

“ 今月 ”を理解する

メディアレビュー

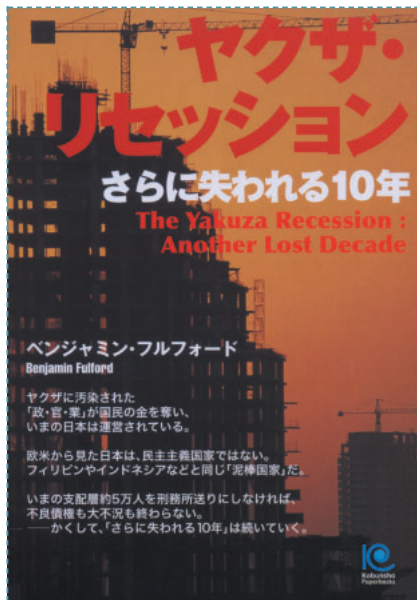
MIX

IT関連企業の株価が再び高騰し始めている。同じような現象は数年前“ITバブル”と呼ばれる時期にも起こっていた。その時代にもてはやされた言葉が「IT革命」だ。このIT革命とはなんだったのか、そしていま起こりつつあるIT関連企業の興隆はIT革命となりうるのか。今回は、IT革命という言葉の本質を読み取るためのメディアを、書籍に絞って紹介していく。

text: 松尾兼介(Press Archives)

「IT革命」この言葉の本質と変遷を読む

MEDIA REVIEW MIX



『ヤクザ・リセッション
さらに失われる10年』
著者：ベンジャミン・フルフォード
光文社
日本の不況を「ヤクザ不況」であると訴える著者が、信じがたい政官業とヤクザの癒着を描く。

本当に透明化し改革すべきだったのは流通ではなかったはず

「IT革命」という言葉が盛んにもてはやされたのは、1990年代末のことだった。バブル崩壊後、先の見えない不況の中で「IT革命を推進すれば、景気は必ずや復活する」という説が大まじめに語られたものだ。そして当時の議論では、IT革命の本質を「流通の中抜き」とする説が幅を利かせていた。つまりeコマースの登場でメーカーがダイレクトに消費者に製品を販売することができるようになり、卸売業者が不要になる。直接販売によって価格が下がり、複雑だった流通も透明化されていく という論だ。

だがもちろん、いくらインターネットが普及してもそんなことは起きなかった。冷静に考えれば当たり前である。卸売業者が流通に介在することによって物流が円滑に行われているという側面は忘れてはならないし、卸売業者が製品の付加価値を創出しているという面も大きい。メーカーのダイレクト販売で世の中がバラ色になるなんて、幻想以外の何ものでもなかった。

米経済誌『フォーブス』アジア太平洋支局長の著者が書いた『ヤクザ・リセッション さらに失われる10年』は、ヤクザと政官業の癒着に日本の大不況の原因があると説く。若干、謀略史観に彩られすぎな気もしないではないが莫大な公共投資や金融機関の巨額の融資の多くが、ヤクザが蠢く裏社会の中に呑み込まれていったのは事実。



『「IT革命」はどこへ消えた
「勝利の方程式」をつかめ!』
著者：三石玲子
主婦の友社
あれほどまでに騒がれたIT革命が、なぜうまくいかなかったのか。IT革命の中に内在していた矛盾や誤解を解き明かしながら、今後のIT化のあるべき姿を考える。

銀行が苦しんでいる不良債権の多くが、裏社会に関係していると言われている。

IT革命でトランスペアレントにしなければならなかったのは、流通なんかではない。政府や銀行から出た資金の流れを透明にし、次世代を担うベンチャー企業への投資をもっときちんと行えるように制度を変えるなど、社会自体の構造改革を進めるべきだったのだ。そうした社会の構造を放置したままIT革命といくら騒いでも、しゃせんは画餅でしかなかったと言えるだろう。

日本型社会システムとネットワーク社会の価値観が合わない!!?

