

# 『MICle 事業企画』

～情報リテラシー向上による、  
地域コミュニティ復興と新産業創出を目指して～

第一部 起業の経緯と背景

第二部 事業目的と基本戦略

第三部 MICle ステージ1  
「ビギナーパソコン事業企画」

1999年8月  
(有)マイクル

## < 事業概要 >

未曾有の大不況と、閉塞状況を打破し、迫り来る高齢化社会と、急進するマルチメディア革命に立ち向かうには、国民一人一人の情報リテラシー向上による、地域コミュニティ復興と、新産業創出が不可欠である。

日本型経営の申し子トヨタ自動車と、新電電 I D O で 2 5 年間のビジネス経験を積んだ一人の中年起業家が、5年間の試行錯誤の末、確信するに到った MICle の理念と事業プラン。

具現化のため、最先端かつ革新的教育を実践する S F C (慶応義塾大学湘南藤沢キャンパス)に集う若者や、全国各地の有為の S O H O ・起業家達とコラボレート、チャレンジする。

目指すは

「Multimedia For The People 誰もが手軽に楽しく使えるマルチメディア」

先端技術をウォッチしつつ、こなれた技術を優先活用、ハード(端末)を中心に、関連サービス・コンテンツ分野も視野に入れ、企画～開発～生産～流通～サポート各ステップに、斬新かつ正鵠なアイデアをふんだんに盛り込む。

第一段は「ビギナーパソコン関連事業」。次いで「新キオスク端末(地域サーバー)関連事業」、そして「新メディア端末(ネットワーク家電)関連事業」。

新たなコンセプトで企画した、新情報端末やインターネット関連新サービスを、新たな仕組み、やり方で提供する MICle のビジネスプランこそ、これまで既存業界や数多の泡沫ベンチャーが成し得なかった、ビジネスの本質と王道に立脚した、真の事業戦略に他ならない。

1999年8月  
(有)マイクル 代表取締役  
渡辺 朝雄

<目次>

## 第一部 起業の経緯と背景

- 1 . マルチメディア革命の一翼を担うべく ..... P 4
  - (1).マルチメディア革命とは～電子のフロンティア(新大陸)の誕生
  - (2).マルチメディア革命への道程～Chance Challenge Change
  - (3).我、革命の志士たらん
  - (4).起業とは～Roman Art Science Human
  
- 2 . 起業の経緯 ..... P 5～6
  - (1).退職の経緯
  - (2).起業の理念  
～MICleによる新たなコミュニケーションネットワークシステム(ICNS)の創出～
  - (3).(有)マイクルの設立
  - (4).サイバーコミュニティ「おじさんの群」
  - (5).電網企画会社「マイクルプラン」
  
- 3 . 起業の背景 ..... P 7～10
  - (1).我国の現状～マルチメディア分野も未だ閉塞状況下～
  - (2).要因・問題点

## 第二部 事業目的と基本戦略

- 1 . 事業の主旨と目的 ..... P 11～13  
～「Multimedia For The People 誰もが手軽に楽しく使えるマルチメディア」～
  - (1).情報リテラシー向上のために
  - (2).地域コミュニティ復興を目指して
  - (3).新産業創出を目指して
  
- 2 . マルチメディアビジネスの動向 ..... P 14
  - (1).市場動向～クリティカル・マスと新旧市場のミスマッチ
  - (2).商品動向～コンプリメントからコンバージョンへ
  - (3).転機は2001年
  
- 3 . 基本戦略 ..... P 14
  - (1).運営戦略
  - (2).事業戦略
  - (3).商品戦略
  
- 4 . 展開計画 ..... P 15
  - (1).第1ステージ(2000年～)：ビギナーパソコン関連事業
  - (2).第2ステージ(2001年～)：新キオスク端末(地域サーバー)関連事業
  - (3).第3ステージ(2002年～)：新メディア端末(ネットワーク家電)関連事業

## 第三部 MICle ステージ1 「ビギナーパソコン事業企画」

1 . 関連市場及び商品の動向 .....	P 16 ~ 21
(1) . 競合商品の動向と見通し	
(2) . パソコンの市場動向と見通し	
(3) . インターネットの市場動向と見通し	
2 . 商品戦略 .....	P 22 ~ 25
(1) . ターゲットユーザー	
(2) . コンセプトと商品概要	
(3) . 目標台数と価格	
(4) . 特長とセールスポイント	
(5) . 目標スペック等	
3 . 調達戦略 .....	P 26
(1) . ハード(PC 本体、周辺機器)	
(2) . ソフト	
(3) . プロバイダー	
4 . 流通・サポート戦略 .....	P 27 ~ 28
(1) . 基本的考え方～会員相互間の販売・サポートをベースに	
(2) . 流通・サポート体制の仕組み	
(3) . メンバーコミュニティについて	
5 . マーケティング戦略 .....	P 29
(1) . パブリシティ(広報)は大胆に	
(2) . プロモーション(販売促進)は口コミで	
6 . 運営組織 .....	P 29
(1) . 事業新会社の設立	
(2) . 組織案	
7 . 事業資金と収支計画 .....	P 30 ~ 31
(1) . 計画の前提条件	
(2) . 売上、収益計画	
(3) . 人員・設備計画、費用見通し	
(4) . 収支計画	
(5) . 資金計画	