

3 モバイル [Enterprise Mobile]

モバイルセントリックによる企業変革は 新たなビジネスの“想像”と“創造”から始まる

モバイルはインターネットやテクノロジーの発展と普及を経て、単なる個人のツールから社会インフラへと進化し、「人やモノとシステムをつなぐインターフェース」として人々の生活や企業活動を大きく変えている。大切なことは、既存の業務プロセスやビジネスモデルに対してモバイルを適用することではなく、モバイルをベースに新たなビジネスそのものを発想することにある。アビームコンサルティング渡辺巖が解説する。



渡辺 巖
プリンシパル
プロセス&テクノロジー第3事業部
SCMセクター モバイルイニシアチブ
iwatanabe@abeam.com

電機メーカーに籍を置き、社員向けの情報インフラ構築やERPを含む販売業務基盤構築を担った経歴を持つ。その後、大手SIベンダー、グローバルコンサルティングファームを経て現職。企業のITランドデザイン、グローバルSCM構想、ITを活用したビジネスプロセス改革、ERPを活用した大規模基幹システム構築などの多くの実績を重ねた。そして、現在はモバイルや次世代ITの進展をビジネス改革につなげるべく、多くのプロジェクトを推進している。

従来のIT化の延長では 真の変革は成し得ない

スマートデバイスは単なる個人のツールから、世界的な普及を経て社会インフラへと進化し、人々の生活や企業活動のベースとなっています。またテクノロジーの絶え間ない進化に伴い、スマートデバイスはスマートフォンや

タブレットからウェアラブル型への拡張が進んでおり、IoT (Internet of Things) と合わせて「人やモノとシステムをつなぐインターフェース」へと発展しています。2017年には50億台のスマートフォン、500億台のデバイス(モノ)がインターネットにつながると予測されています。この潮流を前提として受け止め、今後の経営やビジネスでは、モバイルセントリックな変革を推進していく必要があります。

昨今、コンシューマーであれ、社内のワーカーであれ、“個人”が持つ情報収集力や発信力は、モバイルテクノロジーによって飛躍的に向上しています。情報に関しては、もはや組織と個人のパワーは完全に対等になったと言っても過言ではありません。

このように社会環境や生活そのものが大きく変わっていく中で、従来の

IT化の延長線上でのモバイル活用や、それによる効率化を模索するだけでは、真の意味での変革は成し得ません。現状のビジネスにスマートデバイスを導入することで、作業工数やコストがどれくらい削減されるのかといった局所的な効果にこだわるのではなく、新しいビジネスそのものを“想像”し、さらに“創造”していくことが求められているのです。

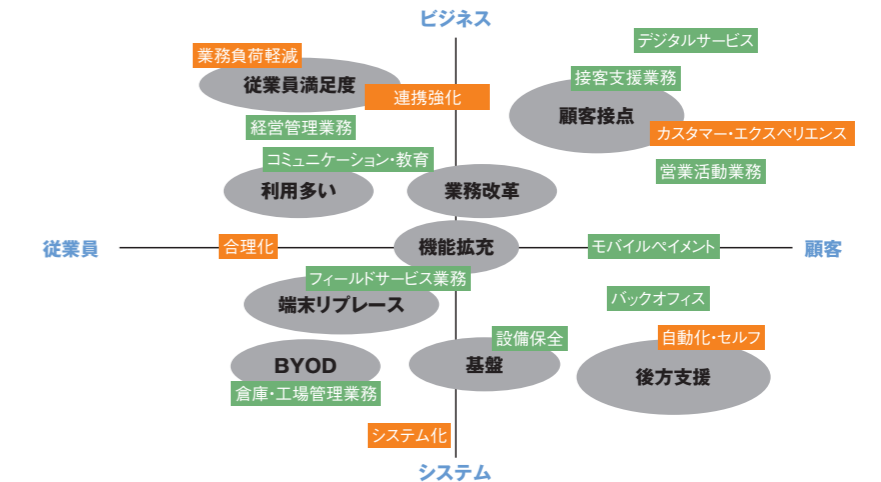
人と人のつながりを変える モバイルの特性を踏まえた 業務の再設計が重要

モバイルセントリックで目指すべき企業変革には、①消費者主導のコンセプトやテクノロジーに基づいて変革領域を定義する「コンシューマライズ」、②その瞬間に必要な情報を把握し活用する「リアルタイム」、③クラウドやパッケージ活用、また個人端末の利用(BYOD: Bring your own device)などの「ユーティライズ」、④ユーザーを起点とした利便性を追求して個人の活動や判断をアシストする「パーソナライズ」の大きく4つの柱があります。

いずれにしても、情報の発生や変化を瞬間的にとらえ、あらゆるステークホルダーでシームレスに共有していくことが、俊敏なビジネスを実現していく上での重要な鍵となっています。したがって、アプリケーション戦略の策定においても単なる課題解決や要件定義といった既存概念を超え、「業務の本質と人に近いモバイル特性を踏まえつつ、業務を創造(再設計)する」というアプローチが求められます。

モバイルは人と人とのつながりをプラットフォームでダイレクトなものに変えていきます。例えば、お客様先を訪問して

さまざまなシーンで活用されるモバイル



いるマーチャンダイザーがスマートデバイスを活用し、全国店舗から得られるリアルな売上・在庫情報に基づき、その瞬間の最適な販売条件を提案したり、さらなるオファーをする際には、即座に上司にワークフローを介して承認依頼、リアルな状況をもとに承諾、判断に至るといったことが起きています。

モバイルの活用度が上がるにしたがって、ビジネス現場やマーケットで起きていることをリアルタイムに察知し、分析して意思決定を行い、再びビジネス現場にフィードバックするなど、情報をより速く、より大量に流通させることが可能となります。

ところが多くの日本企業は、こうしたモバイル本来のメリットをまったく活かしきれておらず、これが激しさを増すグローバル競争において、自社のプレゼンスが低下していく根本的な原因となっています。

モバイルの利用シーンを描き あるべき業務プロセスを導き出す

モバイルセントリックな企業変革のために必要なのは、モバイルを活用する上で、自社を取り巻くビジネスやシステム、従業員、あるいは顧客に、どんな“利用シーン”が存在するのか、あるいは作り出したいのかを、具体的にイメー

ジすることです。例えば製造現場の作業指示プロセスをモバイル化することで、指示と最新手順書の連携(変更点をアラート表示など)、リアルな設備稼働状況を把握した上での変更指示の関係者一斉連絡など、現場の仕事のやり方が大きく変わります。生産プロセス全体を“見える化”し、“作業員間で共有する”ことで、それぞれの持ち場での閉じられた部分最適ではなく、前後のプロセスとの連携を意識した全体最適の発想が生まれてきます。

既存の業務プロセスありきで分断された効率化を進めるのではなく、さまざまな利用シーンをまず描き、そのために業務プロセスはどうあるべきかと導き出していくのです。この取り組みが、新しいビジネスの“想像”と“創造”を呼び起こしていきます。

アビームコンサルティングには、さまざまな業界・業種のビジネスやテクノロジーに対するコンサルティングで培ってきた豊富な実績とノウハウがあり、そうした企業の挑戦をゼロベースで支援しています。日本人が持っている繊細な感性や発想を存分に活かせば、より画期的なモバイル活用が可能になると考えています。それにより、日本企業の復権と新たな成長に貢献していくことが私たちの願いなのです。