



米国レポート

ITからRT (Relationship Technology)へ

スペシャライズドエンティティー

「特化企業」が勝ち残る インターネット金融

EC関連諸分野の将来予測で定評があるForrester Research社  が6月25日~27日、米国のニューヨークで「New Realities In Online Financial Services」と題したカンファレンスを開催した。インターネット金融はこれからも大きな変貌を遂げることが予想される。その変化は何がキーとなって起こるのか？ 彼らは新しい顧客像や新しい概念を提示してそれを説明してみせた。

 www.forrester.com

今泉大輔

Mobility を駆使する 新たな潜在顧客

Forrester は基本的に「インターネット金融は進化するものだ」という考えに立っている。その進化の具体形が、近い将来にデファクトになるであろう技術やプラットフォームを考慮に入れた場合にどうなるのか？ コアとなる顧客層の特性や受容態度を絡めて、明確

に描いてみせようというのが今回のカンファレンスの趣旨である。

2日間にわたるセッションのデザインは、Forresterのアナリスト6人が次世代インターネット金融の進化をテーマにしたスピーチを順番に展開していき、合間にそれを補強する外部スピーカーの講演が挟まるというもの。元Citigroup会長であるジョン・リードやYahoo!のCEOティモシー・クグルといっ





た重鎮も登場し、2000人が集まった会場を沸かせた。

彼らが提示した次世代プラットフォームのキーワードは「Mobility」、日本で言う「ケータイ」である。iモードが100万台も普及してしまった日本に比べケータイが非常に大きな影響力を持っていることは誰の目にも明らかだが、彼らも同様に見ているということは非常に興味深い。

ケータイを使った金融サービスを使う「次世代の顧客」とは、彼らが言う「Young, Wired And Dangerous」なユーザー層だ。具体的には、いま現在NapsterやGnutellaを使って音楽データのシェアリングを行っているユーザー層がイメージされている。彼らは、可処分所得が少ない現段階では音楽分野などのデジタルコンテンツ利用にとどまっているが、ライフステージが上がってくるにつれてインターネット金融を使うようになる。しかも、PCではなくWAPやXMLで補強されたモバイルプラットフォームを介した利用になるだろう。その際にどのような事業形態が有効かというのが彼らの問題意識である。

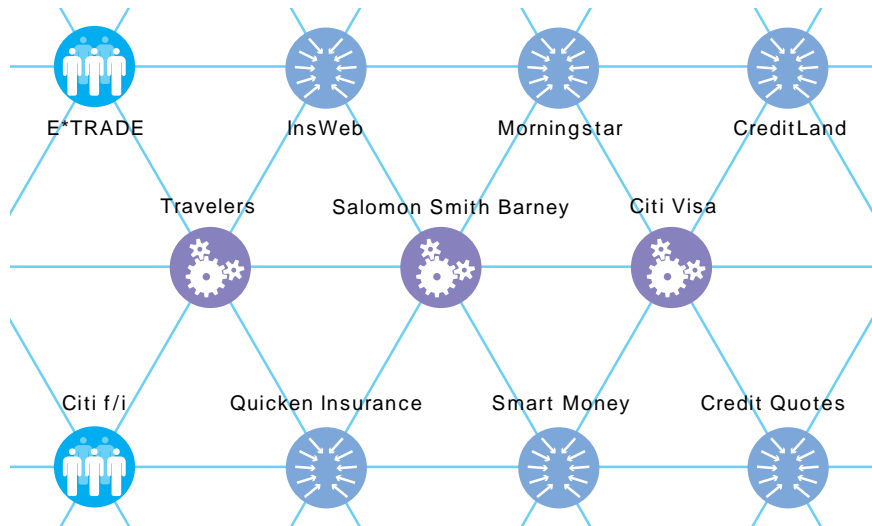
この層を括するのに「Dangerous」という言葉が入っているのは、既存の金融機関がこれまで相手にしてきた顧客層とはまったく異なるメンタリティーを持っていることを強調す

「特化企業」は4タイプに分かれる

		経済的インパクト	コスト投入対象
Attractor		顧客獲得コストの削減	45%を広告に
Matchmaker		双方向コミュニケーション 負荷の削減	35%を事業開発に、 35%をオペレーションに
Transformer		パートナー企業の 顧客満足を図る	50%をオペレーションを (パートナー)サポートに
Enabler		「接続」にまつわる コストを削減	45%をオペレーションに

出典：Forrester Research 会場配布資料

「特化企業」は自由に連携する



出典：Forrester Research 会場配布資料

るためだ。また、Napster やGnutella 自体、既存のクライアントサーバー・アーキテクチャーを破壊するインパクトを秘めた技術だとも言える。つまり、現在見られるネット上のビジネスモデルが抛って立つ技術基盤が、近い将来には崩壊することを前提に考えを進めなければならないということだ。

特化しなければ 淘汰されてしまう

今回のカンファレンスで興味深かったのは、「インターネット金融を担う当事者」、つまり金融機関やノンバンク、関連会社などが4つのタイプに分化していくという仮説だ。ネット上の事業者は、企業全体の収益性やオペレーションの効率性を考えると、事業ドメインを特化させて「Attractor」「Matchmaker」「Transformer」「Enabler」のいずれかにならざるを得ず、それができない場合は淘汰されてしまうと言う。

Attractor とは、今で言うポータルである。潜在顧客を集めることに専心するコンテンツ系やコミュニティー系のサイトだ。Matchmaker は、言葉どおり顧客とサービス提供者のマッチングを行う事業者。Transformer とは、潜在的に借り入れ能力のある顧客などの借り入れポテンシャルを明確化し、現実的な借り入れ申し込みにまで持っていく、つまり潜在顧客を顕在顧客に変える事業者の

ことである。Enabler はテクノロジーを専門に受け持ち、各事業者の技術関連のコストを軽減する役割を果たす。わかりやすい例では、ケータイのプラットフォームにサービス配信をする際に、既存リソースをケータイ向けに変換するサービスなどが挙げられるだろう。

これら4タイプの事業者がネット上で自由に連携し、しかもリアルタイムかつダイナミックにフォーメーションを組みながら1つ1つの金融サービスを提供していくというのがForrester の考えるNew Realities である。

「関係性」がコマースの 「場」となる

セッションの中でもっとも印象的だったのが、NCR Knowledge Lab を率いるステーブ・エモットの「beyond dot.commerce」と題された講演である。ここで彼は、非常に深い意味を持つ新しい概念を、シンプルなキーワードで参加者に伝えようとした。もちろんインターネット金融や電子商取引にも適用できる概念である(下図参照)。

「T2T」「P2P」「RT」「C2C」(Consumer to Consumer ではない)という4つのタームが示されたが、その核は「RT = Relationship Technology」である。近い将来、ネット上で企業が活動領域を定められる場は、企業間、企業個人間、個人間のいずれかで生起する「関係性」そのものになり、それを有意なものに変えていくテクノロジーが非常に重要になってくる。そこに、金融だけでなく非金融の事業性も見出せるということ彼は言っている。これはもはやコマースの近未来と言っていけるだろう。

ステーブ・エモットが提唱するeBusiness の新概念

1. **T2T** = thing to thing
things talking to each other

2. **P2P** = people to people conversation & commerce
word of mouse collective power

3. **RT** = relationship technologies (not CRM)
elements of relationships
communication “ask me what I think”
being there if you want it, it will find you
understanding I know fiona would love new york (= fiona will be amazed if she realizes you knew her)

4. **C2C** = connect 2 co-operate

出典：Forrester Research 会場配布資料



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp