



kubotatsu

look for the 21st century hero
and talk at the Internet world Japan '99

くぼたつ世界冒険録～インターネットワールド'99ライブ編—— 7

★ 世紀のヒーローを求めて

12月9日、幕張メッセで開催されたインターネットワールドジャパン'99のインターネットマガジンブースにくぼたつが現れた。1時間におよぶ、くぼたつと本誌編集長の倉園によるトークバトル。そこで初めて明かされた企画成功のキーワードは“青い鳥”だった。

Photo: Watari Tokuhiko

よく聞かれる質問にね「インターネットでビジネスを成功させるにはどうしたらいいんですか」というのがある。簡単なんだよ。「まずウマイ団子を作れ」ってことよ。まずい団子しか作れないヤツがインターネットで団子売ったって買うやついないんだから。つまりインターネットの手前の話でね。「オマエはいまなにがうまいってんの」てこと。既存の

「青い鳥のさえずりに耳を傾けるんだよ」 the blue bird of happiness encourages us

倉園：くぼたつさんはアメリカ大陸横断とかの個人的な夢をしっかりとビジネスにしているところがすごい。単に夢見るだけじゃなく、それをビジネスにするコツを教えてくださいよ。

久保田：『企画の技術』って本にも書いたんだけど、まずね、夢とか企画とかはオープンしなくちゃだめなんだよ。だれもできないこと、オリジナリティーの極致みたいなことを最初に言っちゃう。たとえば、アメリカ大陸をバイクで横断したいとか、モンゴルのゴビ砂漠の真ん中で衛星通信を使ってモバイルしたいかと思いつくでしょ。そしたら、「こんなことやろうと思ってます」っていきなり企画を公開するわけ。そうすると、「アメリカ行ったらこうしたいほうがいい」「モバイルやるならこの衛星回線を使え」とか、うあって集まってきた自然に情報の地場ができる。

倉園：企画をホームページに上げたおかげでスポンサーが付いたってこともあるんですか。

久保田：あるよ。いま上げてるのが世界のパワースポット22か所を廻ってエネルギーをインターネットで配信しちゃうってやつ。この話も大手の企業が「おもしろそうじゃん」と言って来てる。だいたいおれに会いたいと思っている企業の人はおれのホームページ見て研究してるから。あと、世界中を冒険するから旅行代理店なんかもよく来るね。

倉園：くぼたつさんが行くと、みんな行きたくなっちゃうのかな。でも、そんなおいしい企画は誰もが考えつくわけじゃないでしょ。

久保田：みんなが飛びつく企画の基本はね、「オリジナリティー」なんだよ。「誰もやらなかったことをやる」のさ。それだけ頭に入れたければ必ず人は集まるよ。「磁力の強い企画」かどうかだよ。磁力が強ければ人を引きつけられる。誰かがやっちゃってしまってるようなのはダメね。すでにあるものは情報化社会の中では意味がない。

倉園：でも、それを公開しちゃうと真似されませんか。

久保田：真似できないオリジナルを出せばいいんだよ。たとえば企画を10個出すとするでしょ。その中で「自分じゃなきゃできないオリジナルってなんだ」って考えるんだよ。それをオープンにすれば、自然と仕事は自分にまわってくるでしょ。パワースポットの企画だって誰にも真似できないよ。体力、冒険の知識、モバイル、スポンサーが「こいつなら安心だ」と思う要素がおれにしかない。そういう企画を作ればいい。

倉園：自分にしかできないことを探せか。それも結構難しいなあ。

久保田：でもね、直感で「これやりたい」とのは誰でも持っているでしょ。要するに高校のころや子供のころに考えてことだな。結局は「私には仕事があるから」とか「もうこの歳だから」とか言ってあきらめてるに過ぎないんだから。つまり根性がないんだよ。単に度胸がないだけ。

倉園：どういう度胸ですか。

久保田：「エイヤー」だよ。それをやったらどうなるとか考えない。

倉園：そのエイヤーが一番難しんだよなあ。

久保田：なにを優先して生きてるかってことだよ。自分らしさでしょ。あたり前の話なんだけど、人生一度しかないんだから。とりえずやりたいことやればいいじゃない。死ぬ間に「ああ、あれやればよかった」と思いたくないじゃない。やっちゃってだめでもその方が絶対いいって。人間っていうのはね、やりたいことがわかってくと努力するんだよ。「冒険に行く」と決めてるでしょ。そうするとそのために走るんだよ。モバイルの知識も身につけるし、英語も勉強する。「その間の仕事はどうする」と言うよね。とにかく行くんだからインターネットで仕事をやるように体制を変えちゃう。だからおれは大砂漠の中で原稿書いたり仕事の打ち合わせをしたりしてるんだよ。

倉園：「僕は子供のころなにかが得意だったんだっけ、なにが好きだったんだっけ」と考えた時にオリジナリティーのある企画が生まれるってことなのかな。

久保田：そう。「青い鳥」だよ。ほかにあるんじゃないかと、ココ、自分の胸の中にあるんだよ。それを見つけたら「いつやるか」なんて考えずに「まず動く」。これがね、アメリカの連中のやり方なんだよ。

倉園：それで失敗したらどうするんですか。

久保田：日本では失敗したらもうダメ。でもね、アメリカは敗者復活OKなんだよ。そこが違う。敗者の



熱く語り合うくぼたつと倉園（上）、くぼたつのメッセージにいつのまにか黒山の人だかりが（中）、くぼたつの教え子も応援に駆けつけた（下）

経験をしたやつのほうが、一度失敗してるんだからもう失敗しないだろうって見られる。だから、ビジネスをやりたい人はシリコンバレーに会社を作っちゃえばいいんだよ。そっちの方が早いよ。

「ネットビジネス？ うまい団子を作れってことだよ」 do your customers seem to enjoy your dumplings?

社会でうまくいってなかったらインターネットの世界でもうまくいくわけじゃないのよ。だから努力しなきゃ。おれはこう見えて、一日4、5時間は勉強してるよ。本を読んだり企画を書いたり。あとは金の工面もしっかりやる。いくらかかっていくら儲か

るのかを企画に沿って考える。ネットビジネスってさ、昔の格言がうまきはまるんだよね。まさに「読み・書き・そろばん」なのよ。

インターネットは確かに、個人が個人として生きられる環境を取り戻してくれたわけ。だからこれからの経

済も個人に戻る。そこで「自分がなにをすれば人は喜ぶんだ」と問いかけてみる。で、人が喜んだ代償としてお金をもらおうわけ。そのもらったお金でこんどはもっと喜ぶことはなにかと考える。そうするとね、もう大企業は追いついて来られない。で

かい所は行動が遅いからね。だから、いままで大企業がやってきたようなことを個人がどんどんやればいい。全然、怖くないから。おれは冒険したかったから冒険したけど、ビジネスをやりたい人はビジネスをやればいい。とにかく会社を頼りにするのをやめて、自分を信じて一歩踏み出したヤツの時代になったってことかな。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp