

一般財団法人

経済広報センター

講演会「IoT/IoEの国際動向と日本企業の商機」

2015年9月1日(火) 14:00~16:00

経団連会館 経団連ホール(南)

講師: アクセンチュア(株) 清水新 執行役員戦略コンサルティング本部統括本部長

アクセンチュア(株) 浜野雅之 製造流通本部マネジング・ディレクター

【講演】

アクセンチュアの清水新執行役員戦略コンサルティング本部統括本部長はIoT/IoEは個々人のライフスタイルを大きく変革し、インターネットを通じて、双方向がつながり合うことが当然である社会構築を推進すると述べ、インターネットは生活の様々な体験を取り込み、顧客視点の商品・サービスが再構成されることで、マインドシェア獲得が新たな競争領域に変化すると主張した。また、90年代はモノ作り競争であったが、IoT/IoE時代は「モノ作りの事業モデル」から「顧客が求める成果を売る事業モデル」への転換が必要となり、より便利に、より快適性を求めるイノベーション競争に移行していると述べた。さらに、日本企業の成功の鍵として①経営者自らがデジタルイノベーション先頭に立ち、製品開発プロセスを構築し運用すること②モノ作りとは異なる評価指標の導入③外部の力を活用したサービス提案の枠組み作りとスピードの向上が不可欠であると主張した。

また、アクセンチュアの浜野雅之 製造流通本部マネジング・ディレクターは、IoT/IoEの海外事例から「顧客が求める成果を売る事業モデル」への転換の方法として

① 自社で構築(例: GE) ②買収で取り込み(例: Google) ③スピンアウトスピンイン

(例: Cisco) ④外部との連携(例: CLAAS)の4つの事例を述べた。先進的な海外企業がIoT/IoEに積極的に取り組む中、日本企業においても一部の企業が取り組みを開始したが、まだ緒に付いた程度であり、今後の消費高齢化に伴うGDP減少見込みに対して、IoT/IoEへの投資により2015年~2030年の累積で115兆円のGDP押し上げ効果が見込まれることから、日本企業は早急に手を打つことが必要であると述べた。

一方で、アクセンチュアが実施した、欧米の企業経営者と日本企業のCEOサーベイの結果から、日本の企業経営者はIoT/IoEによる変化を限定的と捉えている一方、欧米の企業経営者は既存の市場競争原理が破壊されつつあると危機感を抱いており、IoT/IoEを活用した新製品、サービスへの対応を早めていると述べた。

その背景として日本の企業経営者はIoT/IoEをオペレーションの改善ツールとして捉え、IT業界、小売業界、製造業等の特定の業界で有効であると考えているが、欧米の企業経営者は業界の枠組み自体を変える可能性があるかと認識しており、あらゆる産業業態で有効であると捉えていると分析を披露した。その上で、日本企業は、顧客価値を高めるビジネスモデルに転換し、CEO自らがIoT/IoE投資をR&Dや生産設備投資と同様に重要であると認識し、イノベーションを興す体制作りを行うことが出来れば商機があると主張した。

以上

一般財団法人 経済広報センター 国際広報部

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-3-2 経団連会館 19 階

webmaster@kkc.or.jp

<http://www.kkc.or.jp/>