ITが流通を変えなかったとしたら、日本の社会にいったい何をもたらしたのだろう。7月に急逝されたアナリストの三石玲子氏が、昨年9月に刊行した『「IT革命」はどこへ消えた 「勝利の方程式」をつかめ!』。実例として登場するさまざまな「お笑いIT革命」は、あまりにもおもしろすぎる。たとえば街の小さな商店に最先端のマルチメディア端末を置き、その端末を中心に人々が世間話をしに集まるというプロジェクト。3Dの画面にキレイなお姉さんが「いらっしゃいませ」と呼びかけてくれるのだけが売り物のショッピングモール。本書に登場するのはいずれも数年前の事例だと思われるが、当時のIT革命狂騒曲を思い出させ、恥づかしい気分になるのは請け合いだ。

三石氏は、IT革命らしきものが日本で起きなかった理由を「日本の企業や社会システムとネットワーク社会の価値観が合わなかったことがあるだろう。(中略)ネットのオキテは『小さいことはよいことだ』であったが、日本の常識は『大きいこと』に依然として価値を求めた」と書く。

アメリカが経験したIT化で増える仕事と減る収入

先走りすぎたIT革命は、逆にさまざまな歪みを生んでいる。『なぜ誰もネットで買わなくなるのか 米国eビジネスの失敗に学ぶ』は、米国でもてはやされたBtoCモデルの失敗理由を、豊富な事例から分析し

ている。その理由は多岐に渡るが、ひとことで言えば「技術指向型の企業が顧客のニーズやマーケティング戦略を無視し、技術のための技術の採用に走ってしまったから」ということになるのだろう。

IT革命のもうひとつのネガティブな側面を暴き立てたのは、『窒息するオフィス 仕事に脅迫されるアメリカ人』。TCO削減とROIが声高に叫ばれるアメリカ型IT社会。その過酷な競争ルールがいかんしてアメリカ人ビジネスマンたちから生活のゆとりや人間らしさを奪っていったのかを、膨大なインタビューから再構成している。IT化とリエンジニアリングの中で仕事はどんどん増えるが、逆に収入と福利厚生はどんどん減り続けている。

とはいえ、ITが創り出す可能性の地平線はまだ大きく広がっている。いや少なくとも、そう信じたい。IT革命という言葉は消滅しつつあるが、ITがビジネスに与えるインパクトは今も続いており、さまざまなパラダイムの転換を促そうとしている。

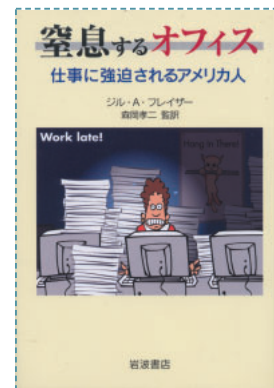
そうした大きな変革の1つは、ネットワークコミュニティの登場だ。東芝クレーム事件はメーカーサポートのあり方を改め、メーカーの裏事情を書き立てる2ちゃんねる(良きにつけ悪きにつけ)大企業に対する人々の見方に影響を与えている。インターネット上に登場してきたコミュニティは、消費者とメーカーの関係をドラステックに変えようとしているのかもしれない。

ネットベンチャー・ガーラの代表取締役会長である著者の『オンライン・コミュニティがビジネスを変える コラボレーティブ・マーケティングへの転換』は、コミュニティという存在がビジネスにどのようなインパクトを与えようとしているのかを自社の実例をもとに描いている。コミュニティと企業がお互いを尊重する中から新たな発想と価値が生まれ、そしてそのコンセプトを理解できなければ企業は生き残れない、というのが主張の中心だ。

IT革命は流通を変えるのではなく、コミュニティを介在させることで消費者とメーカーの関係性を変えていく。つまりIT革命は、コミュニティ革命と言い換えることができるのかもしれない。



『なぜ誰もネットで買わなくなるのか 米国eビジネスの失敗に学ぶ』
著者:ロジャー・D・ブラックウェル、クリスティーナ・ステファン
訳者:島田陽介
ダイヤモンド社
オンラインショッピングの失敗は、顧客不在の戦略にあった。インターネット販売を成功させることができる10の戦略を説明する。



『窒息するオフィス 仕事に脅迫されるアメリカ人』
著者:ジル・A・フレイザー
監訳:森岡孝二
岩波書店
2001年に米国で出版され、アメリカのホワイトカラーの過酷な生き方を描いて大きな話題となった。



『オンライン・コミュニティがビジネスを変える コラボレーティブ・マーケティングへの転換』
著者:村本理恵子、菊川暁
NTT出版
顧客をいかに取り込むかという発想ではなく、顧客とどのようにして尊重しあひながらコラボレートしていくのが重要。これからのインターネットビジネスのあるべき姿を考える。



[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