



info

Windows7 XPモードのイロハ

ごあいさつ

今年もアツと言う間に年末ですね。
 弊社はこの度KESステップ1を取得しました!!
 また来年1月号でKESについて詳しくご紹介しますね!



倉橋 勇樹

連載企画 “一丁啮” が行く!

第23回:ユニクロ#2

先月、ユニクロのことを書き出したら紙面が足らなくなり、続きを今月の紙面に委ねることになりました。

アンゾフの「製品市場戦略マトリクス」という切り口で見えてきているのですが、3つ目の象限である「新製品開発戦略」を見てみましょう。本来の意味は既存の市場に新製品をドンドン投入していくことを意味するのですが、ファーストリテイリングでは新たなブランドを構築することで新製品開発と同様の効果を狙っています。

具体的には990円ジーンズで話題になった「g.u. (ジーユー)」ブランドでの展開。ユニクロよりもかなり安い品揃えでユニクロの顧客をも引き寄せる、他社には行かせないといった顧客囲い込み戦略がうかがえます。ファッション性の追求で価格上昇があり得るユニクロからの離反客をしっかり受け止めようという戦略です。

また、新製品ということでは、靴への進出が挙げられます。今年9月に「ユニクロシューズ」を発表しました。かつて柳井会長は「顧客に全身をユニクロでコーディネートさせようとは考えていない」と述べたとのことですが、新製品開発戦略を見ているとそうでもないような気がするのは私だけでしょうか。

さて、いよいよ最後の象限「多角化戦略」です。多角化といふとかなりその範囲は広がりますので、ここでは「狭義の多角化」と理解して下さい。

ユニクロ（ファーストリテイリング）の多角化といえば、野菜への進出が思い出されます。ユニクロ野菜などと華々しく報道され、世間の注目も集めました野菜販売の子会社設立からわずか1年半でその会社を解散しました。多角化とは、今まで接点のなかった市場に新しいものを売ろうということですからリスクであることには違いありません。ユニクロもそういった点では、そのリスクを負ったことなのでしょう。

しかしながら、先に見た靴への進出はあるいは野菜のリベンジかも知れません。まったく新しい市場ではなく近接の市場に進出することで少しリスクを軽減させたのかも知れません。

前号と二回にわたりユニクロの戦略を見てきましたが、何かヒントになるものがありましたでしょうか。

先日発売された最新OSであるWindows7の機能であるXPモード。
 Windows7上でWindows XPを起動させる機能なのですが……

ホームプレミアムではXPモードは利用できない

XPモードはプロフェッショナルとアルティメットというバージョンで利用可能です。ホームプレミアムでは利用できないので注意が必要です。

Windows7上でWindows XPを起動させる

Windows7が起動しているパソコン上でWindows XPを動作させるので、パソコンのCPUやメモリーにかかる負担もそれだけ大きくなります。動作がモッサリと遅くなってしまふのは避けられません。何をしてもワンテンポ遅く、画面の描写もガタツキなどが目立ちます。

ハードの認識に致命的な難有り

外部機器との接続がUSBのみという非常に痛い制約があります。XPモードが必要になる場合の多くは「Windows7に対応していないソフトやハードを使いたい」という事だと思いますが、肝心の昔ながらのプリンターケーブル等、シリアル/パラレルのインターフェースは使えません。

「XPモードがあるからWindows7に対応していないソフトやハードでも使えるぞ!」
 というのはちょっと危険な雰囲気です。

昔の太いケーブルで接続されたプリンターやラベラーをご利用の方はXPモードを使ってもうまく利用できないと思われます。

やはり早めの対策が必要ですよ!!

シスポート
[Sys:port][®]

ホームページは <http://www.sysport.co.jp> または【シスポート】で検索!!!

特集

迷惑メールって儲かるの？

わかりやすい！

難しい用語を使わない！IT講座

インドから外国人就労者が消える

毎日大量に送られてくる迷惑メール。

大半はメール運営会社（プロバイダやYahooメール等）のサーバー側で削除されているので手元に届いているのはごくわずか。それでも大量にきますよね。

送られてきても読む事なく削除するだけなのに、次から次へと送られてきます。

もちろんスパムメールもタダで送れる訳ではありませんし彼らもボランティアでやっ
てる訳ではないので儲かっているんだろうと思います。

そこで迷惑メールは広告宣伝としてどれくらい効果的かちょっと調べてみました。

アメリカの研究では、ネットショップを作って26日間で3億4759万389件のスパム
メールを送信した所、サイトに訪問したのは1万522件で、実際に商品を購入し
たのは、28件だったという結果が残っています。確率にして0.0000081%!!

