

経営のヒント306 Amazon エフェクト①

「Amazon エフェクト」著者鈴木康弘氏より参照

アマゾンはいったい「何業」だと思いますか？

そう問われると、「世界最大のネット通販業者」だと思いませんか？

実は、違うのです。

ネット通販事業では、儲かっていないのです。

あまり知られていませんが、世界最大のクラウドサービスの会社なのです。

膨大なデータ保管が必要ですから、全世界にクラウドコンピューターシステムを構築しています。

その余った一部を企業向けに貸している。

だから、利益のほとんどをそこで稼いでいます。

(極論を言えば、通販事業では利益が出なくても、OK。なんら問題ない)



Amazon エフェクト

アマゾンが「ネットの世界からリアル店舗の業界へ進出する」ことで、もうすでに影響を受けています。

リアル店舗の業界からネットの世界へ進出する方がいいと踏んでいたのが、上手くいっていません。

それには、「人の意識」の問題があります。

人は全くの無から始めた方が、いろいろな挑戦をするものです。

しかし、リアルの世界で成功体験を積んできた人たちは、それまでのやり方を変えたくなかったのです。

だから、IT 業界からリアル店舗の世界に入ってきた方が成功の可能性が高い。

デジタルシフトとは、制約から解放されること	
アナログ	デジタル
時間の制約	いつでも瞬時に
距離の制約	世界中どこでも
量の制約	無制限のコンテンツ
方向の制約	双方向コミュニケーション

ITは「新しいサービスの開発」や「ビジネスモデルの変革」のためにある。

今の小売業にとって重要なことは社内にITの分かる人間を増やすことです(ウォルマートなど)

何故なら、既にIT人材が企業の力を決める時代になってきているからです。

世界ではITに関する教育改革が進んでおり、アメリカでは2011年に「STEM教育」重視の方針を掲げ、プログラミング教育は既に小学校の必須科目となっています。

(日本ではどうか？ やっと、2020年から小学校でのプログラミング教育の導入が始まるところ)

日本の経営者は、ITとは「業務効率化」「コスト削減」であり、「情報システムの仕事」だと思っている人が多いですが、アメリカではITを「新しいサービスの開発のため」「ビジネスモデルを変革」するものと捉えています。

日本企業のIT投資は「守り」の意識、アメリカでは「攻め」であり、「企業革新」を意味しています。

社内の人材がプログラミングを出来れば一番いい。

それが出来ないから外部のSEを雇うことになり、高いコストが掛かる、変革の期間が遅くなる。

ちなみに、英語を覚えるのにかかる時間は1000時間ですが、プログラミングを覚えるのは300時間程

度で済むと言われていました。

現実に、アメリカでは一般の企業内にSEがたくさんいるために、その人たちがあたらしいビジネスを生み出しています。(日本では社内のSEがいないため外注になり、コストが余計に掛かる)

今、世界的にも IT の人材が大幅に不足しているそうです。

アメリカでは、大学卒の新卒でも、年収2000万円が当たり前になっているらしいです。

中国やアジアでも同じ状況なのに、日本ではどうなのか？

どうしても欲しい人材でも、大卒の新入社員の初任給は全て同じという「平等という不公平」

未来が予見出来なければ、生き残れない時代なのに・・・

(私個人的な意見では、どうしても欲しい人材は、新卒でも1000万円でも出すべき時代が変わったと)

アマゾンにはプロジェクトチームが1000くらいはあるそうです。

自分たちで考えて、自分たちで行動できる「フラット型組織」が必要。

フラット型では、ビジョンの共有が大事になり、顧客ロイヤリティの関係性を構築するには必須条件。

「先行き不透明な時代だから、何が当たるか分からない。だからとにかくやってみる」

小集団で変化に対応しやすいから、「自分がお客だったらどうありたいか」と考えられる。

「リーダーシップ」「白地に絵を描ける」「設計者」

ここが Amazon の強みです。

デジタルシフトは中小企業ほどやりやすいはず。

中小企業は経営者が判断すれば進められるし、体制はつくれるはず。

ですから、デジタルシフトは中小企業にとっては大きくなる可能性をもたらす。

<経営のヒント>

Amazon の脅威は、何か？

一番は、「利益を出さなくてもよい企業である」こと。

Amazon の本業は実は小売業ではなく、サーバーレンタル事業であり、AWS (アマゾンウェブサービス) が稼ぎ頭。

だから小売業で利益を出さなくてもいいため、絶対的な安値で勝負できるのです。

2つ目は、商品点数が多いこと。

2億アイテムと推測されるが、商品点数が多いと、検索エンジンで何を検索してもアマゾンの商品が上位にくる優位性がある。

そこに来て、オリジナル商品の開発も進んでおり、最近ではファッションにまで力を入れている。

売れるようになったら、アマゾン自社で開発する、ずるいよなあ〜。

そして「配送スピードの速さ」

最後に、一番、脅威となるのは、今までのチェーンストア理論と全く異なり、顧客ロイヤリティ理論だということに、小売業側が気づいていないこと。

チェーンストア理論では、売上 = 客数 × 単価

Amazon の方程式では、売上 = LTV (生涯顧客価値) × アクティブユーザー

この違いは解りますか？