

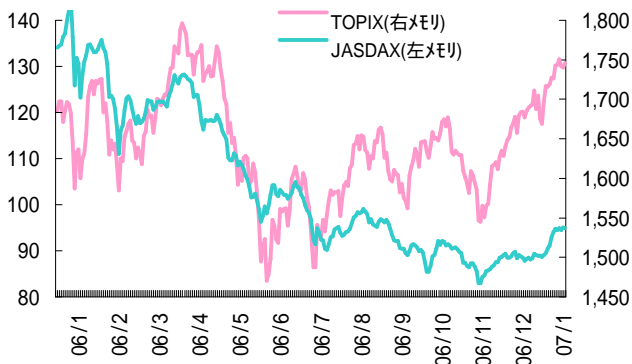
## 1. 注目される2月の「金融政策決定会合」

(1)日米の株式市場は、年初来いずれも堅調に推移しています。特に、日経平均株価は、1月24日には17,507円と昨年4月の水準に挑戦しました。また、JASDAQ指数も90台に乗せ、反転の兆しを見せています(図表1-1、1-2)。

(2)今年のマーケットの最大関心事の一つが、「金融政策」の行方です。昨年7月にゼロ金利を解除した日銀は、「追加利上げ」に意欲を見せていましたが、1月の金融政策決定会合では、無担保コール翌日物金利の誘導目標を現行の0.25%に据え置くことを決めました。今月21、22日の決定会合を控え、再び「金融政策」に注目が集まっています。鍵となるのは、「経済情勢と物価動向」です。アメリカ景気の減速懸念が薄れる一方、円安と原油安の効果もあり日本の企業活動は輸出と設備投資を中心に、堅調です。もう一つの主役である家計部門では、12月の現金給与総額が前年同月比0.6%減と依然として力強さに欠けます。

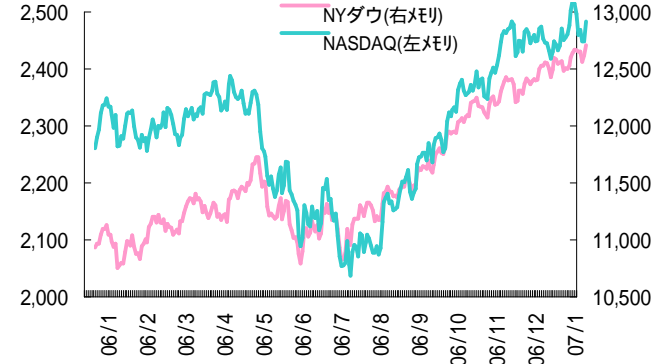
一方、物価動向は、マクロ的な需給バランスが均衡しつつある中で、原油価格の下落と円安進行など強弱材料が相い半ばし、明確な上昇基調とはなっていません。昨年12月の全国消費者物価指数は生鮮食品を除けば、前年比0.1%アップと伸び率は鈍化しています(図表1-4)。今月の「金融政策決定会合」は、日本経済の今年の行方を判断する大きな節目といえます。

図表 1-1 TOPIX・JASDAQ指数推移



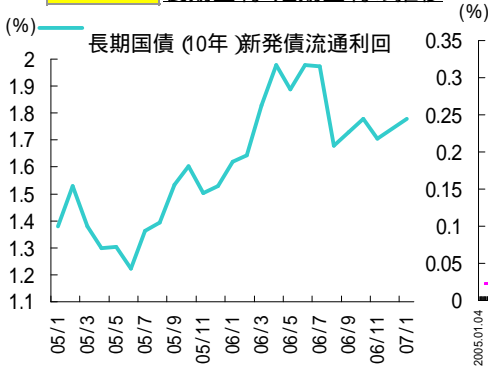
(出所)Yahooファイナンス

図表 1-2 NYダウ・NASDAQ指数推移



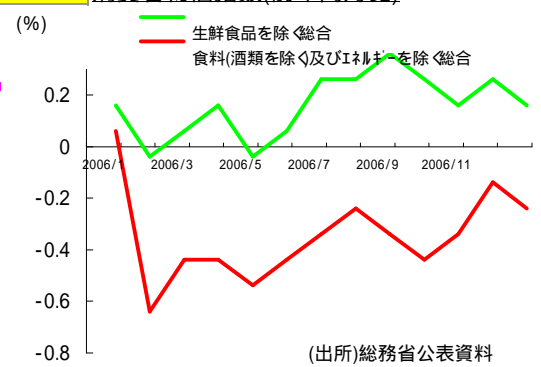
(出所)Yahooファイナンス

図表 1-3 長期金利・短期金利の推移



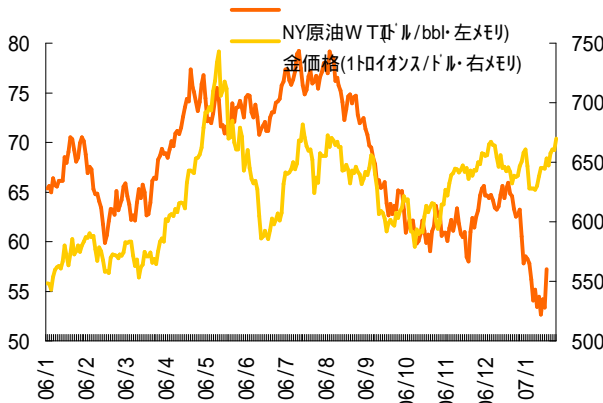
(出所)日本銀行

図表 1-4 消費者物価指数(前年同月比)



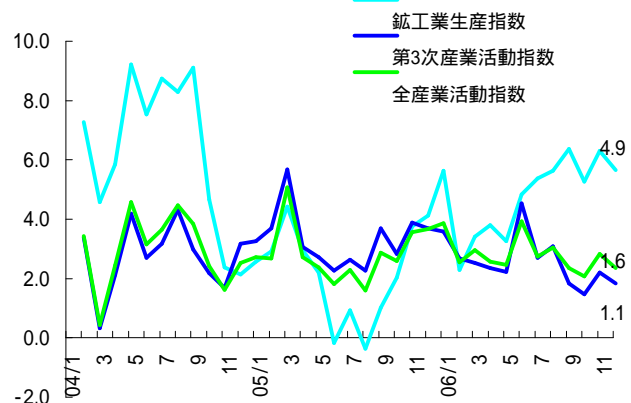
(出所)総務省公表資料

図表 1-5 原油・金価格の推移



(出所)米国エネルギー省、三菱マテリアル

図表 1-6 産業活動指数等(前年同月比)



(出所)経済産業省「第3次産業活動指数」等

このレポートは未公開会社の経営に関し一般に参考となると考えられる情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報の提供および投資勧誘を目的としたものではありません。資料の作成に際しましては、発行会社の公表資料等、一般に公開され、信頼できると判断した情報源から入手したものを利用しておりますが、資料の正確性、完全性を保証するものではありません。

