

リッチコンテンツ時代の  
ビジネスモデルを追究する

[ブロードバンド・ブレイン]

# B-brain in magazine

APRIL 2002  
NO.0002

# 4

## Contents

Interview ..... P.102

**既存IP網と一線を画すCDNで  
有料コンテンツ市場の成長を促す**

Market eye ..... P.106

**2002年のブロードバンド市場は  
BtoBの潜在需要を掘り起こせ**

B-style ..... P.112

【日本ユニシス】

**実証実験で確かな手応え  
ブロードバンドSIへの地歩固める**

Technical element ..... P.116

**コンテンツ配信の仕組みと  
コンテンツ管理の課題**

Column ..... P.122

**連携ビジネスに走る通信事業者  
キラコンテンツは未だ五里霧中**

COVER

インターネットイニシアティブ  
取締役 マーケティング本部 副本部長

**保条英司**氏

Photo : Mikako Saiki

B - b r a i n i n m a g a z i n e

Contents

Interview

Market eye

B-style

Technical element

Column

# 2002年のブロードバンド市場はBtoBの潜在需要を掘り起こせ

ADSLが急速に普及し、今やブロードバンド体験は日常生活の一部となりつつある。ところがマーケット全体を見渡してみた時、これは家庭内のホームユースにすぎない。インターネットがそうであったように、企業や公共施設における活用もあるはずだ。今回はビジネスユースにおけるブロードバンドビジネスの脈を、DSE戦略マーケティング研究所の根本昌彦氏が掘り起こす。

**根本昌彦**  
DSE戦略マーケティング研究所  
取締役 ITビジネス部マネージャー

日本大学文理学部卒業後、富士経済、アドバンスド・マネジメントを経て、2000年11月DSE戦略マーケティング研究所にてITビジネス部を創設、現職に就任。情報通信産業全般の調査・分析およびIT関連企業のコンサルティングなどを手掛ける。

## ブロードバンドは家庭だけ？

2001年は「ブロードバンド元年」と呼ばれ、ブロードバンドが1つのインダストリーになるとして注目された1年であった。

しかし、その注目のされ方を見ると、大半の人はブロードバンド市場の一部分、ホームユースしか見ていないのが現状である。確かに、ホームユース市場は4600万世帯と大きく、政府予測でも2005年までに約2500万世帯がブロードバンドに加入するだろうと目されるほどの巨大市場である。ホームユースが注目される理由には、アクセス回線事業が本格化し、時系列的にデファクトスタンダードになる回線がほぼ見えていること、映画・音楽・ゲーム・出版等のエンターテインメントソフトのパッケージビジネスや放送ビジネスが、通信ネットワークを介して配信されるようなソリューションが具体的に見えていること、があげられる。

だが、市場はそれだけなのであるか。移動体通信分野のマーケットセグメンテーションをみると、パーソナルユース、ビジネスユース、政府・学校・医療などのパブリックユースという市場もある。これと同じようにブロードバンド分野のマーケット

セグメンテーションも、ホームユースとともにパーソナルユース、ビジネスユース、パブリックユースも含めたほうが、その全体像を掴むことになるのではないだろうか。

## 4分野の市場特性を知ろう

ブロードバンドのマーケットセグメンテーションを図1のように示した。

・ホームユース  
最も注目されている分野であり、雑誌・書籍でも取り上げられる機会の多い分野である。というのも、ビデオ、音楽、ゲーム等の配信やVoIPなど比較的分かりやすいアプリケーションがあるためである。

しかし、実際はBtoC(B2C)型コンテンツ配信ビジネスよりPeer to Peer(P2P)型サービスのほうが伸びると思われる。B2C型は既存ビジネスの代替手段であり顧客としては魅力に欠けるところがある。一方のP2Pは新規サービスが成立するため魅力的である。P2Pの場合、コンテンツの著作権問題を無視した取引が行われる危険性がありダークなイメージが強いが、合法・非合法を構わず市場は形成されていくと思われる。

・パーソナルユース  
第3世代携帯電話サービスが開始され、

テレビ電話や動画配信サービスが本格化するにつれ注目される分野である。さらに、今後無線LANを活用した高速接続サービス環境が整備されれば、それを活用したモバイルサービスも現れてくるだろう。

