

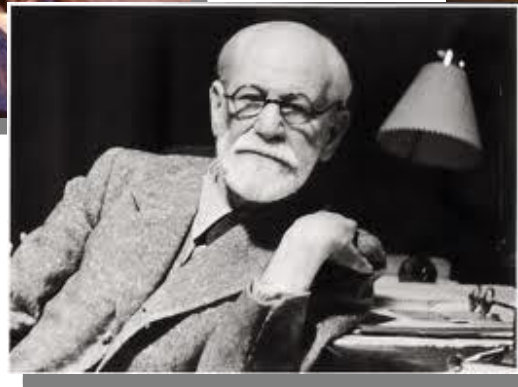
# 君はパラダイムシフトに生き残れるか？



2012/7/5

株式会社オージス総研 山海一剛<sub>1</sub>

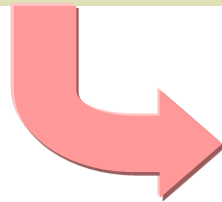
# 社会のパラダイムシフト



# 社会のパラダイムシフト

## ■ 「買うリスク」をテイクしない社会へ

- ✓ 「所有する」「買う」
- ✓ 最初にお金を払う
- ✓ 使ってみないと分からない
- ✓ **使ってみてダメだったら買った側の問題**



- ✓ 「所有しない」「フリー」
- ✓ 使った分だけお金を払う
- ✓ やめたくなった時にやめられる
- ✓ 使ってみて良かったら買う
- ✓ より高い機能が欲しければ買う

# 社会のパラダイムシフト

- 買う側からみれば
  - 価値観の転換(所有するから使うへ)
  - コスト発生タイミングの遅延
- 売る側からみれば
  - コスト回収タイミングの遅延
  - 売り方を変えざるを得ない
- では売る側がリスクをテイクしているのか？

**NO !**

- それでも利益をあげる仕組みを作り上げている
- 膨大な数の潜在顧客に提供すれば利益がでる→「規模の経済」
- そのためにインターネット環境を活用する

## ▶ 何が起きているのか

- ✓ 顧客価値の転換
- ✓ 規模の経済
- ✓ コスト発生/回収タイミングの遅延


# IT業界のパラダイムシフト



# 手段から効果へというパラダイムシフト

## ■ 手段ではなく効果のコミットが必要

- ✓ ○○指向で設計すれば品質と生産性が向上します
- ✓ モデルベース○○により、最適な…
- ✓ 弊社は方法論を持っています！…
- ✓ 弊社SEがその適用をお手伝いします
- ✓ **効果が出なくても、お客さまの責任**

- 
- ✓ いくら安くなる？、どれだけ早くなる？
  - ✓ うまくいくことを納得させてよ
  - ✓ 作って見せてよ(紙芝居じゃダメ)
  - ✓ 成功報酬制のコンサルティング会社も！

# フリーというパラダイムシフト

## ■ フリー

- 無料で使ってもらって広告収入で回収

## ■ フリーミアム

- 「5%を無料で提供して95%を買ってもらう」



- 「95%を無料で提供して5%の人に買ってもらう」

### ▶何が起きているのか

- ✓顧客価値の転換
- ✓規模の経済
- ✓コスト発生/回収タイミングの遅延



# ユーティリティ化というパラダイムシフト

- ITはコモディティからユーティリティへ
- ユーティリティ化とは
  - つまり電気、ガス、水道...つまり

- ✓ 使いたいときに使う
- ✓ 使った分だけ払う





# ユーティリティ化というパラダイムシフト

- クラウドはユーティリティ化したIT
  - 必要なときだけ必要なリソースを使う
  - 使った分だけ支払う
- クラウドはクラウドを利用する
  - HerokuやEngineYardはAmazonEC2上で稼動
  - AmazonとSalesForceはZuoraで代金回収
  - **受託開発やパッケージにとって代わる大きさのマーケットではない。**
    - せいぜい数社いれば競争の原理が働く
    - 多くのベンダが参画できる余地はない



