



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

## どうでもええことですが 中村伊知哉@LANTIC【第19回】

2000年6月6日

### ネット商売は技術でっせ

もしもし。えらいすまへん。テレビ見てました寝ころんで。パソコンは寝ころんで見いひんののに、なんでテレビはそうしてまうんやろ。テレビとはつきあい長いからでっしゃるか。すまへなんだ。ほんでもアメリカの宣伝ゆうたらドットコムばかりでんな。ダブリュダブリュダブリュゆうて。URL覚えさせるんがCMの役割ですわ。テレビはウェブ見せるための手段やったんかい、思いますわ。

テレビとインターネット、同時に見る人が増えてるらしいですな。そういう記事最近ありましたで。ながらテレビいいですか、ながらネットいいですか。こういう人のこと、テレウェーバーズいいまんのか。しかも、ちゅうか、しかし、ちゅうか、パソコンでテレビ見る人は増えてないらしいですな。テレビとパソコンは別のハコのまんま行く気イやるか。寝ころんで見るハコと、座って見るハコ、でっしゃるか。ほなどっちが主役になるんですかな。

知らん会社の宣伝が多いですわ近頃。ドットコムドットコムゆうてますわ。ナンマンガナンマング。そういう会社、ブランド確立すんに忙しいんやろねえ。サイトにおびきよせるんが最大の仕事いう感じになってますな。売上の半分、必死のバッチでテレビの広告費に回す会社あるいいまっせ。

そんなんあきまへんで。続きまへんで。ネット商売は技術でっせ。テクノロジーでっせ。それで商慣習をバーン、いわしたることでっせ。ピカピカの武器でドテッ腹にドーン、でっせ。ちゃいまっか。正味の話。R&Dに投資せんと、マーケティングに力入れた方がもうかる、そんなん長続きしまへんで。それやったら昔からあるブランドさんにやられてしまいまっせ。

CMの役割:米国では'96年ごろから、テレビCMにおけるURLの告知が一般的になってきた。なかでも米GMが発売する電気自動車“EV1”のCMは、象徴的なドットコムCMとして知られている。製品の説明は一切なく、EV1が走ってきた映像のあとに“gm.ev.com”の文字だけが浮かび上がるという代物だった。“詳しいことを知りたい人はウェブサイトへどうぞ”というCMの典型例と言える。

別のハコのまんま:インターネットの普及当初には、「インターネットはテレビの視聴率を下げる」という意見が大勢を占めていた。だが最近では、ネットを見ている間もテレビは付けっ放しになっているという結論に達しつつある。テレビはあくまで“ながら見”を楽しむもので、ネットは情報を収集するためのもの。つまり、テレビを見ながら新聞を読んだりするのと、同じと捉えられているようだ。

サイトにおびきよせる:新興ウェブサイトの事業計画で必ずうたわれる文句が、「1年以内に 万人の会員を集めます」というもの。この数が数万人くらいなら可愛いものだが、100万人とか言われると、かなり肩ツパものになってくる。100万人集めないと成り立たない商売自体、最初から無理があるのではないだろうか？

### 情報集めを代行するサイトが人気

アメリカのCM、わかりやすいですよ。安い、速い、大きい、小さい、そういうのがハッキリしてまんねん。値段と品質でモノ選びますからな。理屈で買います。日本はもっとわけわからんでしょ。カワイーとかカッコイーとかで売れるでしょ。ちょっとぐらい高いもんでも。

そやから日本の宣伝の方がおもしろい。アメリカのは説明くさい。まあしゃあないね。きっちりきっちり説明せんと伝わらん国やからね。契約書でもマニュアルでもいちいちキッチリ説明してありますわabcで。話はしよるとすぐわからんようになるしね。論理的いうより、共通認識が薄い、いうんかな、多様なもんを同居させるコストいうもんでしょうな。そやさかいパソコンみたいにキッチリ言うたらんと動けへんドンくさい機械かて偉そうにしろるわけや。

モノ選ぶときに値段とか機能とか比べますわな。アグレゲイターいいまんのか、いろんなサ



イトの情報集めてきて比べて見せてくれるやつ。この本、アマゾンならナンボでパーンズアンドノープルならナンボで、いうて出してくれる。そういうサイト増えてますな。エアチケットとか、家電とか、**金融商品**とか、いろんなもんあります。アメリカっぽいハッキリさせかた。

eコマースのサイト、無数にあります。それを編集してくれまんねん。そのアグレッゲイターもごつつう増えとる。アグレッゲイターどうしを比べる、いうのもあるらしまっせ。下にも上にもつながってつながって増えて増えてふくらんでふくらんでえらいこってすわ。

情報を集める側と、集められる側、どっちにどう回るか、戦略のたてどころやと思います。まあ集めるゆうたかて、カズノコ買い占めるみたいに囲い込むんとちごて、エージェントが御用聞きして回るわけですさかい、エージェントどうしのだましあいですけど。

