

アジアにおけるインターネットビジネス（その２）
～ ものづくりからネットへ展開する韓国と台湾 ～

2 0 0 0 年 4 月
シンガポール駐在員事務所
日本政策投資銀行

はじめに

本報告は、シンガポール駐在員事務所報告 S-4「アジアにおけるインターネットビジネス(その1)～New Economyへ大きく舵を切るシンガポール、香港を中心に～」の続編としてとりまとめております。

もともとサービス産業主体の産業構造を有するシンガポールや香港に対し、韓国や台湾は“ものづくり”が土台にあります。それぞれ財閥と企業集団という民間のコングロマリットが経済において重要な役割を担っている点でも両者は共通しています(台湾は中小企業も重要な役割を担っており、後述するようにインターネットビジネスの展開にも影響を及ぼしています)。

ネット関連のスタートアップ企業についてもこうした既存の産業構造とのもみ合いの中で生まれてきている点に着目しつつ、その背景と現状そして今後の展開についての紹介を試みております。構成は第1章から第6章までを韓国、第7章から第9章までを台湾に関する説明としています。

ソウルおよび台北へのお出張取材を主な情報源としておりますが、その際多くのインターネットビジネス関係者が「ビジネスモデルの確立」を重要視していたのが印象的でした。未開拓の市場において競合者より1日でも早く自らの事業をブランド化することに躍起となる姿勢がうかがわれます。

今の段階では韓国はアジアにおいてもっともインターネットビジネスへの意気込みが強い国の一つでしょう。台湾はそれに準じる印象ですが、ともに豊富な投資家層を有する点で潜在的な成長性は高く、引き続き両国におけるインターネットビジネスの動向が注目されます。

シンガポール駐在員事務所
次席駐在員 古田善也

要 旨

〔韓国〕

従来パソコン通信が盛んであったことなどから順調にインターネット社会への移行を果たしつつある。利用者は 1,000 万人を超え、株取引の半分がすでにインターネットを介して行われ、オンラインショッピングの一人当たり年間消費額は約一万円と日本と並ぶ水準である。

インターネットビジネスの担い手にはコンテンツ・プロバイダを中心にベンチャー企業が多い。もともと独立心が強い国民性もあり、韓国版ナスダックと言われるコスダックでの株式公開を目標として有能な人材が行政や財閥から流入してきている。また、厚い個人投資家の層が創業ラッシュに伴う資金需要を十分に支えている。

政府としても IMF 体制下における財閥を始めとする抜本的な経済構造改革を進める中でこれまで取り組んできた中小企業育成策からより成長性の高い IT ベンチャー振興策へと産業政策の重点を移しつつある。これに対応して財閥側も IT 関連投資に重点を置きつつある。

しかしながら、これまで恵まれた環境にあった韓国のインターネットビジネスも収益性の面では他国の場合と同様に未だ脆弱であり、今後淘汰と再編にさらされることは逃れられない。携帯電話等の移动通信への対応と「ビジネスモデルの確立」が重要な要素となる。

〔台湾〕

「世界のパソコン工場」としてハードの提供の面では抜群の強みを見せているが、インターネットビジネスの展開はインターネットの普及に比して遅い。とりわけ電子商取引の主役と見込まれる BtoB タイプについては既存の企業集団内の扱いを超えた汎用化の動きが見られない。

本格的な展開はこれからであるが、通信関連の規制緩和と併せて企業集団による参入による活性化とケーブル TV の普及率が高いことから回線を利用した高速通信サービスによるコンテンツの提供といった BtoC タイプのインターネットビジネスが成長する余地が当面の注目点である。

目 次

1	韓国が突入したインターネット社会	5
(1)	急速に普及するインターネット	5
(2)	インターネット普及の理由	7
2	成長の主役、韓国ベンチャー系インターネットビジネス	8
(1)	コスダックのエネルギーと IPO	8
(2)	ベンチャービジネスの担い手	9
(3)	ベンチャーの今後	9
3	韓国インターネットビジネスの構図	11
4	韓国財閥の新たな挑戦	13
(1)	IT に着目する財閥	13
(2)	財閥の取り組み	13
5	主役となる携帯電話	16
(1)	移動通信	16
(2)	IMT-2000	17
6	インターネットビジネスにかける韓国	20
(1)	ショッピングモール	20
(2)	BTOB の鍵となるビジネスモデルの構築	21
7	台湾の通信事情	23
(1)	世界のパソコン工場	23
(2)	固定回線の業界事情	23
(3)	移動通信の業界事情	24
8	台湾インターネットビジネスの動向	25
(1)	GIGA MEDIA (ギガメディア) の例	25
(2)	台湾における E コマースの実態	25
9	台湾の当面のインターネットビジネスの展開	27
10	《 主な資料提供元およびインターネット HP 》	28

章 国 ~ 財閥の新たなる挑戦と起業家が賭ける IPO ~

1 韓国が突入したインターネット社会

(1) 急速に普及するインターネット

アジア経済危機で一度失意の淵に沈んだ韓国が急速に元気を取り戻している。韓国が見出した活路とはインターネットである。

事実、大変な勢いでインターネットが普及している。

今年1月、情報通信部¹が行ったインターネットの利用実態調査によれば、昨年において一ヶ月に一回以上インターネットにアクセスした国内の利用者は国民の22%、ついに1,000万人を超えたと発表した。これは日本の30%(日本インターネット協会調べ)にほぼ匹敵する水準である。さらに年末までには倍の2,000万人、2001年6月には3,000万人に達すると予測している。実に国民の二人に一人がインターネットを利用するという高い比率である。

eコマース²の分野においても伸長が著しく、驚くことに株取引の半分がすでにインターネットを介して行われている。韓国証券業協会が2000年2月に発表したところによれば、1月のインターネットによる株取引による契約実績は契約全体の44.6%と過去最高となった。B2C³の分野の例ではサムソンのオンラインショッピング「サムスン・モール」は昨年一年間で6,400万US\$の売上を達成した。

コンピューター自体の売上も良好で、韓国では昨年202万台のコンピューターが販売されたがこれは前年の65%増という数字である。日本におけるパソコンの国内出荷額は1998年の702万台から1999年の922万台へと31%の伸び(日本電子工業振興協会調べ)であり、およそ倍の勢いである。

数字を追う限り、韓国は優れて順調にインターネット社会へと移行を果たしつつあると言えよう。

韓国でのインターネットの利用者の70%を20歳以下が占めているとの統計がある通り、学生の利用が際立っている感がある。韓国ではPCバン(房)と呼ばれるインターネットの利用ショップが急速に増えている。バンとはハンゲルで部屋といった意味である。ある試算によればこの2年間に12,000軒ものショップが立ち上がったという。4,000人に一つの勘定となるから日本で言えば人口当たりの小学校の学校数をもしのぎもはや立派なインフラの一つである。確かにソウルの街中を歩くとやたらとこの看板が目につく。いずれの店内にも1.5Mbps⁴や512kbpsの大容量といった高速回線に接続したパソコンが並び、ゲームの利用だけでなく快適なインターネット環境を提供している。

