

# パーソナルコンピュータ市場における ソフトウェア・ビジネスの変遷について

M1265333 八 城 年 伸

## 1. 研究の目的

パーソナルコンピュータは短期間で急速な成長を遂げ、人々の生活、特にビジネスシーンには欠かせないものとなった。その普及の過程において、製品および市場の急成長ぶりが注目されていた1980年代は、数多くのベンチャー企業が熾烈な競争を繰り広げており、その中から現在にも通じる様々な技術やビジネス手法が生まれてきている。中でもコンピュータのソフトウェアをパッケージ化して市販するという、ソフトウェア・ビジネスにおける新しい展開は、海外旅行がパッケージツアー化によって普及したの同様に、コンピュータ利用が社会全体へ拡大する過程に大きく貢献した。

しかしながらこれまで、この1980年代のパソコン用ソフトウェア市場について、ビジネスの視点から研究・分析したものは皆無に近く、統計資料などの客観的情報も極めて乏しい。そして、誕生した数多くのベンチャー企業も今ではその大半が姿を消しており、当時のビジネスに関わった人々の記憶も薄れつつある。本研究では、この誕生したばかりの市場において、どのようなビジネスが生まれ、それにより市場がどのように変化したのかを、様々な資料にもとづいて明らかにする。また、そこで生まれたビジネス手法が、今後しだいに情報財的性質を増していく一般の財やサービスのビジネスに適用される可能性について考察する。

## 2. 論文の概要

本論文では、まずパソコンとソフトウェアの歴史および、ソフトウェアの特性について、パーソナルコンピュータ用のソフトウェアを主たる対象として俯瞰する(2章)。次に、近年までベンチャー企業を交えた激しい競争が展開された日本語ワードプロセッサの分野において、主なソフトウェア製品の開発と流通・販売におけるビジネスの実態を、当時出版された啓蒙書や経済雑誌のインタビュー記事にもとづいて明らかにする(3章)。そして、現在も続くビジネス手法や、現在に大きな影響を与えたと思われるビジネスである、コピープロテクトとバージョンアップ、およびバンドリングについて分析・検討を行う(4章)。最後に、それらの分析を踏まえて、この市場で誕生したビジネス手法の他の製品への波及の可能性について考察する(5章)。

## 3. パソコン用ソフトウェアにおけるビジネスの特徴

無形の情報財であるソフトウェアをパッケージ化し、さらに店頭で市販するというビジネスは、大型コンピュータを中心として展開されてきた従来のコンピュータビジネスの世界では見られない、パソコン市場において新たに誕生、発展したものである。またソフトウェア流通網の整備の必要性は古くから唱えられていたものの、実際にビジネスとして成り立つようになったのは、個人が購入主体となるパソコンが誕生してからのことである。さらに、個々に販売されていたソフトウェアとハードウェアを組み合わせるバンドル販売が、一般の人が使える商品への発展を促すこととなった。

デジタル化された無形の情報財には、一般の財とは異なる性質がある。中でも「限界費用ゼロ」という特性のため、不当なコピーを行わせないためのコピープロテクトと、意図的な買い換え需要の創出のためのバージョンアップが、市場の発展の中で果たした役割には大きなものがあり、近年においてもその形態を変えながら、今なお使われ続けている。

## 4. 他製品への波及の可能性

パソコン用ソフトウェア市場におけるビジネスは、ソフトウェアを商品化して社会へ広く流通させた最初の事例であった。そこで展開されたビジネス上の多くの試行錯誤は、製品価値に占めるソフトウェアの比重が高まってきている今日、他の多くの財やサービスにも波及する可能性がある。その際、大きな役割を担いそうなのが、コピープロテクトとバージョンアップというビジネス手法である。コピープロテクトは、既にDVDなど一部の情報財に取り入れられ、今後はCDなど他の情報財に波及する可能性がある。同時に、そのような財やサービスを扱うビジネスの性格も「物を売る」ことから「使い方を売る」という方向へ、すなわちソフトウェア寄りに移行するであろう。既にカーナビや携帯電話などの分野では、バージョンアップという言葉が使用され始めており、ソフトウェアを販売し、それによってハードウェアの使い方を変えていくという、パソコン用ソフトウェアと同様のビジネス手法の波及を示している。