R&D: Research and Development. 研究開発費のこと。技術志向の企業ほど、研究開発費は高くなる傾向にある。特にドットコム系の企業では設備投資の比重がさほど高くないので、その分を研究開発費に回すケースが多い。

アグレッゲイター: aggregator. 様々な情報を統合して紹介する雑誌/ウェブサイト/ニュースレターのこと。広義ではポータルサイトもアグレッゲイターに含まれる。代表的なアグレッゲイターとして挙げられるのが、米国の雑誌“コンシューマー・レポート”。自動車や家電製品の比較/試用レポートを掲載しており、米国の消費者に対して大きな影響力を持つ。ちなみに日本の代表的なアグレッゲイターといえば、やはり“暮らしの手帳”だろう。

金融商品: 日本でも、自動車保険などの金融商品を比較検討するアグレッゲイターサイトが増えてきた。これらのサイトでは成功報酬型のビジネスを営んでいるが、前述のコンシューマー・レポートは、広告を一切掲載しないというポリシーを持っている。

## デビットカードは便利? 怖い?

それはそうと、**ナプスター**いいまんのか、MP3のファイル共有してダラダラ取ってくるソフト。そのおかげでウチの近所のCATV、インターネットの交通量だだ増えで、メチャ遅うなって、さっぱワヤですわ。大学でもLANがパンパンになってしても問題になってますわ。

ほんでも、ああいうタイプのコミュニティーは増えますやろ。情報を持ち寄ってできる社会いうか、知恵とか創造力とかが参加要件になるコミュニティーね。分散しとって、コントロールも難しいさかい、力もってくるやろね。

そしたら、自分の情報、どうコントロールするか、大切になりまんなあ。クレジットカードも、アメリカやと月末に銀行から請求がまとめて来て、小切手送って払います。払い込む前にもう一回チェックできまっさかい安心なんやね。これに慣れてまうと、サインしたら自動で引き落とされる日本のやり方はちょっと怖いところあるね。

電話とか電気とかの料金もそうや。使おた量、自分でチェックしてから小切手で払う。基本やね。自動引き落としも便利やけど、電話屋さんや銀行さんが先に話つけて引き落とししてから結果だけ後でこっちに教えてくれる、いう順番はどうもおかしいで。

アメリカでも**デビットカード**ぼちぼち普及してまっけどなあ。スーパーのレジで**現金引き出せる**、いうのはホンマ便利や。ほんでも、買い物した時点で口座から引き落とされるいうのはアメリカ人にはかなり度胸いることやと思うけどなあ。

ナプスター: '99年1月、米ノースイースタン大学の1年生だったショーン・ファニングス(Shawn Fanning)氏が開発した“MP3交換ソフト”。個人のパソコン内に収録されたMP3ファイルを、ネットワークを介して検索し、交換できるという優れたもののソフト。

デビットカード: 米国では“ATMカード”というのが一般的。ATMカードとはキャッシュカードの意味だが、いまやデビットカード機能がついていないキャッシュカードのほうが珍しい。

現金引き出せる: デビットカードで買い物をする、「キャッシュバック?」と訊かれるので、「イエス、20ダラー・プリーズ」と金額を伝えと、レジからお金を出して渡してくれる。それゆえ夜中にお金を引き出したい時には、ATMを探すより深夜営業のスーパーを探したほうが安全だ。

## ホントに速くて安いのはどっちだ?

ほんで、ノロいCATVですけど、これがあんた、昨日セールスマン来りましたんやウチに。ケーブルモデム遅いことないですかあ、いうて。CATV会社の人や思たさかい、遅いの遅ないのいうて、最近もうほとんどつながらへん状態やがな殺生やがなせ二返せやがな文句いうてたら、ほなウチのサービスどうでっか速おまっせ言いまんねん。

おう、ADSLのセールスマンかい!! ADSL売りがオッサン! うれしいやないか! マサチューセッツのADSL売り! ミネソタのたまご売り! 関係ブーか。喜んで話きたらちやいまんねん。ローカルの電話会社やってたんやけど、'96年に**何たら法**いうのできて、CATV始めました、言い

まんねん。光ファイバーひいて、CATVとインターネットと電話と一括セットで安く売ります、言いまんねんで。

CATV会社とADSL電話で銅線の引っ張り合いしとる思てたら、新卒の光ファイバー屋でてきて、えげつない競争でっせ。インフラなんかカワイーもカッコイーもおまへん。速うて安いのがよろし。そうでっしゃろ。アメリカっぽい話でっしゃろ。

何たら法: 一般に“1996 Act”として知られる法律で、'96年に米国連邦通信委員会(FCC)が定めた法律。デジタル時代を迎えて大きく変容する放送業に関する取り決めを、62年ぶりに見直したという代物。詳しくは[こちらのウェブページ](#)を参照されたい。ちなみに正式名称は“Telecommunications Act of 1996”。

## 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...) (<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\(info@upsidejapan.com\)](mailto: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.