

## 5. 「ITで産業構造が変わる」

### 本時のポイント

1. 産業界では、インターネットの活用、経済のグローバル化への対処とそれに伴う規制緩和などにより、すでにIT革命が進んでいます。

#### (1) いくつかの用語

ITの企業に与える影響に関するいくつかの用語・概念を掲げます。

#### ■地域別情報通信産業

の動向；

<http://www.johotsusintokei.soumu.go.jp/wहितepaper/ja/h19/index.html>

#### (a) グローバル化

「世界は一つ」ということですが、単に国際化というよりも、世界が同じ基準によってビジネス活動を行うことをグローバル化といっています。これにはインターネットが大きく影響しています。

#### (b) メガ・コンペティション

「大競争」ともいいます。グローバル化により、世界中が競争相手になり競争が激しくなったことを指します。

#### (c) デ・コンストラクション

従来の秩序を破壊して新しい秩序を建設することです。IT革命に乗り遅れた大企業がその地位を失い、新しい業種や業態が大発展するなどの変化により、これまでの産業体制が破壊され、新しい産業体制になることです。「IT革命」と同じような意味です。

#### (d) デジタル・オポチュニティ

このような変化は、企業にとって脅威であるとともに機会でもあります。企業経営での機会をビジネス・チャンスといいますが、特にITに関係するビジネス・チャンスをデジタル・オポチュニティ

といます。インターネットの世界は中小企業が大企業と互角に戦える環境だともいわれています。

### (e) e ビジネス

電子商取引により顧客との関係を変えるなど、インターネットを中心とした情報技術を用いて企業の業務を改革すること。IBM社が提唱しているコンセプトですが、一般用語として広く用いられています。インターネット・ビジネス、サイバー・ビジネスなどともいいます。その対象により、eコマース、eCRMなど多様な派生用語があります。

### (f) 規制緩和

従来の法律や行政での適用基準は、情報化の発展がなされていない時代に設定されたものが多く残っており、それが企業活動の活性化や情報技術の高度活用を妨げていることが指摘されてきました。また、グローバル化が進むと日本だけが特別なルールを持つのは不都合であるとの指摘が国内・海外から強まってきました。それに対応して、各種の法律の改訂や運用方法を見直して制限を緩やかにしようという動きになってきました。それを規制緩和といいます☆。規制緩和は産業の活性化には重要ですが、これまで規制による保護を受けてきた業界には、メガ・コンペティションの競争激化になります。

■メガ・コンペティション  
【mega competition】；

世界中の企業が国境や業界を越えて地球規模で競争を行う状態。大競争。

## (2) インターネットによる業種・業態の変化

インターネットの普及と規制緩和により、新規業種の創出や異業種からの参入が盛んになってきました。

「業種」とは、自動車メーカーとか銀行など、企業の事業内容の分野による区分です。「業態」とは、同じ小売店でもデパート、スーパー、コンビニ、通信販売などがあるように、事業の仕方による

区分です。なお、ここでの「規制」とは、たとえば銀行業を行なうには厳しい条件があり、銀行が証券や保険の業務をしてはいけないなど、法律やその運用により、自由な競争を制限していたことを指します。

### ①新規業種の出現

Yahooのようなポータルサイトや楽天市場のようなインターネット店舗は、インターネットが普及したから出現した業種だといえます。このような分野は、若い人が個人ではじめて大きく成長したケースが多いのが特徴です。新しい分野に挑戦して創業することをベンチャビジネスといますが、インターネットはベンチャビジネスに適した分野です。

ベンチャビジネスを創業するには、優れた創造性や技術力が必要なのは当然ですが、それと共に、資金力や市場開拓力などと経営能力が求められます。それらをすべて創業者が持つことは困難ですので、比較的容易に資金を調達できる投資方法や株式市場ができてきましたし、ベンチャビジネスを支援する手段も整備されてきました。逆に安易なブームに乗っただけのベンチャ企業もあり、それがITバブルを生み、ITバブルの崩壊による経済混乱をもたらしたことは反省すべきことです。

### ②既存業種の業態変化

通信販売は従来からもありましたが、通常な手段はカタログを配布したりテレビなどで広告して、手紙や電話で注文を受けるという方法でした。ところがインターネットを利用すれば、インターネットのサイトにカタログを掲載して、その画面で注文させることができますから、従来とくらべて格段に多様な取引ができます。それにより、いままでにも存在していた業種でも、インターネットの普及により、新しい方法でビジネスを行なう新業態が発生してきました。

