

第 18 回情報技術・マルチメディア 研究会
日時 平成 20 年 3 月 3 日(月)14:00 ~ 16:00
場所 ニューオータニイン東京

講演「2008 年のインターネットの新しい使われ方」

(財)国民工業振興会常務理事
ビジネス情報ネット代表

鈴木大吉氏

コンピューターが 1946 年、パソコンが 1976 年に誕生し、1986 年にはインターネットが誕生した。1995 年はインターネット元年(米国)と言われており、現在はインターネット新時代、オープンプラットフォームとマスコラボレーション(協創)の時代と言われている。

Web2.0(利用者参加型のウェブサービス)の時代が始まり、2003 年に日本のブログ元年が始まり、利用者数の伸びと共に、ブロードバンドの普及、消費者生成メディア



CGM(Consumer generated Media)の本格化と相俟ってインターネットの総利用時間が急増しており、総データ数が 2008 年 5 月には、1000Gbps(1Tbps)と急増している。

消費者生成メディアとは、メルマガ、掲示板(BBS)、ブログ、ソーシャルネットワークサービス(SNS)をいい、情報が伝達し、それに対する反応、意見がかえってくる迄の早さが早いのが特徴で、情報の発信者と受信者が瞬時に逆転するのが特徴である。CGM に代表される Web2.0 時代は、更に進歩し、オープンプラットフォームとピアツーピアによる協創(マスコラボレーション)の時代と言われている。

2008 年のインターネットの新しい使われ方としては、1)オープンプラットフォームと協創 2)CGM による新しいネット通販戦略、3)ブロードバンド時代の動画の作成と活用、サイトへの掲載、4)進化する製造業のネットビジネス、5)ブログをビジネスで活かすビジネスブログ等があり、その詳細について、各社のホームページ、ブログを引用して具体的に説明された。

1)オープンプラットフォームと協創については、オープン性(一企業単位では科学・技術の進歩に追いつけないので外部企業と連携)、ピアリング(同格の人々がネットワーク間でデータの交換)、共有(オーダーメイドの医療を目指して遺伝子情報の研究データの共有)、

グローバル化(地域を問わない、世界をカバーするエコシステムによって製品の設計から材料調達、組立、流通を実施するグローバル企業化)の 4 つのキーワードがある。アップル社とナイキ社による新しいサービスの協創(Nike+ iPod Sport Kit)について、運動靴に装備されたマイクロチップと iPod との連携について具体的に解説された。

2)CGM による新しいネット通販に欠かせぬツールとしてブログとアフィリエイトがある。アフィリエイトの意味は、連携するといことで、ホームページ、メールマガジン運営者と、企業が広告掲載を通して業務提携することを意味する。ユーザーとユーザーが会話する場面を作りだし、それを見て新しいユーザーが購入の意志決定をすることが可能となり、CGM ツールの活用により、顧客が顧客を連れてくる仕組みを構築することになる。アウトドア用品の「ナチュラム」の例で説明された。

3)動画配信サイトとして You Tube 他があり、これらを経由してブログに動画を投稿することが可能で、文字では伝えにくい内容を動画により伝えることができる。講演者の作成した動画(書斎風景)をインターネットに接続して紹介された。

4)進化する製造業のネットビジネス例としては、コア業務の積極的な情報開示により新しいニーズ発掘の可能性があり、例えば、チタンの微細な深穴加工技術を異業種の部品加工に適用した企業「西村金属」の例がある。これは、BtoB(法人顧客相手)から BtoC(個人顧客相手)への対象の変化例でもある。

5) ビジネスブログは、近年ブログ利用者の増大していることから、ホームページとブログを組み合わせ、社内の多くの人々がそれぞれの専門分野についてブログを書く事により、より多くの訪問者を得る事が出来る。「上新電気」、「松下電器」等の例で説明された。ブログをマーケティングの道具として、口コミマーケティング(バズマーケティング)として活用して広告媒体にもなっている。レビューブログ(商品やサービスについて第三者が意見を述べるブログ)はもはや時代遅れと言われており、実名ブログにより、信頼を獲得することが可能である。実名ブログの例として「半田付けの匠」、「山田クリーニング店」の例で説明された。

インターネットは、記載したとおり多様な発展を見せては居るものの、未だ黎明期にあると考えられ、この活用によりビジネスを有利に展開する事が可能である。中小企業経営にとって、インターネットは「革命的なツール」であり、新時代に対応するホームページのあり方として、自社の技術・ノウハウの公開、更新頻度を高めて情報量の増加、検索エンジン対策、ブログ・アフィリエイト・メルマガ等の顧客参加型(CGM)ツールの活用が推奨される。

