

情報通信審議会情報通信政策部会ドメイン名政策委員会

さくらインターネット株式会社 代表取締役 社長 田中 邦裕

2013年12月12日

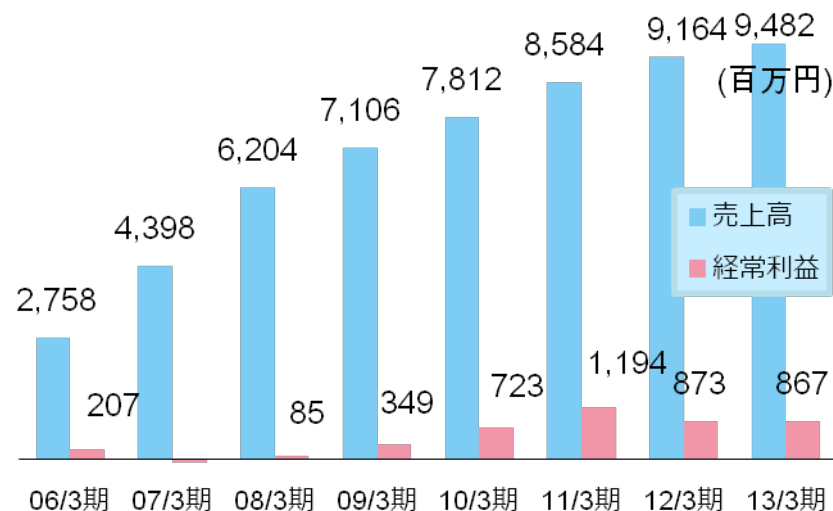
(C)Copyright 1996-2013 SAKURA Internet Inc.

インターネットインフラの提供を事業ドメインとして、
大阪、東京、北海道の3都市に5つのデータセンター(IDC)を展開

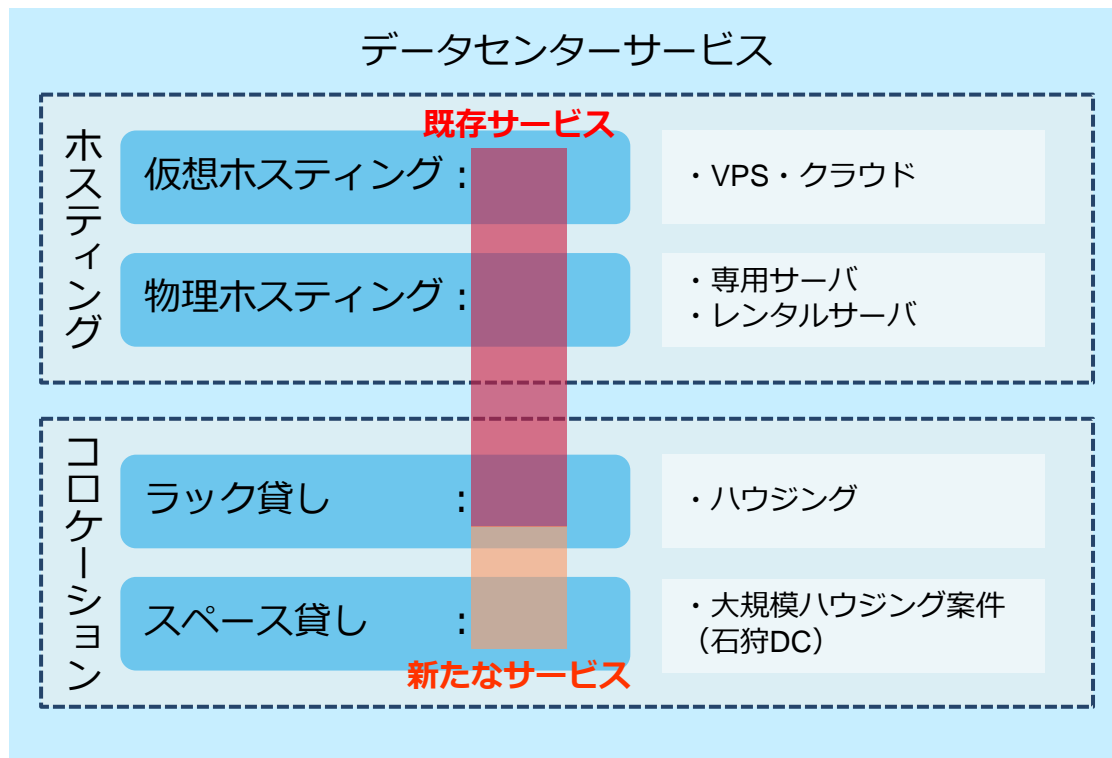
商号	さくらインターネット株式会社
本社所在地	大阪府中央区南本町一丁目8番14号
設立年月日	1999年8月17日 (サービス開始は1996年12月23日)
取締役	代表取締役 社長 田中 邦裕 取締役 副社長 舘野 正明 取締役 川田 正貴 取締役 村上 宗久 取締役 (社外) 野村 昌雄
上場年月日	2005年10月12日 (東証マザーズ)
決算	3月末日
資本金	8億9,530万円
従業員数	228名

