

おかげさまで5周年を迎えました



アイエックス・ナレッジ株式会社
代表取締役社長 安藤 文男

私たちアイエックス・ナレッジ株式会社は、おかげさまで、このたび発足5周年を迎えました。

コンサルティングからシステム開発・運用までの一貫サービス体制をもつ独立系情報サービス会社としてスタートを切りましたが、この間、母体となった2社の長い実績の基礎の上に立ちつつ、お客様の信頼獲得を最優先として、事業基盤の強化に努めてまいりました。

お客様の視点に立ったコンサルティングとシステムづくり、そして納期・品質の精度を一段と高めるよう、技術力の向上・人材育成そして社内体制の充実をはかりました。また、新たな市場の要請に応じるべく、さまざまなパートナーとの連携を含め、ソリューションサービスやアウトソーシングなど新たな業務へのチャレンジ参加を進めています。

こうした積み重ねにより、事業ビジョンとする「ITとビジネスのコーディネーター」として、また「お客様の利益をコミットする情報サービス企業」として、お客様から安心してご注文いただける体制が整ったと自負しております。

新会社としては、まだ5年という歴史の浅さですが、今またアイエックス・ナレッジの“第2ステージ”に臨んで、かつての伝統と実績にもたれることなく新鮮で自由な発想をもってお客様のご期待にお応えしていきたいと決意を新たにしております。今後とも何卒よろしくお願い申し上げます。

(2004年10月)

あすへの対談

安藤社長・春日最高顧問が聞く ゲスト・小野 功(日立製作所代表執行役副社長)

IT日本の「強み」再発掘のために... “個の視点”でモノづくり強化を



「あすへの対談」特別版として、今回は株式会社日立製作所の小野功代表執行役副社長をお招きし、当社の安藤文男社長、春日正好最高顧問との鼎談形式でお願いしました。話題は「e-Japan戦略」から「携帯文化」さらに「モノづくり」の大切さへと展開しました。

日本がリードする携帯文化

安藤: 本日はIKIの5周年記念号にゲストとしておいいただき、本当にありがとうございます。

小野副社長には、日立製作所のIT部門のトップというお立場、また、最近の「e-Japan戦略」専門調査会委員というお立場から「今後の日本のITの進む道」と

いった視点でいろいろお話をお聞かせいただければと思っております。

最初に、あれだけ成熟した国アメリカが、ITを牽引車としてさらなる経済成長を実現したり、“眠れる獅子”と呼ばれた中国もいま大変な経済成長にある。そうした中で、バブル以降の10年余りの間に疲弊した日本の経済・社会が、これから元気を出すにはどうしたら良いとお考えでしょうか。

小野: お隣の中国が「世界の工場」になりつつあるということが、日本の、特に製造業の競争力を結果的に弱めてきたわけです。日立製作所も、製造拠点をコスト競争力のある中国にシフトしています。しかし一方で、空洞化をさせないようにする対策も、企業経営にとってきわめて大切ではないかと思っています。

歴史の流れからすれば、アメリカも、日本が非常に調子のよかったころ、「日本

に学べ”ということがありました。日本はむしろもう少し原点に立ってみて、“日本の強みは何だろうか？”ということをもう一度考えてみるべきではないかと思ひます。

それからもう1つは、いわば“個性化・差別化の時代”になってきたという点です。衣料品でも安くて割りとしっかりした規格商品がたくさん出まわっていますが、最近では、むしろ高級ブランド志向、あるいは人が持っていないものを持ちたいという風に日本人のものの考え方が変わってきたのではないかと思ひます。顕著な例が、デジタルカメラやフラットパネルのテレビなどで、きわめて高額なものがけっこう買われる時代です。

言い換えると、製造業全体が“個人”という視点で物事を見ていられないのではないかと思ひます。大量に安く作れば売れる時代が終わった、という視点で「日本産業の空洞化をどうするか」ということと「日本の製造業の復活」ということを考えなければならぬわけ、その際“個の視点”で物事を考えるべきではないかと思ひます。「e-Japan戦略」の専門調査会の委員になったときにもそのように申し上げました。

安藤:“個の視点”に立ったときに、「日本が強いもの」をどう捉えておられますか。

小野:それは過去にもありましたし、現在もあると思ひます。例えばいまや“携帯文化”になって、通話機能だけではなくて携帯電話を使っているいろいろな情報や動画を手にするのは、やはり日本が一番進んでいます。

それから先ほど申し上げたデジタル化した製品 カメラやテレビ の技術、とくにきれいな画像を見せる技術というのはやはり日本が優れていると思ひます。そのようなものがいずれは評価される時代になるのではないかと思ひます。それからコンテンツそのものも、日本には非常に優秀なものがあります。

このような、いま日本が持っている優秀な技術やコンテンツをベースにして、さらに“個の視点”を考えながらやると、日本産業の再生の道があるのではないかと

考えています。

安藤:例えば携帯でいうと、日本の市場が世界で16～17%ぐらいですね。その中で、端末機などは、まだまだその比率から日本は脱却していないということがあります。例えば、ノキアの場合はトップですね。それとサムソンなど。アメリカでいうとモトローラ。こうした企業が、ほぼ世界の市場を牛耳っている。そうすると、今後、携帯と言うのは非常に重要なキーになってくるのかなと思うのですが、日本はどのような方向を目指すとお考えですか。

小野:文化の差というのが、まだまだ相当あるのだらうと思ひます。例えばモトローラにしてもノキアにしても、電話を使って話せればよいというような製品が主体です。要するにシンプル志向です。それに対し日本の携帯電話は、いろいろな予約もできるということに、ありとあらゆることができる可能性を秘めているわけですね。そういうことを志向する文化と、欧米の文化というのが相容れるものなのかはわかりませんが、私の期待は、むしろそういう利用文化をもっと世界に発信していくべきではないかと思ひます。

春日:関連して申し上げます、数日前に、フランスで日本式のiモードの加入が400万を突破したというようなニュースが出ておりました。いまおっしゃるような使い方の文化を試みている一例ではないかと思ひていたのですが。

小野:「e-Japan戦略」で、“IT活用”という表現をしたのですが、実はそのとき私は、なぜ“利”を付けるんだらう? と考えたのです。どうしても“利活用”にしたいと言うから、それはいいでしょう(笑)。いまは“利活用”というのが標準語になってしまっているの、それを使うとして(笑)。日本発のIT活用文化を世界に、もっともっと発信すべきではないかと思ひます。

IT活用の知恵に期待

安藤:私が、日本はまだまだ十分期待できると思っているところは、国民が商品サー

ビスに対して非常に厳しい目を持っている点です。「e-Japan戦略」でも、「元気・安心・感動・便利」な社会を目指していますが、こうした多様な利活用のあり方については、これからいろいろな工夫・努力が行われていくでしょう。非常に期待値が大きいかなと感じます。

これを実現するには・・・、例えば、家庭にネットを引くというのはまだまだ先のことでしょうし、携帯リモコンを使うとか、外からいろいろとユビキタスでアクセスするというには、ネットの料金がますます安くなければいけません。それと、やはり高速化ですね。あとはストレージを含めた大容量がやはり家庭にも必要になってくるかなと思ひます。

そうした利活用の観点から、「e-Japan戦略」は今後どのような方向へ向かっていくのでしょうか。

小野:いま国で予算をつけながらいろいろやろうとしているのは、先導的7分野です。そのうちの一つの“食”というものを捉えたときに、生産から流通段階を経て消費者に届くまでの過程をトレースして、食の安全を高めようということを進めています。いわゆるトレーサビリティシステムですが、食品につけるIDとして何を採用すべきか議論してきました。

米国のものをスタンダードとして採用すべきという意見と、日本のものをスタンダードとして採用すべきという意見がありました。米国スタンダードのものは携帯の周波数帯域と重なるので、それはだめだという議論があったのですが、そこところは国もいろいろ検討して、いま両方を容認する方向になってきています。

ひとつは、規制の問題が邪魔していたということがあります。やはり規制は、ITを使って国民の生活を「元気・安心・感動・便利」にするために非常に大きな障壁になったのは事実です。規制緩和を徹底的にやっていくということが、お話のあったようなアクセライトのためには重要だと思ひます。

規制緩和で典型的な例は、文書についてのものです。税務関連文書を電子化保



小野 功(おの・いさお)
1968年(株)日立製作所入社、92年公共情報本部学術情報システム部長、99年情報システム事業部長、理事就任、2000年金融・流通システムグループ長&CEO、01年上席常務、02年情報事業統括本部長、専務取締役、03年執行役専務、04年4月から代表執行役執行役員社長。東京工業大学理工学部電気工学科卒、長野県出身、60歳。

存が部分的には容認されたけれども、すべて容認されているわけではありません。保管コストが日本全体で非常に大きなコストになっており、電子化を容認する方向に規制を緩めていくことになっています。

そうすると、保管にはストレージが必要。そのストレージも階層的な形のストレージ構成になってくるでしょう。電子化されたあと、あまり使わないものは安いコストのものに置いておくなど、よく使われるものと、ときどき使うものと、めったに使わないものをストレージのコストに反映させた階層構成が必要になってきます。また合わせてマイグレーションやアーカイブといった機能も、必要になってくるでしょう。

それから家庭の見守りとのための“e-ホーム”というようなことについても、「e-Japan戦略」の中で、議論しました。電力線搬送技術というのがかなりできていますので、電力線に情報をのせる方法も検討されました。

安藤:コンセントで入るとのことですね。

小野:ええ。そういうことになると、一気にまたいろいろの意味での普及が進むだろうということですね。

ところが“ワットメーター”というのは規制がありまして、ワンボックスになってなければいけないということでした。電力線を通す口と情報を通す口と、最後のところでは分けなければいけないわけですが、そうすると規制にひっかかることになってしまいます。

安藤:日本的ですね(笑)。

小野:そのような規制はたいした問題ではなかつたと思ひましたが、いろいろと議論しました。電力線の上に情報を載せるという技術がかなりいいところまで来ていますが、まだ確立されていません。いま、とにかくやる方向にしようということ、規制の緩和方向になっています。

高額な通信料金を取られて家庭内のe-ホーム化をしたり、見守りシステムをしたりということになってしまったのでは、何のためにするのかわからなくなつてきます。規制をしなければいけないところもあるのですが、不必要な規制は撤廃していこうという方向にあります。日立製作所社長の庄山が評価専門調査会の座長を務めていますが、そこでも規制緩和の議論をしています。

春日:かなりつつこんだ個別的なところまで目を配られるんですね。

小野:ええ。評価専門調査会ほうまく機能し始めていると思ひます。今回のe-Japan戦略はPlan Do Check Actionをきちんとまわそうということが大方針になっています。評価専門調査会のミッションはチェック機能であり民間の立場で戦略が確実に実行されているかどうか、その進捗状況はどうかといった観点で評価しております。

「戦略」実現の牽引役を

春日:「e-Japan戦略」を具体的に実現していくときに、支えとか担うという意味で、重要なプレイヤーが必要ですね。

そういう意味で、日立製作所さんの存在が相当重いのではないかと思ひます。要するに、中心は内閣行政のところから、末端は個人まで行くと思うのですが、その中に、実にいまの話のように、さまざまな既成の仕組みやシステム、あるいは方法論が存在しているのを、いわば再組み立てをしていくような部分が相当出てくると思ひます。そのような中で日立製作所さんとしてはプレイヤーとしてどのように考えて取り組んでいくかというビジョンのようなものがあるのではないかと思ひます。

小野:確かに私たちは、情報事業としてのコンセプトあるいはビジョンというものを掲げていま進めているところですが、それは別に、いまお話のあったように、日立グループ全体としてどう取り組んでいくか、という問題も非常に大きなテーマであります。日立製作所という会社ならびにグループ会社を見ますと、いわゆる純粋の社会インフラといわれるものから家電品、情報、空調機など、あらゆるものを手がけてきています。そういう点で見ると、社会システム全体が複雑化すれば、日立グループの持っている力をもっと結集をして、いわゆる事業のシナジーを活かせるようにしてやっていくべきだと思ひます。その旗振りにはやはり情報グループがやるべきだということでは進めています。

例えば具体的には、情報通信グループと情報家電をやっているユビキタスプラットフォームグループを一体運営するようにしています。いままでの情報家電はいわゆる家電のテリトリーに入っていて、ある意味では情報から見ると遠い存在でした。洗濯機や冷蔵庫は家電のカテゴリーですが、いわゆるデジタル家電品は情報部隊と一緒にやっていこうという体制に2年前にしました。

それからもう1つの具体的な事例は、私どもに都市開発グループというのがございまして、従来はエレベーターやエスカレーターが中心だったのですが、都市開発ということに一步踏み込んでいろいろなものをやっていこうとしています。例えば都市開発グループはITマンションのよう



なものに取り組んでいます。エレベーターだけではなくマンションにセキュリティというような付加価値を付けた提案をし、デベロッパーと一緒にやっています。そうなりますとセキュリティ技術というのは、情報グループが持っているサイバーセキュリティだけではなく、フィジカルセキュリティも含めてトータルな提案ができるということになります。

情報グループ軸に「種」さがし

小野：それから10月19日からITS (Intelligent Transport System) 世界会議が名古屋で開かれます。もともと日立製作所は自動車部品を作っていましたが、10月からは「トココ」と日立ユニシア」が「日立オートモティブシステムグループ」と一体になり、トータルなソリューションを提供できる体制とします。ITSということで見ると、一緒にできる分野が相当あります。ITSといっても、非常に幅広いわけですし、今度のITS世界会議でも、持ち運びできるiVDR (Information Versatile Disk for Removable usage) を活用し家庭でダウンロードしたコンテンツを車で見るというようなデモンストレーションをやります。ハードディスクそのものは情報部隊が開発しておりますが、それを自動車事業にも適用する、そのような事業シナジーを最大限にするような努力をしていきたいと思っています。このあいだも会社の会議で、いまやサー

バーやメインフレームで動いているミドルソフトが車に載る時代だという話をしました。例えばデータベースなどはもう車に載せるという時代です。そのようなことを考えますと、車の事業と情報の事業は非常に密接な関係があります。ですから、もっともっと情報グループがリーダーシップをとって他のグループと一緒に新しい種を見つけてそれを育てていくべきだと思っており、今一生懸命になって推進しているところです。

春日：お話のような構想を比較的短期間に進めていこうとすると、例えば10万人規模の多種多様な技術者集団が必要なくらいに感じます。規模感というほどのようにお考えですか。いわば日立グループさんの再編とこの構想でもあろうと思うのですけれども。

小野：再編というと、事業の20%の入れ換えを行いたいというようなことを2年前に庄山(社長)がIRミーティングで申し上げましたら、アナリストの人たちが、「20%の入れ換えは済んだのですか、済んでないのですか」と、そればかりを聞いたんです(笑い)。20%というのが別に意味があるわけではなくて、弱い事業はやめるなりあるいはどこかと一緒になるなりして強い事業に経営リソースをシフトしていくということを申し上げたわけです。でも20%という数字だけが一人歩きしていました。**安藤**：どうしても数値指標を捉えられることが多いですからね(笑い)。

小野：結局はフル連結で見たときには、例えば従業員の数も30万人強位で、実はほとんど変わってないのです。

それでいまどのくらいの規模かと聞かれるのですが、いま情報部隊がだいたい3分の1くらいです。10万人ちょっと切るくらいの陣容です。情報グループの中も強いものにシフトしていくことはやっていかなくてはいけないと思っています。とかく情報グループの人たちは、わが陣営に取り込んで、他グループのことは知らないということでは全体の成長がのぞめません。一緒に事業をやる人数は増

えていくかもしれません。ただどこらに取り込んで、情報部隊を例えばいまの10万人を15万人にしてやるということはあまり考えたくはないですね。

春日：それはそうでしょうね(笑い)。

小野：他グループがおかしくなったのでは意味がないわけですね。

春日：私たちの業界のことに少し触れさせていただけますと、どうしてもスタートがアメリカの発想のものです。基本ソフトにいたしましても、さまざまな方法論にしましても、これで数十年きておりますから、日本独自のものをもっと生み出してほしいという考え方ももちろん片一方にありますし、それからもっとグローバルに通用するような、米国にも対抗できるようなものが欲しいという部分もあります。そうこう議論をしているうちに、なんとなく狭い領域の技術論に、あるいはソフトウェア論に陥りがちなことが、業界としても割合に見受けられます。

いま副社長からお話を伺ったような、例えば「e-Japan戦略」という話題をひとつのテコにしてもいいと思うのですが、自分たちの「社会の近い将来はこうあるべきだ」とか、「こう変わっていくに違いない」という発想とかビジョンに基づいて、自分たちの産業としてのあり方、企業としての将来性を考えるという視点が、ちょっと足りないような気がしております。一種の不満を私は非常に感じています。それはもう個別企業の自助努力の問題で「こういうところで議論することはないでしょ」という人がいるかもしれませんが。

そういう意味で、いま日立製作所さんのITのトップとして、ITを軸にして日立製作所さんのみならず関連企業も含めて、将来を見た適切な編成換えをしていくというお話は非常に元気の出る話でもありますし、それをどう実現していくか、私たちが非力ながら参画させてほしいという思いでいまのお話を伺いました。

小野：おっしゃるように、特にソフトは米国発で、米国からある意味で押しつけられているという面があります。基本ソフトにしてもそうですし、パッケージソフトにしてもそ

うです。日本発で世界に打って出られるというのが中々ないのも事実です。経済産業省からも一時期、関係者が集められて日本としてどうすべきかということについて議論したことがありましたが、話が進まないという感じです。

一方、御社も含めたソフトウェア産業がどうかというと、やはりコストの低減要求が非常に強く、そういう状況の中で一定の収益を上げていかなければならないわけです。日立製作所もそうですし、御社も同じだろうと思うのですが、これは実は非常に悩ましい課題です。

優れた生産技術提供は“責務”

小野：日立製作所と御社のアプローチがちょっと違ってもいいかもしれませんが、私は上流工程を強くしなければならぬと思っています。上流から入ってモノづくりがきちんとできるようになると、リスクがミニマイズされるというメリットがあります。それで大儲けできるかというのはわかりませんが、要するにリスクが極小化できるということがいいわけです。日立製作所としてはそういう取り組みをしていきたいと考えています。

では私たちのパートナーの会社との関係ですが、どこの範囲までパートナー会社にやっていただくかということですが、例えば上流から中流のあるところまで日立製作所がやって、中流以下はグループ会社やパートナー会社にやっていただくということになったときに、生産技術を日立製作所がもっともって開発してそれをグループ会社やパートナー会社に提供して、グループ会社やパートナー会社がそれで一定の収益を上げるというようなことを考えるべきと言ってきました。基本的な考え方は、出た収益に対し、日立製作所側は道具を開発した費用は回収させてもらうという方向に是非もっていかれて、と言っているのですが、収益というのは中々出ないのが実情です(笑い)。

安藤：特に私どもでは厳しいですよ(笑い)。

小野：そういうふうにしてやはり長くお付き合いができる体制を作らないとだめだなあと常々思っておりますが、実際の担当のところに行くと、どうもそうっていないかもしれません。

それからもう一つは、いま日本で技術者が足りないのが組込み系のソフトです。それから組込み系のソフトの生産技術が確立しているとは思えませんし、ソフトの方向性などが統一化されているとも思えません。やはりそこはある意味で業界が一緒になって、標準化とはいかないまでも統一化の方向に持っていくべきだと思っております。少なくとも、社内では始めました。

例えば携帯電話はソフトのお化けです。私も、デジタルテレビなどの中にもかなりブラックボックス化されたソフトを詰め込んで他の国に真似されないようにしています。ハードディスクにもソフトがのっており、これもブラックボックス化しています。このようなソフトの量がものすごく増えているのが実状です。そういうものをもっと安く手軽に作れる体制が、日本連合軍ならできるかもしれないと思っています。

安藤：おっしゃるとおりだと思います。携帯があれだけ日本が、シェアが低いというのは、そこところは日本でなければ解決できないというのがあると思いますね。

小野：チップ依存のソフトにしていけないとだめだと思います。チップが変わるたびにソフトを作り変えるのはかまいませんね。

安藤：生産性は悪いですね。

小野：このあいだ聞いたら、携帯の中にはなんと300万ステップくらいのソフトが入っているということです。日立製作所はOS7を、世の中に、昭和48年に出したのですが、そのときのオペレーティングシステムの総容量が100万ステップでした。もう大変な苦勞して開発したのです。それが携帯電話の中にはその3倍くらい入っているわけです(笑い)。

安藤：確か、ムーアの法則ですね(笑い)。

春日：3メガというのはものすごいんですね。

小野：ものすごいですね。いま、漢字変換

なんて当たり前ですね。昔はかな漢字変換システムを作るのに七転八倒したんですよ、なかなかできなくて。昭和56か57くらいだったと思います。研究所の人たちを巻き込んで相当な苦勞をしてやりましたが、いまはもう当たり前ですよ。恐ろしいなと思います(笑い)。

安藤：日立製作所さんは、たぶん研究開発では世界でもトップランナーで走っていると思います。今後、世界でいろいろやっ



安藤 文男(あんどう・ふみお)
アイエックス・ナレッジ(株)代表取締役社長

ていく上で、先ほどブラックボックス化というお話がありましたが、権利ということでは、日本の企業が相当意識をしていけないうまいと思いません。組込み型一つをとってみても、後ろから真似をする会社というのはどんどん出てくると思うのです。ですから、例えば先ほどのネットワークの話ですと、やはり通信というのは、ひとつはあると思います。

また、放送がありますね。放送というのは逆に、著作権の問題とかがあります。そうすると今度は個人の権利と保護というのが出てきますね。勝手に通信で配信されたいかがなものでしょうか。先ほどの「e-Japan戦略」とは逆に、規制を強化

