

第二部 事業目的と基本戦略

1. 事業の主旨と目的

～「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

- ・パソコン、インターネット、デジタルテレビなど、インフラやハード技術の進化だけではマルチメディア社会は到来しない
- ・多様で、充実したサービス、コンテンツに加え、ユーザー自身のニーズや、使いこなし得る情報リテラシー(*)を習得する努力が必要
- ・マルチメディアの本質は、自立した個人のための新たなコミュニケーション手段。一方通行の“マス”メディアではなく双方向の“パーソナル”メディア
- ・欧米の先行は、自由主義、民主主義の土壌に育まれた、よき個人主義に立脚した自立した個人の存在が背景に

(*)リテラシーとは文字の読み書き能力のこと。情報リテラシーとは、

- ・電子メールやインターネットで対話したり、見知らぬ人と交流したり、様々な情報を集めたり、自ら情報発信したり・・・
- ・デジタル TV の多数のチャンネルの中から、見たい番組を主体的に選び、料金を払って見る・・・等々

(2) 地域コミュニティの復興を目指して

- ・大都市集中化と企業中心社会は、過疎化と家庭・地域コミュニティの希薄化、崩壊をもたらした
- ・マルチメディアは「時間」「空間」「コミュニティ」の豊かさをもたらし、多様なビジネススタイルやライフスタイルを可能にする
- ・新たなコミュニティの創出に、結(ゆい)、講、座という日本の優れた伝統的コミュニティ活動の考え方や仕組みが生かせる
- ・これによって生まれる新たな経験や人間関係やコミュニティを通じ、新たな価値観、発想が生まれ、創造性に富んだ個性溢れる個人を生み出す

【結(ゆい)】: 田植えなど、共同体の中で集中的な人手を必要とする作業において、互いに労働力を貸し合うこと。また、林や水などの共有財についても共同で管理を行う

【講】: 組合員が一定の掛け金を積み立て、公共施設の建設・維持や相互扶助に充てるなど、不確実性に対処するための一種の金融組合。頼母子(たのもし)講や無尽講などがある

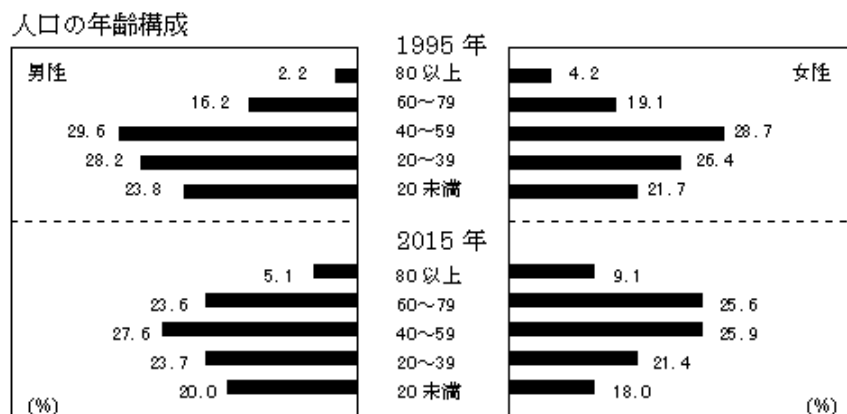
【座】: 役割の違う人が集まって、合議によって共同体の経営を決定する自治システム。祭祀を実行するためのシステムとして発生し、その後村落共同体の自治システム、さらには産業・芸能のシステムとしても採用された

(3). 新産業創出を目指して

少子高齢化社会は目前

- ・ 未曾有の少子高齢化社会を目前に、未だ出口の見えぬ大不況下の我国を尻目に、マルチメディア革命は全地球規模で否応無く急速に進展する。

参考：人口の年齢構成(電気通信審議会中間報告より)



