

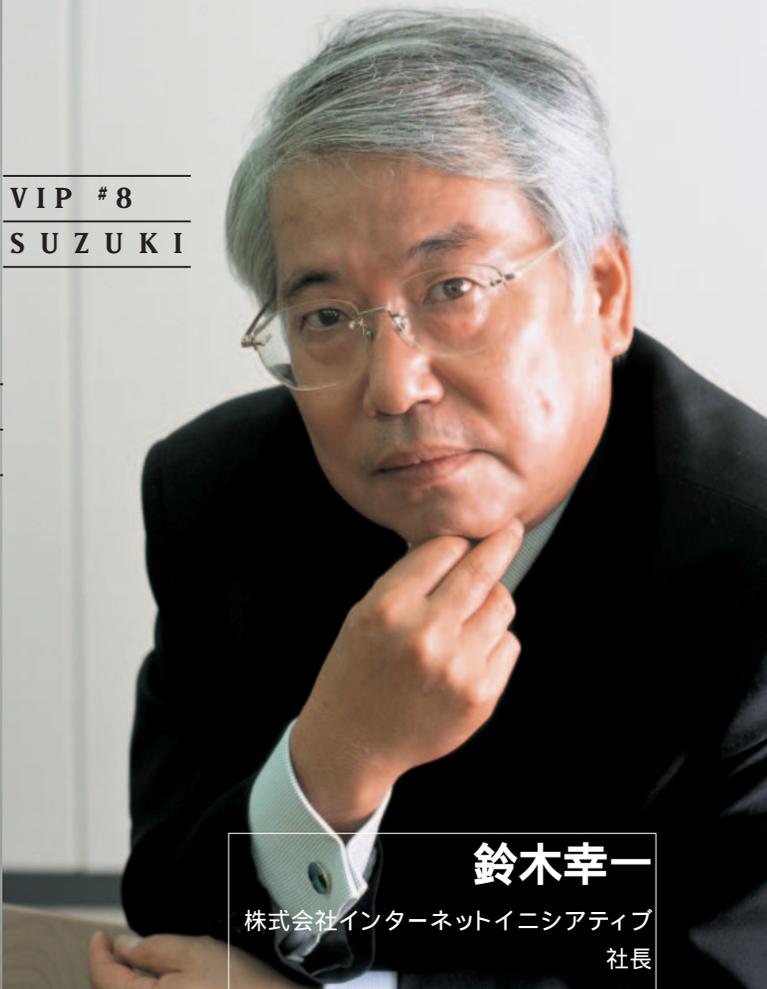


VIP #7
FUJIWARA

藤原 洋

株式会社インターネット総合研究所
所長

VIP #8
SUZUKI



鈴木幸一

株式会社インターネットイニシアティブ
社長

e-Japanの航路を探るビジネスサミット

21世紀のVIPs

いま、iDC(インターネットデータセンター)を基盤としてさまざまなビジネスが組み合わさり、eビジネスのインフラが再構築されている。今回は、IPネットワーク技術に取り組む2社の代表が登場。まずは、IP関連の新技术や運用で活躍するインターネット総合研究所の藤原氏。続いては、日本のISPのさきがけとしてスタートし、先進的なサービスを手掛けているインターネットイニシアティブ(IIJ)の鈴木氏。この2人がホストの長井正利を相手に、新しいネットワークインフラについて語る。

impress TV 番組
「INTERNET Magazineインタビュー」で、この対談を放映！ impress.tv
 ONAIR 8/7(火)・8/14(火) 23:40 ~ ONDEMAND 放送後随時



HOST
NAGAI

ホスト：長井正利
iDCイニシアティブ発起人の1人。サン・マイクロシステムズを経て、現在、ソフトバンク・イーシーホールディングス常務。政府の情報通信審議会専門委員にも就く。



TEXT
NAGANO

記録・構成：長野弘子
東京の雑誌社勤務、ニューヨークのウェブ出版社編集長を経て、ジャーナリストとして独立。著書に『シリコンアレーの急成長企業』（インプレス刊）など。

長井：株式会社インターネット総合研究所（IRI）は東証マザーズ第一号の上場企業として有名になりました。起業の背景や事業内容について教えていただけますか？

藤原：われわれの経営理念は、ネットのインフラ部分に焦点を絞り、「エプリシング・オン・IP」（すべてをIPの上に）という方針で新しいネットワークのあり方を提案することです。

