

財団法人ハイレイフ研究所・平成9年度個別研究調査報告書

ネットサイド・エンパイアーズ

インターネット・ビジネスに関する実証的研究

研究代表者 / 奥野卓司
(関西学院大学社会学部教授)

目 次

(1) 研究の趣旨と調査の手法.....	1
(2) 総括と分析.....	5
(3) < 調査報告 > インタビュー調査.....	13

- 01 国立商店 K-Crafts.
- 02 From Kitchen (フロム・ キッチン)
- 03 ザ・ コノサーズ
- 04 お酒の情報館
- 05 Cat Fish Club (キャット・ フィッシュ・ クラブ)
- 06 恵比須丸
- 07 ネットスターショップ
- 08 Fiz's@ (フィズ)
- 09 オフィスM
- 10 ポートネットサービス
- 11 コスモピア&ステップ
- 12 概念デザイン研究所
- 13 青空文庫
- 14 お気楽主婦友の会直営「かさねや」
- 15 インターネットビジネス研究会

研究の趣旨と調査の手法

研究題目

ネットサイド・エンパイアーズ
- - インターネット・ビジネスに関する実証的研究 - -

(1) 研究の趣旨

インターネットの定着にともない、日本でもようやくインターネット・ビジネスが現実化してきた。とくにSOHOとよばれる小規模のベンチャービジネスや家庭内ビジネスが注目されている。

1920年代にアメリカで自動車のハイウェイが出現した時、そのインターセクションの周辺に、高速で走るドライバーを相手にした新ビジネスが誕生し、ロードサイド・エンパイアーズと呼ばれた。その多くは、周辺に住む住民が家庭で作った簡便な食べ物を提供することから始まった。マクドナルド・ハンバーガー、ケンタッキー・フライドチキン、ドミノ・ピザなど、今日では世界的なチェーンに発展したファーストフード産業やドライブイン・シアター、モーター産業などの多くが、こうしたロードサイド・ビジネスから発展していった。

この研究は、そのロードサイド・エンパイアーズの電子ネットワーク版として、サイバー無店舗販売やバーチャルモールなどのインターネット・ビジネスをはじめ、SOHO型ワーキングスタイルのバーチャルカンパニーなど。ネットワークを支え、発展させようとするインターネット周辺企業、つまり「ネットサイド・エンパイアーズ」の実際やこれからの課題を調査しようとした。

SOHOの実態は、本当に儲かっているのか。なぜ彼らはビジネスしたいのか。サイドビジネスか、ベンチャーか、ボランティアか。課金、送金、送品の安全性や確実性などの点で、実際にはどのような問題があるのか。また、各国の文化とのまさはらないのだろうか。それらの諸問題を解決し、確実なビジネスとして、新たな産業分野を構築するには、インターネットをどうしたらよいかなどの産業的・文化的・技術的課題に解答を見つけることが、本研究の主要な目的である。

(2) 調査の手法

調査はオンラインでの参与観察を前提にするが、そのうち特徴のあるものについては、オフラインで、これらのホームページを運営している人々に直接会って、インタビューする。これらからえられた意見を検討し、アメリカなどの先進事例と比較して、本格的なネットサイド・エンパイアーズの業種、業態、方法などを提言したい。

そこでまず、インターネット・ビジネスに関わると思われる事例をオンラインによる予備調査によって検索し、その中から今回の調査に関連が深いと思われる事例に関しては、ホームページをダウンロードした。

それらの予備調査による事例を参照しつつ、その中から代表的と思われる 15 件を選び、そのホームページの制作者、または開設者に直接対面型インタビューを行った。主な質問項目は以下の通り。

質問項目

- 1 / インターネット・ビジネスを始めた経緯
 - ・ インターネット・ビジネスを始めた時期、契機、理由
 - ・ インターネットを選んだ理由
 - ・ インターネット・ビジネスの位置づけ (本業 / 兼業 / 趣味 / 広告など)

- 2 / インターネット・ビジネスの現状と課題
 - ・ 扱っている商品 (サービス、情報) の特徴
 - ・ 経営収支状況の現状
 - ・ さいている時間、労力、資金
 - ・ 顧客 (利用者) の特性
 - ・ 課金、送金、送品の方法と課題
 - ・ 個別対応のメリット / デメリット
 - ・ 予想外のメリット / デメリット
 - ・ 世界発信型ビジネスか地域限定ビジネスか

- 3 / インターネット・ビジネスの今後の展望
 - ・ インターネット・ビジネスのメリット / デメリット
 - ・ 今後の計画
 - ・ 将来のインターネット・ビジネス動向に対する展望

(3) 調査の時期

オンラインによる参与観察・事例収集	平成 9 年 8 月～平成 10 年 2 月
インタビュー	平成 10 年 2 月～3 月

なおこの調査は、多忙な時間をさいて、インタビューに協力し、自らの貴重な体験を語ってくださった対象者の方々の協力なくしては成立しなかったことは言うまでもない。ここに特記して、改めて感謝申し上げたい。

最後に調査を委託された財団法人ハイライフ研究所、また調査の実施と報告書作成を助けて下さった株式会社ミューズの鶴野美代氏とそのスタッフには、ここに記して感謝の意としたい。

平成 10 年 3 月 23 日

関西学院大学社会学部教授
奥野卓司

分析と総括

1. インターネット儲かりまっか？

一時のインターネット・バブルから一転して、最近はむしろ「インターネットは犯罪の巣窟」「インターネットではビジネスできない」といった論調がめだつようになってきた。これらは理由のないことではないし、「インターネットしさえすれば、何でも儲かりまっせ」というゴールドラッシュの熱狂期をどうやら通過したということでは、喜ぶべきこととさえ思う。

だが、インターネットにはまだまだ可能性が残されており、もう見込みがないとあきらめるのは早すぎる。楽天的な人々が信じていたように、カウンターカルチャーの「千年王国」ではないのが明確になっただけで、多元的な社会のひとつとして並べられなくなったわけではない。

ましてや、それはクリフォード・ストール言うところの「からっぽの洞窟」ではないだろう。空ではないからこそ、そこに様々な欲望が侵入し、あらたな「犯罪の巣窟」になっているのだ。その意味では、犯罪にまで拡張する「あやしげなサイト」こそ、インターネット・ビジネスを広げていく最前線と言えるかも知れない。

たしかに、少なくとも日本を代表する新聞社や自動車会社のような大企業のホームページがヒット数が格段に多いというだけで、インターネット・ビジネスの先兵ではないだろう。というのは、それらのウェブが仮に通販を行っていても、それは現実社会の企業活動のまったくの延長でしかない場合がほとんどだからである。その意味で、インターネット・ビジネスは「あやしげなサイト」が先導しているというのはある程度事実だけれども、そう思いこんでしまう前に、今一度ミクロに見れば、もう少し新しい変化も見えてくるはずだ。

たとえば私は、自分のこれまでのインターネットでの体験から、なんとなく家庭のなかでのビジネスが多いのではないかという予感がしていた。つまり、完全な企業（法人）による発信よりも、個人が家庭内からインターネットを介して、ネットワーク上に店を出しているようなものや、家庭にしながらインターネットを使って仲間と一緒に仕事するといった形が多いような気がしていたのだ。だとすると、これは単純に「売り上げ額-仕入れ額」が「儲け」とは言えないビジネスのように思える。つまり、純粋な「利潤追求の営業」ではなく、ボランティアや趣味と市場原理が融合した、互酬制的な産業の予兆があるように思えた。

だからこそ、不況であれ、未成熟であれ、こうしたビジネスは続くのではないか。インターネット・バブルが崩壊して、インターネットが簡単には「儲からない」市場だとわかったとたん（そんなことは十分予測されたはずだが、金銭に目がくらんでいたのだろう）、インターネット

の社会から逃げ出していった多くのケースは、日本でも米国でも、中規模の企業で個人ではない。家庭から始めた起業なら、思っていたように金銭的な利益は上がらなくとも、インターネットから別の利益や楽しみがえられれば続けていけるし、実際多くのケースでは収支とんとなればよいという状態で続いている。

だが、まったくの「趣味」「道楽」で終わるかということ、決してそうではない。それらのほとんどは「娯楽」の域を最後まででなくとも、なかにはすでにインターネット上だからこそ可能な新しいビジネスに成長していきつつあるものもある。そして、情報インフラが高度化し、家庭への電子メディアの普及が進んでくれば、そのようなビジネスが多数派になって、ある時突然、既存の産業構造を変えてしまうようなことになるかも知れない。インターネット・ビジネスは、新たな交換・消費市場を構築する可能性すらある。

そこで、その段階まで成長するためには、今のインターネット・ビジネスは、これからどうあるべきなのかを考えていきたい。その前提として、まず、現実のWWWで、どのようなビジネスが繰り広げられているのか、その実際の姿を調査する。

2. 予備調査による分類

インターネット上に存在する各種の検索エンジンや、バーチャルモール、ホームページからのリンクを使って、インターネット・ビジネスに関わると思われる国内外のウェブサイトを次々に検索した。その中から今回の調査に関連が深いと思われる事例に関して、そのホームページをダウンロードした。その収集件数は100件近くになったが、おおまかな分類をすると、以下のような傾向が見られた。

予備調査事例

- バーチャル・モール
- バーチャル書店
- オンライン図書館、デジタル・テキストの出版
- オンライン・オークション――美術品、中古車などの高額品
- 広告+情報提供型販売代行――地酒、海外の医薬品など
- 地方では買いにくい電子商品――秋葉原にしかないパソコン、周辺装置など
- こっそり買いたい商品――コスプレ商品、アダルトものなど
- ポルノ画像――写真、ビデオ、リアルタイム（覗き部屋）など
- 紹介サービス――マッチメーカー、交際仲介など

- ローカル色の強い食品――各地のうどん、和菓子、地場の新鮮魚介類など
- 個別対応でしかできない商品――アトピーの治療薬、エイズの検査薬など
- 個人輸入センター――完全カタログ販売
- インターネット・メディア――リアル・オーディオ（ラジオ）、リアル・ビデオ（テレビ）など
- バーチャル・ユニバーシティ――通信教育
- バーチャル寺院、バーチャル神社、サイバー・ストーン（バーチャル墓）
- バーチャル旅行代理店――特色ある個別対応の旅、海外ホテルの予約
- 検索サービス（価値観の入った個人的検索、フリーソフトのURL検索）
- ウェブ型アウトソーシング――インターネット・ビジネスのサポート
- SOHO型ビジネス――在宅ワーカーのネットワーキング、家庭の会社化
- ソフトウェアの販売――シェアソフト、有料プログラムなど

以上の予備調査による事例から、そのコンテンツを比較・検討しながら、その中から特徴的と思われる15件を有為抽出し、そのホームページの制作者、または開設者、主宰者に直接対面でのインタビューを行った。それらをまとめたものが、以下の調査結果に示されている。

3. 総括

今回の調査から、インターネット・ビジネスの特徴が、以下のように見通せるようになってきていることが分かった。

- (1) 匿名でない個人による対個人に徹したビジネスが必要であること
- (2) 反面、消費者の「匿名性」は守られる必要があること（インターネットでは、「顔の見えない」特性が購買動機になることが多い。たとえば女性下着、アダルト関連商品など）
- (3) 販売がそのままマーケティング調査になること
- (4) グローバルな市場を相手に徹底的にローカルにこだわること
- (5) 一定地域の100万人を相手にしたビジネスでなく、一地点に一人を地球（または全国）規模で集めた「片寄った趣味」を対象とすること
- (6) コンテンツを工夫し、単に広告や通販にしないこと（くじ付きやゲーム付き程度でも可）
- (7) 今のところコンピュータ関連商品に、成功例が多い。これは、インターネット上に、純粋な「消費者」が非常に少ないことのため

らわれであろう

(8) 上記の理由を逆手に取った「商法」も多い(地方発信、個人発信を東京や大阪の企業が装って行う事例など)

以上が今回の調査を通じて見えてきたおおまかな傾向である。だが、実際は「どういうことをしたらインターネットの特徴を生かし切れるか」と、いまだに試行錯誤にあるサイトが多いようだ。まだ、少なくとも今回調査した事例は、ほとんどが「インターネットでなければ」と思わせるほどには成長していなかった。

4. 課金と安全性

インターネット・ビジネスが一定の成長の限界を打ち破ることができない問題のひとつは、ネットワーク上の支払システムが確立していない点である。このため、通常のカード決済をしているところすら、これらの小規模の事例ではまだほとんどなく、安全性の問題を議論する以前の段階であることがわかる。現状ではその多くが代金引換方式をとっており、安全ではあるが、そうであるかぎりこの種のビジネスが通販の域を出られないことはいうまでもない。

また、課金そのものに対する問い直しを行っている例もあった。たとえば著作権の期限の切れた書物は広く公開されるべきなのに、現状では書店で購買せざるをえない。そこで「青空文庫」のように、これを逆手にとって、著作権の意味を問うという「二枚腰」の立場をとるサイトもあった。

だから、セキュリティや安全性の問題はむしろ今出てきたと言ってよい。これを解決するといわれる電子マネーも、ビザとマスターカードがそれぞれ有利な展開をねらいあってかえって進んでいない。特に日本の場合、独自の支払慣習を電子マネーにどう取り込んでいくのか、課題が多い。

暗号化の可能性も難問が山積している。たとえばまったく解けない暗号をつくることは、そもそもそれを解くことで暗号が使用可能なのだから考え方自体に矛盾がある。仮にどんなに解くのに年月のかかる暗号をつくってみたところで、それがインターネット上では、自宅の一台のコンピュータからネット上の無数のコンピュータを使って犯罪者にほんの短時間で解かれてしまうことは、これまでの暗号の運命を見ても明らかだ。とすると、伝達相手以外の者が解いた場合はその情報がすでに崩れているという量子力学レベルの暗号が開発されないかぎり、この方向

での安全性の問題は決して解決されないのではないだろうか。

そして、このことはインターネット上の市場が、「課金」と「安全」、言い替えれば「信用」という近代経済の原則をそのまま延長していたのでは、たぶんこれ以上発展する見込みがないことを暗示しているのではないだろうか。つまり、「信用」ではなく、ネット内を疑似共同体とする成員の「信頼」によって「互酬性的な市場」が形成されない限り、インターネット・ビジネスの未来はないと言えるだろう。そして、その可能性はまったくないかといえ、たとえば先に挙げた「青空文庫」のような形で、また今回、あえて調査対象にするのを避けた一連の「シェアソフト」のような形で、ネットワークの間では無意識のうちにも始まっている。ただ、それが「モノ」ではなく、純粋に「情報商品（従来は情報サービスとっていた）」領域に限られているのが現状ではあるけれども。

5. 消費者から交換者へ

もうひとつの課題は決定的なことだが、インターネットには純粋な「消費者」がないことである。その証拠に、今のところ、成功しているインターネット・ビジネスは、今回の調査で言えば、パソコン用ケースを販売している「国立商店」のようなパソコン関連商品の通販と（米国のアマゾン書店に代表される）書店である。このことは、インターネットにおける消費者が今のところはパソコンマニアと研究者でしかないことを、皮肉にも物語っている。

そうであれば、たしかに地方では買いにくい周辺装置や書籍が、中間業者の流通経費を飛ばして入手できるインターネットの市場は、生産者、消費者双方にとって、非常に有益なものに違いない。だが、このままでは、市場は、決して現実の社会のそれのように広がっていかないだろう。

インターネットの市場で、パソコンの関連商品や書籍以外のモノが十分に交換・消費されるようになるには、何よりも消費者がインターネットの市場に入ってくる必要がある。そして、その人々がむしろ「純粋な消費者」としてではなく、お互いの「交換者」として、この新しい市場に参画することが必要だろう。それは、A. トフラーのいうプロシューマーに近い存在ではあるが、お互いの関係が「信用」ではなく、「信頼」にもとづいている点では、いわゆる「生活者」とは概念としてまったく異なった人々であろう。この意味で、彼らを「交換者」と呼んでおきたい。

6. ネットを前提にした法整備

もうひとつ、インターネット・ビジネスが「危うい」のは、あるいは「危うくみえる」のは、それが既存の法体系との境界で成立しているからだ。

たとえば、本調査における「お酒の情報館」は、本来は酒類の販売をめざすべきだが、酒税法上、無免許で酒を販売することは禁じられているので、「インターネット広告」の体裁をとって、複数の酒造元からの情報提供にとどめている。また、しばしば家庭の主婦が、自分のホームページで、子どもによく効いたというアトピーを治療する薬草などを、送料をとって提供していることがある。これなどは、本人は善意のつもりでも、相手が不特定多数になれば、薬事法違反に問われる恐れがある。また、ホームページの表現や意匠、ソフトウェアの提供で、著作権を厳密に適応すれば、問題があるものも少なくない。

だが、これもよく考えれば、むしろ現行の法律の方が、不必要な規制、規制のための規制を行っている場合が多く、ましてやそれをネットにそのまま適応しようという方に問題があるとも言えよう。とすれば、インターネットの普及を前提として、またそこでのビジネスの成長をうながす形で、新たにインターネット上の法体系を構築し直す必要があるのではなかろうか。インターネットを通じてオークションを行う「ザ・コノサーズ」や、著作権の切れた書物のデジタル・テキスト化をめざす「青空文庫」など、インタビューのなかでもこの点を指摘する声があった。

7. 家庭の会社化へ

一方、電子マネーでは小額決済が可能、小さな装置でも大企業と同等ということなど、インターネット・ビジネスがS O H Oに有利なことも見えてきた。この意味で、トフラーが予言したような「在宅勤務」は、少なくとも日本では成立しなかったが、家庭の会社化という形でS O H Oが成立しつつあることは、今回の調査から実感できた。そして、その主役は、少なくとも日本においては血気盛んな起業家ではなく、従来の産業社会から排除されてきた若者や主婦であり、インターネットは、彼らに楽しく働ける新たな場を提示していると言えるだろう。

だとすれば、少なくとも今のところは、インターネット・ビジネスは、多額の利益追及の場というよりも、彼らの自己実現のための場、つまり「第三の社会」のひとつなのではなかろうか。（「第三の社会」については、財団法人ハイライフ研究所・平成8年度研究調査報告書「移動型

マルチメディアに関する研究」参照)そして、このことは、かりに近未来にインターネット・ビジネスが世界市場に発展しても、その時代には、仕事のなかに「自己実現」の要素が深く入り込んでいるだろうことを予兆している。つまり「遊び」こそが「仕事」である時代が、人類史上、ふたたび訪れようとしているのである。

いずれにせよ数年後には、インターネット・ビジネスの戦略的研究が企業や大学で進み、インターネットは「よく研究されたマーケット」へと変遷していくだろう。これにより家庭の高齢者や主婦が参入できる間口は広がってくる。だが、このようなビジネスの定型化と同時に、あつと言わせるようなアイデアに富んだビジネスが、日本の家庭や個人から出てくることを期待したい。

また、今日でも、これらのスモール・ビジネスを、従来の産業分類でない方法で分類する必要がある、それらの従来にない産業群が現実に浮上したとき、インターネットは誰にも無視できない地球規模の交換市場になるだろう。

< 調査報告 > インタビュー調査

- 01 国立商店 K-Crafts .
- 02 From Kitchen (フロム・キッチン)
- 03 ザ・コノサーズ
- 04 お酒の情報館
- 05 Cat Fish Club (キャット・フィッシュ・クラブ)
- 06 恵比須丸
- 07 ネットスターショップ
- 08 Fizz@ (フィズ)
- 09 オフィスM
- 10 ポートネットサービス
- 11 コスモピア&ステップ
- 12 概念デザイン研究所
- 13 青空文庫
- 14 お気楽主婦友の会直営「かさねや」
- 15 インターネットビジネス研究会

対象者の了解を得て、該当ホームページのトップページのみ掲載させていただいています。

インターネット・ビジネスについてのインタビュー概要

01 国立商店

通販 / こだわり系

- ・オーダー革製品専門のショップ兼工房。主要アイテムは、オリジナルの革トランク、ノートパソコン用ケース及びデイバッグ
- ・27歳独身男性が共同経営者の職人と完全な分業スタイルで運営
- ・インターネット対店の売上比は8：2に達し、365日無休で対応している状態
- ・将来は、革関係の職人のネットワーク・サイトを作り、国立商店のホームページとリンクするのが夢

02 フロムキッチン / 20代後半の若者数名で運営

通販 / こっそり系

- ・バーニー、ナース、メイドなど、ちょっとときどきコスプレショップ
- ・20代後半の若者数名がサイドビジネスとして運営。ドレスはオリジナルデザインでインターネットを通じてのみの販売
- ・「なんとなく流れて」始め、「楽しんでいる」だけ、特に今後の展望もなし

03 ザ・コノサーズ

通販 / オークション

- ・東京都公安委員会公認の美術商。ショップは東京・目黒区に1990年オープン
- ・ショップの経営者がインターネットを通じての美術品のオークションを提案。コンピュータ部品などオークションとは名ばかりの市場で新たな手法を確立、現在は美術品オークションのスタンダードとなっている
- ・一定期間を設けたバーチャル・オークションによる落札者には銀行振込確認の後、落札品を発送する仕組。手数料は3%
- ・まだ売上は少ないが、今後の新しいオークションの仕組として定着することを期待している

04 お酒の情報館

通販 / 広告提供

- ・全国でも知名度の高い地酒を取り扱う7酒販店がクライアントのショッピング情報のホームページで、蔵元と酒マガジンが協賛してPRに使っている
- ・注文は多いときは1日130~150件。酒の販売は酒販店が行い、(有)クリアがホームページの制作、消費者からのクレーム処理なども含め、運営・管理をしている。
- ・今後は新しいクライアントをどんどん獲得していくよりも、いまの「お酒の情報館」をカテゴリーの中でトップにしていくことに力を注ぐのが当面の目標

05. キャット・フィッシュ・クラブ

通販 / カタログ販売

- ・千葉の南行徳で2年前から営業するインターネット通販専門ショップ。店にはカタログのみ。大半はアメリカで、その他イギリスなど
- ・注文は30代女性からの下着が多く、月1回アメリカに大量注文する
- ・将来は自然環境の良い東京の郊外に移転し、インターネット中心のビジネスをさらに拡大して展開したいと願っている

06 恵比須丸

通販 / 地方発信

- ・徳島県小松島市の漁港近くで、日和佐恵比須丸水産を経営
- ・身内が漁師をしている日和佐から、とれたてのあさび、さざえ、伊勢海老など新鮮な魚介類を安く売ること知られる
- ・斎徳が運営するネットスターショップ(事例07)を構成する店舗の一つ。インターネットによる注文は斎徳が管理し、ファックスで発注している
- ・年末などには月350件近い注文があり、宅配便で注文の翌日には生きた魚介類が届く
- ・将来は、日和佐の海のそばでインターネットによる注文だけを受けてのんびり生活するのが夢

07 ネットスターショップ

通販 / 地方発信

- ・徳島の老舗の食品卸会社斎徳が運営する四国初のバーチャルモール。恵美須丸(事例06)など12件で構成
- ・実質上の運営管理は、東京でのサラリーマン生活を経て、家業を継いだ30代の副社長が担い、すべてのホームページの開設から更新まで一手に引き受けている
- ・注文から決済はそれぞれの店舗が独自に行う方式
- ・老舗が運営する四国初のバーチャルモールとして話題を呼び、現在は斎徳は代名詞的存在となっている
- ・インターネットによる売上はまだ少ないが、今後のショッピングの柱として期待している

08. Fize@ (フィズ)

業態開発 / ウェブ・サポート

- ・インターネット・ビジネスのサポートを目的として、30代、20代の男性4人で97年4月に会社設立
- ・手作り讃岐うどん製作・販売の郷屋敷のインターネット販売部門をアウトソーシングで引き受ける。その他スモールベンチャーなど何件かの得意先をもつ
- ・インターネット・ビジネスの普及につれ、ウェブ関連のアウトソーシング・マーケティングが拡大することを期待している

09 オフィスM

女性 / S O H O / ジョブ提供

- ・現在 31 歳の独身女性 20 代後半で起業した有限会社。女性中心の在宅ワーカー1100 人を抱えるバーチャル・カンパニーで、アクティブに活動する在宅ワーカーは 50 ~ 200 人
- ・主要な仕事はデータベース入力、名刺制作などで、インターネットを通じて発注から受注、納品まで行う
- ・在宅ワーカーの交流や組織化には関心がなく、ほぼ完全なバーチャル方式を貫いている

10 ポートネットサービス

S O H O / 主婦 / サービス提供

- ・野田市在住の主婦が展開する S O H O 型ビジネス。夫はサラリーマン。もともと夫が個人利用のため導入したインターネットの開設資金回収のため、個人ビジネスとしてサービスを開始。その後、有限会社設立
- ・中古コンピュータの販売、秋葉原買い物代行サービスなどを手がけるが、現在の主要な業務はレンタルサーバーの提供。現在自宅で 9 台のコンピュータを管理し、主婦のサイドビジネスではなく、平日はフルタイムに近い仕事ぶり
- ・近い将来パソコンを使いこなせない人のために「トラブル 110 番」を開設したいと願っている

11 コスモピア & ステップ

- ・コスモピアは 83 年に、コンピュータ関連の仕事をするを目的に女性だけで設立。学生起業の事例としても話題になる。ステップは 86 年、科学的知識の豊富な人材養成と派遣を目的に設立
- ・インターネットへの参入は比較的新しく、まだ 1 年足らず。コンテンツの制作・更新、パソコン教室でのインターネット指導などの他、インターネットによる人材募集、在宅ワーカー活用なども行っている
- ・今後は、在宅ワークというより、ビジネス機会の拡張として、主婦に限らず、高齢者、障害者にも対象を広げていく予定

12 概念デザイン研究所

S O H O / 知的生産

- ・2 年前 45 歳のとき大手自動車会社を退職し、概念デザイン研究所設立。藤沢のリゾートオフィスが自宅兼仕事場
- ・業務は、経営コンサルティング、商品コンセプト、企業戦略立案、コンテンツ制作など多岐にわたる
- ・インターネットはビジネスとしてではなく、プレゼンテーション、ワーキングなどビジネス・ツールとして活用
- ・今後、概念デザインのニーズは高まるが、大企業内 S O H O 化や起業化のトレンドに対

抗するためにも、仕事の実績を蓄積することが課題としている

13 青空文庫

ボランティアワーク / 知的資産の共有

- ・すでに著作権の切れた著者の作品を広く人々の共有財産とすることを目的に電子的にテキストに変換することを提案。また新しい作品でも「対価を求めず広く読まれる」ことを願う作品の登録も呼びかけている
- ・これらの作品群を総称して「青空文庫」と呼んでおり、7人の発起人は絵本作家、ジャーナリスト、フリー編集者などで、それぞれ電子ネット上で活躍し、出会ったケースが多い
- ・反応は大きく、ボランティアで入力作業を行う人も徐々に増えている
- ・現在、運営のためのサーバーは、発起人の一人が役員を務める株式会社ボイジャーにおかれており、メールの管理などを行っている
- ・またボイジャーが開発した電子ブックのブラウザ、エキスパンドブックでの作品閲覧、作品製作も積極的に呼びかけている

14 お気楽主婦友の会直営「かさねや」

趣味+ビジネス / 主婦

- ・29歳脱サラの主婦が、会社勤務時代にホームページの制作を覚え、自己表現の手段として自前で開設
- ・その後、大都市の暮らしに疑問を感じ、会社をやめ、現在夫の実家の高崎に移り住むが、インターネットで以前と変わらない情報生活を享受
- ・ホームページの名前も「お気楽主婦友の会」から「かさねや」と改称。身体に良い食べ物などを中心に情報発信している
- ・将来は自然食レストランの開設をめざして情報収集中。当面の目標は、自前の青豆クラッカーの商品化

15 インターネットビジネス研究会

情報提供

- ・インターネット関連のビジネスをする目的で、1995年、20代の男性が仲間と株式会社ウェルコム・ジャパンを設立
- ・その一つの柱がインターネットビジネス研究会。中小企業、ベンチャービジネス、起業予定者などを対象に、戦略的・実戦的なインターネット・ビジネスについて研究会を開催
- ・同社自体はまだビジネスとして成功するまでには至っていないが、将来の発展を期待している

