



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。



スピードネット株式会社  
代表取締役社長

**和田 裕** (わだ・ひろし)

ブロードバンドに新たなアクセスラインが加わった。スピードネットは5月25日より、無線を使った接続サービスをさいたま市の一部地域で開始した。すでにCATVやADSLが急速に顧客を増やすなか、無線はブロードバンドの新たな選択肢となるのだろうか。同社の和田裕氏に、開業までの経緯とこれからの展望を聞いた。

聞き手：編集部  
Photo: Nakamura Tohru



1955年生まれ、1979年に上智大学法学部を卒業、1990年に株式会社日本ソフトバンク（現ソフトバンク株式会社）に入社。1999年9月、スピードネット株式会社の設立と同時に同社に移籍し、営業本部長を務める。2000年6月より同社代表取締役社長。

## 1人でも多くの人にブロードバンドを提供する。 そのためにあらゆるインフラを使っていきたい。

### サービスの検証実験を終え いよいよ5月からサービス開始

当社は光ファイバーをベースにしたインターネット接続サービスの提供を目的として、1999年9月の会社設立以来準備を進めてきました。ようやく今年の5月25日から、さいたま市の一部地域で無線による接続サービスを開始する運びとなりました。

そもそも、こうした事業をやることになったきっかけは無線LANが技術的にも成熟してきて、これを光ファイバーの先端につなげればおもしろいサービスができるのではないかと、ということをソフトバンクの社内で検討したことから始まっています。その後、この構想はソフトバンクから東京電力に持ちこまれ、マイクロソフトも含めた3社の共同出資で会社を設立することになったわけです。

当初は2000年の夏ごろにはサービスを開始する予定でしたが、技術的な問題の検証に思ったよりも時間がかかってしまいました。最初のテストは1999年10月から東京で250人ほどを対象にして行ったのですが、無線という技術を使う以上は、さまざまな条件でのテストが必要だという判断をしました。

そこで、2000年9月からは埼玉県のパブリック市、大宮市、与野市（現さいたま市）の約300世帯を対象にして、より広域での実験を開始しました。この実験を始める前には、屋外での無線LANは雨や雪が降った場合にはサービス不能になるのではないかとという予測もありましたが、結果としては天候に左右されることはほとんどありませんでした。

こうした結果からサービスは十分に提供可能だと判断し、今年の3月に事業に必要な第一種通信事業者許可を取得しました。

### 電柱が見えれば そこがサービスエリア

5月から開始する無線サービスは、月額料金が4,350円、通信速度は最大1.5Mbpsとなります。CATVやADSLに比べると安い価格帯ですが、これは競争のために無理をして設定した金額ではなく、提供エリアやユーザー数が拡大していけばさらに価格を下げられるだけの幅も持っています。

ただし、当社では大前提としてサービスの品質を重視していますので、サービスの質を下げても値段を下げるつもりはありません。スピードの面では、これまでの実験では数百k～1Mbps程度の平均速度が出ていますので、決してほかのサービスにもひけは取らないと思います。また、当社のサービスでは周波数ホッピング方式（FH方式）という、一般的に市販されている無線LANとは異なる方式を利用しています。この方式では、2.4GHz帯の周波数のなかを複数のチャンネルに分け、高速にチャンネルを切り替えながら通信を行っています。そのため、エリア内に無線LANを利用している家庭があっても、ほとんど影響はありません。

現在、さいたま市内の数百本の電柱に基地局を取り付けていて、ここから300～500メートルの距離がサービスエリアとなります。家から電柱までの間にビルなどが建っているとサービスの提供は難しくなりますが、基本的には家から基地局のある電柱が見えればサービスエリアだと考えていただいて構いません。電柱の高さは15メートルありますので、屋根の上にテレビアンテナのように受信装置を取り付ければほとんどの場所ではサービスが可能となります。

現状では2600件程度の申し込みがあり、サービスの展開を予定している地域でも事前登録を受け付けています。工事についても、電気工事関連の会社と提携していくことで、たいたい申し込みから4日間ぐらいでサービスが提供できるようにするのを目標としています。

### サービスエリアの拡大には 無線以外の技術も検討

現在のサービスエリアはさいたま市の一部地域のみですが、9月にはさいたま市全域、10月には東京都の練馬区と杉並区、12月からは東京都の多摩地域と神奈川県川崎市と横浜市へと地域を拡大していく予定です。実際のところ、限られた地域だけでサービスを展開するのなら、もっと早くサービスは開始できました。実験を長期間に渡って行ってきたのは、どんな地域でもサービスを提供できるように検証が必要だったのがもっとも大きな要因です。

いままでに問い合わせをいただいたなかでは、思っていた以上にCATVやADSLが使えないケースが、特に集合住宅で多いように感じられます。こうした事情を考慮すれば、当社としてもユーザーを獲得できる余地は十分に残っていると思います。

現在はサービスエリア外だという方でも、ホームページなどでご意見をお寄せいただければ、反響の多い地域については検討していきます。1人でも多くの方にブロードバンド環境を届けるのが当社の目標です。

また、これは誤解の多いところなのですが、スピードネットは無線サービスだけの会社ではありません。光ファイバーを直接家庭まで引き込むFTTHについても現在検討中です。また、将来的には電力線モデムなども含めて、今後アクセスラインとして使えるものはすべて利用していきたいと考えています。

www.speednet.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。

偵察機問題で揺れる米中関係の中での騒動  
「米中サイバー戦争」の虚実

2001年3月末、沖縄嘉手納基地所属の米軍偵察機「EP3」が、南シナ海上空の公海沿岸を飛行中に中国軍の戦闘機と接触、中国海南島に緊急着陸した。この事件では乗務員の帰国や機体の返還をめぐる米中両政府で激しい攻防が行われたが、その裏で両国クラッカー集団による「サイバーテロ戦争」が繰り広げられたとの報道も目を引いた。各国のさまざまな報道を見ながら、その真相に迫りたい。

田中 宇 / 国際情勢解説者

で米国大統領府（ホワイトハウス）のウェブサイトを「Jump01」を攻撃し、6時間にわたってサイトをアクセス不能に陥らせたのである。

中国クラッカー集団のいたずら的な攻撃が真相か

3月末に米軍の偵察機が中国の戦闘機と接触し、中国側のパイロットが行方不明となり、偵察機は緊急着陸して米中関係が急速に対立したが、この事件を機に中国の人々の間で米国への反感が強まった。それを受けて、中国のクラッカー集団「紅客連盟」が「Jump02」が、メーデーの5月1日から米国の政府系サイトなどを攻撃するという「宣戦布告」を行った。

「紅客」は「赤いハッカー」（中国語で「紅色駭客」）という意味で、彼らは5月1日から7日までに、米国の1000か所のウェブサイトへ侵入し、トップページを書き換えるなどの攻撃を行ったと発表している。運動終結の5月7日は、一昨年にコンゴ紛争で米軍がベオグラードの中国大使館を「間違っ」て空爆した日にあたる（中国人の多くは、このと

