

巻頭言

AIの要素技術が出揃ってきた今こそ、 利用技術の強さで勝つ

今井 俊哉

今井 俊哉 (いまい・としや)

toshiya.imai@pwc.com

Strategy& 東京オフィスのパートナー。約25年にわたり、コンピュータ・メーカー、ITサービスプロバイダー、電子部品メーカー、自動車メーカーに対し、全社戦略、営業マーケティング戦略、グローバル戦略、IT戦略等の立案、組織・風土改革、ターンアラウンドの実行支援等のプロジェクトを多数手がけてきた。PwC Japanのハイテク・通信・メディア・プラクティスのリーダーも務める。PwCコンサルティング合同会社 副代表執行役。

「AI(人口知能)」という言葉に対し、どこか研究開発的な臭いや実用性の乏しさを感じている方々は多いのではないだろうか。第一次、第二次AIブームの記憶が残っている皆さんの中で、AIの実用化が進む第三次AIブームを見て「ようやく来たか!」と快哉を叫んでいる方々は、新たな技術への興味や受容性が高い方々と言えるだろう。しかしながら、この1~2年でGoogle HomeやAmazon EchoといったAIアシスタントが家庭に普及してくると、もはや「AI活用」は当たり前となり、経営陣に「わが社でもAIを活用した新たなビジネスモデルを創り出せ!」と突然言い渡され、当惑するケースも増えてくるのではないかと想像している。

AIシステムは、いわゆる「核」とも言えるエンジン、分析対象としてのデータ、そして分析して結果を導き出すアプリケーションの大きく3つの要素で構成されている。AIというキーワードから、IBMのWatsonやGoogleのAlphaGoなどを思い浮かべる方々は多いと思われるが、現時点ではAIエンジンについての記述が多くみられる。システムの実装事例については、未だ各国の技術インフラや産業構造によってばらつきがあり、本格的な導入はこれからと認識されている。そして、これまでIT先進地としては米国のシリコンバレーやインドのバンガロールなどが名を馳せていたが、ことAI技術の開発については中国が急速にその存在感を高めている。

日本国内においてもAIベンチャーが数多く台頭しつつあり、Preferred Networksのように機械制御領域での強みを生かしてIoTの実現に寄与している企業もあれば、Bespokeのようにチャットボットを活用した外国人向けのコンシェルジュサービスを提供している企業もある。Preferred Networksは、日立製作所とファナックという日本の製造業を代表する大手企業と戦略的な

提携を発表し、世間を驚かせた。スケール感のある水平連携型の協業モデルを活用し、拡大しつつあるIoT関連の潜在ニーズを実需に基づいた事業機会に転換していこうという取り組みに感じられる。一方、Bespokeの創業者は、リーズナブルなビジネスホテルに宿泊している外国人観光客が「地元で評判のレストラン」といったローカル情報の入手に苦労している姿を見て「コンシェルジュサービスがあったら便利ではないか」とひらめいたという。同社は外国人AI技術集団の実装スキルでチャットベースのサービスモデルを実現し、急成長しつつある。上記の2社はいずれも30代~40代の若手経営者によって率いられているが、浮ついた印象は全くない。

日本経済の成長を牽引してきた伝統的な企業は、規模の大小を問わず、他にはない強みを何かしら持っているものである。AIのような新たな技術を戦略的に活用すれば、従来の「業種」や「国境」といった枠組みを越え、幅広いクライアントに自社の強みや能力を提供できるようになると考えられる。きめ細やかなサービスや心のこもった「おもてなし」、長年の経験と鍛錬によって磨き上げられてきた「匠の技」をそのままAIシステムに移し替えていくことは、現時点では容易ではないだろうが、日本企業が持っている「ケイパビリティ」や「素晴らしさ」を広く海外のクライアントに知らしめ、新たな事業機会を創り上げて行くことは十分可能だろう。AIの要素技術で後れを取ったとしても、アプリケーションやサービスなどの利用技術でリーダーシップを確立することは可能ではないか。2017年は「AI元年」とも言われていたが、時代が大きく移り変わる中で、日本企業の良さを形式知化することを通じ、今までとは一味違った競争優位の構築に繋げて行きたいと考えている。