インターネット・ビジネスについてのインタビュー／まとめ

事例名/場所/URL	運営主体	開始時期	扱う商品(サービス)/業態	経緯と現状	活動の評価/課題/今後の展望
01 国立商店K-Crafts. (東京・国立市) //www.inv.co.jp/~kshowten	遠藤幸作 (27歳) 国立商店共同経営者	96年3月	通販(オーダー革製品) 本業	・オーダー革製品専門のショップ兼工房。主要アイテムは、オリジナルの革トランク、ノートパソコン用ケース及びデイベッグ ・27歳独身男性が共同経営者の職人と完全な分業スタイルで運営 ・インターネット対店の売上比は8:2に達し、365日無休で対応している状態	・メールにはすべて返事を書くことで顧客のつながりをはかっているため、休みがとれないのがネック ・将来は職人のネットワーク・サイトを作り、国立商店のホームページとリンクするのが夢
02 From Kitchen(フロム・キッチン) (東京) //www.fromk.com	20代の若者数名で運営 それぞれ本業を持つ	96年12月	通販(コスチューム) サイドビジネス	・バーニー、ナース、メイドなど、ちょっとときどきコスプレの通信販売 ・20代後半の若者数名がサイドビジネスとして運営。ドレスはオリジナルデザインでインターネットを通じてのみの販売 ・収支は「まあうまくいっている」状態	・「なんとなく流れで」始め、「楽しんでいる」だけ、特に今後の展望もない ・仕事だけで人生が過ぎていくのがいやで始めたため、利益にはこだわらない
03 ザ・コノサーズ(東京・目黒区) //www.egg.or.jp/auction	奥延哲也(44歳) (株)オクノブ・インターナショナル東京代表	95年	通販(美術品) 本業(本来の業態の一部)	・東京都公安委員会公認の美術商。ショップは東京・目黒区に1990年オープン。 ・インターネットを通じての美術品のオークションを提案。現在はこの分野のスタンダードになっている ・100万円以上の高額品が売れるなど、実績は豊富	・従来の制約の多いオークション方式に風穴を開けた ・売上の伸びは少ないが、バーチャル・オークション方式がさらに広がることにより、美術品に対する理解が深まり、成熟化することを期待している
04 お酒の情報館(東京・中央区) //emall.justnet.or.jp/shop/jizake	山田敏行(40代) (有)クレア代表	96年	通販(地酒) 兼業(本業と同程度)	・全国でも知名度の高い地酒を取り扱う7酒販店がクライアントのショッピング情報のホームページで、蔵元と酒マガジンが協賛してPRに利用 ・酒の販売は酒販店が行い、(有)クレアがホームページの制作、消費者からのクレーム処理なども含め、運営・管理をしている	・人件費、運営費の削減が課題 ・居酒屋も経営しているためほぼ無休状態 ・今の「お酒の情報館」をカテゴリーの中でトップにしていこうと力を注ぐのが当面の目標
05 Cat Fish Club(キャット・フィッシュ・クラブ) (千葉県・市川市) //www.bfinfo.com/catfish	柴田雅史(30代) (有)ビッグ・フィッシュ・ストーリー代表	96年11月	通販(輸入下着など) 本業	・千葉の南行徳で営業するインターネット通販専門ショップ。店にはカタログのみ。大半はアメリカで、その他イギリスなど ・注文は30代女性からの下着が多く、月1回アメリカに大量注文する	・注文を受けてから探すので、送品までに時間がかかりキャンセルの場合も ・将来は自然環境の良い東京の郊外に移転し、インターネット中心のビジネスをさらに拡大するのが夢
06 恵比須丸(徳島県・小松島市) //www.ebisumaru.com	立石富美男(45歳) 日和佐恵比須丸水産代表	95年10月	通販(新鮮魚介類) 本業(本来の業態の一部)	・徳島県小松島市で日和佐恵比須丸水産を経営。身内が漁師をしている日和佐から、とれたてのあさび、さざえ、伊勢海老など新鮮な魚介類を販売 ・斎藤が運営するネットスターショップを構成する店舗の一つ。インターネットによる注文は斎藤が管理し、ファックスで発注している	・年末などには月350件近い注文があり、多忙をきわめる ・将来は、日和佐の海のそばでインターネットによる注文だけを受けてのんびり生活するのが夢
07 ネットスターショップ(徳島市) //www.iijnet.or.jp/saitoku/netstarshops	斎藤賢治(38歳) (株)斎藤副社長	95年10月	通販(バーチャルモール) 本業(本来の業態の一部)	・徳島の老舗の食品卸会社斎藤が運営する四国初のバーチャルモール。恵美須丸など12店で構成 ・斎藤が運営する四国初のバーチャルモールとして話題を呼び、現在斎藤は代名詞的存在となっている	・インターネットによる売上はまだ少ないが、今後のショッピングの柱として期待している ・今後はネーミングも含めて、徳島のローカル性を強調する予定
08 Fiz's@(フィズ)(大阪市) //www.fizs.com	藤原弘明(25歳) (株)フィズ役員	97年4月	業態開発(ウェブ・ビジネスのアウトソーシング) 本業	・インターネットをサポートする業態開発をめざして起業。讃岐うどんの「郷屋敷」のウェブ管理・運営を担う ・その他、ホームページ制作、インターネット・セミナーなども請け負うが、大阪という地域性もあり、インターネット・ビジネス熱はそれほど高まっていない	・ユニークなキャラクターの個人、スモールビジネスのアドレス管理・メール代行サービスなどを集積させ、ネットワークを形成することに期待
09 オフィスM(東京・豊島区) //www2.marinet.or.jp/~mutsumi	田上睦美(31歳) (有)オフィスM代表	95年10月	ジョブ提供(在宅ワーカーのネットワーク) 本業	・現在、女性中心の在宅ワーカー1100人を抱えるバーチャル・カンパニー。実働数は50~100人 ・主要な仕事はデータ入力、DTP編集、ソフト開発、名刺制作など ・発注から納品までほぼ完全なバーチャル方式が特徴	・在宅ワーカーへの支払いが銀行振込みのため、月末に膨大な時間がかかるのがネック ・仕事の効率アップのため、インターネット版テレビ電話を導入予定
10 ポートネットサービス (千葉県・野田市) //www.portnet.co.jp	上野千里(37歳) (有)ポートネットサービス代表	94年4月	サービス提供(家庭でのレンタルサーバ・ビジネス) 本業	・夫が個人利用のため導入したインターネットの開設資金回収のため、個人ビジネスとしてサービスを開始 ・中古コンピュータの販売、秋葉原買い物代行サービスなどを手がけるが、現在の主要な業務はレンタルサーバの提供。現在自宅9台のコンピュータを管理	・主婦のサイドビジネスではなく、平日はフルタイムに近い仕事ぶりのため、家庭との両立が課題 ・近い将来パソコンを使いこなせない人のために「トラブル110番」を開設するのが夢
11 コスモピア&ステップ(東京・港区) //www.cosmopia.co.jp	田子みどり(38歳) (株)コスモピア/ステップ代表	97年	ジョブ提供(在宅ワーカーのネットワーク) 本業(本来の業態の一部)	・会社設立は古いですが、インターネットへの取組は比較的新しい。在宅ワーカーの登録、仕事の発注を行っているが、対面方式が原則 ・その他、インターネット講座、コンテンツ制作など	・インターネット・ビジネスはまだ収益をあげるレベルには達していない ・将来、在宅ワークを障害者、高齢者にも広げる計画
12 概念デザイン研究所 (神奈川県・藤沢市) //www.2b.meshnet.or.jp/~gainen	山口泰幸(47歳) 概念デザイン研究所代表	96年2月	SOHO型ワーキング 本業	・脱サラ後、藤沢のリゾートオフィスが自宅兼仕事場 ・業務は、経営コンサルティング、商品コンセプト、企業戦略立案、コンテンツ制作など多岐にわたる ・インターネットは直接ビジネスの対象ではなく、ツールとして活用	・今後、概念デザインのニーズは高まるが、大企業内SOHO化や起業化のトレンドに対抗するためにも、仕事の実績を蓄積することが課題
13 青空文庫(東京・港区) //www.voyager.co.jp/aozora	野口英司(30代) (株)ボイジャー取締役 青空文庫発起人の一人	97年7月	知的資産の共有 ボランティア	・著作権の切れた作品と対価を求めない新しい作品をテキスト入力することによって、誰でも手軽に無料で読める「青空文庫」を提案 ・入力、校正などは趣旨に賛同した人によるボランティアワークで支えられている	・既存の出版流通システムでは自己表現できない人にも光明 ・趣旨の賛同者は多いが、今後寄付など金銭的な問題をどう扱うかが課題の一つ
14 お気楽主婦友の会直営「かさねや」 (群馬県・高崎市) //www.gene.or.jp/~chiro	飯島千尋(29歳) 主婦	96年4月	情報交流 ボランティア	・会社勤務時代にホームページの制作を覚え、自己表現の手段として自前で開設 ・会社をやめ、結婚を契機に高崎に移住。インターネットを通じて、健康な食のための情報提供、情報交流を実践している	・自前の青大豆クラッカーの商品化と、将来、自然食食堂をオープンさせるのが夢 ・そのための資金稼ぎが課題
15 インターネットビジネス研究会 (東京・港区) //tekka.wellcomm.co.jp/~ibk	前田健二(31歳) (株)ウェルコム・ジャパン代表	95年9月	情報交流 ボランティア	・インターネット関連のビジネスをめざして起業。インターネットビジネス研究会はその柱の一つだが、むしろ会員交流のための場づくりをめざしている ・ボランティアベースで会社のPRにつなげている	・会社自体はまだビジネスとして成功するまでには至っていないが、インターネットビジネス研究会での成果も含めて、将来の発展を期待している

国立商店 K-Crafts.

U R L : / w w w . i n v . c o . j p / k s h o w . t e n

遠藤幸作氏 (国立商店経営 / 27 歳)

概要

1995 年 8 月、J R 中央線国立駅より徒歩数分のところに革専門のオーダーメイド工房兼ショップの国立商店をオープン。ホームページ開設は 1996 年 3 月、同時にインターネットによる通信販売も始める。ホームページは遠藤氏の独習による自作。コンテンツの更新もすべて自分で行う。

革細工専門の職人と共同経営の形態をとり、販売、広報部分を遠藤氏が担当。完全な分業制をとっている。

主要商品は、革のトランクのほか、ノートパソコン用ケース及びデイバッグ。価格は猫の首輪 1800 円からノートパソコン用デイバッグ 5 万 8000 円まで。いずれも中間マージンがカットされるため市価よりかなり安い。商品受け渡しは代金引き換え方式。

現在売上げの構成費は、ショップ 2 : インターネットによる販売 8 の割合。注文は日に数件、完成まで 1 カ月半は待つほどで、共同経営者と二人で十分食べていけるほどには成功している。

職人による生産からインターネットを通じた販売まで一貫して扱えるのが、他の通販専門店との最大の違いで、コンピュータ雑誌、趣味の雑誌などに紹介されたこともあり、知名度はしだいに高まっている。

将来は、革細工専門の職人のネットワークを作り、互いに商品や情報を交換し、ビジネスにしたいとの展望をもつ。

国立商店...?

くにたちしょうてん...?
国立商店 K-Crafts のお店案内です

革製品のオーダーメイドの店(兼工房)として 1995年8月にオープンしました。
前身はレーシングスーツとオートバイ製品の製作の専門店BC-PILOTA。そこに革製品輸入会社のアイメックスインターナショナルが加わり、国立商店として新たにリニューアル。
現在ではシャツ・ジャケット・コート・パンツ・バック・財布・ステーショナリー
MFJ公認レーシングスーツ・ノートブックパソコン用キャリングケース
特製グローブレザー製マウスパットなど、革で作れる物であれば何でもお作りします!
また輸入品等も取り扱っています。



国立商店がショールームとしても機能していた頃の写真
現在の状況はといえば・・・
まあ、良く言えば工房っぽい、悪く言えばきたない!の一言。
もうすぐきれいになります(します)。

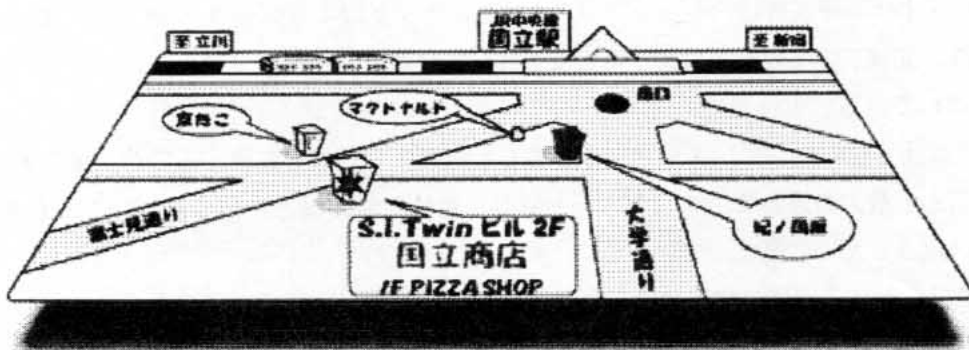
扱っている革も豊富にあり、牛・羊は勿論の事、日本ではとても入手しづらい天然物のディアスキン(鹿革)等の貴重な素材も取り揃えております。主に販売店様への卸業を中心に営業をしておりましたが、1996年3月ついにインターネット上にて直接お客様への通信販売を始める事となりました。中間業者を一切通さない、正に直接販売です。
The LEATHER COMPANY 国立商店 K-Crafts , 革製品の事ならお任せください!



この道18年のベテラン革のスペシャリストによる作業風景。
写真は鹿革でベストを作っているところ。
採寸をし、パターンもーから作成。
完全なオーダーメイドだから体にジャストフィットします。
納期は約1カ月とちょっとお待たせしてしまいますが、
その後は一生育られます。
修理やメンテもお任せ下さい。
只今ハイシーズンのため、ちょっとお待たせしてはいますが、
あなただけの一点物を作らせていただきます。

同時に国立商店の製品を販売していただける販売店様も募集しております。
販売店名を入れたオリジナル製品もお作りする事が出来ますので、他店と差をつけたい販売店様には最適です。
どうぞお気軽にお問い合わせ下さい。

お店の場所です



国立駅南口へ降り富士見通り沿いを歩いて5分の距離です。
看板を一つ目立たない所に付けているだけなので、非常に分かりにくいのですが
1Fのピザ屋さんの上203号室です。

国立商店 K-Crafts

〒186-0004 東京都国立市中1-18-36, S. I. TWIN203
電話 042-576-7567 // FAX 042-576-8717

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 「国立商店」を開設された動機と現在に至るまでの経過を簡単に教えてください。

もともと僕は高卒後、オーストラリアに留学していたんですが、そのとき大きな交通事故にあって、左腕が切断されてしまった。幸い、縫合手術は成功したんですが、その後日本で3年ほど入院する羽目になってしまい、そのときいろいろ将来のことを考えたんです。

で、英語が好き、海外に友人がいる、もともと革が好きだった、ということから、最初は革のトランクなどを輸入して卸していたんですが、そのうち自分で革の店を開こうと思ったんです。それで以前から懇意にしていた、レーシングスーツ専門の職人と一緒に今の店を開いたわけです。名前は、店が国立にあるから「国立商店」、それに職人と僕の名前の両方のKをとって、K - C r a f t s としました。商店だけど作ってもいるというニュアンスを出したかったんです。いたって単純なんですよ。

- - ちょうどその当時、たまたまインターネットも普及しはじめていて、ビジネスに使えるように考えられたのですか？

そうですね。入院中にリハビリも兼ねてゲームでもできればいいなと思って、コンピュータを買ったのが、そもそものきっかけ。最初ニフティに入ったら、おもしろくて、その延長線上にインターネットがあった、という感じですね。

コンピュータの基礎知識なんてまったくないから、見ようみまねで独学して、手探りで覚えたような状態です。ちょうどインターネットも普及しはじめていたので、店の広告も兼ねて、国立商店のホームページも自分で作りました。

- - 現在、インターネットは遠藤さんの担当ですか？

そうです。僕は革製品は作れないので、注文取りから顧客管理、受注、広告までインターネットに関することは全部僕が引き受けています。職人のほうは、コンピュータにはまったく関心がないので、お互いにできないことを補完しあって、ちょうどいいパートナーシップになっていると思います。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 現在、遠藤さんにとって、インターネット・ビジネスはサイドビジネスではなくて本業ですか？

ええ、完全に本業です。

- - インターネット・ビジネスを始めてから、これまでのお店での販売との一番の違いはどんなことですか？

最大の違いは地域を選ばなくなったことですね。こんな目立たない立地ですから、まず店の所在は知らない人がほとんどですね。でもインターネットを利用することによって、日本だけでなく海外の人にも知ってもらうことができる。それがうれしいですね。インターネット上で販売を始める前は、ちょっとした看板を出していただけだったので、近くのお客さんが興味半分に寄ってくれるだけでしたから。

- - 売り上げ的にもずいぶん大きな影響がありましたか？

そうですね。ずいぶん違いましたね。ただ当初からすぐ軌道に乗ったわけはありません。何千何万とあるホームページの一つですから、どうしてアピールするかも手探りでした。

- - たとえばどんな工夫をされたんですか？

僕は自分がマッキントッシュのユーザーで好きだったので、最初からマック・ユーザー対象に絞って、そのサイトに広告を掲載してもらったんですが、それが効果があったのか、かなり認知してもらえるようになりました。

僕が使いたいと思ったマックのノートパソコン用のケースとデイバッグを作ったんですが、それならウィンドウズに宣伝してもしょうがないと思って、マック・ユーザー向けのホームページを選んだんです。特に戦略があったというより、マックのことなら聞かれても分かる、という軽い感じでしたね。それに職人一人、受付一人のウチの規模だと大量に注文が来ても困るので、そういう意味でも、少数派のマックに限定して、小さいマーケットに絞ったほうが良いと判断しました。

- - 現在扱っていらっしゃる商品と、その中での売れ筋はどんなものですか。また単価はだいたいどのくらいなんですか。

革製品はバック、小物、ウェアなどいろいろ扱っていますが、圧倒的に売れているのはトランクとノートパソコン用デイバッグの二つです。単価は、一番安いのは猫の首輪で 1800 円。カバン類は一番高いのはノートパソコン用デイバッグの 5 万 8000 円ですが、後はだいたい 2~3 万円台。

以前「マッキントッシュ・ワイヤー」というマッキントッシュに関するニュースを配信してくれる電子メール新聞に、革のマウスパッドが紹介されたので、一時期そればかり売れたことがありました。また昨今のモバイルブームで、コンピュータ関係の雑誌にはたくさん紹介していただきました。儲からないまでも、信用できるメディアで紹介してもらったことで、安心してお客さんに買ってもらえるようになったかなと思います。

基本的には、僕が自分で使いたいものしか作らないんですよ。全部、僕が自分で使いたかったもので、それを作ったらよかった。それなら他にの人にも紹介してあげようというスタンスで売ったら、他の人にも喜ばれた。それが僕にはすごくうれしくて楽しいんですよ。

- - 客層はどんな方が多いのですか。

アクセスカウンターを見ると開設以来 2 万 8000 人くらいアクセスしていて、だいたい一日平均 50 人弱くらい。男性が圧倒的に多く、女性は 1 割いくかどうかでしょうか。そのうち、注文はだいたい一日 3~4 件というところですよ。メールをやりとりして職業などが明らかになると、けっこうお医者さんが多いですね。マック・ユーザーだけに、こだわりや思い入れの強い人も多いみたいですね。

それから宣伝の一環で、お客と僕の対話のために、「国立商店瓦版」というニュースレターを注文してくれたお客対象に配信しているんです。これを通じてキャンペーンの知らせや新商品入荷を告知すると、アクセス数が急増します。

- - 現在の経営状況はいかがですか？ また、インターネットを通じての売上げとお店で
の売上げの比率はだいたいどの程度でしょうか。

赤字ではないです。職人と僕と二人で食べていく分には困らないですね。売
上げの構成比に関しては、僕がインターネットだけを担当し、職人が店の方
を担当しているので、細かいことは分かりませんが、だいたいインターネッ
ト 8 対店 2、というところでしょうか。僕が注文を取って職人に発注し、そ
れを買い取って客に売るという方式ですから、ある意味では店を持っていな
くてもいいとも言えるんですが.....。

- - 商品の決済方法はどうかさっているんですか？ またこれまで課金などトラブルはあ
りませんか。

商品郵送・代金引換方式かスマッシュによる決済です。その他のカード決済
はしていません。これまでトラブルはまったくありません。単価が高いので、
代引手数料がかなりかかってしましますが、それでも一番早く現金が回収で
きる安全な方法なので。これまでトラブルはありません。

海外からの注文は、カード決済をしていない関係上、完全な外国人はお断わ
りをせざるをえない。せいぜい外国にいる日本人でしたら、いったん日本の
実家などに商品を送って決済してもらっています。

- - これだけインターネットを利用するビジネスが増えてくると、何か特色がないと人目
もひかないと思いますが、「国立商店」の他にはない特色はどんなことでしょうか。

コンピュータと職人技がくっついていて、しかもそれがオーダーメイドの革
製品ということでしょうか。どの商品もコンピュータの機種などオーダーを
聞いてから作り始めるので、完全な注文生産です。

- - 逆にインターネットがなかったとしたら、どういう工夫をされていたんでしょうね。

たぶん雑誌で通信販売の広告を出していたと思います。でも広告比が高くて
出せなかったですけどね。そういう意味では、宣伝費が安いというのもイン
ターネットの大きな魅力ですね。基本的にはプロバイダとの契約料だけで
すからね。コンピュータは自前でもっていますし、コンテンツも全部自分で
作っていますから。更新も自分でしています。作るのも楽しかったんですね。

- - 遠藤さんの現在の生活は？

現在、独身で一人暮らし。近いうちに結婚の予定はあります。

今は、ほとんどの時間、仕事です。土日もなく年中無休という状態。インターネットを通じて 24 時間注文やメールが届くので、それに返事を書くだけでも大変な時間と労力が必要です。「国立商店」といってもネームバリューがあるわけではないから、誠意の問題で、とにかく注文やメールにはこまめに答えるしかない。だからメールには必ず返事を書きます。だいたい一日に 30～50 通メールが届きますね。

店と自宅はちょっと離れているのですが、自宅には夜ノートパソコンを持って帰り、電話はつなぎばなしでインターネットを通じてメールを読んだり、返事を書いたりしているうちに、いつの間にか明け方。しばらく仮眠してから店に来る、という生活の繰り返しです。それでも、これだけ頑張っていることをアピールしなければならないから、それがつらいところです。休みはないまでも、ちゃんと寝る時間くらいはとりたい。メールの対応が一番大事ですから、僕がやらなければなりません、コンテンツづくりは誰かに任せてもいいですね。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 今後、インターネット・ビジネスに関して、こうしたいという展望はありますか？

まだ計画段階で漠然としているんですが、職人さん同士をネットワークして、国立商店のウェブサイト革製品の総合ウェブサイトにしたいと思っています。職人は作るのはプロですが、売るのは下手なんですね。もちろんインターネットなんかしたこともない。そこでウチで紹介することを申し出ています。最初は反応が悪いんですね。通信販売でさえ眉をしかめる人たちだから、ましてインターネットなんて言うと、もっと分からない。

でもウチの例を具体的に説明すると、やる気になる人もいます。そういう人たちを集めて、専用サイトコーナーを作り、職人さんの履歴書を出して、得意の分野や技術を紹介することを計画しています。そして「国立商店」のオンラインショップで彼らの製品を売らせてもらうことを考えています。

- - 今後ともインターネットは遠藤さんの生活にとって不可欠の存在になりそうですか。

僕、実は違う仕事もしているんですよ。コンピュータ雑誌に記事を書いたり、他の方のホームページを制作したり、建築事務所のスタッフとして働いてもいるんです。寝る時間もないほどだから、どれかを削らなければならないとしたら、もしかしたらそれが「国立商店」になるかもしれない。でも、どんな仕事をするにせよ、インターネットから離れることはないと思う。

たとえば障害者の関連施設に勤めている人と共同でインターネットを使って何かをしようという動きもあるし、現在の建築事務所はバリアフリー関係の仕事が多いので、そこにもインターネットを介在させようという計画もあります。だから何をするにもインターネットは欠かせなくなりますね。

- - 今後もインターネット・ビジネスは広がっていくと思われませんか。

今、インターネットはバブルの時代で、誰もがインターネットと騒いでいますが、もう少し落ち着いてみないとどうなるか分からない面もありますね。その落ち着いた状態のとき、僕がしっかり腰を落ち着けて、ある程度の信用が得られていられればいいなと思います。

(インタビュー / 1998年2月)

From Kitchen

URL : //www.fromk.com

20 代後半の若者数名で運営

概要

1996 年 12 月、20 代の友人どうし 4 人でサイドビジネスとして開始。それぞれ本業が忙しいが、それだけで人生が過ぎていくのは嫌で、余力でなにかおもしろいことをやってみたいとインターネット・ビジネスに参入。インターネットに注目したのは、「そのときたまたま流行っていたから、流れで」という程度感覚。

コスプレ商品販売についてもとにかく、「おもしろくていいんじゃない」というノリで決定。デザイナーに発注して作ったオリジナルで、ナース、メイド、バーニーの 3 種類あり点数は 5 点。商標だけは取得し、インターネットを通じてのみの販売に限定している。ターゲットは幅広く、特に絞ってはいない。

商品は注文後、代引き方式で発送。ホームページを立ち上げる前には商売にはならない、絶対にモノは売れないといわれたが、まあまあ儲かっている状況。現在までトラブルはまったくない。

仕事は 4 人が得意分野ごとに分担、あまり会わずに電子メールでやりとりし、それぞれがやりたい時、できる時にやっていて、本業、サイドビジネスといった区別はない。

商売をやる以上儲けるのは大切だが、それより何か創造的なことを楽しみたい欲求、しかもそれを他人と一緒に作り上げていきたい欲求が根本にある。それをたまたまインターネットで表現しているだけなので、将来的に本業にする計画はなく、売れなくなればやめるだけ。他におもしろいものがあれば、新しいことをやっていくかもしれない。



From Kitchen™

ドキドキしたい。
もっともっと、
遊びたい。
だから・・・

From Kitchenは、
ちょっとエッチでキュートな
お洋服をつくりました。



Shop

About

Order

Service

Link



From Kitchen™

[[SHOP](#)] [[About](#)] [[Order Made](#)] [[Service](#)] [[Link](#)]

last update at 17-Feb-98

(C) 1998 From Kitchen (info@fromk.com)
All rights reserved.

