

本日の講演では「ユビキタスが切り拓くコンシエルジュ・サービスの時代」というテーマで、四つの情報革命がもたらす八つの進化についてお話ししたいと思います。

第一は、ネット革命による「情報通信革命」の「情報主権革命」への進化です。情報革命の本質は効率化やコスト削減ではありません。権力の移行です。市場においては、消費者や生活者など、これまでの「情報弱者」が情報の主導権を獲得し、企業に対する優位を獲得していきます。

その理由は、ネット革命が三つの革命をもたらしたからです。第一が、誰でも容易に欲しい情報を入手できる「情報バリアフリー革命」、第二が、誰でも自由に意見を発信できる「草の根メディア革命」、第三が、誰でも容易に高度な知識を利用できる「ナレッジ共有革命」です。その結果、市場での企業優位は崩れ、消費者や顧客が優位に立つ新たな市場が生まれました。

そのため、第二に生じたのが、「企業中心市場」から「顧客中心市場」への進化です。米国では「Buyer Centric Market」と呼ばれる市場ですが、この「顧客中心」とは単なる抽象



シンクタンク・ソフィアバンク代表

田坂 広志氏

的な精神訓ではなく、具体的な戦略論です。すべてのビジネスモデルが顧客中心に組み替わっている、市場には、新たな競争ルールが生まれます。

れ、急速に増大してきます。そのとき彼らが武器にするのは情報技術（IT）であり、ERPやCRMなどで業務を合理化し、競争力を強めていきます。

を、一カ所ですべて提供します。第三は「ワンツーワン・サービス」。顧客に対して一対二で、懇切丁寧なアドバイスをし、そして第五の進化は、ブロード

リーなサービスを実現しました。第三に文字情報だけでなく音声情報や映像情報の伝達を容易にしたことにより、言葉で表せるナレッジ（知識）だけでなく、言葉で表せないノウハウ（知恵）やマインド（共感）の伝達が容易になりました。

その結果、第六に「ニューミドルマン」から「コンシエルジュ」への進化が起こります。ブロードバンド革命の三つの壁の打破によって、いつでも、どこでも、いまますぐに、一対二で、親切・丁寧な知恵と共感のサービスが可能になるため、「ニューミドルマン」のサービスは「コンシエルジュ」と呼ぶべき高度なサービスへと進化していきます。

ら自動車は五つの特徴を持った空間へと進化していきます。第一がバリアフリーでフレンドリーなサービス空間です。静粛性の高い車内空間では、機器操作が不要な、音声指示によるハンズフリーの情報端末が実現します。第二はワンテールとワンストップのサービス空間です。「カーナビ」は「ショッピングナビ」へと進化していきます。

第三がワンツーワンのサービス空間。車内はプライバシーが守られ、対話に集中できます。第四はノウハウとマインドのサービス空間です。音声は深い知恵や思いを伝達できるメディアであり、車内空間は、ナレッジを提供するプラットフォームのサービスはもとより、ノウハウを提供するコンサルティングやコーチングなど、高付加価値サービスの空間になっていくでしょう。第五はネットとリアルとの融合したサービス空間です。例えば、カーナビと店舗が連動して、店舗に入る前に車内で詳しい商品情報が得られるサービスが普及します。

4つの情報革命による8つの進化

ワンツーワンのサービス空間生む

第三は、IT革命による「古い中間業者」から「新しい中間業者」への進化です。これまで企業の側を向いて「販売代理」のビジネスを行ってきた卸売りや小売りなどのオールドミドルマンは、ネット直販による「中抜き現象」で淘汰（とうた）されていきますが、一方で、消費者や顧客の側を向いて「購買代理」のサービスを提供するニューミドルマンが市場に生ま

ら「購買代理」へのビジネスモデルの進化が起こります。この「購買代理」や「購買支援」のサービスとは、三つの「ワンサービス」です。第一が「ワンテール・サービス」。特定ジャンルの競合商品を比較評価して、顧客にアドバイスします。第二は「ワンストップ・サービス」。特定の顧客ニーズに関連する様々な商品の情報

バンド革命による「ナレッジサービス」から「ノウハウサービス」への進化です。ブロードバンド革命は、通信料金、機器操作、文字情報の三つの壁を打破しました。第一に常時接続と低額料金の実現によって、エニータムとリアルタイムのサービスを可能にしました。第二にパソコンやキーボードが不要な携帯電話などによって、バリアフリーでユーザーフレンド

す。情報の「偏在」が「遍在」になり、情報主権の徹底的な移行が生じ、すべての「個人」「商品」「空間」が情報端末を装備して、互いに対話するようになります。そのとき、すべての空間は、顧客のコンシエルジュになっていきます。

第八は、テレマティクス革命による「自動車」の「コンシエルジュ・カー」への進化です。これが

そして、インターネットが「Eコマース」を、携帯電話が「Kコマース」を生み出したように、このコンシエルジュ・カーは「Automobile Commerce」を生み出していきます。それは、異業種が協働して新市場を創造する、素晴らしい機会となっていくでしょう。