

WWW 国際会議が日本で初開催 急速に普及するモバイルウェブに注目

5月10～14日の5日間、千葉県の幕張メッセで第14回国際 World Wide Web 会議(WWW2005)が開催された。World Wide Web Consortium(W3C)のディレクターであるティム・バーナーズ＝リー氏をはじめ、ウェブ関連の著名な専門家が、モバイル対応やセキュリティをはじめとする、ウェブ関連の諸問題について話し合った。

バーナーズ＝リー氏は基調講演で、W3Cが Mobile Web Initiative(MWI)という新たなグループを発足させたことを発表した。同氏は、携帯電話やPDAなどのモバイル端末によるウェブ利用が、さまざまなコンテンツをカバーした一大産業に成長しようとしているにもかかわらず、ユーザーによる入力や画面出力の制限、帯域不足、接続の分断といった問題が障害となっていると指摘した。

MWIの目的は、モバイル端末からのウェブ閲覧をシームレスで、シンプルかつ信頼性の高いものにしていくことだ。そのために、「ベストプラクティスの提示」「機器属性情報の記述方法の確立」という2つの作業をおもに実施する。ベストプラクティスについては、モバイル端末に適したウェブ作成のための指針や優れた実装例を明確にする。そして機器属性情報に関しては、コンテンツ提供者が多様な端末に対して、ウェブを最適化するために利用できる属性情報データベースを構築する。

W3Cは、マルチモーダル(単一の記述で複数用途に適用可能な)ウェブ記述、SVGやSMILのモバイルプロファイルなど、すでに数多くのウェブ標準を策定し

ている。しかし、コンテンツ提供者にとっては、自分の目的を達成する際にどれをどのように使えばいいかがわかりにくい状況になってきている。MWIでは、これら既存の標準を生かし、その利用方法を明確にしていくという。Open Mobile Alliance(OMA)や3GPPといったモバイル関連の団体との協力関係も深めていきたいという。

バーナーズ＝リー氏は、こうした活動を通し、長期的には「Web on Everything」、つまりあらゆる端末、コンテンツでウェブが活用されるような世界を作り出していきたいと語った。

IE 進化の停滞が
ウェブを活性化した？

同カンファレンスで実施されたあるパネルディスカッションでは、パネリストの1人から「マイクロソフトは、Windows新版 Longhorn のリリースまで IE の次のメ

ジャーアップグレードは行わないという方針を、最近までとっていたが、これが他のブラウザの機能強化と普及を促し、ウェブ全体の活性化につながった」との見方も示された。

また、ウェブが今後さらに適用分野を広げていくためには、パブリッシュ＝サブスクライブ・モデルに基づく機能強化が不可欠との声も聞かれた。

RSS フィードやネットオークション、検索サイトのアラートなどでは、すでにこうした機能が部分的に実装され、利用されている。しかし、さらに高度なアプリケーションを実現するには、コンテンツプッシュやローカルストレージの活用が求められる、というのがこのパネリストの意見だった。

検索エンジンに関する議論では、ユーザーそれぞれのニーズや嗜好に沿って結果を出す「パーソナライゼーション」の強化を求める意見が聞かれた。

次号でティム・バーナーズ＝リー氏のインタビューを掲載！



次号『インターネットマガジン 8月号』では、ティム・バーナーズ＝リー氏のインタビュー記事を掲載予定です。

この10年間におけるウェブの進化、セマンティックウェブへの取り組みと完成の見通し、最近のブログやRSSとセマンティックウェブとの関係などについて、「ウェブの父」である同氏にお話を伺いました。乞うご期待！

ティム・バーナーズ＝リー(Timothy John Berners-Lee)
1955年6月8日生まれ。CERN(ヨーロッパ素粒子物理学研究所・ジュネーブ)にて、WWWの概念の基礎となるEnquireを開発。URL、HTTP、HTMLの最初の設計は彼によるものである。現在は次世代のウェブ技術として「セマンティックウェブ」技術の標準化を進めている。

日本とは異なる IP-TV への道のり

2005年4月16日～21日まで、米国ラスベガスにおいて、放送業界の展示会とコンファレンスであるNAB2005(主催: National Association of Broadcasters[全米放送事業者協会])が開催された。

