表取締役

いる。企画・開発からリサイクル店への加盟営業まで自社で手がけた。開始2か月でアクセス数は1日平均6万件、見積り配信数も1日平均1000件と順調に伸びており、評判も良い。

夏から秋にかけて、店に対して登録料のようなものを徴収しようと計画しているが、詳細はまだまったく決めてない。ただ、売買成立時に手数料を課すことは考えていない。

 今後の企業展開について

南場：「ビッグズ」、「おいくら」のブランドを浸透させることに注力したい。「DeNA」自体はあくまでもシステム面など表からは見えない部分を手がける「運命的に存在する集団」を基本にしているので、名前が知られなくとも良いと考えている。

事業としては、技術を駆使して売り手と買い手を時空を超えてマッチングさせる「Eコマース事業」(ビッグズ)と、リサイクルなど「循環型経済に貢献する事業」(おいくら)の2つを軸に展開していく。収入の大半を占めるオークションの成約料を無料にしたため、一時的に収益は落ち込むが今年中の単月黒字化を見込んでいる。株式公開に踏み切る覚悟もあるが、いつデビューしてもいいように事業をしっかりとやるのが大切だ。いずれにせよ、今年は成長に向けた勝負の年と位置付けている。



INTERVIEW

## ドメイン名の不正な取得や使用を差し止めの対象にする 経済産業省が語る「不正競争防止法改正案」の意図

ドメイン名の不正な取得を差し止めの対象にすることなどを盛り込んだ「不正競争防止法の一部を改正する法律案」(改正案)が今通常国会に提出される予定だ。そこで、同法案を立案した経済産業省に法改正の真意や背景、規制が及ぶ範囲などを尋ねた。

聞き手：編集部 山本浩司

### 不正なドメイン取得の被害者の救済が目的

改正案は、他者に不正に取得されたドメイン名について、商標を持つ正当な権利者が裁判所にその使用の禁止や登録の抹消を請求できるようにする法律であり、正当な権利者同士の裁定を目的にした法律ではない。

基本的にはICANNが定めているUDRP(統一ドメイン名紛争処理方針)にのっとり、「商標の信用を傷つける」「まぎらわしいサイトを立ち上げて不当な利益を得る」「不当な価格でのドメイン買い取りを強要する」などの目的でドメインの取得を行った場合、改正法で裁かれることになる。

現行法では、ドメイン名を取得しただけでは規制ができず、民法による損害賠償などによる解決しか方法がなかった。このような状況に対し、多くの経済団体から何らかの法的規制を加えるべきだとの意見が出ていた。

「不正競争防止法」以外の対応策、たとえば「商標法」による解決も考えられるが、日本や海外における商標とは「ある特定の商品や役務の名称に関して独占的使用を認める権利」である。これに対し、ドメイン名は特定のサービスについて使用するものではないた

め、商標法による規制は適さないと判断した。

新規の立法に関しては、ドメイン名の規制を目的にした法律を新たに作ることは世界的にもほとんど例がなく、インターネットという世界的ネットワークで日本だけ突出した法整備を行うわけにはいかない。

これらの事情を総合的に考慮して、ドメイン名の不正取得は「不正競争防止法」の枠組みの中で対処することが現実的で適当だと判断した。この法律では罰則が重いとの声もあるが、ほかの商標関連の法律と比べると妥当だと思っている。なお諸外国の例だが、米国では、サイバースペースにおける商標の不正登録・不正使用行為の防止を法制化している。また、ヨーロッパでは現行法の規定で差し止めが行われている。

### インターネットの紛争は民間主導の解決が理想

多くの場合、改正法の規制対象になるのは第3レベルドメインと考えているが、あえて改正法ではこれに限っていない。ほとんどないだろうが、サブドメインと第3ドメインとの組み合わせ(nissan.motorなど)で商標と酷似する場合があるからだ。このため、サブドメインなども規制の対象に含むものの、実際に立件されるケースはほとんどないと予想している。また、法律のおよぶ範囲はドメインの管理国ではなく登録者の居住地や不正行為が行われた場所に従って運用されるとの認識だ。つまり、日本国内に在住する個人、または日本国内で活動する企業が取得するすべてのドメインが改正案の対象になる。



経済産業省 知的財産政策室  
課長補佐 金子知裕氏

難しい例だが、海外在住の人が日本企業の商標に類似するドメイン名を不正に取得して、日本の消費者を対象にした日本語のサイトを作り、日本でその企業に損害が発生した場合は、海外であっても問題になる可能性がある。このあたりも国際的なバランスを考えた上で、裁判所による判断が下されると考えている。先に述べたとおり、改正法はドメイン名の不正取得などから商標権者を守るもので、正当な権利者同士のドメイン紛争を裁く法律ではない。国としては、不正なドメイン名の取得が行われた場合、その保有者を裁き登録をゼロの状態に戻すことを行う。その先の正当な権利者同士の利害調整は、今後インターネットコミュニティや商標権者などの関係者の中で十分な議論が必要だと思う。

なお、ドメイン名はわかりやすい形の紛争だったが、今後、インターネット上でのさまざまな紛争が出てくると予想している。たとえば、メタタグの「キーワード」は、HTMLのヘッダー部分にキーワードを設定するものだ。そのキーワードが検索エンジンでヒットした場合、検索結果の上位に表示させるために、他の著名な商標を使ってユーザーを誘導する行為が問題視されるケースもある。

また商標関連に限らず、インターネット上の著作権など知的財産全般に関する問題について、経済省としても取り組んでいく必要があると考えている。

#### 問題とされているメタタグの例

```
<head>
<title>問題のホームページ</title>
<META name="keywords" content="ソニー,NTT,ドコモ,携帯,浜崎あゆみ,倉木麻衣,競馬">
```

ドメイン名のほか、検索エンジンが利用する「メタタグ」のキーワードも問題点として挙げられた。本来、メタタグはコンテンツのキーワードとして設定し、該当するキーワードが検索されたときにヒットしやすくするものだが、これを悪用して有名な商標などを設定する者が後を絶たない。

## 東京ゲームショウでビル・ゲイツが基調講演 Xboxのブロードバンドアダプターが参考出品

3月30日から幕張メッセで「東京ゲームショウ2001春」が開催された。初日にはマイクロソフトのビル・ゲイツ氏の基調講演が行われ、オンラインゲームについて「ゲーム業界にとって最大のテーマであり夢。これからはゲーム機の付加価値としてではなく、あって当然のものになるだろう」と語った。

編集部：安達崇徳

Xboxについての発表で注目すべきポイントは2つある。1つはNTT-MEによるADSLと光ファイバー接続に対応したネットワークアダプターの参考出品だ。もう1つはNTTコミュニケーションズ(以下NTTコム)との提携で、NTTコムは2002年を目標にXboxの利用者向け接続サービスを開始する。ネットワークを経由してゲームを行う場合、何よりも重要なのはその回線品質だ。遅延などが多いとゲームが快適にプレイできないので、NTTコムは回線品質を保証してゲームに最適な通

信環境を提供していく。当初はADSL接続だが、将来的には光ファイバーによる100Mbpsでの接続も予定されている。またNTTコムは通信回線の提供だけではなく、オンラインゲームの課金や認証などデータの改ざんを防ぐサービスも提供するとしている。

そして、注目すべきはマイクロソフトが考えるXboxの位置付けだ。NTTコムとの提携発表会の席でマイクロソフトChief Xbox Officerのロビー・J・バック氏は、XboxでのWWWブラウザとメールの利用に関する質問に対して「インターネットエクスプローラとアウトLOOKを搭載する予定はない」と答え、Xboxはあくまでもゲーム機に特化することを強調した。今秋発売を迎えるXboxは、NTTコムとの提携とブロードバンドアダプターで確実にインフラを整えつつある。

Jump www.xbox.co.jp



(上) ビデオデッキほどの大きさがあるXboxの本体。  
(下) ブロードバンドアダプター。ADSLも光ファイバーも外見は同じ。



## 昨年10月の発表から続く紛糾ようやく終止符 総務省がNTT東西の新サービス「Lモード」を認可

「Lモード」は、対応の固定電話機を使ってウェブを見たり、メールを送ったりできるサービスだ。Lモードの中には長距離通信が含まれるため、いわゆる「NTT法」に触れるおそれがあり、サービス開始が当初の予定より大幅に遅れた。しかし、ここに来てようやく6月サービス開始に目途がついた。

編集部：安達崇徳

総務省は4月18日、NTT東西から再度申請された「Lモード」を認可した。Lモードは、対応する電話機を使ってインターネットに接続して、メールの送受信などを行える固定電話版「iモード」ともいえるサービス。操作は電話機の液晶画面とボタンを使う。

Lモードからインターネットへ接続する場合は、「Lモードゲートウェイ」を経由することになる。このLモードゲートウェイは東京都と大阪府に設置される。そのため、東京都と大阪府以外からLモードを利用(メールを送ったり、コンパクトHTMLのウェブを見たり)

する場合は、都道府県を越えるため「県間通信」(ローミング)となる。これまでLモードのサービス開始をめぐる問題とされてきたのはこの「県間通信」だ。県間通信は長距離通信と位置づけられ、NTT東西がこれを行うのはNTT法に触れるとKDDIをはじめとする新電電から反発があった。

そこでNTT東西は、県間通信とLモードゲートウェイの運営を他社に委ねることによってこの問題の解決を図ったのだ。今のところNTTPCコミュニケーションズとインターネッ

トイニシアティブ(IIJ)の2社が県間通信の回線を提供することになっている。またこの2社に回線の提供だけではなく料金設定も任せることによって、県間通信をNTT東西から明確に切り離す形となった。

Lモードの基本料金は月額180円。そのほかに、全国各地に用意されるアクセスポイントまでの通信料金が必要。サービスの開始は6月の予定だ。

Jump www.ntt-east.co.jp

Jump www.ntt-west.co.jp

### Lモード利用料金

	料金内容	変更前	変更後
NTT東西への支払い	Lモード利用料	月額210円	月額180円
	メール通知料金	月額20円	月額20円
それ以外への支払い	ローミング利用料金	月額10円	-
	県間・ISP接続料金	未定	未定



## Internet World Springレポート 勢いを失う老舗インターネット展示会

春の恒例行事ともなった「Internet World Spring」が今年も3月14日から16日まで、ロサンゼルスで開催された。毎年、世界中の業界関係者の注目を集めるこの展示会だが、今年も米IT産業の失速を反映して参加者数も7万人級から一挙に約5万人に減ってしまった。低迷するこの展示会の模様をレポートしながら不振の原因を探る。

レポート・写真：渡辺史敏

毎年、春に西海岸で「Spring」を、秋に東海岸で「Fall」を開催する「Internet World」はインターネット関連の展示会では老舗的な存在であり、初回の94年からインターネットの発展とともにその規模を拡大してきた。しかし、8年目となる今年も現在のインターネット業界の厳しい状況を如実に反映するものとなった。昨年850社を超えた出展社数は約500社にまで減り、併催したeCRM関連の展示会と合わせても展示会場は埋まらなかった。

