

☉インターネットブームは終わった、のか？☉

「インターネットブームは終わった？」という過激なタイトルの特集を組んだのはニュースウィーク誌（7.3号）だったが、それを受けてか「インターネットは今後だいじょうぶだろうか」という話題をよく耳にする。また、タイム社のパスファインダーやワイヤード社のHOT WIREDに代表される米国のWeb-zineが、いまだ利益を生み出していないという報告も、心配に拍車をかけているのかも知れない。

「ブームが終わった」という根拠の多くは、おそらく「期待したようにうまくいかない」ということだろう。もっと言えば、それは「お金儲け」のことに違いない。確かに、日本でもインターネットで儲かったと喜んでいる人は少ない。しかし、インターネットに期待されているのは金銭だけだろうか、という疑問もある。自分のホームページを見た人から届いたメールを読むとき、金銭を超えたある種の喜びを覚えた人は多いのではないだろうか。とはいつても、お金が重要なことも当然であり、その気持ちもよく理解できる。

ところで、パソコンは約10年かかりプロとアマの技術の壁を低くしてきたと思っているが、インターネットは個人と組織の壁を低くしていきたくらうと思っている。それは個人と会社、個人と学校、個人と国家などである。そして、その影響として経済活動（会社）と私生活（プライベート）の境めもあいまいにしてしまうと思っている。たとえば、SOHOで在宅勤務ができるようになったとき、自宅でネクタイをして仕事する人はいないに違いない。

またインターネットは、車や電話のようなツールに止まらないような気がしている。それは、どちらかという「社会」のイメージに近い。アル・ゴアのスーパーハイウェイ構想になぞらえれば、その回線は道路であり、バックボーンは高速道路、パソコンは自動車、プロバイダーはインターチェンジやド

ライブインといったところだろうか。もしそうなら、我々の社会がそうだったように、その発展のためには、単に一企業や政府ががんばればよいという問題ではなくなる。利用者、メーカー、地域、政治・行政など、全関係者の努力が必要になってくる。そのうち、どこかのレベルが低いと、全体はそのレベルに落ち着いてしまう。このことは、そこでビジネスをする者にとって非常に重要な問題である。つまり、マーケット消費型の発想ではなく、マーケット創造型の発想が求められることになり、またその方が成功する可能性が高いということになるからだ。

現在のインターネットの状況は、未開の荒野が開拓されて小さな町ができた段階のように見える。道路も最低限は整備されたが、どこにでも簡単に行き来できるほどではなく、ガソリンスタンドやレストランもまだ少ない。しかし、同じように荒野を耕したアメリカが、200年後に世界のリーダーシップをとる国になっていたという事実がある。インターネットはそれより圧倒的なスピードで開拓されているのは、誰の目にも明らかだ。私見だが、早ければ2~3年、遅くとも10年くらいでいろいろなビジネスができる存在に育つと思っている。

インターネットの基礎技術であるTCP/IPが設計されてから、すでに20年以上が経過している。その間に労を費やし育ててきた人たちから見れば、「ブームは終わった」などという表現は滑稽に違いない。要は、何年のスパンでビジネスを考えるかという問題ではないだろうか。ただ、開拓されてしまった後では、あまりおいしいものがころがっていないのは道理だろう。

（井芹昌信 INTERNET Watch「木曜コラム」-
96/7/18、インプレス）



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp