

2 1世紀高度情報化社会に向けて

凸版印刷株式会社
専務取締役 藤井 昌博



現在、日本企業はマルチメディア関連事業とインターネット・ビジネスに先進的な取り組みを行っているが、求められる情報化へのポイントは5つあり、それを実現するためには新しい仕組みや、組織・制度の改革が不可欠である。

印刷会社がこのマルチメディア化を積極的に進めている背景には、印刷会社は市場密着型で、企画提案型の情報加工・サービス産業という特徴を備えているからである。

凸版印刷が取り組んでいるマルチメディアの最新事例を実演しながら、ネットワークビジネスの可能性とグローバル性を紹介する。

1. 日本企業におけるマルチメディア関連事

業とインターネット・ビジネスへの先進的な取り組み

今日「情報化」については、可能性・問題点・期待が入り交じってさまざまな形で語られているが、現在の日本企業に求められる情報化へのポイントは次の5つ項目ではないかと考える。

- (1)競争はグローバル
- (2)オープン化競争
- (3)アプリケーションが決め手
- (4)システム化競争
- (5)タイミングが大切

これらの項目を実現するためには、今まで以上に高品質な情報を収集し、その情報を活かす仕組み、すなわち柔軟な組織と人事制度そして意思決定のスピードアップ、それらが不可欠である。

2. マルチメディアとインターネット

マルチメディアのうち、現在もっとも注目されているインターネットは、従来のマスメディアと根本的に異なる8つの特徴がある。

- (1)ネットワーク化
- (2)グローバル化
- (3)パーソナル化
- (4)オープン化
- (5)バーチャル性
- (6)同時性
- (7)オンデマンド性
- (8)双方向性

インターネットは閉じたシステムではなく開かれた多機能システムであり、その活用にはリアルタイム、データベース化、システム化、同時に受信・加工する柔軟な組織が必要である。

3. インターネット・ビジネスを進めるに当たっての視点

- (1)コミュニケーション：ユーザーオリエンテッド、消費者志向
- (2)マーチャングダイジング：セキュリティーの樹立、社会的なコンセンサス
- (3)マーケティング：データベース化
- (4)コンソーシアム：情報の公開

- (5)ネットワーク出版：インフラの整備
- (6)広告：ターゲットマーケティング力
- (7)プロバイダー：システムのオープン化
- (8)ソフト制作：システム化

4. 凸版印刷とマルチメディア・ビジネス

当社のビジネスの基本的な方向づけは次のように変化している。

印刷の瞬発力



情加工の瞬発力



情報の効果的な伝達

印刷会社の3つの特質

1.文字・画像を扱う情報加工業

- (1)高度精密技術
- (2)感性表現力
- (3)デジタル加工技術
- (4)ネットワークの資源
- (5)顧客の密着

2.市場密着型の生活系産業

印刷会社の仕事は市場密着型であり、企画提案型という特徴がある。したがって、技術開発と同時に市場開発、技術の用途開発、特に市場のニーズにあわせるカスタマイズが重要である。

3.ネットワークのユーザー&プロバイダー

情報加工とそのサービスの提供に不可欠な3つの視点

- (1)ネットワークをいかに活用しうるか
- (2)ワンソースをマルチメディア化しうるか
- (3)いかなる情報をもメディア化して運用しうるか

◎インターネットに対する当社の実験的取り組み

(1)通信販売のシステム開発

- (2)電子編集印刷
- (3)電子図書館
- (4)光ファイバー利用開発
- (5)ブックオンデマンド
- (6)カーナビゲーション
- (7)会話型マルチメディア
- (8)エレクトリックコマース
- (9)知識バンク

5. 凸版印刷のマルチメディア最新事例

最後に当社のマルチメディア最新事例を紹介する。

(1)Worlds(3次元サイバースペース)

「イージーオペレーションで仮想現実へ」

(2)Cyber Publishing Japan(東京穀物取引所)

「リアルタイム情報へのイージーアクセス」

(3)EMR(エレクトリック・マーケティング・リサーチ)

「ネットワーク・マーケティング」

(4)インターネット・マーケット・モール

「顧客対応ノ地図データベース・サービス」

(5)パーソナライズ・エレクトリック マガジン

「オンデマンド・パブリッシング」

(6)ウォークスルー

「3次元仮想モールアクセス」

6. 結び

ネットワークサービスというのは、それが便利だとか、いろいろなコンピュータを使って生産性や効率を追求したら良い、というだけではない。人・組織・企業・業界などのうちの異質なもの同士の融合にこそ、新しいビジネスチャンス、新しい価値の発見がある。

それがネットワークビジネスの本質ではないだろうか。