

特 集



平成11年版通信白書：インターネット特集について

神戸大学大学院経営学研究科助教授 小川 進

非常におもしろい。これが今年の通信白書を読んだ最初の感想である。それは、私自身が近年急速な成長を見せるインターネットに興味を持っていて、その内容が特集になっていたからかもしれない。しかし、私自身の興味と合致していたからと言って、すべてのインターネット関係の書物が私の知的好奇心を満足させてくれるわけではない。そういった意味で、何故、この白書が私にとっておもしろかったのか、それについてこの書評で述べてみたい。

まず第一に、急速な普及を見せるインターネットの実態を本白書は的確に表現している。例えば、白書では主な情報通信メディアが日本で世帯普及率10%を越えるまでに何年かかったかを比較している(2ページ)。白書によれば電話で76年、ファクシミリで19年、携帯・自動車電話で15年、パソコンで13年かかったという。それがインターネットの場合、わずか5年で世帯普及率10%を達成したのである。このように他の情報通信メディアの比較を通じて、インターネット普及の衝撃を巧みに白書は表現している。インターネットの普及の早さを表現するため、このデータをプレゼンテーション用に利用している企業を私はいくつか知っている。そのことはいかに白書のこのデータが広い範囲で利用価値の高いものであるかを示している。

次に、本白書はインターネットに関わるいくつ

かの予備知識についてコラムの形で解説している。そのコラムが非常に読者にとってわかりやすくまとめられているところが私が今年の白書をおもしろいと感じた第2の理由である。何かの目的で調べる必要があるが、それに多くの時間をかける余裕がない時、我々は「どうぞその内容が載っていますように」と願って白書を手取る。そしてその内容を白書に見いだした時、我々は白書の存在にあらためて感謝するのである。その意味で、例えば、コラム1の「インターネットの歴史」やコラム5の「インターネット関連事件」そしてコラム6の「移動体通信サービス」などは、白書に載っていて欲しいと多くの者が望む項目である。

私が白書をおもしろいと思った第三の理由は、白書が取り上げている事例と関連する。例えば、第2節の「成長を続けるインターネットビジネス」のところでは、アメリカのインスティル社や日本のアスクルなどが取り上げられている。本白書は、現在、MOR (Maintenance, Repair, and Operation : 企業が経費や間接費として支出する最終消費財購入) と呼ばれる分野での企業向けインターネットコマースの成長が著しいことが指摘し、その具体例としてインスティル社やアスクルを取り上げている。インスティル社にしてもアスクルにしても現在、最も実業界で注目を浴びている企業である。本文にあるようにインスティル社は発注先多様化と取引窓口一元化を、アスクルは事務用

品の部門別発注と総務部門の負担軽減を、同時に達成にした。以上のような事例はインターネットビジネスが最も早く立ち上がるのはどのような分野でそれがどうして可能であるかを考えるのに格好の材料となる。その点で、白書の事例の選択は的確で、自らの魅力を引き上げているとおもわれるのである。

私が今年の白書をおもしろいと感じた第四の理由は本文の電子マネーの記述の部分にある。近年、日本でも電子マネーに関する大規模な実験がいくつかの都市で行われている。しかし、その結果はこれまでのところ決して芳しいものであるとは言えない。これまで電子マネー普及のカギとして挙げられてきたのは、電子マネーの利用がユーザーに与えるベネフィットについてであった。電子マネーを利用することで、そのユーザーは他の決済手法では手に入れない何らかのベネフィットを得ることができるのか。それを見いだせない限り、電子マネーの普及は足踏みを続ける。そのような議論がこれまで何度もなされてきた。そして以上のような問いに対してこれまで明確な答えは提出されてこなかったのである。

しかし、本白書はそれに対する明確な答えを一つ提出している。それがインターネット・キャッシュとしての電子マネーである。現在、インターネット・ビジネスに関する一つの問題は消費者がクレジットカードを決済方法として選ぶ際に感じる、そのセキュリティに関する不安である。実際、現在のインターネットショッピングでの決済は、振込や代金引換などの手段が大半を占めているという。本文にあるように、セキュリティの面からユーザーがクレジットカードの番号の送信をためらったり、少額商品の販売が決済手数料に見合わないなどの問題から、クレジットカード決済や電子決済を決済方法とする店舗は比較的少ないという(74ページ)。その点でインターネット

キャッシュは(1)個人間も含め流通させることが可能(2)支払い時に個人名を明かさず買い物が可能(3)未使用分は自分の口座へ入金可能、である。これらの点でインターネットキャッシュは、少なくともインターネットビジネスという範囲で、クレジットカードを含む他の決済方法に対して明らかな優位性を持つ。その意味で電子マネーのこれからの用途、成長可能性について検討を行っている者にとって本白書の記述は一つの重要なヒントを与えてくれているように思われる。その点が私には非常に興味深かったのである。

以上のようないくつかの点において私は今年の白書から知的刺激を受けた。しかし、そのことは私が白書に対して全く不満を抱かなかったということの意味しているわけではない。私が本白書に対して抱いた不満は私が経営学者であることに関係している。

つまりこういうことだ。今年の白書は確かにインターネットビジネスに関していくつかの有益な情報を提供している。それらについてはこれまで説明してきた。しかし、インターネットとビジネスという視点から考えれば我々は他の論点からも議論することが可能である。それ例として、インターネットが企業経営に対して与える影響という問題を挙げるができる。

例えば、私が最近取材したある食品スーパーはインターネットを利用した、新しいビジネス・モデルの構築を始めている。その会社は商品マスターと発注台帳をウェブ上に持っている。もちろんそれは主要問屋との間で共有されている。そのことで、問屋とスーパー本部、そして各店舗が最新の商品マスターと発注台帳を共有することができる。また、データの更新も低コストで行える。以上のような試みはこの企業に限らず様々な場所で行われているはずである。その現状と今後の発展方向について報告するというのも白書に期待さ

れている役割ではないか。その作業が統計データと先進的事例の紹介をもって行われれば、白書の価値はさらに高まったであろう。次回、白書でインターネット特集が組まれる時、以上のような点に

についても配慮がなされるなら、私のような経営学者にとって今回以上に刺激的な内容を持つ白書となるだろう。それを次回の白書に期待したい。