

秋葉原でいまでも元気のいいパソコンショップといえば、まちがいなくソフマップの名前をあげることができるだろう。最近では『ソフマップ・エフ・デザイン』というソフト会社も設立し、ソフトウェアビジネスにも乗り出す。

もちろん、インターネットにも強い興味を示される鈴木慶社長に、いまのインターネットをどう見ていらっしゃるのか？そして、いまでも力を入れていらっしゃる『MADO』というソフトウェアについてのお話も伺った。

## 吉村 伸の インターネットへようこそ!

今月のお客様  
鈴木 慶さん：ソフマップ代表取締役社長

「インターネットは英語の世界。  
加入の仕方も分かりにくい」

吉村 鈴木社長がパソコンやその周辺でいまでも興味を持っていらっしゃるものはなんですか？

鈴木 一番関心を持っているのは、コレ！自社の製品の『MADO（マド）』というソフトウェアですね。ご存じないかもしれませんが。あとでちょっと見てもらいましょう。これはモザイクに対抗しようというものなんです（笑）。インターネットで一番使われているアプリケー

ションってモザイクなんですよね？

吉村 モザイクだけがインターネットのすべてではないですけどね（苦笑）。電子メールとかも使われていますよ。

鈴木 私がインターネットで一番感じることは、加入の仕方が分かりにくいということですね。それと、もう1つは、ほとんどの日本人が感じることでしょけれど、英語の商品なんだなという感じがしてしまうんです。英語の得意な人なら、違和感なく、簡単に入り込めるんでしょうけど、ニフティサーブみたいに、日

本語で簡単に使えるというイメージがないですね。そのあたりを解決すると加入率もグッと増えると思います。実際、インターネットの加入率はアジアは圧倒的に少ないそうですね。ほとんどは英語圏の人でしょう。私たちが秋葉原でお店をやっていて、お客さんに勤めるときに、このあたりがクリアされていると勤めやすいですよ。

それに、スターターキットみたいなものがないと、企業が加入して、その社員が会社で使っているというイメージですよ。もし、個人が使い始めるとニフティサーブなどのパソコン通信サービス会社は脅威に思うでしょうね。

吉村 インターネットのユーザーになるためのパソコンとしては、ウィンドウズが動くマシンがマッキントッシュですが、メモリもそれなりに必要です。ですからかなり高級なパソコンを持っていないと使えないのではないかと考えている人もたくさんいますよね。でも普通のアプリケーション、つまりワープロにしても表計算にしても、日常的に使おうとすると、かなりのリソースを持っていなければならないので、インターネットが特別というわけでもないと思います。先日もあるソフトハウスの方と話をしていたら、『日本で売られているパソコンなんて、20万円以下のパソコンで、ユーザーはモデムを買うにしてもなかなかたいへんなんだ』とおっしゃっていました。そういうパソコン環境では、十分に使える環境ではないと思います。



日本語を使うということで欧米で使われているパソコンよりも高性能でなければならないということもありますし、まだまだ、ユーザーは速いパソコンよりも安いパソコンを買ってしまう傾向にあると思います。

**鈴木** パソコンは面白い傾向があるんです。パフォーマンスはよくなって値段も下がっているわけですが、いまでは386CPUのパソコンを買う人はもういません。もし売っていたとしたら10万円もしないでしょう。でも、いまの主流は20万円くらいの価格帯の製品なんです。お客さんはなぜか20万円前後のものを好むんですね。家電に比べると高値安定になっていますけど、そういう意味で値段は下がっていないともいえるわけです。それはお客さんが高いものを求めるからなんではないですかね。それに、いま売られているのは、ほとんどが486CPUかペンティアムを採用したパソコンですから、性能としては十分だと思いますよ。

アメリカと日本を比較すると、過去にはアメリカと比べて10万円以上高かった時代もあるのですが、現在では安いパソコンが日本にも入ってきて、日本人がアメリカに比べてめちゃくちゃ高いものを買われているということはないのではないですか。

## 『ソフマップTV』は、 オン・ハンドを潰すために考えたんです

**吉村** ところで、ソフマップでは、野村総合研究所のサーバーの中にホームページを持っていらっしゃるんですよね。このページをインターネットで見た人からの反応や効果はどのようなものでしたか？ そもそもこうしたページを出すということはかなりインターネットにご興味をお持ちだと思えますが、……。

**鈴木** 反応については、まだ聞いていません。でも、インターネットにはすごく興味ありますよ。実は、6月初めくらいに『ソフマップTV2』という通信を使ったサービスを立ち上げるんです。当社では『ソフマップワールド』というフリーペーパーを30万部くらいばらまいているんですが、これをもとにインターネットを使った通信販売を研究してみようと思っています。当社では、買っていただいたパソコンに添付したディスクが、店頭で100円で売っているソフトを立ちあげると、自分のウィンドウズやマッキ



ントッシュにテレビみたいなデザイン画面が出てきて、モデムを使って当社のデータベースにアクセスして、そこにソフマップの商品の写真と売価情報が見えるようになっています。これは『ファーストクラス』というソフトを使っているんですが、あまりにも制約が大きくて、イメージしていたものができないんですね。そこで、もっと簡単にネットワークにアクセスするために、今度のバージョンでは通信ソフト部分まで独自に作ったんです。おかげで、非常に簡単な方法でアクセスできるようになりました。ローン計算なども自動的にしてくれますし、商品のスペックも見ることができます。

**吉村** そもそも、こうしたことに興味をお持ちになったきっかけは何ですか？

**鈴木** それは、ソフトバンクの『オン・ハンド』を見て、これは小売店への挑戦だと思ったからです。しかし、『オン・ハンド』の問題点はすぐにマニュアルを入手できないということ。上級の利用者はマニュアルを必要としないかもしれませんが、多くの利用者はマニュアルを必要としているんですね。そこで、あとからマニュアルを送ってくるくらいなら、最初からマニュアル付きで送るにはどうしたらいいかと考えたのです。それがこの『ソフマップTV』だったのです。つまり、これは『オン・ハンド』に対抗するために考えたんです(笑)。それをさらに改良したのがバージョン2です。将来に何を考えているかといいますが、当社のカタログには、すべて通販コードが入っていますし、スペックのデータも持っています。ただスペックのデータはうちでは作りきれないので、メーカーさんで入れてもらっているわけです。そしてうまくいけばこれをCDに入れてしまおうと思っています。まずCDでばらまいておいて、将来はインターネットで流す方法があればいいと思っています。TV2の発展形では、画像も含めて送れたら面白いでしょう。でもそれはこの『ソフマップワールド』というフリーペーパーがあるからできるので、もしなかったら1つ1つ新たに打ち込まなければなりません。インターネットのために編集していたら、とても

採算は合わないですよ。

## 「無店舗の通販会社は生き残れない」

**吉村** ソフマップは、すでに秋葉原にたくさんの店舗をお持ちになっていて、かなり成功していると思うのですが、それでもあえて無店舗の販売というものに取り組むということはどのような意味があるのですか？

**鈴木** 通信販売は10年以上やっているんですけど、ぜんぜん儲からないですよ。考えてみると、生き残っているのは店舗を持っているところなんです。無店舗の通販会社は残ってないんですね。つぶれたり夜逃げしたり、大変ですよ。通信販売専業で生き残れない理由を考えたら、簡単な結論がアメリカにあったんですね。雑誌に広告を出しても、本体を中心としていては、紙面を見ただけで価格の比較はすぐにはできるわけです。だから、グリラ的に値段を下げることも当然出てきますし、単なる価格の競争に入ってしまうと、なんの利益も出ないんですね。そればかりを一生懸命にやっているところは、いずれ地獄に行くんです。

実は、アメリカでうまくいっている通販会社は、本体を製造して販売する会社です。つまりメーカーが直販で通信販売するところですよ。それからサプライとかペリフェラルとかを中心としている会社です。日本には、なぜかこの2つの種類の会社がぜんぜんないんですね。他人が作ったパソコンを右から左へ売っただけですよ。これでは生き残れないです。いまは流通がメーカー的なことまでやらないと生き残れないという厳しい状況になっているんです。そういうわけで、うちではパソコン本体の通販はほとんどやっていません。ほかの会社はまだ昔と同じことやってます。パソコン業界ってみんな儲かっているみたいですが、ぜんぜん儲からないですよ。錯覚しているんですよ。マーケットは昨年200万台で今年300万台だ！そして来年は400万台になるんだ！…なんてね。ぜんぜん華やかではないですよ。