今年のNABの来場者は10万人を超えた。昨年の9万人の参加者に比べ、増加の傾向にある。NAB会場での展示の多くはプロ用の放送機材だが、いずれもほぼデジタル化された製品ばかりである。そしてコンテンツがデジタル化された結果として、放送局内や放送局間のいわゆるイントラネットにはTCP/IPの技術が普通に使われている。また、視聴者への配信システムもTCP/IP化が話題となっており、いわゆるIP-TV(視聴者までIP技術で送信する)を扱う展示ホールも用意されていた。

2005年1月のCES(Consumer Electronics Show[全米家電ショー])ではHDの受像機が花盛りであったが、それを裏付ける形で、制作サイドでもHDを扱うためのソリューションが盛り上がっていた。

出展テーマを分類すると「デジタルアセットマネージメント」「コーデック」「DRM」、「編集」「配送」に分けることができる。これまでテープなどで保持していたアーカイブをデジタル化し、それを管理し、必要なときに必要なシーンを取り出せるようにするソフトウェアとハードウェアが「デジタルアセットマネージメント」である。また、それらをMPEG2でH.264などでエンコードし、不正なコピーが行われないような電子透かし(ウォーターマーク)を入れ、デジタルで配送するというのがシナリオである。

このように映像ソースがデジタル化されることで初めて、オンデマンドの放送はもちろんのこと、配送経路を問わずに(地上波、ケーブル、衛星、ケータイ、PC)などで配信できるようになる。そうしたマルチチャンネルでの配信は大きな流れで、その要素技術の数々が目に付く状況である。



また、IP-TV に関するコンファレンスでは、米国の大手地域電話会社であるSBC、コンサルティング会社のAdvanced Media Strategies社がパネルディスカッションを行った。米国の放送市場は日本と大きく異なり、ケーブルTVが一般的であり、地上波のシェアは大きくない。したがって、米国では有限資源である電波の割り当てということが放送局のアドバンテージではない。

一方で、ブロードバンドの状況は日本よりも遅れている。ADSLも米国のメタルネットワークの品質問題から1.5Mbps程度に留まることが多いという。したがって、IP-TVのサービスは今後の課題である。

日本では光ファイバーを使ったIP-TVサービスは本誌5月号でも特集したようにすでに数社がサービスを開始している。その点においては日本の方が市場の進み具合が早いといえるだろう。

米国市場の事業者にとって、IP-TVを指向する理由としては、1)内部ネットワーク、および配送系をIPの設備で統一することでコストアドバンテージが得られる、2)

より多くの視聴者にリーチが可能になる、3)番組が専門特化し、より視聴者のニーズに応えたチャンネルが存在しうる、4)インタラクティブなマルチメディアコンテンツを提供できる、などである。

今後の市場成長性に関しては、2008年には2500万人がIP-TVを視聴すると予測されており、そのサービスによる収益は7.2ビリオンドルになるといふ。

そして、より魅力的なコンテンツを制作することができるかどうかということがコンテンツプロバイダーの努力目標となるだろう。そういった意味においては、日本のIP-TVは電波割り当てをしてもらえない事業者がIPの技術を使って放送を行おうとしていることから、背景にある問題が大きく異なる。

しかし、米国、日本ともに、共通して言えることは光ファイバーという大容量の回線が各家庭に引き込まれたときに、トリプルプレイだけではなく、さまざまな情報ユーティリティサービスを提供していくことは必然であり、今後、光ファイバー上のサービスが展開されていくことだろう。

ヤフー、グーグル、アスクジーズ～3強の戦略に見る検索市場の展望

4月20日、検索エンジンやSEO事業者が集うイベント「Search Engine Strategies Conference & Expo 2005 Japan」が開催された。注目はヤフーとグーグルで、両社の講演は会場に入れない人も出る状態だった。ここではその模様に加え、両社の牙城を切り崩そうと猛攻をかけるアスクジーズの戦略をまとめた。

