

視点(2363)

D Xと未来の流通(その3)!!

(ICT&ネット市場編)

(流通とS C・私の視点 2362 より続く)

## 2) D Xによる4つのシームレス化

### ①リアル社会とデジタル社会のシームレス化

D Xによりサイバー空間(デジタル空間)が創出され、さらに技術革新は進化して、リアル社会とデジタル社会の区別がつかない混合社会(混合空間)になっています。

コンピューターグラフィックのVR(バーチャルリアリティ・仮想現実)やAR(オーグメンテッドリアリティ・拡張現実)やMR(ミクストリアリティ・複合現実)等はその例ですが、流通業界においても、リアル店舗とデジタル店舗のクロス(O2O)チャネルやオムニチャネルやOMO(Online Merges with Offline)等により、デジタルとリアルの融合が進み、両者は垣根のないシームレス化が進みます。

### ②家庭・職場・娯楽場のシームレス化

D Xにより働く場(職場)と住む場(家庭)と楽しむ場(娯楽場)の分離型“場”が希薄化して、家庭で働く(ホームオフィス)、働く場で娯楽をする(ワーケーション)…等の融合型の場づくりが起きます。従来の住宅、オフィス、ホテル、商業施設の伝統的区分の垣根が取り崩されて、シームレス化します。これからは、目的性による多様性のある融合型機能を持つ“場”となります。

### ③業際間のシームレス化

D Xにより業際(性格の異なる業態の違いによって区分する手法)のシームレス化は古くて新しい言葉ですが、D Xによる業際化は異次元かつ類似性のない業際を結合させ、1つのビジネスモデル化することです。よく例えられている例で言えば、フィンテック(金融とハイテク技術が融合した新しいビジネスモデル)です。全く異なる業際を新しいコンセプトで結合させることにより、新しい時代の新しい業際が確立されます。異なる業際の融合や相反する業際の結合は、完成度が高ければ強力な業際になります。

### ④サプライチェーンのシームレス化

D Xによりサプライチェーン(広義の商品を製造から流通、さらに消費までの供給プロセス)は、第1段階の製造業者→流通業者→消費者というプロセスは希薄化します。次いで第2段階として出現したのが、製造小売(SPA)で、流通業者が自らのコンセプトで商品を製造し、直接消費者に販売するシステムで2段階プロセスとなります。このSPAのネット版としてメーカーあるいは製造小売業者の独自のネット通販するD2C(ダイレクト・トゥ・コンシューマー)があります。

また、C2C(コンシューマー・トゥ・コンシューマー)も、今まではリユース市場でしたが、消費者が自ら製造(DIY、自家工房、3Dプリンター等)して、直接ネットで販売する消費者版のD2Cで出現し、サプライチェーンの多様化が起り、サプライチェーンの従来の分類や役割・機能が大きく変化し、同時にシームレス化が起ります。その結果、製造業者、流通業者の売り手と消費者の買い手の概念的違いが希薄化します。

## (4) 総論

以上のように、フリー化は“有限が無限”となり、シームレス化は“際”が希薄化するあるいは無くなる(無意味になる)ことです。今までの多くのイノベーションの考え方の中に、異業種の「結合」が論じられてきました。今までのシームレス化はリアル社会(フィジカル空間)の中での異業種の結合でしたが、今後はリアル社会と新たに技術革新によって創出されたデジタル社会(バーチャル空間)との間に起こることになります。その結果、次のことが可能となります。

①今まで考えられなかった概念で、全く異なるレベルの発想(アイデア)に基づく革新(イノベーション)が可能となります。

②D Xにより技術的に今までできなかった異なるレベルの革新(イノベーション)が可能となります。

D Xは「斬新な発想(アイデア)」とそれを可能とする「技術革新」と、そしてそれを具現化して価値づくりに結びつける「ビジネスモデル」が一体化して業界を根本的に一新することが可能となります。フィンテックは代表的シームレス化の事例で、金融という概念・役割・機能・手法を技術革新によって根本的に変える潜在力を持っています。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>†8</sup>  
代表 六 軍 秀 之