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - そもそも現在のフロム・キッチンを始めたいきっかけとか動機は、どんなところにあったのですか？

1996年の12月に、友人4人で始めました。大学の友人、同じ職場、もうひとりが友人という関係ですね。それぞれ別の仕事をしているんだけど、本業がみんなけっこう忙しいんです。でもそれだけで人生が過ぎていくのは嫌だになって気があって、余力でなんかおもしろいことをやってみたいというのが、インターネット・ビジネスに手をつけた理由かな。だから、完全にサイドビジネス。

- - パソコン通信ではなく、インターネットを選んだのはどうして？

パソコン通信はビジュアルが弱いということだからで、やりませんね。やっぱり、ビジュアルが必要です。でも、インターネットを選んだのも、たまたま流れで、インターネットが利用できそうって思ったからで、特にこだわったわけじゃない。もしインターネットが今のように流行ってなかったら、きっと別の方法を考えていたでしょうね。

- - なぜ、ナースやメイドのような、ちょっとドキドキのコスプレ商品販売を選んだんですか？

4人で話していて、なんか、いいんじゃないというノリで、自然発生的にそうなったんです。別にメンバーにコスプレ趣味があるとかじゃないし、ノーマルですよ。コスプレブームは影響がなかったわけではないけれど、とにかく、こんなのがあったらいいね、おもしろいんじゃないということかな。このビジネスと商品のコンセプトは、ホームページのフロントページにある「ドキドキしたい。もっともっと、遊びたい。だから・・・」で、この言葉に集約しているんですよ。

コスチュームのデザインはデザイナーに発注してつくったオリジナルで、現在商品はナース、メイド、バーニーの3種類で点数は5点。インターネットを通じてのみの販売で、将来何かの役にたつかなと思って、商標だけはとっています。

- - ターゲットはコスプレ趣味の人なんですか？

別にコスプレを趣味にしている人だけをターゲットにしてはいないし、もっと広い範囲の人を対象にしています。

- - 「フロム・キッチン」っていうネーミングは、吉本ばなの小説からとったのですか？

いいえ、自分たちで考えたものですよ。ちょっといいでしょう。特に意味なんか考えてません。でも、既存のものに影響されているのは意識的に切りますよ。自分たちの発想を絞って出すのがおもしろい。だから、いろいろ考えて、いいんじゃない、いいよねっていう感じで決まったんです。

- - ページの作りがシンプルですし、内容もリンクのページも、いずれもあまりエッチな感じがしませんね。

そうですね。仲間のデザイナーが作ったんですけど、いい意味で見る人を裏切っていくのがおもしろいんですよ。作る時も、更新するときも、そんなにガチガチに作るぞ、という感じじゃなくて、じゃあまあ、作ろうかという感じでした。だから、リンクもリゾートとか、自分たちでおもしろいとか、気持ちよさそうとか思えるものだけ。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - ビジネスの形態が皆さんの本業とかけ離れているように思えますが、その辺は違和感があるということはないですか？

本業でどんな仕事をしていようが、イマジネーションの問題だから、それはないですよ。

- - 反応はどうか？ どんなタイプの人が多いのですか？

反応はかなりあります。まあまあ儲かっているとだけ言っておきましょう。どういう人にも買ってもらいたいし、広く買ってもらいたいので、注文書は最低必要なことしか聞いていないので、どんな人が買っているのか、はっきりしたことはわかりません。個人の領域には踏み込まない主義だし、それに

お客のプライバシーは守りたいですから。でも、年代もまちまちで、いろいろな人が関心を持っていることはたしかです。お客や売上げの数字については、これ以上は言えません。

- - 支払い方法はどのようにしているんですか？

着払いの代金引換方式です。これが一番クリアで簡単だから。いろいろ検討しましたが、結局今の方法に落ち着いています。これまで、商品の発送や支払いでトラブルがあったとは一度もありません。振り込みは振り込み手数料がかかるし、私たちにとっても、お客にとっても、確実に手間がかからないことが一番いいんですよ。その意味で、サイバーキャッシュは客に負担をかけすぎ。この後、楽で、簡単な方法があれば、それを採用しようとは思っていますけれど。

- - メンバーはそれぞれ本業をお持ちですが、ビジネスの形態とかやり方はどんな風になっていますか？

事務所はありません。連絡方法も、インターネットのメールアドレスだけです。フロム・キッチン自体、株式会社でも有限でもなく、個人のサイドビジネスと同じですから。全員が仕事でコンピュータを使っているし、個人でも持っていて、本業が忙しいこともあります。メンバーのコミュニケーションももっぱら電子メールや電話で、あまり会わないですね。どうしても会う必要が出てきたときは会いますが、会ってないと不安とか、そういうのってないですよ。

仕事はそんなにがっちりではないけれど、分担してやっています。メールでの注文受け付け、システムサポート、グラフィックなど得意な分野をそれぞれ分担していて、仕事はやりたい時、できる時にやっていて、本業に携わっている時間帯でもやっていますよ。仕事の割り振りは、本業だとかサイドビジネスだからと分けてやっではないな。

- - ビジネスを立ち上げる前に予想したことと現在とで、なにか意図と違うことはありませんか？

売れるだろうというのは予想どおりで、こんなものかなという感じですね。おもしろかったのは、立ち上げの時、一応商売ということで始めたので、そ

うはいつでも他はどうなっているのか気になりますよね、いろいろ調べたり、聞いたりしたけれど、インターネットは商売にはならない、絶対にモノは売れないよと言われたんですね。だから、うれしい誤算でしたね。大きなところが、莫大な費用をかけてマーケティングとかしてもほとんど売れていないというのを聞くと、やったという感じ。

- - そこそこ成功しているということですが、その原因として、他とはここが違うというのは何かありますか？

別にそんなに気負ってないですよ。でも、こんなの他にないよねって、いうのはあるかな。それに、本心では自分たちが一番と思ってないといけないよね。まあ、まじめに好きなことをがんばっているということですかね。とにかく、今はみんなとても楽しんでますよ。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 現在は楽しんでいるし、うまくいっているということですが、この先は？ もし楽しくない状況が生じたらどうしますか？

始めたきっかけがなんとなくの流れなので、この先も流れかな。でも、将来的に本業にしていくというわけではないですよ。もちろんすでにお客がついているので、そう無責任なことではできないし、これからもっともっとよくしていくという気持ちではやってますけどね。要は、サイドビジネスでやっていて、それなりに努力するけれど、はずれればなくなっていくだけ、ということかな。また、別におもしろいものがあれば、新しいことをやっていくかもしれないし。そういう風にやれるのは、インターネットしかないじゃないですか。

このビジネスに、特に絶対というほどの思い入れはないですね。商売をやる以上儲けるというのは大切ですけど、そういうことよりも、楽しく何か新しく創造的に作っていきたいという欲求が根本にあって、それは、他人と一緒に何かを作り上げていくことでしか欲求が満たされていかないんです。楽しいというのは、ただ刹那的におもしろいかということじゃなくて、もっと創造的なマインドを刺激することですが、それをたまたま、インターネットで表現しているだけであって、だから、金をどこから集めてとか、どのくら

い儲かっているかとかは、ある意味ではどうでもいいこと。少なくともそれが目的ではないんですよ。

現在までのところは仲間どうしのコミュニケーションはとれていて、みんなの思いは一致しているといっているのかもしれませんがね。でも、おもしろさの感覚がちがってきたら、別れる可能性はあるでしょうね。

(インタビュー / 1998年2月)

ザ・コノサーズ

URL : [//www.egg.or.jp/auction](http://www.egg.or.jp/auction)

奥延哲也氏（株式会社オクノブ・インターナショナル東京代表 / 44 歳）

概要

「ザ・コノサーズ」のショールームは東横線都立大学より徒歩 5 分の目黒通り沿いに、1990 年オープン。

以前からバーチャル・オークションに関心があり、当初はパソコン通信を構想していたが、画像での作品紹介が難しく計画が頓挫していた。その後、インターネットが普及しはじめたので、当初の企画にふさわしいメディアと直感し、実行に移した。

従来のオークションは、同時性、選ばれたメンバーによる限定性という特徴があり、これがオークションの醍醐味と楽しさであったと同時に、市場を限定させる大きな制約ともなっていた。しかし、同社独自の入札方式とインターネットを利用することで、オークションの有用性をそのままに、anybody, any time, from anywhere が可能となった。

このような試みは同氏が検索する限り世界中皆無。同氏が自ら出品、入札、落札、送金の細かいルールを作るとともに、精細な出品カタログを作成した。その後、同社のシステムを模倣したオークション形式が増えてきたが、出品数の多さと品質で凌駕していると自負している。

18 歳以上の誰でもエントリーできる。買付け手数料は 3 %。ある一定期間後、落札者に連絡をとり、銀行口座への入金確認後落札作品を配送する。クレジット決済はしない。これまでにトラブルは皆無。最高落札額は、キャッツアイの指輪 130 万円。

今後もこのような形式は広がることを確信しつつ、出品作品を増やすとともに、良い作品をなるべく多く提供していきたいと考えている。

お急ぎの方はここ[AUCTION CATALOGUE: 出品カタログ]をクリックしてください



マルチメディア・オークション・ハウス"ザ・コノサーズ"は、どなたでも参加できるフェアでオープンなシステムです。落札価格の高騰を押さえるべく、上限価格を設定した独自の競り上げ入札方式により、バイヤーが妥当と判断するどのような価格でも入札できます。

＝作品の写真と説明は「出品カタログ」をクリックしてください＝

＝ご入札前に「ルール」をお読み下さい＝

弊社は東京都公安委員会公認/第2630号の美術品商です。(オークションを主催するには、古物営業法で定められた公安委員会による古物営業の許可と競り売りの届け出が必要です)

弊社ではあらゆるジャンルの美術品・骨董品の売買(海外ディーラー相手の輸出入代行、国際的なオークションへの出品・入札代行を含む)を行っております。ヴァリュエーション(価格査定)も含め、お気軽にご相談ください。

■お知らせ■

買い手手数料(従来は消費税と同等額)は当面3%にすえおきます!!!

消費税のアップにもかかわらず、バイヤー側のご負担は増えません!!!

Rules ルール	Auction Catalogue 出品カタログ
Results 落札結果	World Auction Info. 世界のオークション情報
Gallery ギャラリー	Information インフォメーション

出品作品も常時募集しております!

作品の買い取りもいたします!

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - インターネットを利用してオークションを開催されることを考えた経緯について教えてください。

もともとの経営母体は 1974 年設立の食品会社です。このギャラリーはそのグループ企業の一環として、僕が経営を任されています。ギャラリー開設は 1990 年です。

電子テクノロジーを通じてのオークションはかなり以前からプランを持っていたり、当初はパソコン通信を利用しようと思っていたのですが、画像での作品紹介が難しい点が美術品の競売では致命的な事なので、計画が頓挫していたんです。その後、インターネットが普及しはじめたので、当初の企画にふさわしいメディアと直感し、実行に移そうと思いました。

また、1995 年 10 月からの古物営業法の改正により、オークションの開催が、許可制から届出制に規制緩和になったのも幸いしました。従来は、オークションの開催場所や時間はもちろん、参加者まで報告する義務を課せられており、新しいメディアにはそぐわなかったのです。

- - インターネットを活用したオークションにはについては、いろいろ研究なされたのですか？

オークションという名前は非常に一般的ですから、インターネットで検索してみたところ、ほとんど出てきません。その頃ウェブ・オークションという言葉もされていましたが、これは厳密な意味でオークションではありません。いわばフリーマーケットで、売っているものもひどいものは数ドル程度のパソコン部品やソフトなどのジャンクで、しかもアイテムが膨大ですから、落札なんてほとんどありません。

主催者は出品されてくるメールをそのままホームページに掲載するだけで、写真もほとんどないという状態で、お金もとらないけれど、責任もとらない。僕も試しにあるアメリカのオークションに入札してみたことがあります。入札といってもかたちだけですが、とりあえず家電の部品を 20 ドルで入手することになった。その後は出品者のアドレスにメールを送って直接やりとりするように言われたので、銀行口座を教えてくださいと送金する旨メールを送

ったら、I'm not a business person で口座を持っていないと返事が来た。これでは信用してお金を払う気にはとてもなれないですよ。

そういうものはオークションとは呼べない。オークションは 100 %信用で成り立つから。それ以来何カ月にもわたって、インターネットを検索しながらリサーチしてみましたが、ほとんどがジャンクばかりで、ちゃんとしたオークション形式で美術品を売買しているケースは皆無でした。日本でもわずかながらありましたが、中古タイヤ 300 円などだったり、わずか 1 点でそれも何カ月も更新されていなかったり。だからそれなら自分が、正統的なオークションをインターネットを通じてやろうと決心した次第です。本格的な骨董品や美術品をきちんとしたオークションのルールにのっとって、資格のある美術商が責任を持って開催したのは、私どもが断然一番です。

- - では現在詳細に掲載されているルールも、自ら作られたのですね。

そうです、当時、参考になるようなルールはまったくありませんでしたから。当時は、オークションの本質も知らない人が、ただ名前にひかれて、モノを売買するためにゲーム性を持たせて作ったものばかりです。

世界で実際に行われているオークションのルールを尊重しながら、インターネット用にまったく新しいルールを付け加えました。私がインターネットによるオークションのルールを作ったといっても過言ではないのですが、現在は日本でも同業他社が出てきて、このルールをそっくりそのまま踏襲しています。まあ、現在のスタンダードになったと思えばいいのでしょうか。

- - 通常のオークションとインターネットによるオークションの最大の差はどこにあるのでしょうか？

同時性がまったく必要ない、ということです。従来のオークションは、ある日時に一定の場所に集まる必要があった。また入札方法も、電話やファックスでの入札には、資格や時間など厳しい制約条件が課せられていました。だから、私などニューヨークのオークションは昼間から始まりますから、夜中でも待機していなければならなかった。しかし人間の生活時間は多様ですから、何もチャットを交すように一定の時間に一定の場所にいなければならないことはないんですね。

ですから、私のホームページでは作品カタログに写真と紹介文をきちんと載せていますから、それをよく読んで、原則 2 週間の期限内で気に入ったものがあれば、メールで納得のいく金額を入札してくればいいわけです。現在、日本の美術品の世界は、悪徳美術商が何も知らない人をだまして高い作品を購入させたりなど、詐欺まがいの商法も横行していますから、そういう弊害に陥らないよう、じっくり研究するためにも、ある程度の期間があったほうがいいんです。誰でも、いつでも、どこからでも入札に参加できる点が最大の魅力でしょう。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 現在、ビジネスとしては経営的な収支はどのようなのでしょうか？

もちろんインターネットのオークションでそんなに売れるとは思っていませんでした。今でもそんなに大して売れているとは思いません。ですから通常の商売に比べるとまだ微々たるものです。

だけど世界中の通販で、出品者の顔も知らない見ず知らずの人のものを、互いに顔も合わせないまま 100 万円以上の高額で買う事例があるのでしょうか。アメリカでは不動産のオークションがあるとされていますが、たぶん広告的な要素が強くて、実際に商売されているわけではない。でもこのオークションでは、先日キャッツアイの指輪が 130 万円で売れました。そして実際に落札者がお金も支払ったのです。トータルの売上げより、こういう事例があることがすごいと思うんです。

- - 入札した場合の決済の方法はどうかさっているんですか？ また高額の場合、これまでトラブルはなかったのでしょうか。

落札した人が、銀行にその金額を振り込んだことを確認した後、落札した品をこちらから送ります。当社の買付け手数料は 3 %。カードによる決済はいいさいしていません。カード会社に手数料など払う必要はないと思っているからです。そういう意味では、電子マネーにも興味はありません。これは、サザビー、クリスティなどすべてそうです。

これまで何百ものアイテムを扱っていますが、トラブルはまったくと言っていいほどありません。過去に一度だけ、落札後キャンセルした女性がいたので、その人にはその後いっさいの入札を認めていません。

- - 利用される方はどんな方が多いのですか？ 参加資格のための信用調査などはなさっているんですか。

信用調査などはいっさいせず、誰でも自由に入札することを認めています。たとえ落札しても、入金がなければ品物は送らないわけですから。ホームページ開設当初は、面白がって明らかなイタズラと分かる入札も多くて対応に困りました。150万円と落札希望価格が書いているのに、1000円なんて額で入札するのですから。たいてい若い人がゲーム感覚でやっていたのですね。

でも最近はこのシステムが定着してきて、環境がだんだん良くなってきました。地方の会社の経営者や医者などなかなかオークションに参加できない方や、最近ではOLの方も増えてきましたね。

また最近、インターネットに興味のなかった中年男性も、日経新聞などに紹介された僕の記事を見て、オークションという形式に興味を持たれて、息子さんにホームページを閲覧する方法だけは教えてもらって、でもメールで入札はできないから、ファックスで入札してこられるというケースも増えていきますよ。なんだかほほえましいですけどね。

- - インターネット・オークションの世界では先駆けでいらっしゃるわけですが、最近には競争も増えてきましたね。他とはどこが一番違うと意識されていますか。

とにかく他にはひどいオークションが多いです。なかには、テレビに出ている有名な鑑定士のホームページですが、まったく何年も更新していないものもあります。ほとんど開店休業状態です。

ホームページの落札結果を見れば、良心的なものかどうかすぐ分かります。落札結果があまりにも少ないものは、まずあまり信用できません。僕の実績結果を見てもらえれば、この分野でどのくらい実績を上げているかがすぐ分かるはずですよ。そういう意味では、僕は、インターネット・オークションの老舗と自負しています。

- - それだけ競合相手が増えているわけですが、ホームページについては、何か工夫をされているんですか？

アクセスしてくる人の履歴を見ると、トップページなどはほとんど読まなくて、いきなりカタログに飛んでいる人が圧倒的に多い。ですから、出品カタログを非常にていねいに作り、紹介文もきちんと書くように配慮しています。逆に、その他の遊び感覚などはすべて排除しています。そんなのはほとんど必要ないんですね。

逆に、オークションの雰囲気を出すために、タキシードに着替えさせたり、落札を告げるハンマーを画面に取り込んだりと、やたら遊び感覚のよけいなホームページが多い。これは本末転倒で一番大事なのは、なんといっても出品作品の数と層の厚さ、それに出品カタログの正確さ、これにつきます。

でも僕は現在、98 ノートと安いデジタルカメラでホームページを作成しているんですよ。こういうローテクで 100 万円以上の高額な美術品が売れる。これが大事なことです。本質さえつかんでいれば、見てくれのきれいさや複雑さはいらないと確信しています。現在、毎日必ずアクセスして入札状況を確認し、内容を更新しています。これ、全部一人でやっています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 今後もインターネット・オークションは続けていけますか？

僕は、インターネットだけに頼るつもりはないです。オークションというのは、自分の気に入った美術品をなるべく安く購入するために努力する、一種のハンティングですから、いろいろな方法があつていいと思っています。

これからインターネットによるオークションの売上げを上げていくこと自体は、スタッフを増やして力をいれれば可能でしょう。ただ僕のように、アートやアンティークの知識とオークションの経験があり、また商品のコピーライティングができ、かつパソコンの知識がある人間が関わらない限り、難しいと思います。

- - 最近は、美術品を購入する人の知識も豊富になっていますから、特にその点での配慮が必要でしょうね。

ええ、安いもので失敗してもいいと思っているものならともかく、高額な美術品を買おうという人は、知識も非常に豊富ですから、その信用を裏切らないためには、こちらもそれ以上の知識や造詣が求められます。一人の作家にこだわっている人などは、どんな画商でも太刀打ちできないほどのエキスパートですからね。学生のサイドビジネスでできる仕事ではありません。

現在のインターネットはまだ安い価格の通販が主流ですが、僕は、単品としてこれだけ高額なものでも売れるという、すごい実験をしていると思っています。サザビーやクリスティでさえやっていないことです。ビジネスとしての成功うんぬんより、既存のシステムに対する挑戦と新しいシステムへの冒険と受け止めてほしいと思います。

(インタビュー / 1998年3月)

お酒の情報館

URL : /em all justnet or.jp /shop /jizake

山田敏行氏（有限会社クリア代表 / 40代）

概要

「お酒の情報館」は、全国でも知名度の高い地酒を取り扱う7酒販店がクライアントのショッピング情報のホームページで、そこに、蔵元と酒マガジンが協賛してPRに使っている。酒税法のからみで情報提供という形態をとっているが、実質は注文も受け付けている

現在は月に8万5000回のアクセスがあり、月3万回を超えただころから販売につながるようになった。売り上げは伸びており、注文の入らない日はない。注文は多いときは1日130~150件

酒の販売は酒販店が行い、(有)クリアがホームページの制作、消費者からのクレーム処理なども含め、運営・管理をしている

情報更新がないとアクセスが激減するため3日ごとに部分的に更新している。アクセス、注文ともリピータが多い。オンラインでカード決済できるので、注文者の85%はカード決済

運営コストが高くてはペイしないので、ローコストオペレーションを心がけ、人件費削減のため7人のスタッフは全員在宅。運営・管理は毎日零時から4時の間がオフだが、それ以外はスタッフが交代で対応。365日稼働で、トラブルがあれば3時間以内に対応する

今後は新しいクライアントをどんどん獲得していくよりも、いまの「お酒の情報館」をカテゴリーの中でトップにしていけることに力を注ぐのが当面の目標



噂のあの酒、幻の銘酒、購入方法をご案内。お届けするサービスです。お取り扱いにない場合は、「全国蔵元リスト」で蔵元の連絡先をご案内しておりますので直接お問い合わせください。

日本酒ファン「必飲」。旬の酒入荷です。 今、お薦めしたい酒。しぼりたて

全ショップオンラインカード決済可能

地酒サンマートを除く

ショップダイレクト 1998-3/5 更新	購入ガイド	Nifty Serve
これは、見逃せない。八海山！ 百年の孤独 野うさぎの走り 幻の焼酎あります。	<u>浪漫亭</u>	
岐阜「醴泉」早春味 他 新酒入荷です。	<u>きたむら</u>	
清泉「亀の翁」セット販売中 地ビール・シマヤ店長お薦めの新酒入荷	<u>シマヤ</u>	GINJO 12.コース
美味しいお酒、大量入荷 あの酒有り升 黒龍・富乃宝山・十四代. . . .	<u>義侠屋</u>	
三重県「富士の光」無濾過 しぼりたて原酒 「百年の孤独」入り 焼酎ぼんぼん 珍品？	<u>シマヤ</u> <u>ヤマモト</u>	GINJO 12.コース

3/3 登録 ☆ 義侠屋・きたむら。商品総入れ替えいたしました。

簡単注文 **蔵元専用販売コーナー開店** 蔵元専用販売コーナー
 → 下のフレームでご案内の酒ラベルをクリックすると蔵元紹介へ
 → お酒が飲みたくなったら. . . 2~3日でお届け。酒は蘊蓄より飲みたいね
 シマヤカード
 好評 御買い上げ5万円でギフトカード進呈(10000円)
 お申し込みは、「お酒の情報館」シマヤ ginjo@jsn.justnet.or.jp

Netscape Navigator 3.0以上推奨Internet Explorer では一部正常に働かない部分がございます。

お問い合わせは、「お酒の情報館」CREA. Inc jizake@jsn.justnet.or.jp

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - いつごろからインターネット・ビジネスを始めたのですか？

5年前ぐらいから酒販店の地酒販売のFAX サービス代行をしまして、次にニフティのパソコン通信を使い、2年前からインターネットを使い始めたというわけです。もともとはずっと飲食店をしていたのですが、そこで地酒をだして、地酒の販売店としては全国でもトップクラスの「長谷川酒店」と取引をしていて、このことが、この仕事をするきっかけになったのです。

- - 「お酒の情報館」の内容を教えてください。

「お酒の情報館」は、7酒販店がクライアントのショッピング情報のホームページです。そこに、蔵元と酒マガジンが協賛してPRに使っています。本来、酒税法のからみで、ストレートに販売するという表現はできないため、情報提供というかたちをとっています。ですから、ホームページには酒や酒販店のPRという要素もありますが、アクセスする人の主要な目的はショッピングページなので、ショッピングに繋げるために、ショッピングしやすい構成になっています。

- - そうすると(有)クレアは、具体的にどのようなことをしているのですか？

私どもの仕事は、ホームページの制作、更新、注文の整理、決済の整理、消費者からのクレーム処理などで、月にいくらかというかたちで固定料金をいただいている、酒の販売そのものはクライアントがしています。

- - お酒の販売はクライアントがしているということですが、支払いも直接クライアントにすることになっているのですか？

そうです。「お酒の情報館」は、ジャストシステムとニフティと提携していて、オンラインでカード決済できるようになっています。だから、注文者の85%はカード決済です。

現在、インターネットとパソコン通信の両方で「お酒の情報館」を展開していますが、パソコン通信の方がインターネットに比べて反応率が1000倍も

いいです。これは、システムに対する信頼度の問題だと思います。実際に、注文はインターネットメールできても、大事なこと、例えば支払いについてはパソコン通信メールでくることがあります。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 「お酒の情報館」の実際の効果はどのようにあがっているのですか？

現在は月に 8 万 5000 回のアクセスがあります。月 3 万回を超えたころから販売につながるようになりました。現在売上げは順調に伸びていて、注文の入らない日はありません。注文は多いときは 1 日 130 ~ 150 件あります。

「お酒の情報館」はアクセス数、販売率においても他の追随を許さないと自負しています。おそらく小さな酒販店の 1 日の酒の売上げ本数以上は売り上げていますが、インターネット・ビジネスとしてはクライアントからみれば利益があがるまでにはなっていないのが現状ですね。利益がでるには、あと 1 年ぐらいかかるのではないのでしょうか。

それでもクライアントが続けていっているのは、インターネットが将来的に有望で、この分野で先行投資をしてリーディングカンパニーになりたいと思って取り組んでいるんですよ。

- - それにしてもすごい実績ですけど、どのような工夫をなさっているのですか？

扱う商品の性格上、タイムリーな情報更新がないと、アクセスはアツというまに減っていきます。「お酒の情報館」は情報の更新のスピードをモットーにしていて、3 日ごとに部分的に入れ替えていっています。ファイル数でいえば 7 つぐらいでしょうか。

つまり地酒好きな消費者が「お酒の情報館」は見逃せないぞ、という風に追い込むことを意識しているわけです。もちろん、ブックマークに常に入れておいてもらうということですね。アクセスにしても、注文者もリピーターが多いですね。何度も注文される方なんか、こちらで名前を覚えてしまったぐらいですよ。

- - 「お酒の情報館」を運営している（有）クリアの特性は、どんなところにあるのでしょうか？

私は本来は飲食店「吟泉」を経営していて、先行投資としてこの仕事に取り組んでいますが、昼間はインターネット・ビジネス、夜は飲食店経営と、仕事に関わる時間帯が異なっていて、どちらが本業ということではなく、どちらも本業ということでしょうか。実際、飲食店にもノートパソコンを持ち込んでいますので、何かトラブルがあればすぐに対応できるように心がけています。

インターネット・ビジネスについては、毎日午前零時から4時の間がオフですが、それ以外の時間は対応していますし、しかも365日稼働です。クレームなど何かのトラブルがあれば、3時間以内に対応するように努力しています。

「お酒の情報館」自体はバーチャルな情報拠点ですが、飲食店「吟泉」をやっていますから、なにかあったらここにきてもらえればいい、つまり、バーチャルではなく、実体があるというのが他のインターネットショップと明らかにちがうのではないのでしょうか。これが、信頼のひとつの証しになっていると思っています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - これからもこのようなインターネット・ビジネスを展開していく上で、何か課題がありますか？

いくら注文が多くても、運営コストが高くてはペイしませんので、できるだけローコストオペレーションをどう実践していくかが課題ですね。ローコストを実現するには、技術的な面と人件費をどうするかですが、人件費の面でいえばSOHOになっていかざるをえないでしょうね。現在、注文受付、情報更新などに関して7人のスタッフがありますが、全員在宅でしてもらっています。主婦もいれば、サラリーマンもいますよ。

- - 今後、どのような展開を考えていらっしゃるのでしょうか？

今後は「お酒の情報館」に参画してくれるクライアントを拡大していく方向もありますが、インターネット・ビジネスは書籍以外は市場がまだまだ小さいですし、採算がとれるかという疑問があり、二の足をふんでいます。インターネット・ビジネス市場は、マスコミの報道の1万分の1の規模ぐらいじゃないかというのが、私の実感ですね。

だから、新しいクライアントをどんどん獲得していくよりも、いまの「お酒の情報館」をこのカテゴリーの中でトップにしていくことに力を注いでいこうというのが当面の目標ですね。たぶん、まちがいをなくそうなるだろうと思っています。

インターネット・ビジネス全体としての今後の問題としては、代金の支払い方法についての安全性がクリアすることがまず不可欠でしょうね。これがクリアされないと、インターネットによるショッピングは広がっていかないと思います。

(インタビュー / 1998年2月)

Cat Fish Club

URL : //www.bfinfo.com/catfish

柴田雅史氏 (有限会社ビッグ・フィッシュ・ストーリー代表 / 30代)

概要

- 1996年11月、地下鉄東西線南行徳駅徒歩1分のブルーの目立つビルに海外通販カタログ情報センターをホームページ開設後オープン。
- 文字通りインターネット・ビジネスなので、オフィスにはカタログがあるのみ。注文を受けてから発注開始するため在庫はゼロ。アルバイトの女性1人が2台のパソコンに向い、メール送信や商品発送を手伝う。
- 常時約1000部備えているカタログの大半はアメリカのもので、他にイギリスなどをそろえている。顧客は30代女性が6割、平均利用額8000円程度。これからもインターネットを利用する女性が増えると思うので期待している。
- インターネットでの注文は女性から下着の注文が多い。1カ月毎に締め切り、毎月1回アメリカに大量注文する。安く仕入れて2割引で売り、薄利多売で利益をあげている。
- オープン当初はビルが派手なこともあって主婦からは敬遠されていたが、最近は口コミで子ども服や食器の注文を受けるようになった。
- 今後は、アメリカのトレーナーだけの担当者、下着の担当者など分野別の注文で対応できるようにしたいと考えている。また将来は世界を相手にビジネスができることが目標で、オフィスも自然環境のよい場所に構えたいと願っている。



For International Customers - Click Here!