これまで毎年大きなブースを構えていたIBMやオラクル、UUNETといった企業はいっさい展示を行わず、マイクロソフトやサンマイクロシステムズも出展はしたもののブースの規模はかなり縮小されていた。また、これまではバッティングを避けるのが大変なほど多かった新製品の発表会も今年は片手で済むほどになった。

この不振の原因はいくつか考えられる。まず、最大の要因はなんといっても最近の世界



昨年から大幅に出展社数が減ってしまった展示会場。心なしが寂しさが漂っていた。

的なインターネット業界の不況だ。実際、昨年秋の展示会から現在までに姿を消したドットコム企業は数多い。また、不況以外の要因としてはインターネット業界そのものの成熟が挙げられるだろう。あまりにもインターネットが成長し、一般化したため、ニーズの細分化が起こった。その結果、多くの専門性の高い展示会が登場し、インターネットワールドのようにIT関連なら何でも扱う一般的な展示会は企業にとって出展効果があまり期待できないものになってきているということだ。

いっぽう、初日に基調講演を行ったイーベイのメグ・ウィットマンCEO兼社長は現在のインターネット業界の不況を入院中の病人にたとえ、「回復できないということではない、

むしろ最高の時はこれからだ」という楽観的な見方を示した。

しかし、全体的に見てみると展示スペースも小粒になりさびしい印象は拭いきれない。

唯一、ASPサービスやB to Bのインターネットソリューションについては、いくつかの興味深い製品もあった。サンマイクロシステムズのジョージ・バオリー二副社長が講演のなかで紹介したスターオフィスの技術を応用したパソコンのほか、Palm機でも使えるようにしたオフィスソフトのASPサービス「SUN ONE Webtop」もその1つだ。この分野では新企業の出展も比較的多く活況だった。そういった意味では、起業精神自体が死んだわけではないといえるだろう。



深刻な不況下でも前向きな講演を行ったイーベイのメグ・ウィットマンCEO兼社長。登録会員数2200万人の強みか。

マイクロソフトではNetエンタープライズサーバーのデモが人気を呼んだ。ほかにも同社は「Microsoft Application Center 2000」を発表した。



なんとブラウザを6面体表示にする2Ce社のCubicEye。多くのウェブページを同時に利用するのに便利なアイデア。

## 3ベクトル戦略でビジネスを加速する HP アジアパシフィック プレスシンポジウム2001レポート

ヒューレットパカード(HP)は去る3月14日から2日間、シンガポールで「HP Asia Pacific Press Symposium 2001」を開催した。このシンポジウムはアジアパシフィック(AP)のプレスやアナリスト向けに行われたもので、同社のAPにおける戦略や新製品をこの場で発表している。

編集部：西田隆一

### インターネット時代の 3ベクトル戦略

「3ベクトルの戦略によって、HPは(IT市場で)勝利するユニークなポジションにある」とAPビジネスカスタマーセールスのジェネラルマネージャー、ミカエル・ホフマン氏は高らかにうたう。

同社の言う3ベクトル戦略とは「e-Services」「インフォメーションアプライアンス」「常に“オン”の状態のインターネットインフラ」といった3つのベクトルを柱に、ビジネスや生活を転換(トランスフォーム)させようというものだ。この3つのベクトルの中心にHPが位置するというわけだが、ホフマン氏は、この戦略でいくつかの例を挙げている。

たとえば、“ニュースペーパーダイレクト”

というサービス。これはシドニー(オーストラリア)のシェラトン・オン・ザ・ホテルでの新聞配信サービスなのだが、ホテル滞在者が好みの新聞をプリンターに出力して読めるというもの。インフォメーションアプライアンスとしてのプリンターやプリントオンデマンドのソリューションを使い、インターネットを通じてダイレクトにオンデマンドで世界各地の新聞を出力できる画期的なサービスだ。

このほかにもいくつかを例示しながら、HPは3ベクトル戦略を推し進めることによってハードウェア、ソフトウェア、サービスが一体となったソリューションを提供できるベンダーになるとホフマン氏は語っている。

### Java搭載のプリンター登場 高機能なアプライアンスへ

HPはこのイベントで興味深い新製品を発表している。1つはレーザープリンター製品だが、従来の製品と大きく異なるのは、プリンター内にJavaバーチャルマシン(JavaVM)を搭載したことだ。搭載されるJava環境は同社の“Chai”を採用している。

JavaVMの搭載によってプリンターというアプライアンスは飛躍的にインテリジェントになる。サーバーを介することなくインターネットを通じてプリンターを直接コントロールできるようなアプリケーションすら作れるようになるのだ。同社の発表によると、携帯電話やPDAといったスモールデバイスとの連携を視野に入れているようだ。だが、実際のJavaアプリケーションの開発については、他のベンダーの協力を仰ぐとしており、具体的なものは明らかにされていない。

このほかプリンター障害時にメールで管理者に報告する機能や、ウェブサーバーの搭載によってリモート管理が可能になるとしている。

一方、ストレージの新製品もいまままでにない新しい戦略とともに発表



日本でも4月10日に発売されたJavaとウェブサーバー搭載のプリンター「HP LaserJet4100」

されている。

「Federated Storage Area Management」(FSAM)と呼ばれる戦略は、同一サーバーにあるストレージの増設などの管理をする“スケールアップ”や、異なる場所に分散されたストレージの管理をする“スケールアウト”を統合的に行えるようにするソリューションだ。同社ではこれを実現するための新たなストレージ製品「HP Surestore Virtual Array 7100」などを投入するという。

前述の3ベクトル戦略に基づいた活動の一端として、F1レーシングチームの「ジョーダン」や「ジャガー」のレースにかかわるシステムをサポートするなど、PDAやプリンターといったアプライアンス製品からPCやサーバー製品だけでなく、ソリューションまでを提供できる数少ない企業としてのHPが前面に押し出されていたシンポジウムだった。



ジョーダンチームのピットの様子。過酷なレース中もレースの終了後の解析にもHPのシステムは使われている。



HP アジアパシフィック・ビジネスカスタマーセールス・ジェネラルマネージャーのミカエル・ホフマン氏



## CTIA ワイヤレス 2001 レポート 姿を見せはじめたアメリカ流モバイルインターネット

3月20日から22日にかけて、アメリカ無線通信業界最大のイベントであるCTIA ワイヤレス2001がラスベガスで開催された。昨年に引き続き、今回もモバイルインターネットを主要テーマとして取り上げており、出遅れが懸念されるアメリカでも、ようやく方向性が少しずつ見えてきたようである。

レポート・写真：海部美知

### スケーラブルコンテンツを 指向するモバイルインターネット

初日の基調講演の冒頭、セルラー通信事業協会（CTIA）のトム・ウィーラー理事長は、ボイスストリームの会長でもあるジョン・スタントンCTIA会長とともに、ダイヤルアップモデムと次世代モバイルデータ通信方式である1XRTTの速度競争デモを行い、モバイルの優位性を実証しようとした。しかし、ダイヤルアップのパソコン画面にはどんどん画像が現れるのに対し、モバイル側はまったく動かない。途中から追いついて結局モバイルが勝ったが、冷や汗が出たに違いない。

しかし、ウィーラー理事長の冷や汗はこれだけで終わらなかった。ウィーラー氏は2003年にはインターネットのアクセス方式として、無線が固定通信を追い越すという予測データをさかんに引用したが、これに対し、今回の基調講演で多数を占めたパソコン業界のトップたちは、やんわりとそれを否定する論調が主流であったからだ。

デル・コンピュータのマイケル・デル会長



モバイル接続のデモを不安げに見守るCTIAトム・ウィーラー理事長（左）とジョン・スタントン会長。



マイクロソフトのモバイル戦略を語るスティーブ・バルマー社長。

は「業務向けアプリケーションでは、モバイル端末ではどうしても処理能力が物足りない。そのため、わが社では無線イーサネットを搭載したノートPCに力を入れている」と語った。また、ヤフー創業者のジェリー・ヤン氏は「固定通信でのインターネットアクセスがブロードバンド化するに従い、ユーザーの期待レベルが高くなり、モバイルは苦戦している」とコメントした。

そのなかで、アメリカ流モバイルインターネットの現在の方向性をもっとも端的に言い表したのはインテルのクレイグ・バレット社長であった。バレット氏は「無線インターネットというものは存在しない。あるのは「1つのインターネット」であり、端末の性格によってコンテンツがスケーラブル（伸縮可能）になるだけだ」と語り、PDAやブラウザフォンなどの端末に合わせて同社のCMを表示するデモを行った。日本のiモードや欧州で人気のあるショートメッセージサービス（SMS）は、モバイルインターネット独自の世界であ



無線LANに意欲を見せるデル・コンピュータのマイケル・デル会長（右）。



「スケーラブル・コンテンツ」を強調するインテルのクレイグ・バレット社長（右）。

る。これに対し、パソコンとインターネットの普及率が高いアメリカでは、モバイルもパソコンとの連携のうえではじめて力を発揮するというのが同氏の論点である。この点については、マイクロソフトのスティーブ・バルマー社長も同意見であり、2月に発表された携帯端末向けOS「スティングー」や「アウトルック」、「MSN」などのパソコン向けソフトやサービスをモバイルに拡張するためのソフトやツール類のデモを行った。

一方、モトローラのクリス・ガルビン会長はPDAを中心とするPDAがパソコンとの同期が容易にできるようになってはじめて急速に普及した点を指摘。ヤフーのヤン氏も、パソコン上でのインターネットの使い勝手がモバイルにも簡単に流用できるようになることが、普及のカギであると強調したように、多くの講演者がパソコンとの連携の重要性を語ったのが印象的であった。

### 第三世代モバイルへの道

日本では、高速データ通信の可能な3G（第三世代）方式がまもなくサービスを開始する予定だが、アメリカでもこの展示会に合わせて主要な通信事業者の次世代データ通信サービスの展開計画が出そろった。各社とも、今年から来年にかけて3Gの前段階となる2.5Gと呼ばれるデータ専用通信方式を導入する。その後数年かけて、需要の動向を見て旧型の端末との互換性も維持しながら、現存設備に少しずつ追加投資していくというやり





ユーザーの使い勝手の重要性を語るヤフー！創業者ジェリー・ヤン氏（右）

方で3Gへ移行するとしている。

最大の加入者数を持つベライゾンと、新興ながら全米で営業ライセンスを保有するスプリントの2社は、日本のKDDIと同じCDMA方式を採用しており、3Gではcdma2000方式を採用する。まず今年中に2.5Gのデータ専用パケット方式1XRTT（144Kbps）を開始、来年にかけてサービス地域の拡大と速度の向上をはかる。その次にデータ専用方式1XEVD-DO（2.4Mbps）を導入、最終的に本格的3Gである3XEVDV（3M～5Mbps）に移行する予定だ。