ヤフー～パーソナライズで差別化

ヤフーは「ライフエンジンとマイメディア」と題して同社の検索事業を統括する井上俊一氏が、Yahoo!ポータルが目指すものと検索分野での強みを説明した。

Yahoo!ポータルが全体として目指すものは、まずユーザーの生活の中で常に身近にあって効率化や人々とのつながりに貢献するという「ライフエンジン」だという。そのために重要なのが検索だが「現在の機械的な統計処理に頼るだけの検索エンジンは限界に来ている。多くの結果が示されるのはよいが、ユーザーはさらにその中から情報を探さなければならない。より質の高い検索を提供する方法がパーソナライズ(同氏)だという。

パーソナライズによって、その人ならではの検索対象や結果、傾向などがカスタマイズできる。これはヤフーが目指すもう1つの姿「マイメディア」でもある。「パーソナライズは、ポータルとして最大のログインユーザー抱えるヤフーだからこそできるサービス。ポータルの各サービスを検索によって結びつけることで、さらに質の高

いサービスが提供できる(同氏)とした。

この動きは、すでに米ヤフーが「My Yahoo! Search」で進めており、4月27日には検索履歴を保存できる新サービス「My Web」のベータ版も公開された。

ポータル最大手であることを検索に活かそうとする同社の戦略は手堅い。しかし一方で、ポータルとしてのイメージが強すぎるため、相対的に検索エンジンとしてのブランドが弱いことも確か。検索エンジン一筋の競合に対して優位性を保つには、これが課題になる。

グーグル～検索道をひたすら邁進

グーグルは、米国本社エンタープライゼネラルマネージャーのデブ・ジリアード氏が、この日発表となる日本向けの「Google 検索アプライアンス」を紹介した。講演の中でデブ氏は、グーグルが提供する多数のサービスを紹介するとともに、「80%のユーザーは検索機能が貧弱なサイトを見捨てる」「85%のサイトはユーザーが求める検索結果を示せない」と調査会社の言葉を引用し、検索の重要性を説いた(同社の戦略は本誌79ページも参照)。

アスクジーズ～まずは2番手を狙う

イベントにこそ参加しなかったものの、ヤフーとグーグルの競争に割って入ろうとしているのがアスクジーズだ。同社は、2月15日に検索サイト「Ask.jp」を公開して、日本での本格的な展開を開始した。そして5月10日、事業方針説明会におい

て戦略を発表した。

同社は、自らを「第3世代の検索エンジン」と呼び、速さと精度、そしてイメージ検索に対応するといった拡張性の高さを謳う一方で「人にやさしい検索」を目指す。これらは、「My Ask(パーソナライズ機能)や「一発検索」的中精度の高い簡易検索」といったサービスとして具現化されている。アスクジーズジャパン代表取締役社長CEOの塩川博孝氏は「Ask.jpのターゲットは、Googleを好んで使うITヲクではなく、デキル社員。あくまでも検索は何らかの目的達成のために使う人で、そのためには簡単さと高機能さの両方が必要。後発となるが、まずは2番目の検索エンジンとしての地位を固めたい」とした。

米本社は、3月21日に米大手企業のIAQ(InterActiveCorp)に買収されたばかり。今後のその資金力とブランド力で、ヤフーやグーグルに迫るべく事業を展開する。また、同社の検索技術は買収した「Teoma(テオマ)」から引き継いだものでレベルは高い。加えてRSSリーダーとして世界一のシェアを誇るBloglinesを買収統合したことで、より幅広い検索サービスを提供できる可能性を秘めている。

一時はグーグル1社に集約されるかに見えた検索エンジン市場だが、3強時代となるか、マルチメディア検索で注目される米プリンクスのような新興勢力がまだまだ現れるか、ここへ来て新たな局面に入ったといえる。



ヤフーリスティング事業部検索企画室室長 井上俊一氏



米グーグルのデブ・ジリアード氏

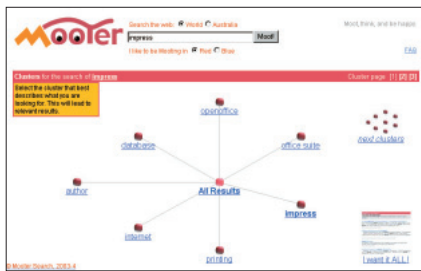


米アスクジーズの経営陣と塩川社長(右から2人目)

