



ソフトウェア製造業

インターネットは従来のビジネスの仕組み（開発、製造、販促、流通）、個人の生活を大きく変化させている。

最近友人から Web サイトの機能追加をしたので見てほしいとの連絡があった。家族ビデオのストリーミングが目玉で今後定期的に近況をビデオで発信するのだそうだ。内容はさておき、編集の出来は上出来であった。彼はそのサイトでのビデオ関連部分をすべてフリーソフトで作ったという。一昔前ならビデオの編集、ストリーミング配信などは高額ソフトを必要としたことを思い出し、ソフトウェアにも価格破壊が起こっていることを思い知った。多くのソフトウェアの値段がゼロになりつつあるようだ。よく考えてみれば我々もいつもまずフリーソフトを探索する。

インターネットは我々の社会や生活に大きな変化をもたらしたが、ソフト関連での変化の連鎖のきっかけはソフトウェアの価格破壊、フリーソフト化だろう。インターネットのできる前、Google などの検索エンジンの広まる前に誰がそのような時代を想像したであろうか？音楽や、本などは個々のものがユニークでそれぞれ内容・表現が異なり、個々の内容・表現に価値がある。違法なコピーを防ぐことにより（著作権法）価格秩序を保つことができる。一方ソフトウェアは、その価値は内容や表現にあるのではなく、その表現を動作（実行）させたときの結果、出力にある。同じ、あるいは似た動作結果・出力を与えるものをまったく別な表現で作ることは可能なので、ソフトウェアは置き換え可能であると私は考えている。本や音楽は置き換え可能ではない。したがってソフトウェアの世界では代替品をより安い値段で販売する人がいれば直ちに値崩れが起こる。近海物のマグロに高値がつけばインド洋から、あるいは中国から養殖ものを持ってくる要領である。売り手と買い手とがグローバルにつながる電子マーケット（強力な検索エンジン）があり、いくらでもコピーが無料で作れるソフトウェア（供給量に制限がない）で、物流コストが不要なのでソフトウェアの価格が製造・開発コストだけに近づくのは当然といえる。マグロならばいくら養殖ものでもただで売る業者はいない。えさ代やその他のコストを回収するのは当然であるが、ソフトウェアの場合製造・開発コストの回収を求めない人々がたくさんいる。趣味的にソフトウェアを製作し、世の中に使ってもらうことに喜びを見出す人、大学でのプロジェクトで作られたソフトウェアで

無償での配布を義務づけられたものなど製作コストゼロのものがたくさん出回っている。ソフトウェアで価格を保持できるのは開発の手間や時間があまりにも膨大で簡単に代替品の作れないものに限る。今やソフトウェアは無償で入手できるとの通念が広がり、ソフトウェア製造で商売を行っている企業にとっては非常に住みづらい世の中になってきた。

フリーソフトの普及はソフトウェアの業界に大きな影響を与え、オープンソフトという新しい概念を生み出した。そもそもソフトウェアを開発したチームが引き続き保守を行うことが必要・最も効率がよい、とされてきたが、むしろ皆が手を突っ込めるオープンソースの環境・分散したボランティアコミュニティでの保守・改良が Windows より安定したコードを作り上げるとは予想外の驚きであり、それが従来アカデミア、Linux 系に限られていたオープンソフトの考えをより広い範囲のソフトウェアに広げた要因になった。アカデミアには、昔から、知識情報の交換、創造への参加に金銭よりも高い価値を置く文化があり、優秀な人が集まってくる。そのボランティアの人たちを経費にとらわれずに利用できると考えると、質のよい作業、創造的な作業が私企業での給与で縛られたプログラマチームで行うのと同等にできることは、それほど不思議ではない。品質に非常に強く動機づけられた人たちが行う開発作業が品質のよいコードを作ることはいくらもなされる。

オープンソースはフリーソフトをさらに進めた概念であるが、米国でのソフトウェアの話題で今インパクトのある話題となっている。フリーソフトがここまで広がらなければ話題にもならなかったと考える。アカデミアの世界ではプログラムのソースコードを公開してしまうというのは自然であるが、ソフトウェア開発と販売を生業としているソフトウェア製造業で製品自体を無料にするだけでなく、ソースコードも出してしまうというのだからすごいものである。そのソフトウェアに対する優位性は当然なくなってしまう。どこで金銭を稼いだらよいのか？ 米国ではいまやオープンソースで商売ができること自体がソフトウェアに価値のあることの証、その企業の実力・自信の証であるといった雰囲気さえある。

一般消費者にとってはフリーソフトとオープンソフトにほとんど差異はないが、企業ユーザの立場からは、この2つは決定的に異なる。フリーソフトは企業ユーザは使えない。責任の所在がはっきりしないし、トラブルへの対応ができない。一方オープンソースは望ましいソフトウェア形態であるといえる。どんなソフトウェアで

藤崎 哲之助 tetsu@fujisakis.us



コラム
アメリカ IT まわりの話題

も、問題は生ずる可能性がある。オープンソースの意味は、ソースコードに自分たちがアクセスできるというより、ソースコードを理解するプログラマがボランティアを含めて世界中にあふれており、保守・改良の技術を持った人たちのマーケットがあることを意味している。したがってオープンソースのソフトウェアを使っていれば、ライセンス費用を節減できるだけでなく特定のベンダに縛られることもなく、広い範囲から保守、改良などの人材を調達できることを意味している。企業ユーザにとってオープンソフトはITコストを下げると同時にベンダへの依存性を絶ち、システム管理をより柔軟なものにすることを可能とする。事実としてサーバ分野では、Windows系サーバよりもLinuxサーバの成長率が高く、Webサーバ・ソフトウェアでは、IISよりApacheのシェアは相当大きい。

IBM、Oracle、SunなどをはじめとしたIT主要メーカは別な思惑からオープンソフトへの肩入れをし、Linux関連への積極的な対応を続けている。規格(APIなど)の権利を広く開放することにより賛同者を増やし、シェアを獲得する攻撃的戦略ともいえる。この動きはソフトウェア製造業の世界で一人勝ちを続けるマイクロソフトへの対抗戦略ともいえる。これが確実にサーバ系のプラットフォームでのマイクロソフトの進出を阻んでいる。IT主要メーカのオープンソフトへの取り組みはITのユーティリティ化の戦略とも連動している。マイクロソフトを押さえ込むために基本ソフトの無償化を促進し、自分たちの収入源はソフトウェアのライセンスからサービス収入に移行する。そこでのサービス収入の基盤をゆるぎなく広いものにし、顧客層の確保につなげるには基本ソフトをオープンソフト化し開発・普及速度を速める、コモディティ化・業界標準版とする戦略である。

一方ソフトウェア・ライセンスを生業としてきたソフトウェアベンチャーにとってはこれまでのビジネスのあり方は成り立たなくなるということを意味する。製品自体が無料になり、どこで金銭を稼ぐか？ ソースコードも出してしまうので、そのソフトウェアに対する優位性もすぐなくなってしまう。このソフトウェアの価格破壊、オープンソフトと続く苦境を逆手にとった新しいビジネスモデルを試みるベンチャー、VCがたくさんある。ソフトウェアをフリーウェアとしてばら撒き、ユーザベースを広げ、自分の身売りに成功した会社、ベンチャーでありながらサービス会社として転進し技術サービス・有償サポートで成功した会社などがある。

Skype社はインターネット電話のフリーウェアの会社で、2003年8月以来無償配布を行ってきた。2年間で5,400万人の顧客ベースを作り上げ、最近オークションで有名なEbay社に26億ドルで身売りに成功した。フリーウェア配布でまずSkypeインターネット電話のユーザ層を作り上げ、そこを市場として、有料サービス(固定電話、携帯

電話への有料接続サービス、会話録音サービスなど)を展開するといった2段階のビジネスモデルである。まだ黒字転換こそ果たしてはいなかったが、2年間で無償顧客層をSkype社有料サービスの潜在市場として5,400万人確保したのは立派である。有料サービス契約者はまだ200万人ほどであるが、今後メニューの充実などで有料サービス契約者をさらに広げることは容易と考える。

一方MySQL AB社はMySQLのオープンソースを行ってきた会社である。営業用ライセンスと保守サービスを有料で販売し、商売として成功している。MySQL AB社の場合顧客の多数は企業ユーザであるので、Skypeの場合とは異なりオープンソースの与える安心感が重要である。ベンダに縛られたくないといった企業ユーザの心理をうまくつかんだ戦略であると思う。データベースの世界は競合相手も多いので「オープンソース」を売りださねば逆にMySQL AB社の現在の成功はなかったのではないだろうか。

Digium社はAsteriskという電話交換機のソフトウェアをオープンソースとして開放し成功している。電話交換機用ソフトは高度なカスタマイズが必要で、そのでできる特殊技術を持った技術集団として成功している。オープンソースにより、それまで電話交換機機器メーカーの下請けであった自身の位置づけを一般企業から声がかかる地位に引き上げたといえる。

昨今はオープンソフトでないソフトウェアベンチャーがVCのサポートを受けるのは難しくなっているらしい。友人のあるVC曰く、オープンソースにすることでマーケットコストをかけずに企業顧客を急速に獲得することを可能にする。逆にオープンソースを行わなければいくら技術的によいものであってもそれを世の中に知らしめ、広めるには膨大なマーケットコストと時間がかかりすぎ今の時代に合わない。

オープンソースに走り、サービス会社に転身成功したあるソフトウェアベンチャーによればオープンソース政策を決断するに当たって顧客ベースをオープンソースしない場合に比べ3カ月間で100倍にできると予想したと報告している。ソースコードの開放後に提供者である自分たちがいかにしてその顧客ベースの中心であり得続けるか？ そのときのサービスメニューは？ 考えることは多い。

ソフトウェア関連産業は米国の主要産業。現在のグローバル化の中でインド、中国などのソフトウェアへの進出はとめられない。米国ITソフトウェア主要企業はサービス業への転身を図っている。この波乱のなかでオープンソフトがベンチャーで支えられてきた米国ソフトウェア土壌を守る切り札になるのだろうか？

(平成17年10月11日受付)