“人財”開発やアパレルなど市場開拓へ ソリューションサービスに機動的事業体制

当社は本年5月20日付で、株式会社アクロネットの共同出資によりパッケージソリューション事業の専門会社「アイケーネット株式会社」を設立しました。優れたパッケージ商品を武器に、当面、人材開発やアパレル産業等の新規市場開拓をねらった会社で、早期の株式公開も目指しています。会社の概要と今後の展望について、新会社から報告します。

また執行責任者から経営ビジョンをうかがいました。

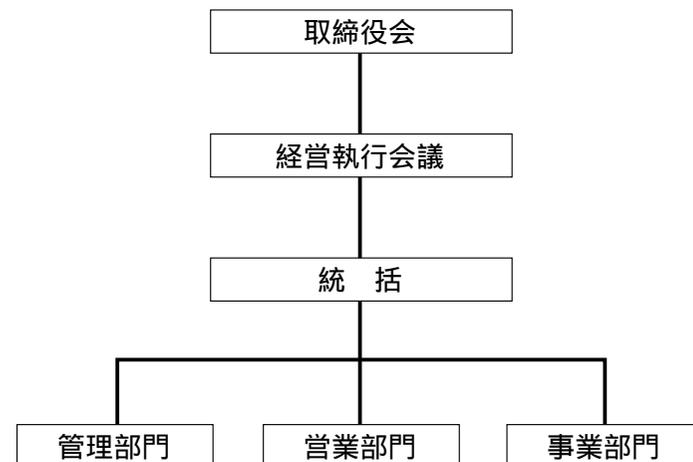
設立の経緯

アイエックス・ナレッジは2年前に設けた「ストラテジックマーケティング室」で新規事業立ち上げに取り組み、とくに企業の教育・研修部門を対象とする“人財開発”ソフトのソリューション提供やファッション業界向けのWebソリューション提供で実績を上げてまいりました。一方、アクロネットは、こうしたソリューション提供で優れた業務ノウハウを持ち、アイエックス・ナレッジの事業パートナーとして共に取り組んでまいりました。

企業の人材開発などこれからの関連ソリューション市場は、今後さらに広がっていくものと見込まれますが、これに対応し、顧客へのサポート体制を組む技術要員確保のためには、機動的な事業体制づくりが求められるため、こうした体制作りと両社による有効なノウハウの蓄積のため、合併事業を起こすことになり、「アイケーネット株式会社」設立となりました。

新会社の組織・体制

当社は図にありますように、業務執行機関として、「経営執行会議」を設置、同会議は統括及び管理、営業、業務の部門担当執行役員で構成し、運営しております。(執行役員は、会社概要に記載しております。)



【会社概要】

商号：アイケーネット株式会社	執行役員：豊田 一馬(上席・統括)
本社：〒101-0041 東京都千代田区神田須田町1-4-8 芙蓉神田須田町ビル6F	角間 祐介
TEL：03-3526-4166 FAX：03-3252-6370	古石 記一
設立：平成16年5月20日	齋藤 晃央
資本金：2,000万円 (株)アクロネット 51%	日置 邦宏
アイエックス・ナレッジ(株) 49%	吉野 太
従業員：15名(出向者含む)	
役員：代表取締役社長 小野 賀津雄((株)アクロネット取締役)	
取締役 内山 良一	
(アイエックス・ナレッジ(株)ソリューション事業本部副本部長)	
取締役 亀山 幹雄((株)アクロネット取締役)	
監査役 石井 嘉範(アイエックス・ナレッジ(株)経理部)	

当社の方針

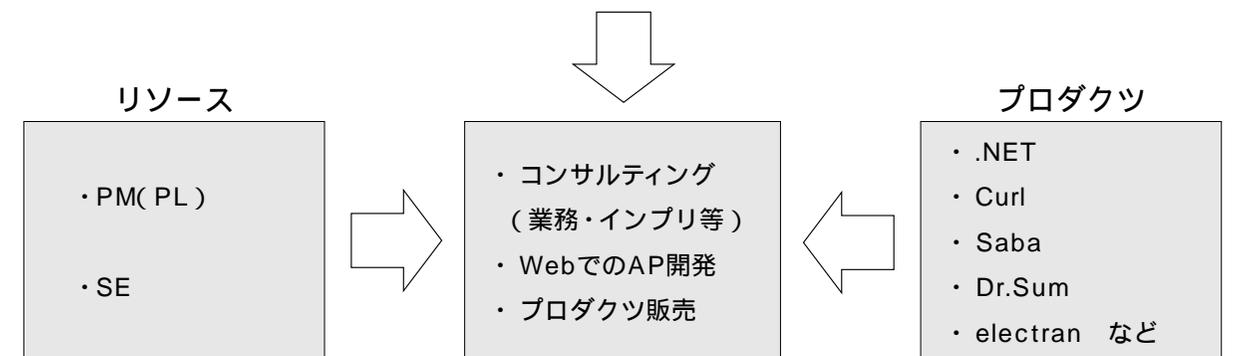
当社の目指す方向としては、特に3つに絞って進めてまいります。

まず1つ目は、「新しいサービスメニューでの売上・収益の増加を狙う。」ということです。

新しいサービスメニューとは、ソフトウェア・プロダクツを基盤としたシステム開発受注、プロダクツ販売を行っていくということです。

これには、下記のものがあります。

- ソフトウェア・プロダクツを基盤としたソリューション提供
- (1) アパレル業界向けのWebによる展示会や受発注、生産・販売管理までの基幹システム(Web Show Case)
 - (2) 人材開発のためのラーニングマネジメントシステム(LMS) Sabaソフト)
 - (3) レガシーシステムのWEB化(Web to HOST)
 - (4) ビジネスインテリジェンス(BI)



2つ目としては、「他社との競争に勝つための特化した営業・システム開発チーム作りを目指す」ということです。

“スピード&チャレンジ”を実現する事業を目指します。

ロードマップ

- ・顧客サービスメニューの増加
- ・付加価値スキルの蓄積

そして、当社が目指すロードマップとして、下記のように考えております。

第1ステップ(1年目)

出資会社の受注案件での開発・保守

第2ステップ(2年目)

営業力強化
SE採用

第3ステップ(3年目)

顧客サービスの質的向上
SE集団

そして、4年後にジャスダック上場を目指します。

この目標に向けて、社員一同邁進していきたいと思えます。

皆様方の力強いお力添いを是非お願いしたいと存じます。
(文・神宮 一男)

具体的には、ファッション業界、人材開発部門向けのWeb利用のソリューションシステムに特化したシステム開発のSE集団を目指します。

3つ目は、「エンドユーザ顧客からのシステム保守・運用業務受注を目指す。」ということです。

システム保守・運用を通して、ユーザーから信頼され、継続性のある取引関係を築いていきたいと考えております。

ビジョン



上席執行役員(総括担当)
豊田 一馬

私たちアイケーネットは

魂を入れた営業で受注した案件が、オーダーメイドでも、パッケージでもお客様に最適なソリューションを提供できるSE集団を目指しています。

お客様の抱えるさまざまな課題に応えるシステムソリューション提案を切り口として、システム構築からシステム運用・保守までのサービスを提供します。

納めたシステムは、お客様と一緒に育てていきます。

お客様の求めるソリューション、期待が、きっとアイケーネットにあるはずです。

そのために、

アイケーネットでは、一緒に会社を育ててくれる方が必要です。

小さな新しい会社で力を発揮したい、という方を採用していきます。

- ・プロジェクトを着実に進めることができる方 (PM、PL)
- ・業務系アプリケーション開発経験者
- ・LMSに興味がある方
- ・有力なソフトウェア商品を発掘し、それらの商品を活かしたソリューション提案に興味のある方
- ・ネットワーク、DB分野のスペシャリスト
- ・失敗しても逃げないで最後までやり遂げてくれる方

