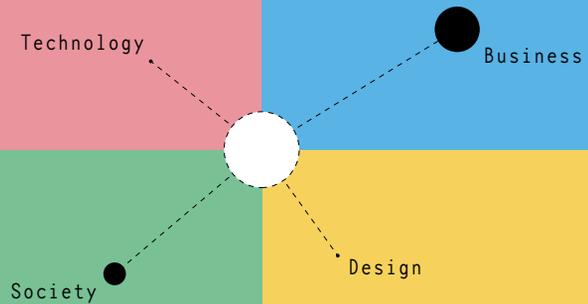


阪本啓一

さかもとけいいち: マーケティング・コンサルタント。大阪大学卒業後、旭化成を経て、独立。渡米し、ニューヨークでコンサルティング会社「Palmtree Inc.」を設立、現在同社CEO。著書「スローなビジネスに帰れ」(小社)「バージョン・マーケティングの未来」(翔泳社)訳書など多数。

www.palmtr.com
surf@palmtr.com



シンプルにいこう

複雑すぎる!

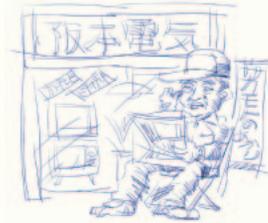
米国から日本に移住するため、久しぶりに帰国したら驚くことばかりだ。真昼の山手線で大人が熟睡する無防備な寝顔を見るのも、赤の他人とあちこち体をぶつけないながら歩く渋谷の街にも。歩いていて、いきなり手が「ぬっ」と出て何かのカードを渡されるのにも驚く。見ると、近所の居酒屋の割引券だったのだが、たとえ紙とはいえ、見ず知らずの人からものをもらうことにだれも抵抗を感じないのかなあ。電車内広告のモデルが同じタレントで、どれがどの商品のものだったか区別がつかない。これを効果ありと思っている担当者のマインドに驚く。しかし、中でも一番の驚きは、「社会生活を営むことが複雑になりすぎてしまっている」ことだ。

新居にはまず電話と、休眠していた番号の権利を復活させようとした。電話局の人がいろいろ質問してくる。プッシュ回線とダイヤル回線どちらにするかまではわかった。しかし、それから先、相手の言う意味がわからない。

「番号通知はいかがなさいますか? ISDNになさいますか? マイラインはどうなさいますか? 電話帳はご入用ですか? 電話帳に番号は記載されますか……」
忘れたが、ほかにももっといろいろ聞かれたと思う。質問のたび、意味を翻訳して理解し、答えていくのだが、あまりに遠くで消化しきれないのだ。マイラインなど名前は知っていたが、「ひとごと」と思っていたので、じっくり各社を比較検討していない。

「電話、ひきたいんだけど」「はい、いつ工事しましょうか」「んじゃ、今度の日曜」「わかりました」のどかな時代は、一体いつ終わってしまったのだろうか。

テレビを買いに行った。同じ機種でもBS内蔵とそうでないものがある。プログレッシブ対応? なんじゃそりゃ? BSを内蔵していれば、例の「中華鍋」は要らないのかと聞くと、アンテナはいるという。「今度の家では、インターネットに対応しているケーブルを契約するつもりなので、アンテナは関係ないよね」というと、「でも最近のテレビはほとんどがBS内蔵です」とのことだ。わけ、わからん。「テレビもってきて」「ほいほい。今日はこんな時間



だから、明日でいい?」「いいよ」というわけにはいかないのだ。

JRで「Suica」サービスが始まった。ワンタッチで改札機を通過できるICカードだ。水平に正しくタッチしないといけないらしいのだが、私はそそっかしいから、まず間違いない差込口に入れてしまおうなあ。しかも、JR東日本でしか使えないし、新幹線では使えない。在来線との接続はどうなるのだろうか。なにしろ説明書が文字ざっしり30ページある。乗車の前に読み込んでおかねばならない。「ただし の場合はご利用になれません」という「ただし」をアタマの中に入れておかねば。しかし考えてみれば、「たかが電車に乗る」というただそれだけのことではないか。なぜそれだけのために30ページもの解説書を受験勉強みたいに学ばなければならないのか。それだけの労力を超えるほどの生活上の便宜がもたらされるのだろうか。

QOLこそすべて

ビジネスの目的。私は「生活品質(QOL)の向上」だと考えている。あるサービスが生まれる前と後(before / after)で、QOLが上がっていること。鍋なしでお湯さえあれば、いつでもどこでもインスタントラーメンが食べられる。好きな音楽を外でも、歩きながらでも、聴くことができる。硯や墨を用意しなくても簡単に筆書体で字が書ける。テレビ番組を録画できるので、残業平気だ。裏番組も見ることができる。いちいち地図を広げなくても運転しながら場所を探ることができる……。これらのシンプルで便利さを持って生まれた商品をお手本にしたい。生活者の、ひいては自らの首をしめるような複雑怪奇な商品はどこかおかしい。シンプルに、いこう。

Illustration: Harada Kazu



[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