

## 視点(1786)

(ICT&ネット市場編)

### ICT(情報通信技術)と流通革命!!

19世紀(1800年代)からの産業革命以来200年が経過し、経済の50年変革説からいうと現在は4回目の大変革が起こっています。産業革命は「大量生産」「大量販売」「大量消費」に基づく**生活向上経済**でしたが、2000年から始まった情報革命は、第1は「**ビッグデータ**」(大量のデータ分析によるメカニズムの可視化)、第2は「**クラウドコンピューティング**」(高度ノウハウを共同利用による業務の精度向上化)、第3は「**3Dプリンター**」(3次元データによるモノづくり化)、第4は「**オムニチャネル**」(顧客情報の一元化による消費の串刺し化)に基づく**生活創造経済**です。消費経済の観点から見ると、産業革命以来の経済に基づく消費は「**モダン消費**」、情報革命以降の経済に基づく消費は「**ニューモダン消費**」と呼ぶことができます。ビッグデータ、クラウドコンピューティング、3Dプリンター、オムニチャネルを私は流通産業に大革命を起こす「**4大情報通信技術**」と呼んでいます。

この流通業界に大革命を起こす4大情報通信技術はビジネスモデル化から見ると、次の4つのビジネスモデル・プロセスに分解できます。

第1は「**ノウハウ**」(ビジネスモデル化への概念設計)、第2は「**システム**」(ビジネスモデル化への基本設計)、第3は「**ツール**」(ビジネスモデル化への手段・道具選定)、第4は「**コンテンツ**」(ビジネスモデル化への具体化技術内容)です。

この「4大情報通信技術」と「4大ビジネスモデル・プロセス」に一体化すると次の通りになります(六車流：流通・マーケティング理論)。

	ノウハウ (コンセプト)	システム (仕組み)	ツール (道具)	コンテンツ (具体的内容)
ビ ッ グ デ ー タ	A-1	A-2	A-3	A-4
クラウドコンピューティング	B-1	B-2	B-3	B-4
3 D プ リ ン タ ー	C-1	C-2	C-3	C-4
オ ム ニ チ ャ ネ ル	D-1	D-2	D-3	D-4

流通革命を起こすビジネスモデルを精度高く完成させるためには、職務領域における専門家(プロフェッショナル)が必要となります。すなわち、ノウハウを確立させるためには「**コンセプト設計プロフェッショナル**」、コンセプトに基づき成功のメカニズムをシステム化する「**システム設計プロフェッショナル**」、さらにシステム化されたものを効果高く稼働するための「**ツール選定プロフェッショナル**」、最後にユーザーが具体的に使用する「**コンテンツ作成プロフェッショナル**」の4者のプロフェッショナルが一体化したビジネスモデルのメイキングプロセスが必要となります。

1つ事例として「ビッグデータ」で説明します。ビッグデータ化とは大量のデータを分析・解析して、ビジネスモデルを策定することですが、私はビッグデータ化とは、大量のデータというよりも今まで世の中に存在していたが、その存在そのものと存在によって起こる現象のメカニズムを可視(見える化)できていなかった潜在的データをビッグデータと定義して、流通業界の勝ちパターンづくりを行っています。多くの流通上の行動とその結果がデータとして潜在的に存在しています。

この潜在的な現象のデータを「**可視化**」(みえる化)、「**理解化**」(わかる化)、「**行動化**」(りえき化)するプロセスを、ビッグデータによるビジネスモデルづくりと呼んでいます。

2015年から日本の経済と流通は成熟化し、従来の成長期とは異なる**成長ベクトル**(国や企業を発展させる思考と技術)でないと勝ち残るどころか生き残ることもできません。

この流通業における成長ベクトルの一分野が「ビッグデータ化」であり「クラウドコンピューティング化」であり「3Dプリンター化」であり「オムニチャネル化」です。2015~2025年にかけての10年間はすさまじい**流通革命**が起こり、2040~2050年に完成する**21世紀型の経済・流通の先鋒**となります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>6</sub>  
代 表 六 車 秀 之