¹ 日本の郵政省に相当

² Electronic Commerce：インターネットを介した商取引

³ Business to Consumer：企業と消費者とのマッチングを行うeコマース形態

⁴ bit per second：単位秒当たりの情報のフロー数を示す



ソウルの繁華街 明洞のPCバン

ほとんどのPCバンが24時間営業で、あるショップでは午前0時に入室すれば午前9時まで7,000ウォン（約700円）でパソコンが使い放題など若い層にとっても負担とならない料金設定となっている。

また、インターネットを介したネットワーク作りも盛んであり、そのためのホームページを運営するインターネットカフェに集まって授業や試験のための資料集めや他大学の学生との交流をインターネットを介して行われたりしている。



インターネットカフェの店内

写真は、梨花女子大学近くのインターネット・カフェ、iHouseの店内の様子である。店長の話ではコンピューターを扱えなくては就職に確実に不利となることも、IMF体制以後の厳しい経済環境にあった韓国の学生をインターネットの利用に熱心とさせる要因だという。近年急速にインターネットの利用が伸び過ぎたことから回線が逼迫し、自宅のパソコンでは接続に30分以上もかかってしまうことがままあること等もこうした設備の整った場所でのイン

ターネットの利用を支えている面もあるという。

(2) インターネット普及の理由

韓国においてここまでインターネットが浸透している背景にはいくつかの要因が挙げられる。

もともとパソコン通信が盛んであり、いわばインターネット利用の予備軍が育っていた。韓国の学生はインターネットのサーバーだけでなく、パソコン通信のサーバーとも契約していることが多い。パソコン通信のホストの方がコンテンツの整理に長年のノウハウが活かされており、資料検索が行いやすいとの利点があるからである。有力なISP⁵である千里眼やハイテルはパソコン通信のサーバー（事業者）である。

人口の1 / 4が集中する首都ソウルは国際的にも有数の人口過密都市であり、効率的な固定回線通信網の整備に適していた。アパート等の集団住宅が多いため、高速通信網の普及率を上げやすい。近年では新築のアパートやマンションにはこうした回線の付置が当たり前となり、Cyber Apart（サイバーアパート）といった名称で売り出され、人気となっている。

政府系の韓国通信公社による精力的な通信インフラの整備が着実に進められてきていた。また、1991年に完全独占体制が崩れて以降はISP側がより有利な条件を選択できる立場になった。

旧五大財閥体制の元で有力な電子機器のメーカーが成長しており、情報通信技術に関する蓄積があった。

⁵ Internet Service Provider：インターネットへの接続回線の提供者

2 成長の主演、韓国ベンチャー系インターネットビジネス

(1) コスダックのエネルギーと IPO

コンテンツ・プロバイダを始めとしてインターネットビジネスの多くの担い手が米国や日本と同様にベンチャー企業であり、起業家たちはまずはコスダックでの株式公開を目標としている。

コスダックとは韓国の店頭株市場であり、韓国版ナスダックとも言われている。本家のナスダックではマイクロソフトやインテル、デルコンピュータといった花形の IT⁶関連銘柄やバイオ関連銘柄等 5,000 社弱の銘柄を擁し、株式時価総額は 5 兆 US\$ を超え、今やニューヨーク証券取引所に次ぐ株式市場へと育っている。

コスダックも韓国通信フリーテルや韓国通信ハイテル、タウム等の IT 関連銘柄を中心に時価総額、売買代金とも大幅な伸長を見せている。経済危機からの回復を反映した昨年は年初から年末にかけて株式時価総額は 6 倍となる急成長を見せた。今年に入ってから出来高でソウル株式市場を上回る等旺盛な IT 関連の公開意欲を受け、急拡大を見せていたが 4 月の米国の株価修正の動きを受けて現在は調整期にあるといえる。年内に新規公開が見込まれている企業の大部分がインターネットを中心とする IT 関連とも言われている。

個人投資家の参加も意欲的である。それに併せて市場運営側としてもインターネットホームページ上で株取引を可能とするサービスも提供されている。コスダックの株価情報がリアルタイムに提供され、証券会社を通じた実際の売買注文が可能というものである。ネット取引の場合、取引手数料も低く設定されていることから個人投資家を呼び込むことに成功している。

企業の中にはコスダックを飛び越えてナスダックに上場を果たす企業も出てきている。トゥルーネットはナスダックに上場(1999年11月)した最初の韓国企業であり、しかも国内の証券取引所やコスダックにも上場していなかった。IPO⁷の際には 18US\$ の株価が 35US\$ まで上昇し、市場の関心の高さを示した。同社は 1 億 8 千万 US\$ を IPO によって調達したが、1996 年 7 月創業からわずか 3 年での株式公開を果たしたことになる。光ファイバーを用いた高速通信を介したインターネットサービスを提供する。韓国電力等 102 社のコンソーシアムで「いわば国策のベンチャー企業」⁸である。

韓国を代表する経済団体、全国経済人連合会では 2000 年 2 月、こうした動きを受け、国内のベンチャー企業のナスダック上場を支援していく方針を打ち出した。

⁶ Information Technology

⁷ Initial public offering：株式の新規公開募集。多額の事業資金の調達が可能であるとともに通常株式時価の飛躍的な上昇により創業者は莫大なキャピタルゲインを得ることが多い。

⁸ 日経産業新聞 2000 年 1 月 31 日「米ナスダックで株公開 韓国トゥルーネット」

(2) ベンチャービジネスの担い手

有力なインターネット関連のベンチャー企業としては、GOLDBANK、LOCUS（デバイス提供）、UMS（Unified Message System）、Hannmail（Hotmail 事業）、Virtual Tech、Cyber Tech、Hangul&Computer（ワープロ）などが活躍している。とりわけ GOLDBANK は韓国で最初にインターネットビジネスを本格的に立ち上げたベンチャーと認識されている。

IT 関連のベンチャー企業のインキュベーターとして活動している E-Biz Holding の Sa Dong Jung 副社長は、成功するベンチャー起業家はおおむね、技術者出身、マーケティング業界出身、財閥出身に代表されると分析している。GOLDBANK の創業者もマーケティング業界出身である。

このようにベンチャー系の企業が育ってきた背景には、もともと独立心が強い国民性も指摘されている。街中の喫茶店で「金社長」と声をかければ全員が振り返ると言われているほど（ちなみに金姓は人口の 15%）経営者にあこがれる意識が強い。

そこへ 1997 年の経済危機とその後の IMF 体制への移行を通して財閥中心の経済体制を大きく見直さざるをえない中で、日本以上に堅固と言われた年功序列や終身雇用といった経済慣行にもはや期待できなくなってしまったのである。