(※2013年9月30日現在)

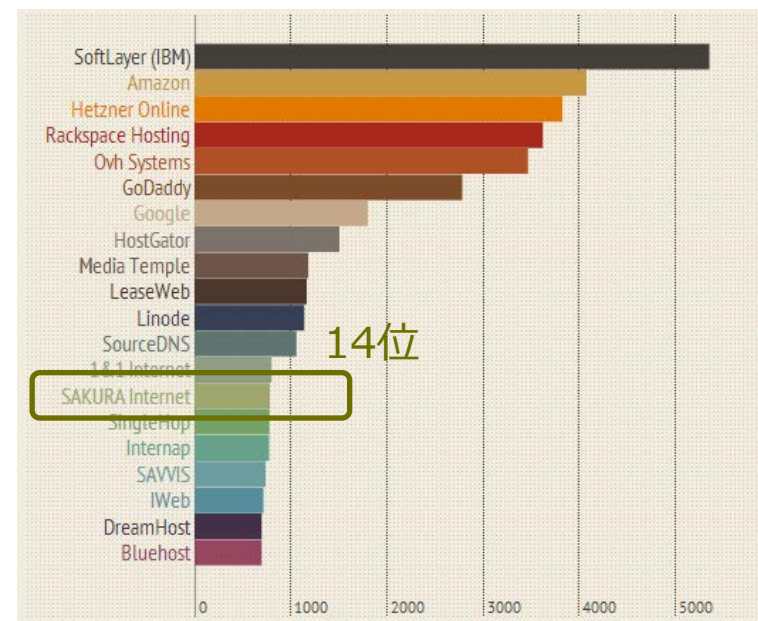
1996年 京都府舞鶴市にて創業
1998年 大阪府中央区へ移転
1999年 株式会社化、東京支社開設
大阪・東京へIDCを新設
2005年 東証マザーズへ上場
2011年 石狩IDCを新設



コロケーションからホスティングまで、データセンター事業を幅広く展開



世界の最もアクセスの多い20万サイトが利用しているホスティングTOP20



<http://venturebeat.com/2013/10/23/where-the-worlds-top-100000-websites-are-hosted-infographic/>



ccTLDは「信頼性」と「透明性」が重要

● 信頼性

.jpドメインは、管理運用体制が整備されていて（海外の様な無法地帯になっていない）かつ安定していて（システム障害がない）非常に信頼性が高い。利用を日本国内のユーザに限定していることも信頼性が高い理由となっている。ただし、管理運営体制の継続性には解決すべき課題もある。

● 透明性

.jpはJPRS社の独占状態にあり、情報開示が十分でない部分も多い。ただし、レジストリ業務は複数社で行えず、独占状態は致し方ない部分もある。

- ドメインは、ドメイン名によって「価値や重要性」が異なる
「go.jp」や「yahoo.co.jp」などのドメインと、個人的なウェブサイトなどのドメインでは、その重要性は大きく異なっている。
- ドメインの「価格」は安いほうが良いが…
ドメインの重要性によって価格と技術的な信頼性のバランスは異なるが、ドメインごとに技術的な信頼性を変化させることはできない。

<ドメインの信頼性>

Q. ドメインの技術的な信頼性とは？

- A. 一意性：複数の人に、重複して登録されないこと
継続性：システム障害等でドメインが止まらないこと

<ドメインの価値（価格）>

- ・ドメインの価値（価格）は、インターネット上でのドメインの重要性に比例
- ・ドメインの価値は、ドメインの登録料や更新料では測れない

※『.jp』ドメインを高いと感じるか、安いと感じるかは、利用者次第となるため価格の付け方や考え方は難しい。

● 「技術的な信頼性」の観点

『.jp』は世界で最も安全なccTLDであり、日本のインターネットに寄与してきた実績は認められる。

● 「価値（価格・ブランド）」の観点

gTLDに比べると登録料・更新料が高額であるが、年額で数千円程度の差であり、絶対的に高いというほどではない。

● 「透明性」の観点

『.jp』ドメインの登録料・更新料等の価格付け方の根拠、また、『.jp』ドメインの管理運営元であるJPRS社の収支等も、不透明な部分が多い。

⇒公共性の高い.jpドメインを管理運用する事業者として、適切な**情報公開**は必要。

● 「継続性」の観点

JPRSは民間企業であり、株主の多くは創設時の個人株主や、ドメインに関する事業をおこなっている民間企業になっている。いまは、東田社長の敏腕により維持されているが、今後の経営をどうするのか、株主構成をどうするのか、JPNICがどのように関与していくのかなど、課題も残されている。

● JPRS社の株主構成

- ・ 41% = 一般企業
- ・ 20% = JPNIC

● JPRS社の主要株主

- ・ 伊藤忠テクノソリューションズ
- ・ インターネットイニシアティブ
- ・ ASJ
- ・ SRA
- ・ エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ
- ・ KDDI
- ・ さくらインターネット
- ・ GMOインターネット
- ・ ソニー
- ・ 第一生命保険
- ・ TIS
- ・ ディーネット
- ・ 一般社団法人日本ネットワークインフォメーションセンター
- ・ 東日本電信電話
- ・ 日立製作所
- ・ ファーストサーバ
- ・ 三菱電機情報ネットワーク
- ・ 日本レジストリサービス持株会
- ・ 役員

● 本当に必要な人であれば.jpも高くないのでは？

ドメイン名を低価格化した場合に、他人が不必要になったドメインを引き継いで、広告の嵐にされてしまう可能性が高まる。（ドロップキャッチング）

● 概要

【gTLDドメインの場合】

ドメインを解約すると多くのウェブサイトでは、更新を停止しても1日に100件程度はアクセスが発生する。そのアクセスは1ヶ月で3,000件となり、クリック率0.1%の場合、年間で36クリックとなる。

1クリックが50円とすると1800円の収入となる。このように、本来の目的とは異なる利用方法により、年間数千万円の利益が出るケースもある。

【.jpドメインの場合】

gTLDドメインと比較すると高額であるため、上記のようなビジネスモデルが成り立たない。

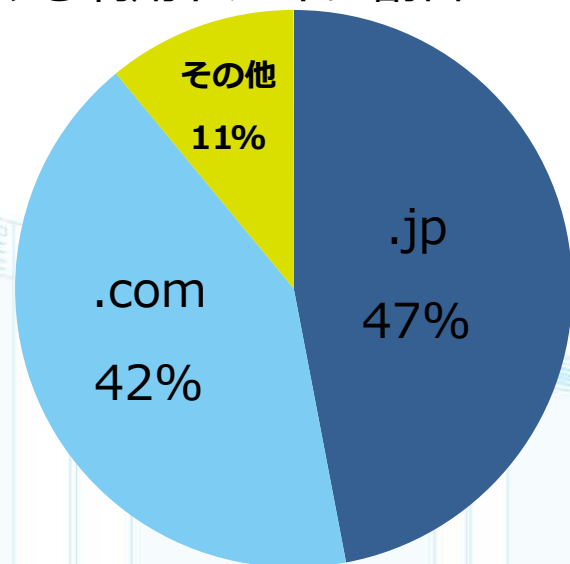
- ドメインは、『.jp』以外にも『.com』など多数の選択肢がある
 - ・ 信頼性よりも料金を重視するのであれば、『.jp』を使用しない選択肢もある。
 - ・ ドメインには選択肢があり、使い分けることができる。