自らはインフラ設備や製品を持たず、キャリアやベンダーと中立的なパートナーシップを組むという事業の進め方をしています。これは、フットワークを軽くして、強い競合相手を持たないための戦略です。会社を設立した96年ごろは、OCNやODN、DIONなどが始まった時期で、われわれはキャリア系のISP事業の立ち上げを支援しました。また、インターネットエクスチェンジ（IX）の商用化に携わり、KDDほか16社の合併事業として97年に日本インターネットエクスチェンジ（JPIX）を立ち上げ、同社の100%の運用を行ってきました。当時の顧客は10社ほどでしたが、現在では80社近くに増え、IXの地域分散化に乗り出しています。

長井：IRIはJPIXに大型投資を行っていますよね。

藤原：そうです、われわれはKDDIに次ぐ第2位株主になりました。次のプロジェクトとして、グローバルセンター・ジャパンというiDCの運用を始めました。長井さんも「すべてのiDCがIXになる」と予測しておられるように、現在、IXはiDCと一緒に分散化していく傾向があります。今後はiDCとIXを統合しながら、それを分散するといった新しい形態のインフラを普及させていきたいと思っています。

長井：インキュベーターとしてさまざまな子会社や投資先をお持ちですが、その一社であるブロードバンド・エクスチェンジ（BBX）の目指す事業を教えてください。

藤原：簡単に言うと、ブロードバンドコンテンツ提供者とアクセスキャリアの間を1ホップでつなぐバイパスのネットワークです。現在、ネットインフラは、ブロードバンドへと移行しています。しかし、アクセスキャリアとコンテンツ提供者のiDCとの間が離れていて、非効率です。インターネットでは、平均で20～30ホップぐらいの



株式会社アスキーなどを経て、1996年に株式会社インターネット総合研究所を設立、代表取締役社長に就く。会津大学の客員教授や青山学院大学大学院の兼任講師、次世代インターネット政策懇談会委員なども務める。

Photo: Watari Tokuhiro

VIP #7 FUJIWARA HIROSHI

株式会社インターネット総合研究所 所長

藤原 洋

ルーティングが行われます。しかし、ストリームは負荷が5~7割くらいになるとパケットロスが25%にもなるという実験結果もあり、iDCとアクセスキャリアを1ホップでつなぐネットワークが必要になります。たとえて言えば、首都高のようなものです。

長井：なるほど。

藤原：BBXは首都高そのものを提供するキャリア事業ではなく、その仕組みを提供する、レイヤー3（OSIモデルのネットワーク層）の交換サービスです。さらに、コンテンツ提供者同士のIXとして、レイヤー7（アプリケーション層）の交換サービスも新たに提供します。

長井：ブロードバンド市場で成功するために、サービスやコンテンツの面で重要な点は？

藤原：消費者市場で大事なのは、まずは値段です。そして、おもしろいものやたになるものでないと、消費者は自分でお金を払わないと思います。しかも、利益がちゃんと出る構造が必要だと思います。

長井：日本の消費者はコンテンツにお金を払わないと言われますが、この問題は解決されるのでしょうか？

藤原：個人的には、安く便利でクオリティが高いと商習慣は必ず変わると思います。コンテンツにお金を払わないというのは、あまり便利でないとか、値段が高いとか、何かが抜けているのだと思います。たとえば、映画館の興行収入はカラーテレビの普及とともに減少しました。これは、情報が物理的な場所に制限されるパッケージメディアよりも、オンラインで自由に受けられるメディアのほうが便利だからだと思います。パッケージからオンラインへというのは必然的な流れだと思いますので、今までの商習慣はきっと変わっていくと私は思



「エプリシング・オン・IP」で新しいネットワークを提案

藤原 洋

ブロードバンドで主体が消費者に

長井正利

っています。

長井：藤原さんが期待するネットの方向性を、IRIが目指す事業の未来像と重ねて教えてください。

藤原：ネットは、皆が自由に接続された環境だと思います。たとえば、小泉新政権がメルマガを配信するというアプローチは非常におもしろい。政治のトップと1人の国民とがダイレクトにつながるということは、直接民主主義の1つの究極の姿だと思います。経済活動でも、ネットを通じて欲しいものを買うとき、単に安いものを探すだけでなく、消費者が本当に欲しいものをカス

タマイズできるのです。

長井：つまり、主体性の軸が消費者に移り、オンデマンドでモノが作れるということですね。

藤原：そうです。消費者が製品スペックを作り、生産者はそれに応じてモノを提供するのが究極の経済活動です。（私は）テクノロジー万能主義者だと批判されることもあります。基本的に科学技術はうまく使えばあらゆる人に快適な環境を提供できると信じています。

長井：ありがとうございました。



1994年にインターネットイニシアティブ代表取締役役に就任。IIGグループ各社のほか、ライコス・ジャパンやマネックス証券の取締役も兼任する。政府のIT戦略会議本部員も務める。

Photo: Nakamura Tohru

VIP #8 SUZUKI KOUICHI

株式会社インターネットイニシアティブ 社長

鈴木幸一

長井：インターネットイニシアティブ（IIG）は多くの関連会社を持ち、積極的に事業を拡大しています。IIGグループ全体としての経営ビジョンを教えてください。

鈴木：ネットインフラの変化にともない、情報システムの仕組みやサービスも急速に変わっています。その中で、IIGではさまざまなレイヤーに取り組み、それらを組み合わせたハイブリッドなソリューションを提供することを経営方針としています。現在、9つのグループ企業に分かれ、それぞれのレイヤーで活動しています。

長井：それぞれの企業に関して教えてください。

鈴木：IIGはインターネット接続事業を行っており、そのインフラの上で、メディア配信のIIGメディアコミュニケーションズや、システムインテグレーションのIIGテクノロジー、コールセンター事業のネットケアなどを展開しています。バックボーン分野では、光ファイバー網のクロスウェイブ・コミュニケーションズもあります。

また、アジアインターネットホールディング（AIH）を設立し、アジア市場向けの

ネットワークを運用しています。当時、韓国と通信するのに米国を経由する必要があることに疑問を感じていました。しかし、アジアでネット事業をやろうという人がいなくて、94年から95年にかけて100回くらいアジアに行き「インターネット宣教師」とまで呼ばれました（笑）。日本をハブにすることに対する反発もありましたが、現在では売上高が20億円弱、利益も計上しています。

長井：米国やヨーロッパ市場ではどうですか？

鈴木：顧客ニーズに応えられるように、96年にIIGアメリカを設立しました。われわれの顧客は日系企業がほとんどですが、米国企業の顧客を獲得するのは結構難しく、まだまだ赤字ですね。ヨーロッパでは、KPNクエストと組んでいます。

長井：コンテンツデリバリーネットワーク（CDN）の推進組織も立ち上げていますね。

鈴木：そうです。CDNではいろんな技術を持つ会社が協力しなければなりません。われわれはオラクルやシスコなどと技術協力しています。

技術が確立される前にサービスを先行させる企業もありますが、われわれは確実に技術やビジネスモデルを詰めていきたいと思っています。IIJグループの社員700人のうち、7分の5は技術者です。ただ、人数が増えてきたこともあり、技術者を育てるのは昔よりも難しいですね。

長井：派手なネット広告業界などに惹かれて、昔に比べるとネットワーク技術者になる若者が少なくなったとも言われていますね。

鈴木：IIJでも、サーバーのほうの運用をやりたいと言う若者が増えていきますね。当人の希望とは別に、ネットワークをやらせるようにしていますけど(笑)。ネットワークは地味に見えるのかもしれないね。

長井：日本のネットの現状はここ数年でどのように変化しうるのかを、eジャパン構想なども含めて教えてください。

鈴木：「3000万所帯に光ファイバーを通す」というeジャパン構想は、ある意味で経済合理性のロジックと噛み合わないという懸念があります。

通信事業が道路であるならば、これは国家事業です。しかし、国家事業の分野は技術革新に対して遅れがちになるという矛盾があり、それを全部政府の責任にすると、ひずみが膨らむと思います。したがって、経済効率性のもとに物事を進めて、企業として経営努力する必要があると思います。

NTTがOCNサービスを始めた時、多くのISP企業が反対しましたが、IIJは賛成しました。利益を出すビジネスモデルを作らず、NTTがサービスに参入したために事業を撤退せざるを得ないようであれば、産業として発展しないということです。

長井：業界が産業として発展するためには、それぞれの企業において利益の出るビジネスモデルが重要になることは分かりました。しかし、日本だとコンテンツを有料化したときになかなかお金を払わないなど、欧米と比べて行動様式の違いがあるのかもしれない。

鈴木：欧米でもコンテンツにはお金を払わないですよ。米国で、料金を取ると言った途端にアクセスが100分の1になったコンテンツサイトがあります。

私がよく例に挙げるのは、テレビを見ていて泣いたことはあるけど、ネットのコンテンツで泣いたことはないということです。ブロードバンドのコンテンツを見ても、おもしろいけれど、涙までは出ない。だから、今、インターネットのコンテンツでお金が落ちる仕組みがないのだと思います。

長井：それでは、お金が落ちる仕組みを作るのに必要なものは何でしょうか？

鈴木：ブロードバンドが普及すれば、クリエイターもネットに集まると思います。インフラが発達すれば、それをベースに事業をする人たちが増える。テレビとネットが融合する時には、テレビ制作会社のクリエイターたちがネット向けのコンテンツを大予算で製作するようになり、質のいいコンテンツが増えるでしょう。

長井：ありがとうございました。

利益の出るビジネスモデルが重要

長井正利

ブロードバンドが普及すれば、クリエイターもネットに集まる

鈴木幸一





[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