人材が揃えば、事業領域の拡大も視野に

"出資会社からの案件で、アパレル業界向けトータルシステム(Web-Showcase)の開発が候補にありました。会社設立時、正直に申し上げますとこのソフトウェア開発プロジェクトは、不採算案件でした。"

立ち上がったばかりの会社で、不採算案件を取り込むことはできません。

出資会社は、このシステム構築の失敗から逃げることなく、テンプレート化まで進めることができました。

来期、この製品の開発スタッフはアイケーネットへの出向をお願いしています。

事業の1つの柱として、

- ・Web-Showcaseの提案営業を積極的に推進し、アパレル業界に浸透させ既存顧客からの横展開による拡販(Web-Showcaseの販売に注力し、

ソフトウェア開発と一体となった営業活動を推進)

- ・有力なソリューションパッケージソフト並びにITの導入を進め、これらを使った新しい提案営業を推進(ソリューションパッケージソフトの品揃えを拡充するためにアライアンスを積極的に推進)

そうは言っても、収益基盤の確立も大事

安定した収益基盤を確立するために、システム開発の一括受託以外にSESで利益率確保も並行して進めてまいります。

アイケーネットの経営をさらに強固にするためにはSESでキャッシュがまわるように、利益率を維持・向上させる必要があります

システム開発の原価管理に厳正化、プロジェクトの品質、コスト管理の徹底、パートナー会社との最適な連携を図りつつ、SEの有償稼働率の向上を目指します。

SES: SEサービス

重点施策

- ・営業力の強化・顧客基盤の拡大
- ・プロジェクトマネジメントの強化・品質向上
- ・新技術の教育に力を入れるなど、新技術に対応できるSEの採用

当期の売上構成比は

SI 90% SES 10%です。すべて出資会社案件

来期は、SIで70%、SESで20%、製品/機器販売で10%の構成比を考えています。

自社営業活動による案件取り込みも積極的に推進していきます。



IKIは個人情報保護活動に関し、 プライバシーマークの許諾を受けています。

2004.7.9

IKI個人情報保護管理者(CPO) 取締役 管理本部長 翁川 勇治

当社は、1999年8月に、プライバシーマークの使用許諾を受けました。

個人情報の保護に関しては、2005年4月に「個人情報保護法」が全面的に施行されます。この全面施行に伴い、個人情報の保護が重要になりますが、IKIでは前述のとおり、いち早くプライバシーマークの使用許諾を受け、個人情報の保護活動に力を入れてきました。毎年、協力企業の社員を含め、個人情報保護に関する教育を実施し、従業員の意識向上を図っております。

個人情報保護教育に関し、2003年度は情報セキュリティ及び個人情報保護のeラーニングシステムを開発し、社内実践いたしました。

2004年度も、コンテンツの内容を変えて、eラーニングシステムによる教育を実施する予定です。

一方、これらのノウハウを基に、子会社((株)IKIアットラーニング)によるプライバシーマーク取得支援サービスを開始しました。

まずは同業者、特に協力企業を中心に営業を行っており、プライバシーマークを取得した企業が5社あります。

実績としてはまだ少数ですが、引き合いは活発であり、現在プライバシーマーク取得支援サービス中の企業が5社あり、2005年の年初の取得を目指しております。

今後は、他業種にも取得支援サービスの幅を広げていく予定です。

通販会社・倉庫業・運送業からの引き合いもあり、個人情報保護法の全面施行が追い風になるものと思っております。

また、プライバシーマーク取得後のフォローメニューとして、eラーニングシステムの販売を加える予定です。

このようにIKIは、個人情報の保護活動及び啓蒙活動に、積極的にかかわっていきます。



アイエックス・ナレッジ 情報セキュリティ教育事業研究・開発のご紹介 「情報セキュリティeラーニングシステム」の開発について

業務本部 研究開発部 蔡佳瑾

はじめに

ネットワーク社会の進展とともに、情報システムをめぐるトラブルによって引き起こされる被害の範囲は急激に広がってきています。このため、情報セキュリティがより重要性を増しています。今日、情報資産をめぐる脅威に対しては、情報セキュリティ技術の高度化、法律やガイドラインの整備、セキュリティポリシーの策定など、様々な対応が講じられてきています。しかし、一方で、不正行為も高度化・多様化しており、対策と不正行為のいたちごっこ感が否めません。このような状況下で情報セキュリティを確保するためには、制度の整備に加えて、絶え間ない技術的対応が必要であると一般的に認識されるようになってきました。しかし、本当にそれだけで情報セキュリティは万全と言えるでしょうか？

仕事熱心な「あなた」が危ない - 情報はここから漏れる

まずは以下の質問に回答してみてください。

【質問1】自宅に仕事を持ち帰ることがある。

【質問2】外回りの合間もインターネット・カフェなどを活用して仕事をしている。

【質問3】パソコンのデータを共有して、部内で共同作業をしている。

【質問4】使いやすいソフトを自分で探してくるなど、効率化に努めている。

【質問5】出先でメールを確認するため、同僚に自分のメールを見せてもらっている。

いくつYESがありましたか？1つでもあった人は、“注意”が必要です。仕事熱心なのは良いのですが、これらの行為はすべて企業情報の漏洩やシステム障害に繋がる可能性があります。

社員や関係者による想定外の行動やうっかりミスがもと

で、情報漏洩やシステム障害などが発生するケースが増え続けています。本人に悪気はなくても、社員1人1人の日常的な行為のなかに、企業のセキュリティを脅かす要因が潜んでいます。重要な情報を取扱う機会が多いため、忙しさからセキュリティに対する意識が甘くなってしまふ…そんな、仕事熱心で業務に終わっている人ほど危ないのです。

悪意を持つ部外者によるものであれ、社員のうっかりミスによるものであれ、一旦情報が漏れれば企業が甚大な被害を受ける可能性は考えられます。どんなシステムでも、適切に使われなければ、セキュリティは確保されません。したがって、情報セキュリティは、究極的には“人”の問題に帰結します。ここに情報セキュリティ教育の重要性が存在するといえます。

企業における社員教育実施形態について

それでは、社員に対して一斉に情報セキュリティ教育を行いたい場合は、どのように実施すれば良いのでしょうか？従来は教室で学習を行う集合教育が主でしたが、近年、eラーニングに対する企業の関心が急速に高まっています。eラーニングとはパソコンやネットワークなどを利用して教育を行うことです。

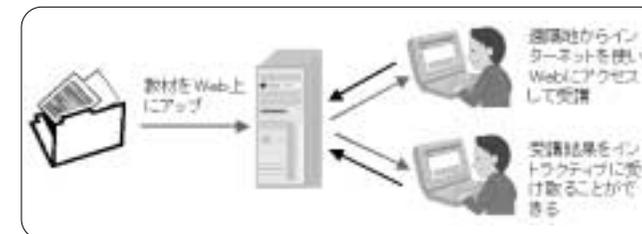


図1 eラーニングの仕組み

企業内研修におけるeラーニングの普及率は、『eラーニング白書2004 - 2005年版』¹によると現在40%を越えた

1 先進学習基盤協議会編著、オーム社。

段階にあります。2005年には約80%に達すると予測されています。また、集合教育と比較して、eラーニングには多くの優位性があると考えられています。受講者にとっては、