# 今、IT業界で起こっていることは

## ■ もう一度問う、何が起きているのか

- ✓ 顧客価値の転換
- ✓ 規模の経済
- ✓ コスト発生/回収タイミングの遅延

## ■ その結果

- 受託開発ビジネスの急激な**縮小**
- 「作る」「開発する」領域の急激な**消滅**



# IT業界で最近流れたニュース

## ■ NEC

- 2012年3月期の決算で1100億を超える大幅な最終赤字
- 1万人の人員整理を含む大リストラ計画を発表(2012.01)。

## ■ 富士通

- 3万人の配置転換(2012.01)

## ■ CSK

- 住商情報システムに吸収合併(2011.10)
- IT業界が右肩上がりに成長しなくなった今、どうやって生き残っていくかを考えた結果だ」と中井戸社長...

## ■ TIS

- ソラン(株)、(株)ユーフィットを吸収合併(2011.04)

## ■ NTTデータ

- 連結対象の国内グループ81社の統合を進め、2012年度までにこの社数を約8割減らす。

# あなたの会社は生き残れるか



# では、どんな会社が生き残るのか

## ■ ごくわずかな勝ち組

- 購入するリスク、所有するリスクを**消失**させる仕組みを持つ
- **規模の経済**を成立させる
- 手段ではなく**効果をコミット**できる
- つまりパラダイムシフトを味方に出ることが出来た会社

## ■ 大量の負け組

- 労働集約型企业
- 泥沼の**コスト競争**
- **ワーキング・プア**への突入

## ■ さらにわずかな生き残り組

- 「**上に逃げる**」...つまり"高付加価値化"
  - コンサル、アーキテクト、アジャイルコーチなど、高い金をとれる人材を増やす
  - マーケットが縮小するので、やはり需要は減る。しかし無くならない。
  - でも"逃げ切る"だけでも大変
- "高付加価値化"は、もはや勝つための武器ではなく、**生き残りの要素**

# 最近のキーワード

## ■ 最近よく耳にするキーワード

- オープンソース
- クラウド
- アジャイル

## ■ 生き残るためには、これらの活用が必須とも...

## ■ でも、こんな言葉もよく耳にする...

- オープンソースって儲かるの。
- クラウドは儲からないのでは。
- アジャイルでの開発案件は儲からないよ。

## ■ 大切なのは...

# 大切なのは...

- 「儲かるのか？儲からないか？」ではなく

「儲かる仕組みをどう作り出すか」

- そのためには、原点に立ち返って

お客さまにとっての「価値」を理解すること

- **その価値とは...**

世の中も業界も、お客さまの求めるものも変わってきている。さらに商品(OSS、クラウド、アジャイル)も変わっている。ゆえに今、自分達(ITベンダ)も変わらないと生き残れない。ここからは、どのようにオープンソース(OSS)、クラウド、アジャイルを武器にすれば、生き残れるかを考えて生きます。

# 顧客視点でもう一度考えてみる

- 顧客にとっての、クラウド、オープンソース、アジャイルの本質的な**価値**とは何か

買うリスクをテイクしない

クラウド、オープンソース、アジャイルの価値をお客さまの価値に転換する。そのためには...

- **発想の転換が必要**



# 発想を変える...つまり

## ■ (提供する前に)まず自分達の価値にする

### － 自分達の武器にする

- ・ 自分達が直接クラウド、オープンソース、アジャイルを活用することで、お客さまに適用できる価値を大きくすることを考える。

### － 組み合わせる

- ・ クラウド、オープンソース、アジャイルそれぞれが、バラバラでは手段にすぎない。
- ・ クラウド、オープンソース、アジャイルを組み合わせれば、迅速＋低コスト＋低リスクで、お客さまに価値を提供できる
- ・ 「経営層に効果を説明できない」、「要件を具体化できない」...といった理由で眠っているIT化ニーズを発掘できる

# 発想を変える...つまり

## ■ 提供のしかたと提供する相手を見直す

- 「手段(技術や製品)を売る」から抜け出す
  - ・ 方法論や技術は、成功に近づくための手段にすぎない。直接成功をコミットするには、どうすればよいかを考える
- 既存のお客様だけにとらわれず、必要としているお客様を探す
  - ・ 従来型の一括受託型開発に価値を置いているお客さまへの啓蒙も重要だが、もっと直接的に迅速+低コスト+低リスクを求めているお客さまを発掘することの方が大事

# 発想を変える...つまり

## ■ 強みを捨てる

- 「自社の強みを分析して、新しいビジネスに活かす」は、一見王道のように見えるが、思わぬ**落とし穴**が隠れている。
  - 「どんなビジネスをすべきか」?ではなく、「自分達に出来そうなビジネスは何か?」という発想に陥る。
  - 今までの成功パターンをなぞらえることを、自分達の「強みを活かす」ことだと考えてしまう。
  - 過去の成功パターンは未来の成功パターンではない。最も多い失敗パターンは、成功パターンを繰り返すことである。

# 発想を変える...つまり

- お客さまに「変わりましょう」と言う前に、まず自分達が**変わる**
  - ・「クラウドサービスを使って効果をあげるには、自前という発想を捨ててください」
  - ・「オープンソースをうまく活用するために、サポートに対する考え方を改めて頂く必要があります」
  - ・「アジャイル開発を成功させるには、発想の転換が必要です」
- ...とお客さまにご説明する前に、自分の発想が転換できているかをチェックしよう。

# 必要なのはパラダイムシフトに適応すること

- 顧客に対する価値を考える
- リスクの考え方を变える
- コストの考え方を变える
- 社内の組織構造、役割分担を見直す

ポイントは機動力！



あなたは生き残れるか



今の時代

~~これから~~ のアーキテクト

# 今の時代のビジネスとアーキテクト

- ビジネスの枠組み作りから、既にアーキテクトの仕事の領域が始まっている
  - アーキテクトがお客さまとの**Win-Winの関係**を作り出す
  - アーキテクトが「お客さまにとっての**価値**」を考える
  - アーキテクトが**効果**をコミットする/納得していただく
  - 「技術者として売られる人」から、  
「技術力を顧客価値に変換する人」へ
  - クラウドもオープンソースもアジャイルも商品ではなく武器



# 今の時代のビジネスとアーキテクト

## ■ 今まで有償で行っていたことは、無償の領域へ

### ー ベター・プラクティス

- このOSSとこのOSSを組み合わせれば、こういう仕組みが作れて、お客さまの求めるものが得られます
- こういう体制を作ることが出来れば、お客さまにも喜んでもらえて、うちの会社にも利益が出ます
- イメージし易いように、OSSでちょっと作ってみたんですけど見てもらえますか？
- お題をください(事例は解ではありません、今の悩みを教えていただければ、まず私なりの解を考えてきます)

### ー ワース・プラクティス

- オープンソースは、サブスクリプションを買ってくれる前提のお客様にしか提案しません
- これでは受注確度が見えない。担当営業はもっと情報収集して来い
- 営業さん、受注までのシナリオを提示してくれ
- リスクを数え上げ積み上げた結果、法外な見積り価格

おわりに



# つねに考え、つねに**行動**しよう

## ■ Be

- 自分は、お客様に対してどのような価値を提供すべきなのか
- 自分は何のために存在しているのかを定義し、そのような存在になろう

## ■ Think

- その価値を最大化するために、どのように行動すべきかを考えよう

## ■ Do

- 行動しなければ、「なりたい存在になっているか」も、「考えていることがマッチしているか」もわからない。全ては行動することによって表れる
- 行動すればフィードバックが得られる
- リカバーできるサイズのうちに失敗をおそれず行動しよう
- 小さなリスクをテイクしなければ、背中に大きなリスクを積み上げていくことになる
- リスクをテイクしないことが、あなたにとって最大のリスクかも知れない