(利用者の選択)

信頼性 > 料金 ⇒ 『.jp』ドメイン

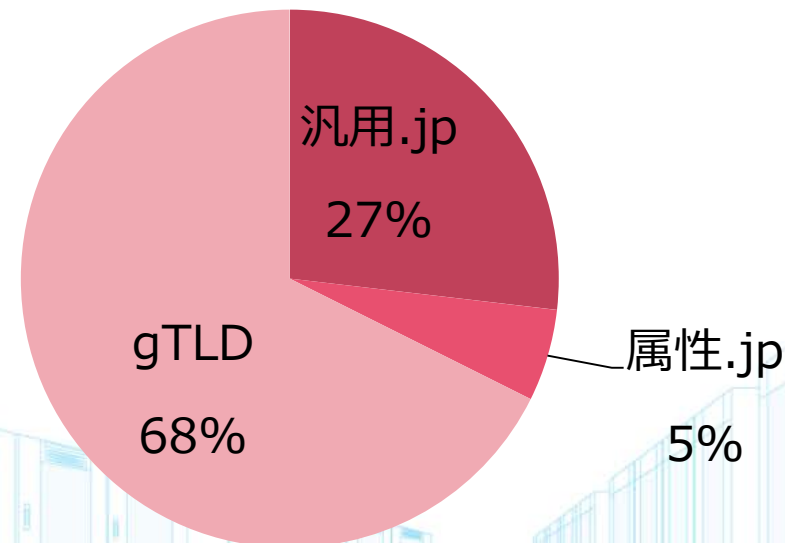
信頼性 < 料金 ⇒ 『.com』ドメイン等

▼日本のアクセス数TOP100 ウェブサイト
における利用ドメイン割合



※引用元
Alexa (<http://www.alexa.com/>)
「Top Sites in Japan The top 500 sites in Japan.」 (アクセス数)