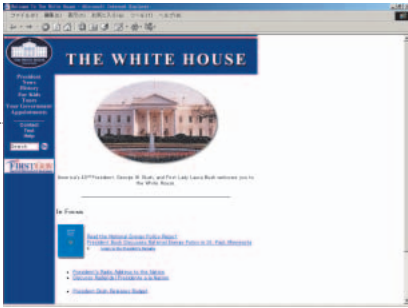
祝日としての「5月4日」の意味

5月4日は、中国では「五・四運動」を記念する祝日である。1919年のこの日、日本や欧米の帝国主義列強による支配に反対して北京の学生たちが起こしたのが五・四運動で、中国革命の発火点となった。当時の青年たちの愛国心を忘れないよう、毎年この日は中国全土で若者を集めて愛国心高揚を目的としたイベントが行われるが、今年は世界中の注目を集める、例年とは趣の違う愛国運動が行われた。中国のクラッカーたちが集団

「サイバー戦争」の発端になった、緊急着陸した米軍の偵察機。(1)-(3)はおもな損傷箇所。(ロイター=共同)







真っ先にクラッカーの標的になった米国ホワイトハウスのウェブサイト。

www.whitehouse.gov

き米軍が故意に大使館を空爆したと思っている。今回のサイバー攻撃は、米国に対する「反撃」の意味があった。紅客連盟は今年初め、日本の歴史教科書問題が起きた際、日本の役所や企業のサイトを書き換えた人々でもある。

中国からの攻撃に対し、米国側もいくつかのクラッカー集団が中国のサイトに攻撃をかけたと報じられ、「米中サイバー戦争が勃発した」というトーンの報道が米国でも中国でも多かった。しかし、ウェブサイトの書き換え以外にはサーバーに対する深刻な被害は伝えられておらず、全体的に見ると、今回の事件は「戦争」とは言いにくい。

### サイバーテロの実態と現実の騒動とのギャップ

「サイバー戦争」や「サイバーテロリズム」の話題は、2年ほど前からよく世界のマスコミに登場するようになった。「ミサイルを管理

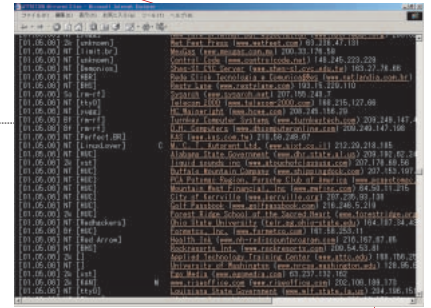


米国政府系サイトへの攻撃宣言を行った中国のクラッカー集団「紅客連盟」のウェブページ。

www.cnhonker.com

している軍のサーバーを破壊して戦闘能力を失わせる」「空港の管制塔サーバーに侵入して旅客機を墜落させる」「病院のサーバーに侵入し、カルテなどを書き換えて患者を殺す」といった行為が、その内容である。こうした行為と比べれば、今回の騒動は「悪ガキたちが互いに相手の家の扉に落書きして喧嘩した」といった「いたずら」に近い。

そもそも「サイバーテロリズム」については一時盛んに報じられたものの、実際に大きなテロ行為が行われたことはまだない。最近ではマンネリ化するので記事にもなりにくくなった。国際的なテロ組織や麻薬組織が電子メールで連絡を取り合っているという問題もよく指摘されるが、その問題に対しては米国政府は、ネット上を行き交うデータを傍受するシステム「エシュロン」を持っている。テロリストによるメール送受信よりも、エシュロンを使った米当局による一般市民への監視活動のほうを問題視する人々が多い。



書き換えられたサイトのリストに「HUC」（紅客連盟）が並ぶ。

www.attrition.org/mirror/attrition/

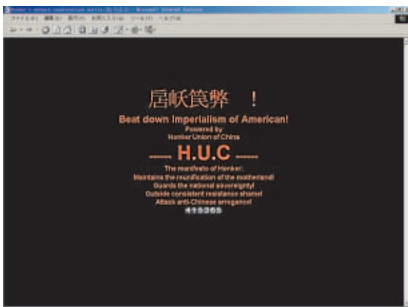
「紅客連盟」のサイトには、セキュリティーホールを使ってサーバーに入る方法も「侵入教程」として紹介してあるが、そこに書いてあることは、きちんとした管理者がいるサーバーなら防止策がとられている問題であり、その意味でも今回の「サイバー戦争」はイメージが先行しすぎている。

### 「サイバーテロ騒動」の裏側にビジネスの影も……

この事件に関する中国の報道では「米国からの攻撃をはね返せるよう、中国のサーバーのセキュリティーを高める必要がある」という業界関係者のコメントをいくつか見かけた。「サイバー戦争が起きる」と主張することで得をするのは、サーバーのセキュリティーを強化するビジネスにたずさわっている人々や、予算の増加が見込める米中双方の軍事関係部門である。米中のハッカーやクラッカーたちは、セキュリティー業界の人々でもあるわけで、「戦争」を起こす一方で企業や役所に「対策」を売り込むという、新手の「米中合弁ビジネス」なのかもしれない。Y2K問題のときもそうだったが、ユーザーの不安がないとビジネスにならないのである。

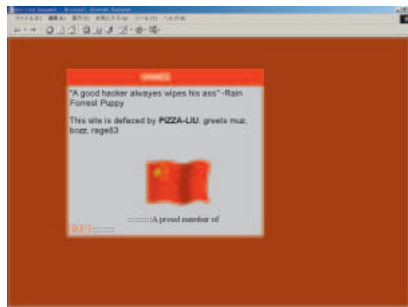
www.whitehouse.gov

www.cnhonker.com



「紅客連盟」に書き換えられたと見られるサイト。現在は正常なトップページに戻っている。

www.ansme.com



これも「紅客連盟」によって書き換えられたと思われるサイト。現在は正常なトップページに戻っている。

www.whads.com

田中 宇（たなか・さかい）  
1961年生まれ。共同通信社を経て1997年からマイクロソフト勤務、『MSNジャーナル』などを手がける。その後、1999年12月よりフリーの国際情勢解説者に。本誌コラムニスト。  
www.tanakanews.com



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。

まぐクリックがメールマガジンの課金代行サービスを開始  
電子メールがコンテンツビジネスの主役に躍り出る日

ブロードバンドを追い風に、さまざまなコンテンツのビジネス化に向けた取り組みが盛んになっている。そして今、1か月に1億8000万通もが配信されるというメールマガジン配信サービス最大手「まぐまぐ」を舞台に、新たなコンテンツビジネスの摸索が始まりつつある。

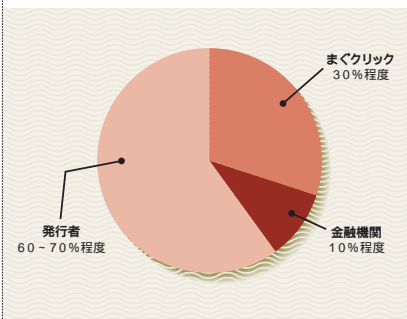
編集部：藤井貴志

個人発行者にも課金インフラを

メール広告最大手の株式会社まぐクリックは、「まぐまぐ」を通じて配信されるメールマガジンの課金代行サービスを7月にも開始する。今後、メールマガジン発行者は、購読を無料にして（ときには広告収入を得ながら）配信するか、または、読者から購読料を徴収して運営するかを選択できるようになる。仕組みは右図のとおりだ。まぐクリックは読者から購読料を一括徴収し、同社と決済金融機関、発行者の3者で分配する。決済にはクレジットカードが銀行引き落としを使う。

