

インターネット巨大社会革命の第2幕 Web 2.0の引き起こすものー

2006年3月17日
M C P C アワード授賞式

MM総研・代表取締役所長
日経BP社編集委員
国際大学（グローコム）主幹研究員
首都圏ソフトウェア協同組合理事長

中島 洋

何が起きているか？

ブログ、SNSの急速な普及

若者はなぜ熱狂するのか？

若者だけではない？ 価値観の根本的な変化

新たな急成長企業 = 産業構造の大転換

グーグルがマイクロソフト急追(時価総額で2分の1)

アマゾン、イーベイの成長持続(バブル崩壊後にも成長)

カブドットコム、価格コム(少人数で高収益)

主役交代：パソコン ネットワークビジネス

既存メディアと新メディアの相克(社会意識の転換)

楽天vsTBS ライブドアvsフジTV

ネットTVvs既存TV

メディアの交代

「ユーザー主権」の進展

インターネットで起こるべきことが顕在化

従来の常識の根本的な破壊

	価格コム	ソフト ブレン	カブドット コム	インデックス	東京放送	テレビ 東京	楽天
04年度売上高	21	21	117	736	3017	1180	455
03年度売上高	12	14	65	391	2950	1093	180
02年度売上高	6	11	29	204	2948	1082	98
				96			
04年度経常利益	8.0	7.5	58.9	69.8	219	55	154
03年度経常利益	4.7	5.2	25.7	35.8	239	38	44
02年度経常利益	2.2	2.1	1.8	24.4	230	27	22
				10.0			
従業員数(04年度末)	51	325	—	1310	2988	1084	3448
単独従業員数	48	130	50	153	188	673	727

Webは進化する

情報処理技術の進展

- ・大型コンピューター（10年で4倍）
- ・PC（10年で100倍）
- ・通信ネットワーク（10年で1000倍）
- ・インターネット（Web 1.0 2.0）
- ・協調型ユビキタス社会型システム（Web 3.0？）

考え方の進化

- ・装置をメーカー、ソフトは自作（大型C）
- ・装置とOS，パッケージを提供会社が考案する（PC）
- ・システムとコンテンツをサービス会社が提供（1.0）
- ・システムはサービス会社、コンテンツは利用者（1.5）
- ・システムがユーザーから学習する構造（2.0）
- ・サービス、製品がユーザーにより継続的改良の構造化（3.0）

ティム・オライリーの7つの要素（1）

利用者側のコンテンツ分類（Folksonomy）

ユーザーの側で自由に分類（ex．はてなブックマーク）

利用者の評価（User As Contributor）

サービス提供者に利用者の評価の目が集約（ex．アマゾン、イーベイ）

深い信頼関係（Radical Trust）

サービス提供者やユーザーが信頼して知識・知恵・情報・技術を相互提供
（ex．ウィキペディア、はてなキーワード、オープンソース）

少数派の価値（Long Tail）

利用者セルフの少数派対象サービス（ex．アドセンス、ブログ広告）

利用者参加コンテンツ生成・開発（Participation）

コンテンツ提供容易な構造、サービス開発（ex．ブログ、SNS、外部性）

端末画面の高機能（Rich User Experiences）

直感的把握、重ね合わせ情報公開（ex．グーグルMAP：Ajax）

本質的分散化（Radical Decentralization）

利用主体の関係性（ex．P2P、ウィニー、ファイル直接交換機能）

（参考：NTTレゾナント 上原仁の意見を参考にした）

ティム・オライリーの7つの要素(2)

――Web 2.0的な企業とは?――

サービス提供者である

: パッケージ提供者ではない

データソースをコントロール

: DBが本質でそこにデータ提供できる。ユーザー数拡大で価値増大

ユーザーの無意識な参加を促す

: ユーザーを信頼し、フィードバックを開発に反映させる

集合知を利用する

: ユーザー全体から集まる情報をデータベース化する

ロングテールを対象にする

: ナノメディア、ナノデータから収益を得る

プラットフォームを選ばない

: PC、ケータイなどの複数プラットフォームでサービスを提供

リッチで軽い

: オープンソースを多用し、複合、再利用されやすい形式でサービス提供
(参考: サイボウズの小川浩氏の見解を引用した)