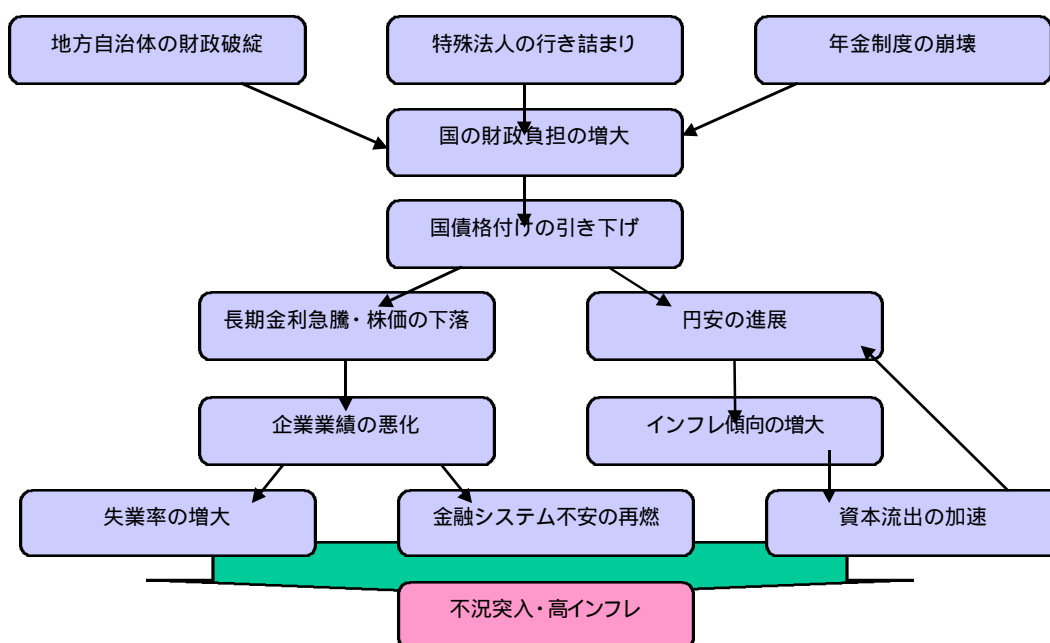
出典：平成10年度国民生活白書

衰亡か、繁栄か、岐路は2005年

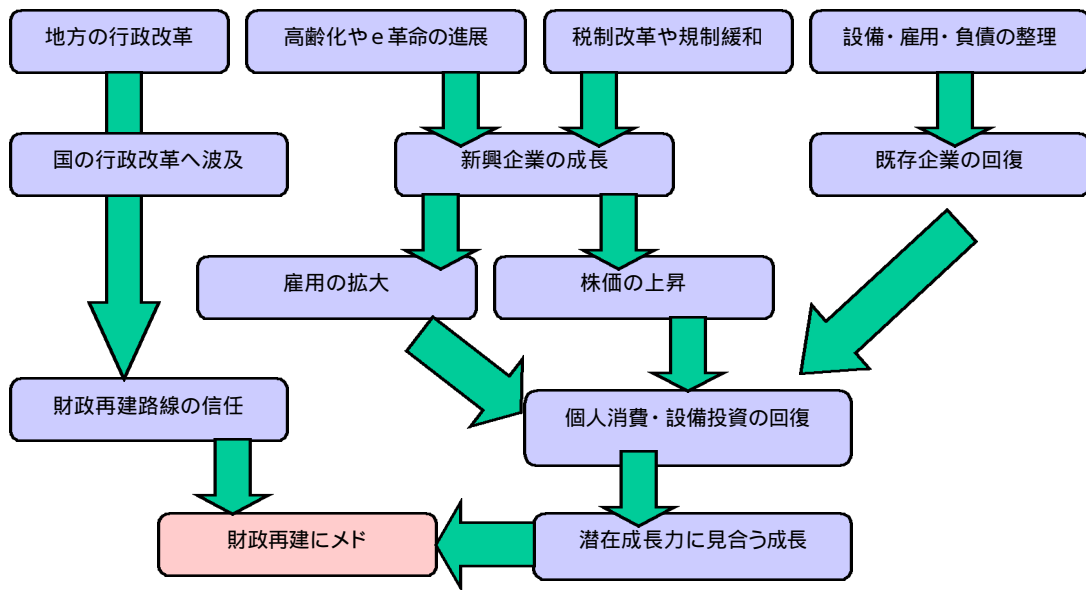
- ・ 痛みを伴った規制緩和と構造改革で、過剰設備、過剰雇用、不良債権、財政赤字問題等を解消し、雇用の流動化と新産業創出で景気を回復し得るか否か
- ・ まさに「衰亡か、繁栄か、岐路は2005年」

(日経ビジネス 1999年7月12日号「2005年、日本はこうなる。衰亡か繁栄か、両極の未来」より)

参考1：「衰亡のシナリオ」～公的セクターの破綻が引き起こす“負の連鎖”



参考2：「繁栄のシナリオ」～民需が再び日本経済を引っ張る



具体的ビジョンに欠ける政府や経団連

- ・ 各種審議会や、経団連などが提唱する新産業創出策やベンチャー企業支援策は、旧体制としての政財官のトライアングル(護送船団方式)維持に立脚したものであり、抜本的改革には程遠い。
- ・ いずれも、高邁な理念や抽象的な観念論に満ち溢れた「お役人の作文」にすぎず、具体的に何をどうすればいいかという、実行ビジョンと戦略・戦術に欠ける。

経済戦略会議「日本経済再生への戦略」
<http://www.kantei.go.jp/jp/senryaku/>

経済企画庁「経済社会のあるべき姿と経済新生の政策方針」など
<http://www.epa.go.jp/99/e/19990705e-keishin.html>

通産省「情報化による我国の産業構造革新」など
<http://www.jipdec.or.jp/chosa/Mckinsey/index.htm>

郵政省「21世紀における高度情報通信社会の在り方と行政が果たすべき役割」
<http://www.mpt.go.jp/pressrelease/japanese/new/990531j502.html>

経団連「産業競争力の強化と経済の活性化のために」諸提言など
<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/index00.html>

2. マルチメディアビジネスの動向

(1). 市場動向～クリティカル・マスと新旧市場のミスマッチ

- ・ 我国で EC(電子商取引)やネットビジネスがブレイクしない主要因は、インターネットそのものの市場規模が、クリティカル・マス(ある状況の発生に必要な最低ライン)に到達していない
- ・ 個々の商品や市場に特有のマーケティング手法を、ネットに生かせる仕組みが確立されていない
- ・ 商品や市場を熟知した企業や人材はネットを知らず、ネットのプロを自認する企業や人材は、商品や市場を知らない

(2). 商品動向～コンプリメントからコンバージョンへ

- ・ インフラ・サービス(通信、放送)、端末(パソコン、テレビ、電話)、コンテンツ(パッケージ、オンライン)とも、いずれは融合(コンバージョン)するも、当面は補完(コンプリメント)関係が主流

(3). 転機は 2001 年

- ・ 高速インターネット(衛星、CATV、DSL 等)、デジタル放送(CS・BS 放送等)、モバイルメディア(次世代携帯電話等)が本格するであろう、2001 年を転機にマルチメディアビジネスは停滞から、上昇気流に

3. 基本戦略

(1). 運営戦略

- ・ 若者のアイデアと行動力、おじさんの知恵とノウハウのコラボレート(協同)で
- ・ 中高年層をメインターゲットの一つに、流通・サポートは全国各地の有為の S O H O やベンチャー企業を優先活用

(2). 事業戦略

- ・ 企画～開発～生産～流通(物流、商流)～サポート各ステップを通じた事業戦略を構築、斬新かつ正鵠なアイデアをふんだんに盛り込む
- ・ 当初は、誰もが簡単に楽しく使えるハード(端末機器)の企画・開発に注力。インフラの動向をウォッチしつつ、サービス、コンテンツ分野へもチャレンジ

(3). 商品戦略～Joyful Simple Low Price

- ・ 商品コンセプトは、「Joyful」「Simple」「Low Price」
- ・ 初心者、しろうとの視点を忘れずに、先端技術でなく、こなれた技術を優先活用

4 . 展開計画～ビギナーパソコン関連事業からスタート～

各ステージを通じ、ハード(端末)、サービス、コンテンツを組み合わせ、ビギナー、地域、メディア各事業領域におけるポータル(玄関、入り口)事業を展開、デファクトスタンダードを目指す

(1).第1ステージ(2000年～)：ビギナーポータル事業
ビギナーパソコン&コミュニティサービス&Webコンテンツ

(2).第2ステージ(2001年～)：地域ポータル事業
新キオスク端末&情報提供サービス&地域コンテンツ

(3).第3ステージ(2002年～)：メディアポータル事業
新メディア端末&オンラインサービス&エンタテインメントコンテンツ

	第一ステージ (2000年～)	第二ステージ (2001年～)	第三ステージ (2002年～)
インフラの動向	ISDN 定額接続 BS デジタル放送	次世代携帯電話	高速インターネット 本格化(衛星、CATV等)
事業イメージ	ビギナーポータル	地域ポータル	メディアポータル
ハード(端末)	ビギナーパソコン	新キオスク端末 (地域サーバー)	新メディア端末 (ネットワーク家電)
サービス	コミュニティサービス 情報提供サービス	オンラインサービス	
使用メディア	インターネット	地域ネットワーク	放送ネットワーク (衛星データ放送等)
出力メディア	パソコン画面	タッチパネル、紙面	テレビ画面
コンテンツ	メンバー交流 サポート情報等	生活、地域情報、 ニュース・報道等	エンタテインメント (音楽、ゲーム等)