

ICT が支えるコトづくり

2013年3月25日

日本アイ・ビー・エム株式会社

執行役員 スマートター・シティー事業担当 吉崎 敏文



1980年代 米国で「最も優れた企業」との評価

フォーチュン誌
表紙

「America's
most admired
corporations」

「米国で最も
優れた企業」

書籍
『In Search of
EXCELLENCE』
表紙

『エクセレント・カンパニー
- 超優良企業の条件』

トム・ピーターズ、
ロバート・ウォーターマン 著
邦訳は大前研一氏

1992～93年 赤字転落と新しいCEO

フォーチュン誌
表紙

「DINOSAURS?」

「絶滅しつつ
ある恐竜？」

フォーチュン誌
表紙

「The Holy
Terror
Who's Saving
IBM?」

「IBMを救う
ルイス・ガースナー」

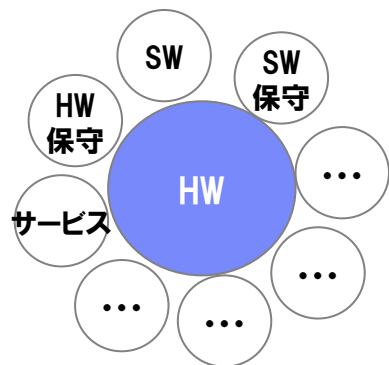
高付加価値分野へのシフト

ビジネスの中心をソリューションに転換するため、
人財育成・確保と同時並行で、ソリューション・サービスの開発と体系化を推進

0. かつて…(夜明け前)

- ・ HWの販売がメイン
- ・ HW保守サービスは有償
- ・ SWの保守や改良は顧客付きSEが無償で提供

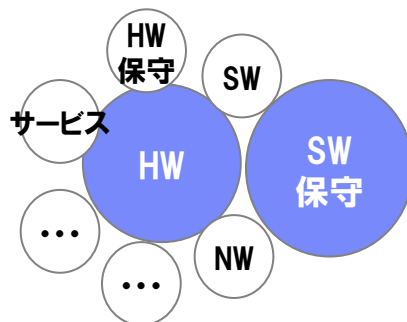
HW+付随サービス時代



1. サービス事業化黎明期

- ・ まず、SW保守を有償で提供するサービスを発表 (サービスをメニュー化し、価値を明確化)

