

タイトル：スマート革命により変わるビジネスモデルとネットライフ

要旨

スマートフォンやタブレット、スマートテレビやスマート家電の新商品販売によりスマート革命が花盛りである。Windows8 の本格登場により一人一台のパソコンを使う時代が終焉し一人が複数台のスマートデバイスを時間と場所により使い分ける時代がやってきた。

スマート革命にはイノベーションの側面としての① モノ支配論理からサービス支配論理への新たなビジネスモデルの移行、またライフスタイル変化の側面としての② 新しい個人コンピューティングの形と言う二つの側面がある。

その結果、グーグルもマイクロソフトもアマゾンも楽天も製造小売り業に変身した。その謎を解く鍵はスマート革命においては広告売り上げが、パソコン時代よりも下がるという予測にある。その結果、開放的なビジネスモデルは後退し、スマート機器に顧客を囲い込む閉鎖型のビジネスモデルが台頭する。

またテレビやスマートフォンに代表される日本家電のスマート敗戦は、サービス支配論理への移行に失敗したと言う見方が米国で登場している。

そして日本政府のオープンデータ政策により、サービス支配論理が更に強化される方向にある。

本講演はスマート革命により変わるビジネスモデルとネットライフの変化全般を網羅的に説明する。

- 1、 スマート革命とは何か
- 2、 国内家電の悲惨の元凶はサービス支配論理の無理解
- 3、 スマート革命におけるビッグデータの役割
- 4、 スマート革命によるサービスの創造的破壊
 - メディア（電子書籍、テレビ、音楽など）の動揺
 - 広告ビジネス（フェースブック、グーグルなど）の動揺
 - 機器による囲い込みが強まる通販
 - 土管屋になり始めた通信キャリア
 - テレビの創造的破壊
 - ゲーム機とゲームの創造的破壊
 - スマートハウス
 - スマートカー

スマートストア

航空機とスマートデバイス（スマートフライト）

5、新しいライフスタイルの登場