▼「さくらインターネット」のお客様の
利用ドメイン割合

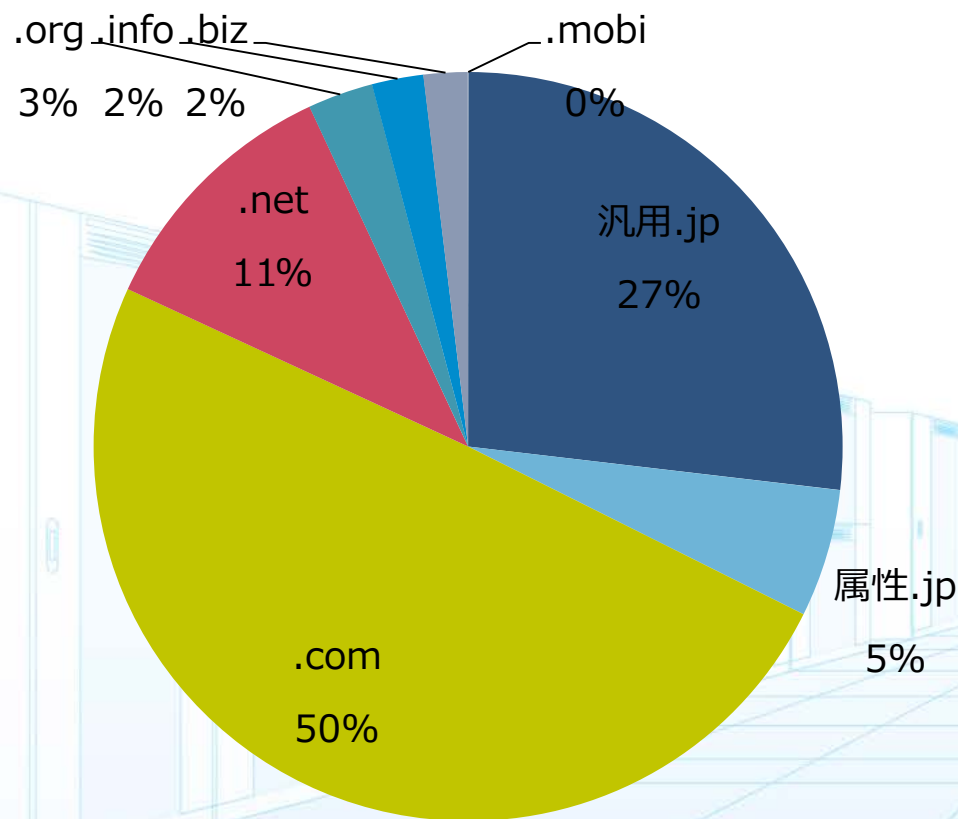


※さくらインターネット調べ

- ・ 当社は個人顧客が多く、.jpを選択するケースが少ない

⇒与えられた選択肢の中で、利用者はドメインを使い分けている

- 「.jp」 「.com」 等のドメイン登録数データ



- 消費者（インターネット利用者）保護の観点から言えば、看板である「ドメイン」を規制しても意味がない。Webサイトの中身の方を規制すべき。

（例）「Webサイト関連の法律」

- ・ 児童ポルノ規制法
児童の一定の姿態をWebサイトに掲載することを規制
- ・ 特定商取引法
Webサイトを用いた通信販売における表示義務・誇大広告の禁止
- ・ 風営法
アダルト画像配信サービスを営業する際の公安委員会への届出義務・公安委員会から交付された届出確認書の事務所に備え付ける義務
- ・ 景品表示法
不当な表示（優良誤認や有利誤認）・過大な景品類の提供（懸賞による景品類の価額の最高額や総額の規制）を禁止

- ccTLD(.jp)の場合

日本のドメインとして、ある程度の政府の関与は必要であるが、現状の JPNIC + 政府 + JPRS という体制でも改善の余地がある

- 地域型の新gTLD(.tokyoなど)の場合

ccTLDと同じく、地方政府のブランドを冠しており、そのブランドの維持や、信頼性の確保、公共性の確保は必要である。

- 一般ブランドの新gTLD(.exampleなど)の場合

ccTLDや地域型の新gTLDと異なり、example.co.jpなど一般のドメインと変わらない要件で構わない。

- 『.jp』ドメインにおいて最も重要なのは「信頼性」である。
.jpドメインは、価格が高いから登録数が少ないという意見もあるが、価格=ドメインの価値ではなく、ドメインの登録数=インターネットの発展でもない。政府として、とりたてて.jpの登録数を増やしたいということでないのであれば、現状では「信頼性」を最重要視すべき。
JPRS社の努力により、.jpドメインは信頼性が高いことは事実だが、透明性の観点から、原価構造や研究開発投資の内容など、さらなる情報開示は必須。
JPNIC+政府+JPRS体制は現状では有効であるが、30年後どうするのか、といった議論は必ず必要。諸先輩方が現役のうちに、解決すべきことである。
- 消費者保護をドメイン名で解決すべきではない
国内でのみ、看板である『.jp』ドメインのみ法規制を行っても効果は薄く、Webサイトの中身の方を個別に議論すべき。 厳しい規制は、むしろインターネットの共通認識である「自由」に反するため、必要のない規制は作るべきではない。
- TLDごとにしっかりと判断する必要がある
ccTLD『.jp』や、『.nippon』等の日本のブランドを冠した公共性の高いいくつかのgTLDについては、ブランドの観点から見ても、信頼性・透明性を高める上で、その管理について、介在の余地はある。