



## テクノロジー -産業クラスター/エコシステム事例-

前回のSVPインサイトVol. 20「[テクノロジー-新しいマーケティングとマーケットモデルの進展-](#)」では、近年のIT/デジタル技術の進化が、マーケティング・コンセプトとマーケットモデルの変化をもたらしていることを提示した。マーケティングについては、全体最適ではなく、個別最適による顧客経験価値の最大化を目的としたものになってきている。また、マーケットモデルは、水平分業中心から垂直統合へ、さらに近年は、産業クラスターとエコシステムに代表されるコラボレーション型へとシフトしている。

その産業クラスター/エコシステム型モデルでは、以下の3つのタイプの企業から形成されている。

- ① 中核企業: プロジェクトの意思決定者。参加企業を募り、目的の達成に向けて計画を遂行。
- ② ソリューション提供企業: 中核企業の目的を達成するため、商材やソリューションを納入し、運用保守を行う。
- ③ ソリューション提供支援企業: ソリューション提供会社のサプライヤー。材料や部品、ノウハウ等を提供。

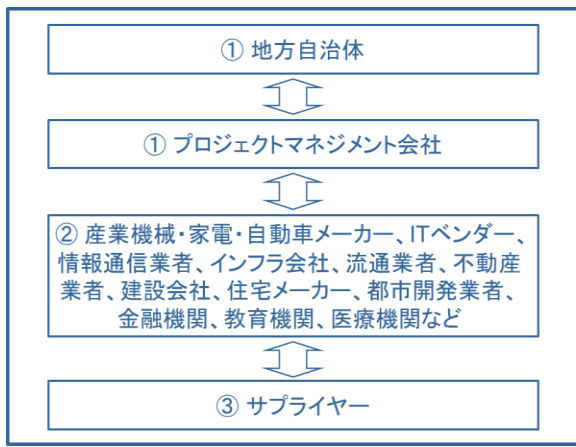
今回のSVPインサイトでは、産業クラスター/エコシステム型モデルの事例と、情報を中心としたエコシステム構築の重要性について、考察する。

### ■ 事例① スマートシティ・モデル

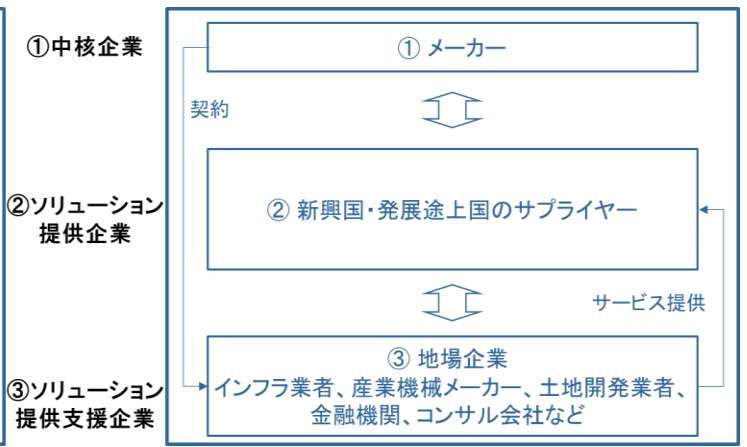
産業クラスター型モデルの代表例は、スマートシティ・プロジェクトであろう。スマートシティ・プロジェクトの場合、中核組織は地方自治体であり、プロジェクトマネジメントを行う民間会社と一緒に、その大規模プロジェクトを進めていくケースが多い。ソリューション提供会社は多岐に渡り、機械や自動車メーカーから情報通信事業者、インフラ会社、不動産・建設会社などから構成される。一般消費者などユーザーに対して、商品やサービスを提供するのはソリューション提供企業であり、顧客接点はそこでコントロールされることになる。さらに、ソリューション提供支援会社も関わっており、巨大で複雑なプロジェクトであることは容易に想像がつく。

スマートシティ・プロジェクトは、長期ビジネスで投資回収までに時間がかかること、参加への競争も激しく、ニーズ対応も難しいなどもあり、参入を検討する企業にとっては難しい意思決定になる。

【例①スマートシティ・モデル】



【例②サステナビリティー実現モデル】



## ■ 事例② メーカーによるサステナビリティ実現モデル

最近、いくつかの取り組みが確認されるのが、大手メーカーによるサステナビリティ目標実現に向けた産業クラスターである。企業はサステナビリティやSDGs目標達成への取り組みが求められており、自社のみならず、主要取引先に対しても同様である。食品や衣料メーカーのサプライヤーには、新興国や発展途上国の企業もあり、そのコントロールは非常に難しい。

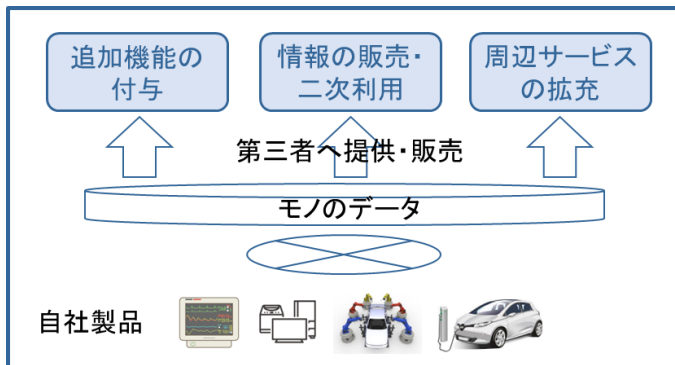
メーカーはサプライヤーに対して、サステナビリティ目標に向けた取り組みと、納期までに品質基準を満たした指定量の原材料を納品してもらうことを求めるが、それを実現するために、サプライヤーの地場の有力企業を活用することがある。その地場企業は、サプライヤーに対して、インフラや工場環境の整備、情報提供やコンサルティングによる事業支援、資金繰りについても金融支援を行うなどの経営をサポートすることで、目標の達成に向けて協力している。このような途上国における産業クラスターの構築は、サステナビリティ時代を迎えるにあたって、増えていく可能性がある。

## ■ 事例③ 情報を核としたエコシステムの形成

情報テクノロジーが高度化している現在、企業に求められる提供価値は、リアルタイム性の高い、個人ニーズに最適化されたサービスを提供することである。それを可能にするためには、テクノロジー環境を整備することはもちろん、幅広い情報の収集と活用が可能な環境を作ることも必須事項である。

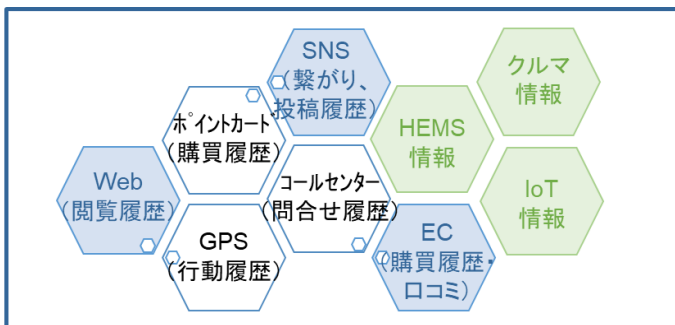
ただ、ひとつの企業が入手できる情報は限定的であり、網羅性も低いため、情報を補完することを目的としたエコシステムの形成が、非常に重要になる。

### 【自社製品の周辺サービス拡充に向けた取り組み】



機械系メーカーであれば、情報収集を目的に、自社製品をIoT化することが選択肢のひとつとなる。自社製品から収集し蓄積したモノのデータを第三者に公開することで、自社を中心としたエコシステムを形成することができる。自社製品のAPIを公開すると、第三者により機能が追加されたり、周辺サービスが創出され、製品の差別化と低コストでの顧客管理を実現化する可能性がある。

### 【顧客全体像の把握に向けた取り組み】



また、リテラーなどは、自社保有の顧客情報と他社保有のそれを組み合わせることで、更なる価値を創造できる。ECサイトやSNSなどオンラインだけでなく、実店舗を含むリアルでの顧客情報は、より正確な消費者像の把握をもたらす。2023年6月13日に、SMBCグループとCCCグループによる新たなポイントサービスが発表されたが、以前より、CCCはこの領域において活発に動いている。

## ■ 終わりに

会員制ビジネス情報サービスを提供するSVPジャパンでは、テクノロジーの動向や産業クラスター事例の調査も行っております。新サービス「[SVPナレッジ\(ニュースリリース参照\)](#)」では、テクノロジー関連の市場調査レポートも提供します。当社サービスを是非、ご検討ください。



## —SVP JAPANのサービスについて—

2営業日以内に調査結果をご報告

### クイックリサーチ

[詳しくはこちら](#)

カスタムメイドのリサーチサービス

### プロジェクトリサーチ

[詳しくはこちら](#)



## —各種お問い合わせ—

### 資料ダウンロード

[こちらをクリック](#)



### お問い合わせ

[こちらをクリック](#)



s'il vous plaît  
**SVP JAPAN**  
株式会社SVPジャパン

まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

**TEL : 03-3249-0771**