海外通販カタログ情報センター Cat Fish Club

エントランス



Cat Fish Club

掲載カタログ-世界から1000誌以上
世界最大のカタログ情報センターへようこそ

カタログやインターネットでの海外通販、個人輸入に少しでも興味のある人は、
今すぐこのページをブックマーク (お気に入りのページ) に追加してください



[Click Here !](#)

1000誌以上のカタログ図書館

サービス内容

情報閲覧フリー
カタログ請求サービス
カタログアウトレット(販売)
カタログレンタル

98/03/07データ更新



米国内のみ取扱の
カタログのお取り寄せ



[Click Here !](#)

通販カタログ掲載商品等の
On-line Shop Mall

ランジェリー NEW 200点!

主要店舗

ランジェリー、水着
住所ラベル、カレンダー
クリスマスカード
他、多数



[Click Here !](#)



[Click Here !](#)

みんなで買うから安くなる

主要カタログ

Harrods UKP10 OFF
Victoria's Secret 20%OFF
Frederick's 20%OFF
Eastbay 10%OFF
Kays 10%OFF

カタログ、縮切要チェック!!

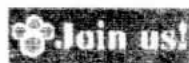
下着/レディースファッションは
ランジェリーショップで



海外通販最新情報 Cat's News What's New
[無料購読申込はこちら](#)



日本の皆さまに最高の
ショッピング情報サービスを
提供して参ります。



[入会申込](#)

**Service
& Rules**

[サービス&ルール](#)

トピックス

US Passport 受付開始

新サービスUS Passportがあれば米国内の住所にしか届けてくれないカタログも気軽にご利用いただけます。
サービスの説明は[こちら](#)。米国のカタログサイトへのリンク集もご用意しています。
3月31日までにお申込みの方には9月30日まで有効なPassportを無料で発行します。この機会に是非ご登録を。

セキュアオンラインフォーム

クレジットカード情報などのオンラインでの送信をご希望の方のために、米国ベリサイン社認証のセキュアモードでの送信フォームをご用意いたしました。

サービス&ルール改訂 (98/2/21)

主な改訂点は以下のとおりです。会員の方は[こちら](#)で必ずご確認ください。

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

――インターネット・ビジネスを開始するまでの経緯を教えてください。

- 以前この仕事を始める前は国際電話の代理店をしていたんですが、同じように電話のラインを使った仕事とを考えて、何とか自分でホームページを作成し、数カ月はこの場所で準備をしていました。そして1996年11月、海外通販カタログ情報センターとしてオープンし、インターネットを媒体に情報提供型のサービスを始めたわけです。
- 通販を始めるまではインターネットを利用するのは男性だと思っていましたが、始めてみると6割が女性だったので、狙いは当たったかなと思いましたね。

――キャット・フィッシュ・クラブのネーミングですが、どんな意味があるのですか？

- ネーミングの由来は特にはないです。なんとなく後でこじつけている程度ですが、ネコを好きな女性が多いし、キャット・フィッシュはなまずという意味で、情報をキャッチするというような感じを込めました。

――インターネットを選んだ理由は何故ですか？

- パソコン通信の会員だけが相手ではなく、インターネットは世界中とつながっているということが大きな理由です。またオンライン・ショッピングのためには、カタログを見ただけで買いたくなる鮮明な画像が不可欠ですが、それもインターネットのほうが適していると思いました。

――現在のインターネット・ビジネスは本業ですか？

- 全くの本業です。これからは家庭でのパソコン普及率も高まって、パソコンを自由にあやつる人も増えるでしょうから、それを期待して始めました。

――本業だとすると、さいている労力、時間はどのくらいになりますか？

- ほとんどの時間をビジネスに費やしている状況ですが、ネットをつないでいる時間はそれほどでもないですね。

- 注文を受けてから商品が手元に届くまで最低1カ月かかるので、急いでいる人には向きません。その間は新しいページを作ったり、メールのやりとりをする事も多いのでかえってお客様を身近に感じる事があります。

――現在は、どういう体制で注文から発注までの仕事を進めていらっしゃるのですか？

- 文字通りインターネット・ビジネスなので、オフィスにはカタログがあるだけです。注文を受けてから発注開始するため在庫はゼロですむわけです。2台パソコンは置いていますが、アルバイトの女性が1人で受けて、メール送信や商品発送を手伝ってもらっています。注文を受けてから商品を探し入手するまでが私の担当です。

――カタログだけのビジネスを始めようと思った動機は、どういうところにあったのですか？

- 在庫を抱え込まなくてもすむというのが最大の理由ですね。発注を受けてから探すので、配達までに時間はかかりますが、それでもビジネスになると思いました。電話代、オフィス代程度の経費でビジネスが始められるのも、重要なポイントでした。
- 現在、カタログは常時約1000部備えています。大半はアメリカのもので、他にイギリスなどのものも置いています。カタログのみの注文も受け付けていて、その場合はミニмум5部500円で送料は無料というかたちをとっています。

――海外と日本のカタログの違いはどのようなところですか？

- 海外版は細かく専門別になっていて本も薄いですね。日本のはぶ厚くて雑多に掲載しているところでしょうか。ですから日本のカタログを海外に送るのは、送料も高いので考えものです。

(2) インターネット・ビジネスの現状

――扱っている商品はどのようなタイプが多いのでしょうか？

- 基本的にはあらゆる商品が対象になっています。要望があればできる限り努力をして探します。現在のところの主要な売れ筋は輸入下着ですね。これはなかなか日本では手に入らないし、また店にあっても種類が少ないので、デザイン

も種類も豊富なカタログによる注文が重宝されていますね。

- 輸入下着の場合は、1カ月毎に締め切り、毎月1回アメリカに大量注文しています。安く仕入れて2割引で売りますので、薄利多売ですが、客からの送料も利益になるので、収支はとんとんといったところです。

――注文されるのはどういう方が多いのですか？

- 20～30代の女性、なかでも働いていて経済力のある女性が多いようです。現在顧客は30代女性が6割を占め、平均利用額8000円程度です。

――注文メールが多い時間帯はいつですか？

- 働いている女性が多いせいか、会社の昼休みにあたる時間帯がかなり多く、あとは夜中ですね。

――現在、インターネット通販に参入しているケースは非常に多く、競争も激しいと思いますが、このお店の特徴とすることは何ですか？

- 外国製下着が主流である、ということでしょうか。洋服に比べて送料が格段に安いので、買う側にとっては、現地で売られている値段とほぼ同じ値段で買う事ができる点、仕入れる側にとっては大量仕入れなので安く提供できる点……これが双方にとって最大の魅力でしょう。

――ぶしつけですが、儲かっているのでしょうか？

- まあほどほどに儲かっているというところでしょうか。

――送金、送品の安全性や確実性などの点で問題はありますか？

- 現在は、現金書き留め、銀行振込、クレジットカードなどの方法をとっています。時々お客様のメールアドレスが突然変更になって所在不明になってしまう事がありますが、時間をかけて追跡する手間を考えると無駄なので諦めていますね。クレジット払いの場合は、商品が未着の場合は支払請求がないので何の問題もありません。商品未着のクレームにはフリーダイヤルで受け付けますが、時間がかかるのを承知の上で注文されていますし、またリピーターも多いので返品などあまりありませんね。

――個別対応のよい点と問題点を教えてください。

- 基本的には注文がないと発注しないので、在庫がないところはよい点ですが、注文を受けても到着まで1か月くらいかかるので、その間に気が変わってしまうとキャンセルになることもあり、その場合はこちらの損になってしまいますね。

――最近何か話題になった事がありますか？

- 最近ナイキの靴ブームでアメリカに買い付けに行きましたが、高額商品なのでキャンセルも多かったです。どうしても振り回されるのは未成年者が多かったので、キャンセルを受けない訳にはいかなくてあきらめムードでした。利益率がよくないので、話題に乗せられたかなという思いがあります。
- 最近数が出たのはタマゴっち。アメリカでの情報をキャッチしたのが5月ころで、インターネットでの予約が2000件くらい来ましたが、8月にはもう冷めていましたね。でも日本ではまだあまり知られていない時点で予約を始めたので、かなり売れました。

――いま何かねらっている商品はありますか？

- タマゴっちほどのものはないですね、お昼の番組で取り上げられて始めていたのでは遅いですから、ヒット商品をねらうなら、情報収集力と対応の早さが勝負ですね。

――世界に向けたビジネスで何か話題がありますか？

- 最近海外からの注文が多くなりました。書籍、写真集、CDの注文が多いんですが、やはり日本で売れ筋の商品が海外でも売れます。アムロとかはやはり海外でも売れていますね。
- また日本製は質がよいと思われているのか、外国から下着の注文がありました。日本では下着専門の通販が少ないので、セシールのカタログを送りました。厚いカタログを送るだけで2000円程かかるので、注文が来てもあまりビジネスにはならない。ただカタログには満足している様子でした。
- でも海外からの注文では、不思議な注文も増えてきましたね。たとえば、抹茶やメーカー指定の脂とり化粧紙など。また最近絶版になっている“筋肉マ

ン”のマンガ本ですが、2カ国から同時に注文があったのはびっくりしました。ですから注文を受けてから探しまわることも多くなりましたが、日本国内での作業なので何とか対応はできている状態です。ただコレクターが集めている物は苦労しますね。映画の本で“ロードショー”はバックナンバーがないので、その場合は仕方なくお断りしました。

- それ以外にも外国からの注文は多種多様で、どこで情報を得るのか不思議だと思います。外国人のニーズの傾向は現在把握できていないので、注文された物をためているところです。

――お店をオープンしてから1年半近くになりますが、その間で客層など変化はありましたか？

- オープン当初はビルが派手なこともあって、近隣の主婦からは敬遠されていましたが、最近はロコミで子ども服や食器の注文を受けるようになりました。近隣の人たちの利用は輸入代行業務が多いので、その際は手数料が利益となっています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

――将来の希望をお聞かせください

- 最近アメリカ国内のみで使えるカタログというのを扱えるようになったので、バーゲンに合わせて日本で販売ができるように拡張したいと思っています。今後はアメリカ以外の国と取り引きを増やしたいですね。中国と取り引きができればと考えています。
- またスタートした頃は東京中心で地方からの注文はあまりなかったのですが、最近は地方からの注文も増えてきたので、さらに多くの顧客が増える事を期待しています。

――将来、このようなビジネスの形態が広がっていくと思いますか？

- 近い将来、インターネットを通じてショッピングするという習慣はもっと浸透してくると思うんです。そうすると、そのニーズを満たすビジネスのあり方も必然的に変わってくるでしょう。カタログ・ビジネスの場合は、大資本のような

オフィスや人員も必要ありませんし、インターネットを利用すれば個人でもビジネスができますから。そうなるとう雇用形態が変わってきますね。雇われるという形ではなく、個人やスモールビジネスが増えて、それぞれが横並びのビジネスをするようになるのではないのでしょうか。

- 私自身も、将来は自然豊かな場所に拠点を移して、インターネットを利用して世界中とアクセスしてたくさんの商品を動かしたいですね。しかも日本の中ではトップクラスのサービスを提供し続けたいというのが理想です。

(インタビュー／1998年3月)

恵比須丸

URL : /www.ebisumaru.com

立石富美男氏（日和佐恵比須丸水産代表 / 45 歳）

概要

4 年前、徳島県小松島市に日和佐恵比須丸水産を開設。身内が漁師をしている日和佐より直送のとれたてあわび、伊勢海老、さざえなど鮮度のいい魚介類が売り物で、立石氏が一人できりもりする。併設した居酒屋は、店の新鮮な素材を使った刺身、炭焼き、伊勢海老の雑炊などで地元の人気を集める。名前の由来は、日和佐地区恵比須浜が出生の地であることから。

1995 年にオープンしたバーチャルモール、ネットスターショップ（事例 07 参照）に参加。インターネットによる注文受け付けも開始。注文の翌日には、宅配便で全国に生きたままの魚介類が届く。日和佐からの直接仕入れのため、安価なのも大きな魅力となっている。

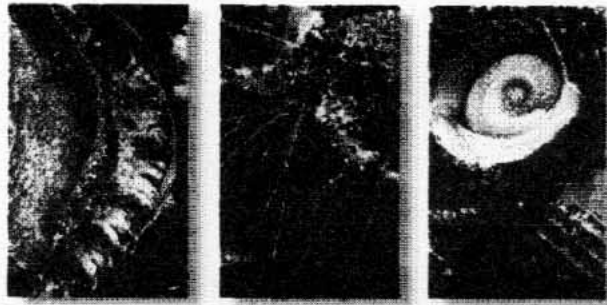
事務所にはパソコンが 1 台あるが、利用するのは魚の市場価格閲覧程度で、メール、インターネット・サーフィンなどはまだできない状態。インターネットを通じての注文は、ネットスターショップの運営会社が受け、ファックスで受信して対応する。またコンテンツの制作、更新なども運営会社が請け負っている。

注文件数は、月によって差があるものの、平均 100 件前後。年末、贈答シーズンなどは 300 件を超えることもあり、ネットスターショップの牽引役的存在となっている。客層は全国に広がっている。現在、リピーターも増え、売上げに占める構成比も徐々に高まりつつある。

将来の夢は、もし可能なら、日和佐に戻り、海の近くにほったて小屋を建て、インターネットのみの注文を受けつけながらのんびり過ごしたいとのこと。

更新日：1998年3月11日 (96年2月15日開店)

徳島県日和佐恵比須丸
ありがとうございます。開店2周年を迎えました！



恵比須丸

とれとれあわび、伊勢エビ、さざえを
漁場から活きたまま直送します。

いらっしゃい！あんたが**25400**人目のお客さんじゃ。



みなさん、こんにちわ！恵比須丸の立石富美男です。

私は徳島県の南部、美しいリアス式海岸に囲まれた日和佐町の漁師の子供として生まれたんじゃ。兄弟は皆、日和佐の地で漁師をしとんじゃ。

恵比須丸は徳島県南で獲れた新鮮とれとれのあわび、さざえ、伊勢海老を活きたまま、安く皆様にお届けするけんな。

何でこんなに安いのか？

店主からのお知らせ

恵比須丸商品のご紹介

| 何で恵比須丸はこんなに安いのか？ | 店主からのお知らせ | 商品のご紹介 |

何でこんなに安いのか？

私のところのさざえ・あわび・伊勢エビが安くて新鮮なのは、

- 私の親兄弟はみんな漁師なんよ。日和佐町をはじめ徳島の漁師さんに独自の直接仕入れルートを持つとんじよ。

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 恵比須丸というお店を始められた経緯について教えてください。また名前の由来はどこから来ているんですか。

ここ(徳島県小松島市)で店を始めてから丸4年、今年で5年目になります。僕はもともと地元の水産高校を出て、商社の水産買付けの業務でスペインに17年くらいいたんですよ。それで大企業にいることに疑問を感じ、千葉に戻ってきて半年くらいいたんですが、とてもああいうところには一生住めないと思った。

それで地元に戻って商売しようと思ったときに、兄弟、身内が日和佐というところで漁師をしているので、自分も魚とつきあってきた経験から、魚屋を始めことにしたんです。で、たまたま通りかかったときに、現在のところに掘っ立て小屋があったので大家と交渉して、店を始めたわけです。

恵比須丸という名前は、もともと僕は、日和佐の恵比須浜というところの出身なので、そこからとったのですが、ただ恵比須だけでは落ち着きが悪いし、魚のイメージがないので、船を連想される丸をつけて恵比須丸としたんです。兄弟や親戚が日和佐で漁師をしているので、その関係の入荷が多いんですが、それ以外にも知り合いの業者を通じていろいろな仕入れルートを持っています。

現在、店の一部を改造して、居酒屋もやっているんですが、こちらも新鮮な魚やさざえ、あわび、カキ、伊勢海老の雑炊などを出しているんで、おかげで最近は満員状態でお断りもしていることもあり、毎日本当に忙しいです。

- - それがどういう経緯でインターネットでの注文を受け付けるようになったのですか。

とれたての新鮮なさざえ、あわび、伊勢海老などそのまま売ったり、また刺身などに加工して売ったりしていたんですが、客はどうしてもこの近所の人に限定されてしまう。たまたま通りがかった人が買って来て、その関係の口コミで地方にも宅配便で送ったりすることはありましたが、それでも限られていました。もっと全国に売る方法はないかと考えていた、たまたまそのときに、あるところからインターネットの誘いがあった。

そこで 25 万円くらい投資してみたものの、完全に委託だったせいもあり、半年間で注文はたったの 5~6 件。1 万円くらい売り上げただけだった。25 万円かけて、1 万円ですよ。インターネットもこんなものかなと思っていた矢先に、ネットスターショップ（事例 07 参照）の斎藤さんから話もちかけられて、もう一度やってみる気になったわけです。それから最初の数週間で 20 件近い注文があったのを手始めに順調に伸びています。

- - 最初の場合とネットスターショップの場合とどこがそんなに違ったのでしょうか。

一つはホームページのおもしろさかな。ネットスターショップの斎藤さんが作ってくれたのですが、僕の写真やせりふがのったりで、キャラクターを生かして作ってくれている。それが親しみやすく、注文しやすさにつながっているんじゃないでしょうか。

- - インターネットによる注文は、最初からご自分で受けていたのですか？

いいえ、最初的时候も、ネットスターショップ的时候も、パソコンは店に置いていなかったんです。インターネットで注文をとってもらって、こちらはファックスで受けるという仕組みです。1 年くらい前にパソコンを 1 台やっと入れましたけど、せいぜい魚の市場価格を調べるくらいで、自分ではメールを読んだり書いたりすることもできないし、またインターネットで情報を見たりすることもできないんですよ。本当は、自分でメールを読んだり、注文を受け付けたりしないといけないんでしょうけど。

（ 2 ）インターネット・ビジネスの現状

- - 現在、毎日インターネットを通じてどのくらい注文が入るのですか？

平均すると月に 70~100 件程度。暮れ、贈答シーズンなど多い月は 400 件くらいあり、店売りもありますから、一人では満杯状態ですね。正月などは手伝いの人に来てもらいますが、それでもほとんど一日中休めなくて、店の奥で仮眠している状態です。

今でもネットスターショップの斎藤さんが、メールで注文を受け付けて、返事や明細なども代理で送ってくれています。それだけでけっこう時間がかか

るし大変な労力なので感謝しています。こちらはファックスでその注文を受けて、品物を発送しています。

- - 注文受け付けが代理だと、細かい面で困ることはありませんか？

それはありますね。たとえばあわびの注文があった場合、サイズが希望と違う場合など、いちいちメールで了解をとらなければならないけれど、それができない。毎日、どういうものが仕入れで入ってくるかその日にならないと分からない商売なので、そのへんが難しいところですね。細かい対応は、店を賄っている本人でしか分かりませんから、将来的には、自分で対応するようにしたいとは考えていますが、今はその時間もとれないのが現状です。

- - 生鮮品でしかも生きたまま送るということになると、注文は 24 時間受け付けですから、ほとんど休みがとれない状態ですか？

そうですね、たとえば活魚を送るときなどは気をつかいますね。ただカキやアワビなどは数日間は生きていますから、多少調整はできますけどね。

- - それだけ忙しいと、収支的には大変儲かっている状態でしょうね？

毎年インターネットを通じての売上げは、2 割増、4 割増とおかげさまで伸びています。これも将来的にはどうなるかわかりませんが、現在でも合計 2000 件以上の客がついているので、店の財産になっていると思います。その中から、何度も繰り返して注文してくれる人も増えているので。ただ、店売りに比べる手、手間も経費もかかりますから、そんなに儲かっている、という気持ちはないですよ。

- - 商品の決済方法はどんなさっているんですか？ またこれまで課金などトラブルはありませんか。

一つは宅配による代金引換え方式。こちらは、宅配業者の一括コレクトサービスを頼んでいて、一週間ごとに精算して手数料を引いた額を銀行振込にしてもらっています。もう一つは、贈答品の場合、最初に銀行振込をしてもらい、確認後商品を贈答相手に送るようにしています。通信販売の場合、事前振込という強気の商売はあまりないと思いますけどね。

未回収という意味でのトラブルは1件もないですね。ただ最近、たまにイタズラ注文があるので、明らかにおかしいと思うものは事前に電話して確かめるようにしています。

またこちらは指定日に届くよう配送に出しているのですが、もし指定日に不在の場合は僕の責任ではないし、また配送日に届かない場合は、宅配業者の責任なので、そういう意味でのトラブルも今のところないですね。もし万が一、配送日に届かなかった場合は、宅配業者にその分の料金を負担してもらうことを条件に、もう一度同じものを注文されたお客さんに送るようにしています。こちらの品物の件で、客に迷惑はかけない、という心意気ですね。

- - インターネットで注文した客の反応はどうか？

実際の品物を見ないで注文するわけですから、もっとクレームがつくかなと心配していたわりには、クレームが少ないんですね。メールでの反応を見ると、みんなびっくりしたり、喜んでくれたり、こちらもうれしくなりますね。一度気に入ると、何度でも注文してくれますしね。生鮮品なので、僕のほうも気をつけて、電話で問い合わせるとか、いろいろ細かく気は配っているつもりです。

- - 恵比須丸にとって、ネットスターショップに加盟したメリットはどんな点でしょうか。

年間の売上が伸びてきている点、お客さんが全国に広がったという点でしょうか。利益率は店売りよりは下がりますが、確実に利益は上がっています。また何も宣伝しなくても、恵比須丸の知名度が上がっているのはありがたいですね。

でも、名前だけ有名になって、店の実質が伴わないとか、やたら儲かっているだろうと思われるのも困るし、いたしかゆし、というところですよ。一長一短がありますね。先日も、地方新聞に大きく紹介されたり、あまり有名になっても困るな、という気があります。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- 今後、インターネットも含めて、どうかたちで商売されていこうとされていていらっしゃるんですか？

売上げの経費率からだけ言えば、店売りだけで、のんびり昼寝でもしながら、客がくると出て行って商売しているほうが楽。でもそれだけでは先が見えているから、店売り、以前からのお客さんからの注文の配送、インターネットでの注文、それに居酒屋の4本を柱として当面商売していこうと思っています。少なくともインターネットをやめるということはまったく考えてないですね。

- 将来、インターネットをどのようなかたちで生活に組み込まれていくと思われますか？

今45歳ですが、いろんな仕事もしてきているし、ここ以外に行きたくもないので、今の商売でのんびり過ごしたいと願っています。店をどんどん拡大したいとも思っていないので、インターネットも活用しながら、ほどほどに食べていければいいやという感じですかね。

もしインターネットだけで売れるのであれば、店がなくても、育った海辺に掘っ立て小屋をたてて、そこでのんびりインターネットだけの注文を受けて生活できればいいなと思いますね。ただこれだけで食べていけるとは思えないですけどね。

(インタビュー / 1998年3月)

ネットスターショップ

URL : <http://www.ijinet.or.jp/saitoku/netstarshops>

齋藤賢治氏（齋徳株式会社副社長 / 37 歳）

概要

1995 年 10 月、四国で初めてのバーチャルモールとして開設。構成店舗は当初は 9 店、現在は 12 点。恵比須丸（事例 06 参照）はそのうちのひとつ。

運営会社の齋徳株式会社は創業 1872 年、125 年余の歴史をもつ老舗の総合食品卸業。実際の運営者は、同社の副社長で現経営者の子息。8 年間、東京で某大手ビール会社に勤めた後、家業を継ぐために U ターン。

自社の取引先を中心にバーチャルモールの開設を企画。経営者の父親には、老舗の卸業にはインターネットは不必要と猛反対され、とにかくトライするしかないともともと好きだったパソコンを生かして、コンテンツづくりを自ら手がける。

四国で一番早かった点、齋徳という老舗ブランドの信用があったことなどから、現在は徳島ではバーチャルモールの代名詞的に扱われている。商品配送や決済は各店舗の自主性にまかせているが、まだ恵比須丸以外は、突出して成功した例は少ない。ただ恵比須丸が牽引役となって、他の店に対する相乗効果も上がりつつある。

なお、構成する店舗は恵比須丸以外は、同社の取り引き先。恵比須丸は、たまたま同氏がドライブ中に通りかかり、買い求めた魚介類があまりに安くて美味だったことから、頼み込んで加盟してもらったといういきさつがある。

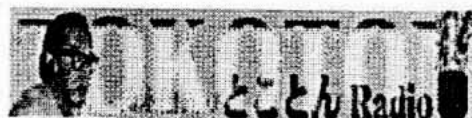
齋徳全体に占めるネットスターショップの売上はまだまだ問題にならないくらい低いですが、人件費、宣伝費がかからないことから黒字展開となっている。今後は徳島の名産品をさらに発掘し、紹介していく予定。

<p>手づくりお菓子を応援します。手づくりケーキ、クッキー、パン、和菓子などの材料を小売りしています。</p> <p>SWEET HOME SWEETS Sweet Home, Sweets</p>	<p>おいしい お豆腐 安全でおいしい 自然のめぐみいっぱい</p> <p>さとの雪</p> <p>徳島の自然をたっぷり吸い込んだおいしいおいしいお豆腐の販売</p>
<p>疲れ目に効く健康ドリンクから徳島の果物を使ったハニーパーモントまで</p> <p>ひとみのフルベリー</p> <p>健康ジュースは野田ハニー食品</p>	<p>本場の味</p> <p>本場鳴門わかめ、すだち 八百秀商事 本場鳴門わかめ、名産すだちなど徳島の本物の味をお届け！</p>
<p>活きあわび・さざえ・伊勢エビなら</p> <p>恵比須丸</p> <p>徳島県南の磯でとれとれの魚介類を活きたままお届けします。</p>	<p>TV-Reader Now Only \$69.50</p> <p>洋画ビデオに英語字幕を再生 英語学習にすごい効果！ アメリカのビデオソフトの80%には字幕信号が隠されている字幕信号を再生します</p>
<p>清涼な吉野川の水、天然塩、最高級小麦粉などを使った手のべそうめん</p> <p>オオカベ</p> <p>半田高級手のべそうめん</p>	<p>世界でここだけ・・・</p> <p>ちくわまんじゅう</p> <p>銘菓 ちくわまんじゅう 小松島名産の竹ちくわに似せて作られたちくわまんじゅうは世界でここだけ！</p>
<p>厳選された材料と職人の心意気の通じる和菓子をお届けします。</p> <p>山陽堂</p>	<p>徳島県の奥座敷木頭村で冬の間3か月かかって作られる和菓子の最高峰です。</p> <p>ゆずまるごと銘菓 遊餅子</p> <p>ゆべし</p>
<p>サンフランシスコから個性いっぱいショッピング情報</p> <p>Beyond The Pac</p> <p>ビヨンド・ザ・バック by T-Raders サンフランシスコからビンテージドイット車や結婚式、射撃などの情報満載です。</p>	<p>阿波御所名物 たらんぜん</p> <p>阿波御所名物、原料にこだわって作った、たらんぜんはコシが違います。</p>

PAGE END GO TOP



info@saitoku.com



[四国放送とことんラジオ]

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - ネットスターショップは四国で初めてのバーチャルモールと伺っていますが、そもそも企画されたのは、どんな趣旨からですか。

僕は東京で8年ほどサラリーマンをしていましたが、いずれ長男なので徳島に戻って、家業の食品卸会社「斎徳」を継ぐ意思はあったんです。だいぶ前から、地方の時代ということが叫ばれていましたが、依然東京一極集中時代は続いていて、情報の面でもその点は同じでした。その中で、地方と東京の情報の差を埋めるものはないかと模索していたときに、最初はパソコン通信に目をつけたんです。それが90年頃でたしかに、パソコン通信は東京であれ地方であれ、距離の差はまったく感じさせないことを実感しました。

その後、徳島に戻るために会社をやめましたが、斎徳の経営に携わる前に半年ほど猶予期間があったので、夫婦で世界一周旅行をしたんですね。その間にインターネットが急速に普及していて、しかもビジネスにも多いに活用できそうだということが実感できました。

で、父に相談したのですが、「問屋にインターネットはいらん」と耳も貸してくれない。そこで自分でやってみようかと決心した次第です。インターネットの場合は、新しく立ち上げるといっても資金的には非常に少なくすみすから、その点は気軽でしたね。

- - ビジネスとして立ち上げるにあたって、他のいろいろなケースは調べられたのですか？

ええ、実際にやってみると、こんなに簡単で手軽に世界に情報発信ができることに驚きましたし、逆に周囲ではどこもやっていないことが不思議でした。そこで、まず手始めにお菓子の「ゆべし」のホームページを作ってみたら、インターネットの黎明期だったこともあって、おもしろがって注文がくるんですね。そこで自社の取引先のお得意さんを中心に、徳島の売れるものを中心にバーチャル・モールを立ち上げてみようと思ったわけです。

ただ商品を並べただけでは売れませんから、徳島市を中心にいろいろ調べて、そうめん、豆腐、ブルーベリージャムなど商品の特色がわかりやすく、またアピールするようにコピーをいろいろ考えて、自分でホームページを作成し

ました。将来、もっとインターネットのビジネスがさかんになることを想定して、そのためのノウハウの蓄積という意味もありました。オープンは1995年10月です。

- - バーチャル・モールはそれまで四国になかったとすれば、計画をもちかけられたお店の反応はどうだったのですか？

モールの企画をもちかけられた店は、インターネットがブームになっていたこともあり、非常に反応は良かったですね。ただインターネットがどういうものが実際に知らない人がほとんどだったので、実際に実演してみせたり、またいろいろな説明会などに引っぱり出されてしょっちゅう説明していましたね。

ただ僕自身、そんなにインターネットでモノが売れるとは思っていないので、「インターネットでばんばん売れませ」と積極的に勧誘したわけではなく、あくまでもお店の自主的な判断にお任せしていました。インターネットもステ看板や電柱の広告と同じような側面がありますから、出して売れるとは限らないにしても、出していないといつまでも何も起こりませんから。それで良ければということで理解してもらって出店してもらっています。

- - 徳島市内から離れている恵比須丸（事例06）が加盟するようになったのは、どういういきさつからなんですか。

それだけは僕がこちらから強引に頼み込んだんです。たまたまクルマで通りかかったら、汚い店だけど、えらく新鮮で美味しそうなあわびやさざえ、カレイなどが安く売られている。しかもおっちゃんが一人でやっている。これだけ人件費もテナント代も削っているなら、売っているものは美味しいにちがいないと思って、ついつられて買って見たら、これがすごくうまい。

それでこちらからインターネットの話をもちかけて見たら、たまたまもう別のところのホームページにのせているという話だった。ただ完全な委託方式だったので、半年間で5、6件くらいの注文しかないという。こんなにいいものが売れないのはおかしいと思って、それなら、こちらの方で新しく始めませんかということで持ちかけました。

- - コンテンツの制作も自分でなされたのですか？

そうです。最初は1店舗から始め、モールのスタート時が9店舗、現在が12店舗ですが、全部自分で作りました。更新も自分でしています。当時は、まだ徳島にはコンテンツの制作を請け負うところはまったくなく、自分でやるをえなかったのが実情です。そろそろ手が回らない部分も出てきているので、もしこれ以上拡大するのであれば、外注することも考えざるをえません。最近、徳島でもそういうところが増えてきましたので。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 現在、本業の食品卸にとっては、どんな位置づけですか？

全体の売上はまだまだ微小です。でも私一人で運営していますから、人件費、宣伝費がかからないという意味では投資額とのバランスでは黒字ですね。でも労力という観点から見ると赤字かもしれない。でもやってみた成果はありましたね。少なくともお金をもらいながら、インターネットの情報が集められたり、ビジネスの機会が学べるのは収穫でした。

- - モール全体としての経営状況はいかがですか？

恵比須丸がネットスターショップ全体をひっぱってくれているという感じですね。恵比須丸にアクセスしたついでに他の店ものぞいて、気に入ったものがあれば注文するという相乗効果があがっています。注文は日本全国から。うどんなどは海外からもあります。

恵比須丸以外で売れているのは、ブルーベリー関係の製品が着実に売れているし、わかめも根強いファンがいて注文されたり、「ゆべし」もけっこう続けて注文される方がいらっしゃいますね。先日などは徳島出身の事業家が大阪に支社を開設されるので、その開店祝に900個も注文してくれました。インターネットを通じて徳島の名産品を検索しているうちに、ネットスターショップで発見されたいですね。それで例年の通販1年分くらい売ってしまいましたからね。

インターネットをしてみて分かったのですが、インターネットだけでは決して完結しないですね。1対1の細かいフォローをしないとイケない。それはどんな風な商売でも同じですね。

- - 商品の決済方法はどんなさっているんですか？ またこれまで課金などトラブルはありませんか。

発送も回収も店ごとの方法にまかせています。注文も恵比須丸以外は、それぞれの店で受けるようにしています。逆にそれぞれの店の個性を生かしてもらおうという発想です。

今後は決済方法についても検討したいと思います。現在スマッシュを採用している店もありますが、これはソニーのネットで宣伝してくれるというメリットはあるものの、それほどスマートな決済方法ではないという気がするんですよ。客に一番簡単なのはクレジット決済で、店にとっても代金回収が確実なのはありがたいのですが、手数料が高いのがネックですね。また店側にとっては事務手続きがけっこう繁雑なんですね。

- - インターネット・ビジネスを始めて、斎徳にとって何かメリットはありましたか。

幸い立ち上げが早かったので、会社の知名度を上げるのには貢献しましたね。徳島でインターネット通販と言えば、斎徳と言われるほど代名詞的になっていますから。それからあまり力をいれていないので、競合相手も増えてきましたが。

- - ネットスターショップという名前にされた由来は？

最初は、ネットショップ徳島という名前で立ち上げたんですね。私の知り合いが、アメリカのシリコンバレーにいて、一緒にビジネスを展開しようという話になって、実際にネットスターショップにもビデオ関係の店を出店してもらっています。それでユニバーサルなイメージを出すには徳島という名前は足かせになるだろうと思って、ネットスターショップにしたんですね。でも今は逆に、徳島というローカル限定の名前にしたほうが良かったかなと思います。いはじめ、名称変更も計画しています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

-- 今後、インターネット・ビジネスに関して、こうしたいという展望はありますか？

徳島の製品で全国に通用するものは、そうたくさんはないんですが、それでもまだ発見すればあると思うので、これからはもう少し、インターネットで売ることを前提にしたネーミングや商品づくりが必要かなと思います。たとえば、ここで紹介している「ちくわまんじゅう」などは、1000 円の製品で送料 1000 円かかりますから。

店の規模やアイテムにしても、ただたくさんあればいいというものではないので、たとえば恵美須丸なら、「あわび・さざえ・伊勢海老の恵美須丸」という風に限定してしまったほうがいいとも思います。何でもあります方式はどこでもやっていることなので。

ですからモールの規模も、何百店もあって見るのに苦労するような巨大モールにするより、客は衝動買いしたいわけですから、17 インチの画面でスクロールしなくても見えるような程度の構成でいいと思っています。

-- 将来、こうしたビジネスの形態は広がっていくと思いますか？

僕自身はオンラインショッピングがもっと伸びると思ったんですが、意外に伸びてないですね。通販がこれだけ伸びていますから、通販自体には抵抗はないと思うんですけどね。インターネットを立ち上げれば売れるという幻想が強いんだと思うんですが、それだけでは決して売れないですね。

恵美須丸が有名になったのも、ただインターネットだけで知られたわけではなく、雑誌、新聞など他のメディアで取り上げられたことが大きかったわけです。またインターネットでの注文にしても、立石さんが電話できめ細かく客に対応しているなどの要素も大きいんです。電子メールとホームページだけで完結しているわけではないので、やはり商売の基本に立ち返ることが重要だという気がします。そういう意味で、インターネットはそれだけで成立するものではなく、電話、ファックス、対面を含めたチャネルの一つではないと思います。

ただこれからは、インターネットを通じてのショッピングはもっと浸透してくると思うし、そうなればたとえば農産物や水産物を店を通さずに直接販売することも可能になりますね。そうすれば新規開店することに比べれば、設備費も建築費もかからないわけですから、コストの削減になって、新しいビジネスの可能性がいろいろ広がってくると思います。

(インタビュー / 1998年3月)

F i z s @

U R L : / / w w w f i z s c o m

(郷屋敷 U R L : / / w w w l a m e s h n e t o r j p / s a n u k i)

藤原弘臣氏 (株式会社フィズ@役員 / 25 歳)

概要

97 年春、男性 4 人で、インターネット・ビジネスのサポートを業態として、大阪市に株式会社 F i z ' s @ 設立。代表取締役は 39 歳、後の 3 人は 20 代の大学院生と学生。F i z ' s @ の由来は、それぞれの名前の頭文字をとったもの。' は字画の関係で挿入。また @ はすべての仕事にプラスオンして付加価値を高めていこうとのねらいから。しかし、登記上は @ は認められず、フィズーとなっている。- を入れているのは、これも字画の関係から。

まだオフィスはなく、名刺の住所、電話番号は電話転送センターのもの。メンバーは通常は、電話やメールでコミュニケーションをしており、必要なときには集まっている。そのうち業態が安定してくれば、固定的なオフィスの開設も考えている。

会社設立の契機となったのは、香川県の郷土料理店郷屋敷から讃岐うどんのインターネットによる販売を相談され、ホームページの制作を請け負ったことから。その後運営管理まで任されるようになり、現在に至っている。

現在、このような取引先が 6 件ほどあるが、物販は郷屋敷のみ。他は、情報提供、コンテンツ制作など。全般的にまだビジネスとして採算にのっていない。

設立当初は、インターネット・ビジネスのアウトソーシングは市場性があると期待していたが、アメリカとは異なり、思ったほどには伸びていない。

今後は、インターネット・サポートも柱の一つにしなが、人材派遣など他の業態も志向している。

のどごしに釜揚げうどんを召し上がれ。

精粹 讃岐料理

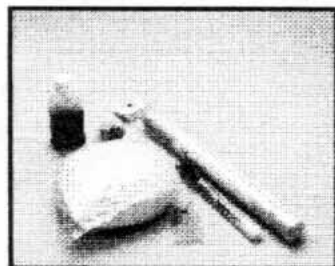
郷屋敷

GO-YASHIKI



詳しくはソニーさんに GOgo!

【インターネット限定商品絶好調】
インターネット用にこしらえています。さらに全国どこでも900円でお届けいたします。



- ・うどんこごっこ初級
(パッケージコストダウンセット)
- ・うどんこごっこ中級

写真はうどんこごっこ中級です。



お客様の声を掲載しはじめました。

当方のうどんは完全受注生産です。

- ・漆塗り木箱セット(6人前・9人前)
- ・折箱6人前
- ・紙箱3人前

うどんの注文



他では味わえない
うどんについて

- ・パッケージのこだわり
- ・四国産の細ネギ

- 私どもの意気込み
- お支払いについて
- 配送について

■注文入力フォーム
(商品を既にご存知の方)

- 当店はこんな所
- お昼の料理一覧
- 部屋の紹介
- 私どもの従業員
- 当店周辺の観光案内
- 女将さんのコメント
- 料理長のコメント
- 讃岐うどんを打つ
- 当店までの道のり
- 部屋の予約(工事中)
- マンガ栗山

●トピックス

ここでは、トピックスなどの最新情報をお知らせ しています。
ここをクリック

●随筆 讃岐

これは、必見です。
当店を旅行記の形式で隔々まで紹介しています。

シコ クニイ
電話 (0878) - 45 - 9211 (代)

精粹讃岐料理郷屋敷
香川県木田郡牟礼町大字大町1987
E-Mail sanuki@mxw.meshnet.or.jp

お客様リンク
ガンバを応援する山本さんのホームページへ
いつもご愛用してくださっている方に感謝をこめてリンクさせて頂いています。

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 現在の会社を設立された経緯について教えてください。

1997年4月に、株式会社F i z ' s @を設立しました。そのしばらく前からインターネットがブームになっていたので、それに注目して、インターネットをサポートするさまざまな仕事を目的として、男性4人で会社を設立することにしました。メンバーは代表者は39歳ですが、後は大学生や大学院生でした。僕も大学院生で、今年の春修了予定です。

- - そうすると、最初からインターネットをビジネスの主要な柱として会社を設立されたわけですね。パソコン通信ではなくインターネットが前提だったんですか。

そうですね。パソコン通信は最初から念頭になかったですね。もともとは、コンテンツの制作よりパソコンを使った遠隔操作のビジネスを考えていたんですが、いずれにしても、インターネットがなかったら成立しなかった会社でしょうね。

- - F i z ' s @というのは変わった名前ですが、どういう由来があるんですか？

これは非常に単純でして、それぞれのメンバーの頭文字をとったものなんです。'がついているのは、たまたま占師に見てもらったら、字の画数が良くないということで付け加えたんです。@は、いろいろな仕事に付加価値をつけていこうという気持ちのあらわれです。ただ英語や@は株式会社の登記上認められていないので、正式名称はフィズーです。-をつけたのは、これも画数の問題からです。

- - インターネットという最先端のビジネスを始めようという方々が字画や画数にこだわるというのもおもしろいですね。現在は、どういう形態で仕事を進められているんですか。

オフィスの住所は大阪市ですが、実際にオフィスを持っているわけではなく、契約している電話転送センターの住所を借りていて、電話もその転送センターの番号です。固定費を抑えるという名目もあるのですが、実際にオフィスがなくても仕事ができるので必要としていないという面もあります。

メンバーはそれぞれパソコンを持っているので、メールや電話などでやりとりして、必要なときだけ会うようにしています。だいたい1週間に1回くらいのペースです。現在、設立当初の4人のうち、1人は別の仕事を始めたので、3人で運営しています。

- 設立に関わった皆さんは、それまでインターネットについて専門的に学んでいたり、ホームページの作り方などに精通していらしたんですか？

いいえ、私自身文化系ですし、それまでインターネットについてちゃんと学んだことも、サーバーの構築などを知っていたわけでもないです。そういう意味では、まったくノウハウはなかったです。ですからシステム構築よりも、運営などソフトの面で仕事ができればと思っていました。

- 現在、大学院生ということですが、同時に会社役員という二つの顔を持っていらっしゃるわけですね。現在、Fiz's@にさいていらっしゃる時間やエネルギーはどのくらいですか。

大学院の研究はもう終わったので、現在は、ほぼ100%会社のために時間とエネルギーを費やしています。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- 現在は、讃岐うどんの「郷屋敷」のアウトソーシングとしてインターネット・ビジネスを展開されていると伺っていますが、その経緯を教えてください。

たまたま会社設立前の96年に、代表者が「郷屋敷」の経営者と知り合ったんですね。郷屋敷の経営者も、通販をしたいという意思があって、以前郵パックでトライしたけれど、あまり実績が上がらなかったらしいんですね。で、当時、讃岐うどんのインターネット・ビジネスで成功した有名な例があって、インターネットに関心もあったんですね。そこで、ホームページを作る企画を持ちかけたわけです。われわれにとっても、インターネットをサポートするビジネスを展開する上でのテストケースでした。

最初からすべてアウトソーシングすることは考えていなくて、ホームページの制作やコンテンツの更新を請け負っただけのつもりだったんですが、経営

者が非常に多忙で自分で注文の管理などができなくなってしまったので、しだいに注文の受け付け、メールの管理などもするようになりました。現在は、メールで注文が来ると、それをファックスで郷屋敷に送ったり、メールの代筆などを行っています。

- - 郷屋敷のホームページを立ち上げた反応はいかがですか？

反応はかなりいいです。インターネットでモノが売れるかどうか半信半疑のところもあったのですが、郷屋敷のホームページを立ち上げた 96 年 12 月には、特に広告宣伝活動もしなかったにもかかわらず、直後に 10 件くらい注文が来たので、手応えは感じました。

現在も継続的に注文は入っています。ただ郷屋敷はもともと古い武家屋敷をそのまま生かした郷土料理の店で、観光客も対象にしていますので物販自体にはそれほど力を入れていないんですね。讃岐うどんも土産に売っている程度ですから、インターネットで注文を受け付けるようになったといっても、売り上げ的には微々たるもので、まだとても経営の柱にまでは至っていません。

- - 実際に販売代行まで引き受けてみて良かった点、困った点はどんなところですか。

良かった点は、ビジネスとして新しい分野を発見したということくらいでしょうか。またインターネットの活用という面でも勉強になりました。困った点というのは、最初はホームページづくりだけのつもりだったのが、運営まで引き受けるようになって、注文がたくさんきて、面倒くさかったというのがホンネですね。労力的にはぎりぎりペイするところです。

- - 郷屋敷の成功がきっかけになって、現在は何件くらい得意先があるのですか？

現在近畿圏を中心に、いろいろな業種を 6 件くらい引き受けていますが、販売まで手がけているのは郷屋敷だけで、後は情報提供型ですね。たとえばあるホームセンターからは、DIY の相談コーナーの作成を請け負っています。この相談コーナーに届いたメールを読んで、回答するというものです。

その他、まだテストケースというところが多いのです。扱う商材が難しかったり、先方とインターネットに対する感覚の違いもあったりで、なかなか難

しい面が多いですね。

- - この領域で競合相手の同業社はあると思われていますか？

外部から見れば、ホームページを制作するところはみんな同じに見えると思うんですよ。でも、運営を引き受けて販売代行までしているところは、それほどまだないんじゃないでしょうか。少なくとも、私は聞いたことがありません。

- - 会社はまだ設立後 1 年もたっていないのですが、見通しとしてはいかがですか？

1 年近く模索してみて、インターネットはもともとボランティアベースで生まれたものなので、それをベースに事業を行ってもまだパイが小さいということを実感しています。儲かるということは当分ありえないんじゃないでしょうか。

- - 現在、インターネット・バブルとも言われているように、インターネットを利用したいというニーズは非常に高いけれども、自分ではそのノウハウを持たない小さな会社や店も多いので、そのアウトソーシング機能としてのビジネス・チャンスはあるような気もしますが.....。

低資本で誰でも参入できるという点ではビジネス・チャンスはあると思います。ただ、そこから一定以上に拡大しようと思うと難しい。そんなにオンラインショッピングに人はお金をつぎこまないですから。アメリカと日本のショッピング事情の差もあるようですね。

- - ただ会社は、その部分をドメインとして立ち上げられたわけでしょう？ 他に何か事業はされているんですか？

現在、S E の人材派遣事業の構築を進めていまして、今後そちらの方向にシフトする可能性もあります。現在は私自身も派遣ビジネスを学ぶために、派遣される身となって、この 2 月から東京で研修生活を続けています。もうしばらくはこの生活を続けて、将来の派遣ビジネスのためのノウハウを学びたいと思っています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- 現在、固定的なオフィスは持たれていないのですが、将来ともバーチャル・オフィスで運営される計画ですか？

それは環境によると思います。将来拡大をめざすのであれば、完全なバーチャルでは人材が獲得できないことになるので、オフィスを持たざるをえません。たぶん1年以内にもつことになるでしょう。

- 今後、会社としてインターネットを使ったビジネスの展望はお持ちですか？

いくらでもあるんですが、今のところ絵に描いた餅に終わっているのが現状です。たとえば郷屋敷の場合も、店主がにこっと笑ってこちらを振り向くのがおもしろくて注文されるケースもけっこうあるんですね。そのキャラクターに親しみを覚えて、メールを送ってくださる方も少なくない。最初は店主のゴーストライターみたいな感じでメールを代筆していたんですが、途中で気がとがめてやめました。でもこれからは、そういうユニークな店やおもしろいキャラクターの店をいくつか立ち上げて、集中的にサポート・管理していくビジネスはありうると思うんですよ。

その場合、すぐ儲けにつながるというよりも、インターネット上の電子メールのアドレスが重要になります。アドレスを持っている店や個人がビジネスをする場合の人間関係をうまく構築してあげれば、セールスがダイレクトにできると思います。そういう運営本部を作って、その売上げをベースに、新たなビジネスを展開するのが理想ですけど。

- そういう意味では、インターネットに関心があるけれどもノウハウを持たない個人や店でユニークな個性を持ったところなどの発掘の努力はなさっているんですか。

途中まではその努力もしたんですが、体力が続かないんですね。ですからその代わりに、大阪で、そういう方たちを集めて何回かセミナーという形式を実施しました。その中で知り合ったお客の何件かが現在のクライアントになってくれています。皆さん、関心はないことはないですが、実際にやるころまではなかなかいかないようですね。

- - 今、インターネット・ビジネスがブームですから、関心を持たないと乗り遅れてしまうというあせりがあるのでしょうか？

それは東京と大阪ではかなり違いますね。東京ではたしかにそういう傾向が強いのですが、大阪ではまだそうでもないですね。

- - これからインターネットをサポートするビジネスを展開していく場合の一番のネックは何だと思われますか。

難しいところですね。結局、アイデアが先行する世界でなるべく早く参入しないといけないので、初期投資を回収できるまで赤字の時期を乗り越える基礎体力が必要なわけですが、われわれのような小さな会社にはそれがありません。大手が参入している事例でも、あまりペイしてないですからね。そのうちペイするにしても、その間いいものを作るための資本投下を続けていかざるを得ない。それがわれわれの一番のネックですね。またタダに近い安い報酬で働いてくれる優秀な人材を確保することも困難です。

- - そのあたりの企業風土は、日本とアメリカではかなり違うと思われますか。

そうですね。ヤフーなどが一番いい例ですが、あれはもともとアメリカの学生がおもしろがって始めたものだった。それをサポートするベンチャーキャピタルがあり、また運営する経営能力もあった。そのあたりが日本との違いを一番感じますね。

- - 日本はベンチャービジネスにとっては厳しい状況がまだ続くと思いますが、現在の会社に対しては、どういう意識をお持ちですか。

一応、役員ですから責任は発生しますが、一生ここに続けるといような気持ちはありません。それは他のメンバーも同様だと思います。

個人的には、今年春の大学院修了後も、フィズの活動は続けますが、将来はシリコンバレーでベンチャーキャピタルの仕事をしたいという夢があります。ですから今は、そのための資金稼ぎと割り切っています。ただ仕事が安定しないと、自分の夢も結婚も実現できませんので、それまでは懸命に頑張るつもりです。

(インタビュー / 1998年3月)

オフィスM

URL : /www.2marinet.or.jp/mutsumi

田上睦美氏（有限会社オフィスM代表 / 31歳）

概要

1995年10月、20代後半で有限会社「オフィスM」設立。現在約1100人の在宅ワーカーを抱えたバーチャル・カンパニーとして、データ入力、ソフト開発などの仕事を精力的にこなす。実際恒常的に稼働しているのは50~200人程度。

JR駒込駅近くのワンルーム・オフィスに常駐するのは一人で、電話対応、仕事の進行管理などほとんどの機能はアウトソーシングしコスト低減化をはかっている。当初はパソコン通信のニフティフォーラムで在宅ワーカーを組織していたが、現在は完全にインターネットへと移行。仕事の発注、データ送信などをインターネットを通じて行い、直接対面しながらの打ち合わせや作業はほとんどない。

現在の物理的ネックは在宅ワーカーへの銀行振込で、ATMを通じた振込処理に時間が膨大にかかることから、一日も早い電子決済の標準化を待ち望んでいる。

会員相互の交流やコミュニケーションにはほとんど関心がなく、ビジネスを通じたつながりと割り切っている。今後は、インターネット版テレビ電話を導入して、さらにスムーズな仕事の展開を計画している。

今後、人材派遣も含めてワーキングスタイルは多様化するが、インターネットを利用した在宅ワーカーによる仕事の形態は産業社会の要請からも広がっていくと予測する。

将来の展望はアジアでのネットワーク化をはかることであり、志は「世界一のSOHOをめざす」とはてしない。

SOHO'S 24の広場




みなさん、ようこそ「SOHO'S 24」の広場

へ。
SOHO (ソーホー) とは Small Office Home Office の略で、つまり自宅でパソコン等と通信機器を利用して働く、カッコイイ21世紀型のワークのことをいいます。「SOHO'S 24」はそういうSOHO達の広場で、もちろん海外在住の日本人やアメリカ人、ドイツ人、イタリア人から宇宙人(?)まで参加して、24時間営業しているオフィスコンビニなのです! えっへん!!!おっほん!!!ゴゴゴ...

で、その広場を主宰しているのが、オフィスMという小さな会社で、その会社の代表兼小間使いが、田上睦美 (タガミムツミ) です。

一コーディネーター、フリーディスト、HPデザ

このページが正しく表示できない場合は、こちらをクリックしてください 

● SOHO'S スクール受付中!

一オフィス M一
mutsumi@marinet.or.jp
Tel/Fax 03-3943-8250

● SOHO'S 会員募集中!