オーストラリア産の検索エンジンが日本上陸！
新技術で市場の一角を狙うムーター日本法人

ムーター株式会社は、検索エンジン「MOOTER(ムーター)」とその技術に応用した事業を展開していく。MOOTERはオーストラリアのベンチャー企業が開発したもので、心理学を応用した独自の検索アルゴリズムや結果のカテゴリー分けなど、従来の検索エンジンにはない特徴を持つ。

日本語版は開発中だが「コンテンツの内容分析が強力なので、従来にはない精度の高い広告マッチングが可能になる。また、ユーザーの行動に合わせた検索が可



検索結果をカテゴリーに分けるクラスタリング機能

能だが、従来のクッキーを使ったトレースとは異なるため、個人情報に敏感なユーザーにも安心して使ってもらえる(代表取締役社長の稲村尚志氏)という。

稲村氏は、サイリバー社でインターネット広告代理事業も手がける。「MOOTERの技術で相乗効果が期待できると考えています。ネット広告の市場はますます広がるので可能性は大きい(同氏)。

検索技術の進化と市場の拡大は続く。
<http://www.mooter.co.jp/>



本社 COO のマクドゥガル氏(左)と稲村社長(右)

米国音楽配信事業はセカンドステージへリアルとヤフーがアップルを猛追

すでにダウンロード総数が4億曲を超え、米国では1人勝ちの様相を呈する米アップルのiTunes Music Storeだが、この1か月の間にその牙城を揺るがすかも知れないサービスが登場してきた。

米リアルネットワークスは4月26日、音楽配信サービス Rhapsody をリニューアルし、月額14.99ドルで携帯音楽プレーヤーに転送し放題の「Rhapsody to Go」と毎月無料で最大25曲を聴ける「Rhapsody 25」を追加し、ユーザーの囲い込みを始めた。また米ヤフーも5月12日、月額4.99ドルでダウンロードし放題の「Yahoo Music Unlimited」を開始し、価格の面からアップルの追走にかかった。

リアルは、日本市場への参入も狙っているという。戦国時代に突入するか、アップルが次の一手でさらなる引き離しにかかるか、今後の動きが注目される。

次期ウィンドウズの機能を先取りしたアップルのMac OS X Tiger発売

アップルは4月29日、新しいMac OS X 10.4 Tiger を発売した。世界同日発売で、販売は18時からと決められていたため、日本がいち早くその瞬間を迎えることとなった。

新バージョンでは、デスクトップ検索機能「Spotlight」や次世代DVDでも採用される映像コーデック「H.264/AVC」を含むQuickTime 7といった、最新テクノロジーが注目されている。

マイクロソフトが次期ウィンドウズで足踏みをしている間に、iPodと音楽配信の成功をMacのシェア回復につなげられるか、これからの1年はアップルにとってチャンスだといえるだろう。

●ビデオストリーミングで、発売当日のアップルストア銀座店の様様が視聴できます。→123ページへ



今年末のXbox360発売を皮切りに始まるゲーム機戦争
マイクロソフト、ソニー、任天堂の次世代ハードウェアが続々発表

5月13日、マイクロソフトは次世代ゲーム機「Xbox360」を発表した。同機は3.2GHz、3コアのIBM PowerPCカスタムCPUを搭載し、処理能力は1テラフロップス。対応メディアはDVDなど。下位互換性や価格は未定となっている。また、オンラインサービスの「Xbox Live」を一部無償提供する。

さらに5月16日(現地時間)、米国で開催されている世界最大のゲームショウE3において、ソニーコンピュータエンタテインメント(SCE)がPlayStation 3を発表した。IBM、東芝と共同開発のCellを搭載し、2テラフロップスの処理能力を持つ。54Gバイトの容量を持つブルーレイディスクにも対応し、PSやPS2などとの下位互換性を持つ。価格は未定。

マイクロソフトは日本市場奪回に注力。ミストウォーカーの坂口氏をはじめ、日本

を代表するゲームクリエイターとタッグを組み日本向けのコンテンツも充実させ、今年の年末商戦に間に合う発売を目指す。対するPS3は、2006年春の発売予定。任天堂のRevolutionもそれに続く。

