

「企業連携」講演と交流のつどい2018

2018(平成30)年3月8日、京都リサーチパークで『「企業連携」講演と交流のつどい2018』を開催しました。

株式会社野村総合研究所の桑津浩太郎氏による基調講演の後、京都産業21の会員組織であるKIICの4つの会員グループが1年間の活動を報告。その後のテーブル交流会では、多くの参加企業が連携先を求めて交流を深め、情報交換を行いました。



基調講演

2025年の デジタルと企業経営

桑津 浩太郎 氏

株式会社野村総合研究所 未来創発センター長

取材

デジタル化によってビジネス形態が大きく変わる

近年、高齢化と人手不足の影響により、さまざまな業界でビジネスの構造変化が起きています。その中であって、とりわけ労働力不足が深刻な日本において、デジタル化は大前提。デジタル化によって生産性を上げる以外に打つ手はありません。

デジタル化は、まずIoTに始まり、続いてディープラーニングに代表されるAI(人工知能)、そしてロボット(自動化)の順で進展していきます。IoTを導入することは難しくありませんが、それを効果的に使いこなすのは容易ではありません。IoTやAIでは対応できない部分をロボット(自動化)で補うこととなります。企業連携が必要になるのはそのあたりです。

いまや皆さんが考えている以上にあらゆる機械・機器はインターネットにつながり、その結果、新たなビジネスが次々と生まれています。IoTによって「ネットにつながる」ことの最大の意義は、製品をめぐる「履歴」を把握できることです。以前は材料の購買から製造、出荷、販売、アフターサービスまで、バリューチェーンの最適化が経営課題でしたが、ネットにつながることで、製品を販売した後も顧客とつながり、利用頻度や使い方、故障の有無など、製品のライフサイクルを把握できるようになります。バリューが「チェーン」から「リンク」へと変わる。すなわちネットを介して顧客とつながることが、新たな価値の源泉になります。

ネットワーク化が進むと、次に起こるのが「シェアリング」です。例えば中国では、自転車シェアリングが急速に普及。自転車は個人が所有するものではなく、街中で共有するものになりつつあります。これが進めば、いずれ人は自転車を買わなくなり、自転車販売ビジネスは成り立たなくなります。シェアリングによってビジネス形態が大きく変わってしまうということです。

こうした「つながる」ビジネスは、徐々に大きなインパクトを持ちつつあります。オランダのある植物工場機器メーカーは、種苗や設備機器を無料で提供する代わりに、ネットワークで温度や湿度、照明などの育成データを一元管理するとともに、出荷調整まで可能にするビジネスモデルを構築しました。現時点

では、こうしたデジタル管理の下で栽培された野菜より、日本の農家が丹精込めて育てた野菜の方が上質です。しかし今後、デジタル技術が向上し、ある程度の品質を実現しながら低価格化できるようになれば、いずれ国産野菜を凌駕することは想像に難くありません。

同じことが保険ビジネスでもいえます。特に自動車保険においては、これまで大数の法則で統計的に計算し、保険料を割り出していたのが、ネットワーク化によって個別のデータを入力できるようになると、よりきめ細かく保険を設定し、利益率を下げるのが可能になります。さらにこれから自動運転が普及すれば、保険は個人ではなく自動車メーカーの責任で入るものになっていくでしょう。これにより自動車保険ビジネスの構造が根底から変わってしまうかもしれません。さらに機械がネットにつながることで、「人」をも評価する時代が到来しつつあります。その結果、これまで機械による代替は不可能だと考えられてきた高度専門職も、機械に取って代わられる可能性が出てきました。

自動化がもたらす新たなビジネスに対応する 企業連携

続いて、ロボット(自動化)がもたらすビジネスモデルの転換についても説明します。2020年は「自動化元年」ともいわれていますが、まず農業機械、建設・土木機械から自動化が始まります。自動化によって24時間フル稼働が可能になり、生産効率は飛躍的に高まります。一方自動運転ではできない緻密な操作が必要な場合は、国内外の遠隔地からネットワークを介してオペレータが操作することも現実味を帯びてきました。自動化による無人化に加え、遠隔化というビジネス形態も出てくるということです。その中で生まれてきたのが、「ラストワンタッチ」という発想です。すべてを自動化するのではなく、簡単な作業はロボットに委ね、仕上げ作業など高度な技術を要するプロセスは人間が担うというように、役割を分担することが今後の主流