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 「オフィスM」を開設された動機と現在に至るまでの経過を簡単に教えてください。

有限会社オフィスMを設立したのは95年11月。それまでは会計事務所にいた経験を生かして、個人で経理の入力や会計ソフトの導入の仕事をしていました。月末になると入力業務が集中するので、一人でこなすのは難しくなり、在宅で入力業務してくれる人をネットワークすれば、効率よく仕事がこなせるのではないかと思ったんです。有限にしたのは、どこかと契約するとき個人ではダメと言われたからです。名前の由来は、睦美のMからとりました。

その頃はまだインターネットはそれほどブームではなく、ニフティサーブの在宅ワーカーのフォーラムで呼びかけたりしていました。その時点で先のことも考えて登録を呼びかけたところ、80名くらい登録してくれたんです。内訳は在宅で仕事をしたいという主婦の方が多かったようです。それからだんだんインターネットに比重が移ってきて、こちらで本格的にビジネスをしようと思ってホームページを作りました。96年のことです。コンテンツは登録しているメンバーにお願いしました。

現在は有限会社の形態ですが、常時オフィスにいるのは私一人。電話対応などほとんどの機能はアウトソーシングしています。恒常的に仕事をお願いしている契約スタッフの男性が一人いますが、彼も在宅で仕事をしています。彼とはニフティの在宅ワーカーのフォーラムを通じて知り合ったのですが、やはりやりとりは、メール、電話などが主で、直接会うことはほとんどありませんね。

- - 20代後半での起業ということになりますが、ちょうどその頃インターネットも普及しはじめていて、その波が重なったところでしょうか。ところで会社設立から約2年半たつわけですが、その間で大きな変化はありましたか。

以前個人で仕事をしていた時に比べて、複数の会員を使って仕事ができるようになったので、仕事の規模が大きくなりましたね。経費という点では人件費が増えた分、それほど節減になっていないかもしれませんが、私自身が作業に従事しなくても良くなったので、営業やマネジメントに徹する時間が増えたように思います。

もう一つはパソコン通信を使わなくなった、ということですね。ほとんど今はインターネット中心で、雑誌などにURLを紹介してもらったおかげで登録会員もずいぶん増えました。現在会員は1100人、男女比は7対3。年齢は下は学生から上は50代まで。在宅で仕事をしたい主婦が多いですが、ダブルワーカーの人もいれば、これから独立したいと考えている会社員もいます。

毎月常時仕事をしてもらっている人は50人程度です。ただそれも仕事によって変動があり、たとえばこれから受注する仕事は規模が大きくて200人くらいは必要とします。1000人全部に仕事がいきわたるのが理想ですが、そこまでいなくても、もう少し稼働率が上がるといいんですが……。

- - 今後たとえば株式会社など、組織的に拡大していく方向性は考えていらっしゃるのですか？

それがビジネス上有利であるなら考えます。私自身、有限であることのデメリットは感じていませんが、目標としては次は株式にしたいとは思っています。大企業によっては株式にしたほうがつきあってもらえる可能性が高いですから。ただ株式にしても、仕事の仕方は現在と同じです。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 現在、田上さんにとっては完全な本業ですね。

そうです、もちろん。

- - 会員を使った仕事は具体的にはどんな風にされているんですか？

仕事はソフトの開発、データ入力、DTP編集、名刺印刷とさまざまで、登録会員に合った仕事を提供しています。たとえばデータ入力の仕事を受注した場合、納期、仕事の内容、仕事に必要なソフトなどを紹介したメールを会員あてに送りますが、そうすると一時間もしないうちにエントリーが殺到します。基本的には早いもの勝ちです。データ入力でしたらそれを圧縮して私のところに送信してもらい、クライアントによって最終的にはデータ送信したり持参したりします。

- - 報酬の支払いはどういう風にされているんですか。

納品報告書をメールで提出してもらい、月ごとに締めて銀行振り込みをしています。これだけは経理出身の私が全部担当していますが、毎月末になると大変で銀行のATMで2時間くらいかかったりします。早く電子決済にしたんですが、今いろいろ試行されているうちのどれが標準になるか分からないので、目下状況にらみ、というところです。

- - その他の業務はどんなものがありますか。また商品などは扱っていらっしゃいますか。

会員向けにパソコンやインターネットの基本的な講座も開いています。まったくの初心者もいるので、圧縮・解凍など基本的なことから教えています。単一の講座の単価制にしていて、好きな単位だけ申し込めるようになっていきます。みんなそれぞれレベルが違うので、一括してまとめて教えるより、それぞれのレベルによって細かい単位のレッスンにしたほうが良いと思って。

毎月会員向けにニュースレターを配信しているんですが、そこで会員専用コンピュータ関係のツールやソフトなどの割引販売を呼びかけています。将来的には会員相互の売買情報なども提供したいと思っています。

- - 現在の経営状況はいかがですか？

設立当初から赤字にはならず、なんとか黒字にはなっています。

- - 現在、女性のSOHOも増えていますが、オフィスMの他社との違いはどこにあると思われますか？

ほぼ完全にバーチャル・カンパニー、ということでしょうか。在宅ワーカーをネットワークした組織は、対面しないことを前提にしても、けっこう打ち合わせやアウトプットの受け渡しで会いにくることを要求するケースが多いと思うんですね。でも、ウチは会ったことがない会員がほとんどだし、逆にそういう関係で仕事をするのでなければ、インターネットを活用する意味がないと思っています。

- - これまで、会員の顔を知らないことによるトラブルなどは発生していませんか。

特にありません。ただ一度だけ、地方の方に資料を送付してお願いしたところ、急に当人が海外に行くことになってしまい、連絡が行き違いになり、電話してもメールを送っても連絡がとれないことがありました。そのときは、同僚の人が気にして仕事を肩代りしてくれたので、事なきをえましたが。

これから問題になりそうなのは、たとえばデータ入力の場合、原データを会員の自宅に宅配便で送るのですが、不在のことが多いので、その遅配、紛失などの問題ですね。それからインターネットのメール機能やサーバーがダウンしたらどうしようかなどの不安はありますね。

- - ネットワークと言うと一昔前は、異業種交流に代表されるような対面型のイメージがありました。が、会員同士の交流などはどう考えていらっしゃるのですか？

とりあえず今は管理が大変なので、私を介在させたメールでの一方通行です。私としては、会員同士が交流することにはあまり関心がありません。グループを組んで仕事をする場合、お互いがメールを通じて交流することはあるでしょうが、こちらとしてはきちんと仕事をこなしてくれればそれで満足で、対面することによってグループ化した、派閥的な関係が生じるのも困りますから。

ただ会員同士は打ち合わせに対面する必要はないんですが、私自身は、営業で企業回りをしたり、打ち合わせなどで対面での仕事が多いです。ネット上だけで仕事がとれるとは思っていません。ホームページだけで仕事を発注してくれるケースも徐々に増えてきてはいますが、それでも月に1件あるかないか、ですから。

- - 1000人も会員がいると、能力や素質の点で差が出てくるとは思いますが、それが把握しきれない問題はありませんか。そういう意味で、登録会員のスタッフ管理はどうなさっているんですか。

最初の登録時に、所有パソコン機種、使えるアプリケーションなどかなり細かく尋ねてプロフィールや技術面の能力を把握しておきます。最初は一度内部で軽い仕事をお願いして、そのレベルを判断することもあります。また新しい仕事に全員新しい人を頼むのはリスクが高いので、何度か頼んで経験豊

富人をリーダーにしたり、数人必要な場合は、経験者と新しい人とをまぜるように配慮しています。

私は現在は営業に専念しているので、実際の会員のマネジメントは、在宅の男性社員（50代のフリーランサー）に任せています。彼が会員の技術面でのランクづけをしたり、得意・不得意を把握するようにしています。また仕事全体の進行管理もやってもらっています。女性会員が多いので、それをまとめるには男性のほうがふさわしいかなと思ったものですから。むしろ私と同年代の女性が多いですから、私が管理するのは難しい面もあります。

- - 在宅をベースとする仕事の形態は、女性、特に主婦に向いていると思いますか。

女性はライフステージごとに生活や意識も変わりますから、お互いに拘束しあわないで仕事ができる点では向いていると思います。それに時間が自由になる、という点では有利でしょうね。ただし報酬の点では、データ入力しかできない場合は、生活を支えるのは難しいですね。月5万円あればいいと思う人は、その範囲できっちり仕事をしてくれればいいわけですが、それ以上のことができるようにするためにはもっと自己研鑽する必要があると思います。またうち自体も会員の能力を高めることによって、いい仕事をしていきたいですね。

- - こういう仕事はインターネットなくしては不可能ですか？

そうですね。以前、ニフティサーブを利用していた頃に比べると、会員数も増えましたし、またやりとりできるデータ量が比較にならないほど増えたので、やはりインターネットなくしては今のような現状は考えられないですね。

少なくとも見積りなどはインターネットを通じて、大手企業にも気軽に出せるようになったのはインターネットならではのですね。特に、ソフトウェア関連は、ネット上で見積りを出し、仕事を発注するにもまったく抵抗がないですね。そのほうがやりとりが早いからです。まだまだ一般の企業はそこまでは普及していませんが.....。

- - 田上さんは在宅ワークを支援するという方向でビジネスをされていますが、一方派遣社員というワーキングスタイルも女性を中心に人気が出ています。今後は企業側から見てどちらの方向によりシフトしていくと思われますか。

企業にしてみれば、自社に来てくれる派遣社員のほうが一見効率がいいかもしれませんが、ただし人材派遣の場合、能力が低い人ほど時間がかかりますが、報酬は時間計算ですからコスト高になると思います。また誰が派遣されるかわからないから、仕事のでき上がり状況や時間にばらつきが出ると思います。

それに対してウチの場合は時間制ではなく、完全出来高制ですから、それほど見積りと変わらない範囲で仕事がこなせます。また必ず検品していますから、基準に達していなければ返却して納得できるまで訂正させています。時間的にも短い場合は受注後3日とかタイトですから、そういう意味でもウチのようなやり方がふさわしいと思います。

- - これから先、田上さんが実践されているような形態は広がっていくと思いますか？

そうですね。本当に大切な部分だけ内部に抱えて他の部分はアウトソーシングしていく方が負担が少なく、コストも低減されるので、今後こうした形態は広がっていくと思います。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 今後はどんな展望をお持ちですか。

現在数は少ないんですが、海外にも会員がいるので、将来言語の問題が解決できれば、このネットワークを海外にも広げていきたいですね。特にアジアには興味があるので、そちらの方向にも広げていきたいという夢もあります。英語でのやりとりでしたら問題ないですけど、各国語対応のソフトをいれなければ読み込めないで、現在ではまだ壁がありますね。

また実験的にインターネット版テレビ電話を導入することも考えています。顔を見ることがそれほど重要とは思わないけれど、それでスムーズに仕事が進むなら導入してもいいかなと思って。

- - S O H O と言うと、女性・家庭がキーワードですが、田上さんご自身は？

独身で現在親と同居しています。ここは完全なオフィスです。今は生活のほとんど全部が仕事で占められています。自分の時間と言えば、せいぜい息抜きにエアロビクスに通う程度で、それ以外の時間は全部仕事、仕事、仕事ですね。

自宅でS O H O化してもいいんですが、基本的に都内に受け皿としてのオフィスがあったほうが何かと便利なのと、自宅を事務所化して両親に迷惑もかけたくないので、このワンルームをオフィスとして使っています。

有限会社を作ったのも、扶養家族がいなくて失うものも特にないから、という要素が大きかったと思います。両親は、海のものとも山のものとも分らないインターネットなんてと、とりあえず反対しましたが、私は勝算があったというよりも、とにかくやってみたかったんです。

- - 今後もし結婚、出産などで家族構成が変わっても、同じような形態で仕事を続けられますか？

そうですね、そう思います。反対するような人とはたぶん結婚しないでしょうから。ただ子供ができたりして育児に手がかかるようになったら、もしかしたら社長を誰かに交代してもらうかもしれません。変な話ですが、自分自身S O H Oは難しいかなという気もします。たとえば納品物に問題があるから、すぐ来てほしいと言われても、すぐ対応できない場合もあるでしょう。今は一人ですから、何をさておいても謝りに行くことはできますが、子供を一人置いていくわけにもいかないし、かといって連れていくわけにもいかないし。

仕事ではどんなことでもこなしていく自信はありますが、子供となると、今の仕事に加えて、これ以上責任をおう自信はこの年になってもまだできないですね。かといって親に孫の世話をおしつけるのも、ちょっと抵抗があります。できれば、普通に子供がいて仕事もして、そんなに儲からなくてもいいけれど、今のような仕事の状態が維持できる - - 難しいかもしれないけれど、これが理想ですね。

- - そのためにインターネットは強力な武器になりそうですか？

そうですね。ただ日本社会の企業慣行ではいまだに、対面して打ち合わせをしなければ、という意識が支配的なので、そういう体質自体が変わってほしいと思います。会わなければいけない時はもちろん会いますし、それが面倒なわけではないけれど、不必要な場合まで会う習慣は減らしていきたいものですね。

本当は、将来は事務所レスにしたいんですね。現在もノートパソコンと携帯電話で喫茶店で仕事するなどモバイル・オフィスの実験はしていますが、ただパソコンが小さいとやりづらいので、クルマを改造したモービル・バーチャルオフィスなんかあったらいいなと思います。それなら事務所レスも可能ですね。カバンだけだと持ち歩くのに限界がありますから。自宅でもどこでも同じ状況でできれば一番いいんでしょうけどね。

- - 「世界一のSOHOをめざす」というキャッチコピーがホームページにのっていますが、志はそれですね。どうもありがとうございました。

(インタビュー / 1998年2月)

ポートネットサービス

URL : /www.portnet.co.jp

上野千里氏（有限会社ポートネットサービス代表 / 37歳）

概要

サラリーマンの夫が個人的興味でインターネットを始めたいと専用回線を引き、月24万円の専用回線料金を捻出するために、インターネットの商用利用が可能になったのを機に、1994年4月、夫の奨めで妻が個人でインターネットビジネスを開始。

業務内容は、コンピュータの中古販売、コンピュータ周辺機器の買い物代行、レンタルサーバなど。特にコンピュータの中古販売は日本初、しかも主婦が始めたということも重なって、業界やマスコミからも注目された。コンピュータの中古販売は、その後大手の進出のために中止。買い物代行は思ったよりビジネスにはならず、現在は、レンタルサーバがビジネスの中心になっている。

最初は夫も休日にはコンピュータの中古販売を手伝ったが、間もなく手伝わくなり妻がひとりで運営。しかし、夫は家事を手伝い、妻のビジネスを間接的にサポートしている。仕事の形態は、自宅2階の6畳間にコンピュータ7台を置いてオフィスとし、1階に1台置き、家事をしながらでも仕事ができるようにしてある。

約4年間で、開業資金の200万円は回収、7台のコンピュータの設備投資をし、個人から有限会社にし、月々の経費は払っているが、儲るところまではいかない。現在は回線料金が月5万円になり以前より経費がかからなくなったので維持できている。

インターネットを介在させれば、ビジネス・チャンスはアイデア次第と思っている。今後は、コンピュータを使いこなせていない人のための「トラブル110番」を展開していくのが願い。



ゴミや動物のポイ捨てはやめましょうね。

047938 1996/03/03 より

● CMコーナー

野田市で行なわれる催し物
レンタル料金が変わりました
かもめサービスをご存知ですか?
一般住宅からビル建築・治療院までどんなことでもご相談ください。
花粉でお悩みの方に朗報
日本生まれの定住外国人の結婚・就職のお世話します。

● 企業のホームページ

[イラスト/ホームページデザイン] [離婚男女のネットワーク・カラットクラブ]
[義経焼/米沢うまいもの屋]
[旭化成商事サービス・タバコ・ペットの消臭繊維入り植木鉢]

● 個人のホームページ

[山形県米沢市観光案内]
[身体障害者に関する施設及び設備のデータベース]
[でたとこどらいぶ (上野 俊一)]
[nanno Japanese POPS Garden]
[コア技研 (謎の団体の活動報告・山形県米沢市観光案内)]
[ソニー (株) アメリカンフットボール部 Home Page]
[チサトの独り言]
[野田市産業祭] [野田市のお話] [あすなろインターネットクラブ]

● ポートネット・サービス内容

[今日の出来事] [ご挨拶] [買い物代行] [中古カタログ]
[技術情報・ハード関係・ソフト関係・PPPの設定]

ご意見、ご感想をお寄せ下さい。E-mail: chisato@portnet.co.jp

[常磐&東武野田線時刻表] [レンタルWWWサーバーについて]

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 自宅でインターネット・ビジネスを始めようとした動機は、どんなところにあったのですか？

インターネットに出会ったのはかれこれ 10 年も前のことです。そもそも私はアマチュア無線をやっていまして、無線仲間のアメリカ人を通じて当時の最先端の情報を入手、それがインターネットだったわけです。すでに、わが家にはコンピュータがあったので、日本でもインターネットができるようになると、主人がやりたいと言い出し始めました。

- - ずいぶん早い時期にインターネットを始めたんですね。コンピュータも高かったでしょうし、回線使用料も現在とは比較にならないくらい高かったのではないですか？

ええ、当時は専用線を引かなければインターネットはできず、この専用回線料金が月 24 万円だったので、この費用を捻出する方法としてインターネットを使ってビジネスをする方法はないかと、いろいろ考えたわけです。で、インターネットの商用利用が可能になったのを機に、主人の奨めで個人で始めたのです。1994 年の 4 月のことでした。

- - ビジネスを始めるにあたって、どのような準備をされましたか？ また最初は、どのような内容のビジネスをしようと思われたのですか？

インターネットを使ってビジネスをするためにワークステーションが欲しくて中古品を探していたところ、個人で購入可能のものがたくさん見つかったんです。それに、当時はまだまだコンピュータは値段が高く、個人で持つにはなかなか新品には手がとどきませんでした。主人は半導体の製造工場に勤めていまして、主人の仲間に中古でもいいからコンピュータが欲しいという人がけっこういて、そこでコンピュータの中古販売ならいけるかもしれないとヒラメキがあったのです。

早速、それに向けて行動を開始しました。まず、自分たちのための中古品を探していた時に知り合いになったコンピュータのリース会社 1 社と引き取り会社 1 社と提携、これで自宅脇に事務所用のプレハブ住宅を建て、仕事用のコンピュータを購入しました。開業資金は約 200 万円でしたが、提携した引き取り会社が融資してくれました。こういう経緯で「ポートネットサービ

ス」が誕生したわけです。

その当時は、個人がインターネットでビジネスをするケース自体非常に珍しく、インターネットでの買い物代行やコンピュータの中古販売は、日本で初めて私が手がけたと言っても過言ではないでしょう。そのためか、業界やマスコミから大変注目されましたね。

また、レンタルサーバもビジネス化しました。具体的には、情報発信の代行サービスで、発信用のコンピュータを持っていない人向けに、コンピュータの利用、ホームページの作成、運営・管理までやっています。

- - 買い物代行を思いついたのは、どういうきっかけからですか？

私は千葉県野田市に住んでいて、時々、コンピュータのソフトや周辺機器を購入したり、情報を仕入れるために、秋葉原に行っていたのですが、都心に勤めている友人から、秋葉原に行くなら買い物をしてくると頼まれたのです。毎日都心にいるのになぜ頼むの？とその友人に聞いてみると、買い物をする時間がないというではありませんか。それなら、どうせ行くのだからと、友人の頼みを聞いてあげることにしたのです。

この時の経験から、都心にいても秋葉原に買い物に行けない人がいる、それなら北海道や四国や九州の人はどうなのだろうか？ 秋葉原は世界でも有名な情報機器販売店の集積地だから、品揃え、価格の点で地方の人は魅力を感じているはずと、買い物代行業を思いついたわけです。

- - インターネット・ビジネスを日本での草分けの時期にやり始めて、しかもアイデアが豊富で目のつけどころがよかったという印象を受けますが、仕事は順調に展開していききましたか？

コンピュータの中古販売は、秋葉原価格よりは安いというのを売りにしていましたし、月に20台平均、売り上げも月に100万円をあげていた時期もありましたが、すぐに大手が参入してきました。マスコミの取材を受けた時に「大手がでてきたらどうしますか？」とよく聞かれましたけど、「大手とは戦う気はありません」と答えていました。だってそうでしょう、戦ってみたら勝ち目はありませんものね。

それに、最近は新品のパソコンの値段も随分と手に入りやすい価格になってきていて、中古に対するニーズがなくなっていると思います。だから、今はすっかり、コンピュータの中古販売は止めてしまいました。

そもそもこの仕事は、女性ひとりではキツイですね。コンピュータはけっこう重いので、中古を引き取りにいったり、梱包して発送する際に、その重さはこたえました。スタッフとして2～3人は必要ですが、残念ですが、人件費ができません。タダでもいいから仕事をしてほしいという人がいればいいのですが、そんな人いませんからね。その辺のところ、一人でやっていくには難しかったですね。

(2) インターネット・ビジネスの現状

-- 買い物代行業やレンタルサーバの方はどんな展開となっているのですか？

買い物代行業の方も、実際には月に1件とか2件ぐらいで、ビジネスとしては成り立ってはいませんね。でも、いまでもどうせ自分で秋葉原に行っているわけですから、こちらはついでにという感覚で、ひとりでも人に役に立てるのであればと続けています。ですから現在のビジネスの中心は、レンタルサーバです。

-- レンタルサーバが中心ということですが、では「ポートネットサービス」の特性はどんなところにありますか、また他社との差別化を図っていることがあれば、それはどんな点ですか？

アイデアを提供していること、また値段的に安いということが強みだと思います。レンタルサーバでは、個人利用が月2000円、データ更新料は1回3000円、商業利用では、登録料5000円、月5000円、データ更新料1回3000円という具合です。データ作成、プログラム作成などは相談に応じています。

またレンタルサーバの利用に関しては、アフターケアをしっかりとしています。それぞれのアクセス回数をアカウントして集計し、電子メールでクライアントに送っています。また、コンピュータに関する操作技術情報をサービスで提供しています。

- - 小野さんは立場上は主婦で、自宅で「ポートネットサービス」を営んでいらっしゃるわけですが、ビジネスは生活の中ではどんな位置づけなのですか？

一時期マスコミでとりあげられた時に「主婦のサイドビジネス」という捉え方で、「主婦」を強調されましたけれど、自分としては不本意でした。確かに、主人の奨めでこのビジネスを始めましたし、サラリーマンの主人が家庭の経済基盤を支えてくれているから、気軽にビジネスを始められたという面もありますが、私にとっては決して「主婦のサイドビジネス」ではないのです。

ですから、家事の合間にビジネスをしているように思われますが、現実とは逆で、1日のうちほとんどがビジネスの時間で、ビジネスの合間に家事をやっている状態です。ホームページの作り替えなどのときには、1週間缶詰状態、徹夜もすることがあります。といっても、基本的には土・日はビジネスはお休み、夫婦でドライブに出かけたり、夫婦の時間を過ごすことにしています。子どもはいませんが、もしいたら今のようなビジネスは出来なかつただろうと思います。

- - 自宅をオフィスにされているわけですが、実際に仕事の形態はどんな風に進められているのですか？

サーバ用として都内虎ノ門に1台コンピュータが置いてあって、そこに出かける他は、自宅の2階の6畳間にコンピュータ7台を置いてオフィスとし、1階に1台置き、家事をしながらでも仕事ができるようにしてあります。ですから仕事の形態としては、職住接近というか、職住一緒ですね。

- - 仕事や家事についてのご主人の協力はありますか？

最初のころは、休みの日など中古のコンピュータをクルマで引き取りに行ってくれたりしていましたが、嫌になったらしく途中から手伝ってくれなくなりましたね。理由はきちんと聞いてはいませんが、飽きてしまったのかもしれないですね。あるいは、毎日会社で仕事をしていて、休日まで妻の仕事につきあわされるのにうんざりしたのかもしれない。でも、家事はいまでも分担というか、手伝ってくれています。

ビジネスをやっていくには、家庭をもっていますとビジネスに集中できなくて、それが障害になってしまうというジレンマがあります。仕事優先の生活をしていきますと、主人が不機嫌になるので、主人の顔色を伺いながら仕事するというようなことになって、そのへんが難しいところです。

- - それだけ仕事に集中していらっしゃるわけですが、現在、さいている時間とエネルギーに対して収益は見合っていると思われませんか？

コンピュータの中古販売は、最初の年は小遣い程度しか残りませんでした、翌年には月 20 台程度売れ、売上げ 100 万円になり、つぎ込んだ資金を回収できました。また、目標としていた「ポートネットサービス」を有限会社にすることができました。さらに、設備投資といいますが、コンピュータも新たに購入し、現在 9 台で展開しています。そういう意味では、事業としてはまずまず順調に発展してきていると思います。

ただ現在、儲かっているかと聞かれれば、そう儲かっているとは言えないのではないのでしょうか。回線料金が月 5 万円になりましたから、経費がかからなくなりましたが、その分レンタルサーバの料金も下げましたし、競争相手も増えましたからね。なんとか現在の状況を維持しているというのが実感です。

それでもこのビジネスを続けているのは、私自身、情報発信が好きだからでしょうか。双方向通信も楽しいし。また、私は好奇心が旺盛なんですね。ですからインターネットによるビジネスは、それを満足させてくれているので、自分自身の関心からもまだ続けていくつもりです。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 今後のどのようなビジネスの展開を考えているのですか？

「ウィンドウズ 9 5」が出てから、コンピュータを購入する人が爆発的に増えましたけれど、使いこなせている人はわずかなような気がしています。サポートセンターは朝の 9 時から夕方 5 時までで、サラリーマンや OL は利用できないですね。24 時間受け付けているところも出てきてはいますがまだ少ないし、いつもふさがっていてなかなかアクセスできないのが現状で

す。そんな人のために、「トラブル110番」ができたらと思っているところ
です。

- - その計画を展開していくために課題はありますか？

そのためには私自身、勉強しなければなりません。主人は技術的な面では
プロ並ですし、会社の仲間でもハードもソフトにも詳しい人たちとネットワー
クを組んでやりとりをしているので、フォローアップしてもらおうということ
も考えています。

- - 一般的にインターネット・ビジネスの展望をどのようにお考えですか？

インターネットは私自身の生活ノートとっていて、生活をする中で自分が
知ったことをひとりだけで抱え込まないでオープンにしていくというのが
情報時代の私の生き方です。そうやって発信していくことで、自然にビジネ
スチャンスが到来することもあるように思います。だから、今日思いつかな
かったことが、明日ビジネスになっているということがおこります。それが
インターネットというものなのではないでしょうか。ひとりでどこまでやれ
るか先は見えませんが、自分自身の楽しみも含めて今後、いろいろなアイデ
アに挑戦していきたいと思います。

(インタビュー / 1998年3月)

株式会社コスモピア / 株式会社ステップ

URL : /www.cosmopia.co.jp

田子みどり氏 (株式会社コスモピア / ステップ代表 / 38歳)

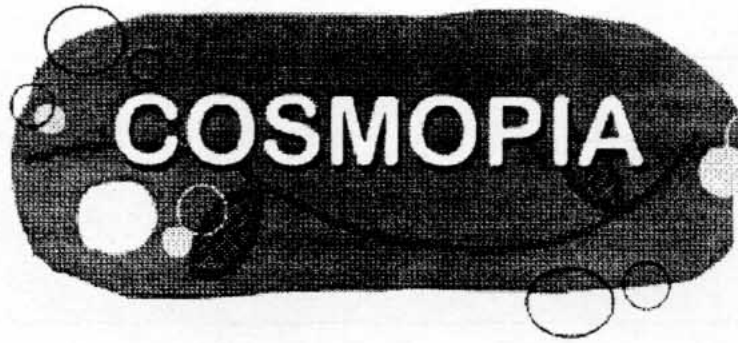
概要





1983年、科学をわかりやすく解明しビジネスにすることを目的に、女性だけで株式会社コスモピア設立、女子大生による起業のはしりとして話題になる。1986年、科学に強い女性の人材派遣を柱とする株式会社ステップを設立。現在、両社の代表取締役をつとめる。業務の領域は、マルチメディア関連コンテンツ制作、人材養成・派遣、パソコン教室、在宅ワーカーのネットワークなど多岐にわたる。

インターネットの歴史は比較的浅く、ホームページの立ち上げも半年前。現在、インターネットに関わる仕事としては、パソコン教室でのインターネット講座の開催、ホームページの制作請け負いなどの他は、人材登録とネットワークのツールとして活用している程度で、ビジネスの主要な柱には育っていない。

現在、登録している在宅ワーカーは90人程度で、ほとんどが在宅希望の主婦。数の拡大より、質を優先し、必ず登録にあたっては対面による面接を行っているため、それほど増えてはいないが、それでも供給過多の状態。セキュリティと仕事の質の面で、今後ともパッチャルだけの関係で仕事を進めるつもりはない。

今後は、主婦のサイドビジネス的な在宅ワーカーより、個人事業主の意識を持ったSOHO的な発想の女性が増えてくると思われるため、インターネットを利用した仕事の形態は多様化し広がっていくと思う。同時に、女性の中での競争も激烈になってくると思われる。15年前とはテクノロジー環境が大きく変わり、女性にとってパソコンやインターネットはごく当り前に使いこなせるものになってきているので、非常に働きやすい環境が整ってきていると思う。今後は、会社としてもこういう女性たちをサポートしながら、巨大なオフィスを建てるような近代型の発展ではなく、ネットワーク型の拡大を志していきたいと願っている。



-  [コスモピアグループ](#)  [人材募集](#)
-  [パソコンスクール](#)  [トピックス](#)

お問い合わせはこちらまで…
info@cosmopia.co.jp

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - コスモピアは 1983 年の設立で、女性による起業のはしりとしても話題になりましたが、現在までに至る経緯を簡単に教えてください。

1982 年に女子学生による科学タレントチーム「ザ・コスモス」を結成したのをきっかけに、83 年に女性 3 人で株式会社コスモピアを設立し、イベントを中心に「科学技術をわかりやすく伝える」ことを目的に、ニューメディア事業などさまざまな仕事に取り組んできました。86 年には、人材部門を独立させて、科学に詳しい女性の人材派遣を主業務とする株式会社ステップを設立しました。96 年には、パソコン教室も開催して現在に至っています。

- - 現在の事業の中で、インターネットにはどのように取り組んでいらっしゃるのですか。

インターネットに関しては、ホームページを開設して会社の PR をしている他、人材の募集告知も行っています。ホームページの開設自体は比較的新しく、97 年頃からです。会社の性格から自社内で制作することが前提でしたので、一年くらい時間をかけて検討し、時機を見て開設したというところです。

またビジネスとしては、個人事業主やスモールビジネスの経営者から、コンテンツ制作を請け負い、その後の更新などメンテナンスも引き受けています。現在 10 社程度ですが、依頼は増加傾向にあります。また最近では、アウトソーシングとして運営管理までという要望も増えつつあります。

それから直接的なビジネスの対象としては、パソコン教室でインターネットの講義もしており、そこでホームページ制作の講座もありますので、実際のホームページ制作のサポートを引き受けることもあります。

現状では、この分野の売上げはまだ微々たるものですが、割合としては増加しています。ただホームページ作成代行ビジネスは現在でもごまんとありますから、それ自体にはビジネス・チャンスはあまり感じませんね。今後ビジネスとして可能性があるとするれば、制作自体よりもメンテナンスの方だと思えます。そういう意味では、コンサルティングを含むサポート・ビジネスは今後ニーズがあると考えています。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - インターネットを活用したビジネスのもう一つの柱として、人材登録や在宅ワークに関する部分がありますが、そちらについてはいかがですか。

実はそれほど期待して在宅ワークによる人材募集を開始したわけではないのですが、取材が大変多かったこともあり、それを見た方からの問い合わせが非常に多く、いちいち電話で対応することもできませんので、インターネットによるメールでの問い合わせに限定しました。それは予想以上に反響がありました。大半は、在宅でパソコンを使った仕事をしたいという主婦でした。