韓国政府も、それまでの中小企業育成による日本型の産業構造の構築をあきらめ、IT とベンチャー関連へと大きく軸を振った感がある。98 年からこれまで 10 兆ウォン（約 1 兆円）の低利ローンを組んだり、KOSDAQ の支援に注力したり（GOLDBANK は 99 年 1 月に公開）、財閥や個人の投資資金の投入を積極的に推進してきた。特に低利ローンのプログラムはうち 1 億 US\$ を世銀よりバックファイナンスを受けたドル建てローンであり、その後のウォン高で借り入れ企業の金利負担も縮減する効果があった。

また、産業資源部⁹は 2002 年までに電子商取引に関する活性化案「電子商取引活性化を通じた産業競争力向上案」をとりまとめ、自動社、電子、鉄鋼、造船、重工業、繊維、電力、流通、バイオ、等の主要 9 業種に関する電子商取引モデルを開発することを提言した。これによって国内における BtoB タイプの e コマースの伸長が見込まれている。

(3) ベンチャーの今後

これまでのところ、韓国のベンチャービジネスは順調すぎるほどにうまく経過してきたといえよう。通常、創業期にもっとも苦勞するはずの資金調達と人材確保についてはおどろくほど環境に恵まれてきた。江南バレー（韓国版シリコンバレー）のある企業がインターネットで 10 億ウォン（約 1 億円）の投資資金を募ったところなんと 1 分で集まったという。つねに投資先をサーベイ

⁹ 日本の通商産業省に相当

している投資家やファンドがいかに多く、また彼らがおよそ慎重な検討を図ることもなく IT ベンチャーに投資している実態が伺われる。また、ある財閥系企業では毎週のように課長クラスが離職し、インターネットビジネスに関するベンチャーを興しているとの話や SOHO¹⁰が増えすぎてしまったためソウルでは事務机と椅子が逼迫してしまったなどまことしやかに囁かれている。

当然こうした現状に危惧する声もある。まず、優秀な人材があまりにインターネット関連ベンチャーに流れてしまうことによって産業内における人材資源の配分がいびつになってしまうということである。「もともと独立志向が強い国民性だから誰も将来の心配などしていないし、政府の後押しもありしょうがない」(三星経済研究所 李日本室長)といった現状である。政府としても財閥改革の絶好のチャンスとして IT ベンチャーを活用するつもりであり、コストダックの活性化策にも力の入れようがよく現れている。

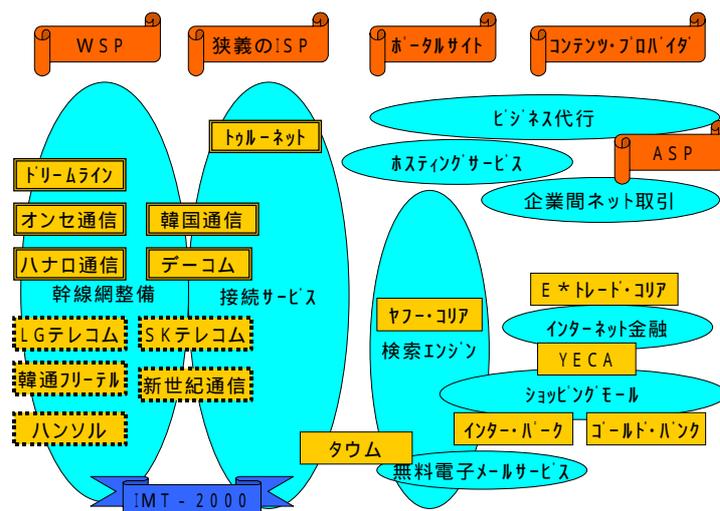
また、インターネットビジネス自体が確立していない中で、来年までには三分の二が淘汰されるか M&A によって消えるのでは、との声もある。多産多死型のプロセスは避けられそうもないのは韓国も例外ではないようである。E-Biz Holding の Sam Hyun Jin 社長は、「このインターネットビジネスの世界では一ヶ月が 1 年に相当します。このスピードの中で常にキャッチアップしていくためにはフラットな経営形態と迅速な経営判断が何よりも不可欠です。」と強調している通り、立ち止まって熟考する余裕を持っては商機を失うとの意識が高いようである。

¹⁰ Small Office Home Office

3 韓国インターネットビジネスの構図

それでは具体的に韓国におけるインターネットビジネスとそのプレーヤーを見ていきたい。図1は韓国の分野ごとの主なプロバイダやコンテンツ¹¹提供業者を表している。

図



[ヒアリング等より政策銀行作成]

■ WSP¹²

コモンキャリア¹³として基幹通信網を整備する WSP には政府系や財閥系の大手のプロバイダが中心である。二重線で示された企業は固定回線の業者で、点線で示された企業は無線通信の企業である。

■ 狭義の ISP

ISP については、もっぱら接続サービスを主業務としている狭義の ISP としている。

■ ポータルサイト

ポータル¹⁴サイトは PC 通信サービスから展開してきた独立系が先導してきたところへ財閥系の参入が激しくなっている。最近の動きとしては検索サ

¹¹ サイト上で具体的な情報やサービスを提供するプロバイダ。元は「内容」の意味。

¹² Wholesale Service Provider：基幹通信網を提供するプロバイダ。

¹³ 電話やデータ通信などの通信サービスを包括的に提供する企業。日本では NTT など。

¹⁴ インターネットの利用者が接続時の初期画面として設定している画面を言う。YAHOO! 等の検索エンジンが多い。もともとは「玄関」の意味。

ービスやショッピングモールといった特定の目的ではなく、あらゆるポータル的なサービスを集約したメガ・ポータルサイトが続々と立ち上がってきていることである。

YECA (エッカ)

Hangul&Computer (ワープロソフト開発)社が中核となり、LG テレコム・ハンファ(韓火)、三星エバーランド(遊園地)、ドリームライン・ビットコンピュータ、ハナ銀行、新韓生命ほか金融からエンターテイメントまで幅広く参画を呼びかけ、今年上期には 200 社を超えるといわれている。

現代U

現代グループが自動車、証券、建設、百貨店など系列 30 社を中核として今年 5 月に立ち上げる予定。

LOTTe.com

ロッテグループがホスト。一日平均 10 万人以上のアクセスを誇っている。

SK グループ

携帯電話の契約数で圧倒的シェアを誇る SK テレコムが中核となり、「SK キャッシュバックサービス」等の付加価値サービスを提供。

〔出所：JETRO ソウルセンター資料より〕

一方で、タウムの例は独立系としてはヤフーに匹敵する利用を経ており、韓国のインターネットビジネスの層の厚さを示している。

■ コンテンツ・プロバイダ

コンテンツ¹⁵・プロバイダも BtoB¹⁶から BtoC までさまざまなサービスを提供する業者がひしめいてきており、まさにインターネットビジネスに関するベンチャー・ラッシュの主戦場となっている。BtoB でもっとも有望と考えられているのはビジネス代行業やホスティングサービス、企業間ネット取引等を扱うもので現在米国で ASP¹⁷と呼ばれ、企業の物流や在庫管理から経理までインターネット上のサイトを通して請け負い、アウトソーシング化を支援するサービスを行う。クライアントとなる企業にとっては、社内 LAN で処理するための大型のサーバーを設置するスペースや維持管理のための技術者の確保が不要となるだけでなく、バックオフィス部門そのものを縮小することができるメリットがある。

¹⁵ 画像、文情報等の内容自体を提供するプロバイダ。

¹⁶ Business to Business：ネット上での企業間の商取引を行う e コマース形態。

¹⁷ Application Service Provider

4 韓国財閥の新たな挑戦

(1) IT に着目する財閥

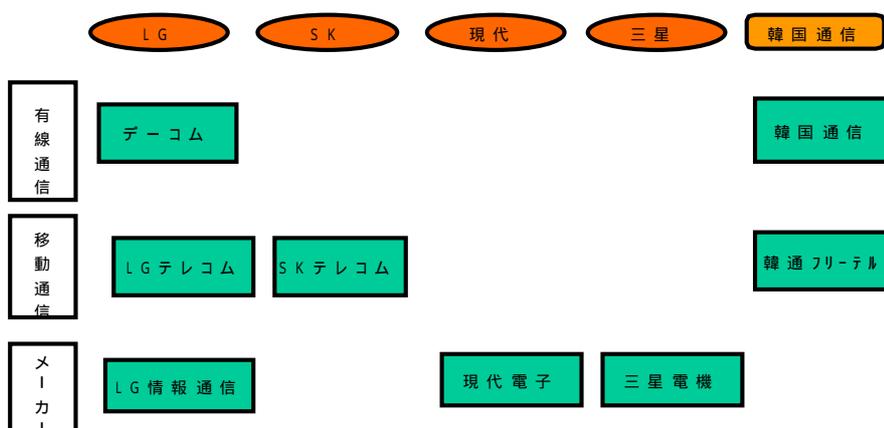
金大中大統領政権はこれまで財閥改革に精力的に取り組んできた。今のところ「経営の透明性については道半ばだが、政府との数値的約束はほとんど守られた」（韓国経済研究院 産業経済室 徐正煥研究委員）と評価される。また、「構造調整」と呼ばれる財務構造の改善や資産の見直しについても大胆に行われてきた。かつて韓国の財閥は競ってコングロマリット化した結果、5000万人に満たない国内市場における重複投資の弊害が指摘されてきた。そのため、「Big Deal」と呼ばれる財閥間の部門ごとの集約化も進められてきている。

こうした動きの中で新たに市場のヘゲモニーを掌握する上で財閥はITに着目している。前述のようにコモンキャリアとして基幹通信網を整備しているのは固定回線、無線を問わず、政府系の韓国通信と財閥系の手プロバイダである。しかしながら、コンテンツの質による競争が激しくなってくると、コモンキャリアとしては単なる導管体として何ら付加価値を提供できない立場に陥る危機感が強い。WSP からコンテンツまでを系列内で提供できる体制を整えるべく取り組みを図っている。

特にオンライン・ショッピングのビジネスの命運を握るポータルサイトにおいては「囲い込み」運動（JETRO ソウルセンター 小林直人 海外投資アドバイザー）とも言うべき動きが見られ、サムスン物産によるサムスンモール財閥系商社を介した積極的な取り組みが見られ、韓国における BtoC の著しい伸長をもたらしている。

(2) 財閥の取り組み

図



[大和総研「成長するアジアの IT インターネット市場と企業動向」、ヒアリング等より政策銀行作成]

図 は韓国四大財閥及び韓国通信についての通信関連の業態を一覧としたものである。固定回線、移動通信、そして関連機器のカテゴリに分けている。現時点においては LG グループがバランスよく展開を図ってきていることが見てとれる。SK グループは移動通信のみであるが、圧倒的に強いSK テレコムを抱えている。現代、三星グループはいまだ通信事業への展開は弱い一方、メーカーとしての実績がある。

しかしながらすでに述べたようなオンライン・ショッピングのポータルサイト運営といったコンテンツビジネスの取り組みに重点が移りつつある。さらに M&A を通じたインターネット関連のベンチャー企業の買収等の手段を通してこれらの財閥が事業展開を図っていくことも大いに考えられる。

各財閥グループごとに概観すると、LG グループでは系列のデーコムがアメリカの通信衛星パンナムサットとの接続を開始する予定である。パンナムサットは 18 の衛星を用いて世界規模での通信サービスを提供しているが、そのうち PAS-2 と呼ばれる太平洋地区をカバーする衛星との接続を行い、アメリカ・韓国間で 45Mbps という超高速通信を可能とするものである。なお、パンナムサット社はさらに 2 つの衛星を打ち上げる予定であり、アジア地区のインターネットを介した利用が爆発的に伸びることを期待している。

さらに LG テレコムは 1996 年 7 月設立後、全土で PCS (Personal Communication Service) を提供しており、世界ではじめて CDMA の量産化を実現している。米国サンディエゴにある R&D 子会社 LG インフォコムが中心に開発を行っている。

SK グループは移動通信業界最大手の SK テレコムを有しており、買収を進めている新世紀通信と合わせれば国内加入者の 7 割を超えるシェアを有している。当面は後述する IMT-2000 の実施業者に選定されることが大前提であろう。

三星グループでは通信体のキャリアとなるよりは、従来より強みのある金融分野においてネット取引を導入していくことに熱心である。サムスン証券ではネット取引の割合がすでに 7 割を超えていると言われ、他の財閥に一線を画す意向である。

もともと重厚長大産業に軸足がある現代グループはインターネットビジネスに関しては他に出遅れた感もあったが、今年 1 月インターネット事業の強化に 480 億ウォンを投入すると発表し、これは他のグループの投資規模を大幅に上回るものであった。

電子商取引のもっとも重要な効果はトランザクション(取引)コストの縮減である。特に BtoB タイプの分野においては著しい効果が期待される。

この 1 月にはサムソン、現代、LG の三大財閥ほか 11 社によるインターネットを通じた電子商取引分野での提携が打ち出された。自動車、石油といった分野から金融まで共同の取引サイトを設け、600 万人の利用を目途として 5 月には営業を開始する見込み。重複する部門同士でつばぜり合いを見せてきた財閥がインターネットを通して提携への道を進むことは、トランザクションコ

ストを低減するネット取引の利点を最大限に活用しようとする取り組みの現れであるとともにこれら韓国の財閥の危機感をも示している。

5 主役となる携帯電話

(1) 移動通信

アジア全般に言えることであるが、携帯電話に代表される移動通信を介したインターネットもしくはネット取引の利用がますます増加すると考えられる。韓国においても大きく三つの要因が挙げられる。

マーケットの需給の問題

固定回線網によるインターネット利用者は 1000 万人に達する一方、携帯電話の保有者も 2600 万人にも上る（2000 年 3 月時点、情報通信部発表）。「もはや飽和状態に近い固定回線網だけでなく、いかにこの 2000 万人を超えるユーザーをインターネットへ引き込むかがこれからのマーケティングのポイント」（国内認知度一位の PC 通信サービス系プロバイダ、ナウヌリ インターネットビジネスグループ Lim 部長）といった状況である。

利用者にとってのコストの問題

新機種の携帯電話は一台 3~4 万円と決して安くはないが、デスクトップ型のコンピューターがソウルの秋葉原にあたる龍山の電気街で最低限のセットでも 10 万円前後かかってしまうのに比べれば圧倒的に廉価である。現状では SK テレコムが 7 割のシェアを占めると言われており一人勝ちの状況である。

IMT-2000 等の新規格による利便性の向上

従来、高速の固定回線に比べて容量の点でかなり劣っていたが、cdmaOne や IMT-2000 を始めとする移動通信向けの新規格の開発によって携帯電話等の移動端末でインターネットやネット取引を利用する際の利便性がより高まることが期待されている。

携帯電話からインターネットに接続する、いわゆる無線ネットサービスの加入者が急増している。これに併せて移動通信のプロバイダはサイトの表示が可能な端末に切り替えを進め、続々と新規サービスを開発する動きがある。SK テレコムは 2 月よりインターネットのサイトの表示を可能とする WAP¹⁸方式へと提供形態を変更した。LG テレコムは国内最大のサイト表示機能を有するイージーウェブサービスを梃子に加入者増を狙っている。

ナウヌリも携帯電話向けインターネット配信のサービスを今年の 3 月からはじめたところで、Mobile Citizen からの造語 Motizen（モチズン）として無料ポータルサイトを提供しており、話題となっている。

¹⁸ Wireless Application Protocol：インターネット上のデータを携帯電話等の移動端末で表示する規格。

(2) IMT-2000¹⁹

移動通信端末を介したインターネット利用の上で注目されている規格が IMT-2000 である。ITU²⁰ が提唱している次世代型移動通信技術。一言で言えば世界共通の周波数を用いることによって一つの携帯端末で世界中どこでも使えるようにするための規格であるが、現在の有線系よりも高速の回線が無線で利用できるインパクトは計り知れない。データ通信速度は現在 PHS の 64kbps が最速 (NTT ドコモの i モードでは 9.6kbps) であるが、これに対し当初で 384kbps²¹、最終的には 2Mbps の実現が見込まれている。現行の PDC 方式に比べて音質が格段に向上する上、高速データ通信が可能となることにより、画像利用端末 (テレビ電話、テレビ会議、ビデオオンデマンド)、データ通信等のマルチメディア通信が可能となる。また、「ソフトハンドオーバー」と呼ばれる方式によって複数の基地局と通信することが可能となり、現在の PHS の難点である高速移動中の通信遮断や音の途切れが発生しにくくなるなど利用上の利点は多い。2001 年の実用化が見込まれている。

韓国では 2008 年には携帯電話利用者の 8 割が IMT-2000 を利用すると見込まれている。

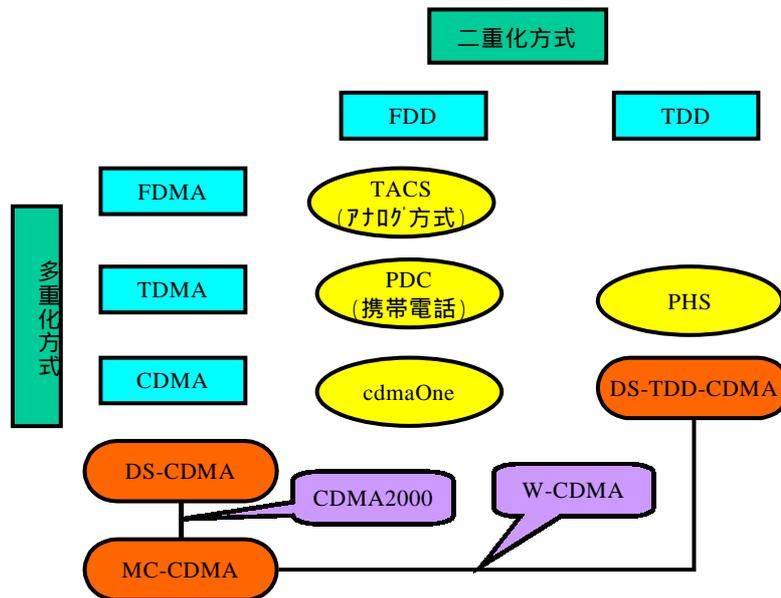
韓国政府は、この IMT-2000 の国内実施業者を 3 社に絞る方針であり、今年末までに発表される予定である。現在、国内の移動通信業者は 4 社であり、この選考から漏れることは事実上の撤退勧告を意味するとあって、選考結果に大変ナーバスになっている。さらには、携帯電話基地局の整備には 1 局につき 1 億円かかると言われており、一般に移動通信事業は技術はもとより資本がものを言う世界ともいわれている。いずれの業者が選定されるにしてもあらたな統合再編劇が起こる可能性も否定できない。

¹⁹ International Mobile Telecommunications-2000

²⁰ 国際電気通信連合：国際連合の下部機関として通信全般にわたる国際規格の勧告等を行う。

²¹ bits per second の略：データの伝送速度を表す単位。384kbps は 1 秒間に 38 万 4 千ビット、2Mbps は 1 秒間に 200 万ビットの送信が可能であることを示す。

(補論) 移動通信の方式 (cdmaOne と W-CDMA)



多重化方式

一定の周波数帯の中で複数のチャンネルを設ける際の方式。

- FDMA (Frequency Division Multiple Access: 周波数分割多元接続)
 - 一つのチャンネルごとに一人を割り当てる方式。
- TDMA (Time Division Multiple Access: 時分割多元接続)
 - 日本のデジタル携帯電話はハーフレート PDC (Personal Digital Cellular)規格で一つのチャンネルにスロットを設け、0.04 秒ごとに 6 人で使用するもの。
- CDMA (Code Division Multiple Access: 符号分割多元接続)
 - チャンネルごとの周波数帯の幅をスペクトル拡散という技術を用いて広くし、TDMA 等と比べて多くの人が使えらるようになっている。

二重化方式

端末と基地局の間での二方向の通信への周波数帯の割当方式。

- FDD (Frequency Division Duplication)
 - 両者間での通信に用いる周波数帯を別に設定。
- TDD (Time Division Duplication)
 - 同じ周波数帯を一定時間ごとに切り替えて使用。

伝送方式については、日・欧が提唱している DS-CDMA と米国が提唱している MC-CDMA とがあるが、NTT ドコモは W-CDMA (広帯域符号分割多重多元接続) と呼ばれる方式を独自に提唱した。昨年 1 月、ITU は無線区間においては世界統一規格に NTT ドコモが提唱する W-CDMA を基本的に採用することで日米欧が合意され、日本国内では NTT ドコモを利用する場合、早ければ 2001 年 3 月から W-CDMA の端末を使用することが可能となる。

