

通信新世界！5G時代のビジネス共創
～NECと共に巻き起こすオープンイノベーション・ブレークスルー～

多様化する顧客接点が創る5G時代の新購買体験
～イントロダクション～

日本電気株式会社
デジタルサービスソリューション事業部
中司 豊

1990年代 -2G-

ネットワークの進化



いつでもどこでもつながる
コミュニケーションが変わる

1990年 1990年代 2000年

インターネットが一般に普及
インターネット広告
PCネット通販黎明期



購買体験の変化

電話回線契約数



出典：総務省 情報通信データベース

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/field/tsuushin02.html>

1990年代 -2G-

いつでもどこでも人とつながる

2000年代 -3G-

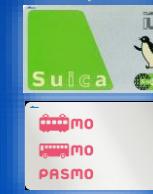
ネットワークの進化



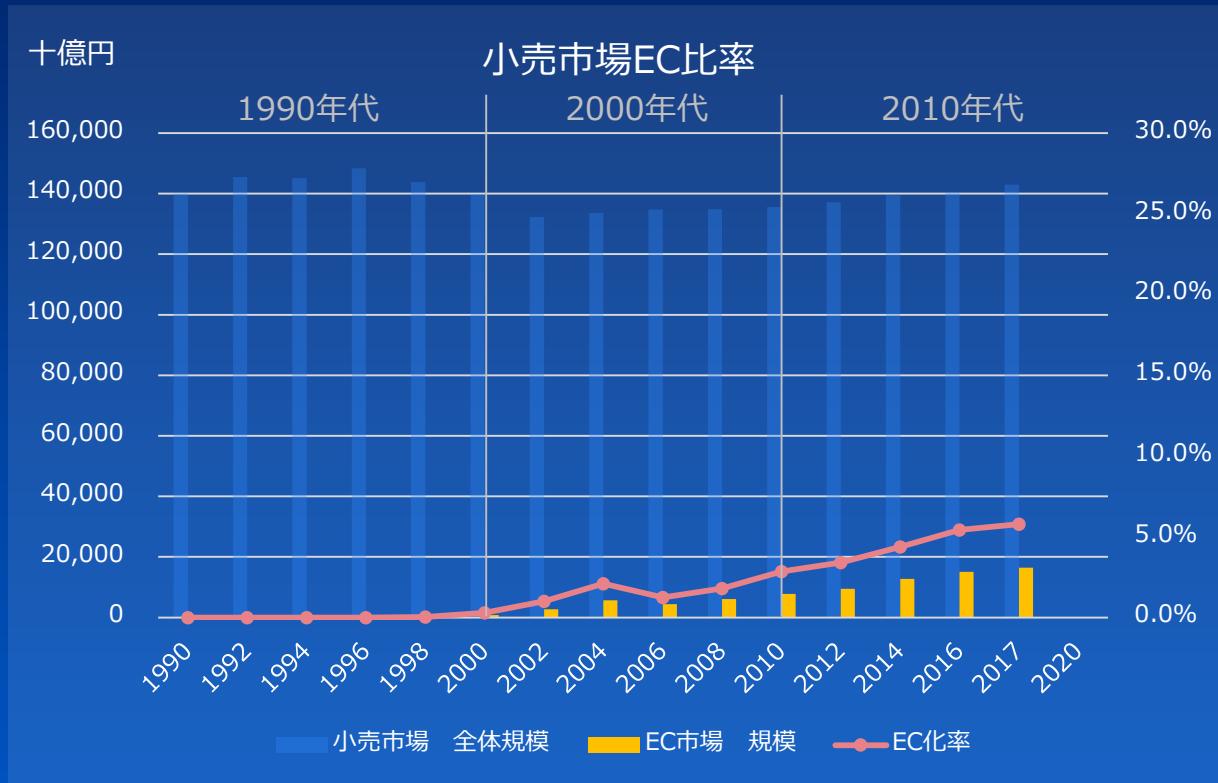
いつでもどこでもインターネット
メールやSNSは外で
画像や動画は家で



インターネット広告の進化
SNSの拡大で口コミが購買行動へ影響
電子マネーによるキャッシュレス化

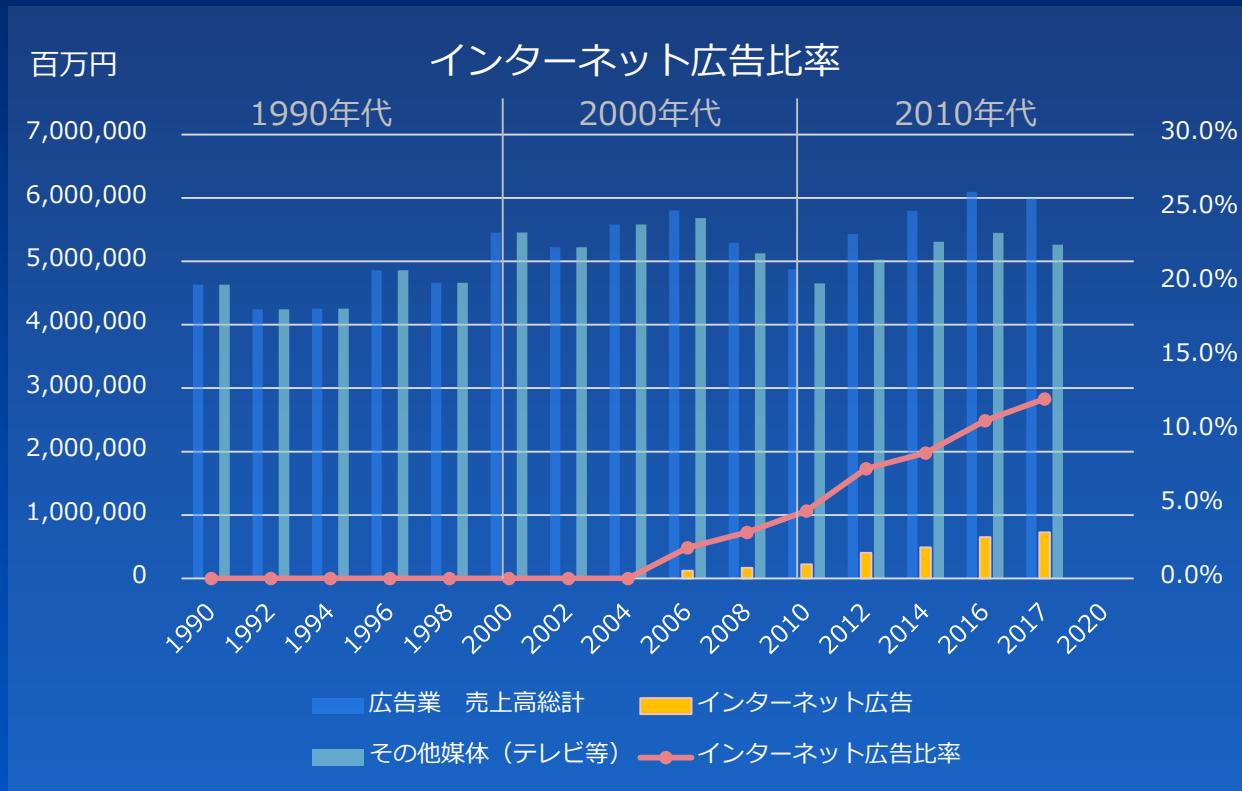


購買体験の変化



出典：経産省 電子商取引市場調査

http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/statistics/outlook/ie_outlook.html



出典：経産省 統計データ一覧

http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/tokusabido/result/result_1.html