一方、米国独自のTDMA方式と欧州方式GSMを採用する陣営では、次第にGSM寄りの姿勢を強めており、最終的には両方式ともにドコモや欧州事業者と同じWCDMA方式に集約されると見られる。ドコモが投資を決めているAT&Tワイヤレスは現在TDMAを採用しているが、GSM方式のパケットデータ版であるGPRS（115Kbps）を2001年から2002年に導入する計画を昨年12月に発表済みだ。一方、SBCとベルサウスの移動通信部門が合併してできた新会社シンギュラーでは、合併の影響でTDMAとGSMが地域により入り乱れており、GSM地域では今年GPRSを導入予定としている。いずれの事業者も本格的3G方式WCDMAへの移行時期は明確にしていない。

3G移行への大きな障害の1つが、周波数の不足である。日本や欧州主要国では、3G用周波数の事業者への割り当てがすでに終わっているが、アメリカではどの周波数を新規の3G用とするかさまだ決まっていない。このため、CTIAのウィーラー理事長は講演者



周波数競売方式に懸念を示す、モトローラのクリス・ガルピン会長（右）

との対談のなかで再三にわたり周波数問題を取り上げた。特にFCC（連邦通信委員会）のマイケル・パウエル委員長との対談ではこの点に注目が集まったが、パウエル氏は明確な返答を避けた。また、周波数競売の結果免許料が高騰したために、事業者の資金負担が大きくなりすぎていることも3Gに向けての不安材料となっており、モトローラのガルピン会長とノキアのヨルマ・オリラ会長は、免許料の分割払いや競売方式の見直しなどを期待する発言を行った。

### 企業向けサービスに殺到するベンチャー

個別セッションでは、日米欧の比較をテーマにしたものが特に人気を集めた。なぜモードは成功し、欧米ではワイヤレスウェブがいまひとつなのかとの議論では、欧米通信事業者のコンテンツに対する過剰なコントロールとコンテンツに課金する有効な仕組みがないために、コンテンツプロバイダのやる気が起きないという点に原因を求める向きが多いようだ。このため、通信事業者が提供するマスマーケット向けのコンテンツではなく、カスタマイズの必要な企業向けサービスをベンチャーのビジネスチャンスであると見る向きが多い。無線関係の投資を行っているベンチャーキャピタル5社のパネルでは、現在の逆風下で、比較的初期投資が軽く、着実に利益の見込める分野として、企業向けモバイルサービスの分野が挙げられた。

この分野ではAetherと724 Solutionsの2社が金融業界向けソリューション、その他業界を含めたソフトでEverypath、Air2Web



プロ向けに人気のある双方向ページャー、ブラックベリー。

などが先行、これに多くのベンチャーが続き、それぞれ少しずつ異なる特徴を出しながら、いずれも既存のウェブやバックオフィスシステムとの統合を標榜している。また、企業市場をターゲットとするWISP（ワイヤレスISP）、WASP（ワイヤレスASP）などのサービスを提供する企業も登場している。展示のなかでもモバイルデータ関連の企業が昨年に比較して大幅に増加しており、まだそれほど大きくない市場に多くのプレイヤーが殺到して、すでに過当競争の兆しも見えている。

### アメリカ流モバイルインターネット

ブラウザフォンを端末として利用するワイヤレスウェブでは、スプリントの加入者が最近100万人を超えたといわれる。また、最近急速に売り上げを伸ばしたPDAがモバイルデータ端末として注目を集めている。しかし、CTIA会場に集まったワイヤレスのプロの間ではキーボードとオーガナイザー機能がついた双方向ページャー「Blackberry」（Research In Motion（RIM）社製）の人気が一番高かった。PDAの無線接続サービスの契約者がまだ数万人程度なのに対し、Blackberryは20万人と言われており、プロ向けデータ端末としては隠れたトップランナーである。

アメリカでは、キーボードをはじめとする既存のインターネットのユーザーインターフェイスとの親和性やパソコンとの連携が軸となる。日欧のポップカルチャー的モバイルインターネットに比べ、まだその存在は地味であるが、次第にアメリカ独自のモバイルインターネットの流儀が確立されつつあるといえるだろう。

## すべてのネットワークを1つにまとめる「one Net」 「Novell BrainShare 2001」開催

3月18日から23日まで、米ノベルが主催する「Novell BrainShare 2001」がユタ州ソルトレイクシティで開催された。今回のBrainShareでは、前年に発表された「one Net」構想にもとづき、各種サーバーを一元管理する「eDirectory」を中心とした製品やサービスが数多く展示された。

編集部：三柳英樹

### ディレクトリーサービスを中心にネットワークの一元化を実現

今回のBrainShareでは、ノベルが昨年発表した、あらゆるコンピュータネットワークをインターネットを通じて一元管理する「one Net」というコンセプトを実現する製品やサービスが数多く発表された。

ノベルが「one Net」の中心として考えているのは、個人情報を扱うディレクトリーサービスの「eDirectory」だ。多くの企業では、電子メールのアカウントをはじめとして、パソコンのファイルサーバー、経理や人事のデータベースなどが別々に管理されている。eDirectoryはこうした各種サーバーのアカウ