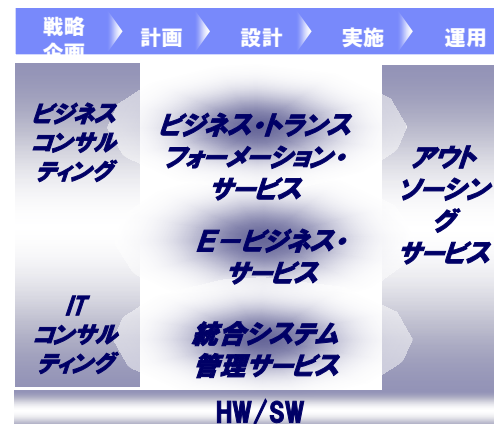
システム・インテグレーター時代



2. 事業化ドライブ期

- ・ サービス・ビジネスにドライブ
- ・ 付加価値あるサービスのオフリング体系を設計
- ・ 人財の育成・雇用と同時にサービス開発

統合ソリューション時代



高付加価値分野へのシフト（取組み例① CBM）

お客様ビジネスの徹底理解のための
 「コンポーネント・ビジネス・モデル（CBM）」開発 = ビジネスのX線写真

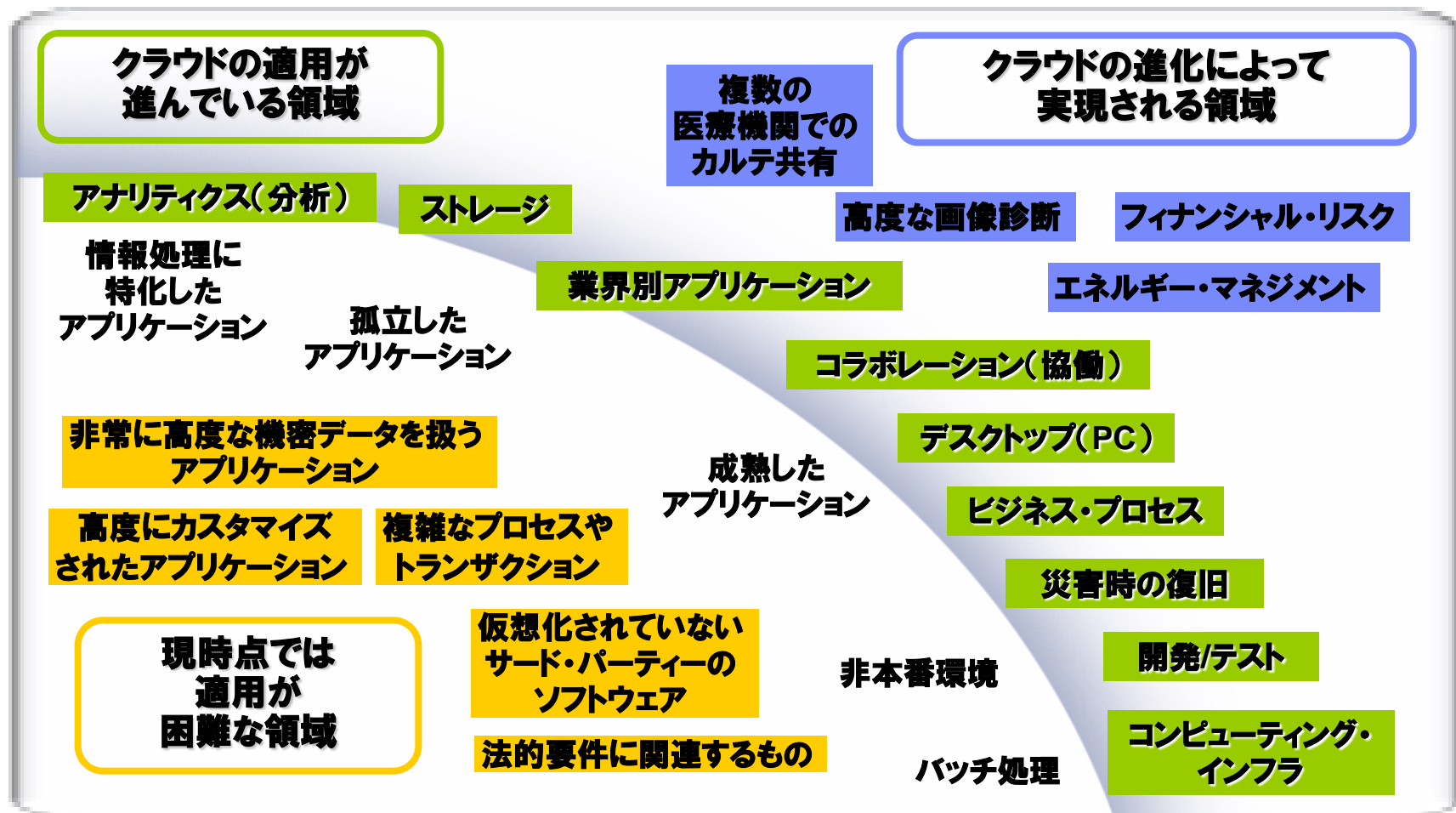
	製品管理	カスタマー リレーションシップ	製造	サプライチェーンと 流通	ビジネス 管理
戦略	カテゴリー / ブランド 戦略	カスタマー リレーションシップ戦略	製造戦略	サプライチェーン戦略	企業戦略
	カテゴリー / ブランド 計画	カスタマー リレーションシップ計画	サプライヤー リレーションシップ管理	サプライチェーン計画	企業計画
	ブランド P&L 管理	お客様の満足度の評価	製品および 素材計画	流通管理	アライアンス管理
需給の 整合	顧客分析	製造 管理	基幹業務計画		
戦術	マーケティングの発展 および有効性	アカウント管理	サプライヤー管理	入荷物流 管理 出荷物流 管理	業績管理
	製品概念	付加価値サービス	製品の製造		外部市場 分析
実行	コンセプト / 製品テスト	カスタマー・アカウント・ サービス	製品の組み立て / 包装	流通センター業務	組織およびプロセス設計
	製品開発	小売マーケティングの 実行	工場在庫管理		法および規制への準拠
	製品管理	店内在庫管理	製造資材の調達	輸送資源	財務およびリスクの管理
	マーケティングの実行	顧客デレクトリー			流通センター業務
	消費者サービス			途中段階の在庫管理	間接調達
	製品デレクトリー				施設と設備の管理
					人事管理
					IT システムと運用