現在、即戦力として使えるという意味での登録人数は 90 人。大半は在宅ワーク志望の主婦ですが、ダブルジョブのOLもいます。応募数はその何倍もありましたし、現在待機していただいている方もいます。登録のためには、インターネットが使える環境にあるとか、パソコンがある程度使いこなせるなど最低限度の条件は満たす必要があります。現在仕事としては、データ入力、各種アンケート調査、マニュアル作成などの業務を請け負っています。人材の質としては期待以上に育ち、戦力として重要な存在になりつつあります。

- - 現在、仕事の上で供給と需要のバランスはとれてるのですか？

いいえ、人材の側から言うと供給過多ですね。なかなか全員に満足してもらえるような仕事はないのが現状です。将来的には数も拡大し、全国ネットに展開していきたいとは思いますが、仕事とのバランスがとれないと難しいですね。

- - 仕事の進め方は、発注から納品までインターネットを通じて完全にバーチャルなかたちで行っていらっしゃるのですか？

いいえ、東京圏の場合は、セキュリティの面や仕事の質の確保の面で、なるべく対面を重視するようにしています。少なくとも登録までの間に来社してもらい、対面でのコミュニケーションをはかったうえで登録していますから、まったく顔も分からないというケースはありません。それは採用のための最低条件だと思っています。

一度も顔を見ないでバーチャルな関係で仕事をするのは、やはり不安です。たとえ簡単なデータ入力の仕事でも、その人自体の存在がバーチャルになってしまった状況というのは大変こわいので、その人の存在が確認できないかぎり、仕事を一緒にすることは考えられません。その点さえクリアできれば、実際の業務の流

れとしてはインターネットを利用して対面しないで仕事をすることは可能だと思います。

ただ現在でも登録ワーカーは東京圏だけではなく、全国に広がりつつありますから、すべて対面というのも難しいので、その場合は電話やファックスなどの方法をとっています。将来的には各地に地域ブロックを作って、地方のワーカーの方をネットワークして仕事ができればと思っています。

- - 現在の登録ワーカーは質が高いとしても、技術のアップデートのスピードは非常に早いので、自分だけの努力ではキャッチアップできないという状況も考えられますが、そのあたりの質の維持に関してはどうお考えですか？

現在登録されている方の動機には二つのタイプがあって、一つはまだ子供が小さいので、将来のトレーニングのために社会とつながってほしいというタイプ、もう一つは地方にいるため仕事のチャンスがなく、就業のチャンスをインターネットで拡大したいと思っているタイプ。後者は競争意識が強いので自己研修能力も高いですね。

また私自身も、雇用形態として単純労働の在宅ワークが増えるというよりも、SOHO的な個人事業主が増えると思っています。ですから、ある程度自助努力でカバーできると思います。逆にその努力がないと淘汰されていくでしょうね。

- - 原則としては女性が対象ですか？

そうですね。今後は、在宅ということを考えれば、女性以外に障害者、高齢者、海外在住者にも対象が広がってくると思います。そもそも在宅ワークを導入したのは、継続的な仕事をする上で柔軟な働き方を提供したかったということと、優秀な人材を確保するためなるべく広い範囲を対象にしたかったということがあったわけですね。ですから、女性以外にもその方法が有効な対象にも当然広がってくると思います。

- - 男性は対象にされないのですか？ サラリーマン生活よりも、自分で起業したり個人で仕事をするケースも増えてくると思われませんが。

現在でもかなり応募はあります。基本的には女性の就業を第一義にしておりますし、現状はまだ男性のほうが仕事がありますので、優先順位としては一番最後になるかと思っています。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- 15 年の歴史の中で、時代環境、特にテクノロジー環境が大きく変わりましたね。起業当時はパソコン通信もまだ一般的ではなく、パソコン通信の普及を経て、現在インターネット時代になっているわけですが、その間で一番大きな変化はどんなことだと感じられますか？

特に、パソコンの普及によって、ここ 2、3 年の変化が大きいですね。パソコンの普及によって、女性が技術的にも男性と同じ土俵で仕事ができる時代が来た、というのが実感です。

15 年前は、コンピュータはもちろん科学そのものが女性には不向きというのが常識で、だからこそ、われわれの会社が注目を浴びたところでもあるわけですが、当時はこんな時代になるとは夢にも思っていなかったですね。私自身、文化系でコンピュータにも縁がなかったですし、むしろコンピュータというより、ニューメディア、なかでも情報通信に関心があったわけです。

最初の 10 年間は、情報ネットワークによって社会や生活が変わるという啓蒙普及活動の時代だと思いますが、なかなか現実の生活レベルで具体化されるころまでは至らなかった。われわれの仕事も供給サイドに偏ったものが多かったのですが、ここ数年マルチメディアという言葉が浸透するにつれて、エンドユーザーのニーズに基づく仕事が増えてきていますし、女性が得意とする生活の面でコンピュータ、インターネットが当り前のものになってきました。そういう意味では、女性の能力が発揮できるチャンスが到来したというのが実感です。

われわれは生活を牽引していくことをめざしたいので、ちまちました落ち穂拾いのような仕事をこなしていくだけでは、経済状況によって縮小されたりリストラされたりしますから、新しいものを切り開いていく核心にふれる部分に、在宅ワーカーも含めて女性の能力やセンスを結集していかなければならないと思っています。

- 学生時代にビジネスを始めて 15 年。その間いろいろなライフステージの変化があったことと思いますが、現在はどのような生活スタイルでいらっしゃいますか？

結婚、出産、離婚、再婚という生活の変化がありまして、その過程では会社のためにワークホリックのように働いた時期もありました。でも最近は事業部制もしき、会社の経営も責任分担できるようになったこともあり、去年は子供の小学校の P T A 会長もつとめました。仕事とはまた違った意味で、大変厳しい経験でしたが、教育や生活や地域の間から現在の社会をとらえかえすという意味では、非

常にいい勉強になりました。これからは、スキルと社会性のある女性が教育や地域にもっと進出してリーダーシップを発揮していかないと、日本社会はもっと悪くなるという実感ももちました。

- - 今後、男性も生活や地域に目を向けようとしていますが、男性との関係は競合ということになるのか、それとも融合していけるとお考えでしょうか？

瞬間的には、見積りなどの点で競合することはあるでしょう。でも最近ビジネスをしても、男性、女性で競合という意識はあまりないんですね。やんわりと融合して提携関係を結ぶような社会の動きになっているような気がするんです。ですから、男性、女性にこだわらず、いろいろなグループができてくれば、そことネットワーキングしていくことは十分に考えられます。それは15年前の固い企業社会とはずいぶん違ってきていて、女性にとっては、特に働きやすい環境になっていると思います。

- - 今後、インターネットを活用しながら女性を戦力化していく形態は増えていくと思われますか？

増えるでしょうね。雇用面で考えても、明らかにチャンスは拡大しますし、いろいろな意味での経費節減になる。企業の人材管理や雇用確保の面では可能性が大きいでしょう。働く側にとっても、これまでの拡大経済の中で生活を犠牲にするような働き方では限界があることは明らかですから、自分や家庭を大切にしながら、ゆとりのある生活を求めるようになれば、大都市や大企業にこだわらないワーキングスタイルが志向されてくるでしょうし、そのときにインターネットをはじめとするマルチメディアは支えになると思います。

- - そういう点も含めて、今後の展望としてはどんなことを考えていらっしゃいますか？

マルチメディアに関して総合的なコーディネートをめざしています。生活、ビジネス、教育、遊びなどありとあらゆる分野をボーダレスに枠を外して、企画から制作まで総合的な企画コーディネートを請け負うと同時に、それぞれが事業と成立するようにして企業として拡大していきたいと考えています。

ただ拡大といっても、巨大な本社ビルを建てるとか、社員を膨大に抱えるという意味での拡大ではなく、あくまでもネットワーキング上でバーチャルな拡大をめざしています。そのために、インターネットをはじめマルチメディアを有効に活用していきたいと考えています。

(インタビュー / 1998年3月)

概念デザイン研究所

URL : www.2bmeshnet.or.jp/gainen

山口泰幸氏（概念デザイン研究所主宰 / 47 歳）

概要

1996 年 1 月、課長職のとき、大手自動車会社を退職。2 月に概念デザイン研究所設立。商法上は株式会社でも有限でもなく、個人事務所。あえて組織ではなく、個人でありながら、あたかも組織のように仕事ができる形態を選択。そのために、インターネットは強力な武器になると確信。ホームページ開設は 96 年 6 月。

現在登録研究員が 10 人程度いるが、実際に仕事をしているのは数人程度。仕事の内容は、商品コンセプト開発、経営コンサルティング、コンテンツ制作など多岐にわたる。脱サラ後、収入は激減したが、さまざまな人との出会いなど貴重な経験を積める充足感を実感している。

退職金などを活用して、現在のオフィス兼住宅を自分でデザインし、97 年 11 月竣工。湘南リゾートオフィスと称し、パーティ、会議、グループインタビュー、展示場、ギャラリーなど多目的な貸し施設としての活用も意図している。

インターネットはプレゼンテーション・ツール、ドラフトのやりとり、メール交換などビジネスに有効な手段として活用しているが、インターネットをビジネスにするつもりはない。

今後脱サラ型の SOHO スタイルが激増するより、むしろ大企業の中での SOHO 化、企業内起業化が進むだろうと予測。大企業の組織力、経済力、人的能力にはかなわないという危惧はあるため、それまでに一つ一つ仕事を積み上げて実績を固め、後 20 年は頑張る予定でいる。

Business consultant office Conceptual Design Laboratory since Jul. '96
 (C)Copyright 1997-1998 all rights reserved by Taikoh Yamaguchi

概念デザイン研究所

商品・情報・人材...&...美と感動をプロデュース



良い人材開発！、魅力ある商品開発！、楽しい情報発信！...を
 お求めの経営者、管理職、企画開発担当、デザイン部署、研究者のためのサイトです。
 「概念デザイン」の解説は、「情報発信；慧」および「概念デザイン」にあります。

当所のサービス商品
当所の特徴的な強み

未来へ向けて、無から有を創造する概念デザイン研究所...です。
 人材、商品、ビジネス、情報、コミュニケーションを総合的にプロデュースします。
 21世紀には、時代の潮流を的確に見る目、
 不可視な概念の世界を設計する能力、
 新しいものの具体的な創造能力...が必要です。
 インターネットを代表とする情報空間の急拡大は、
 あらゆる古い価値観を”もはや壊し去りました”。
 個人、創造、地球というキーワードを軸に
 新世紀がもう動き始めています。
 私たちは常に未来を戦略的に見通しています。
 当所と一緒に新しい価値創造をしませんか。

提供するサービス (概念デザイン研究所の商品)

- ◎...商品・イベント・空間のプロデュース※ ◎...ニュービジネスの創造
- ◎...人材開発※ ◎...組織開発※ ◎...セミナー・講演※ ◎...論文作成
- ◎...ホームページ創作※ ◎...パーソナルブレイン※ ◎...人脈開拓

当所の特徴的な強み

※多方面に渡る課題の、哲学的な概念構造化仮説を200アイテム以上蓄積
 ※価値創造の基本原則となる「概念構造化仮説」を生み出すノウハウを所有
 ※新概念やコンテンツを生み出す、「創造人」の輩出プログラムを構築済み
 ※大手企業のデザインセンター、研究所をはじめとして幅広いウェブワーク構築済み
 ※デザイナー、エンジニア、エディターなど優秀な人材をウェブワークメンバーとして登録

[top](#)

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - 現在の概念デザイン研究所を設立するまでの経緯を教えてください。

1996年1月、課長職のとき、大手自動車会社を退職しまして、2月に概念デザイン研究所を設立しました。ホームページの開設はそれからちょっと遅れて、96年6月頃でした。

- - 独立された頃、インターネットが非常にブームになっていましたが、仕事の重要な柱として活用したいという意識はあったのですか？

概念デザイン研究所は株式会社でも有限会社でもなく、個人事務所。あえてそうしています。将来的には組織にする構想はないことはありませんが、組織ではなく、個人でありながら、あたかも会社のように仕事ができる形態を自分で模索したかったのが現在のかたちになりました。そのために、インターネットは強力な武器になると思いました。

ちょっと大上段の話になるんですが、僕の気持ちの中に、21世紀は組織ではなく、個人が主役になるような個的な世界になるのでは、という感覚があって、そのための実験として、個人の名前で仕事ができるようになっていたいと考えています。今のところなんとか維持できているので、もう少しこれで頑張りたいと思います。

- - 現在はオフィス兼自宅で、仕事をなさっているんですね。

ええ、以前から持っていた父親名義の土地に、僕が設計して、オフィス兼自宅を作りまして、去年の11月に完成したばかりです。1階はオフィスとミーティングルームで、自分で勝手に湘南リゾートオフィスと称して、自分が出かけないで人に集まってもらおうと企画しました。2階は一応自宅にしていますが、そこにもパーティができるような、かなり広いスペースを設けています。

またパーティ、会議、グループインタビュー、展示場、ギャラリーなど多目的な貸し施設としての活用も意図しています。ここから新しいビジネスが生まれるための空間であってほしいと願っています。現在はまだPR不足もあり、ほとんど利用はないのですが、今後に期待しています。

- 現在、研究所はどんなメンバーで構成されているのですか？ また登録している研究員とはどんな形態で仕事を進めているらっしゃるのですか？

実質は僕一人です。現在、登録してくれている研究員が 10 人程度いますが、実際に一緒に仕事をしているのは数人程度ですね。

今、プロジェクトを抱えているので、週に一度はこのオフィスに集まってもらって、定例ミーティングを開催しています。インターネットはあくまでも実際の作業に入ってワーキングのレベルで活用することが多く、やはり最初は集まって打ち合わせをすることから始めますし、十分議論します。基本的には僕は人に会いたいほうなので、バーチャル会議などにはあまり関心がないんです。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- 現在の仕事は、主にどんなことをなさっているんですか。

現在は新商品企画が多いですね。非常に不透明な時代なので、商品開発をするにあたって、21 世紀の社会像を見据えないと難しいという面があり、そういう意味で、時代背景までもとらえた企画の仕事が多いですね。その他、技術開発の提案、経営政略のコンサルティングなどですね。

- 概念デザイン研究所ならではの特色は、どこにあると自認されていますか？

非常にわかりやすい例で言いましょう。インターネットで「概念」を検索すると、日本では組織としては私のところの 1 つだけ。でも、アメリカでは concept は 1 万件のオーダーで存在する。このこと一つとっても分かるように、日本ではまだ「概念」という世界に着手していない。なぜなら、自ら「概念」を生み出していくという仕事のスタイルがこれまでは必要なかったからです。それで、こういう時代になって、どの企業も悩んでいるわけです。

そういう意味で、これからは日本の企業も「概念創造」を積極的に行わなければならないという認識には立ち至っていると思うんです。今はまだ誰も手がけていない世界ですから、私はこの分野のパイオニアであると自負しています。

- - 山口さんは、概念デザインの展開にあたって、ホームページ上で「オールド・パラダイムからニュー・パラダイムへの移行」ということをさかんに表現されていますが、現在そうした新しい動きがインターネットの中で生じていると思われませんか？

そうですね。95年頃から、インターネットをはじめ、社会のあちこちで新しい動きがどんどん出ているように感じます。近代社会の枠組みではとらえきれない新しい現象が実際に生じているという感じがします。そういう意味で、これから僕の関われる仕事の領域も増えてくると思っています。

- - 現在、概念デザインという領域の確立をめざしつつ、ご自身のワーキングスタイルはどんなかたちなのですか。サラリーマン時代との一番の差はどんなところですか。

だいたい朝から夜まで自分のオフィスにこもって仕事をしています。仕事時間は、サラリーマン時代より増えましたね。だいたい質も量も2~3倍はこなしているんじゃないでしょうか。土日も関係なく仕事をしていますから、オンとオフの関係もなくなってきましたね。

したがって現在はかなり外出する機会が減りましたね。このオフィスに来てもらったり、インターネットを通じてメールでやりとりして用がすむこともかなりあるので、ビジネスで外出する機会は少なくなりました。むしろ、僕のもう一つの重要な関心である古代遺跡の件で外出することのほうが多いくらいです。

- - 現在の仕事の中で、インターネットはどのように活用されていらっしゃるのですか？

たとえば企画書やプレゼンテーション用ペーパーには必ず背景説明の資料をつけるのですが、それは、すべてインターネットを通じてだけ見られるものにしていきます。つまり、ある企画を提案するときは、それ専用のホームページを作成し、相手先の企業のパソコンから大型プロジェクターに画面を出して説明します。幸いクライアントは大企業が多いので、先方にインターネットができる環境とパソコンを用意してもらえば可能なわけです。ホームページはプレゼンテーションのときだけ開けるようにしておいて、必要な情報はすべて盛り込んでしまいます。そして一定期間オープンしておき、必要なセクションでの閲覧が終わったら閉じてしまいます。

逆にハードコピーした資料類などはいっさい持参しませんし、OHPもやめ

ました。また自分ではモバイル通信などはしません。あくまでも自分は身軽でいたのです。フリーになって、原価計算にもシビアになっているので、こういう形式は紙代、コピー代の節約になっていますね。そういう意味で、現在はインターネットがないと仕事にはつらいなという感じです。

- - インターネットを活用することで、コスト削減などのメリットはありましたか？

インターネットのメリットとして、情報収集が容易である点がありますね。以前サラリーマン時代、外注するにしても、全体の経費の30%は調査費・情報費と計上していたんですが、現在はほとんど電話代だけのコストですむので時間的にも・経費的にも多いに助かっています。

- - インターネットはビジネスの便利なツールとして以外に、ビジネスの対象としてはとらえていらっしゃるのですか？

インターネットを使ってビジネスをしているかと言われると、ノーですね。ビジネスに関わってインターネットを利用しているのは基本的には情報収集とメール交換だけです。先日も、名古屋のデザイナーにある仕事を頼んだのですが、それは最初の依頼から作品化まですべてメールでやりとりし、デザインもそのままファイル送信してもらい、報酬は銀行振込みにして結局一度も会いませんでした。

将来的にそういう形態の仕事は増えてくると思います。少なくともワーキングのレベルでは時間との勝負ですから、インターネットを活用して効率化をはかりたいと思うんです。ただし人が集まることによってできるクリエイションの部分はこれからも大切にしていきたいと思っています。そういう意味ではインターネットは活用していますが、それ自体をビジネスにしようとは思っていません。

- - それはどのような理由からですか？

僕の結論から言うと、高度情報化社会になればなるほど、インターネットはビジネスにならない、またビジネスにしてはいけないと思っているんです。インターネットによって情報を売るという発想は、近代工業化社会のオールド・パラダイムの最後のあだ花だと思うんです。21世紀は情報はフリーにアクセスでき、また無料になるべきだと考えているし、特許や知的所有権も

かなりの部分がオープンになると予測しています。

僕は、自分ではお金をかけて情報を集め、自分のホームページではタダで情報を提供している。年間 1 万 2000 件くらいアクセスがあり、何のためにタダで提供しているのかと思うときもありますが、それで人脈が増えたり、情報交換が増えたりと僕の生活が構造的に成り立っている部分があるんですね。情報や知識そのものは誰にとってもフリーであるべきで、インターネットはそれを支える重要な芽であると思っています。ただそれをビジネスとしてとらえようという発想は、オールド・パラダイムそのものなんですよ。

そう言いつつも、僕も当初は、インターネットがビジネスになるかどうか試行錯誤してみたんですよ。ホームページに 1 万 2000 件くらいのアクセスがあるわけだから、本を出版すれば 3000 部くらい売れるのではないかと、1 部 1000 円としても 3 百万円と皮算用してみたものの、実際に売れたのは 3 部のみ。仕方なく、コピー原稿と写真で手作りし、3000 円の定価に対して 4000 円も経費がかかったという苦い経験があります。

-- インターネットを含んだ現在の生活を楽しんでいらっしゃると思いますが、経済的にはサラリーマン時代と比べていかがですか？

収入という意味では、サラリーマン時代と比べて激減しました。だけどそれがあまり苦にならない。僕は概念デザインという新しい分野をめざしていますが、手応えがかなりあるんですよ。今は最悪の時期だと思っていますが、それでも仕事がゼロではないので、これからは好転するのではと期待しています。

それに独立する時点で借金をゼロにし、後 20 年以上は食べていけるだけの資金計画はたてていますので、その点では気分的には楽ですね。志は大胆に、計画は細心に、というところです。収入が不安定なリスクはもちろんありますが、それと自由のバランスをとっているのが現状です。

年収が激減したことはたしかですが、人間が生きていること自体が経済行為だとすれば、以前の経済価値よりは大きな価値で動いているという実感もあるんですよ。それがたまたま貨幣に変換されることは少ないけれども、サラリーマン時代には会えない人に会えたり、できなかった経験ができるなど、貨幣換算できない大きな充足感があることもたしかです。

- - では、独立されてもっとも良かった点は何でしょうか。

サラリーマン時代は自分のクリエイション以外で、組織維持に関わる部分、たとえば上司への説明や部下の評価などにかかなりの時間とエネルギーをささなければならなかったのですが、そういうものがなくなったのは良かった点ですね。

- - 逆に、独立して予想外だった点、困った点はありませんか。

そう簡単には仕事をとれないということですね。営業活動にこれだけ時間とエネルギーをささなければならぬとは予測していませんでした。現在、半分以上の時間を費やしています。独立前は、それまでの人脈や経緯から、ある程度仕事が継続して出るものと思っていたのですが、そういう意味では、独立した時期が不況で悪かったせいもあり、ずいぶん期待を裏切られました。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - 今後の展望ですが、山口さんのような仕事のスタイルが増えてくると思われますか？

今後個人で僕のように脱サラ型のスタイルをとるケースが激増するとは思えないですね。むしろ大企業の中で、少人数で僕のようなスタイルをとるパターンは増えてくると思います。そうすると、大企業の組織力、経済力、人的能力を脅威ですから、一番競合相手になるでしょう。それまでに一つ一つ仕事を積み上げて実績を固めていきたいとします。後 20 年は頑張るつもりです。

日本では概念デザインという考え方はまだ浸透していませんが、オールド・パラダイムが崩壊し、ニュー・パラダイムが登場するまでの過渡期にある今日、概念デザインという考え方は、商品開発、地域開発などどの分野でも不可欠になることはまちがいありません。すでにインターネットの世界ではどんどん新しいパラダイムが登場しているし、今後急速に状況は変化していくと思います。

(インタビュー / 1998 年 2 月)

青空文庫

URL : /www.voyager.co.jp/aozora

野口英司氏（株式会社ボイジャー・ジャパン役員 / 青空文庫発起人 / 30代）

鎌田純子氏（株式会社ボイジャー・ジャパン役員 / 30代）

（インタビュー結果はお二人の話をまとめたものです）

概要

すでに著作権の切れた著者の作品を広く人々の共有財産とするため電子的にテキストに変換することを提案。また新しい作品でも「対価を求めず広く読まれる」ことを願う作品の登録も呼びかけている。

これらの作品群を総称して「青空文庫」と呼んでおり、誰でも自由に電子的に複製し、パソコンさえあれば、いつでもどこでも読める本の文化が広がることをめざしている。7人の発起人は絵本作家、ジャーナリスト、フリー編集者などで、それぞれ電子ネット上で活躍している過程で出会ったケースが多い。

1997年7月の青空文庫設立の呼びかけ以来半年余、反響は大きくボランティアで入力作業を行う人、校正作業を手伝う人、寄付を申し出る人など徐々に輪が広がりつつある。青空文庫自体は、事務局もなく、運営主体もない、まったく自主的な運動であるが、現在、運営のためのサーバーは、発起人の1人が役員を務める株式会社ボイジャー・ジャパンにおかれており、メールの管理などを行っている。

またボイジャーが開発した電子ブックのブラウザ&オーサリングキット、エキスパンドブックでの作品閲覧、作品発表も積極的に呼びかけている。

将来は、たとえばある作家の作品をダウンロードすることによって課金するシステムが成熟してくれば、ビジネスとしての展開も考えられなくはないが、当面は完全なボランティアで進めていく予定にしている。



青空文庫

電子出版という新しい手立てを友として、
私たちは（青空の本）を作ろうと思います。
青空の本を集めた、（青空文庫）を
育てようと考えています。

青空文庫の提案

本のリストへ

そらもよう

Last Update : 1998.3.11

みずたまり

掲示板「みずたまり」を設置。自由にご意見、質問、書き込んで下さい。

著作権の消滅した作家名一覧

電子テキストのある場所

へ力中の作品

青空文庫作業員マニュアル

堂々完成 バージョン0.9

直面した課題

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- 青空文庫はボランティアな活動ですから、インターネット・ビジネスとは言えないと思いますが、そもそもの経緯と株式会社ポイジャー・ジャパンとの関係について教えてください。

青空文庫の発足は 1997 年 7 月。これはまったくボランティア的な活動で、発起人が 7 人いますが、そのうちの一人が株式会社ポイジャーの役員をつとめている関係で、サーバーを提供していますが、会社本来の業務とはまったく関係がありません。7 人の発起人は、作家、コンピュータ・ジャーナリズムに詳しい評論家、絵本作家、フリー編集者などで居住地も年齢もまちまちですが、皆さん、コンピュータ・ネットワークの中では活発に活動されている方々です。

青空文庫は、作家の没後 50 年を経過して、すでに著作権が切れた作品について、地域、時間に制約されずにアクセスできる電子メディアの特性を生かして広くインターネット上で手軽に読めるようにしていこうという趣旨で生まれたものです。そもそも著作権が切れた作品については、法律上は自由に複製してもいいことになってるんですね。

ところが出版社の古いしきたりや流通上のしがらみなどで、現実には書店で購入するか図書館で借りる以外に方法がありません。それでわれわれはインターネットによる自由な閲覧を考えたわけです。デジタルデータ化されて一つのサーバーに蓄積されていれば、誰でも自由に瞬時にコピーできるわけです。そんないい器があるのに使わない手はないですからね。

活動の方向は二つあって、一つはすでに著作権が切れた作家の作品を電子的なテキストに変換して、パソコンさえあれば、いつでもどこでも誰にでも読めるようにすること。またもう一つは、既存の出版流通システムの中ではなかなか本にできない作品を自分でテキストに入力することにより、自由に読んでもらえるようにすること。

すなわち一方で、古典的な作品を電子的なテキストとして蓄積しつつ、他方で新しい作品も生み出すという両面の流れを考えているわけです。いつでもそこにあって、誰にでも好きなだけ眺められるという意味で「青空文庫」と名前をつけました。現在、電子テキスト化された作品の数はすでに 100 は超

えていると思います。そのうち、著作権の切れた作品ではなく、新作もかなりの数にのぼっています。

事務局のようなスペースはないのですが、メンバーはときどきミーティングを開いて、主にどういう分野の作品を電子化するかの調整をしています。また著作権の切れた作家リストを作成して、電子化することに協力を求めています。それから著作権や出版についての理解を深めてもらうために、書き込みスペースを設けてコミュニケーションを深める努力をしています。

- 青空文庫にサーバーを提供しているということは、ボイジャーの経営理念と青空文庫に相通ずるものがあるということでしょうか。そもそもボイジャーはどのような趣旨で設立されたのですか？

ボイジャー・ジャパンの設立は92年。アメリカのボイジャーとの合併会社で、主要な業務は、エキスパンドブックを始めとするマルチメディアソフトの制作、販売で、現在、制作・販売している作品の主要な形態はCD-ROMです。

青空文庫は電子テキストは公開されていくべきだという発想に基づいているので、ボイジャーもその部分を支援しているのは事実です。ホームページに場所を提供しているのもそういう理由からです。また、青空文庫ではいくつかのテキスト入力の方法を実践していますが、ただテキストを入力するだけではどんなパソコンでも読める利点はあるものの読みにくいので、電子テキスト化するときのサポート・ツールとして、ボイジャーのエキスパンドブックの利用も提案しています。

書籍としての本がまったくなくなるわけではありませんが、電子的に本を読むというスタイルは、これから徐々に伸びていくと思います。しかしこれまでは画面上で読むことにあまり重きを置かれていなかったため、レイアウト、読みやすさなどに対する配慮が欠けていましたが、エキスパンドブックのようなツールによって読みやすさは格段に向上していくと思います。