ネット社会促す次の5年間

e - J a p a nの後のIT新改革構想
(1月19日発表) = 構造改革

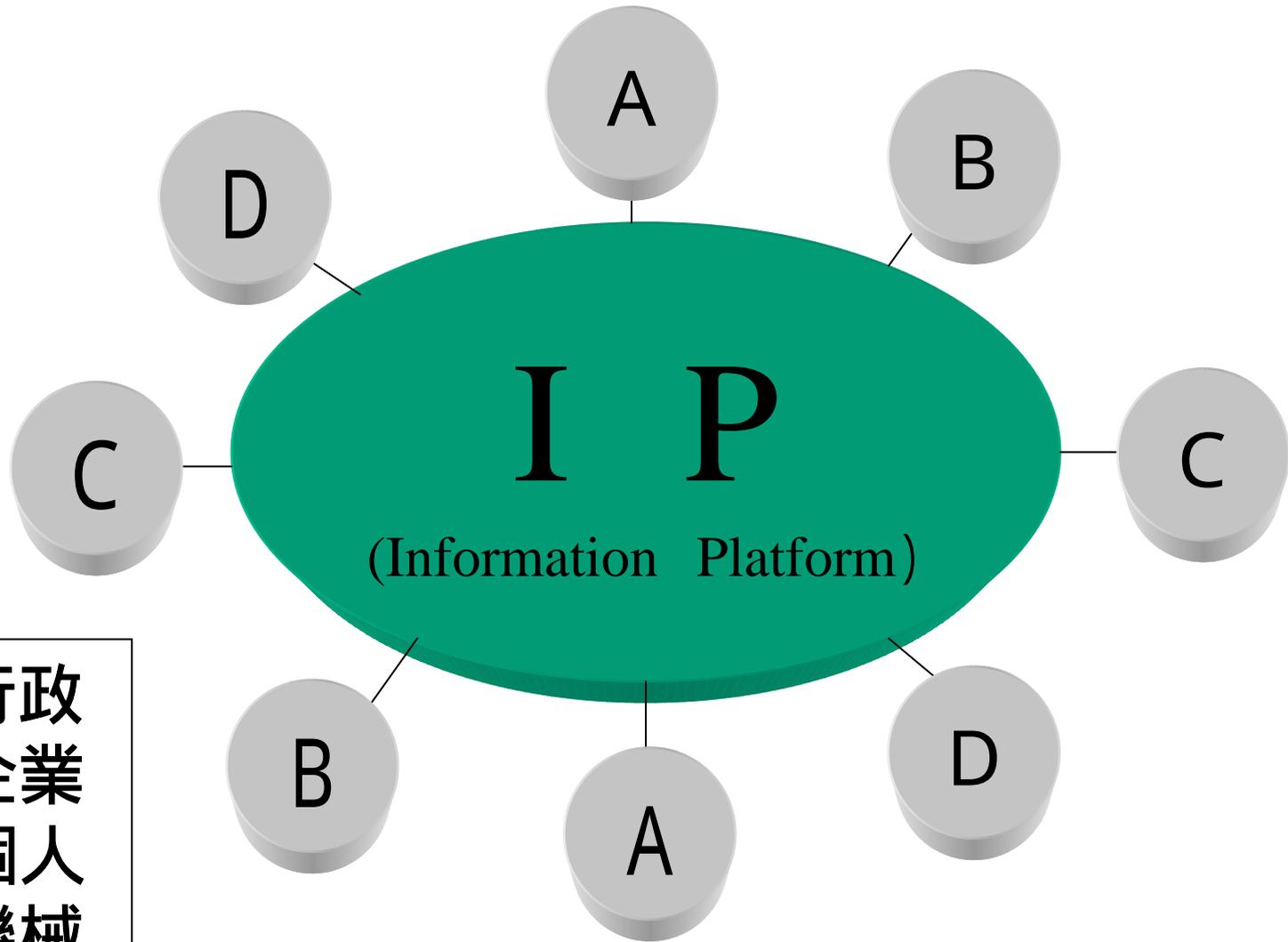
ITによる構造改革追求と世界への発信

- ・医療改革、環境配慮型社会
- ・安全、安心な社会の実現(社会、交通)
- ・21世紀型社会経済活動
(電子行政、企業競争力、生涯通じた豊かな生活)
- ・世界への発信(日本の存在の向上、課題解決モデルの提供)

構造改革支えるIT基盤の整備

- ・デジタルデバイドのないIT社会
- ・安心してITを使える環境
- ・人材育成(ITによる教育、高度IT人材)
- ・研究開発(次世代IT社会基盤技術)