になると考えられます。

また流通分野においては、海外では日本とは全く異なるかたちの自動化が進んでいます。アメリカを筆頭に欧州、中国などで進められているコンビニエンスストアのレジの無人化もその一つです。これは、映像で商品を認識し、自動精算するという仕組み。ところが現在の技術では、まだ小さい商品を認識できません。こうした課題に直面した時、技術開発によって課題を克服しようとして後れを取ってしまうのが日本の失敗パターンです。それに対して欧米人は「認識できないような小さな商品は

販売しない」という戦略を取ることで、いち早くデジタル化を進め、日本に先んじています。すなわち今後は、技術で解決すべきことと経営判断で解決すべきことを的確に見極めることが、企業連携においても重要になるでしょう。

人口減少が進む日本こそ、デジタル化を推進すべきです。しかしすべての経営課題をIoTやAI、ロボットで解決しようとするのは止めましょう。「ラストワンタッチ」を人間が担ったり、経営判断で技術に頼らない解決策を考えるなど、経営者視点で活用法を決定できれば、自動化はより大きな効果を生むはずですよ。

KIIC会員グループ活動報告

きょうとWEBショッパ研究会



副会長 伊藤了太氏

参画企業は実際にWEBショッパを運営し、売上向上やWEBスキルの向上、eコマースの活用法を考え、実践で得たノウハウや課題を持ち寄り、勉強会や情報交換会を行っています。定例会では、専任講師を招き、厳しくも有益なアドバイスをいただいたり、メンバーが自社の実績やノウハウを発表し、情報を共有。ここで得た知識を各々のホームページ運営に生かしています。

Kyooahoo



会長 林利治氏

京都の伝統産業系企業12社が集まり、海外展開を目的に活動をスタートさせました。2005(平成17)年にN.Y. Gift Showに出展して以来毎年続け、すでに26回を数えます。近年はヨーロッパやアジアの展示会にも参加し、販路拡大に努めています。そのおかげで特に中国をはじめアジアで売上を伸ばしています。今後は海外のみならず、国内の販路拡大にも力を注いでいく計画です。

きょうとマーケティング研究会



会長 石川憲昭氏

毎月の活動では、メンバーが自社の取り組みについて発表し、意見を交換したり、外部から講師を招いてマーケティングについての最新知識を勉強し、それぞれの実務に生かしています。また現場視察も重視。2017(平成29)年度は、祇園祭山鉾連合会の活動について話をうかがったり、河井寛次郎記念館に赴き、お孫さんである学芸員から話を聞いた他、陶芸体験や茶わん坂の工房を見学しました。

ライフサイエンス研究会



山本晃史氏

モノづくり企業7社が参画し、睡眠に関する技術開発に取り組んでいます。開発型企業だけでなく、販売力のある企業も参画し、ニーズオリエントで開発するところが特長です。現在は、睡眠の質を客観的に評価する装置を開発しています。試作品の実証実験を行うことが今年度の目標。睡眠の評価を通じて健康長寿につながるソリューションを提供することを目指しています。

テーブル交流会

KIIC会員グループ活動報告会の後、参加者が1テーブル最大6社、5テーブルに分かれ、財団職員がファシリテータとなって、グループディスカッション形式による「テーブル交流会」を開催しました。各テーブルでは、参加者がそれぞれの企業の事業・業務内容についてスピーチしたり、参加者同士で連携の可能性について議論を交わしました。1クール35分で席替えを行い、2クール行いました。これにより各参加者は10社程度の企業と出会うことができました。

今回のテーブル交流会では、約1/3の参加者が連携できそうな企業が「あった」と回答され、「無かった」と回答された参加者からも「参考になった」と肯定的な回答をいただきました。また、「テーブル交流会の時間を長くして欲しい」といった意見が複数あり、企業交流への期待の高さを伺えました。

盛況のもとに終了した交流のつどいを通じ、府内企業が新たな出会いを得て、連携でステップアップを目指すきっかけづくりができたイベントとなりました。



グループディスカッション形式によるテーブル交流会