基調講演で今後の「one Net」戦略を語る、エリック・シュミット会長兼CEO



会場内の模様。「one Net」を実現する製品やサービスが数多く展示された。

ント情報などを一元管理することで、種類の異なるデータベースを1つにする役割を持っている。

また、こうした製品を適切に導入するには、各企業ごとのコンサルティングが重要となる。ノベルではコンサルティングを今後の重要なサービスとして提供する

としており、BrainShare開催直前の3月13日には、ノベルはコンサルティング企業のケンブリッジ・テクノロジーの買収を発表している。

3月19日に行われた、エリック・シュミット会長兼CEOをはじめとするノベルの経営陣による基調講演では、今回の買収にともないシュミット氏はノベルのCEO職を離れ、新CEOにはケンブリッジ・テクノロジー現CEOのジャック・メスマン氏が就任すると発表した。こうした点からも、ノベルが今後コンサルティングを重視していくことが見てとれる。なお、シュミット氏は今後も会長兼チーフサイエンティストとしてソフトウェア開発の指揮にあたるとしている。

### ディレクトリーサービスを中心にネットワークの一元化を実現

今回のBrainShareでは、ノベルの次期ネットワークOS「NetWare 6」の概要も明らかにされた。NetWare 6の新機能のなかでは、インターネットベースのファイル管理機能「iFolder」が高い注目を集めていた。



会場内の「technology lab」では、ノベルのパートナー企業32社が製品を出展した。



Novell BrainShare 2001の会場入口

iFolderはインターネットを利用してファイルを共有するシステムで、自宅と勤務先のように離れた場所にあるパソコンでの作業を支援するものだ。iFolderで同期をとったファイルはサーバーだけでなく各パソコンにもコピーされ、作業を行う際に自動的にアップデートされる仕組みになっている。ファイルのアップデートは差分のみで行うため、アナログモデムのような低速回線でも十分に実用になるとしている。

このほかにも会場内では、eDirectoryと各種サーバー間をXMLで結び「DirXML」や、プリンターを一元管理する「Novell Printing Solution」などが、すでに動作する状態で展示されているのが目を引いた。

今回のBrainShareでは、昨年の「one Net」のような新しいコンセプトの発表はなかったものの、すでにこのコンセプトにもとづく製品を提供しているノベルは、業界のトップランナーであることに変わりはない。こうした業界内のリードを保ちながら、さらに新しいビジョンを示せるかが、来年のBrainShareに向けたノベルの課題と言えるだろう。



NetWare 6の新機能「iFolder」。インターネットを使ったファイル共有を実現する。



## アナリストレポート ネットワークインテグレーション企業編 インターネット関連株の内外価格差を探る

今回から数回に分けて、株式市場でのインターネット企業の評価について取り上げる。今回は、筆者がアナリストとして担当するインターネットインフラ業界からネットワークインテグレーション(NI)業界を取り上げ、国際的な比較の中での株価評価が適切かどうかを考察する。

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NI業界のビジネスに対する株式市場の評価はさまざま

日本における「ネットワークインテグレーション(NI)業界」というと、ネットワンシステムズとネクストコム<sup>2</sup>の専業NIに、システムインテグレーター的な性格を強く持つ伊藤忠テクノサイエンス(CTC)を含めた3社が、代表的な公開企業として知られる。

こうした企業は、インフラ構築に対する高い需要の中で、順調にかつ安定的に業績が伸びるとして評価が高い。一方、単に米国の技術を日本に輸入して再販しているだけだという手厳しい評価があるのも事実だ。さらには、この種の企業が高く評価されているのは日本だけであり、それは日本の株式市場がおかしいからだといった指摘もあるようだ。

### NIという業態は日本独自ではない

まず、事業の性格に対する2つの指摘、つまり「単なる輸入代理店ではないのか」という声と「このような事業は日本にしか存在しないのではないか」という声から取り上げて

みよう。

「単なる輸入代理店ではないのか」という指摘については、ネットワークの設計・構築・運用・保守といったサービスの提供は、人員規模の問題のみならず、ネットワークやシステムにさまざまな機器を使っている以上、各メーカーの日本法人だけではほぼ不可能と思われる。したがって販売チャンネルとしてだけではなく、エンドユーザー向けのサービスを提供するという点においてNIやSIの存在は欠かせないものだ。でなければ、10%に届かんとするNIやSIの営業利益率の維持は困難なはずである。

次に、「日本特有の事業かどうか」という指摘を考えよう。ネットワークやシステムの構築には、米国を中心に生み出されたさまざまなデファクトスタンダードの機器を必要とする。これは欧州でもアジアでも同じであり、世界各国に似たような業態の企業が存在する(下の表ではCMG、ロジカ、ディメンションデータ、データクラフトアジアを例に挙げた)。実はこの点は日本株・米国株だけを見ている投資家の間ではあまり考慮されていないように見受けられ、この手の議論を歪ませている一因だと感じる。

### PERによる企業価値の評価

株価は企業価値を反映するものだ。というのも、企業価値は「時価総額(株価×株数)+純負債」で表現されるからであり、株価の上下は各企業の価値に対する評価の変

化を意味する。

問題は、どの程度の評価が妥当なのかという点だが、そのためにはさまざまな株価の評価尺度を用いて、それなりの目安を持つことができる。

たとえば、今回はもっとも一般的なPER(株価収益率)を使用するが、PERは「株価÷1株あたりの利益」または「時価総額÷利益」という簡単な計算で求められる。このPERは、企業の1年間の利益に対して企業価値が何倍に評価されているかを示すものだ。

