

新連載スタート!

菅直人の「あ、イカン! I can!」

週刊アスキー

へろへろ!!

7月7日号

「デジ友」が広がる中で、
内面のつながりを渴望する人々

ソウルメイト
を探せ!

ケータイ/ピッチ/
インターネット電話は、
コミュニケーションをどう変えるか

**2001年、家から
電話がなくなる!?**

夏休み間近必見特集
わずかな追加料金で大幅バージョンアップ

ハワイ格安ツアー
わがまま改造テクニク

アップル、アスキー20周年記念特別対談
アップルコンピュータ社長 アスキー社長

原田永幸vs西 和彦

SIM JAPAN

2010年長野新首都移転から5年後の近未来像シミュレーション

2015新首都再考

堺屋太一vs岡田斗司夫

「セコイ新首都移転で日本が変わる!」

編集人 渡邊直樹 発行人 橋本孝久
株式会社アスキー 〒151-24 東京都渋谷区
代々木4-33-10 電話03-5351-8111 (代表)

定価350円 本体333円

©ASCII CO. 1997 Printed in Japan
凸版印刷株式会社 印刷



T1121101070354

雑誌21101-7/7

江口洋介

Wフェイスのハイブリッド・マガジン

定価350円

2001年、家から電話がなくなる!?

7月7日号

週刊アスキー

SIM JAPAN

2010年長野新首都移転から5年後の近未来像シミュレーション

2015新首都再考

堺屋太一VS岡田斗司夫

「セゴイ新首都移転で日本が変わる!」

アップル、アスキー20周年記念特別対談
アップルコンピュータ社長 アスキー社長
原田永幸VS西和彦

新連載スタート!

菅直人の

「あ、イカン! I can!」

「デジ友」が広がる中で、内面のつながりを渴望する人々
ソウルメイトを探せ!

夏休み間近必見特集! わずかな追加料金で大幅バージョンアップ

ハワイ格安ツアー! わがまま改造テクニク

Wフェイスのハイブリッド週刊誌

定価350円

編集人 渡邊直樹 発行人 橋本孝久
株式会社アスキー 〒151-24 東京都渋谷区
代々木4-33-10 電話03-5351-8111 (代表)

定価350円 本体333円

©ASCII CO. 1997 Printed in Japan
凸版印刷株式会社 印刷



T1121101070354

雑誌21101-7/7

江口洋介

原田永幸
VS
西 和彦

マックだウィンドウズだと騒ぐのは進化の法則をわかっていないからだ

アップル II の発売でパーソナルコンピュータの時代の幕を開けたアップルが、ことし20周年を迎える。それに歩みを合わせるように「月刊アスキー」を創刊した小社アスキーもまた20周年。お互いの20周年を祝いながら、両社の原田永幸社長、西 和彦社長が対談。これからのパソコンについて熱く語りあった。

撮影／中野義樹

アップルとマイクロソフトは経営が根本的に違う

西 マックユーザーがこだわるだけの魅力が、やはりマックにはありますよね。

原田 触らなければわからないというのが、マックの魅力です。あくまでも無形なバリューです。それを有形な言葉にできたら、5 倍も10 倍も売れると思う(笑)。アップルは、過去20 年間、いろんな新しいことを業界に提案して大きな影響を与えてきたメーカーのひとつだと自負しています。今後の課題は、どんなテクノロジー、どんな商品をエンドユーザーに

わかりやすいかたちで打ち出していくか。ただ、アップルの資産として、お洒落で遊び心があって、洗練された文化的なイメージを、今後も継承していきたいですね。

西 それに尽きるでしょうね。原田さんの社長室にうかがって、ハーマン・ミラーの家具に感心したんです。社長がどこかの安い机を使っている会社と、ハーマン・ミラーを使っている会社とは、発想が絶対に違う。会社の哲学だとか、コンセプトとかに、その違いは出てくるんじゃないでしょうか。

原田 これまで、たくさんの方がアップルの仕事にたずさわってきましたが、マックはマックで発展してきた。そして、他社に行った人が、マックを超えるものを作ってはいませんよね。やっぱり会社の空気というものがあるのです。その空気を、一生懸命大切に育てて発展させることが、ビジネスの基本的な原動力だと思っています。

西 そういう意味で、アップルとマイクロソフトとは経営が根本的に違う。マイクロソフトは、すべてビル・ゲイツ。マイクロソフトは、誰に聞いても、ビル・ゲイツのものだと言うでしょう。一方、アップルは、ユーザーが共有している価値観とか、先進性みたいなものを、

会社がいち早く取り入れていくというスタイルだと思うんです。だから、アップルという会社は、アメリオ会長のものでも、スティーブ・ジョブスのものでもなく、アップルのユーザーのものなんです。この会社のスタンスの違いは、長期的に見ると、ボディブローとしてすごくきいてくると思います。