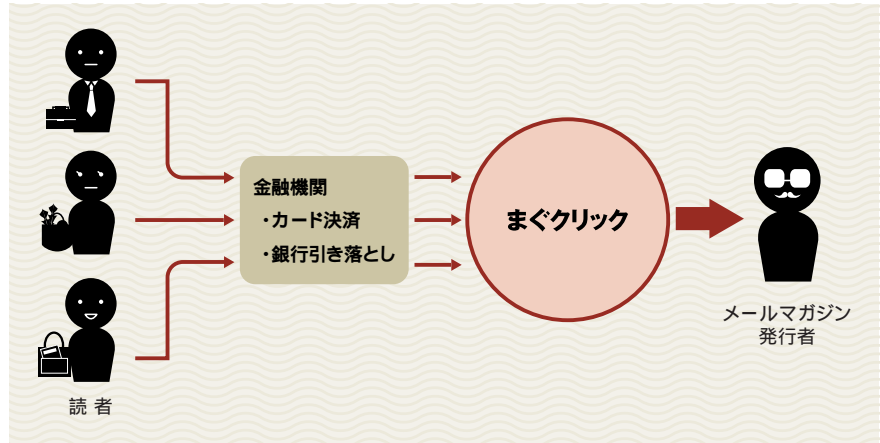
個人発行者が手軽に利用できる課金インフラを求める声は以前から強かったものの、無料メールマガジンの有料化には、多くのトラブルも想定される。そうしたことから、「個人発行者への課金インフラ開放は、これまで一概に善し悪しの判断ができない難しい問題だとされていた」（まぐクリック取締役/吉

徴収した購読料金の内訳



取材時(2001年5月16日現在)のもの。詳細調整中。

メールマガジン購読料金の流れ



読者から徴収した購読料の一部が、手数料として金融機関に支払われる(下図グラフ参照)。

富一郎氏)という。これまで難題とされていたものが今この時期に実現した背景には、常時接続の普及などを追い風にしたことも挙げられるが、その一方で、現在のまぐクリックが生業としている広告ビジネスの将来に対する不安があることも事実だ。

コンテンツの質とプロ意識

これまでメールマガジンは、メディアというよりもコミュニティに近い存在として、ある種独自の文化を形成してきたが、有料メールマガジンは、これまでの「草の根メディア」的なメールマガジンと明らかに異なる存在だ。この新たな「メディア」を育てていくために、まぐクリックでは有料化後は当面のあいだ広告の掲載は行わず、質の高いコンテンツの有料化を積極的に後押ししていく考えだ。この裏には「メールマガジンというメディアを育てたい」(吉富氏)という強い思いがある。

有料メールマガジンが定着して軌道に乗れば、まぐクリックも恩恵を受けられる。しかし、有料化による部数減でメディアとしての求心力を失うことになれば、これまで同社が大切に育んできた「広告媒体としてメールマ

ガジン」の価値をも失いかねない。

また、発行者にとっては、有料化することで収入の道が開ける一方で、読者からは厳しい目が向けられることになる。内容や編集はもちろん、不適切な引用や表現を行わないことなど、「プロの作品」に求められるスキルやクオリティーは高い。また現在、多くのメールマガジンは発行日を「週1回」「月2回程度」として「たいたい」の表記しかしていないが、発行日が決まっていない雑誌を誰が買うだろうか？ 有料化後は、まさにプロとしての姿勢が問われることになる。こうしたことが有料化に踏み切れなかった要因だが、今回まぐクリックでは、有料化に際して審査を設けるほか、「まぐまぐ」のコミュニティをオンプズマン的に機能させることやクーリングオフ制度の導入も検討している。

今回の取り組みは、個人ばかりではなく、すでに活躍している文筆家や企業からも支持されるだろう。メールマガジンがクリエイターと読者を直に結び付けることで、電子出版などの新たなビジネス展開も考えられる。その意味からも、今回の課金インフラ提供がコンテンツビジネスに与えるインパクトは大きい。

## 接続サービスからアプリケーションサービスへ ブロードバンド時代のプロバイダー新サービス

プロバイダーは接続サービスだけでなく、メールアドレスやホームページサービスも提供するのが一般的だ。しかし、接続環境がダイヤルアップからブロードバンドに移行するにつれ、プロバイダーがユーザーに提供するサービスも変わりつつある。プロバイダー各社の新サービスから、今後のプロバイダーのありかたを考察してみよう。

編集部：三柳英樹

### ホームページに限定しない オンラインストレージ

現在、多くのプロバイダーでは利用者への付加サービスとして、5Mバイト程度のディスクスペースを個人ホームページ用の領域として提供している。

一方で、こうしたディスクスペースをホームページに限定せず、ユーザーが自分のハードディスクの一部として利用できるような、オンラインストレージと呼ばれるサービスを開始するプロバイダーが増えている。

@nifty では5月9日より、オンラインストレージサービス「WebPocket」<sup>Jump03</sup>を開始した。@niftyの会員であれば誰でも利用でき、ディスクスペースは1Gバイトで月額500円からと、かなり安価に設定されている。ファイルのアップロードやダウンロードがウェブ上から行えるほか、動画ファイルについてはストリーミング再生も可能となっている。

また、IJJ4Uでは5月16日より、サーバーのディスクスペースをファイルのバックアップ領域として利用する「Backup4U」<sup>Jump04</sup>を開始した。このサービスは、専用のソフトウ

ェアにより、指定したファイルをサーバー上のディスクスペースにバックアップとして自動的に保存するものだ。

いずれのサービスもこれまでのホームページ用のサービスとは反対に、ファイルはIDとパスワードによる制限がかけられ、他人には覗けないように設定されている。

<sup>Jump03</sup> [www.nifty.com/webpocket/](http://www.nifty.com/webpocket/)

<sup>Jump04</sup> [help.ijj4u.or.jp/Backup4U/](http://help.ijj4u.or.jp/Backup4U/)

### ブロードバンドがプロバイダーの サービスを変える

こうした大容量のオンラインストレージは、ADSLなどの高速回線を前提としたサービスである。逆に言えば、ADSLのような高速回線の使い道を、プロバイダー側から提案しているサービスであるとも言える。

もちろん、この傾向はADSLを主力サービスにしているプロバイダーではさらに顕著になってきている。東京めたりっく通信<sup>Jump03</sup>では、100Mバイトまでのディスクスペースを無料で提供するほか、メールボックスの容量制限を廃止し、1通のメールにつき最大100Mバイトまで送受信可能という、ブロードバンドユーザーを対象にした「meta+ Basic」というサービスを開始している。また、5月1日からサービスを開始したReSET.JP<sup>Jump04</sup>でも、ユーザー用のディスクスペースを1Gバイトまで無料で提供するほか、サーバー側でメールを管理するIMAP4への対応を開始すると表明している。

これまでのプロバイダーのおもな業務は、各地にアクセスポイントを用意して、接続サービスを提供することだった。しかし、この形態は徐々に変わりつつある。たとえば同じJレッツ・ISDNを利用するサービスであれば、NTTが地域IP網という形でアクセスラインを提供しているため、接続サービスとしては各社とも同じように見えてしまう。料金以外では、付加サービスでしか他社との違いが打ち出しにくい。

これまでのプロバイダーでは、メールアドレスや個人ホームページスペースは、あくまでも接続サービスのおまけという扱いに過ぎなかった。しかし、ダイヤルアップからブロードバンドへと移行していく中で、今後はこうした接続以外のサービスこそが、ユーザー獲得の切り札になっていくのではないだろうか。