また、郵政省の電気通信技術審議会(会長:西沢潤一 岩手県立大学長)は1999年2月27日、将来の市場規模および雇用創出の予測を出し、PHSや従来の形態電話を含む移動通信サービスの需要は2010年度末には8100万の加入が見込まれ、そのうち65%をIMT-2000によるものと試算している。さらに2001~2010年のIMT-2000の市場規模は42.2兆円と巨額の規模が見込まれている。また最大データ伝送速度については西沢会長は高速移動時で144kbps、室内・歩行時で384kbpsを想定と会長は答弁している。

一方で、ITUが指定している周波数帯はすでに米国や南米、東南アジアでは別の用途で使われている。さらには静止時2Mbpsのデータ通信を何に使うのかという点も現在はまだまだ不透明な点も多い。

6 インターネットビジネスにかける韓国

(1) ショッピングモール

米国の調査機関であるネットワーク・ウィザード社はDNS²²(ドメイン・ネーム・システム)への登録ベースでのコンピューター数を継続的に調査している。ドメインとは日本のホームページであれば、アドレスの最後につくjpであり、インターネットの利用者数といったあいまいな定義ではなく、インターネット利用の普及度を見ることができる。これによれば2000年1月時点では韓国のドメイン名krを有するホスト(コンピューター)数は283,459台と26位であった。2年前の1997年1月の調査結果と比べてもホスト数は4倍以上に伸びているものの国際的にも同様の傾向であることから順位はまったく変わっていない。

《2000年1月時点調査》

順位	ドメイン名	ホスト数	内容
1	.com	24,863,331	商用
2	.net	16,853,655	ネットワーク
3	.edu	6,085,137	教育機関
4	.jp	2,636,541	日本
5	.uk	1,901,812	英国
6	.us	1,875,663	米国
7	.mil	1,751,866	米軍
.	.	.	.
17	.tw	597,036	台湾
26	.kr	283,459	韓国
32	.sg	148,249	シンガポール
37	.hk	114,882	香港

この表からはアジアのインターネットは日本を除けばこれから成長を迎える時期であろうことがわかる。

ゴールドマン・サックスの調査(1999年7月)によれば、日本を除くアジアでのインターネットのユーザーは米国の2倍、毎年40%で伸び続け、2003年までには1998年末の1,500万人から6,400万人へと4倍強の規模に、またインターネットを介した商取引、いわゆるeコマースの規模も同様に1998年末の7億US\$から320億US\$へ45倍の規模に伸長すると見込まれている。また、ボストンコンサルティングの調査(2000年2月)では、1999年の日本でのオンラインショッピングの売上高は15億US\$、韓国で7.2億US\$と見積もっている。日本、韓国の昨年のインターネットユーザーをそれぞれ約1,500万人、700万人として、一人当たり1年間にインターネットで行った購入額は

²² Domain Name System : インターネットに接続している端末に割り振られている番号(IPアドレス)を通常私たちが見るアドレスに変換する仕組み

双方とも 100US\$ (約 1 万円) とすでに韓国は日本と並んでいる。

韓国情報通信省の関係機関である Korea Information Culture Center の調べでは、インターネットのショッピングモールを訪れた人の動機は 13% の人が購入を目的としているのに対し、82% の人がちょっとのぞいただけである一方で、利用した人の 51.2% と半数以上が実際に買い物をしている結果となった。

実際にショッピングモールを経営している側の事情はどうであろうか。国内全体での売上は 1999 年で 1,500 億ウォン (約 150 億円) と前年の 500 億ウォン (約 50 億円) から急激な伸びを見せている。しかしながら、モール自体の数も急激に膨らんでおり、現在 81 の大型モールと 740 の専門モールが存在し、いわば乱立気味である。そのため経営状況も一様に芳しいとは言えず、1999 年 6 月の KCCI (韓国商工会議所) の調査では対象となった 500 のサイバーモールのうち 6.4% しか利益を計上できておらず、また売上規模を見ても 63.5% のモールでは月商 500 万ウォン (約 50 万円) を超えておらず、1 億ウォン (約 1,000 万円) を超えているのはわずか 5.9% に過ぎない。ほとんどのモールが赤字経営であるのが実態であろう。

とはいえ、韓国の e コマース市場は確実に拡大していくことは間違いない。大信経済研究所の調べでは 2000 年には韓国の e コマースの規模は 6,300 億ウォン (約 630 億円) へ達すると見ている。最近では 1 兆ウォンとの予測も聞かれてきている。厳しい競争の中で消費者のニーズにマッチしたコンテンツを提供していけるかが決め手となろう。

(2) BtoB の鍵となるビジネスモデルの構築

韓国でインターネットビジネスに関わる人々の話を聞いていると「ビジネスモデル」といった用語がよく出てくる。インターネットというツールを通してショッピングモールから企業間取引のネット化までさまざまなサービス、すなわちインターネットビジネスが生まれてきているが、果たしてそれらが実際にペイするものなのかどうかは未だ判然としない面も多い。彼らは「ビジネスモデル」の確立といった概念を通してインターネットビジネスを軌道に乗せるための成功の方程式を模索しているかのようである。

漢陽大学でマーケティングを教えつつ、E-Biz Holdings の顧問も行っている Kim Yum Sung 教授は下記のようなモデルを用いて韓国のビジネスモデルと起業形態の分析を行っている。

横軸では事業分野として 2 種類、「既存企業 (Traditional)」と「新規に生まれる企業 (Newly-Developed)」に分け、縦軸では事業タイプとして 2 種類、「既存のビジネスモデル (Conventional)」と「新しいビジネスモデル (e コマース)」を定義する。

	既存企業	新規に生まれる企業
新しい ビジネスモデル	オンライン型 + オフライン型のビジネスモデルの提示 ・高い株価を期待 ・スピノワ・分社化して右下へ	ITベンチャー ・高い株価を期待 ・検証が必要なビジネスモデル ・莫大な収益を上げる可能性のある分野
既存の ビジネスモデル	産業基盤に相当 ・検証済みのビジネスモデル ・現状、低株価	伝統的なベンチャー ・株価は未形成 ・企業からのスピノワ・分社化による場合も

[韓国経済新聞 2000年3月30日 Kim Yum Sung 教授寄稿「ベンチャー経営 ~ 『地面に手をつけて泳ぐ』ようなベンチャー」より]

Kim教授は、『インターネットをしようとする企業がすべて利益を出すということではない。準備も不足して基盤もない新規企業が、「何もない土地にヘディング」をすれば、利益ではなく鼻血を出してしまうだけだ。それよりも、オフラインの専門化がインターネットを戦略武器として利用するような新規企業が、「地面に手をつけて泳ぐ(だれにでもできる意)」方法で利益を出すことができる。』と指摘している。さらにインフラ系の企業の株価が低迷していることはいずれインターネットビジネスの成長の足を引っ張る懸念があるとも指摘している。

このモデルが提示していることは、オフラインで成功したビジネスはオンラインでもうまくいく可能性は高いということである。これはアウトソーシング(事業の外注化)に他ならない。Kim教授も「アウトソーシングはビジネスモデルを確立する一つのパターンとなりうる」と指摘している。