- ・ いつでも、どこでも学べる。
- ・ 自分のペースで学習できる。
- ・ 自分の学習理解度を把握しやすい。

などの点で便利ですし、教育をする企業にとっても、

- ・ コストや時間を大幅に抑えられる。
- ・ 講義とちがって、受講者の進捗・理解度が容易に把握できる。
- ・ 短期間に大人数に均質な教育を提供できる。

といった点でかなりのメリットが期待できます。

「情報セキュリティeラーニングシステム」のご紹介

研究開発部は昨年アイエックス・ナレッジ社内PM(プライベートマーク)教育システムの開発に携わり、教材制作やeラーニングシステム構築に関するノウハウを蓄積してきました。また、「情報セキュリティを確保するためには教育が欠かせない」という認識が企業の間で徐々に定着しつつある現状を踏まえ、アイエックス・ナレッジの情報セキュリティ教育事業への参入を実現するため、今回の「情報セキュリティeラーニングシステム」の開発に至りました。

システムの概要と特徴

本システムは企業の全ての社員を対象に、情報セキュリティに関する知識を効果的に学習できる環境を提供します。アイエックス・ナレッジオリジナルのeラーニング教材がインストールされたサーバをお客様の社内ネットワークに設置し、受講者が自分の好きな時間帯でそのサーバにアクセスして学習することを可能とします。また、教育担当者は、本システムを通じて、受講者個人または部署単位の学習進捗を確認することができます。

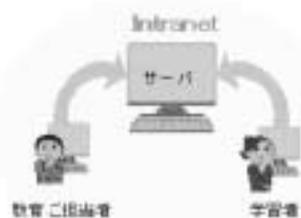


図2 システム利用イメージ図

特徴その1 - 受講者にとって分かりやすい学習内容
ただ文字が羅列されたコンテンツに対して、受講者は退屈を感じて学習意欲が低下してしまうため、学習内容を読み飛ばす状況がよく見受けられます。今回の研究開発では、鵜呑み教育から脱却することで、受講者の意欲を低下させないよう対策を練りました。具体的には、「インタラクティブ性」と「顧客企業環境」の2つの視点から、教材制作に取り組みました。

「インタラクティブ性」

ケーススタディを通じて、受講者は実際に発生が想定される事件・事故に対して、どのように対応すべきかを考えながら学習できます。



図3 コンテンツ画面遷移イメージ

「顧客企業環境」

お客様企業環境(役職名、部署名、セキュリティ関連規程名など)に合わせて教材内容のキーワードが調整されるため、受講者にとって教材内容を読解するには、用語を置き換える必要はなく、理解しやすいコンテンツに仕上がります。

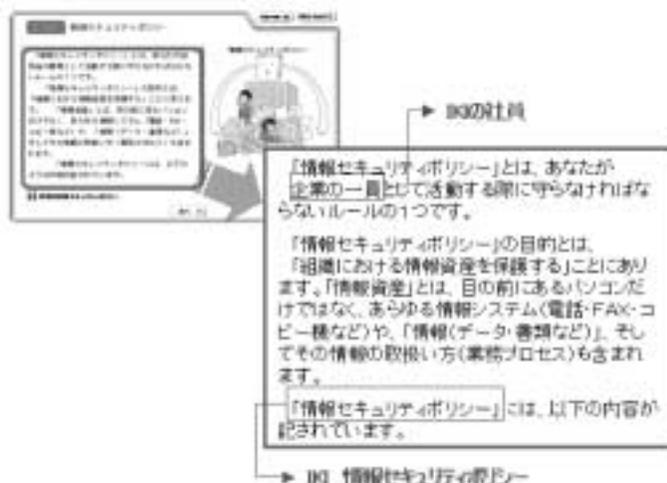


図4 教材内容拡大イメージ

特徴その2 - 管理者にとって操作しやすい管理機能
本システムに余分な機能を付け加えず、担当者による受講者管理の利便性、および、学習進捗状況確認のしやすさに重点をおきます。

「ラクラク受講者管理」

管理画面に受講者情報を入力するだけで追加・修正できます。中途社員やアルバイトなどに対しても、随時教育を実施できます。

「個人/部署単位で学習状況確認」

受講者個人単位はもちろん、部署単位での受講進捗と結果を検索機能でいつでも確認・出力できます

企業内教育市場規模・今後への展望

ALIC²が2004年1月から2月にかけて実施した「eラーニング活用実態・導入意向に関する調査」では、企業がeラーニングに投じる費用は研修費用全体の10%で、2008年度までに倍増することが見込まれています。現在、導入済みの企業が従業員1人当たりにかけている費用は、3,000円ほどですが、これが2008年には約1万円に増加するとの予測がでています。これらの調査結果から企業内教育におけるeラーニングの市場規模を算定すると、2004年の現状で約385億円であり、2010年には1,500億円規模に達することになります。

(単位:百万円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年
合計	36,491.4	40,055.0	63,069.5	76,985.4	105,329.9	122,972.1	190,306.7
企業内教育	4,304.4	6,114.7	8,307.1	11,002.0	16,144.8	20,110.5	36,104.3
企業外教育	2,909.9	4,785.3	6,714.7	7,914.0	11,026.6	13,799.2	17,829.0
企業内教育	4,693.9	6,388.1	8,486.2	10,795.7	15,268.9	18,417.9	33,163.2
企業外教育	4,132.2	5,264.0	6,844.4	8,243.7	11,266.5	13,147.9	15,669.9
企業内教育	4,690.7	6,280.0	8,150.7	10,899.0	13,887.3	16,171.4	18,661.4
企業外教育	11,656.2	21,494.5	25,506.4	29,274.4	37,646.4	41,300.4	47,726.0

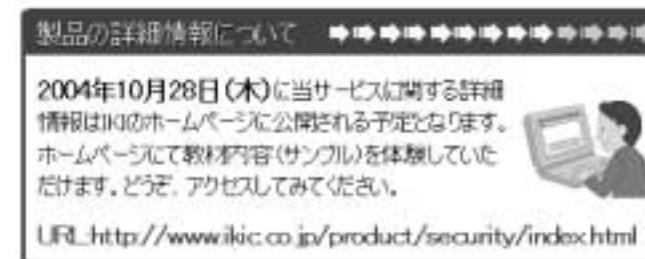
表1 企業内教育市場規模

(出典: 経済産業省 「平成15年度情報経済基盤整備」報告書)

アイエックス・ナレッジも大きくなるeラーニング市場に対して、「情報セキュリティeラーニングシステム」製品を2004年10月28日に投入予定です。リーズナブルな価格設定を実現し、販売開始からの一年間で導入企業数を15社、1千

² 先進学習基盤協議会(Advanced Learning Infrastructure Consortium)
参考URL: <http://www.alic.gr.jp/>

200万円の売上を目指します。また、セキュリティ市場の成長を見込み、今後教育コンテンツのラインアップ(例えば、個人情報保護教育関連のコンテンツなど)を充実させ、サービスのターゲットを一般企業だけではなく、中央省庁や地方自治体に広げていく予定です。



関連サービス: 個人情報漏洩監査サービスのご案内

「情報セキュリティeラーニングシステム」の導入効果をより一層高めるには、個人情報漏洩の危険性がどの程度なのかを把握する事も重要です。

アイエックス・ナレッジでは個人情報漏洩の危険性を調査・測定する監査サービスも提供しております。

(サービスの特徴)

調査方法にハッカー達が実際に用いている侵入調査手法を採用。

各種セキュリティ認証規格(経済産業省 情報セキュリティ監査基準、ISMS適合評価制度(JIS X 5080:2002)、プライバシーマーク(JIS Q 15001:1999))に基づく監査項目。

個人情報漏洩時の予測被害金額と発生の可能性を算出。

脆弱な部分に対する改善策も併せてご提供。

「情報セキュリティeラーニングシステム」導入の際に併せて、当サービスを実施される事をお奨め致します。

数の遊びの“粋”麻雀

中国数千年の知恵 始皇帝の女官たちの遊戯から

安藤 多喜夫

本年は、アイエックス・ナレッジ株式会社が創立して5周年になります。当誌も発行第8号を迎え創立5周年特別記念号となりました。従いまして、当社が歩んできた道を振り返りながらいつものナレッジ読本に入りたいと思います。

コンピューターと半世紀

ご承知のように当社は、アイエックス(IX)と日本ナレッジインダストリ(JKI)が合併して創立された会社です。JKIに関しては他のコーナーでも紹介されていると存じますが、私はこのページを借りてIXの創業者としてのお話することに致します。

私とコンピューターとの出会いは1952年のことですから、今から52年も昔のことです。当時はIBMのパンチカード・システムの全盛時代で、まだ“コンピューター”という言葉も単語ありませんでした。呼び方としては単にカリキュレタとかアカウンティングマシン或いはデータプロセ

シング・システム等と呼ばれておりました。コンピューターの第一号機とされているENIAC(Electronic Numerical Integrator And Calculator)が発表されてから僅か5年程しか経っていない頃ですから当然のことでした。

その後、数年が過ぎ愈々旧来の外部配線盤の配線によるアウトプログラムマシンと、本体の内部にプログラム設定を可能にしたストアードプログラミング・コンピューターの出現で、両機両用の時代が到来しました。その当時は旧来のパンチカード方式を“パンチカード・データプロセッシング・システム(PCDPS)、新機械方式を“エレクトロニック・データプロセッシング・システム(EDPS)と命名されていました。

この頃、アメリカでは「DPマン」と呼ばれている人達が居りました。云うなれば今のIT業従事者が珍重されていて相当な高給を貰っていると云

う話を多くの米国のビジネスマンから聞いておりました。彼らは、遠くから日本にもその時代が必ずやって来るであろうと云っておりました。更に数年を経て予言通りに日本の大企業でもEDP室やDP部が存在するようになり、更に数年を経て1964年東京オリンピックの年に独立して、一人で株式会社データ・プロセス・コンサルタント(DPC)を設立したのです。

本来この社名は私の前職における職名であり、これから採用する予定の全社員の職名でもあり、コンピューターに関するコンサルタントのプロ集団でありたいとの思いが込められているのです。

その後、21キャラクタを有する社名が余りにも長すぎ、上場時に株主を始めとして皆さんに不便をお掛けするとして、アイエックス(IX:Infinity X[代数の未知数であるXYZのX]=無限の可能性)に変えたのです。

ちなみに、蛇足ながらこの社名はあ行の3文字から始まる為に期せずして、上場時に全ての株式会社四季報の目次のトップに掲載することになったのです。

これからも永い間の信用と実績、そして無限の可能性を十分に持ち合わせているIKIの益々の隆昌を心から祈念して止みません。

さて、ナレッジ読本を始めることにいたします。前回お約束した遊びの話の続きですが西洋のトランプと日本の花札が終わり、今回は中国の麻雀でした。そもそも麻雀はいつごろからあったかと言いますと、秦の始皇帝(BC259 - 210)の時代と言いますから今から凡そ二千数百年も昔のことになります。

宝石や金・銀製の豪華牌

エンペラ - 始皇帝は大の“女好き”で、お妾さんが三千人いたと伝えられています。三千人は語呂合わせで云われたこととしても、皇帝が住んでいる宮廷には数千人の女官が居たと云うことは事実です。日本の将軍のしきたりである大奥の生活もこれに倣ったのかもしれませんが。それらの女官は一生涯宮廷から出られず、そこで生活をして一生をおわるのです。

これからの女官となる女性の生家にとっては、またとない名誉なこと、女官になると定められた女兒は3

~4才の頃から足を包帯で巻き、その小さな足の儘で少女期を迎えるのです。この風潮は一般市民にもあったようで、纏足(テンソク)と言って上流階級の男性から特に好まれたようです。それは、女兒の足の儘の纏足女性は歩くことが不自由で遅いので、定められた男性から逃げ出させない為とも云われています。

話は横道に逸れましたが、ともあれ麻雀は、それらの上流階級の女官が、皇帝のお召しがあるまでの暇な時間を過ごす為に考案された遊び道具と云われております。道具としては四角い卓が一卓、それに牌(パイ)と云われる象牙に竹皮を張りつけた四角のキャラメルに似た固形のカドと点棒、競技は四名で行われます。勿論、牌は竹を張らない象牙だけの高級なものもあり、その他にも金製、銀製、その他各種の宝石製等、実用よりもむしろ飾り物として造られたものもあります。

それでは先ず、麻雀という言葉の由来についてお話ししましょう。この競技が始まる前に必ず牌同士が片寄らない為に卓上で競技者四人全員が両手でよく攪拌致します。これを洗牌(シ・パイ)と云いますが、その時の竹の皮が張られた象牙の牌同士の摩擦音が、密集した麻畑の中を無数の雀が通り抜ける時の音によく似ているところから名付けられたものです。今は洗牌も機械によって自動式になり、牌もプラスチック製なのでこの音

も聞けなくなってしまったことは少し残念に思われます。

これからは、牌の種類と競技の説明に入りますが、殆どの言葉が中国語なので日本語になったものと中国語の儘のものもありますので、出来るだけ括弧内で注釈を付したいと思えます。このことは退社後の麻雀同好会参加者が、“中国語研究会”と云っていることでもお分かりと思えます。

牌の種類とその数ですが、全ての種類の牌は同じものが4枚ずつあり、大別すると7種類の字牌(ジパイ:中国語読みでは、ツ・パイ)各4枚で計28枚、3種類の数牌(カズパイ又はスウパイ:中国語読みでは、シュ・パイ)が1から9まであり、各4枚で計108枚。合計すると全部の牌は136枚で構成されています。

象徴的な白粉・黒髪・口紅

先ず字牌ですが、更に分けると2種類あり東南西北(トン・ナン・シャ・ペイ)から成る風牌(カゼパイ:フォンパイ)と白發中(ハク・ハツ・チュン)の三元牌(サンゲンパイ)です。

これらの謂れは、風牌については東西南北の夫々に門がある宮廷の真中からの方角を表し、女官達にとっては自分達の故郷の方角に向かって望郷の想いを馳せたのかも知れません。三元牌の“白”は字に彫りが無く、只の真っ白なので“シロ”、“ハク”又は“白板(パイパン)とも云われ、女官に限らず女性が塗る白粉を模したも

のです。“發”は字で彫られていて、その彫り溝に緑色の染料が埋められ、美しい女性の髪になぞられた緑の黒髪を表しています。“中”は彫り溝が真っ赤に埋められ、女性の口紅を表しています。

