



Upside Japan
THE TECH INSIDER www.upsidejapan.com

！ホーム！UPSIDEについて！UpsideToday米国版！

！コラム！ビジネスモデル！注目の企業！キーパーソン！業界動向！アジア最新ニュース！ITな暮らし！



注目記事

- ・MSNが音楽配信サービスに参入!
- ・ネットのコンテンツで金は取れるのか?
- ・マイクロソフトがトランスメタと提携!
- ・iモードがアメリカにやってくる!

- ・ハイテク株よ、底の底まで落ちてくれ
- ・略語の山に埋もれたB2Bマーケット



デジタル用語辞典:

検索



Upside Japan / コラム

本日の授業、4つの正常化 中村伊知哉@LANTIC【第18回】

2000年5月2日

さて今日は少し時間をいただいて、少し真面目にお話ししましょう。

(1) デジタル株価

幼い頃みていたトムとジェリーだとかポパイだとか、そういう番組が今でも堂々とオンエアされてましてね。アメリカの話です。レツゴー三匹が「アメリカでは」というギャグがましてた頃のアメリカは憧れの的だったのですが、皆さんの世代はもう違うんでしょうね。今朝は「じゃじゃ馬億万長者」という往年の番組をやりました。庭に鉄砲うったら石油でできた成金のお笑いショー。アメリカってもうテレビのコンテンツ作ってないのかなあ。

その成金。IT長者がうようよ増えてますな。アメリカでも日本でも。結構なことですが。世の中を変える3つのEといいまして、Entertainer、Educator、そしてEntrepreneur。芸人は表現のクリエイティブティーターですし、教育者も次世代をクリエイトする。起業家はそれと並ぶ開拓ダマシイというわけですね。

しかし近頃どうも肝心の株価が乱高下して不安です。勝ち組だけでなく、負け組がけっこう多いことが知れ渡ってきましたね。'99年アメリカのIPO企業は1/3が公開価格を割ってるといいます。そうおいしい話ばかりではない。ドットコム系は今年は窮地に追い込まれると私は年頭もうしあげました。それは特にネットのみのリテラーと言いますか、リアルビジネス対応の薄い会社が、リアル系と本格的な競争に見舞われるという意味です。

もっとストレートに、ドットコム企業の株価が大幅に下落すると予測する向きも多かった。いまそれが来ている。堅実な企業は堅実な評価のまま、実態の追いつかない企業の評価が下がった。少なくとも'99年までと異なり、2000年のネットビジネスは本当の実力が問われる真面目な段階に達しました。

デジタル株価の下落は正常化の過程とみてよいでしょう。修正局面です。株式市場は、企業の資金調達に柱ですが、デジタル株高はそのルートが突出しすぎていました。それは実力と株価の格差や、デジタルと非デジタルの格差、ということより、株と他の手段との格差という点での突出です。

だって、汗水たらした見返りで頂く日銭がばかばかしくなるようなスケールのゼニがドーンと株で集まったら、しっかり商売する気が失せますでしょ。トランザクションをなめちゃいかんです。かなりひがみモード入ってますけど。

レツゴー三匹:「レツゴー」ではないのがミソ。メンバーは左からレツゴーじゅん、レツゴー正児、レツゴー長作の3人。「じゅんでーす! 長作でーす! 三波春夫でございます」というツカミで知られるが、おかげで正児はなかなか名前が覚えてもらえなかったという。いま人気のあるお笑いトリオといえばネプチューンだが、ネプチューン主演のビデオ「どつきどつかれ」(98)には正児と長作が出演している。

負け組:英語ではダウンサイド。その反対に、「アップサイド」は勝ち組を意味している。今後も弊誌では、IT業界の勝ち組に焦点を当てていく予定です。

(2) カッコよさ

ひがみ差し引いてもですね、カッコよくみえないんですよ生きざまが。私の周りにも天才ハッカーがゴロゴロいますが、いま優秀なやつほど企業に就職せずに起業するといえます。金太郎アメのようにそう言います。目標は何? IPO。お金持ちになってどうするの? 悠々自適の生活。げーカッコわりー。それってクリエイティブじゃないんだもーん。



デジタルでビジネスモデルや産業構造は破壊され、価格システムや**流通機構**は再編されます。ダイナミックなカッコよさです。これでヒエラルキーが崩れたんです。大企業も官庁も、かつての権威は軒並みぶざまな姿をさらして、無傷の優良企業をさがす方が難しい。トヨタ、ソニー、といったところ？ でもこういう会社ってもともと日本企業とは言えませんね。

ラッキーじゃないですか諸君。タクの息子はケーオーざーますのよ、タクはトーダイざーますの、あータクは都銀にナイターしましたのよ、あータクはオークラショーざーますの、おほほほほほほほほほほーそんなピラミッドゼーんぶ崩れてギャフンざーますわ!