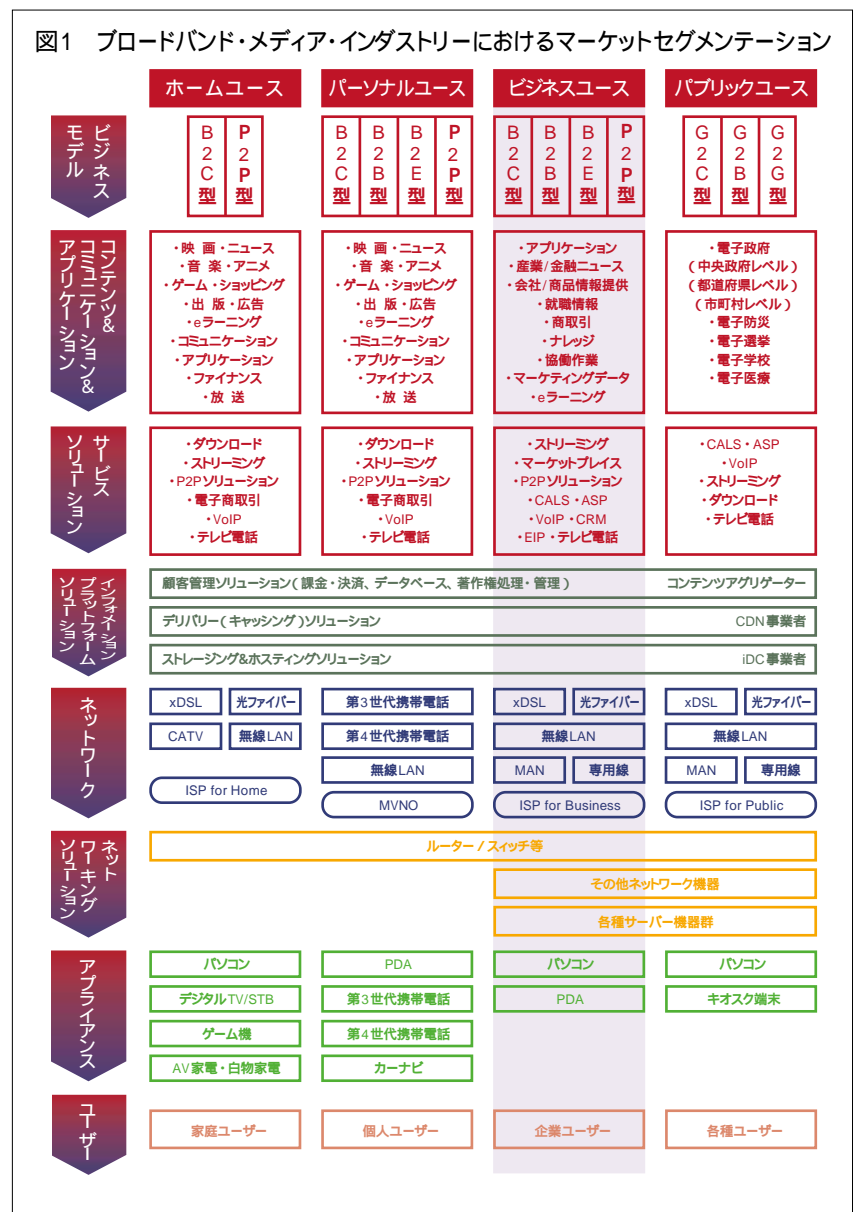
無線LANは第3世代携帯電話より伝送速度が速く、VoIP等のアプリケーションサービスも本格化しやすい。無線LANを利用したモバイル高速インターネットアクセスが台頭する可能性を受けて、携帯電話事業者もさらに高速の第4世代携帯電話事業を2000年代後半には登場させてくるだろう。

一方、携帯電話と無線LANインターネットを連携させる動きも出てきている。パーソナルユースでは無線LANと携帯電話が競争、補完しながらさまざまなモバイルブロードバンドアプリケーションを登場させることになりそうだ。また、顧客接点としても、携帯電話機やPDAとともにカーナビゲーションシステムをベースにした、カーコンピューティングの利用も促進するだろう。

・ビジネスユース  
ビジネスユースは、ブロードバンドアクセス回線の敷設およびサービスが遅れており、かつブロードバンドを利用したソリューションが今まで具体的に見えてこなかったことからあまり注目されてこなかった。

現段階では、ネットワーキングソリューションやシステムソリューション分野が中心であり、企業内のブロードバンド環境整備において注目されている。アクセス環境ではMANサービス、BLECsのxDSLや無線LANが注目されている。既存の高額専用線サービス一辺倒からビジネスユースが解放されれば、さまざまなコンテンツやアプリケーションがその上に開花するであろう。

・パブリックユース



2003年度からの電子政府化を目標に、「e-Japan構想」では具体的な予算があり、中央政府から都道府県レベル、そして市町村レベルまで電子政府化に向けたプロジェクトが動き始めている。地方自治体の場合、電子政府化を核に電子学校、電子医療、家庭、そして中小企業のブロードバンド化を促進し、地方のブロードバンドデバイド(格差)を解消しようと動いている。マスコミには注目されていないが、現段

**CDN**  
Content Delivery Network : コンテンツ配信に最適化された仕組みを持つネットワーク。ユーザーは、ネットワーク内に複数設置された最寄りのキャッシュを介してISPやコンテンツプロバイダーのサーバーに最適なレートで接続できる。

**MAN**  
Metropolitan Area Network: LANとWANの中間に位置し、都市エリアを対象として構築されるネットワーク。

**BLECs**  
ビルディング・ローカル・エクステンジブ・キャリアの略。商業ビル単位で通信サービスを提供するISP。