Xbox360の発売から始まる次世代ハード機のシェア争いで交代はあるのか。家庭内のネット端末や次世代DVDの普及、半導体ビジネスなど多くの要因が絡むだけに、その動向が注目される。



Xbox360を持つマイクロソフト Xbox 事業本部長 丸山氏

インテル・マイクロソフト・NEC・サムスンなど7社が共同で策定 ワイヤレス USB 仕様バージョン 1.0 が完成へ

ワイヤレス USB プロモーターグループが仕様を作成

急速なワイヤレスブロードバンドの進展を背景に、ワイヤレス USB(WUSB)プロモーターグループは、このほど UWB 通信方式を採用した「ワイヤレス USB バージョン(WUSB)1.0」の仕様をほぼ完成。これを受けて、WUSB プロモーターグループの上部組織である、USB インプリメンターズフォーラムは、5月23日～25日にサンノゼで開催される「第1回 WUSB デベロッパーズカンファレンス」で、WUSB バージョン 1.0 の詳細をアナウンスすると発表し、大きな注目を集めている。

WUSB バージョン 1.0 を策定した WUSB プロモーターグループは、この分野の国際的なリーダー的企業である、インテル、アギアシステムズ、ヒューレットパッカード(HP)、マイクロソフト、NEC、フィリップスセミコンダクターズ、サムスン電子の7社のメンバーで構成されている。

USB に関しては、身近に普及している有線方式の USB 関連製品が、すでに全世界で 15 億個以上が出荷され、そのうち 3 億台のパソコンが USB に対応しているなど、事実上パソコンの標準インターフェイスとなっている。WUSB はこの有線方式の USB2.0 と完全な互換性を備えており、この WUSB によって従来の有線の使い方からケーブルレスという新たな使い方が実現できるようになる。たとえば、パソコン(ホスト)とパソコン周辺機器や携帯端末(デバイス)間、デジタル・テレビとデジカメなどのデジタル家電機器間とのワイヤレス接続が急速に進むと見られている。

WUSB のバージョン 1.0 の特徴

WUSB のバージョン 1.0 は、表 1 に示すように、半径 3m 以内の距離で 480Mbps

(10m で 110Mbps)と、有線方式の USB2.0 と同じ高速な伝送速度を実現。ネットワークの接続形態はハブ & スポーク型(スター型)であり、中心に位置する「ホスト(例:パソコン)に対して 127 台の機器(これを「デバイス」という。例:プリンタ、ハードディスク、デジカメ、ゲーム機、デジタル・テレビ、PDA など)が接続できる。

さらに、デュアルロール機能(2重の役割機能)によって、たとえば、通常、デジカメをパソコン(ホスト)に接続する場合は、デジカメは「デバイス」の役割となるが、一方、デジカメをプリンターに接続して出力する場合は、デジカメは限定的ながら「ホスト」の役割を担い、プリンターが「デバイス」の役割を果たすようなことも可能となっている。

通信プラットフォーム(共通 UWB 無線プラットフォーム)としては、図 1 のように、UWB 物理層(PHY:規格化完了)と UWB 媒体アクセス制御層(MAC:2005 年 6 月予定)、コンバーゼンス層(2005 年 6 月予定)で構成される。コンバーゼンス層とは、上位のアプリケーション層にある WUSB や無線 1394、UPnP などのアプリケーションが、「UWB MAC」、「UWB PHY」を利用して動作できるようにする層(レイヤー)である。

今後、WUSB 用の半導体チップは 2005 年後半にリリースされ、エンドユーザー向け WUSB 製品は 2006 年から順次出荷される予定だ。さらに、2006 年から 2007 年にかけて無線 LAN と WUSB を同一モジュール上で動作できる製品も予定されている。

項目	内容
標準組織 / 仕様	USB インプリメンターズフォーラム(USB-IF)内の WUSB プロモーターグループ / WUSB 仕様バージョン 1.0
仕様作成年	2005 年 5 月
無線方式	UWB-マルチバンド OFDM(MB-OFDM)方式
使用周波数帯域	3.1GHz ~ 10.6GHz の 7.5GHz 幅(最大)
無線アクセス方式	TDMA-TDD(時分割型の双方向通信)
伝送速度	半径 3m 以内: 480Mbps(有線の USB2.0 と同じ速度) 半径 10m 程度: 110Mbps
接続形態(トポロジー)	ハブ & スポーク型(スター型)、ポイントツーポイント接続
最大接続台数	最大 127 台(ホスト 1 台に対して最大デバイス 127 台の接続が可能)
互換性	有線方式 USB2.0 と完全互換
セキュリティ	認証機能、暗号機能(AES-128)
デュアルロール機能	2重の役割機能。1つの端末が「デバイス」の役割と「ホスト」の役割を担える機能

表 1 ワイヤレス USB(WUSB)バージョン 1.0 の主な仕様

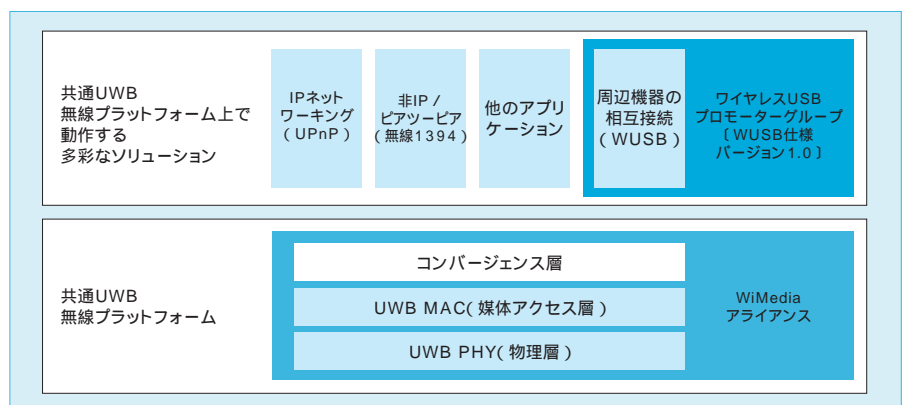


図 1 ワイヤレス USB の位置づけとプラットフォームの構成図

出典: Jeff Ravencraft "Wireless USB Initiative First High-Speed WPAN Interconnect" 2005 年 1 月 6 日

問われる「PCを守るべきソフト」の管理体制

トレンドマイクロ「ウイルスバスター」の不具合でPCやサーバーに障害

トレンドマイクロのウイルス対策ソフト「ウイルスバスター」のパターンファイルの不具合により、4月21日に入り新聞各社や交通機関などのコンピュータやサーバーに障害が発生した。

同社は今回の問題の原因について「パターンファイルのチェックをウィンドウズXP SP2環境で行わなかったこと。さらに古いバージョンの検索エンジンでのチェックしか行わなかったことによる二重のチェックミスがあった」と発表した。

被害に遭ったユーザーに対しては、契約期間の1か月無償延長や8,500円までの復旧費用の負担を行うと発表した。また再発防止の措置としてパターンファイルの作成やテスト時の二重チェック体制の整備、人為的ミスを防ぐためのチェックプロセスの自動化などを行うと発表した。

しかし、その発表の直後にもかかわら

ず4月27日、同社でパターンファイルに関するトラブルが発生した。本来、差分のみダウンロードするパターンファイルがフルサイズでダウンロードされてしまうため、約250Kバイトほどで済むファイルが約7Mバイトもダウンロードされる。なお、すでに修正されたパターンファイルが配信されているため不具合は起こらない。

ウイルス対策ソフトを提供する他社は、安全対策について「品質管理は4段階のプロセスで実施している（マカフィー広報）」、「ウェブサイトにてウイルス定義ファイルの更新についてアナウンスしている」（シマンテック広報）と話す。

本来コンピュータの安全を守るべきソフトが障害を引き起こす原因となってしまう今回の事件は、各メーカーの品質管理体制を問う大きな問題といっているだろう。

送信者情報の偽装を禁止する改正電子メール法が可決、違反者には懲役も

「特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（特定電子メール法）の改正案が、5月13日に参議院本会議で可決された。この改正法は、公布から6か月以内に施行される。

