

IT活用戦略

ナレッジネットワーク株式会社

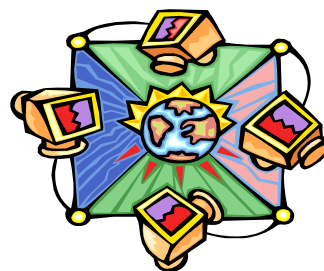
代表取締役 森戸 裕一

〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神2-3-36

TEL : 092-716-8281

E-mail : info@tisiki.net

URL : http://www.tisiki.net/



第1回『ビジネスの常識を覆す情報革命 ～知識社会がもたらす顧客主導型ビジネス～』

私は5年前から全国47都道府県で中小企業経営者向けに情報戦略に関する講演を行っています。講演の実施回数は1,000回を超え、全国で約10,000人以上の中小企業の経営者に対してお話をしてきました。このような講演を全国で行っていると、受講者である企業経営者の方から、地方の中小企業の経営実態を聞く機会も多くなります。「『日本の景気はいざなぎ景気以来の好景気である』という話を見聞きするが、実際には地方の中小企業は好景気を実感していない」という声もその一つです。ではなぜ中小企業は景気の回復を実感できないのでしょうか。その理由を私は情報革命の影響ではないかと考えています。

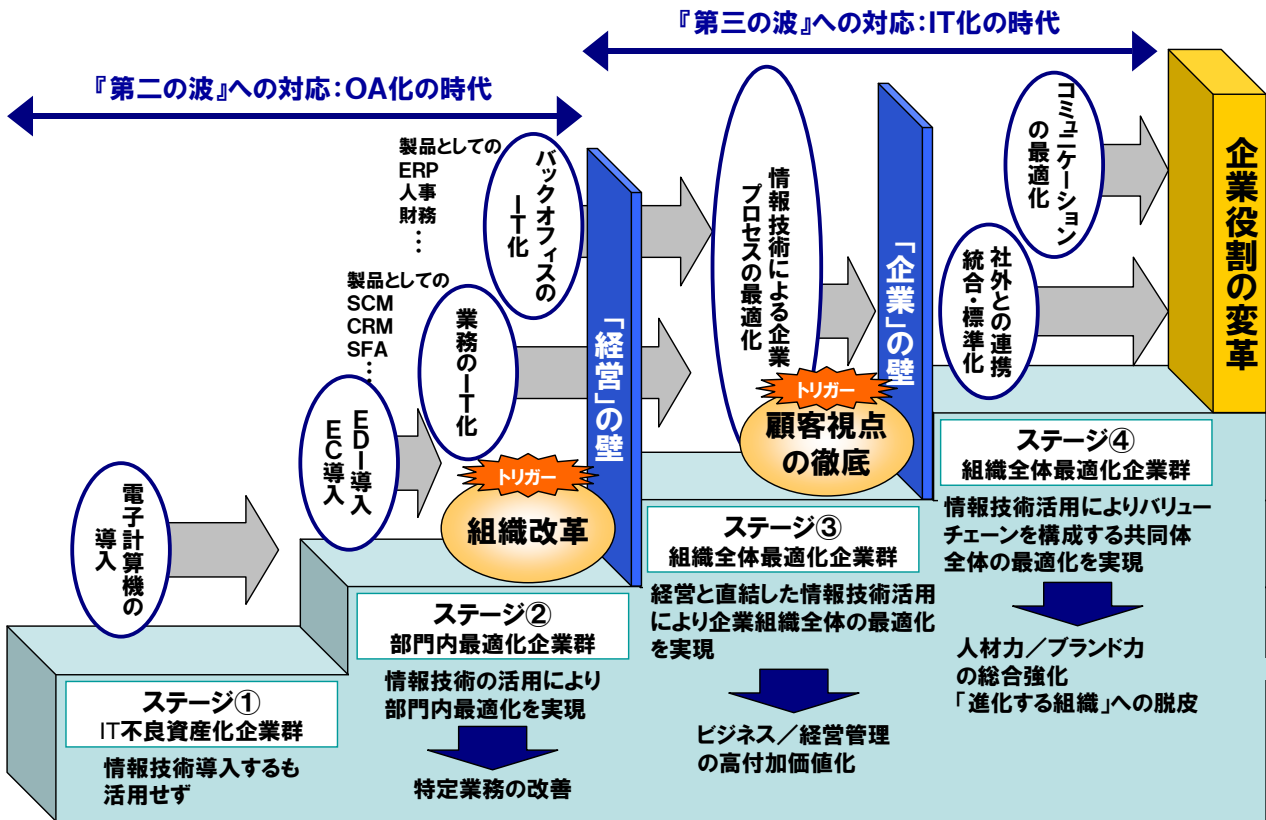
企業のインターネット導入率は、昨年時点で98%に達したそうです。しかし情報革命は決してIT機器を導入して仕事をするようになった、という単純な話ではありません。それは社内外の情報基盤の整備によって、情報を比較的容易に誰でも持つことができるようになり、社会の常識が大きく変わってしまったことに起因しています。未来学者のアルビン・トフラーは1980年に出版した著書「第三の波」の中で、「第一の波」は狩猟採集文化から農耕文化への移行、「第二の波」は農耕文化から工業化に移行した産業革命だと述べています。これらの革命は、単純に主だった産業形態の変化だけではなく、社会構造自体をも大きく変化させています。例えば、学校教育の整備もその一例です。工業化社会に対応する人材を大量に作り出すために、決められた時間に、決められた場所に集まり、決められた作業を黙々と長時間行うという訓練がなされたということです。非常に不気味なことですが、現代の私たちはそのことを自然なものと捉えます。

