

特集「個客中心時代の幕開け — 新しい商取引を実現する



日本アイ・ビー・エム株式会社
ソフトウェア事業担当
専務執行役員

Vivek Mahajan

ヴィヴェック・マハジャン

日本をはじめ世界中の CEO や CMO の方々との対話の中で、「ビジネスの変化するスピードはますます加速している。顧客のニーズや市場動向の変化を把握し適応できなければ生き残ることはできない」といった危機感を持ったご相談をいただいています。特に、マーケットの変化に俊敏に適応し、顧客と緊密かつ強固な関係を構築することが重要なテーマになっています。

いつの時代も、どのような国や地域においても、顧客は「良い商品を安く買いたい」と思うものです。そして企業は、日々変わっていく顧客ニーズに対応しながら、常に「収益の確保とコスト削減」を目指す必要があります。

* * *

こうしたご相談に対する IBM からの提言が、ProVISION の今号のテーマである「スマーター・コマース」です。日本 IBM のソフトウェア事業の責任者である私は、このほど、このスマーター・コマース関連事業を推進する責任者であり、事業の統括者でもあるエグゼクティブ・スポンサーに就任いたしました。

IBM が提唱するスマーター・コマースは、「購買 (Buy)、マーケティング (Market)、販売 (Sell)、サービス (Service)」という企業の商取引のバリューチェーンに対する包括的なソリューションです。

今日、EC (電子商取引) の概念と領域は拡大しています。単に「EC サイトでの物品の販売」や「飛行

Smarter Commerce

「スマート・コマース」によせて

機やホテルの予約サービス」といったフロント業務にとどまらず、それをバックエンドで支える調達や供給、在庫管理、物流も、企業の垣根を越えてインターネットを介して行われるようになりました。インターネットでつながり、データが流れていく電子商取引のサイクル全体を最適化する仕組みが必要とされているのです。

* * *

私がお客様と対話していて、IBM に期待されていると感じることが三つあります。

一つ目は新しい市場の創造。二つ目はイノベティブな技術の提供。三つ目はグローバルで培ったベスト・プラクティスによってお客様のビジネスを成功へと導くことです。

この三つは、スマート・コマースの目指すところでもあります。スマート・コマースというこれまでになかった新たな領域において、イノベティブな技術を駆使し、グローバルで通用するベスト・プラクティスを提供することが、IBM の役割だと考えています。

自社でコンピューター・リソースを持たないクラウド・コンピューティングなら、低コストでスピーディーな導入や展開、拡張が可能です。テクノロジー、ソフトウェア、サービスのいずれもを低コストかつスピーディーにやりたいことを実現できる時代になっています。スマート・コマースも同様で、テクノロジー、ソフトウェア、サービスなど IT のすべてを IBM にお任せいただくことで、真に注力すべき自社ビジネスへ資源の集中が可

能になるはずですが。

* * *

IBM がスマート・コマースを提唱し始めたのは、ここ数年のことです。しかし IBM は 2000 年の初頭からすでに、ビジネス・アナリティクスやマーケティングなどの分野で優れたテクノロジーを持つ企業を M&A によって統合し、ソリューション・ポートフォリオに組み込んできました。そして、今後もさらに積極的な研究開発と投資を行っていく予定です。

IBM は、購買～マーケティング～販売～サービスのバリュー・チェーンを構成するためのソフトウェアだけでなく、ハードウェア、コンサルティング、運用保守サービスを含めた、スマート・コマース実現のためのプラットフォームを提供することができます。個々のアプリケーションや、ハードウェア、コンサルティングを提供する企業は数多く存在します。しかし、それらすべてをトータルに提供できるのは IBM だけだと自負しています。こうした統合されたサービスやグローバルでの実績こそが、お客様の信頼や安心の源泉となっているのだと思います。

激しく変化する市場環境の中で、お客様がいかにか顧客との良好な関係を築き継続的成長を維持するか——スマート・コマースの領域はまだ始まったばかりであり、今後さらに深化し最適化されていくはずです。IBM はこれからもお客様へ信頼と安心を与えるべく、スマート・コマースを推進してまいります。

Helping to put your customer in context