Web 2.0時代の協調型社会構造



Web 2.0時代の社会的要求の点検

注目すべき技術

- ・ 劇的なデジタル機器の高性能化 = 情報処理コスト低減
- ・ IPベースの高速通信 = 情報伝達コスト低減
- ・ 開放進む無線資源 = ユビキタス環境の発展
- ・ 微少化進むICとトレイサビリティ = ICタグ基軸のシステム

深まる社会要求

- ・ 安全・安心・透明の社会
- ・ 機動的で柔軟な労働環境
- ・ コンプライアンスの証明
- ・ 日本版SOX法がもたらすビジネス界への衝撃
- ・ 環境を守る超循環型社会
- ・ 2007年問題の向こう
- ・ 国際社会との調和

消費者主導

- ・ 生産者 - 消費者一体化 = ICタグが誘う世界
- ・ 生産履歴情報へアクセス権 = ICタグが到来させる世界
- ・ 生産者責任の徹底的追及 = ユビキタスの帰結

Web 2.0 的な企業改革

ビジネスプロセスの根本的改革（従業員参加）

- ・単純コスト削減 テレビ会議、無料電話、ブログ意思疎通
- ・システマ的成本削減 SCM、ERP、管理、生産・在庫 最適化
- ・在宅勤務、遠隔オフィス、支店・営業所のネット管理 集合知

消費者への接近（顧客の参加の構造）

- ・周辺情報 = 「評判」の構造化
- ・コールセンターによる顧客接近 = 社内知識の効果的集合化
- ・ケータイ利用の営業管理、訪問管理、知識、知恵集積
- ・データベースによる顧客管理（ブログ）

商品を変える（知識収集をどう構造化するか）

- ・宅配便、コンビニ、金融機関、新聞印刷、雑誌印刷・発行
- ・ネット通販、ネット証券、ネット銀行、ネット旅行代理店、
- ・Suica、電子マネー、ネット予約（航空券、新幹線、劇場）
- ・IPテレビ、ネットラジオ、ネット広告（ラジオ追い抜く）
- ・ネット保守サービス、第3者保守サービス

“ Web 3 . 0 ” 的な商品コンセプト

事例：ユビキタス洗濯機の構想 「 2 . 0 」 乗り越えて「 3 . 0 」

ネット常時接続、センサー監視、衣類 R F I D

衣類の材質、重量、汚れをセンサーで自動検出

回転数、時間、変化による汚れ落ち状況検出

ネット通じてセンターに集中

材質、重量、汚れによる最適回転・時間推計

洗濯時に状況に合わせて洗濯機にプログラム入力

状況をセンターに再入力して新しい集合知

- ・ 利用機械（ユーザー）の効果評価による自動改善 = 継続的改良
- ・ 無意識の参加
- ・ 端末選ばない ユビキタス家電全体でありうる
- ・ ユーザー数拡大で勝ち高まる
- ・ 少数事例もそこかで参照

「インターネットはユーザー全員で貢献」思想の顕在化

Web 2.0 的企業への進化 = 人材派遣

人材派遣業の本質

特定スキルもつ人材を臨時に要求する企業

空いている時間に職を求める作業希望者

両者が効率的に出会うシステムの提供 システムで自動化

出会うシステム = データベースで双方をマッチング

最初は紙(人海戦術の限界)

電話とデータベース(コールセンター経費・不在)

メールとデータベース(PC持たない会員多数)

ケータイとデータベース(だれでも)

ブログによる知識の集積 = 集合知

ケータイで初めて可能に

ケータイ: 数字のみで入力可能

条件に合う会員に自動送信・即返信

指示がメールで確実に伝わる = 簡単に再確認できる

コールセンター不要 データベースとケータイのリンク

Web 2.0 的企業への進化 = 「3PM」

背景 = 環境問題が一段と深刻に 規制強化進展

機器をモニタリングするシステム

ブロードバンド、無線で可能に 「自動的な最適化の仕組み」

RFIDなどで運転記録を蓄積 「DBに構造化」

コールセンターの充実 = 通信コスト劇的低下

トラブルの問題点掌握 「問題発見集積・解決知集積」

マニュアル化で応答効率化 「自動的にシステム学習」

コールセンターをコアにした新しいビジネスモデル

拠点数の拡大と連絡手段の高度化

ケータイを端末に 「サービス担当者がデータ発信」

製品開発のノウハウ蓄積する 「機能自動進化 = 最適化」

指示、故障の状況、履歴、SLAの内容、地図

「担当者の作業記録のブログ化」(ケータイ利用)