* エクスパンドブックとは、米ボイジャー社がMacintosh Powerbook ユーザーを主対象に1992年に発表した電子ブックの新しいフォーマット。本の体裁を踏襲した読みやすさ、電子ブックならではの検索性に優れていると同時に、誰でも簡単に電子出版ができるシステムを備えている点が大きな特徴となっている。日本語版は1993年にボイジャー・ジャパンより発売され、現在はウィンドウズ、マッキントッシュ双方に対応している。発売当初はフロッピーだったが、現在はCD-ROMもある。

またエキスパンドブックのオーサリングキットを利用して、積極的に自分で電子ブックを作ることを提案しています。というのも、著作権にはいろいろな側面があって、作家の権利や著作物の権利を守るのは非常に重要なことですが、一方、個人が本を出版する機会は減っているし、また流通上の制約で、新刊本が書店に並ぶ期間は非常に短く、われわれが手に入れる機会は少なくなっています。

そこでエキスパンドブックが提案したいのは、個人が自分の考えや思いを自己表現するときのツールとして活用してほしいということです。それを人に伝えるための一つの方法として電子的な手法を提案しているわけです。パソコンを使って比較的安価でしかも手軽に「本」が作れる。そのメッセージの延長上に青空文庫があるわけです。

実際に、何らかのかたちで自分の本を書きたい人はかなり多くて、その意味でエキスパンドブックは非常に有効なツールになっています。先日も展示会でエキスパンドブックによる自費出版のコーナーを作ったのですが、皆さんだいたい20部くらい作られています。自分の著作をエキスパンドブックのツールキットで入力したフロッピーディスクを自分のパソコンでコピーして、手製のラベルを貼るだけですから、おそらく製造費は数百円程度でしょう。現在、自費出版でも最低60万円くらいかかりますから、それなら電子テキストでもいいと思われているようです。これなら現在の出版企画では成立しない本も日の目を見ることができます。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 青空文庫に対する反応はいかがですか？

反響はすごくありますね。多いときは、一日に何千件もアクセスがあります。こういう活動に関心をもたれたり、意義があると思われているようです。

- - それで青空文庫の趣旨に賛同して、自分もテキスト入力に協力したいと思った場合は、どういう手順をふむのですか。

ホームページに青空文庫作業マニュアルというコーナーがありまして、趣旨に賛同された方は、そこを読んで実際の作業にかかっていることにな

ります。現在はまだ設立後日も浅いので、正確な人数は把握できませんし、またそういうことをきちんと組織的に管理しようという性質の運動でもないので、実数は分かりません。

ただ、先達の偉大な作家の文章を書き移すのは文章訓練の基本なので、その目的で協力してくださっている方が数名、校正に協力していただいている方がやはり数名いらっしゃいます。またたとえば大学の国文学の講義などでは、先人の作家の文章を入力することは文学研究の第一歩であることから、協力していただいているケースもあります。

- - では、対価を求めない新しい作品を提供している人はどのくらいいらっしゃるのですか？

それについても具体的な数字は把握していません。プロの執筆家もいれば、研究論文を書く大学生、それにまったくの経験はないけれど自分で何かを書いてみたい人までさまざまです。インターネットは非常に広範ですから、発起人といっても逐一ウォッチしているわけではないのですが、実にいろいろなパターンがありますね。詩や絵本など、紙の出版物だけでは生活できない作家もいて、そこのリンクもしていますから、実態は把握できないですね。そういう人は、既存の出版システムでは発表の機会が限られていて、タダでもいいから自分の著作を読んでもほしいという意識が強いんですね。

- - 組織化を求めずボランタリーに運動を継続している試みは、インターネットなくしては考えられないですね。そういう意味では、非常に新しい動きだと思えますが。

インターネット自体が新しいので、インターネットが何ができるかということはまだあまり分かっていないと思うんです。われわれは、将来的には、電子テキストによる図書館を作りたいと思っています。まだまだ“蔵書”数が少ないので、これからの課題ですが。

- - ボイジャーも電子ブックで既存の出版システムに新たな波を起こしていますが、インターネットによるビジネスにはどう取り組んでいるのですか？

設立当初は、インターネット・ビジネスは念頭になかったのですが、現在は流通チャネルの一つとして、インターネットによるメールオーダーも受け付けていますが、基本的には商品発送後の銀行振り込みか郵便振替用紙同封の、

いわゆる通販です。ホームページの開設も2年くらい前ですし、まだ本格的に取り組んでいるとは言えません。

ですから現在まだインターネットを通じての売上げは非常に低いです。そもそもホームページを開設したのも、それ自体をビジネスに即つなげようということではなく、ハイパーリンク的にいろいろなところと情報交換ができればおもしろいと思ったところが大きかったのです。青空文庫のリンクもその一つですが。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- - ボイジャーとしては、今後インターネット・ビジネスを含めた電子テキストの流れをどう展望されていらっしゃるのですか？

ボイジャーの今後の展望としては、著作物のダウンロードによる販売を考えています。電子テキストはインターネットによってダウンロードされることによって、もっともその特性を發揮できると思うからです。その場合の電子的な課金システムとうまく連携できればと思っています。ここ数年の間には、整備が進んで標準化されるのではと思っているのですが。

決済の問題が解決されれば、バーチャル・モールの運営も含めて可能性が出てくると思います。われわれの商品は、小売店では扱いにくい毛色の変ったものも多いので、そのチャンネルだけに頼ってられないのです。しかし必ずそういうものを求めている人もいるわけですが、小売店にないので目にふれる機会もない。そういう人のためにはバーチャルなチャンネルが非常に有効だと思います。アートの要素やカルチャー系の要素の強い作品を集めて集結されることも考えています。そのために合併で新しい有限会社を設立し、バーチャル・モールでの展開をめざしています。

- - 出版社、書店など既存のシステムに依存しているところからのクレームや反対運動などはありませんか？

書店の場合、現在の制度で大きなネックになっているのは再販制度の問題ですね。でもこの制度が早晚限界に達することはある程度分かっているので、その場合、何割かが電子的な本に変わっていくことは十分考えられます。現実

に、在庫整理の重労働、そのための人件費などを考えると、1冊何百グラムもある書籍より、わずか数十グラムのCD-ROMやフロッピーのほうがはるかに楽ですから、現実に書店でも電子ブックを置きたいという要望が増えています。

- 書店のルートにのせられないという意味では、青空文庫の新作も同様ですね。既存の出版システムでは発表の場が制約されている作家やアーティストは、現在は発表の場があるだけで充足していて、タダで作品を提供していますが、将来的にはそれによってふさわしい報酬を得るといった可能性も考えられますか？

その方向はあると思います。青空文庫自らはそういうビジネスはしませんが、参画しているメンバーがどこかにサーバーを持って、その人の作品を読んだ人が気に入ったらお金を払うという流れはあると思います。実際、現在の印刷文化の下では著作だけで食べていける人はごくごく少数で、大多数はそうではないわけですから、そういう人たちがインターネットの中でお金が稼げる仕組みを作ることはできるはずですが、ただまだ決済システムが確立していないので、それができないでいます。

事務局というかたちもとっていないので、運営方法も確立していませんが、寄付をしてもいいという人もいるので、お金の問題をどうするかがこれからの課題になってくるでしょう。現在はボランティアでやっていますが、報酬を支払うことによって、もっと効率よくテキスト入力ができるのであれば、その可能性も考慮の余地はあると思います。そうになると、今度は、事務局のように組織化もきちんとしていかなければならなくなります。

現在は、ボランティアで入力してくださる方の熱意と志に支えられていて、それはそれでももちろんとても重要なのですが、地道な努力には限界もあります。著作権の切れた古典的な作家の蔵書など、青空文庫としての基本的なテキスト蔵書を増やしていくためには、対価を支払うことによって効率化をはかることも考えられます。その上で、カスタリ雑誌のようなサブカルチャー的なものも増やしていきたいと思います。お金という悪いとか、汚いというイメージがつきまといますが、きちんとお金の使い道を明らかにすれば活用してもいいと考えています。

(インタビュー / 1998年3月)

お気楽主婦友の会直営「かさねや」

URL : /www.gene.or.jp/chiro

飯島千尋氏（主婦 / 29 歳）

概要

1996 年 4 月にホームページ「お気楽主婦友の会」を開設したが、現在はビジネスを始めるための準備段階。

ホームページ開設のきっかけは、当時勤めていた会社でホームページづくりを覚え、自分でも興味がわいてきて、自己表現したくなったため。自然食やエコロジーについての関心が高まる中で、大都会での生活に疑問を感じ、会社をやめ、夫の実家のある高崎市に移住。インターネットがあれば、高崎に住んでいても、東京と同様の情報生活ができると思ったことも、移住の誘因となった。

会社をやめ、気楽な主婦になったことから「お気楽主婦友の会」と名付けたが、現在は「奥の細道」に出てくる「かさね」と、少しずつ物事をかさねていきたいとの意味をこめて「かさねや」と改称。自然食などの趣旨に賛同する人からのメールが増えている。将来は大自然食堂「かさねや」を開店したいと思っているので、「お気楽主婦友の会直営かさねや」と改めた。

食堂を始める前に、まず第一歩として自分で開発した青大豆のクラッカーの発売にこぎつけたいと思っている。

現在ホームページは 100% 自分の為のものなので、アップデートもきまぐれ状態。自然食の情報を得るのが主目的なので情報を蓄積し、将来はより良い店を作りたいと願っている。

お気楽主婦
友の会
お気楽主婦友の会直営

かさねや

大自然食堂「かさねや」

自然に沿って生きたい人へ。
本当の美味しさを分かち合える人へ。

最近のアップデートは3月9日です。日誌です。
ペランダの沈丁花（じんちょうげ）が咲き始めました。
私にとっては子供の頃の記憶そのものともいえる、
甘くて強い懐かしい香りです。
「せつない」春がやってきました。

お気楽主婦
友の会

お気楽主婦友の会ホームページはこちら

おしながき

店主ちろいいじまより、ごあいさつ申し上げます。

かさねや「食の心」

本当の「あたりまえ」食べ物あれこれ

実際使っている調味料あれこれ

こだわりの定食メニュー

店主随想

群馬・気付きの日々

農の道・修行日誌

これからもぼちぼち内容を充実していきます！

◆
かさねやリンク

皆さんの生活、ちょっと振り返ってみて下さい。
ご存知ですか。「化学物質過敏症」。

Midori's Homepage

青大豆クラッカー実費でおすそ分け！ちょっと待ってね！
ぼちぼち…つてどこかっ！！

ご意見ご感想など、お待ちしております。メールでどうぞ。

素敵な子供服をお探しならFELLOWSへ！

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

-- ホームページを作った時期と理由について教えてください。

ホームページは 1996 年 4 月に開設しました。現在はビジネスではなく情報提供の場と考えていますが、将来的な希望としては、健康を作るために身体にいい食を提供する大自然食堂「かさねや」の開店をめざしています。だから、今はまったくビジネスではなく、趣味と勉強を兼ねた将来のビジネスに向けての準備段階というところです。

そもそもホームページに関心を持ったきっかけは、当時勤務していた会社でホームページを作る仕事を覚え、インターネットを通じて今まで知らなかった会社以外の他の世界を見て衝撃を受けたことからでした。初めて関心を持ったホームページのアドレスにメールを送って返事が来た時の感激は、今も忘れられませんね。で、いろいろな人とメールのやりとりをしている中で、現在の社会の中で会社人間であることに不満を抱くようになり、夢だったキャリアウーマンの希望を捨て、会社をやめてお気楽な主婦になったというわけです。

-- インターネットとの出会いによって、その後の人生まで変ってしまったわけですね。その後、自分で現在のホームページを作られたわけですか？

そうです。最初は会社をやめて主婦になったので、“お気楽主婦友の会”というネーミングで始めたのですが、去年“かさねや”にしました。名前の由来は「奥の細道」に出てくる“かさね”ちゃんから取ったのですが、何かを少しずつ積み重ねるという意味も込めました。

内容は、ビジネスのためではなく、むしろ身辺雑記をつづった自分新聞かエッセイ集に近いものです。今の私の最大の関心が自然食とエコロジーなので、ホームページを通じて、身体によい情報を得るネットワークづくりをめざするのが一番の目的です。そのために、添加物、合成保存料など食べ物の害などを勉強して貴重な情報を収集し、なるべく多くの人に伝えたいと思っています。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - 現在はまったくビジネスではなく、将来のビジネスに向けての準備段階ということですが、その意味でホームページを開設してよかったことは何ですか？

ホームページの目的は、食やエコロジーに関心のある人のネットワークづくりで、そのための情報収集・提供をねらっていたのですが、開設当初は、「お気楽主婦」というネーミングのせいで、興味半分のメールが多かったんですね。でも「かさねや」になった最近はメールの質が高くなりました。

勉強したい人や良質な食事を作りたい人たちからの情報が多くなって、提供される内容や情報の質が格段によくなりました。メールをくれる人は30代の女性がほとんどで、時々独身男性もあります。食や健康について恐ろしい情報があふれているので、心配になってメールをくれるのでしょうか。また農家の人から直接情報を得られるのもうれしいですね。そういう意味では、ホームページを作るととても良かったと思います。

結局、健康を考える入り口がインターネット・メールだったわけですね。ですから、今でも誰かが気づいてくれるとうれしいと思いながらメールを送っていますが、以前と違って現在は方向が健康づくりのための食に絞られたので、興味のある人からだけの質の高いメールがほとんどで、お互いの勉強のためになっています。

- - インターネットの利点と問題点は何だと思われますか？

自分に関心がある情報、たとえば畑の作物や米など農家の情報は、そのホームページにアクセスさえすれば、現場で見ているのと同じ視点でリアルタイムに見る事ができるのは利点です。

一方問題点があるとすれば、テレビのコマーシャルとは違うという事でしょうか。インターネットでいくらよい情報を載せていても、テレビや雑誌の情報に比較すると比ではないでしょ。それにとにかくアクセスしなければ情報は得られないですね。ある意味では広がりがなく興味のある人たちだけの輪から出ないので、自分としては単に入り口と考えています。

- - ところで現在は東京から高崎に移住されたそうですが、高崎にはいつごろから住んでいらっしゃるのですか？

97 年未まで新宿に住んでいたんですが、結婚を機にゴミゴミした都会では人間的な生活を送ることに無理があると思い、夫の実家がある高崎に移り住んだんです。最初は慣れない土地で不安でしたが、インターネットのおかげで、メールを通じて友人関係は距離感がなく継続することができるので寂しさはないし、また更に新しい友人ができてネットワークが広がったのはうれしいです。

- - やはり環境は東京とは違うのでしょうか。食生活などは特に変化が大きかったのではないですか？

そうですね。東京でも自然食に関心はあり、菜食主義を貫いてはいましたが、なかなか自分で実践するのは難しい面がありましたね。ですから、ついデパートで惣菜を買ってしまったりとか。でも、こちらに住んでからは、いろいろ自分でも素材から厳選して添加物のない食生活を実践できるようになったのはうれしいですね。

先日味噌を作ったので、来年の出来上がりが楽しみです。梅干しは減塩なしの塩分 2 割で作るんですが、これもおいしいですよ。化学塩を使わないので安心して食べられます。最近野菜を買う人達の方に問題があると思っています。曲がったきゅうり、筋の入ったニンジンも本当はおいしいのだという事を理解してほしいですね。

でも最近考え方も少し柔軟になりましたね。以前は絶対玄米食や無添加な食物しかいけないと思った時期もあったけれど、神経が硬くなっていたら本当に健康であるとは言えないということに気がついて、外の違ったおいしい食べ物も時々食べるようになりました。外で食べたいろいろな毒は家で手をかけて食べる食事がちゃんと解毒してくれると思っていますから。

いずれにしても、自分の夢でもあった、空が広くのびのびとした場所で健康によい生活を送ることが実現できたきっかけもインターネットと結婚のおかげだと思っています。

- 現在、ホームページに関わる活動のために、さいている労力、時間、資金、エネルギーなどはどんな感じなのですか？

以前は生活の中でインターネットに費やす時間は数時間かけていましたが、最近ではメールを読む程度になってしまったけれども、その分情報は濃くなっています。まだ子どもがいないので、時間は自由に使えますが、資金のほうは自由にはならないのがつらいところです。夫に出資してもらうのも苦痛なので、時々アルバイトをして資金を作っているんですが、なかなか思うようになりませんね。早くこの面でも、自由な活動ができるような体制にしたいものですが。

(3) インターネット・ビジネスの今後の展望

- 現在はまだ準備段階とのことですが、そのうちに扱いたいと思っている商品はありますか？ また商品も含めて、どういうビジネスをしていきたいですか。

青大豆のクラッカーを自分で開発したので売りたいのですが、まだ保健所の許可がおりず実現できないので、いずれ環境がととのったら販売したいと思っています。それから次の大きな目標は、最初に言いましたように大自然の恵みをおいしく食べられる大自然食堂「かさねや」をオープンさせることです。

- 現在はボランティアですが、将来は本業としてやるつもりですか？ それとも主婦・母親と両立できる程度にやる予定ですか？

基本的な立場は主婦なのでサイドビジネスとして始めて、徐々に自分を育てて行きたいと思っています。いずれ子供が生まれて子育てが始まったら、また生活も変わってくると思いますが、なるべく自分の体質も健康に整えつつ、多くの人に健康のサポートができる情報提供やビジネスは志向していきたいと思っています。

(インタビュー / 1998年2月)

インターネットビジネス研究会

URL : //tekkawellcomm.co.jp/ibk

前田健二氏（株式会社ウェルコム・ジャパン代表 / 31歳）

概要

新事業を模索しているとき、たまたまインターネットが話題になっていたのも、ウェブ・コンテンツの制作、ウェブ連動プログラム・システムの開発及び管理・運営を業務内容として、1995年9月に(株)ウェルコム・ジャパンを設立。おもな取引先は現在9社で、すべて中小企業。

事業の一つとしてインターネットビジネス研究会を企画。大企業先行のインターネット・ビジネスの現状に対して、そのノウハウを持たない中小企業やベンチャービジネスを対象に実践的な研究会を開催し、ホームページの作り方からバーチャル・モール開設の方法まで戦略的な情報提供と会員相互の交流を目的としている。

また研究会のメンバー対象に、インターネット上でインターネット・ビジネスフォーラムも開設し、相互の情報交流とコミュニケーションを活発に行っている。

同社のホームページの機能としては、広告としての機能だけではなく、クライアントのサンプリング、ニュースリリースとしての機能を持たせており、いままで何件かの仕事の受注があった。

収益は、初年度は赤字。2年度は、ほんの少し黒字。今年度は、業績としては横這いか、若干上向きになっているが、スタッフを増やしたので、キャッシュフローとしては苦しいのが現状。

現段階ではまだまだ市場規模が小さいが、大きな可能性があるビジネスのため、スキルを蓄積することによって、20~30年は経営的に成立すると期待している。

WELLCOMM Japan
Internet solution

インターネットビジネス研究会

ご登録の方全員に無料で配布
ウェルコム・ニューズレター
お申し込みはこちらへ

どなたでも参加できます
インターネット
ビジネス
フォーラム
開催中です

インターネットの巨大な波が我が国のビジネス界に押し寄せてから早2年が過ぎようとしています。当初は、イントラネット、エクストラネットを経て、昨年ではNTTのOCNやインターネットのモバイル利用、SOHOなどへの話を転じつつ、確実に勢力を拡大しています。

一方、我が国のビジネス界も、こうした動きに対応すべく、確実にインターネットの活用を開始しています。ホームページの開設や電子メールの利用に端を発した我が国のビジネス界のインターネット利用は、社内ネットとインターネットとの接続、自社データベースとインターネットとのリンク、業界内ネットワークの拡大、在宅勤務やサテライトオフィス、電子会議やオンライン会議といった、より実務的な活用へと進化を続けています。好むと好まざるとにかかわらず、インターネットの大きな波は、あらゆる業界に影響を与え、ビジネスの内容や活動に変化を強いているのです。



拡大を続けるインターネットに対応すべく、当インターネットビジネス研究会は、中小企業の経営者を対象に、自社ビジネスへのインターネットの活用や実際のインターネットビジネスの可能性を探るために、共同で研究を行い、そのベネフィットを会員全員で分かち合うことを目的に設立されました。当研究会では、中小企業のインターネットビジネスにテーマを絞り、会員の皆様に研究の成果を限なく享受していただくことを目指してしています。大企業には大企業のインターネットビジネスがある一方、中小企業には中小企業のインターネットビジネスがあるのです。

インターネットの波は、私たちの生活のあらゆる分野においてその影響力を強めてくるでしょう。まさしく、時代はネットワーク社会へ移行しつつあるのです。当研究会に参加し、共にスタディしていただくことにより、こうした時代の大変化に巧みに対応し、変化を危機とするのではなく好機と捉えて戦略を構築、それぞれのビジネスのベネフィットへとアプライしていただくことこそこの研究会の究極の目的です。

(1) インターネット・ビジネスを始めた経緯

- - インターネットビジネス研究会の母体である(株)ウェルコム・ジャパンを設立した動機と現在までの経緯を簡単に教えてください。

アメリカで経営学を勉強していたんですが、海運業を営んでいた親に呼び戻される形で帰国、親の会社の経営を2～3年やっていました。しかし、船会社の収益は低いんですね。それで、1996年の春ごろから新しい事業を模索しはじめました。一方、そのころ双子の弟が電子工学メーカーにいたんですが、独立志向があつてそっちも何かしたいということで、事業を考えていたんです。そこで、弟と一緒に弟の周りにいた独立志向の2人にも声をかけ、仕事に取り組むことにしました。

たまたまインターネットが話題になった時期だったものですから、インターネットがらみの仕事に手をつけたんです。ネットワークの敷設・管理の仕事はどうかと考えたこともありましたが、すでに大手がやっていて参入しにくかったので、ウェブ・コンテンツの制作をということで、1996年9月に株式会社を設立しました。

最初は仕事になれば、何でもゲットしました。例えば、インターネットのセミナーをやってくれと言われればやりましたし、インターネットに関する本も出版しました。一時期いた参加スタッフが教育業界出身でしたので、そこと連動して何かやろうと動いたこともありでしたね。そうこうしているうちに、会社設立から約1年後の1996年の半ばぐらいからですかね、自分たちの仕事としてはコンテンツ制作が固まってきて、それ1本に絞ることができるようになりました。

- - ホームページは会社設立と同時に立ち上げられたのですか？

会社設立と同時ではなく、4か月後の1996年の1月です。現在まで約2万件のアクセスがありました。(株)ウェルコム・ジャパンのホームページは、もちろん広告的な意味もありますが、クライアントのサンプリング、ニュースリリースとしての機能を持たせています。

(2) インターネット・ビジネスの現状

- - ウェルコムホームページには「インターネットビジネス研究会」の案内のページもありますが、これは、いつ、どのような目的でできたものなのですか？ また、ウェルコムのビジネスとなんらかの関係があるのですか。

この研究会は、およそ1年前に、これからインターネット・ビジネスを手がけようとする人に、これまでの自分の経験を活かしてもらえたら、あるいはインターネット・ビジネスについての現状分析や今後の見通しと一緒に勉強できたらと思って、中小企業やベンチャー企業、独立を目指す個人を主な対象として、私個人が発足させたんです。

- - ということは、ビジネスとしてではなく、ご自分も含めた勉強というか、ボランティアという意味合いが強いものなんですね。

まあ、そうですね。でも、これまでの研究会活動を通じて、いろいろな人と交流を深めることができ、結果的には会社のPRに繋がっていったと思っています。

- - 会員はどんな方が多いですか？

会員はインターネットビジネス研究会のホームページを見て申し込んできた人、われわれの仕事仲間、これまでのお客などで、それぞれインターネット・ビジネスに興味のある人が集まって実施しています。現在の会員は16人です。

- - 具体的には、どのような体制で行われているのですか？

会費は参加費用とメールリストサービス込みで、年1万円ということでやっています。会場は私の会社の事務所で、月1回、ウィークデーのだいたい午後7時～9時の2時間、毎回ごとにテーマを設定して、インターネット・ビジネスのコンサルティング活動をしている私どものスタッフが、実際の具体的な事例を通してわかりやすく解説していくというようなやりかたです。その後、全員でフリーディスカッションを行い、交流をはかっています。

- - 例えば、どんなテーマを研究しているのですか？

最近のものと、「ウェブマガジン、その実状と可能性」というテーマを設定しました。この研究会は抽象的なものではなく、ビジネスにつながる具体的かつ実践的なテーマを取り上げているのが特徴かと思います。

- - 研究会の成果は会員以外にも発表するのですか？

いいえ、しません。会員以外の方を対象にした双方向コミュニケーションということでは、インターネット・ビジネスを目指す方、インターネット・ビジネスを展開している方を対象にした相互情報交換の場として「IBK フォーラム」を持っており、こちらの方では、会員に限らず、外部の方からでも質問があればどんどん答えていまして、ここでの情報は広く公開していくという体制をとっています。

- - 今後は、インターネットビジネス研究会はどのような方向での展開を考えていらっしゃるのですか？

最近では会員同士の交流の場という意味合いが強くなってきています。会員の構成も、お客が中心になってきていますので、これはこれでいいので、今後は会員の公募はしないつもりでいます。お客とのコミュニケーションの場として、また顧客サービスの一環として位置づけていくということになっていくのだろうと思っています。

- - インターネットビジネス研究会はボランティア的であると同時に、顧客サービスの要素も持っているようですが、（株）ウェルコム自体の具体的な製品と取引先はどんなところですか？

具体的な製品としては、自社商品についてのアンケート、インターネット利用者へのマーケットリサーチ、宣伝用 DM 用の情報提供、ホームページ上で、ショッピングカートの展開や見積書作成・取引先との受発注システム、DM の一括送信システムなどです。

おもな取引先は現在 9 社で、すべて中小企業です。業種的特性はまだありません。お客になってくれるところにはすべてお付き合いをするという段階で、ここ 1 ~ 2 年はそういう対応がつつくだろうと思っています。

- - (株) ウェルコム・ジャパンの特性というか、他社との違いというのはどんなところにあるのですか？

コンテンツ制作会社はゴマンとあるし、グラフィック関係から参入してサービスからホームページを作るというビジネスを展開しているところが多いように思います。我々は、ホームページはインターフェースと考えて、その背景とかシステムを強化したいと考えているんです。しかし、それはどこのソフトハウスもやっているの、コストをかけないでやっていくということで他社と差別化を計っています。

クライアントがこうしてくれという要求に対応し、できるだけサポートすることをモットーにしている、ハデな売り込みはしていません。グラフィック関係、ソフトハウスなど2、3のところと連携をとり、自社の弱いところをフォローしてもらったり、値段の付け方など互いに情報交換をしたりしています。

- - 設立して2年半ぐらいになりますが、失礼ながら収支状況はいかがですか？

収益は、初年度は試行錯誤でしたので、話にならないくらいでした。2年度は、なんだかんだでほんの少し黒字になりました。今年度は、業績としては横這いか、若干上げていますが、スタッフを増やしたので、キャッシュフローとしては苦しいですね。

- - 実際の日常的な仕事は、どのような形態で進めていらっしゃるのでしょうか？

スタッフは7人、オフィスに10時に全員出社してワークするというクラシカルなスタイルでやっています。オフィスは赤坂ですが、特別にこのエリアでなければということはありませんが、営業上都内にあった方がいいと思っています。

仕事の内容がコンピュータの画面を介して行われるバーチャルなものですから、クライアントとはフェイストゥフェイスが必要で、その方が食い違いや間違いがないのです。スタッフ全員がオフィスに集まってワークする理由としては、意思疎通が速いし、その方が効率がいいからです。

(3) インターネット・ビジネスの展望

- - 今後の展望としてはどんなことを考えていらっしゃいますか？

いままでの仕事のノウハウをどんどん蓄積していったデータベースをつくり、新たなシステムやプログラムを開発していくことを将来的展望としていて、ひそかに期待しているところです。現在は単発の仕事だけですので、これができるのであればプログラム・システム管理や運営などの基幹業務をゲットできるのではと思っているのです。

あらゆる新産業は最初は市場が小さいわけで、この業界も例外ではなく、現段階ではまだまだ市場規模が小さいといえます。しかし、可能性は大きいので、プロフェッションとしてスキルをちゃんと蓄積していけば急成長することはないかもしれませんけれど、20～30年は大丈夫だろうと思っています。

(インタビュー / 1998年3月)