今後確立されるビジネスモデルには実体ビジネスの上にコンテンツを乗せることが求められる。言い換えればデータベースの確保とeコマースとの連結によって初めて収益性の高いeコマースビジネスとして成り立つということである。さらにBtoCが伸長するにつれ、セキュリティの確保の問題がより重要となり、セキュリティを扱うこと自体が不可欠なコンテンツとして注目されるのも間違いない。

皮相な見方かもしれないが、「財閥では果たせなかった所有と経営の分離という韓国にとっては新しいビジネスモデルをベンチャービジネスは提言しつつある」(韓国経済研究院 産業経済室 徐正煥研究委員)との指摘にこそITベンチャーの果たす役割は見出せるのかもしれない。

台湾 ~ 世界のパソコン工場とインターネット ~

7 台湾の通信事情

(1) 世界のパソコン工場

台湾といえば「世界のパソコン工場」と呼ばれている通り、一部のコンピューター関連製品の生産に関しては圧倒的な強さを見せている。世界で販売されているパソコンの実に半分が台湾製とも言われている。これはエイサーやMITACといった台湾メーカーによる自社ブランドの製品だけでなく、コンパックやデルといったアジア以外の大手メーカーもOEM²³調達方式によって台湾を生産拠点としているからである。近年はデスクトップ型パソコンが世界的な低価格化競争にさらされる中で台湾側もノートパソコン分野に注力してきている。またパソコン関連製品に至ってはさらに顕著でスキャナー、キーボード、マザーボード、マウス、モニタ等は世界最大の生産供給国である。

このようにIT関連製品の生産では実力を持つ台湾でもインターネットの利用が急速に進みつつある。地元ビジネス誌の調査ではインターネットを日常的に利用している人口は昨年10月時点で291万人を超えたと発表した。総人口2,200万人に対して13%に相当する。シンガポールや韓国や香港には及ばないものの一昨年の調査の221万人より30%以上の高い伸びを示している。

(2) 固定回線の業界事情

固定回線については従来、国営企業である中華電信による一社体制であったが、交通部²⁴電信総局によって中華電信の民営化とともに通信業参入の規制緩和が進められているところである。4つのグループが参入を企図したが、政府による審査の結果、3月19日に3つのグループにNCC²⁵としてのライセンスが供与された(全民電信は計画内容が不明確との理由で認可取得には至らなかった)。

ライセンス交付を受けた固定回線電話事業者

事業者名	企業グループ	主な株主
台湾固網	太平洋電線電纜集団	イー 米 GTE
東森寛頻電信	力霸集団	中央投資 トイ・テレコム
新世紀資通	遠東集団	和信集団、統一集団 アジアメント シンガポール・テレコム

[新聞記事より政策銀行作成]

²³ 委託を受けた相手先ブランドによる生産

²⁴ 郵政省に相当

²⁵ New Common Carrier :

これらはいずれも資本受け入れ等によって電力会社や鉄道、ケーブル TV とつながりが強い点では日本の NCC 創業時とよく似ていると言える。早ければ今年末にはサービス開始が見込まれており、中華電信と合わせた固定通信業者による今後 3 年間の投資額は約 1,000 億台湾元（約 3,500 億円）に達すると見られている。

これらのライセンス事業者は、移動通信やケーブル TV の既存顧客を狙った事業展開を図ることも可能である。台湾固網に出資している米 GTE 社²⁶は台湾大手の携帯電話のプロバイダである台湾大哥大とすでに提携の関係にあり、台湾固網は台湾大哥大の顧客を見込んでの事業展開が見込まれる。東森寛頻電信は東森系ケーブル TV のネットワークの利用を考えており、新世紀資通はもともとサービス業に強みを発揮している遠東集団系ではあるが、和信集団や統一集団とも資本関係を持ち、和信系ケーブル TV や関連するプロバイダとの相互利用が可能である。

なお、台湾ではケーブル TV の普及率が高く、地上波 4 チャンネルに対して 80 ほどのチャンネルを提供している。電話回線に比して高速通信が可能な TV ケーブルをインターネットにおいていかに高度利用するかが台湾のインターネットビジネスの一つの鍵となると言えよう。

(3) 移動通信の業界事情

移動通信の分野についても企業集団を核とした事業展開となっている。固定回線と同様に従来は中華電信一社が独占しており、この頃は申し込みから契約まで 1 年待ちというひどい状況であったが、1997 年の規制緩和を受け、民間事業者が一気に参入した結果、今年 2 月には携帯の契約者が固定回線の契約者数を抜いてしまうほどの成長を見せた。台湾では移動通信事業のライセンスを全国区と地方で分けており、利用者は伸びているもののもともと限られている市場規模の中で厳しい淘汰の結果、全国区で事業を行っているのは国営の中華電信、台湾大哥大、遠電の 3 社のみである。固定回線の中華電信の 1200 万ユーザーが食われて携帯のユーザーとして移っているのが実情である。

PHS については昨年 2 社にライセンスを与えたところだが利用は少なく、韓国と異なり、IMT-2000 等の次世代通信網についてはまだ話題となっていない。

なお、携帯端末は意外に高く標準機種で 1 万台湾元（約 35,000 円）程度、最新の軽量機種では 2~3 万台湾元（約 7~10 万円）程度もする。

²⁶ 世界最大の電気通信会社で電子認証制度等の通信システムの分野でもリーダー格。携帯電話のプロバイダとしての米国内シェアは 1 / 3。

8 台湾インターネットビジネスの動向

(1) Giga Media (ギガメディア) の例

こうした利用者の伸びを背景にネットベンチャーと言われる ISP やポータルサイトの業者が育ってきている。その代表が今年 2 月台湾系企業として初めてナスダックで株式公開を果たした Giga Media である。同社は従来の 56kbps の電話回線に比べて 35 倍の容量を持つ 1.5 メガ bps のケーブルネットワークを用いてビデオ、音楽、絵のマルチメディア情報を Interactivity²⁷豊かに利用できるシステムを構築する。具体的な回線を有しないためコモンキャリアではなく国内に 26 社あるケーブル会社からリースしてくる。

同社は国内最大手のコングロマリットの一つ、和信集団(企業グループ)から派生しており、ナスダック上場に至る資金調達の過程としては 3 つの段階があった。1998 年の設立時はグループからの出資、99 年 11 月にはマイクロソフトからの 10%出資を受け入れ、今年 2 月にはナスダックでの株式公開を果たした。IPO の当日、80US\$の株価は 210US\$まで上がり話題となった。アジアでもブロードバンドのプロバイダとしては韓国のトゥルーネットに続いて二番目の快挙であった。「資金調達に関しては会計事務所のサポートも受け、これまでのところまったく問題なく来ている。」(同社 CFO Yichun Chang 氏)とは正直な見解であろう。

同社としては将来的にはケーブルを介したデータ通信にかかるメンテナンス、エンジニアのトレーニング、IP ネットワーク²⁸の構築などのブロードバンドに関するノウハウを活かし、中国メインランド、香港、シンガポールの中国語圏へ事業を展開する計画である。

ナスダックに一番乗りした Giga Media は大容量回線を用いたマルチメディアサービスの提供を謳っているが、その内容についてはキャッチアップが容易な程度のものであり、とてもナスダックでの株価を反映しているとは言い難いとの指摘もある。一方でやはりこうしたソフトの世界もブランド力が大事であって Giga Media の狙いはこうした観点も強いものと考えられる。

(2) 台湾における e コマースの実態

しかしながら、全般的に見た場合、台湾のインターネットビジネスはインターネットの普及と同様には展開していないとの評価が妥当であろう。

シンガポール駐在員事務所報告 S - 4「アジアにおけるネットビジネス(その 1)」においても『電子商取引の主役は、今後も B2B (= BtoB) が担うものと見られる。』(8 頁)と指摘されているが、残念ながら台湾では BtoB として具体的に動いている話がまだ少ないのが実情である。

台湾における企業間取引のオンライン化は、もともとサプライチェーンマネ

²⁷ 情報伝達の双方向性。聴視者が提供される情報を主体的に切り替えることができること。

²⁸ コンピューターとインターネットを接続する方式の一つ

ジメントの中の EDI²⁹をアップグレードさせたものに過ぎず、生産工場と直結した範囲において活用されてきている。このことはあくまで 1 グループないしは既存の「縦の」取引関係の中でのみ使われることを前提としている点でクローズドもしくはローカルなラインであることを意味している。そのためこれまで印刷物によって行っていた取引や決済を文字通り電子化しただけであった安全認証などもさほど重要視されていない。

台北コンピューター協会で日本とのビジネスマッチングを手がける施文正氏はこうしたビジネスモデルをタイプ としてアプリケーションのアップデートやオンライン上でのアフターサービスといった内容までを手がけるものもあるが、やはり各企業集団を出て取り組む動きはまだ見られず、特定企業に対する特定プログラム(アプリケーション)の開発の段階であると分析する。

さらに、施文正氏はタイプ として ISP から進出してくるものの動きに注目している。企業がインターネットを利用しようとする ISP と契約せざるをえないが、そうしたことで企業と結ばれた ISP が SI³⁰として参入してくるケースがあると指摘している。もともとクローズドな縦のラインの中にはいなかった SI がグループをまたごしたノウハウ提供を行うようになってきており、特にグループにとらわれないという点で中小企業をターゲットとしているというのである。台湾の産業構造における中小企業の層の厚さから意外にこうした分野からビジネスモデルが成長するのかもしれない。

一方で、タイプ ではもともと統一されていない各社の取引関係書類をフォーマット化していく必要がある点で成長性はあるものの時間がかかる可能性もある。この観点からはタイプ は将来性は劣るもののもともと同じ様式を用いていたユーザーからの要望に対してプログラムを開発するという点で開発が容易との利点がある。

²⁹ Electronic Data Interchange : ネットワークを用いた企業間取引・決済の電子化

³⁰ Systems Integrator : 企業内システムの構築や保守、運用などを一括して行う業者

9 台湾の当面のインターネットビジネスの展開

以上見てきた通り、台湾においてインターネットを介したビジネスモデルが構築されるまでにはしばらく時日を要するようである。「品質は国境を凌駕するが、サービスの競争力は地域性への対応が勝負となる」との指摘もある通り、パソコンを始めとするハードの製品はその品質次第で国内のみならず世界市場においても普遍的な競争力を築くことは可能である。台湾ハイテク産業の越し方を見れば容易にうなづけるところであろう。しかしながらサービスは市場のニーズや嗜好に対するきめこまやかな調整が何よりも求められる。インターネットにおいて展開されるであろうインターネットビジネスは台湾が得意としてきた効率性の追求では競争力を持ち得ないのである。

すでにハードウェアの面において圧倒的な強さを見せている台湾としては、自らインターネットビジネスに投じる必要も無い。アジアもしくは世界においてインターネットの利用が増せば増すほどコンピューター需要の増加という形で台湾経済に十分メリットを享受できるからである。ある日系の IT 関連の進出企業からは『全般的に IT 投資へはさほど熱心ではない。』とのぼやきにも似た感想も聞かれた。

しかしながら、台湾経済が頼みとしているものづくりの面においても環境の変化は大きくこれまでと同様の競争力が保証されているわけではない。Built to Order 型の供給システムの構築はその象徴的な対応であろう。BTO とは生産者の工場から倉庫、OEM 先メーカーへの出荷、販売先、その小売店舗、そして購買客の自宅への配送まで製品の所有者が移るたびにすべて伝票上の処理は行われているが、実際にはオンライン化によって倉庫から直接購買客の自宅まで配送する仕組みである。これによって在庫を含めた究極の物流コスト縮減の巧拙がメーカーごとにより顕著になり、優勝劣敗の構図が一層顕著になってきている。台湾の PC 関連メーカーは技術力の向上とともに従来ファウンダリーとして OEM 製品の供給を軸とした安定的な生産体制から自らが最終製品の提供者として踏み出すことによってこうしたシステムの変化へ対応していかなくてはならない。

また、通信政策にも注目していく必要がある。

中華電信の固定回線独占体制は規制緩和によって開放され、大容量ケーブルを活用したインターネットサービスの提供が始まる場所であるが、ケーブルを介した Interactivity に関してモデムの性能規制は存在している。もしもこの規制が見直されると視聴者はテレビ会社と直接ケーブルを通して Interactive にコンタクトすることが可能となる。すなわちインターネット業者のサービスを介さずに見たい画面だけ鑑賞し、料金を払うことが可能となる。日本においてもソニーによるフジテレビへの資本参加が報道された（2000年4月24日日本経済新聞朝刊）通り、インターネットビジネスと放送ビジネスの新たな関係の構築が進みつつあるが、台湾においてはケーブル TV の普及率が高いこともあり、しばらくはケーブル TV 網をベースとしたビジネスモデルの構築が進むものと考えられる。

10 《 主な資料提供元およびインターネット HP 》

卓章 国

主な資料提供元

全国経済人連合会

Korea Economic Research Institute

Samsung Economic Research Institute

JETRO ソウルセンター

N T T コリア

主なインターネット HP

www.ebizHoldings.co.kr (E-Biz Holdings)

www.nownuri.net (ナウヌリ)

www.isc.org/ds/WWW-200001/dist-bynum.html (ドメイン数データ)

<http://asia.internet.com/> (インターネットビジネス関連記事)

www.internetnews.com/intl-news/article/ (同上)

台湾

主な資料提供元

台北市コンピューター商業同業公会

台湾総合研究院

台湾 N T T

主なインターネット HP

www.ippc.com.tw (台北市コンピューター商業同業公会)

www.giga.net.tw (GigaMedia)

共通

大和総研「成長するアジアの I T ・インターネット市場と企業動向」
(2000 年 1 月)

週間エコノミスト 2000 年 4 月 4 日号「 特集 i モード景気」