<sup>Jump03</sup> [www.metallic.co.jp](http://www.metallic.co.jp)

<sup>Jump04</sup> [www.reset.jp](http://www.reset.jp)



@niftyのオンラインストレージサービス「WebPocket」  
ストリーミング再生にも対応している。



IJJ4Uのオンラインバックアップサービス「Backup4U」の  
専用クライアント。バックアップは自動的に行われる。

### プロバイダー各社のブロードバンド対応サービス

プロバイダー名	ディスクスペースサービス	メールサービス
@nifty「WebPocket」	1GB（月額500円） 5GB（月額750円） 15GB（月額1,000円）	-
IJJ4U「Backup4U」	100MB（月額900円） 容量無制限（月額2,000円）	-
東京めたりっく通信	100MB（無料） 1GB（月額9,800円）	メールボックス容量無制限 1通あたり100Mバイトまで可能
ReSET.JP	1GB（無料）	メールボックス容量10MB IMAP4対応（6月開始予定）



INTERVIEW

自動車の巨人が証券業に本格参入  
静かにスタートしたトヨタFS証券の本気

異業種企業が、相次いで金融業に参入して話題を集めている。そのなかで比較的静かにスタートを切ったのが、4月2日に開業したオンライン証券「トヨタファイナンシャルサービス（FS）証券」だ。グループの中核を担う金融会社の1つだが、派手さがないぶんいまひとつ戦略も見えづらい。そこで展開などについて、藤井幹雄取締役聞いた。

聞き手：砂田伊知郎

証券会社設立の目的は

藤井：異業種といっても、トヨタの場合は自動車ローンや保険を手がけており、完全な新規で金融業に参入したわけではない。クレジットカード事業を核として金融商品の品揃えを増やし、総合金融ビジネスを展開していく計画だ。「資産形成」と「決済」を重視するならば、グループとしては銀行業を意識したかもしれないが、比較的参入しやすい証券業へまずは打って出たということだろう。証券会社を設立した大きな目的の1つは、自動車を通じて接点を持つことができた顧客の、長期的な資産運用に役立ちたいと考えたからだ。おそらく、多数のユーザーは投資経験が浅いと見られるため「やさしく、わかりやすい」をモットーに厳選した投資信託を提供することに決めた。現在オリジナル3本を含む合計10本の投信のみを取り扱っている。また、資産運用ツール「ファンドシミュレーション」を用意している。これは運転席に見立てた画面を使い、期間や目標額に応じた運用結果をコンソールパネルに表示するものだ。

取り扱い投資信託（オリジナル商品）

銘柄	運用会社
トヨタMRF	トヨタアセットマネジメント
トヨタMMF	トヨタアセットマネジメント
日本国債ファンド 2001年5月	日興アセットマネジメント
公社債投信5月	大和証券投資信託委託
トピックス インデックス OP	野村アセットマネジメント

ほかの企業との連携について

藤井：業界でも異例のことだが、入出金については開業とほぼ同時に郵便局のATMを利用可能にした。また、証券総合口座と同じ口座番号の振り込み専用口座を、東海銀行と三井住友銀行に開設している。これにより、顧客が振り込み際の番号間違いを防いだり、利便性の向上を図ることができる。

また、トヨタが運営するポータルサイトに会員数80万人超を誇る「GAZOO」がある。外からはわからないだろうが、インターネットビジネスを行うトヨタグループ企業と同様に、ログイン時の認証はGAZOOの認証システムを使っている。しかし、ビジネスの連携については、広告を出すことはあっても今のところ具体的には何も考えていない。年齢層が若いGAZOOユーザーを考えると、投資信託という商品が受け入れられるか見極めが必要だからだ。このほか携帯電話では、トヨタが出資しているKDDIのEZwebはもちろんだが、iモードの公式メニューにも開業当初から登録されている。

どんな目標を立てているのか

藤井：6月までを助走期間と位置付け、システムの安定や信頼性など基幹部分をチェックしている。それを優先させたために、マーケティング活動はほとんど行わなかった。これでは、一般に地味なイメージとして映っても仕方がない。7月以降は本格的にマーケティ



トヨタFS証券  
藤井幹雄取締役管理本部長

ング活動を行っていく方針で、一気に知名度を向上させたい。ターゲットとする当面の顧客層は、トヨタが発行するクレジットカード「ティーエスキュービック」の会員となる。このカードはグループとして500万人の会員獲得を目指している。カードの決済を、証券総合口座で行うことも可能だ。

営業開始から1年をめどにしっかりと実績をつくり、まずはトヨタブランドの証券会社としてグループ内外に広く認知されるように努めていく方針だ。具体的な目標としては1年後に3万口座の獲得を目指している。達成後はビジネス全般を再検証して、次のステップへと進んでいきたい。そのときには、株式など投資信託以外の商品ラインアップを考えるかもしれない。

トヨタの全国販売店網の活用は

藤井：具体的な話は特に何もない。自動車ユーザーの顧客情報は販売会社の資産なので、もし我々がそのユーザーにアプローチする際は販売会社と協力しなければならないだろう。ただし、将来的には何らかの展開を考える余地はある。そのためトヨタFS証券では、口座開設を受け付ける際に顧客情報をトヨタグループ内で活用することを明示し、それに承諾しないと口座が開設できないという仕組みを採っている。

Jump01 www.toyota-fss.com

Jump02 gazoo.com

銘柄	運用会社
こんにちば赤ちゃん F2001	野村アセットマネジメント
新1年生おめでとう F2001	トヨタアセットマネジメント
アクティブジャパン オープン	メリリオンチンベストメント マネジャーズ
日本バリュー株 ファンド(黒潮)	大和住銀投信投資顧問
米ドル建てMMF	モルガンスタンレー アセットマネジメント

## 「MONEYKit」を武器に異業種初のフルサービスを提供 単なる“金庫”ではなく“友人”を目指すソニー銀行

ソニー銀行が6月11日に業務を開始する予定だ。オンライン専門銀行としては、ジャパンネット銀行に続く開業となる。また、少額決済を専門とするイーバンク銀行もソニーと同じ6月の開業を計画している。一方、店舗展開を主として5月7日に開業したイトーヨーカ堂とセブンイレブン・ジャパンのアイワイバンク銀行も、10月からネットバンキングを始めるとの予定だ。既存の銀行も含めて、いよいよオンラインバンクの本格的な競争の幕は上がった。

編集部：別井貞志

### フルサービスで競争に挑む

ソニー銀行は、異業種のオンライン専門銀行として初めてフルサービスを提供する。当初は普通預金や定期預金、カードローン、投資信託を扱い、今秋以降に外貨預金や各種ローンなどへ拡充していく。一般的にオンライン専門は既存の銀行に比べて運営コストが低いと見られ、預金金利を高くして決済手数料を安くすることが可能といわれる。現状では普通預金0.05%、定期預金0.50%、カードローン6.50%の金利を予定しているという。入出金は、同行の第2位株主である三井住友銀行のATMおよびコンビニのam/pmに設置してあるATMサービス「@BANK」を利用する。このATMは全国に合計約7600台あるが、三井住友銀行が筆頭株主となっているジ