そしてトフラーの言う「第三の波」は脱産業社会です。「第二の波」で生まれた工場的大量生産、物流システムによる大量流通、店舗による大量販売体制、そして大量生産体制を支える大量教育、マスメディアからの大量の情報発信、一様化された大衆娯楽などの中に作られた市場の価値観が根本から崩れていきます。

そもそも「革命」という言葉は、主権の移行を指す言葉です。「第二の波」で作られた主権であるメーカー、メディア、学校などは存在すら危うくなり、主権が移譲される情報を持った消費者、視聴者、学生に操られる時代になってきます。トフラーはこのことについて、著書「第三の波」の中で「プロシューマー（生産的消費者）」という造語を発表しています。プロデューサーとコンシューマーの造語である「プロシューマー」は、自分が欲しいものを主張してメーカーに製造させ、メディアから一方的に発信される情報も取捨選択し、学校に通って同一の教育を受けるということさえも拒み始めます。そして、これらの変化の基盤になるのがインターネットなのです。このような主権の移行に敏感に反応して、消費者の声に耳を傾け、市場が欲しい商品の開発、価格の提示をしている企業が企業規模の大小に関わらず伸びてきています。

消費者が情報を持ち、自分の行動を自分でマネジメントできるような時代になったことこそがビジネスの世界での「第三の波」のインパクトといえるでしょう。「IT革命」といってIT機器を導入して今までのビジネスを効率化しようという考えは「第二の波」の踏襲であって、それはOA化でしかありません。

『第三の波』への企業対応ステージ



経済産業省資料を一部改編

時代は「Web 2.0 (次世代インターネット活用)」時代に突入しています。この「Web 2.0」という言葉の真意は、世の中が脱工業化時代に突入したということではないかと考えています。ビジネスの常識が大きく変化して、本格的な「第三の波」が到来した時代は、誰にでも均等にチャンスがあります。インターネットを活用することでマーケットは広がりますが、消費者の声を聞き、その声に応えるためにターゲットを絞り込み、「価値基準」から「価格」へ、「品質」から「消費者満足度」へ変わるということを意識すればビジネスの活路も見出せます。次回以降は、中小企業が抱える課題を具体的にどのように対応していくのかということに触れていきます。

<参考情報>

「『Web2.0時代の採用支援「ガクログ (gakulog.net) 」 (http://www.gakulog.net/) 』

「ガクログ」とは、「もっと成長したい!」という思いを持った就職活動中の学生と、「成長意欲の高い学生と出会いたい」という企業の人事担当、そして、「学生の就職活動を応援したい」というサポーターとがウェブ上でコミュニケーションできる就職活動応援ブログポータルサイトです。ブログを通じてさまざまな情報発信、情報交換が可能になり、お互いをよく理解した上で採用にいたる「共感採用」の実現を目指しています。このようなものの出現により、就職活動も確実に変化が起きています。」