2002年に施行された特定電子メール法では、広告や宣伝が目的のメールを制限するために、メールのタイトルに「未承諾広告」と入れることや受信者が受信を拒否する方法を示すことなどを定めていた。

改正法では、送信者情報を偽装した広告宣伝メールの送付を禁止し、従わない場合は総務大臣が改善命令を出すことができる。また警察が直接捜査できるようにし、懲役1年以下または罰金100万円以下の刑事罰を科すことができる。

現行法が効果を上げているとはいえない難かったため、罰則を強化した法改正の効果が期待される。

迷惑メール対策カンファレンス パネルディスカッションを開催

5月10日、財団法人インターネット協会の主催による「迷惑メール対策カンファレンス」が開催された。

イベント全体を通しISPやケータイキャリア、SI事業者らによる最新の迷惑メール対策技術や取り組みが紹介された。

最後に行われたパネルディスカッションでは、WIDEの村井純教授を司会に、パネリストには総務省、経産省、ISP、キャリアが並んだ。総務省と経産省からは、現在の取り組みや特定電子メール法改正についての説明が行われた。ISPとキャリアからは、電気通信事業法の制限について、ガイドライン提示を総務省に要望するなど、貴重な議論が交わされた。

なお、当日の講演資料が下記URLからダウンロードできる。

http://www.iajapan.org/anti_spam/event/2005/conf0510/program.html

貴重なセミナーも予定された アクセス解析カンファレンスが開催

6月2日に中野サンプラザにてアクセス解析ツールが一同に揃う「第3回アクセス解析カンファレンス」が開催される。

ネットレイティングスの「サイトセンサス」や日経BPコンサルティングの「BizMark」が新たに出展され、合計10社以上のアクセス解析ツールのサービス紹介や製品のデモンストレーションが行われる。

デモンストレーションの他にも、Web広告研究会や「いなかどっとこむ」の石井研二氏らによる5つの特別セミナーも予定されている。ログ解析の意義や導入事例、解析テクニックなどを聞くことができる絶好のチャンスとなりそうだ。

入場は無料だが、セミナーを受講するために下記のURLより事前予約が必要。予約は各セミナー先着100名となっているので参加希望者は急ごう。

<http://www.69day.jp/>

カカコムが不正アクセスにより一時閉鎖、閲覧者はウイルス感染の可能性

カカコムは4月15日に自社のサイトが不正アクセスを受けて改ざんされたことを発表し、同サイトを一時閉鎖した。

同社の説明では11日11時頃、ユーザーからの指摘で不正アクセスが発覚したという。執筆時点（5月18日現在）では、いまだサイトは復旧中。復旧後は「ソフト、ハード、運用のすべてを一新する」としている。不正アクセスの結果、ユーザーのメールアドレスが流出した可能性がある。またサイトを閲覧するとウイルスに感染する可能性があるとのこと。

改ざん発見から3日間、サイトを閉鎖しなかったことに対し「11日にサイトを閉鎖してしまえば侵入経路もわからず、今後の対策が立てられなかった」とのことだが、結果としてウイルス感染源となったなど、緊急時のサイト運営に対しては疑問も残る。

XVD が放送局向けの エンコード、伝送システムを展示

NAB2005の会期にあわせ、米国XVD社と日本総代理店である株式会社ピー・エイチ・エーは高画質映像圧縮コーデックである「XVD」のデモを行った。

映像ソースがHD(高品位)化するとともにH.264/AVCやMPEG2などの業界標準のコーデックではリアルタイムのエンコードやデコードが困難になりつつある。

XVDはオープンな仕様ではないが、リアルタイムなエンコードやデコードを必要とする放送業界向けの技術だ。利用用途としてはカメラと中継車との間や放送局間など閉じた環境である。専用の装置(ハードウェア)を対向で使うことで、従来では困難であったリアルタイム性を向上させている。

製品の詳細はつぎのURLで参照することができる。

<http://www.xvdcorp.com/>

UOPF 仕様策定状況と接続実験の一部を公開

5月12日、ユビキタス・オープン・プラットフォーム・フォーラムは「テレビでDear-to-Dear(通信相手を相互に特定した通信)なビジュアルコミュニケーション」を実現するためのフォーラム仕様とガイドラインの策定状況を発表し、一部の相互接続実験でデモンストレーションを公開した。