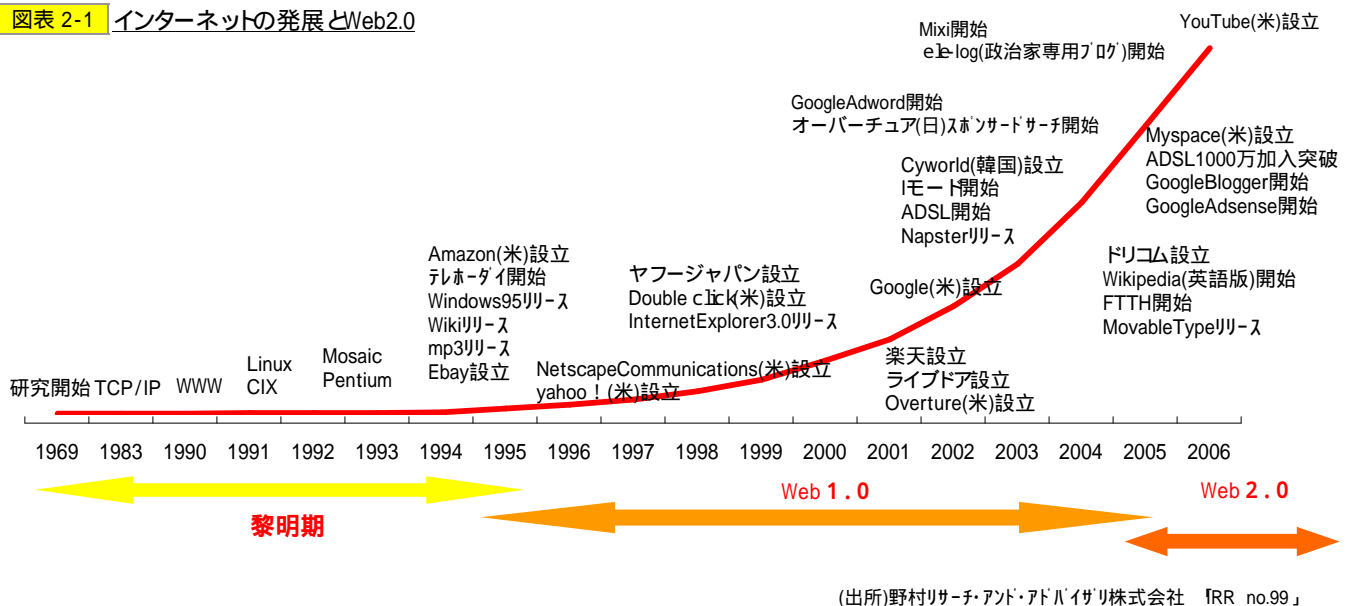
## 2. インターネットの発展とWeb2.0

(1) インターネットの発展の歴史を見ると、2000年前後から、米国を中心に、Google、Napster、Myspace、YouTubeといった「インターネット第二世代」と言える新たな企業群が登場しました(図表2-1)。その後、これら企業が提供するサービスを反映して、2004年頃から「Web2.0」と呼ばれる概念が生まれました。また、2006年はWeb2.0に関する話題が豊富な1年でした。例えば、米国のGoogleによるYouTubeの買収や、「セカンドライフ」の急成長、「仮想通貨やロングテール」の普及、さらには、日本の株式市場においても、ドリームやミクシィが新規に株式上場を果たしました。

(2) Web2.0とは、図表2-2に示すような7つの要素の一部もしくはすべてを包含するインターネット関連サービスの総称といわれています。また、Web2.0の潮流をもっとも端的に表しているのは、「ユーザー参加」といえます。「ユーザー参加」によるメディア価値増大の典型が、ブログとSNSです。

(3) ブログとSNSの利用者数は、2004年頃から急増し始め、2006年3月末現在の利用者数は、ブログが868万サイト、SNSの登録が716万登録です(図表2-4)。NRIでは、2011年度末までに、ブログが1813万サイト、SNSが5110万登録まで拡大すると予測しています。その時点でのブロードバンド利用者数はおよそ9000万人と見込まれ、5割強の人がSNSへ登録することが予想されています。また、ブログが記事という情報に焦点を当てたサイトであるのに対して、SNSは「人」に焦点を当てたサービス内容となっています。さらに、ブログやSNSは消費者に対してECサイト上の商品・サービスを認知させたり、消費者の選択を支援する手段として、今後も拡大していくことが予想されています(図表2-5)。

図表 2-1 インターネットの発展とWeb2.0



(出所)野村リサーチ・アンド・アドバイザリ株式会社 「RR no.99」

図表 2-2 Web2.0を特徴づける7大要素

特徴的な要素	概要	サービス事例
ユーザー参加	情報発信者として、ユーザーがインターネットを活用する現象全般を指す。 ・ユーザーからの支援によって、そのサービスの付加価値が向上する。	・SNS ・ブログ
協力的ユーザー	・ユーザーの自発的な参加によって、さまざまなオリジナル情報、分析情報が生まれる。 ・直接的な対価が支払われるわけではないが、時間と労力をかけ協力的に活動する現象を指す。また、それらの情報は通常無料である。	・おすすめ投稿 ・Amazonレビュー などの機能
進歩的性善説	協力的ユーザーの活動をさらに推し進めたインターネット上のユーザーの行為を指す。 ・なんの接点も無いユーザーからの質問や検索要請に対して、無償で回答したり、誤った情報を修正したりする行為を指す。	・Wikipedia ・はてな人力検索
フォークソノミー	・ユーザーの嗜好によって、大量の情報の分類が行われる現象を指す。	・Flickr ・タグging
進歩的分散志向	各ユーザーが持つ情報資産コンテンツを有効活用して、P2P(個人間で直接情報のやりとりを行うことで全世界にわたって情報の相互共有が可能なネットワークを築こうとする動きを指す。	・Winny ・BitTorrent
ロングテール	インターネットでの現象は、生起頻度の低い要素の合計が、全体に対して無視できない割合を占めるという法則を指す。少数の上位で全体の大半を占めるといういわゆる「20:80の法則(パレートの法則)に対するアンチテーゼであり、ネット上での人々の行動の特徴を表す理論として注目。	・Google AdSense
リッチインターフェース	ハードウェアの進歩やネットワークの高速化によって、直感的なユーザビリティを実現する技術やサービスの総称を意味する。	・Gmail ・goo地図 ・Ajax

(出所)野村総合研究所 「これから情報通信市場で何が起こるのか」

このレポートは未公開会社の経営に関し一般に参考となると考えられる情報の提供を目的としたもので、投資判断の参考となる情報の提供および投資勧誘を目的としたものではありません。資料の作成に際しましては、発行会社の公表資料等、一般に公開され、信頼できると判断した情報源から入手したものを利用しておりますが、資料の正確性、完全性を保証するものではありません。

図表 2-3 Web1.0からWeb2.0へのパラダイム変化

**Web1.0**

- Double Click
- Ofoto
- Akamai
- mp3.com
- Britannica Online
- personal websites
- evite
- domain name speculation
- page views
- screen scraping
- publishing
- content management systems
- directories (taxonomy)
- stickiness

**Web2.0**

- Google AdSense
- Flickr
- Bit Torrent
- Napster
- Wikipedia
- blogging
- upcoming.org and EVDB
- search engine optimization
- cost per click
- Web services
- participation
- wikis
- tagging( 'folksonomy' )
- syndication