高付加価値分野へのシフト（取組み例② クラウド事業）

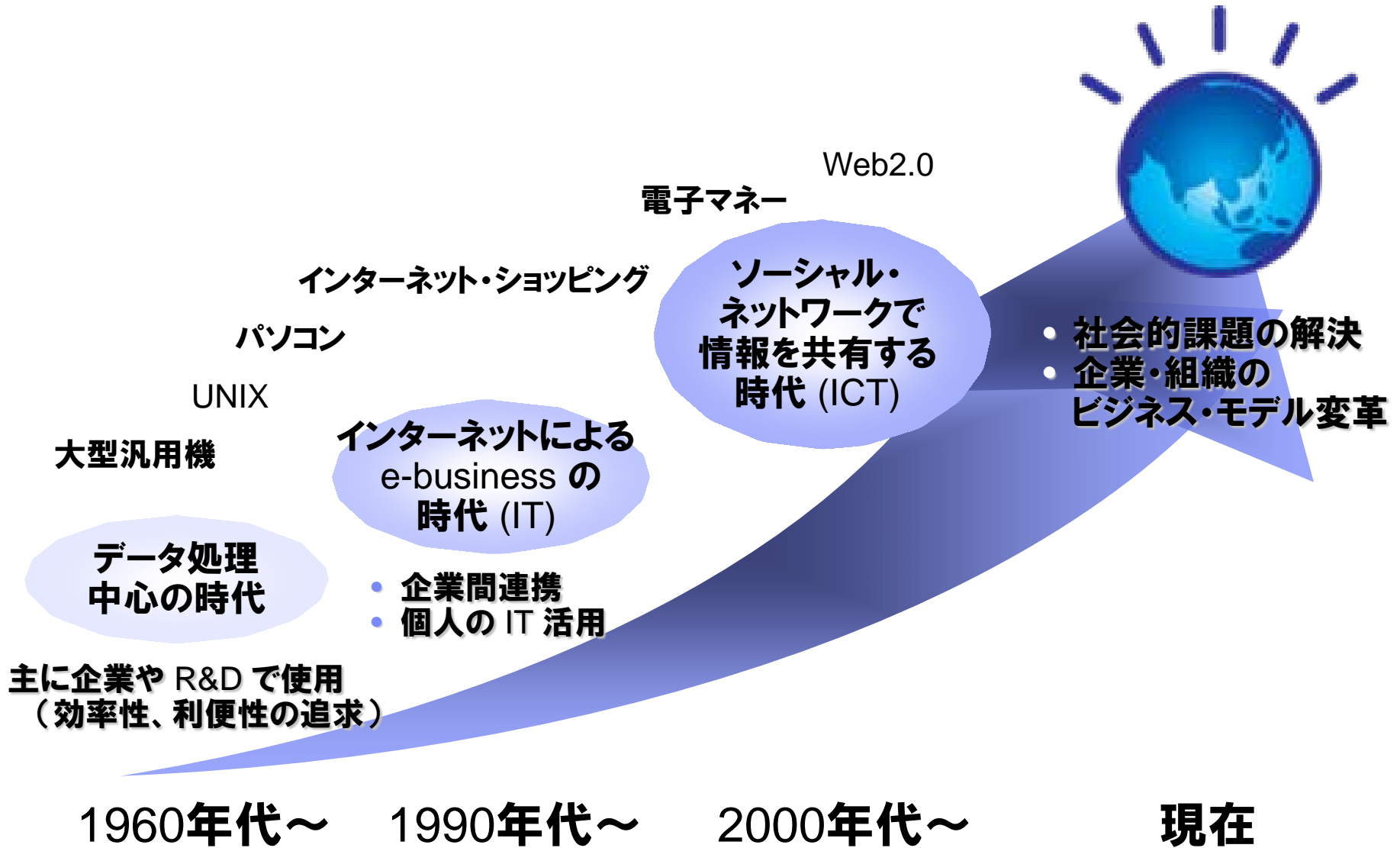
適用領域の模索 = 徹底的な試行錯誤

『Sell What We Use, Use What We Sell.』

下図は2010年時点での整理



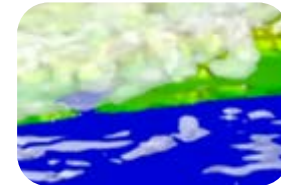
高付加価値分野へのシフト（取組み例③ Smarter Planet）



Smarter Planet の事例



個別システムを連携させ、部門を超えた迅速な対応が可能に



気象・災害予測



市内カメラ



交通状況



危機対応チーム



電気・水道・ガス



ビーチ、サッカー場

正確な気象予測範囲を
4 ~ 6 時間 から
48 時間 に拡大

Smarter Planet の事例: 風力タービンの最適配置

67ヶ国で4万5千基以上の実績がある世界最大級の風力発電用タービンメーカー、ベスタス・ウインド・システムズ(本社デンマーク)はデータ・アナリティクスを活用



データ分析にかかる時間を
3週間 から **15分** に短縮

Smarter Planet を支える技術

膨大なデータ(Big Data)がコトづくりの新たな資源に

 <p>分析 Analyze</p>	<p>分析、予測、シナリオのモデル化、シミュレーションに基づく意思決定支援</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>ストリーム・コンピューティング</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ビッグデータ分析</p> </div> </div>
 <p>統合 Integrate</p>	<p>ほぼ全てのデータがデジタル化され相互に接続</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>WebSphere MQ</p> <p>統合ミドルウェア</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>クラウド基盤</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>WebSphere</p> <p>DB2</p> </div> </div>
 <p>感知 Sense</p>	<p>あらゆるものの状態をリアルタイムで計測・感知・観測</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>RFIDタグ</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>MQ Telemetry Transport (MQTT) ミドルウェア</p> </div> </div>

企業が高い付加価値を継続的に生み続けるための要件

徹底的な顧客（需要、市場）の理解と実践

コト（サービス）を支える ICT や開発への先行投資

**技術実証に加え、ビジネス・モデル実証のための
行政による継続的な支援**