そう、世間様のじっとりした価値観から離れて選択できる自由がようやく手に入った! 実力主義と自己責任とひきかえの自由! ああ愉快。なののでできるやつは全員ベンチャーの道を選ぶ、というもなんだか新しいヒエラルキーの強制ざーますわ。アメリカ有名大学のMBAを取る人が大企業に来てくれず人事部長さんたちが困ってますが、それもいずれ修正されるでしょうね。

でも皆さんにはスマートなネット系のIPO族がいま一番カッコいいいんでしょう。ただね、彼らの成功の多くは地味な地味な努力の結果なんですよ。汗、涙、おじぎ、罵声、寝不足、不安、そういった日々の格闘を正面から受け止めた結果なんですよ。

'60年代は、気迫を前面に出して脂汗で営業する根性の時代でした。'70年代に入って、モレツからビューティフルへとと言われるようになりました。コピー取ることをゼロックス取ると言ってしまう世代ならよく覚えているはず。それがどうも'80年代以降、勘違いが進んでしまったようすな。それまでは気迫の部分はせいぜい隠して振る舞っていたんですが、本当に軽いのがカッコいいと思ったのか、内側の重い気迫をなくしてしまったようなんです。単に軽くふわりと気取っても、闇を持ち合わせていないと、美は続かんです。

スマートにデジタルでIPOの後追いをもくろむ諸君、諸君のこと、たしかに経済再生の原動力として支援した方がいいとは思いますが、でもねえ、私個人としては、反作用で、汗と涙と泥まみれがいまカッコいいと思っちゃうんですよ。応援します、地道でまっとうな日々の仕事!

IPO: Initial Public Offering. ホンの2~3年前まで、“株式公開”を意味するこの言葉を知っているIT業界人がどれくらいいたでしょうか?

流通機構: 誤解している人も多いのだが、“流通”と“物流”はまったく別物。たとえばスーパーや百貨店は流通産業であり、陸海空運が物流産業の代表である。オンライン購買が盛んになれば流通業の代表である卸売業者(ホールセール)は縮小を余儀なくされ、その反面、物流は栄えることになる。大抵の商品は、ネットで送ることができないからだ。

MBA: “マスター・オブ・ビジネス・アドミニストレーション”。日本語では経営学修士。米国は日本以上に学歴社会の面があり、MBAに対して年俸10万ドルを保証するといった企業も少なくない。ちなみに、“マルチメディア・ビジネス・アドバイザー”という資格もあるそうだが、当然ながら米国では全く通用しない。

休憩 デジ経のバカヤロー

君だけに言おう。デジタルで本当の資本主義がやってきたと思うんだ。期待は合理的に形成されるし、競争はとことんまで進むし。それで最近アメリカの経済学者たちとつきあってるんだが、連中おもしろいんだよ。

たとえばな、インターネット上での商品やサービスの価格水準は、リアルなビジネスよりも低めになる傾向があるらしい。それがわかった、って言うんだ。

それからな、インターネット上での価格は商品によって均質化するわけではなくて、同じ商品でもネットでの値段はばらつきが大きいらしい。ブランド力、サービスやウェブデザインなどによって価格も大きく左右されるからだ。それがわかった、って言うんだ。

そういうことを思いつくのは簡単だろ? でもそういう仮説を立ててみて、それを数字や実態で実証して、はじめて科学というか、理論になるわけだ。で、そういう仮説が正しいってことが、いまわかった、いまわかって、それでどうする! どうするっていうんだ! ビジネスはもうとっくに終わってるぞ! 思いついたらもうやっちゃってるのがデジタルのビジネスだぞ! オレが仮説たててるうちにヤツはIPOして悠々自適に暮らしてるぞ!

