

吉田 隆

三、ビジネスモデルの確立に向けて

⑦二つのモデル 出版指向とDM指向

★前号では、昭和30年代後半に情報出版業界の先駆けとなるセミナーベンチャーが産声を上げたいきさつを述べた。このセミナーベンチャーは、現在出版指向型とDM（ダイレクタメール）指向型という、対照的な二つの流派を生んでいる。前者は、フジ・テクノシステム（通称フジテク）から独立し、ほどなくセミナー業から出版業へと転身したNTSやサイエンスフォーラムなどの企業で、その事業スタイルは業界で「フジテク流」とも呼ばれている。一方、後者は経営開発センター（通称ケイエイ）から独立した、技術情報センター（通称ギジュツ）、テクノシステム（通称テクノ）、技術情報協会などの企業で、セミナー業に専念しながら他社の出版物の販売なども行っており、コンピュータ管理による大量の顧客データベースを活かしたその事業スタイルは「ケイエイ流」とも呼ばれている。これら2つの流派を対比しながら、NTSの来し方を振り返りたい。

★先駆けとなるセミナーベンチャーの誕生から数年の間に、多くの経済専門セミナーベンチャーが誕生した。フジテクの小野介嗣社長が一時在籍したフジ・インターナショナル（通称フジ）も、ギジュツの白井義雄社長が在籍したケイエイも、設立は昭和40年前後である。フジの功績は、経済セミナーから始まったセミナービジネスに技術情報の分野を取り込んだことである。フジ時代の小野氏は、それまでの著名な専門家1人が1日講師を務める「ワンマンセミナー」と呼ばれる開催方式を見直し、足で集めた情報を元に企画を立てて各分野の専門家6名による2日間のプログラムをいち早く採用し、自ら「エンジニアリングセミナー」と名付けた。昭和47年にフジテクを設立したあとも、情報の収集技術を「資料集」作りに生かし、セミナー屋から出版社へと脱皮する道筋をつけたのである。フジテクに在籍した5年間に、胎動期にあった情報出版業界に絶えず革新の風を吹き込み続けた小野氏から直接手ほどきを受けたことは、私にとって貴重な体験だった。

★一方、「ワンマンセミナー」型ベンチャーの代表格だったケイエイは、昭和40年代半ばには毎月40〜50テーマ、DMの数にして10〜20万通という、セミナーの大量生産・大量発送方式を確立していた。それほどの大量発送を可能にしたのは、スク립ト社が開発したカード型顧客管理システムである。カーボン部分に宛名を書いたカードとDM用封筒を本体にセットするだけで、毎分50枚という高速で宛名を印字するシステムは、パソコンが普及する以前のセミナー業界の発展に大きく貢献した。このケイエイを母体として、ギジュツやテクノをはじめとする多くの「ワンマンセミナー」型ベンチャーが生まれた。彼らはやがて顧客管理手法をカードからコンピュータに変え、DMの大量発送にさらに磨きをかけてきたが、多くはバブル崩壊の波に呑まれて姿を消した。ギジュツは実力でバブルを乗り越えた少数ない企業の一つだが、顧客データベースの構築に力を注ぎ、出版業への道は選ばずに、むしろDM専業体制を堅持した。フジテク出身のリアライズ社（現サイベック社）は、バブルの当時、飛ぶ鳥を落とす勢いのケイエイ出身の仲間らに感化され、フジテク流からケイエイ流に乗り換えたが、中途半端な選択はその後バブルの後遺症に見舞われる結果に終わった。NTSでも昭和60年の設立当初、交流を始めたばかりのギジュツやテクノの手

ほどきを受けて、カード型顧客管理システムを導入してはみたものの、利便さは認められてもNTSの仕事には必ずしも合わず、やがてお蔵入りとなってしまった。その理由は、フジテク流セミナーがDMの大量発送とは本質的に異なるものだったからである。ケイエイ流セミナーのDMロットは5〜10万通ほどだったのに対し、フジテク流のそれは3000〜5000通ほどしかなく、高価な顧客管理システムを使うまでもなかった。そのうえ、取り上げるテーマや分野も毎回異なっていたため、顧客の選択はその都度異なった名簿から自分の目と手でひとつひとつ選ぶのに勝る方法はなかったのである。

★私は、そしてたぶんフジテクの小野社長も、本来企画志向型人間であるため「ワンマンセミナー」の道は選ばず、手間のかかる企画技法にこだわった結果、出版社への道を歩むこととなったのであろう。時を経て、NTSでも今や顧客管理システムなくしては出版活動が成り立たないほど、コンピュータはNTSの経営基盤を支える力となっている。それは、コンピュータをDM発送という目的ではなく書籍営業の手段と位置付けてきた結果でもある。一方、ケイエイに集まった多くの戦士たちは、企画ではなくむしろDMの秘める潜在力に無限の可能性を見ていたに違いない。そのためコンピュータがセミナー、つまり情報を提供する手段ではなく、むしろDM発送のためという目的に位置付けられてきたのだらう。

★いずれにしても、携わる人間のタイプによって産業モデルの原型が決まるという、よい見本ではないだろうか。言い換えれば、どのようなビジネスモデルにも、良くも悪くもそれを築いてきた人々の体質が色濃く滲み出るものなのである。

掲示板

◆今月の人事

入社
営業部営業推進課

エヌエスハイテック

エヌエスハイテック

◆社内清掃について

次の日程で床掃除を行いますので、宜しくお願い致します。当日出勤の予定のある場合は作業に支障がありますので、必ず総務部に連絡して下さい。

本社事務所内 4月28日（日）
営業部内 4月20日（土）

◆編集後記◆

人それぞれ個性があるように、犬の性格も千差万別です。今までに家族の一員として過ごしてきた犬は3頭に及びますが、いずれもタイプはまったく異なっていました。今月号のインタビューに当たっていたいた蒲池幹治先生は、子供の頃から通算すると今までに14頭の犬を飼育されてきたとか。「投げたボールをちゃんと拾ってくる犬もいれば、お手すらできない犬もいます。でも、それも個性のひとつ。性格に合わせて付き合っていくべきで、必ず良い面は引き出せる。人間同士でも同じです。この点は犬から学びましたね」と語っていたのが印象的でした。疑惑の渦中にある人物が次々と暴かれる昨今、少なくとも「見えずいたウソをつかない」ところは犬に学ぶべきなのかもしれません。（な）

NTSニュース二〇〇二年三月号（通巻四十号）
二〇〇二年三月二十五日発行