

上田が掲げた起業のイメージは「効率がいい、社会に役に立つ会社をスピーディーにつくる」だった。しかし、具体的なビジネスモデルはなかった。仲間との話題の中に「インターネットに関するビジネスが面白そうだ」という話が頻繁に

◇137◇

コンテンツ新旗手たち

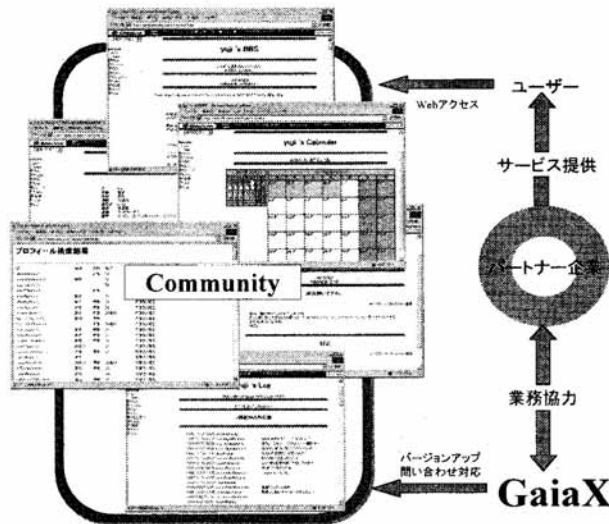
出た。インターネットの勉強をはじめると、ヤブが創業一年半で株式を公開していったことがわかり、上田が求めていた「効率よく、スピーディーなビジネスのもの」に思えた。最初に手がけたのは、レ

ストラン情報のサイトだった。次にネット上でグリーティングカードを送るサービスをスタートさせた。これによって、ある程度の会員数が集まったことから、次にコミュニティビジネスへの進出を決めた。それは「どんなにインターネットが普及しても、人とコミュニケーションをとりたいという欲求は、文化として、人間の楽しみとして持ち続けられる。さらに口コミで広がるマーケティングとしてインターネットで

コミュニティー専門で成長

インターネットの中心となり、一番大きな産業になることは間違いない」と確信したから。同時に上田は、企業からユーザーに情報を与えるBtoCではなく、あくまでユーザー同士が結びつくCtoCにこだわった。「B

う え だ ゆ う じ
ガイアックス 代表取締役 上田 祐司氏



今までにないサービスを他社に先駆けて提供する (写真はホームページ画面)

しかし、会社回りの概念が理解されなかつた。上田は「静的クラスの地位を確立した。最近、注力しているのが、モバイルとブログが交流できる場が必要」と熱く語る。リアルタイムの顧客の囲い込みから生まれている。

「今後ともM供給を強化すること」は善で、悪いものは「自ら勝ちに行かなければ勝てない」という強い信念が垣間見える。 (ジャーナリスト 竹間忠夫)

「今後ともM供給を強化すること」は善で、悪いものは「自ら勝ちに行かなければ勝てない」という強い信念が垣間見える。 (ジャーナリスト 竹間忠夫)

とで、「コミュニティ」が生まれる機軸は、すべて押さえておきたい」という狙いがある。すでにE「投資を増やしたの取引」を、C「電子商取引」を、B「oCサイトを対象に動いたが、いまは「でツ」(情報の内容)や商品の販売な、最後に上田が強調する。効率の真意を改めて問うと、「頑張ったと努力したという結果」として効率が悪いものは善で、悪いものは「自ら勝ちに行かなければ勝てない」という強い信念が垣間見える。 (ジャーナリスト 竹間忠夫)

水、木曜日に掲載