これら三元牌の発想は如何にも上流女官達が考えたものであることが頷けます。

又、数牌3種類の一つの“索子(ソウズ)”には悲しい意味が込められています。索とは竹のことで、2から9は竹の本数で表し9索(キュウソウ)は、竹が横に3本、縦に3本に彫られていて、ちょうど鳥籠を表し、1索(イソウ)は綺麗な色鮮やかな模様の鳥が描かれ、9索の籠から逃げられない籠の鳥と同じ運命の自分達を嘆き、籠の鳥であっても緑の黒髪に、顔には白粉を塗り、口紅を挿して美しい孔雀のようになり、せめてもの慰めにしたものと思われます。

最近のルールでは英字のMの下にMのサカサマWを配した8索(パソウ)が捕われた哀れな籠の鳥を逃がすことを放鳥(ホウチョウ)と称してゲームを盛り上げている向きもあるようです。

萬子(マンズ)も1から9まで揃っており、金品の萬を表しています。

筒子(ピンズ、又はトンス)は宮廷内の女官達の地位、階級のシンボルマークを表し、数牌3種類の1と9と字牌を総称して、公(ヤオ：日本語にはありませんが、字は公の八が左上のノ

けの字です)九牌と云い、数牌3種類の1と9は老頭牌(ラウトウパイ：ロウトウパイ[有効数字で一番数が少ない数の1と一番数が多い9のこと])と呼びます。言い換えれば1が頭牌(トウパイ[最年少])で9が老牌(ラオパイ：ロウパイ[最長老])と云うことです。2から8のことは中張牌(チュウチャンパイ)と呼び、ヤオ牌が無い意味での断公(タンヤオ)と云います。

大三元・四喜和・字一色...

上がり方は簡単に云えば同じ牌3枚か、同じ種類で順序の並んだ3枚を1セットとして、4組の12枚と麻雀頭と云われる同じ牌2枚の計14枚が揃ったら上がりになります。そして定められた得点を3人から貰えます。その時、断公で上がると得点は倍になり、これを役と云います。今回は競技の方法よりこの役の名称の説明を重点的に致します。麻雀の役は数多くありますが、その代表的な大きな役を紹介しましょう。

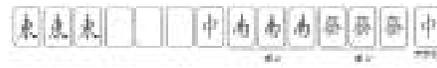
・大三元(ダイサンゲン：タサンゲン)三元牌が3枚ずつ3組揃ってさえいれば他はどんな牌でも良い。



・四喜和(スシホウ)全ての風牌が3枚ずつ4種類揃っている。



・字一色(ツイソウ)字牌だけが3枚ずつ4種類揃っている。

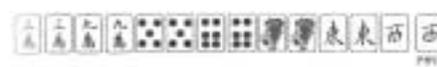


・清老頭(チンロオトウ：チンラオトウ)一と九だけの数牌が3枚ずつ



次に特殊な役を挙げてみよう。

・七対子(チイトイツ)どんな牌でも2枚ずつ七組揃っている。



・十三公九(シーサンヤオチュー)全ての字牌7種7枚を1枚ずつと6枚の老頭牌に麻雀頭1組(13面上がり)



・九連宝灯(チュレンボウトウ)これは萬子の例ですが崇、筒子でも出来ます。(9面上がり)



麻雀の役はこの他にも沢山ありますが、歴史的にも素晴らしい九連宝灯の話から偉大なる中国数字への旅は次回に譲ることにします。

私は幼少の頃、父から麻雀を教えて貰ったのですが、考えてみると今年で麻雀歴は馬齢を重ねて68年目になってしまいました。

それでは半年後を楽しみにして下さい。

(アイエックス・ナレッジ株 相談役)

「フェア」というルール

荒木 厚

プロ野球がまた、日本社会の構造的問題点、鮮やかに巧みに映し浮かび上がらせた。

今シーズン半ばに表面化した近鉄・オリックスの合併を軸とする球界再編への動きは、ついにプロ野球70年の歴史で初めて、そして、わが国初の「プロスポーツのスト」という事態を招いた。選手会の代表たちが眉間にしわを寄せて球団経営者たちと渡り合う“団交”の場面は、爽やかさを売りモノにするスポーツ選手にして、ファンには馴染みにくい光景だったが、選手たちの真摯な言動は野球ファンのみならず国民大半の支持を得て、遂に経営者側の譲歩を引き出した。ストは2日間(9月18・19日)にとどまり、事態は9月24日現在、収束の方向に向かっている。

「はじめから1リーグ制移行のシナリオがあった...」など、ここに至った要因・経緯については、おおむね巷間伝えられている通りだろう。大半の球団の赤字経営はいまに始まったことではないが、今回は、ここ数年のサッカー台頭や大リーグ人気のあおりでプロ野球人気低下し、球界全体としてのビジネスモデル崩壊という危機感がベースにあった。

日本のプロ野球が、特定の球団を中心に運営され、その親会社グループの事業に貢献する役割を果たしてきた側面は否めない。とくに近年は特定球団が優れた選手をほぼ独占し圧倒的な戦力によって球界を支配してきた。主催ゲームは言うに及ばずビジターゲームにおいても満員の観客と莫大な全国放送権収入をもたらすその人気に、他球団も頼らざるをえなかった。その結果、球界運営ルールも特定球団の利益誘導のために書き換えられてきた。

昭和40年秋に導入された新人選手のドラフト制は、契約金の高騰抑制と併せて、そうした戦力偏重を平準化する狙いがあったが、それもやがて骨抜きにされ、さらに選手移籍に関するFA制の導入など球団の資金力が支配するルールが導入されるに及んで、戦力の特定球団への集中・偏重は決定的となった。

ファンのブーイングは、こうした異常な球界に対する疑問が根底にあったと思う。それは「フェア」とい

うスポーツ存立の原理・原則を、長年ないがしろにしてきた球界へのブーイングではなかったか。

とりわけ子供たちにとっての疑問ないし不思議はきっと、「なぜ、よそのチームの4番打者やエース・ピッチャーを平気で集めてくるのだろう...」という点ではないか。子供の遊びでも、敵味方に分かれた組の「大将」が相手方に寝返ったら「くんはズルい!」と非難され、「こんな遊びはつまらないから、やめた!」ということになるだろう。

野球中継のTV視聴率の低迷は日本人プレーヤーが活躍するメジャー人気だけではなく、戦力が著しく不均衡のゲームに興味をそがれたからにはほかならない。4番打者ばかりを集めたことで、ホームランでしか点が取れない“大味な野球”がそれに拍車をかけた。

もちろん、スポーツといえどもプロであり事業法人である以上、球団が収益を追求することは非難できないし、収益のためには自由競争の原則にのっとり「勝利」のためにあらゆる手段を講じる、と言う姿勢は間違いではない。ただし、一定の限られた市場で、特定事業者が他とかけ離れた競争力を持ち市場を支配したらどうなるだろう。

今後、日本プロ野球の市場が拡大するケース、すなわちファン人口・地域がたとえば衛星放送を通じてアジア圏などへ拡大するという可能性は無いはないだろう。しかし当面の市場規模は、もう30年も前に頭打ちとなった現行規模で推移することは間違いのない。むしろ、サッカー等の台頭によって縮小気味の市場である。その中で、独占的シェアをもつ企業が横暴を深めたらどうなるのか。需要家はさほどドキドキしない味気ない「商品」を提供され、“次回商品”への期待感を失い、いずれ市場から消えていく。

ことは野球にとどまらない。独占禁止法や世界貿易協定を引き合いに出すまでもなく、市場原理に基づく適正な競争が原則であり、「フェア」こそ現代社会の最優先ルールなのである。

(広報・IR担当)