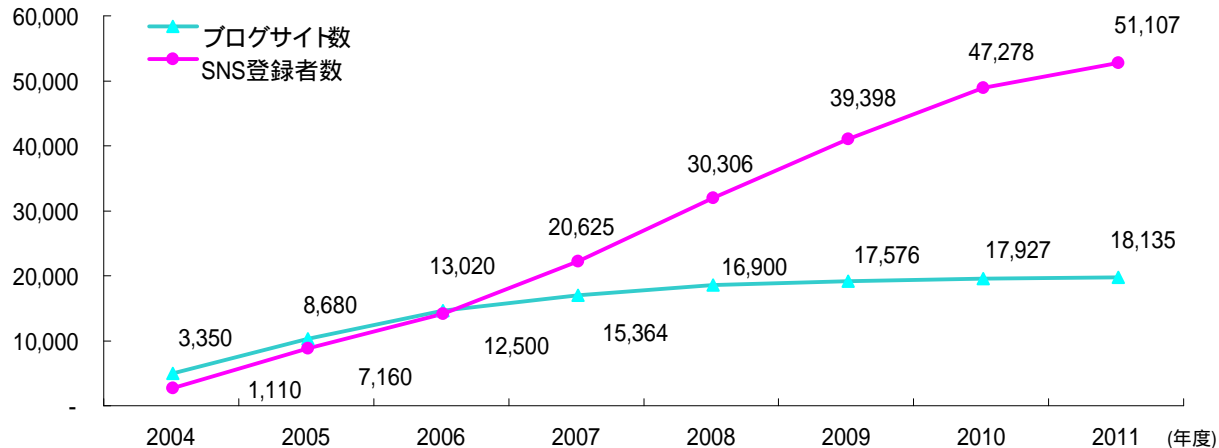
ブログ・・・Weblogの略語で、WebとLogの合成語である。個人や数人のグループで運営され、日々更新される日記的Webサイトの総称である。最近では、企業の社内システム、企業のホームページ、情報提供サイト(検索サイト)として、法人向けにビジネス用とで利用されることも増えている。

SNS・・・SocialNetworking SiteまたはSocialNetworking Serviceの略で、日記などを会員制のサイト内に公開し、趣味などの情報を交換して友人との交流や人脈作りなどができるサービスである。多くのSNSでは、既存会員からの紹介で会員登録するため、ネット特有の匿名性が少なく、信頼性や安心感が高い。

(出所)野村サーチ・アンド・アドバイザリ株式会社 「IR no.99」

図表 2-4 ブログサイト数とSNS登録者数予測(国内)

(千サイト、千登録)

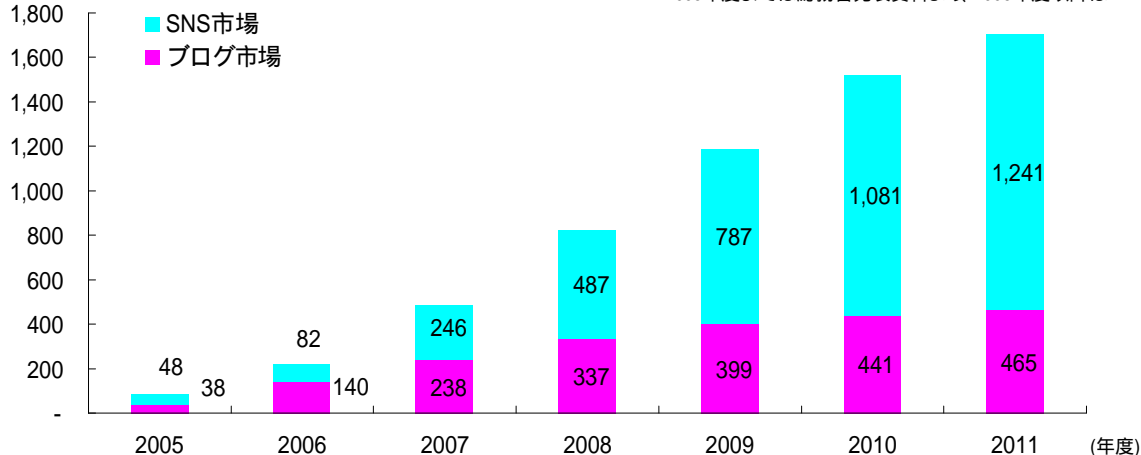


2005年度までは総務省発表資料より、2006年度以降はNRI予測値。

(出所)野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起るのか」

図表 2-5 ブログ・SNS市場規模予測(国内)

(億円)



2005年度までは総務省発表資料より、2006年度以降はNRI予測値。

(出所)野村総合研究所「これから情報・通信市場で何が起るのか」