ユビキタス・オープン・プラットフォーム・フォーラムは2005年4月1日時点でISP、家電メーカーなど53社が加盟し、デジタル家電をインターネットで接続し、さまざまなサービスを提供するための技術仕様やガイドラインの策定を行っている。

要素技術の多くはインターネット標準や業界標準などの技術を組み合わせるのだが、端末機器(相手)の特定、異なったメーカーの機器間の接続などを細かな設定作業なしに行うことを目指し、相互接続の検証を行っていくものである。

国内初のホスティング専門イベント 「HOSTING-PRO 2005」開催

ホスティング専門のイベントである「HOSTING-PRO 2005」が6月16日にTIME24(東京都江東区)で開催される。

今回のイベントでは、iDCやレンタルサーバーにおける情報漏えいの防止や不正アクセス制御など、ネットワークセキュリティへの対策強化に関する各種のセミナーが行われる。

また、社団法人日本インターネットプロバイダー協会レンタルサーバ部会主催による『成功するホスティングとは 商用サービス10年の軌跡からその未来を探る』と題したパネルディスカッションも行われる。

入場料は2,000円だが、事前登録の場合は無料となる。全日行われるセミナーは無料(パネルディスカッションのみ別途2,000円必要となる)。事前登録は下記にて受け付け中。

<http://hosting-pro.jp/>

Event Calendar

これから開催される国内外の主要なIT関連イベントをご紹介します。
イベント情報掲載希望の方は、次のメールアドレスまでご連絡ください。
im-release@impress.co.jp

期日	名称	場所	URL
3/25-9/25	愛知万博(2005年日本国際博覧会)	愛知県	http://www.expo2005.or.jp/jp/
5/30-6/1	第20回IFIP主催国際情報セキュリティ学会	幕張メッセ	http://www.sec2005.org/
6/1-6/3	Linux World Conference&EXPO Tokyo 2005	東京ビッグサイト	http://www.idg.co.jp/expo/lw/
6/2	アクセス解析カンファレンス	中野サンプラザ	http://www.69day.jp/
6/6-6/10	NETWORLD+INTEROP Tokyo 2005	幕張メッセ	http://www.interop.jp/
6/8-6/9	Content Management Forum 2005	大手町サンケイプラザ	http://www.idg.co.jp/expo/cmf/
6/15-6/17	ケーブルテレビ2005	東京ビッグサイト	http://www.catv-f.com/
6/15-6/17	ビジネスショウ OSAKA 2005	インテックス大阪	http://www.noma.or.jp/bsosaka/
6/16	HOSTING-PRO 2005	TIME24	http://hosting-pro.jp/
6/22-6/24	第13回産業用バーチャルリアリティ展(IVR)	東京ビッグサイト	http://www.ivr.jp/
6/29-7/1	第2回情報セキュリティEXPO(i-Security)	東京ビッグサイト	http://www.i-security.jp/
7/13-7/15	ワイヤレスジャパン2005	東京ビッグサイト	http://www.ric.co.jp/expo/wj2005/
7/13-7/15	インターオプト'05	幕張メッセ	http://www.oitda.or.jp/
7/7-7/10	デジタルパブリッシングフェア2005	東京ビッグサイト	http://www.digi-fair.jp/
7/20-7/22	e-Learning WORLD 2005-Expo & Conference-	東京ビッグサイト	http://www.elw.jp/
9/14-9/16	第7回自動認識総合展	東京ビッグサイト	http://www.autoid-expo.com/
9/16-9/18	東京ゲームショウ2005	幕張メッセ	http://tgs.cesa.or.jp/
10/4-10/8	CEATEC JAPAN 2005	幕張メッセ	http://www.ceatec.com/
10/26-10/27	WPC EXPO 2005	東京ビッグサイト	http://expo.nikkeibp.co.jp/wpc/

上記の情報は変更になる場合があります。応募・参加の際には必ず主催者にお確かめください。



[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