

IoTイノベーションの期待

IPA顧問、学校法人・専門学校HAL 東京 校長 鶴保 征城

2015年2月に発表されたPwCの予測によれば、2050年のGDPランキングでは1位中国、2位インド、3位米国と続いて日本は7位になっている。メキシコにもインドネシアにも負けると予想されている。

戦後、ソニー、ホンダ、キヤノンなど、日本を代表するベンチャーが大企業に成長し、日本経済の発展を支えた。松下やシャープもその一角を支えていた。

ところが日本経済は1990年頃をピークに下降を始めた。現在までの30年近く、経営の中心課題がコストダウンと効率化になり、革新的な取り組みをしてこなかった。ニワトリが先か卵が先かはわからないが、結果的に企業のトップは守りが得意な人たちが占めている。

電気製品で言うと、新しいものはかならずソニーから出てきたが、今やソニーからワクワクするような商品は出なくなった。

辛うじて車はトヨタががんばっているが、車好きはアウディやBMW、ポルシェに乗っている人が多い。品質や価格では負けないが、魅力に欠けるのだと思う。

翻ってIoTを見てみると、2013年10月、調査会社のガートナーはインターネット接続デバイスについて次のように発表している。

- 2009年時点で、25億個のデバイスがインターネットに接続していた。うちパーソナルデバイスが16億個、IoTが9億個。
- 2020年には、300億個を超え、パーソナルデバイスが73億個、IoTが300億個となる。
- 2020年までのIoT増大によって得られる経済価値は1兆9000億ドルに及ぶ。

その後、2020年の300億個を500億個に増加させたレポートも発表されている。ファーウェイ・ジャパン副社長は2050年1000億個と予測しているが、これも控えめな数字になる可能性すら予想される。

これはまさしく革命が起ころうとしていると言っても過言ではない。このチャンスを生かし、低下する一方のGDPを押し上げるためにはイノ

ベーションが必要だ。

イノベーションを起こす企業には3つの共通項がある。

1番目は、卓越したリーダー。ソニー創業者の井深大氏、ホンダ創業者の本田宗一郎氏が代表的だ。

2番目は、変わり者社員とそれを許容する風土。不良社員かもしれないが、新しいことに粘り強く取り組む社員が必要だ。往々にして成績の良い社員は、頭の良さが邪魔をして、この点が弱い。

3番目は、サントリーのように「やってみなはれ」精神が社内に横溢していること。

イノベーションの実例を挙げると、ソニーのウォークマンだ。32年前ほど前、テープレコーダーから当時付いているのが当たり前だった録音機能を削り、その分良い音で聞けるようにしようというアイデアが出た。ソニーの全役員と技術エキスパートが大反対した。しかし当時会長だった盛田昭夫氏が「良い音だから売ってみろ」といった。すると大ヒットして、ウォークマンを聞きながらジョギングするといった新しい文化まで作ってしまった。このヒットが現在のソニーの基盤を作った。

ホンダのエアバッグも同じだ。社長以外の全員が反対したものを、小林三郎氏が16年かけて実現した。エアバッグが車の標準装備になる前は、年間1万1000人以上が交通事故で亡くなっていた。それが今は、5000人を切っているらしい。

では、IoTの世界でどのようなイノベーションが必要なのだろうか。

今後爆発的にネットにつながるデバイスが増えてくる状況で、中央集権的なサーバーコントロールで果たして世界が回るのかという問題がある。そのリスクを誰が担保するのか、維持費を誰が負担するのか？

どのようにして応答時間を保証するのか。

安定性や経済性、セキュリティ、応答性などの問題をはらんでいる中央集権的な仕組みではなく、端末同士が会話をして自律的に制御し、有機的な社会を築いていくことが必要ではないだろうか。

リーダーに人を得て、社風を変えられれば、日本の出番がくるのではと期待している。