

2005/08/21 太田寿一

夏合宿特別編 IT企業大（？）研究

最近ではソニー、ダイエー、西武鉄道などかつての日本を牽引した大企業の凋落が目立ち、それに代わってヤフー、GMO、楽天、ライブドア、サイバーエージェントなどのIT企業の台頭が目立ち、これらが「21世紀を代表する企業」だといわれています。

しかし普通の人々が、これらの企業の実態（＝どのような商売をしているかということなど）を知っているとは限りません。そこで今回は、これらIT企業の実態について紹介していきたいと思います。

1、IT企業のビジネスモデル

IT企業では主に以下のようなビジネスを展開しています。

- I ネットメディア事業
- II ソフトウェア事業
- III イーコマース事業
- IV イーファイナンス事業
- V コンサルティング事業
- VI モバイルソリューション事業
- VII ネットワークソリューション事業

I ネットメディア事業

ネットメディア事業とは、平たくいえばポータルサイトの運営のことです。つまりあらゆるコンテンツを網羅し、検索エンジンを搭載したホームページの運営のことです。この事業では、企業からの広告収入や提携が売上の源泉となっています。さらに Yahoo! の場合、サイトを登録する際に審査を速やかに行なってくれる「ビジネスエクスプレス」というサービスもあります（1回 52,500 円）。

またコンテンツの充実という点では、昨年から一気にブレイクしたブログサービスもあります。このブログで有名なのは、火付け役ともいえるライブドア、Yahoo!、アメーバブログ（サイバーエージェント）などがあります。

主なポータルサイト：Yahoo! Google Infoseek MSN ライブドアなど

II ソフトウェア事業

パソコンなどで使うソフトを製作・販売する事業です。この事業は1つのヒット作さえあれば数年は食っていけるので、数え切れないほどの多くの会社が参入しています。ソフトの種類としては、WindowsをはじめとするOS、ゲームをはじめとするエンターテインメント、Microsoft Officeをはじめとするビジネスツールなどがあります。

III イーコマース事業

インターネット上で買い物ができるオンラインショップの運営のことです。楽天が運営する「楽天市場」といった百貨店的なものや、Amazon.com の書店など業種によってたくさんあります。また一般企業がホームページを開設して、自社商品を売るというネット直販のケースもあります。

このイーコマースの最大の利点は、費用があまりかからないことです。従来の店舗販売では、不動産取得費用など少なくとも数千万円の初期投資を必要としましたが、イーコマースではドメイン取得費用など合計で 10 万円もしない場合がほとんどです。そのため個人・法人に関わらず多くの人がホームページを開設し、商品を販売しています。

IV イーファイナンス事業

インターネット上で行なうファイナンス事業のことです。電子マネーやクレジットカード、銀行取引（インターネットバンキング）などを取り扱います。近年はインターネット上で株式の売買ができる「オンライントレード」が個人投資家に広がっていて、証券会社にとどまらず楽天、ライブドアといった単なる IT 企業までもがこの事業に参入しています。このオンライントレードの最大の利点は、何といても手数料の安さにあります。一昔前は高額な管理手数料を取ったり、売買手数料が数千円もするのが当たり前でしたが、インターネットでは管理手数料は無料が当たり前。さらに売買手数料は数百円と今までの 10 分の 1 以下になりました。これにより、今まで敷居が高かった株式投資も一般庶民の手の届くものになったのです。

V コンサルティング事業

インターネットに関する相談を行なう事業です。主にホームページのデザインや、検索エンジン対策（いかに検索エンジンの上位に掲載されるかということ）などについてアドバイスを行ないます。

VI モバイルソリューション事業

携帯電話のサイト（i モード、EZWeb、vodafone live）の運営を行なう事業です。パソコンでのインターネットが携帯で行なうものになった、と考えてもらえば分かりやすいと思います。このモバイル事業では、特にサイバードが有名です。

VII ネットワークソリューション事業

インターネットにおけるハード、インフラの運営を行なう事業のことです。多くの人にとってなじみがあるのはレンタルサーバでしょう。ホームページを開設する場合、サーバというデータコンピュータにホームページを保存してもらわなければならない、このサーバを通して初めてホームページを閲覧することができるのです。そしてこのサーバですが、自前で持つ場合、維持費・構築費が 100 万円を超えることも珍しくありません。そこで多くの人は、サーバのスペースを提供する会社からサーバを借りることになります。これがレンタルサーバ事業です。このようなインフラ事業で有名なのが、6 月に東証一部に上場した GMO インターネットです。

上記以外にも、インターネット上の広告代理店やメルマガ発行などのパブリッシング事業もあります。インターネットはまだ成長期にある事業なので、これからも様々な事業が続々と登場するでしょう。

2、IT企業の運営

イーコマース事業でも触れたとおり、インターネット事業は元手がほとんどかからずに始められるビジネスなので、大なり小なり多くの会社が存在します。また原価が低いので一度軌道に乗れば（上場・非上場に関わらず）非常にオイシイ思いをすることができます。

しかし上場のような年商数十億円のレベルに到達するには、いくつかの事業を運営しなければなりません。というのもインターネットでは製造業のように1つの事業で大きく利益を上げることは難しいからです。実際ライブドアも、当初は単なるホームページ制作会社でしたが、サイバーエージェントと提携してメルマガ発行を行なったりと経営の多角化を行なっています。

さらに上場すると、今度は異業種への参入、M&Aを行ないます。上場したIT企業はいわゆる金余りの状態であるため、旨味がある異業種の会社をどんどん買収することで利益を出していくのです（ライブドアの売上の75%がファイナンス事業であるのは有名な話です）。実際ITに投資するより、そうした方が楽に利益を出すことが出来るからです。

しかし逆にいうと、上場したばかりのIT企業は既に上場したIT企業にとって格好のターゲットになります。特に2001年に起こった「クレイフィッシュ乗っ取り」は前代未聞の事件でした。

この事件は、中小企業向けのホスティングサービスを行っていたクレイフィッシュが1998年に営業力を強化するために光通信と提携したところから始まります。光通信の“営業力”を得たクレイフィッシュは順調に業績を伸ばし、2000年には東証マザーズと米ナスダックへの日米同時上場を果たすという快挙をやったのけました。当時の松島庸社長は26歳で、もちろん史上最年少での上場社長となりました。しかし1999年には既に、光通信が過半数の株式を持っていて、クレイフィッシュは事実上光通信の子会社となっていました。そして上場後から光通信との間にひずみが生じていきます。ついには光通信との提携を解消しようという動きにまで発展しましたが、2001年に親会社である光通信は松島氏を解任、その後開かれた臨時株主総会で、光通信主導の体制となり、クレイフィッシュは事実上崩壊しました。その後のクレイフィッシュの惨状は目を覆うばかりで、優秀な社員は続々と会社を去り、一時は時価総額5000億円といわれた会社の株は紙くず同然になってしまいました。

さて大きく発展を遂げた企業の中には、マスコミに取り上げられたことが成長への大きな足掛かりとなった例が多々あります。特にライブドアは、頻繁にメディアに露出することで広告費を抑えながらも、着実に世間に浸透しています。また初期のサイバーエージェントも、日経新聞に取り上げられることで成功の足掛かりを掴みました。

このようにマスコミをうまく活用することは、会社を売り込みたい経営者にとって見逃せない手法の1つでもあります。だからといって、選挙に出るのどうなんでしょうか…。

主な参考文献：『稼ぐが勝ち』（2004） 堀江貴文（著）、光文社

『起業バカ』（2005） 渡辺仁（著）、光文社