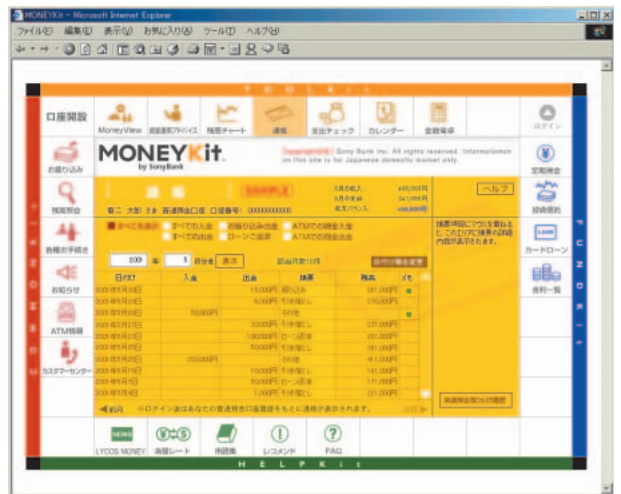
ャパンネット銀行の利用可能ATMとまったく同じだ。このほか、2002年初頭には郵便貯金のATMにも接続する見通しになっている。またiモードやPDAによる送金サービスも準備を進めている。

新規口座の開設はウェブを通じて入力した情報を印刷し、それに署名して郵送するとキャッシュカードが発行される仕組みだ。口座維持手数料は無料で、ATMでは引き出し1回につき105円の手数料がかかるが、取引内容によっては無料になる(本年末までは完全無料)。しかし収益の柱は手数料ではなく、あくまでも有価証券の運用と金利収入に置いている。5年後の預金量は1兆円と、ジャパンネット銀行と同じ目標を掲げている。

### 「ソニー」ブランドを使わない?

通帳が発行されない代わりに、FlashとJavaに対応したブラウザで利用できる資産管理運用ツール「MONEYKit」が無料で提供される。ウェブからログインすると「通帳」「振り込み」「カードローン」など22機能がアイコン化された画面が表示される。それぞれのアイコンを画面中央にドラッグ&ドロップすると各機能が使える仕組み。このなかで、第3位株主の投資銀行JPMorganと協力して7月にリリースする「MONEYKit アドバイスエンジン」は、資産配分が最適かどうかグラフとともに分析やアドバイスしてくれる高度な機能を持つものだ。さらに「ポストペット」のキャラクターを用いたアドインツール「MONEYKit-PostPet」も10月に追加を予定している。

ソニーグループ企業との連携について



具体的な話は避けているが「今後は保険会社やマネックス証券との提携を考える」(石井茂社長)としている。一方、So-netにはスルガ銀行がネット支店を開業しており、今後この関係がどうなるかは不透明だ。

オンライン専門銀行は、確かにこれまでの銀行に比べて低い運営コストではあるが、コールセンターの運営やセキュリティ面でのシステム投資、ブランド構築費などが当初思ったほど少なくないために収益性を懸念する声は多い。利益を伸ばしている例は海外にもほとんどなく、撤退も多い。単純に比較するわけにはいかないが、日本のオンライン専門証券を見ても売買手数料やサービス競争の激化で経営は難しく、合従連衡がすでに始まっている。

クリックひとつで簡単にほかの銀行へお金を移動できるようになると、顧客との関係を深めていくことがもっとも重要になってくる。「資金の出し入れだけでなく、相談できる友人としての銀行を目指す」(同)ならば、いままでにない魅力的で競争力の高い新サービスや新商品の開発と、グループ内外を問わない強力なアライアンス戦略をどこまで実現できるかが勝敗を分ける。

 sonybank.net

 moneykit.net



ソニー銀行(通称:ソニーバンク)  
石井茂代表取締役社長



## インテル・デベロッパーズ・フォーラム・ジャパン開催 インテルが描くネットワークのこれから

インテルの最新技術を紹介する「インテル・デベロッパーズ・フォーラム」が開催、次世代携帯電話向け技術やバックボーン技術が発表された。同社の主力製品であるCPUについては、高クロックを目指しながらも、低消費電力回路などによりCPUの実行効率を向上させる方向性が提示された。

編集部

### ワイヤレスもバックボーンも “intel inside” を狙う

4月17日から19日まで、東京国際フォーラムにて「インテル・デベロッパーズ・フォーラム スプリング2001」が開催され、業界関係者などが数多く訪れた。

初日の17日の上席副社長兼ワイヤレスコミュニケーションズ&コンピューティング事業本部長のロナルド・スミス氏の基調講演では、インテルが展開するパーソナルインターネット・クライアント・アーキテクチャー（PCA）の説明がされた。PCAは次世代のインターネット対応携帯電話などで使用されるアーキテクチャーで、プログラムを実行する「コンピューティング」、通信関係の処理を行う「コミュニケーション」、それと「メモリー」で構



光ファイバーを使ったバックボーンの新技术について講演を行うトニー・ステレガ氏。

成される。それぞれのブロックを独立させることで、より短い開発期間で多くの製品を提供できるとしている。

開発環境として、組み込み機器向けCPUの「StrongARM」など向けに、IPP（インテグレートド・パフォーマンス・プリミティブ）が発表された。

携帯機器のCPUや開発環境、アーキテクチャーなどを包括して提供することで、インテル製品がPCのように「携帯機器でもインテルが事実上の標準」になることを狙う戦略が伺える。

また、戦略マーケティング事業部長のトニー・ステレガ氏の基調講演では、バックボーンに使われている光ファイバー網が、リング型からメッシュ型へ変化していることが発表された。1か所の接続点がダウンすると、ネットワーク全体が停止するリング型に比べ、メッシュ型では拡張性と耐障害性に優れるが、光ファイバーが長くなるため、敷設にコストがかかることも指摘された。

その解決策として、FEC（Forward Error Correction）を提案した。これは、送信時にデータにエラー訂正用の情報を符号化し、受信時にエラー訂正を行うことで、伝達距離を従来の4倍までに行える技術だ。FECを活用することで、これまでより広い範囲にサービスの提供できるようになる。

成長が見込まれる分野で「事実上の標準」



展示されていた1000BASE-Tのギガビットイーサネットカード。



17日、ワイヤレスインターネットの実現に向けて、デモを交えながら講演するロナルド・スミス氏。

の地位を獲得し、PC向けCPUと同様に市場の独占を狙う戦略だ。

### 2010年にCPUのクロックは 30ギガヘルツに達する

18日の発表で、副社長兼テクノロジー&リサーチラボCTOのパトリック・ゲルシンガー氏は、今後のネットワークについて「プラットフォームに依存しないかたちでピアツーピアが形成され、今後もPCがデジタルワールドの中心であり続ける」と述べた。

2020年にはCPUのクロックは30ギガヘルツに、1台のPCが消費する電力は600Wに達するとの予測がある。同社のCPUは現時点ですでに冷却が厳しくなっており、今後は省電力回路の採用や、セカンドキャッシュとCPUの統合などによる実行効率の向上による発熱の軽減が必要不可欠である。



マイクロソフトのブースでは、ウィンドウズXPが自由に操作できる状態になっており、人垣ができていた。

## NAB2001レポート アメリカにみる放送とネットの未来像

全米放送事業者協会 (National Association of Broadcasters) が主催する放送関係の総合展示会「NAB 2001」が4月21日から26日まで、ラスベガスで開催された。出展社数1700以上、参加者11万2000人を超えるこの展示会の模様をインターネット的な視点からレポートする。編集部：佐々木真之

