

2003年5月号

中村伊知哉所長のどこでも移動所長室

ネネ子 = ネ 所長 = 所

だれにでもチャンスあり

> ネ 初潮。

> 所 所長だっつうに。

> ネ そろそろ新入生も落ち着いてきましたね。

> 所 このあいだ小学生の学習塾の前を通ったら、別の塾のピラを配ってたんだよ。競争激しいなと思ったら、その塾に通うための塾なんだと。

> ネ 子どもの方が大人より戦士っぽかったりして。

> 所 そのピラにな、当塾は東大・早慶を突破した勝ち組が教えてます、って書いてあるんだ。笑っちゃったね。勝ち組だと。人生に勝って勝って、塾に通うための塾だと。

> ネ 何が勝ちなんでしょうかねー。

> 所 近頃わかんなくなったよね。エリート銀行マンになれたと思ったら銀行つぶれちゃったり。官僚もボコボコだし。

> ネ いい学校出て、勝ったと思ったのにねー。

> 所 逆に言えば誰にでもチャンスありってことで、健全になったってことなんじゃないの。

> ネ かつてのネットバブル紳士も元気がない。

> 所 ネットなんて始まったばかりなんだがな。成功した人より失敗した人の方が多いよな。

> ネ うまく行かないのは、ビジネスモデルがダメなんでしょうか。

> 所 ドットコムは広告で稼ぐのが多いんだが、広告は6兆円市場。広告で稼ぐってのは、6兆円のシェアのぶんどり合戦なんだよ。

> ネ プレイヤーが増えると、競争が厳しくなる。

> 所 広告費が増えていくってわけでもないしな。

> ネ でもー、ネットで直接おかね取るのは難しいし。日本人は情報にカネ出さないじゃないですか。

> 所 誰が言ったか知らないが、ウソだねそれは。音楽も映画も新聞も本もゲームも、昔からみんなちゃんとコンテンツにゼニ払ってるぜ。

> ネ ネットだとサイフのヒモが固いっていうのは根拠がない、と。

> 所 パッケージなどの有料エンタテイメントは、広告の市場と同じぐらいのボリュームがある。それがネット伝送にシフトするとすれば、実は市場はでかいんだ。

> ネ 新しくできるマーケットもありそうですし。

> 所 着メロみたいにな。

> ネ そうそう、ケータイだとおかね払うんですよ。

> 所 ケータイ代がこづかいの3割を占めている。

> ネ でもそのせいでCDが売れないとか。

> 所 ところが、実はそこにポイントが隠れている。だって通信はインフラだけで16兆円市場だぜ。エンタテイメントよりでかいんだ。会話とかメールとか、しろうと同士のコミュニケーションにはおかね払うってことだ。

> ネ アマチュアのコンテンツってことですか？

> 所 そう、だれにでもチャンスありってことをビジネスにどうつなげるかだな。