オレも役人やってるころ、実態のスピードに制度が追いつかないことに悩んでいたんだが、経済学みたいな理論ってやつはもっと処置に困るな。だって、制度の場合、実態に合わない、直せっていうプレッシャーがあらさまにかかってくるけど、理論の場合、合わなくても放ったらかしにされるからな。なくても困らないもん一般に。

マル経が崩れて10年、そしたらデジタル経済が来ちゃって、経済学はずっとずっと危機だ。デジ経のバカヤローってとこかな。

(3) コンテンツ主導

IPOで邸宅たてても隠居するのは難しいらしく、ベンチャーキャピタリストとして後進を育てる人が多いようです。そうしてデジタルの遺伝子が育っていくんですね。かつてはそういう方々はシリコンバレーに集中していましたが、数年前から、サンフランシスコの**マルチメディアガルチ**とか、ニューヨークの**シリコンアレー**といった地帯でも遺伝子がにぎわっています。

シリコンバレーはどちらかというとPCとか半導体とか、いわばハードウェアやツールが主体です。これに対しマルチメディアガルチやシリコンアレーはコンテンツ中心。小さなガレージや部屋で、ウェブのコンテンツを作るベンチャーが集まっているのです。こういう企業群がハードの設計に対する影響力を持っていて、つまりハードからソフトへのパワーシフトが起きているというわけです。これもある種の正常化、とみていいんじゃないでしょうか。技術からアートへの移行、ですから、成熟という方が正確かもしれません。

バレーからアレーへの移行というのは、はっきり言えば、いなかから都会への回帰でもありますな。これら地帯が発達してきた背景としては、デザインやアートの産業が集積していたこと、それを支える**大学**があること、つまり文化の背景があったことが指摘されます。金融産業の後押しや、行政によるバックアップ措置も見逃せません。しかし何より、そういうコンテンツを消化し評価できる消費者層、ユーザー層が厚い町であったことが重要なポイントでしょう。日本でも真似して都市政策を組み上げようとするなら、まずはバックに土壌があることが前提。

ボストン界隈もハーバードやMITをバックにIT系はにぎわってます。ボストンの姉妹都市である京都あたりも有望なITシティーじゃないですか。そういえばなぜ姉妹都市って言うんでしょうかね。姉妹より兄弟の方がしっくりきますけどね。日本を代表する兄弟といえば誰でしょう。夢路いとし喜味こいし。若貴。荻原兄弟。リー兄弟。松沼兄弟。ぴんから兄弟。狩人。兄弟というのはちょっと暗いんでしょうかうーんどうでしょうか。

いやこれは私としたことが脱線してしまいましたが、兄弟というより義兄弟といいますが、義理というやつは大切に、私はいつも蝶ネクタイ姿なのですが、これには訳がありまして、5年ほどまえ役人のころNHKのテレビに呼ばれたとき、派手な姿で願いますというから蝶ネクタイで出たところ、翌日、自民党の副総裁から電話がかかり、上司とともに恐る恐るお伺いしたら、「キミこれからいつも蝶ネクタイでいるように」とだけ言われ、ははー、せめて先生が現役の間は、と仕方なくそうするようにしていたらその後その方は総理大臣となったのであります。

少し前に病に倒れて退陣されたので私はもう蝶ネクタイの義理はなくなったはずですが、なくなったからといって義理を消すのも義理を欠く話でして、どんな相手にカラダを許してもキスだけは断る義理堅さといえますか何といえますか、いやこれはまた脱線でしたな。

マルチメディアガウチ：サンフランシスコのメインストリートとして知られるMarket St.と平行に走る、BryantやTownsentといった通りの周辺についた異名。以前は港に近い倉庫街で環境もよくなかったが、家賃の安い空ビルにスタートアップ間もないIT関連企業が入居するようになり、一大マルチメディア街へと変貌した。ワイヤードやオーガニック・オンラインなどが代表的な企業として知られ、日本関連ではセガ・オブ・アメリカが、'99年にシリコンバレーから移転してきた。

シリコンアレー：alleyは小路や路地といった意味。もっとも、“この道がシリコンアレーだ”という通りがあるわけではなく、ニューヨーク市とその一帯に広がるIT関連企業の総称として使われている。テレビ局や出版社などのメディア関連企業が集まるニューヨークとあって、CG分野に強みを持つ企業などが少なくない。

大学：日本のIT産業競争力を憂う人は、一度米国の大学を見学してほしい。24時間オープン図書館やコンピュータールームは当たり前。教室の机には電源とLANが張り巡らされているのも珍しくない。テキサス州の大学に留学中の某日本人医師は、研究室に2台のNTマシンと1台のPowerMacを所有し、ディスプレイは29インチが2台。彼の大学では、それが標準だそうである。

(4) コンテンツ価格

タダのPCがアメリカで配られるようになって1年あまり。当時はショッキングなビジネスモデルでしたが、すっかり定着した感があります。思えばブラウザもその前からタダでばまかれていましたし、LinuxというタダのOSも勢いをつけました。電話サービスやISPも無料で使えるものがあります。

アメリカのインターネットの普及はもう一段落ついたという見方がある一方、こうした無料サービス群がさらに利用者層を広げるという予測もあります。これらの多くは広告付きのパターンです。消費者から料金を直接とりたてるのではなく、別口の企業スポンサーからの収入で成立させるビジネスですね、資金ルートを変えているわけです。

一方、これまで広告に依存してきた部分、つまりデジタルコンテンツは、広告収入だけでなく、利用者からの料金というルートを広げはじめています。恐らくそれはアメリカよりも、ダイヤルQ2やミニテルに学ぶところ大でしょう。いまは日本のケータイで月々100円とか300円といったぜこを集めている商売が最先端を走っていると思います。

これも正常化の一つです。これまで異常だったのです。デジタルのビジネスは、コンテンツは広告つきでタダでみせて、ツールでかせぐ、という構図でした。高いPC、高いIOS、高いアプリ、高いネットワーク、これ当たり前、という図式。携帯電話というツールの料金がこづかいが吸い上げられていって、CDやマンガというコンテンツへのカネの流れが細っていても、だよね、で済まされていたのです。

でも、コンテンツよりツールの価値が評価されて高いのってへんじゃないかなと思うわけです。絵の具は高いけど描いた絵はタダ。だとするとクリエイティビティは誰にどう発揮する？パトロンにゴマするのが正当なビジネスモデルになるじゃないですか。だめだだめだクリエイティビティに民衆の評価とカネが回るように全体を逆転させないとダメだ。

でもスタート時にデジタルは、絵画の価値を評価するようなビジネスのモデルを採用しなかったんです。コンテンツの中味を評価する努力はあらかじめ放棄されてきた。テレビのような広告モデルを採用したのも、信念があってそうしたわけじゃないと思うんです。

たぶんそれは、CDや本のモデルをそのまま持ち込んだんです。CDとか本とかというのは、印刷代、印税、流通といったコストを積み上げて価格を設定するやり方。コンテンツの中味の価値とは関係なく誰が作者でもどんな作品でもだいたい同じような値段です。ハードの値段なんですよ。それがネット商売になるとコストが積み上がらないからタダになっちゃうんですよ。自分で値段つけられないから広告に頼ってるんですよ。

作品の中味に応じて値づけする、このトライアルはとてクリエイティブですね。デジタル商売の未来は、コンテンツ課金がいいモデルをみつけられるかで決まります。

月々100円とか300円：ネット企業にとって、ユーザーからどうやって代金を徴収するかは大きな悩み。クレジットカード決済やプロバイダー決済が候補だが、今ひとつ決め手に欠ける。そんなネット企業にとって、NTTは最強の集金手段なのである。iモードが成功した理由の一つとして、NTTが日本で最大級の小口集金機関であるという側面を見逃すわけにはいかない。

コスト：アスキーが出版社だから強調するというわけではないが、出版業というのは利幅が少ない商売である。特に雑誌では、売価から得られる収入など微々たるモノ。だからこそ、書籍やCD販売の通販サイトが、流通マージンを大幅に削減できるネット通販の分野で先陣を切ったのである。

中村伊知哉 プロフィール



マサチューセッツ工科大学 客員教授
'61年生、京都市出身。京都大学経済学部卒。

在学中はロックバンド“少年ナイフ”のディレクターで活躍。
'84年、郵政省入省。'93年からパリに駐在し、'95年に帰国後は郵政大臣官房総務課課長補佐を務める。'98年、郵政省を退官し、(株)CSK特別顧問に就任。同年、マサチューセッツ工科大学 客員教授に就任。

著書に『インターネット、自由を我等に』（アスキー出版局）などがある。趣味は、ずばり“メディア”。

ホームページ：<http://www.media.mit.edu/~ichiya/jpn.htm>

(C)Hajime Anzai

▶中村伊知哉@LANTIC【連載リスト】 (<http://www.upsidejapan.com/upside/column...>)

(中村伊知哉)

！ASCII24！ASCII24 Business Center！日刊アスキー Linux！アスキーデジタル用語辞典！
！auto-ASCII24！Shes.net！ASCII Job Serve.！アスキートップ！

！[個人情報の取扱について](#)！[編集部へのコンタクト\(info@upsidejapan.com\)](#)！[広告掲載のご案内](#)！

Copyright (C)1993-2000 Upside Media Inc.

Copyright (C)2000 ASCII Corporation.

All rights reserved.