つまり、他社との比較や業界の平均などのさまざまなファクターによって妥当とされるPER値であれば、それぞれの企業の株価評価に目安を与えてくれることになる。

### 国際比較の結果は妥当な評価

さて、NI業界の株価であるが、各社を並べてみると、日本のNIの3社は必ずしも過大な評価を受けているわけではなさそうだ。ここ数か月の株価下落という現象は、この業界においてはむしろ欧州中心に強く見られ、また参考として取り上げた米国のシスコシステムズ、サン・マイクロシステムズも同様にここ半年で数分の1という株価の下落であったことを考えれば、世界中で同じような動向を示していたとも考えられる。

この論のあとには、メーカーとサービス会社のどちらを高く評価するかという問題が残るが、誌面の関係で別の機会に譲りたい。

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。

各国の主なインターネット関連企業の株価

企業名	公開市場	通貨	株価	PER		1株あたり利益	
				2001年(予想)	2002年(予想)	2001年(予想)	2002年(予想)
Cisco Systems	米ナスダック	米ドル	15.86ドル(1,975円)	29.21	26.35	0.543ドル(67.60円)	0.602ドル(75円)
Sun Microsystems	米ナスダック	米ドル	14.65ドル(1,824円)	32.56	-	0.45ドル(56.03円)	-
Dimension Data(南ア)	ロンドン	英ポンド	2.955ポンド(530円)	17.38	15.55	0.17ポンド(30.47円)	0.19ポンド(34.05円)
CMG(オランダ)	ロンドン	英ポンド	4.33ポンド(776円)	36.08	28.87	0.12ポンド(21.51円)	0.15ポンド(26.89円)
Logica(英)	ロンドン	英ポンド	8.76ポンド(1,570円)	39.82	32.44	0.22ポンド(39.43円)	0.27ポンド(48.39円)
Datacraft Asia(シンガポール)	シンガポール	米ドル	3.92ドル(703円)	39.20	30.15	0.1ドル(17.92円)	0.13ドル(23.30円)
ネットワンシステムズ	店頭市場	円	230万円	69.69	51.43	3万3,003円	4万4,719円
伊藤忠テクノサイエンス	東証	円	1万700円	34.52	30.57	310円	350円
ネクストコム	ナスダックJ	円	643万円	38.68	29.62	16万6,221円	21万7,105円

株価は平成13年4月10日終値。予想はCiscoはI/B/E/S、その他はゴールドマン・サックス調査部予想。1ドル=124.50円、1ポンド=179.24円で換算





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。

## 米大手プロバイダーのPSINet、破産法の適用を含む経営再建策を検討

米大手プロバイダーのPSINetは4月3日、まだ2000年の年次報告書をまとめておらず、米証券取引委員会（SEC）に定められた期限内に提出できそうもないことを明らかにした。また、環境の急激な変化により資金繰りが悪化し、米国の会社更生手続きにあたる米連邦破産法の適用申請も含めた経営再建策を検討していることを明らかにした。

同社は、2000年の年次報告書をまとめるため、外部コンサルタント会社と不良資産などについての評価を進めている。同社は2000年1～9月にリストラや接続料金の値下げを行ったが、第4四半期にもさらなるリストラ経費などを計上する予定だという。これらの評価を完了した後、15日間の延長期間内に年次報告書を提出できると見ている。3月30日現在、現金や預金、短期的な投資金、売買可能な証券を合わせて約2億5,400万ドル保有しており、そのうち、約2,700万ドルが債務返済などに充てられるが、同社では資産売却によって利益を得ても、同社が検討中の

戦略的代替案をうまく遂行するのに不足しているとしている。

同社は米ゴールドマン・サックス証券などと、戦略的提携や同社売却などの戦略的代替案、債務返済の繰り延べなどの検討を進めている。これらの選択肢には、米連邦破産法の下での経営再建も含まれている。しかし、再建策に成功しても、同社の株式はまったく価値のないものとなりそうだとしている。

[ 4/4 Reported by hiro@nakajima-gumi.net ]

### 「国内サービスには影響ない」

米PSINetが4月3日に、破産法申請の可能性も含んだ経営再建策を検討すると発表した。日本法人であるピーエスアイネットによると、国内のサービスには影響がないとしている。ピーエスアイネット代表取締役社長による正式コメントをウェブサイトで発表しており、「すべてのサービスについて通常どおりの提供体制を継続する」「これまでどおりすべてのお客様に対し今と同じ高水準のサ

ービスを提供し続ける」と述べている。

ピーエスアイネット本体をはじめ、傘下の東京インターネットなど、PSINetジャパングループには企業顧客が多い。そのため、4月3日の米PSINetの発表後、ピーエスアイネットには顧客からの問い合わせが多数寄せられたという。また、本誌記事を読んだ読者からも、国内でのサービス継続を心配するメールが編集部へ寄せられるなど、大きな反響を呼んでいるようだ。

Jump [www.jp.psinet.net/News/topic010405.html](http://www.jp.psinet.net/News/topic010405.html)

[ 4/5 nagasawa@impress.co.jp ]



## 米MIT、10年をかけてすべての授業をインターネットで無料公開

米国のマサチューセッツ工科大学（MIT）は4月4日、今後10年間かけてほとんどすべての授業をインターネットで無料公開するプ

ロジェクト「MIT OpenCourseWare」を明らかにした。公開されるものの中には講義録、参考文献、宿題や試験問題などが含まれる。また、現在一部の授業の動画が公開されていることから、こうしたものが含まれる可能性もある。MITでは建築、工学、科学、人文科学、芸術、社会科学、ビジネスなどの分野で2000以上の講義が行われており、これらがすべて無料で公開されることになる。

プロジェクトはまず2年間にわたるパイロットプログラムで始まる。この期間に大規模なプロジェクトを成功させるために必要なソフ

トウェアとサービスの研究を進めると同時に、MITの教授や学生がどのようにこの教育資源を利用するのかをモニターする。このパイロットプログラムが終了する2年後には、500以上の講義内容がインターネットで無料公開されるものと予測される。

OpenCourseWareの名前の付け方からわかるように、今回のプロジェクトの発想は、プログラミングの世界で一般的なオープンソースの考え方や似通っており、これまでオープンソースの発展に多大な貢献をしてきたMITの伝統がここに生かされていると言えるのかもしれない。

Jump [web.mit.edu/newsoffice/nr/2001/ocw.html](http://web.mit.edu/newsoffice/nr/2001/ocw.html)

[ 4/5 taiga@scientist.com ]



## イー・アクセス、NTT東西の営業活動について総務省に意見申し立て

イー・アクセス株式会社は4月2日、NTT東西が自身の立場を利用して顧客勧誘などで優位に立っていると、総務省に意見の申し立てを行った。

イー・アクセスが意見を申し立てたのは「NTT東西会社における相互接続事業者の営業情報の取扱いおよび受付体制に関する問題」と「ダークファイバー接続交渉および手続きの遅延などにおける是正」の大きく2点。

具体的には、顧客がISDNからアナログ回線への切り替え工事を依頼する際の窓口であ

る「116」番において、NTT東西は自社のサービス「フレッツ・ADSLサービス」に勧誘できる機会があるということ、イー・アクセスを含む他のADSL事業者と、フレッツ・ADSLとの間でサービス提供時期について差異が生じており、競争上、または顧客の利便上、不平等が存在していることを挙げている。

また、ダークファイバー関連については、接続交渉の協議を開始してから回答されるまでに4か月を要するなど「意図的な遅延行為があった」としているほか、東京23区内にお

ける接続要望区間で、接続不可とされる調査回答区間が多くあり、接続交渉の経緯から「接続の可否の判断基準に恣意性があるとの疑義を持たざるを得ない」としている。

なお、この意見は、電気通信事業法第96条の2の規定に基づいて申し立てられたもの。総務省では、実態調査を行い、調査の結果を申出者であるイー・アクセスに通知しなければならない。

[www.eaccess.net/jp/info/pro10402-a.html](http://www.eaccess.net/jp/info/pro10402-a.html)

[4/2 okiyama@impress.co.jp]

## 音楽データベース「CDDB」が日本で本格展開へ

音楽CD情報データベースの「CDDB」が、日本に本格上陸する。「CDDB」を運営する米企業Gracenoteの日本企業との提携で実現するもので、日本語での楽曲情報検索・表示にも対応していく。

「CDDB」は音楽CDに収録された楽曲情報を検索・認識するデータベースで、音楽CDをPCや情報機器にセットすると、自動的にCDDBにアクセスして該当CD情報を検索し、曲名やアーティスト名を付加してCDを再生できるものだ。

今回、Gracenoteが日本のベンチャー企業である株式会社レインボー・パートナーズと業務提携することで、日本国内でCDDBの持つ音楽認識技術を本格的に展開する形となった。

またGracenoteは、独自に日本語CDDBサーバー「KCDB」を運営していた株式会社エイムとも業務提携し、KCDBをCDDBに統合することも発表している。これによって、KCDBが持つ約3万タイトルの邦楽曲および40万タイトルの洋楽曲を、日英2か国語で

検索・表示ができるようになった。ただし、これには

CDDBの新バージョンである「CDDB2」に対応したソフトが必要で、現在対応しているのはエイムが開発した

「CD Partner」のみ。今後の他ソフトの対応が待たれる。

[www.gracenote.com/press/2001041200.html](http://www.gracenote.com/press/2001041200.html)

[4/13 aoki-m@impress.co.jp]



## 米インテル、P2P技術による“仮想スーパーコンピュータ”で医療研究へ

米インテルと欧米の科学研究団体は4月3日、数百万台のPCを結んで世界最大規模のコンピューティング環境を構築して、医療研究に取り組むプロジェクトを発表した。インターネットに接続したPCとP2P

技術を使ってハードディスクや演算処理能力を共有し、医療研究に利用できるコンピューティング能力を飛躍的に向上させるというものだ。プロジェクトには、全米癌学会、米国立癌研究財団、英オックスフォード大学、米ユナイテッドパイゼスが参加している。

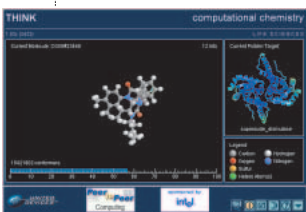
同プロジェクトでは、ユーザーがインターネットからプログラムをダウンロードして、癌やその他の病気への対処法や治療法の研究プ

ログラムを実行できるようにする。このプロジェクトには数百万人が参加すると見込んでおり、現在の最高性能スーパーコンピュータより10倍優れた50テラフロップスの性能を実現すると予測している。

インテルは昨年8月、P2P技術の標準化に向けた業界団体を設立し、P2P技術への取り組みを明らかにした。同社は今後もP2P技術の有効活用に積極的に取り組んでいくとしている。

[www.intel.com/cure/](http://www.intel.com/cure/)

[4/4 hiro@nakajima-gumi.net]



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)