### ますます広がるデジタルの波

NAB2001は基本的に放送業界向けの展示会だが、一昨年あたりから徐々に通信およびインターネット業界からの出展が増え、次第にデジタル色を強めている。今年は2つある会場の1つは大半をネットやデジタル関連企業が占め、新たに電子メディア系ベンチャーをショーケース的に集めた「E-TOPIA」という展示エリアも設けられるなど、ますます大きな地位を築いている。

今年も“テレビとネットの融合”というキーワードはさかんに掲げられたが、昨年よりもダイナミックな印象はない。すでにさまざまな双方向TVサービスも始まり、ある程度その姿が落ち着いていることもあるが、アメリカの全商業放送局は2002年までにDTVを始めなければならないというFCCのルールを背景に全体的に夢のある提案から、実用的な製品やソリューションに関心が移っていることも一因だろう。実際、展示の中心は単にデジタル化や双方向化するだけでなく、デジタル化したコンテンツ資産を「いかに効率的



ワールドコム副会長のジョン・シジモア氏(左)とサン・マイクロシステムズ、チーフリサーチャーのジョン・ゲージ氏(右)

に配信、運用し、管理、保管できるか」ということへ進化している印象だ。

インターネットを使った配信システムでは、ルーセントが放送と通信のデータをすべてATMに統合する家庭用光ゲートウェイを展示したり、ワールドワイドポケット社が家庭やオフィス向けに光を使ったビデオとデータと電話を統合するシステムを展示したりするなど、ブロードバンド時代に向けた映像とデータの統合配信システムが注目されていた。

### ブロードバンドは共通の関心事項

講演では、ワールドコム副会長のジョン・シジモア氏が、最近のIT系株価の急落にもかかわらず、いまが通信業界にとって史上もっともエキサイティングな時であるとし、今後ワイヤレスとインターネットは劇的に成長し、ブロードバンドの後押しによってビデオ

コンテンツや遠隔教育、遠隔医療などの分野が伸びてくると語ったが、その他の講演やセッションでもブロードバンドを強く意識したものが多かった。しかし、放送業界ではブロードバンドやデジタルは間違いなくやってくるし、対応しなければならぬとしながらも、放送の中心はコンテンツであり、放送事業者は繁栄し続けるという図式のものが多かった。

そんななか、P2Pの重要性と可能性を示したサン・マイクロシステムズのジョン・ゲージ氏の講演がおもしろかった。彼は4月にもビル・ジョイ氏が紹介したP2Pのインフラ技術である「JUXTAPOSE」を宣伝しつつも、渋谷で行われたNTT東日本の無線実験(バイポータブルのこと)を例に挙げ、P2Pとブロードバンドが普及すれば、個人が行う「P2Pブロードキャスト」のようなものもあり得ると語った。



1 イスラエルのエンプレス社ではPDAや携帯電話に動画を配信するための仕組みを見せていた。2 フィリップスやキャナル+など、デジタルセットトップボックス(STB)による双方向システムで先行する欧州勢は、これでもかとはばかりにSTBを展示。3 ワールドワイドポケット社の光ルーター(右)やモデム(左)、これらにより家庭に動画を配信できるという。4 数多くの企業が放送と通信の融合についてパソコン、TV双方からのアプローチを展示(写真は社のシステムの画面)。



## アドビシステムズ バイスプレジデントに聞く アクロバット5.0が変える電子書類の世界

アドビアクロバット5.0日本語版の発表を機に来日した米アドビシステムズ社 ePaper ソリューショングループ、バイスプレジデントのジョー・エッシュバック氏にアドビの目指す電子ドキュメント戦略を聞いた。

編集部：佐々木真之  
photo:Wataru Tokuhira

アクロバット5.0は特にインターネット上のビジネスプロセスを実現するうえでは3つの大きな機能がある。1つはウェブで電子フォームや電子署名をフルに使えるようにしたこと。次にいちいちインストールしなくてもネットワークで管理できるようになったこと。最後にXMLへの対応によりデバイスに依存しないうえ、タグを使って情報を構造化し、自由に取出し、再利用できるようになったことだ。

セキュリティも強化された。現在、アメリカで輸出が認められる最高レベルの128ビット暗号をはじめで搭載し、オブジェクト単位でセキュリティ管理できるような高度なモデルを作ることにより、コンテンツのなかの特定要素をだれがどこまで管理できるのかといった詳細な設定ができるようになった。

弊社は電子書籍にも注力しているが、これは弊社の「ネットワークパブリッシング」というビジョンの重要な部分を担う。弊社の「eブックリーダー」という製品は、いまはアクロバット5.0とは連動していないが将来は統合する予定だ。電子書籍についてはすでにアマゾンと全世界的な提携を、日本ではイーブックイニシアティブジャパンとの提携を発

ePaperソリューショングループバイスプレジデントジョー・エッシュバック氏



表している。将来的には電子書籍の標準となることを目指している。とはいえ、将来紙媒体が消滅するとは思わない。目的にあわせて共存するようになるだろう。われわれはハード自体を作る気はないが、先日発表したパーム向けアクロバットリーダーのベータ版のようにハード会社やOS会社との共同開発は続ける。今後は携帯やパーム以外のPDAなどにも逐次対応していく予定だ。

## 新たな仕組みが続々登場 携帯インターネットを加速する新アクセス技術

携帯電話でのインターネット利用では、番号キーによる操作性がネックとなる。しかし、最近では携帯電話でも容易にアクセスできるような、さまざまな手段が増えてきた。ここでは、それらを整理して紹介しよう。

大和賢人  
KentYamato@aol.com

携帯電話でのウェブアクセスを容易にする方式は大別すると4つある。1つ目は「数字番号変換」だ。これはURLを数字に置き換えるもので、電話番号、屋号や商号の語呂合わせ(良い風呂:4126、ふさふさ:2323)、欧米のハッチダイヤル番号(ATT:288、JAL:525)などが使われる。ペリサインのWebNumサービスや国内のJ-Dataなどが代表例だ。携帯電話に特別な仕掛けが不要で、すぐに導入できるメリットがある。2つ目は「バーコード変換」方式だ。世界共通規格のバーコードでURLを変換する。出版物や製品の包装紙などに印刷されたバーコードを携帯電話底部のコネクターに装着したリーダーで読み取る。既存の紙メディアとのハイブリッド型ソリューションとして注目されるが、普

及はリーダーのコストダウンにかかっている。おもなサービス例としては、米国のDigital Convergenceや日本のDigiCodeなどがある。3つ目は「メモリーデバイス」方式だ。あらかじめURLを記憶させたメモリーデバイスを携帯電話底部のコネクターに装着し、そこからURLを読み込むことで所定のウェブに接続する。メモリーデバイスに所有者の属性を記録することで、電子鍵としても利用でき、多くのアプリケーションが考えられる。すでに、SiteStickやe-Systemなどのサービスが始まっている。将来的には単なるアクセスツールではなく、CRMなどと連動したトータルソリューションとしても提供されるだろう。4つ目は「RFタグ」方式だ。Bluetoothなどの無線発信チップにURLを記録しておき、これに携帯電話をかざすだけで自動的にウェブにアクセスできる。今年3月にドイツのハンノーバーで開催されたCeBIT2001に日本IBMが参考出品したLinuxを搭載し、Bluetoothを内蔵した腕時計とActive Posterと呼ばれる街頭設置型マルチメディアキオスクで構成