#### (a) オンライン書店

■アマゾン・コム；

<http://www.amazon.co.jp/>

アマゾン・コムは、インターネットが普及しはじめた1995年に創立したオンライン書店ですが、1996年の売上高が1,675万ドルだったのが1999年には16億ドルになるなど劇的な成長を遂げ世界最大の書店になりました。図書だけでなく、音楽CD、ビデオ/DVD、ゲーム、ソフトウェア、ギフト、家電など多彩な商品を取り扱う総合オンライン小売店になっています（アマゾン・コムの成長と現状について）。

### (b) パソコン販売

■SCM（サプライチェーン・マネジメント）；

企業活動の管理手法の一つ。取引先との間の受発注、資材の調達から在庫管理、製品の配送まで、いわば事業活動の川上から川下までをコンピュータを使って総合的に管理することで余分な在庫などを削減し、コストを引き下げる効果があるとされる。

デル・コンピュータは、1984年当時大学1年生であったマイケル・デルがカスタムメイドのパソコンを直接エンドユーザに販売する会社を創立したのが始まりです。インターネットが普及すると、インターネットで注文を受け、そのデータを部品メーカーや宅配業者と情報共有して納期短縮とコスト削減を図る「デル・モデル」を構築して、世界第2位（第1位はHP）のコンピュータメーカーに躍進しました。このデル・モデルは、現在ではSCM（サプライチェーン・マネジメント）として、製造業で広く採用されています。

### (c) 金融業界

銀行（信金なども含む）、証券、保険（生命保険や損害保険など）などを金融業界といいますが、この業界ではカネというモノよりも情報の性格の高い商品を取り扱っていますので、従来からネットワークでの商取引が広く行なわれていました。しかし、対個人の取引ではせいぜいATM利用の程度であり、オンラインとは遠いものでした。ところが、現在では銀行での振込業務や残高確認がインターネットでできるとか、株の取引をインターネットで行なうことは、既に一般化されています。

### ③異業種からの参入

インターネットの世界では、店舗規模に関係なく業務ができますし、業務の仕方が新しいので既存のノウハウよりも新しいアイデア

が重要になります。そのために、その業界では考えられなかった企業が参入してきました。異業種参入の典型的な業界が銀行・証券・保険などの金融業界です。すでに参入したもの、参入が話題になっているもののいくつかの例を掲げます。

ソニー損保, ソニー銀行 (電器メーカー)

イーバンク銀行 (伊藤忠=商社)

ジャパネット銀行 (さくら銀行と富士通=コンピュータメーカー)

新生銀行, イー・トレード証券 (大手出資者がソフトバンク=情報企業)

アイワイバンク (イトーヨーカドー=小売スーパー)

#### ④既存企業の業態拡大

従来から店舗で販売していた小売業が、インターネットで注文を受けられるようになったのは、むしろ一般的であるといえましょう。バーチャルな世界店舗とリアルな世界での店舗での戦略をうまく組み合わせることを「クリック・アンド・モルタル」といいますが、これがこれからの販売戦略の基本になると考えられます。

製造業でも、インターネットを用いての販売や調達の幅が広がりました。自社単独で行なうのではなく、同業者や業界全体が共同してインターネット取引をするようになってきました。このように多くの発注者や供給者が共通のサイトでオンライン取引をするサイトをマーケット・プレイスといいます。

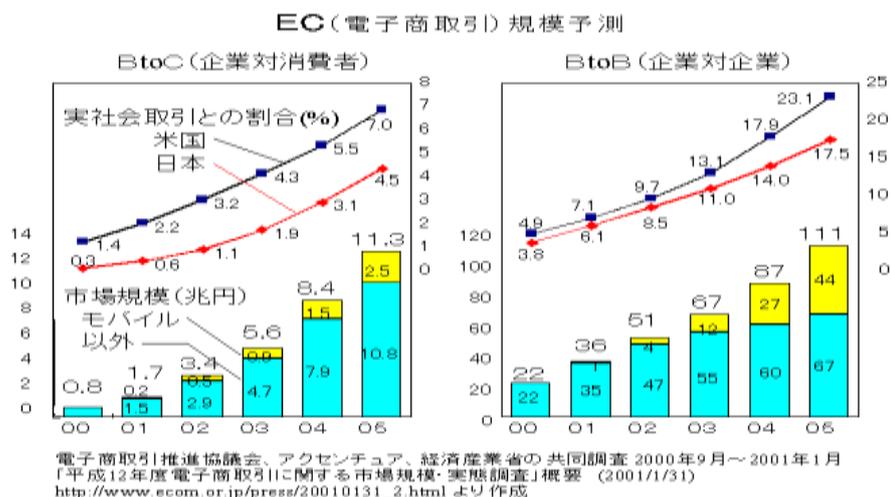
### (3) 業界の変化

#### ①電子商取引の発展

インターネットなどのネットワークを用いて商取引をすることをEC (Electronic Commerce) といいます。それには企業間での取引 (B toB : Business to Business) と、企業対消費者での取引 (B toC : Business to Consumer) に区分されますが、B toBが大部分を占めています。どちらも今後急速に成長されると予測されています。

#### ②過去の資産が負債に

たとえば銀行では、従来は預金額が大きいことが銀行の能力を表す尺度であり、全国に多くの支店や店舗を持つことが預金者獲得に効果があり、有力な銀行であるとされていました。ところが店舗窓口、ATM、インターネットでの処理の費用を比較すると、インターネットによる処理が非常に安価ですから、店舗を少なくしてインターネット取引を増加させることが銀行経営で重要な戦略になります。既に店舗を多く展開している銀行は、店舗を閉めるには顧客への説得や行員の人員整理を伴いますので、どうしてもインターネット化に遅れることとなります。証券会社や保険会社でも同じことがいえます。



### ③系列・下請構造の崩壊

自動車業界で顕著ですが、日本の製造業では下請によるピラミッド構造になっていました。下請企業では親企業から継続的に仕事もらえるし、資金的な援助や技術的な指導も得られました。親企業では品質の高い部品を安価で得られるし、ある程度の無理も聞いてもらえます。それで、この下請構造はグループとしての競争力を高めてきたのです。日本自動車業界が世界的に優位に立てたのも、この下請構造が効果があったといわれています。また、販売分野では車種や地域で指定した関係会社を持つことにより、効果的な販売、価格の維持などを円滑にすることができたのです。このような下請とか関係会社などをまとめて「系列」といいます。

ところがインターネットで部品調達ができるようになると、世界中の部品メーカーを対象にして品質・価格・納期などの取引条件が最も適切なメーカーと取引ができるようになります。そうすると、従来の利点であった系列内取引がかえって不利になってきます☆。しかも、不況のときには下請に一定の仕事を提供することもできません。下請構造の崩壊は、日本の土地や人件費の高騰時代に親会社の海外進出が進んだ頃から進んでいましたが、インターネットの普及により決定的になりました。

### ④系列を超えた提携・合併

規制緩和やインターネットの普及により、世界中が一つの市場、一つの競争相手になりました。いままでは規制により参入できなかった分野にも、外国資本が続々と参入してきましたし、いままでは国内基準で事業をしてきた業界も世界的な基準に従うことが必要になってきました。

その顕著な分野が金融分野です。三菱系とか住友系というように大きな銀行は系列の頂点にあり、その系列を超えた提携などはどうも考えられないことでした。ところが、バブル崩壊やそれに伴う

不良債権問題，一定の自己資本比率などを要求する国際基準，外国金融会社の進出などにより，日本の金融業界はもはや系列などをいってはいられない深刻な状況になってきました。また，金融技術・情報通信技術の著しい発展に対処するには多大な費用が必要です。このような背景から，系列を超えた提携・合併が行なわれ，「ビッグ4」に統合されるようになりました。このような金融業界での大変革を「（日本版）金融ビッグバン」といいます。

三菱東京フィナンシャル（東京三菱銀行，三菱信託銀行，日本信託銀行）

みずほフィナンシャル（第一勧業銀行，富士銀行，日本興業銀行）

三井住友銀行（住友銀行，さくら銀行）

UFJグループ（三和銀行，東海銀行，東洋信託銀行）

## 本時の重要事項

1. インターネットの普及と規制緩和により，新規業種の創出や異業種からの参入が盛んになってきました。