原田 アップルやマッキントッシュならではの空気は、ユーザーのみなさんが作ったもので、そういう文化資産は、やはり大事に継承して発展させたいです。

西 21 世紀になると、会社の都合でものを作る会社はどんどんダメになっていく。会社経営のいちばんの核心は、お客様の都合をいかに速く取り入れて、商品を作るかという、そこなんです。そのために会社が効率化しないといけない。アップルには、そういう姿勢があるから、私は期待しているんです。

変化は一気にくるから、ハイテクに独占状態はない

西 初めてのパーソナルコンピュータのアップル II から20 年、マックが生まれてから13 年です。そのくらいの年数になると生まれたときからすでに空気みたいにマックがあった人たちがいる。そういう人たちにとって、アップルの存在は

アップルはユーザーのものだ
というスタンスが
ボディブローとしてきくはず



株式会社アスキー

西 和彦 社長

'56 年生まれ。'77 年にアスキーを設立、「月刊アスキー」を創刊する。パソコンの草創期に BASIC、MS-DOS の普及に尽力。以来、MSX の提唱、パソコン通信の始動、MPEG 策定など多彩な活動で日本のパソコン界をリードする

原田社長と西社長の間に
あるのが、アップル創立20周
年を記念してつくられた
「twentieth anniversary
Macintosh」。全世界で1万
2000台の限定生産で、現在、
予約受付中。☎ アップルカス
タマーアシスタンスセンター
☎0120・61・5800へ。
インターネットホームペ
ージは、<http://www.twentiethanniversary.apple.com>



大きいのと同時に、大きな責任もある。

原田 そうですね。パソコンがあって当
たり前という世代が確かにいます。

西 アップルは20年ですが、アスキー
も20年なんです（笑）。でも、まだ変化
の真っ最中ですから、20年を総括する
気にはなれません。そして、変化は、き
れいな曲線ではなく、一気にやってくる
ものです。一気にやってくるということ
は、実は変化の前のスランプ、踊り場の
時期もあるわけで、だから、私は、ウイ
ンドウズだマックだと騒ぐ議論は、進化
の法則をまったくわかっていない気がす
るんです。

原田 私はコンピュータ業界でいろいろ
仕事をやってきましたが、このハイテク
産業で、40何%のシェアを取ったら独
占だ、安泰だというのは、ウソですよ。
もうひとつ、西さんが言うように、ウイ
ンドウズだマックだ、メガヘルツだメガ
バイトだということじゃないと思う。い
ろんな会社、いろんな業界がもっとコラ
ボレーションして、新しい領域を広げて
いくという可能性が大いにあります。

西 その意味で'93年に原田さんがされ

た箱根フォーラム。あれは画期的でした。

原田 あのかは、CD-ROMドライブ
が先かソフトが先か、鶏か卵かの状況で
した。そのときに、世界中の通信、放送、
コンピュータ、出版、エンターテインメ
ントのトップエグゼクティブにお集まり
いただいて、パソコン全部にCD-ROM
ドライブを内蔵しましょうと話した。
それで一気にCD-ROMのタイトル
が出てきた。こういふのに、やってい
かなきゃならないことは多いんです。

パーソナルコンピュータが 目指す世界は同じだ

西 実は、私は、ウインドウズ97はも
う出ないと思う。'97年はあと半年しか
ないでしょ。95の次のバージョンは発売
されるけど、それで打ち止めじゃないか
と思うんです。使ってみると、私にはウ
インドウズよりウインドウズNTのほう
がいい。だから、ウインドウズが終わっ
て、次はマックかうインドウズNTかの
時代がくる（笑）。

原田 今度はNTですか（笑）。でも、知
らない人もいるかも知れませんが、マッ

クとウインドウズNTはつながります。
たとえば、コミュニケーションツールと
しての電話機は、どこのメーカーのもの
でもつなぐことができる。パーソナルコ
ンピュータはそれと同じような世界を目
指すんだということを、もっと打ち出す
べきだと考えています。そのために、マ
ッキントッシュが、コミュニケーション
ツールとしてもっとバリューを高めてい
かなければならない、と思うのです。

アップルコンピュータ
株式会社

原田永幸 社長

'48年生まれ。'72年日本NCRに入社。シュルンベ
ルジェグループ取締役などを経て、'90年アップルコ
ンピュータジャパン（現アップルコンピュータ）に入
社。'96年米国アップルコンピュータ社副社長、
'97年アップルコンピュータ社長に就任



**マッキントッシュは
コミュニケーションツールとして
もっとバリューを高めたい**