スパムメールの価格は100万件あたり50~80ドルとされていますので、50ドルと
しても3億5,000万件で17,500ドルです。(1ドル100円でも175万円)

いくらの商品を売るかにもよりますが、たかだか28件分の売上で175万円の宣伝
広告費を上回る利益を得るのはまず不可能です。

現実にはこんなにくさん発注したら単価を下げられると推測されるので、もう少し
マシかもしれませんが、普通にDMでも撒いている方がよっぽどよさそうですね。

ようするに自前でスパムメールを発信できるシステムがある所でないと、採算を取
るのはなかなか難しいという事です。

ではその迷惑メールを送るためのシステムはいくらなののでしょうか？

いろいろ調べてみましたが数十万とか数百万とか月額いくらとか、嘘か真か判断
できないような情報しか見つかりませんでした。

アンダーグラウンドでは実際いくらで取引されているのかわかりませんが、迷惑メー
ルに引っ掛かって商品やサービスを購入する人がいる限りはなくなる事はなさそう
です。頭の痛い話ですね・・・

インドは世界屈指のIT先進国で大変有能な技術者を多数抱えています。
マイクロソフトもグーグルも、日本企業でも富士通など先進テクノロジーの現場では必ずと言って
良い程インド人技術者がいます。
そんなIT最先端のインドで就労ビザなど各種ビザが取得しにくくなっています。

景気の後退やアメリカでの「公的資金を受けた企業に米国人を優先的に採用することを課す規制」
の影響などで世界各地の優秀なインド人労働者が大量に帰国し、職にあふれました。

逆にインドには中国人労働者など多数の外国人が働きにきています。
そのような中で「自国民が世界中でリストラされ帰国して職がないのに、外国人労働者が国内で
普通に働けるのはどうなの？」というような雰囲気にも包まれてきたわけです。

そこでインド政府もインド国内で働く外国人技術者を制限するようになりました。

まず、給料の低い人の外国人登録やビザの延長が厳しくなりました。
要するに「わざわざ外国から人を招いているんだからそれに見合う技術を持っていて給料をもら
っている人なんでしょ？そうでないなら別に国内のインド人技術者を使いますから。」
という意味合いです。

安い労働者なら代わりがきくんだからインド人技術者を使いましょう。という事ですね。

そして次の段階では就労ビザの発行そのものが厳しくなりました。

また前述した給料の問題に加えて“見かけ上の給料を増やしてのぐ”のを防ぐために、納税を
企業が保証し関連書類を提出しなければならなくなりました。

これで多くの日本人労働者も帰国しました。

しかしもっと厳しいのは中国人労働者に対するビザ発給で、今年の夏に25000人いた中国人労働者
は3000人程度になり、20000人以上が中国に帰国しました。

おそらく中国ではその帰国した20000人の労働者の多くが職を求めている事と思います。

またロシアでも同じように自国民の就労優先権を保護するため、経済危機以降、800万人以上の外
国人を国外へ退去させたようです。

2008年当時1350万人いた在留外国人の3分の2にあたる、810万人もの外国人を退去させており、現
在在留しているのは主にタジキスタンやウズベキスタンなど旧ソ連の独立国家共同体（CIS）に属
する国々の国民との事です。

恒久的ではないでしょうし、一時的な措置であるとは思いますが、どう考えてもあまり良い流れ
とは思えない負の連鎖ですね。

日本でも新卒の就職率は今年も良くないようで過去最悪とかそれに近いなどと言われています。

鳩山総理は良くも悪くも俗にいう“友愛思想”

の持ち主ですので上記のような政策は

執らないとは思いますが、本当に

寒い世の中になったんだと痛感

せずにはいられませんね。

【発信元】 シスポート株式会社

〒610-0361 京都府京田辺市河原平田23-16

TEL (0774)-63-1131 FAX (0774)-63-1130

e-mail info@sysport.co.jp

HomePage http://www.sysport.co.jp

ホームページは <http://www.sysport.co.jp> または【シスポート】で検索!!!