## 「インターネットが普及すると、 いまのパソコン通信はなくなってしまおう?!」

**鈴木** これからインターネットが普及してきたら、ニフティサーブなどのパソコン通信サービスはどうなってしまうのですか？ なくなってし



まうんですか？ インターネットが個人レベルにまで普及したら、どう考えたってワールドワイドなものを選ぶようになりますよ。それにモザイクとかできないんでしょう、パソコン通信では、

吉村 たぶんパソコン通信サービスのようなインフォメーションサービスをしているところはユーザーインターフェイスがどんどん

変わっていくことになるでしょうね。アメリカのコンピュサーブではグラフィカルなユーザーインターフェイスを使って、モザイクと同じようなことができるようになっていきます。

個人レベルの情報発信はプロバイダーに依存せず、自分で絵でもなんでも、場合によっては仕組みまでも提供するというをみんなができるようになった場合、大手は『業者』に依存しなくてもよくなるでしょう。これまでパソコン通信サービスが伸びてきたのは『そこに行けば何かがある』ということだったのですが、これからいろんなものが分散していけば、パソコン通信はいらなくなるかもしれませんね。でも街中にブティックとか専門店ができれば、デパートはいらなくなるのかというそんなことはありません。パソコン通信サービスは巨大なデパートで、インターネットではみんなが小さな専門店を開くようなものではないでしょうか。

鈴木 でもインターネットのスターターキットが出て、だれでも簡単につながるようになったとき、店頭で『パソコン通信サービスのスターターキット』と『インターネットのスターターキット』が店頭にならんでいたら、やっぱりインターネットのスターターキットを買いませんか？

吉村 いま、多くの方は、ニフティサーブはニフティサーブに電話をして情報を得て、インターネットはインターネットのプロバイダーに電話をしているところのWWWのページを見るというように、別々に考えているのではないですか？ 実際は、インターネットにつないで、いろんな情報も見られるし、ニフティサーブの情報も見られるわけですけど。それに、パソコン通信の利用者はますます増えています。

鈴木 なんでパソコン通信では絵を見られないんですか？

吉村 最近ではいろんなパソコン通信でも絵が出る場所が出てきていますよ。ピープルとかはすでにそうですし、ニフティサーブでも研究はしているようです。

「インターネットをむずかしくしているのはプロバイダーの数とスターターキットがないこと」

吉村 鈴木さんのお話の中で、何度か出てきたキーワードは「だれでも簡単に」ということだと思うのですが、パソコンというのはずいぶん簡単になってきているのにインターネットはまだそうっていないよ、ということですよ。

鈴木 そうなんです。私は完全にエンドユーザーの視点でしか考えてないですからね（笑）。それと難しくしているもう1つの点はプロバイダーの数ですよ。こんなにたくさんあって、値段もばらばらで、どこがどう違うのかさっぱりわからないじゃないですか。これをもっと明確にすべきですよ。これではみんな躊躇してしまいますよ。こういうことが解決したら、だいぶ違うと思いますよ。ぼくが入る場合もどれがいいのか悩みましたし。そこで資料を集めて、どのパフォーマンスが高いのかということを考えますよ。でも、いまではまだニフティサーブのほうがいい感じがしますよね、文字の情報だけなら。インターネットは、簡単にいいですよと店頭で売りにくいんですよ。店頭で「はい、これです」という感じで売れないとだめですよ。

吉村 パソコンにしても、CD-ROMにしても、秋葉原で流行らないものって、結局日本全体でも流行りませんよね。

鈴木 まったくそのとおりです。秋葉原っていうのは、大阪よりも半年くらい動きが早いんですよ。まず秋葉原が売れて、半年くらいして大阪が売れて、そしてさらに半年くらいすると中部地区が売れて、1年から2年遅れで地方ですよ。DOS/Vなんていうのは完全にそうですよね。いまやっとなんて大阪が売れはじめて、名古屋が最近売れはじめてきて、これから地方ですよ。そうすると某メーカーさんのシェアも厳しくなるでしょうね。この秋葉原地区のパソコン本体の売れ行きを見たら圧倒的にDOS/Vが大きいですよ。でも全国で見たらまだまだN社さんのシェアっていうのは大きいんですよ。



秋葉原地区では、すでに機種種の専門フロアをなくしてウィンドウズのフロアにしているところがあります。昔は機種ごとのフロアだったんですけど。だからこの地区で商売するには、完全にウィンドウズというカテゴリーになってしまっているんです。つまり秋葉原で動くということは、将来が有望だということですよ。

**吉村** そういう目から見て、インターネットは将来有望ですか？

**鈴木** インターネット自体は普及するでしょうね。ただし、もっと簡単にしてくれればね。何度かいうように、スターターキットもないなんて、絶対にヘンですよ。店頭で申し込むなんていうことをやっているくらいなら、パッケージにして売ったほうが絶対いいに決まっているじゃないですか。

**吉村** 実は、IIJのスターターキットはゴールデンウィーク前に発売する予定にしています。もちろん、インターネットマガジンもスターターキットみたいなものですけどね。

**編集担当** スターターキットに関していうと、ソフトウェアやマニュアルも重要ですが、アカウント（ID）の発行はもっと重要ですね。いちいち書類を書いて送って、アカウントが郵送されてくるまではとても待てないということです。やりたいと思ったときに、なんですすぐできないのと...

**吉村** 今度のスターターキットはオンラインサインアップでアカウントの発行もしますよ。

**鈴木** それはいいですね。当社でもそれを仕入れて売ればいいんですけどもね。

「『MADO』の基本機能は20個くらい。  
コンピュータでやりたいことなんて、  
20種類くらいなものです」

**鈴木** では、ちょっと「MADO」を見てもらえますか？（デモを見せながら...）いままでのソフトウェアっていうのは、オブジェクト指向であっても「タテ型」のプログラム構造になっているわけです。それに対して「MADO」は「ヨコ型」の構造、つまり、マネージャがあって、それぞれのマネージャがその下のプログラ

ムを管理するという構造です。でもこの「MADO」というのは「セル」という非常に小さな単位のアプリケーションで管理しようというものです。100Kバイト程度の小さなアプリケーションを接続することで、大きなアプリケーションになるんです。オブジェクト指向でも同じようなことが特徴になっているわけですが、「MADO」はプログラムではなくて、完全に出来上がったアプリケーションなんです。アプリケーションの中自体はタテ型になっているのですが、そのアプリケーションをつなぎあわせていきます。これを私たちは勝手に「デジタルセルテクノロジー」って呼んでるんです。特徴としては、まずスクロールが非常に高速なんですよ。たとえば、すでにある有名なCADソフトのスクロールと比較しても、圧倒的に高速です。そして、いくつかの役割をする窓が開いて、それぞれを関連付けていきます。この窓が1つ1つの細胞なんですよ。こうして細胞を結び付けることで一つのアプリケーションが出来上がるわけです。この考え方を推し進めていくと、すべてのコンピュータプログラムはこれで置き換えられるということにたどりつくのです。そして、21世紀はこうした手法でなければ、プログラムできなくなると思いますね。だいたい、コンピュータでやりたいことは20種類程度でしょう。絵を表示して、動画を再生して、文字を出して、検索して...というように。つまり20種類のセルがあれば、すべてのことはプログラム可能だというわけなんです。あとは、創造力とマウスでセルをつないでいだけですね。ビジュアルベーシックみたいにプログラムを書くこともありません。もちろん、必要とあればプログラムは特別な細胞を追加して作ればいいわけですし、利用者はその細胞を買ってきて、マウスを使って組み立てればいいわけです。

だから、世の中には、1人だけ細胞を作る人がいて、あとは細胞を買って使うだけです。

いまは、これを使って、モザイクみたいなインターネットの情報ブラウザを作れないかと思っているんです。

**吉村** これは非常に面白い概念だと思いますね。いまのインターネットのHTTPを拡張したりして、さらにネットワークと結びつけば、知らない間に細胞をネットワークから持ってきたりするようにできますし、高速な描画が提供されたりすると、いまのWWWよりも表現力も上がって、すごく面白くなると思います。





## [インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

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、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)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、写真の撮影者、イラストの作成者、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収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用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する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時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が、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の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。

このファイルに関するお問い合わせ先

**株式会社インプレスR&D**

All-in-One INTERNET magazine 編集部

[im-info@impress.co.jp](mailto:im-info@impress.co.jp)