2000年代 -3G-

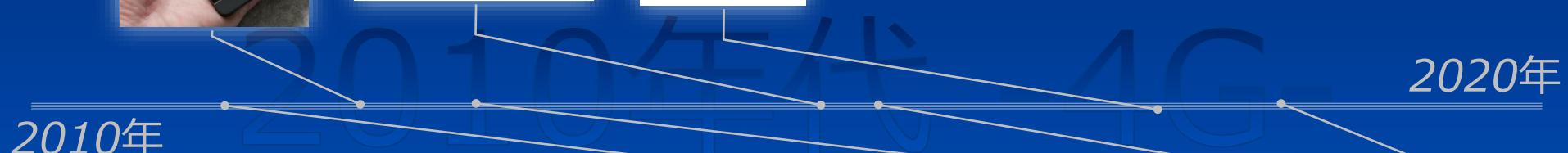
携帯＆ネットサービスが人々の生活を変化

2010年代 -4G-

ネットワークの進化



ネットワークの大容量化
端末の高機能化・多様化
生活のあらゆるシーンで
身近なデバイスが顧客とサービスをつなぐ



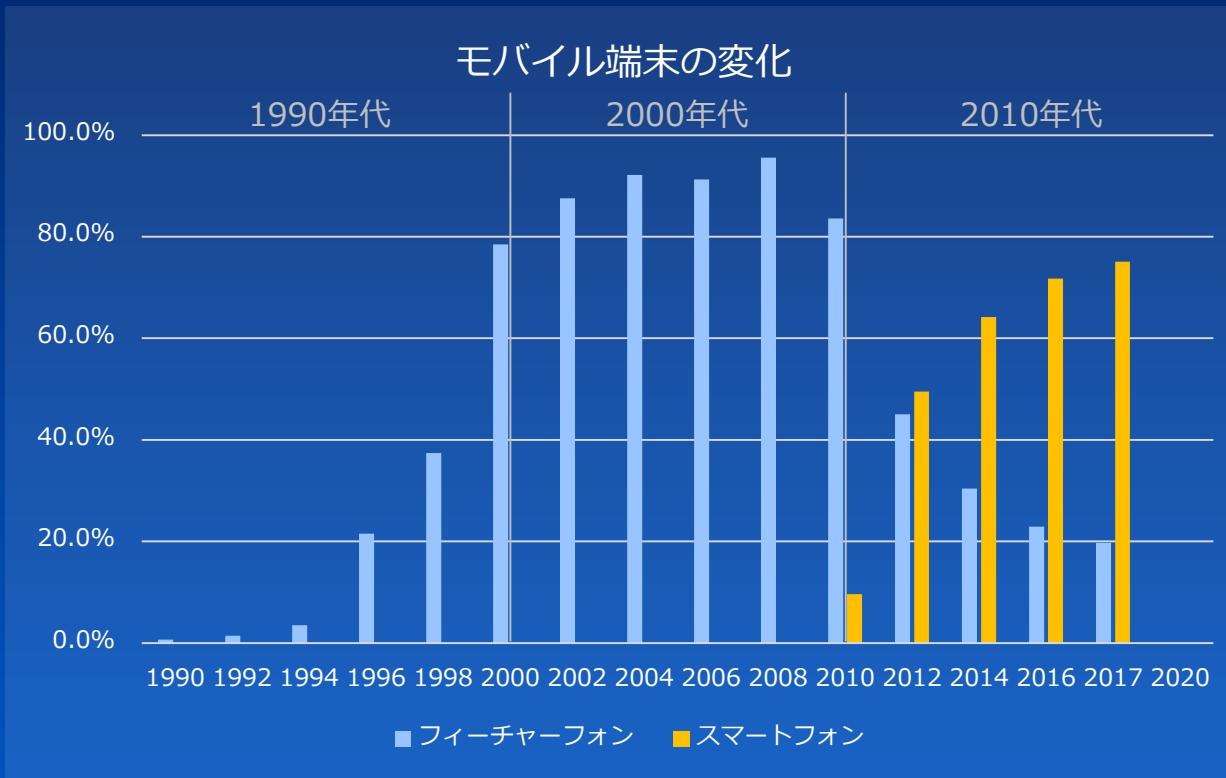
2010年

2020年



画像や動画の活用
CtoCサービスなど新しい
インターネットサービスが
消費者の購買行動に大きな影響

購買体験の変化



出典：総務省 情報通信データベース

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05b1.html>

2010年代 -4G-

スマートフォン&ネットサービスが生活インフラに

2020年 5G

5Gが消費者の購買体験にもたらすものは？



新しい購買体験？

超高速

超低遅延

多数同時接続

まとめ 5G時代の新購買体験とNECが提供する社会価値

オムニチャネルのさらなる進化

- 5Gの特長を活かし、きめ細かく気の利いた顧客アプローチが可能に

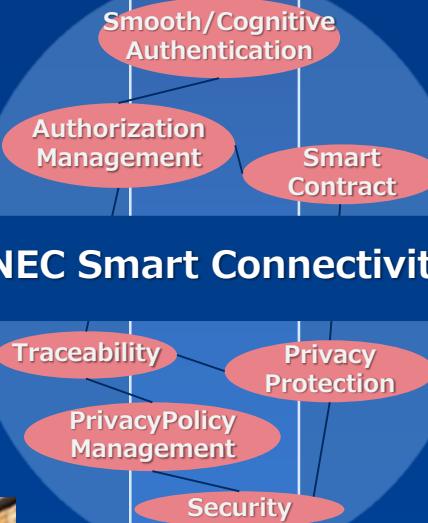


モノを売らない実店舗

- モノを買う、とは異なる付加価値を提供する場所へ



NEC Smart Connectivity



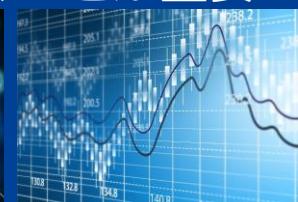
動画・ライブコマースの影響力

- ソーシャルを中心としたマーケティングが重要となる



インフルエンサーをつなぐ

- インフルエンサーを企業、消費者につなぐことが重要



\Orchestrating a brighter world

NEC