SiteStickのサイトでは、さまざまなサイズのメモリーが紹介されている。



東芝製の携帯電話用バーコードリーダー。  
Webnumは番号入力での目的のサイトにジャンプするサービス。

するシステムが応用例として挙げられる。今後は携帯電話や腕時計にこれらの機能を搭載したものが商品化されるだろう。

ほかにも音声認識技術の高機能化で実現されるボイスポータルなどを利用したアクセス法が期待されている。簡単なウェブアクセスを実現するこうした新方式の登場により、モバイルウェブ環境が実現されることに期待したい。



アナリストレポート ポータル、広告編

# インターネット関連株の内外価格差を探る

前回の「ネットワークインテグレーター編」に続き、今月は日米両国で公開するポータル・広告系企業3社における株価評価の日米差を探る。前号には私の記事以外に「ネットビジネスを翻弄する株式市場」という特集記事があり、ネット株に関する株式市場側からの基本的な見解が示されていた。今回のレポートはその延長線上でご覧いただくことで、読者諸賢の理解の一助となれば幸いである。

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

## 日本市場にプレミアムはあるか？

下表は、インターネット広告関連事業をビジネスの中核にし、かつ日米双方で公開しているヤフー、ダブルクリック、バリュウクリックの3社の株価評価である。今回は赤字企業が多いので、株価収益率（PER）に加えて株価売上高倍率（PSR = “株価 ÷ 1株あたり売上高” または “時価総額 ÷ 売上高”）も用いた。米国の親会社よりも日本法人のほうが高い評価を受けていることが一目瞭然だ。

従来から日本市場は、海外市場よりも株価評価が高い傾向にあるとされ、その原因は低い金利水準や株式の持ち合いなどにあると言われてきたが、この指摘はネット株には必ずしもあてはまらなかった。むしろ、株価評価の内外価格差の原因は「希少性」と「成長ステージの差」にあると考えられてきた。

## 「希少性」は高評価につながらない

では、日本市場におけるネット企業の「希少

性」は、株価評価の高さを説明できるのだろうか。ここではポータル市場を例に考えたい。米国ではAOL、Yahooを筆頭にExcite@Home、Terra Lycos、AskJeevesなど20～30社が公開しているが、日本で公開する大手ポータルはヤフーだけなので、投資が1社に集中している状況だ。ところが、東南アジアやオーストラリア、欧州のポータル株を見ると、公開企業数は日本と同様に限られているものの、各国市場での株価評価は米国と比較しても大差はない。このことから私は、「希少性」は日本のポータル株に高評価を与える理由にならないと考える。

## 「成長ステージの差」での評価から「収益力の差」による判断へ

一方、「米国よりも2～3年遅れている日本が持つ成長余力は評価すべきだ」といった「成長ステージの差」で株価評価の差を説明する向きもあったが、この論も崩れつつある。理由の1つには米国でのインターネット広告の急速な減速感が挙げられる。さらに、日本でも固定網インターネットユーザー数の伸びの鈍化が見られていることも見逃せない。こう考えると現在の日本には、2～3年前の米国のような成長は必ずしも期待できない。

そこで私が注目したいのが「収益性の高さ」である。日本で公開するネット企業は競争相手が少ないため、こうした限定的な競争が、結果として高い利益率を生み出すと考えられる。また、特に広告中心のビジネスモデルにおいては、米国とは異なりドットコム系

の広告主の比率が少ないので安定的だと予測されることも、日米の大きな相違点だろう。

## 低い流動性による株価の歪み

「流動性」の問題もある。日本企業は親会社と創業者の持株比率が高く、実際に市場で取引される株数が極めて少ないことが、こうした高い株価評価をもたらす一因だと考えられる。たとえばヤフーでは、ソフトバンクと米ヤフーで約83%の株式を保有しているし、バリュウクリックの浮動株は6.6%、サイバーコミュニケーションズでは浮動株は2.6%と、需給をタイトにして「買いたくても買えない」状況をつくり出している。こうした状況は、ネット関連株が多い新興市場（マザーズ、ナスダック・ジャパン）で特に顕著だ。

## いまだ確定しない評価方法

したがって私は、ネット株の評価はいまだ十分にこなれていないと考える。特に日本市場に関しては、十分な売買高が伴えばより多くの投資家の参加が期待できるので、各企業の株価評価はこれまで以上に需給を反映したものになるだろう。評価方法に関しても、各企業が成長するに従って、日米いずれの国でもさまざまなバリュエーションを使用できるようになり、より正確な企業価値を反映させられるようになると思われる。ただ、それにはあと2～3年は待つ必要がありそうだ。

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。アナリストとしてインターネット業界を担当。日経金融新聞主催「2001年人気アナリストランキング」の「IT・インターネット部門」で1位を獲得。

日米両国で株式を公開している企業の株価評価

企業名	通貨	株価	時価総額	株価収益率		株価売上高倍率		1株あたり利益		売上高	
				2001年(予想)	2002年(予想)	2001年(予想)	2002年(予想)	2001年(予想)	2002年(予想)	2001年(予想)	2002年(予想)
Yahoo Inc.	米ドル	17.79ドル (2,175円)	100.8億ドル (1.2兆円)	444.75倍	177.90倍	13.72倍	11.21倍	0.04ドル (4.89円)	0.10ドル (12.23円)	7.35億ドル (898.6億円)	9億ドル (1,100.4億円)
Double Click Inc.	米ドル	12.70ドル (1,553円)	16.4億ドル (2,006億円)	-51.84倍	66.84倍	3.62倍	3.19倍	-0.25ドル (-29.95円)	0.19ドル (23.23円)	4.53億ドル (553.8億円)	5.14億ドル (628.1億円)
Value Click Inc.	米ドル	2.29ドル (357円)	9,841万ドル (120.3億円)	36.50倍	5.84倍	1.74倍	-	0.08ドル (9.78円)	0.5ドル (61.13円)	5,650万ドル (69億円)	-
ヤフー(株)	円	507万円	5,927.9億円	199.47倍	108.55倍	45.46倍	30.19倍	25,417円	46,708円	130.4億円	196.4億円
ダブルクリック(株)	円	16万2,000円	324億円	-57.02倍	324.00倍	9.82倍	5.68倍	-2,841円	500円	33億円	57億円
バリュウクリックジャパン(株)	円	49万円	156.8億円	24.49倍	28.31倍	6.89倍	4.59倍	20,007円	17,307円	22.7億円	34.1億円

株価は平成13年5月11日の終値。予想はDouble Click、Value ClickはI/B/E/S、ダブルクリックは東洋経済、その他はゴールドマン・サックス調査部予想。1ドル = 122.27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。

## 汎用JPドメインの申請数が合計で20万件に

日本レジストリサービス（JPRS）は5月9日、7日に開始した汎用JPドメインの先願登録申請の受け付けが8日に1万件を突破したと発表した。これに先だって設けられた優先登録申請で約7万件、同時登録申請で約12万件的申請があったため、申請件数の合計は約20万件に達したことになる。

優先登録や同時登録のうち一部のドメインは複数者からの申請で競合しており、抽選により登録者が決定される。「co.jp」など既存JPドメインの登録件数が運用開始から9年間で約25万5000件ということ考えると、汎用JPドメインがこれに迫る勢いでドメイン空間を構築しつつあると言える。

