

マーケティングの出番ですか？

第83回 デジタルトランスフォーメーション・
ユアセルフ (DXY)

武道誠芳 (株) テンプロクシー 代表取締役

「マーケティングの出番ですか？」と題して、主に、モノづくり企業で製品開発、生産に従事される技術者の方々を対象に、お仕事に“役立つ”、“必要な”、そして“面白い”マーケティング関連情報、知識、事例、最新トピック等を幅広くご紹介させていただきます。

今回は、個人のQOL (幸福度) の向上に資するデジタルトランスフォーメーションを考察してみたいと思います。

●変革は間に合うか？-マクロコスモス(社会)のSDGs、ミクロコスモス(人)のQOL

私が仕事に従事した1980余年~2021年は、変動相場制、バブル経済、中国の台頭、リーマンショック、市場のグローバル化と社会が揺れ動いた40年でしたが、今日、SDGsが社会課題解決の指針とされることに居心地の良さと悪さを感じます。居心地の良さは、社会を取り巻く様々な根本問題を率直に受け止め、それを真摯に取り組んで行こうとする点、居心地の悪さは、そもそもこれらの問題を起こした、あるいは知っていながら何もしてこなかったのは我々の世代が中心である点です。居心地の良し悪しは個人の生活、消費スタイルの価値観にもおよびます。簡単、便利、手軽さは快適と怠惰が表裏一体である点、物質的な豊かさと心理的な豊かさは異なる点です。



社会問題の解決に「三方良し」や「エコシステム」等の好循環の仕組み作りが提唱されていますが、全体最適(総論賛成)の理想が、部分最適(各論反対)の現実を乗り越えるには、その切迫性と実現可能な新たな処方箋が必要です。2020年からのコロナ禍は、全体最適を再構築する契機になるかもしれません。

マクロな社会と同様に、ミクロの個人において人生100年のロングライフ(総論賛成)を迎える中、2019年のQOL幸福度の総合ランキングで日本は54位に甘んじています。より良く生きる上でSDGsアプリが個人レベルの課題解決行動を誘発する様に、新たな倫理観、価値観の変革が求められています。

●データドリブン型社会、人の時代

情報化社会の到来が予見されてから半世紀、現在、私たちは社会の質的な変化をもたらすIT革命、第四次産業革命の真ただ中にいます。Wikipediaでは「21世紀の

人類は、IT革命に始まる社会の急速な変化の中で、情報技術を駆使してあらゆる課題解決を行っており、もはや望んでもかつての産業社会には後戻り出来ない、想像を絶するような段階に入っている。」と述べられています。

デジタルトランスフォーメーションは、過去からの連続性の中でいよいよ本質的な社会革命を実現するシンボリックな取り組みなのかもしれません。ひるがえって個人におけるIT革命は、インターネットによる知識や情報の入手、SNSによる多様なコミュニケーション、スマホによるマルチメディア利用等の大きな進展がありますが、これらが、生きがい、身心の健康、良好な人間関係、やりがいのある仕事、快適な住環境、十分な教育、レクリエーション活動、レジャーなど、いわゆるQOL「幸福」の質的向上にどれぐらい寄与しているかは、心もとないところです。

●古くて新しいライフログコンセプト

スマホアプリに「ライフログ」というアプリカテゴリーがあるのをご存じでしょうか？ライフログアプリとは、起床・睡眠時間、運動時間や歩数などの身体活動、移動距離や時間、余暇行動や商品の購入など日々の生活データを記録・保管し、過去のデータと比較することで生活に役立てるアプリです。もともとのライフログコンセプトは2001年にMicrosoft Researchのゴードンベル氏がMyLifeBitsプロジェクトで始めた、本やメモ、写真、音声録音、ビデオなどあらゆる生活シーンをキャプチャし、デジタルで保存する取り組みでした。

それから20年が経過し、個人の活動データを記録・保管することは飛躍的に簡単になりました。Apple、Flicker、Googleなどでは、メモ取りツールを使用してメモを保存し検索でき、自身の写真や様々な生活データを集約できますが、これらのサービスはすべて断片化されて、実際にすべてをまとめられずデータ駆動型になっていません。これらのデータをまとめて有用なものにするのは依然として課題です。



●デジタルトランスフォーメーション・ユアセルフ

ビッグデータ、AI、クラウドコンピューティング、ブロックチェーン、デジタルツインなどの技術が開発され、今、それらを駆使したデジタルトランスフォーメーション（DX）によるビジネス変革が期待されています。そして、これらの技術を駆使して個人のQOLをデジタルトランスフォーメーションすることも現実味を帯びています。

ここで、個人のデジタルトランスフォーメーションを実現する理想的なライフログアプリケーションの要件を5W1Hにまとめてみます。

Question	Answer
Why ?	人の生活、身体活動をサポートするIoT機器、Webサービス、モバイルアプリ等の普及により、ライフログ（人の活動データ）を有効活用できる時代が到来している。
What ?	各サプライヤー主導による垂直的なデータ収集、活用のあり方はサイロ化しており、利用者主導による自身の生活活動データや身体活動データの統合的な収集・管理を実現し、QOLの向上に安心、安全に利用できるアプリケーションが求められている。
Who ?	年齢、性別、趣味・嗜好、居住地、家族構成、収入を問わずあらゆる人が利用者である。
Where ?	例えば、スーパーマーケットやコンビニの購買アプリ、ネットショッピング、飲食店アプリ、ゲーム等の余暇アプリを始め、IoT家電、キャッシュレスアプリ等の利用者や、ヘルスケア、メンタルケア、エクササイズアプリ等の利用者が、それらのデータを統合的に収集、分析、管理できる。
When ?	ライフログは、永久に保存でき個人、家族による利用を始め、データを匿名化することでサービスサプライヤー、更には社会にも還元、役立てられる。
How ?	生活関連、身体関連各アプリとの連携によるデータ収集からライフログとして各データを蓄積、統合、ブロックチェーン方式等、分散型の最新システム環境で安全に管理され、いつでもどこからでもアクセスできる。

インターネット、スマホ、SNSの普及と歩調を併せ、2010年頃よりネット上で収集可能な個人データをもとにした商品開発や販売促進等のマーケティング手法が急拡大し、それらの弊害が指摘される中、データの乱用防止を目的に2016年にEU一般データ保護規則（GDPR）が採択されました。個人データを統合化して活用できる様にし、知らずに企業にデータを収集されるのではなく、データ提供のあり方をコントロールできる、デジタルトランスフォーメーション・ユアセルフ（DXY）が待たれます。

当コラムのより詳細なオリジナル版は、<https://www.mo4ma.org>でご覧頂けます。



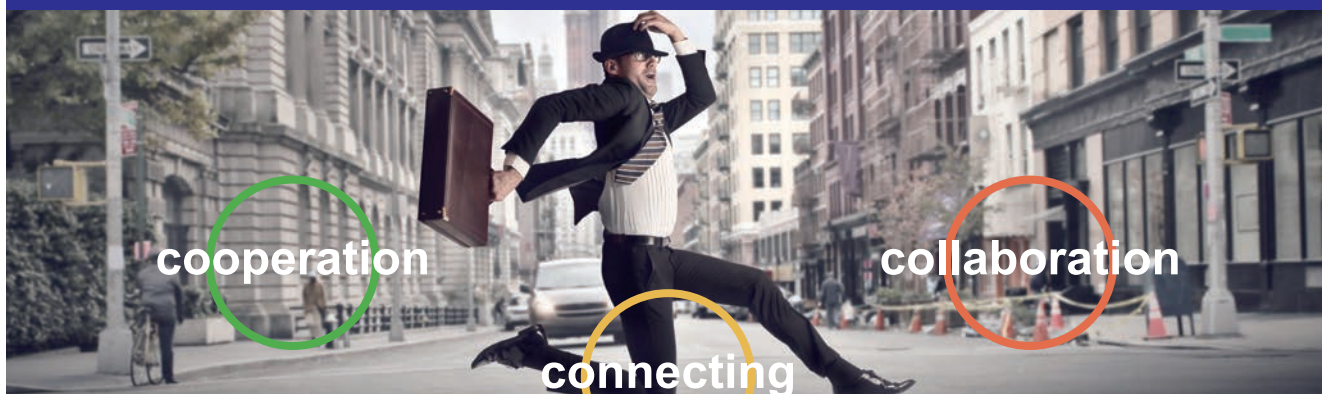
武道 誠芳（マネジメントコンサルタント）

所属：(株) テンプロクシーにて、コンサルティングサービス、マーケティングサービス、ロボットビジネスを展開
 生年：1960年生まれ
 出身：富山県出身
 学歴：横浜市立大学商学部卒業
 経歴：外資系コンピュータメーカー、システムコンサルティング会社、サイバ
 ン航空事業への参画後、1996年起業
 問合せ先：s.budo@tenproxy.co.jp

独創的な新製品／サービス・事業開発を実現する マザー・マーケティングプラットフォーム

mo4ma

thership 4 marketers



mothership4marketersは、業種、組織、時間、距離を超えて内外のマーケティング実務者をオープンに結びつけ（Connecting）、共同（Cooperation）、協力（Collaboration）することで新製品／サービス・新事業開発を成功させる『次なる段階』のマザー・マーケティングサービスプラットフォームです。



mo4ma
<https://www.mo4ma.org/>

テンプロクシー 〒153-0065 東京都目黒区中町2丁目50番13号・ピーク4F号 Tel. 03-6412-8780 info@mo4ma.org
 ウェルコインターナショナル 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-10-9 原宿筆友ビル 8F Tel. 03-6418-5519 info@wellco.org

資料請求番号 12105-04701