しかし、現実にはその空間を生かせる環境は整っていない。JPRSによれば、受け付けた汎用JPドメインの申請のうち約9万件が日本語ドメインだという。したがって、かなりの数の汎用JPドメインについては、一般に運用できるようになるのは当分先のことになる見込みだ。そのため、多言語ドメインの早期標準化が望まれる。なお、希望するドメイン

については同時登録申請の際にすでに申請済み的人也多いと思う。しかし、先願登録申請で初めて一般に開放されたドメインもあるので注意が必要だ。

同時登録申請では、優先登録申請の第1区分で対象となったドメインについては申請を受け付けていなかった。第1区分というのは、2000年3月末日現在における既存JPドメイン名の登録者が、同じ文字列を汎用JPドメインとして優先的に登録できた区分のこと。対象となったドメインは約15万件（属性による重複を考慮すると文字列は約11万～12万通り）あった。しかし、それらすべてが優先登録申請の際に申請されたわけではない。JPRSによると、第1区分の対象ドメインのうち、実際に優先登録申請で申請されたのは約3万5000件に過ぎない。したがって、残りの文字列については、先願登録で開放され、別のユーザーでも申請できるようになっている。

このため「co.jp」や「ne.jp」などのドメ



Jump jprs.jp

インでは希望する文字列がすでに埋まっているという場合でも、その同じ文字列が汎用JPドメインでなら取得できる可能性はあるわけだ。また、第1区分の対象者でありながら申請し忘れたユーザー、もしくはその時は申請するつもりはなかったがやはり申請したくなったというユーザーも、先願登録申請で申請すればいい。ただし、その場合はすでに他者に登録されていることもあるため、必ずしも登録できるわけではない。

[ 5/9 nagasawa@impress.co.jp ]

## アマゾンがユーザー向けの販売提携プログラムを開始

オンライン書店のアマゾンは、ユーザー向けの販売提携プログラム「アソシエイト・プログラム」を開始した。

「アソシエイト・プログラム」は、企業や個人のウェブサイトからアマゾンの商品ページやトップページにリンクを張り、そのリンクをたどって商品が購入された場合、ウェブサイト運営者に紹介料が支払われるものだ。米国ではすでにプログラム利用ユーザーが50万人を超えているという。

今回始まった日本法人のサービスでは、ト

ップページにバナーリンクを張る「ホームページリンク」、各商品ページにリンクする「個別商品リンク」、商品の検索リンクをウェブ上に設ける「サーチボックスリンク」の3形態が利用できる。リンクを利用して商品が購入された場合、「ホームページリンク」と「個別商品リンク」は各5%、「サーチボックスリンク」では3%の紹介料が支払われる。紹介料は四半期ごとに支払われ、ギフト券が郵便振替のどちらかが選べる仕組みだ。リンクの利用状況や紹介料は「アソシエイト・セン



Jump www.amazon.co.jp/associates/

ル」という専用ウェブサイトで、いつでも確認できる。

[ 5/9 aoki-m@impress.co.jp ]

## 小泉総理が所信表明で「内閣メールマガジン」の発刊を表明

小泉純一郎内閣総理大臣は、5月7日午後に行われた所信表明演説で、「小泉内閣メールマガジン」を発刊することを明らかにした。「国民との積極的な対話を通じて、新しい社会や未来を創造していく」というテーマの1つとして、メールマガジンを発刊する構えだ。

合わせたところ、現在のところ担当部署や形態、配信対象などの具体的な内容は、まだ明らかではないとのことだった。

**Jump** [www.kantei.go.jp/koizumispeech/2001/0507syosin.html](http://www.kantei.go.jp/koizumispeech/2001/0507syosin.html)

この件について編集部で内閣総理府に問い

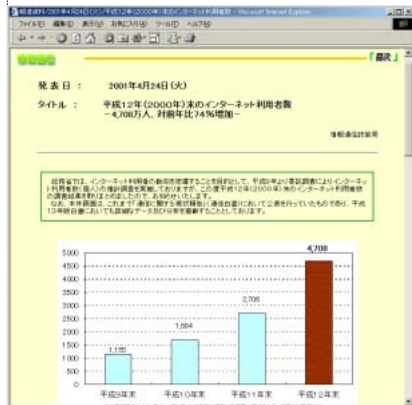
[ 5/7 aoki-m@impress.co.jp ]



首相官邸のウェブサイト。

## 日本のインターネット人口は4708万人 ~ 総務省まとめ ~

総務省は4月24日、2000年末における日



**Jump** [www.mpt.go.jp/pressrelease/japanes/joho\\_tsusin/010424\\_2.html](http://www.mpt.go.jp/pressrelease/japanes/joho_tsusin/010424_2.html)

本のインターネット利用者数は推定で4708万人に達するとの調査結果を発表した。

調査によると、パソコンからの利用者が3723万人、携帯電話や携帯情報端末からの利用者が2440万人、ゲーム機とテレビからの利用者が138万人だった(併用利用者あり)。詳細は2001年版の『通信白書』に掲載される予定だ。

今回の調査は昨年12月に野村総合研究所に委託して実施。全国の15歳以上79歳以下の男女を対象に電話による無作為抽出を行ってアンケート用紙を郵送し、4038票の有効回答を得た。

郵政省が1997年分から発表している同調

査結果は日本のインターネット人口を表す代表的な指標の1つだが、他の多くの民間調査結果よりも大きな数字が出されるのが通例となっている。今回の調査結果についても同様で、たとえばネットレイティングスがまとめた調査結果によると、2000年12月度の日本のインターネット人口は2942万人で、最新の2001年3月度の調査でも3118万人にとどまっている。ネットレイティングスの調査に含まれない「ゲーム機とTVからの利用」という項目を仮に全部差し引いたとしても、両者には1.5倍程度の大きな開きがある。

[ 4/24 nagasawa@impress.co.jp / ymasa@factory.to ]

## 米アカマイと米オラクルが動的コンテンツのキャッシング技術開発で提携

コンテンツ配信サービスの米アカマイテクノロジーと米オラクルは4月30日、動的なウェブページを取り扱うキャッシング技術「Edge Side Includes」(ESI)の開発で提携したと発表した。ESIは動的なウェブページの断片を定義するための単純なマークアップ言語で、両社はESIをオープンな仕様とし、今春の遅い時期に標準化団体に提出する。

現在、各ユーザーの要求に合わせてパー

ナライズ化した動的なコンテンツを提供するウェブページも多いが、従来のキャッシング製品やコンテンツ配信ネットワークではキャッシングできなかった。ESIはこのようなページの断片を組み立てることで、動的なコンテンツ配信の高速化を図るものだ。このESIに対応することで、ユーザーはパーソナライズしたオークションやニュース、株価情報といった動的コンテンツのスループット向上や

応答時間の短縮を実現できる。

米オラクルではESIの出荷を5月に予定しており、次期版の「Oracle9i Application Server」でESIに対応する。一方の米アカマイは「EdgeSuite」サービスの一部として、2001年5月にESIを提供開始する予定だ。アカマイではESIをメタデータ管理システムに組み込むほか、全世界に分散配置したコンテンツ配信サーバーにも対応させる。

**Jump** [www.akamai.com/html/en/nr/press/press238.html](http://www.akamai.com/html/en/nr/press/press238.html)

[ 5/1 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)

**Jump** INTERNET Watch(ウェブサイト) [www.watch.impress.co.jp/internet/](http://www.watch.impress.co.jp/internet/)  
**Jump** 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)