

一般社団法人 日本MOT振興協会
第7回ソーシャル・デザイン委員会 討議内容

(原則として敬称略)

1. 委員会の概要

◇日時 2018年11月8日(木)午後零時～2時

◇場所 日本記者クラブ 10階 シルバールーム

◇出席者 講師・関口和一(日本経済新聞社編集委員)、千代倉弘明(委員長・諮問委員、東京工科大学メディア学部教授)、丸山剛司(副委員長・監事、中央大学理工学部特任教授)、飯沼瑞穂(副委員長・主任研究員、東京工科大学メディア学部准教授)、野口真理子(㈱博報堂テーマビジネス開発局アカウントディレクター)、大高香世(㈱Voice Vision 代表取締役社長・ファシリテーター)、遠藤健太郎(内閣府地方創生推進事務局参事官)、大久保淳(内閣府地方創生推進事務局主査)、林勝彦(科学ジャーナリスト、元NHKプロデューサー)、橋田忠明(副会長兼専務理事、日本経済新聞社・社友)、田中幸子(事務局員、前㈱日本CG協会(現デジタルコンテンツ協会)事務局員)

◇提出書類

- (1) 第7回ソーシャル・デザイン委員会 議事次第・出席者名簿
- (2) 第6回ソーシャル・デザイン委員会 討議内容
- (3) 第47回知的財産委員会資料
- (4) 「女性の活躍舞台づくり」委員会の第30回会合資料
- (5) MOT活動報告 VOL.50

2. 委員会の討議内容

橋田忠明副会長兼専務理事から開会の挨拶の後、事務局から報告事項として、9月18日(火)に第47回知的財産委員会が開催されたこと、9月26日(木)に第30回「女性の活躍舞台づくり」委員会が開催されたことについての報告があった。

3. 関口和一氏の講演内容

- ・ 技術変革が起きたことによって、事業モデルが変わり、社会・経済の在り方も大きく変わっているのではないかというのが問題意識である。
- ・ 最近の一番の話題は、ソフトバンクとトヨタの提携である。モビリティとAIを融合していく方針。
- ・ トヨタは「CASE(コネクティビティ・オートノマス・シェアード・エレクトリック)」を掲げ、モビリティ改革を促す。
- ・ 昔のモータリゼーションは、車に乗ってダウンタウンから郊外のショッピングモールに行くこと。これが社会の在り方や街づくりまで変えてしまった。未来のモータリゼーションは、スマートフォンからオーダーを出して自動車が向こうからやってくる。
- ・ 所有から利用へ。これを実践するために現在色々な事例が発表されている。(例：トヨタの定額で車乗り換え自由)
- ・ 自動運転やシェアリングが広がれば、駐車場などは他の目的で使えるかもしれない。充電している時以外は車が動き回ること、街づくりも根本的に変わるのではないか。
- ・ 実は2010年くらいから、トヨタでも車は余り売れていない。特に先進国では車は売れなくなってきている現状がある。
- ・ 国内では、車よりもスマートフォンを買いいたいという若者の嗜好性の変化が背景にあり、市場が3割ほど縮小している実態がある。

- ・ 欧州では「Bla Bla Car」というライドシェアのマッチングを提供している会社が人気。ライドシェアとは、同じ目的地に行く人をネットで募り、同じ車で一緒に行くことで、高速代やガソリン代の負担を減らせ、場合によっては運転も交代でできる。ユーザー数は 6000 万人と非常に伸びている。
- ・ 今までは車というモノに価値があったが、現在はプラットフォームやサービスに価値が移りつつある。そのため、自動車業界においては競合他社が同じ業界の会社だけではなくてきているというビジネスモデルの変化がある。
- ・ 2040 年には 75%が自動運転になると予測されている。1 つの車がシェアされる未来が来ると、ますます車は売れなくなり、自動車業界は打撃を受けるだろう。
- ・ 中国のライドシェアサービス「滴滴出行」は成功を納め、日本に進出しようとしている。
- ・ キャッシュレス決済が大きな流れの一つ。中国ではアリペイやウィーチャットペイの台頭で、電子決済が国民のほとんどのに浸透している。日本は韓国や中国に比べて遅れを取っている現状がある。
- ・ UBER や airbnb は事業モデルを変えた。いまや BMW や Marriott の時価総額を上回り、企業価値の逆転現象を引き起こしている。
- ・ 現在到来している第 4 次産業革命とは、デジタル 3 セット（AI、IoT、ビッグデータ）の活用やソーシャルエコノミーの拡大、シェアリングエコノミーの広がり、デジタルトランスフォーメーション、シンギュラリティの到来など。
- ・ ソーシャルエコノミーが拡大したことで、利益よりも満足度といった価値へ重点が置かれるようになり、新しいパラダイムに変わりつつある。
- ・ シェアリングエコノミーとしては、UBER などの「移動」や airbnb のような「宿泊」の他にも、様々なジャンルに広がりつつある。例えば、普段使っていないピアノを弾きたい人に貸して共有するなどの「施設」など。
- ・ 指数関数的な技術革新が起きており、2045 年には AI が人間の脳を上回ると予測されている。
- ・ AI は 1997 年にチェスチャンピオンを打ち負かし、その 16 年後にはプロ棋士を破った。その僅か 3 年後には、プロの囲碁棋士が AI に敗北している。
- ・ オックスフォード大学のマイケル・オズボーン准教授によると、コンピューターの進化に伴って、AI やロボットに代替される仕事は、日本では 49%にも上る。他国に比べて高い水準だが、AI によって最も変わる・成長できる可能性があるとも言える。
- ・ フランスのマクロン政権は、海外から優秀な人材を勧誘するために「フレンチテック」ビザを発給するなど、AI、IoT 戦略を推進している。
- ・ 日本は暗黙知（アウンの呼吸で協力する）や匠の技術があったため、アナログの製造業は強かった。しかし、グローバル化が進んだ現代、日本はデジタルへの変革を迫られている。
- ・ AI、IoT 時代のイノベーションとしては、技術の改良よりも発想の転換から新しいモノを生み出すこと、日本で成功したら海外で展開しようというようなガラパゴス市場からの脱却など。それに伴い、経営トップの意識改革や安全神話に対する見直しなど、経営戦略も変革が必要になってくる。
- ・ デジタル時代において、過去の英国での「赤旗法」のような技術革新を妨げるような規制を作ってはならない。

4.意見交換

- ・ 新しい技術が入る時に、必ず抵抗勢力がいる。技術よりもデジタル時代にふさわしい制度や法律というのをどういう風に作ったらいいのかを考えるべきだ。
- ・ 今の IT 革命は製造業にとってチャンスなのに、動きがとれてないのはもったいない。抵抗勢力は、法的な

規制や業界規制、それに自己規制がある。時間はかかるがこれを変えていかなくてはならない。今までのビジネスモデルを壊さない形でデジタル化を進めるのはナンセンスだと思う。ユーザーが声を上げるのが重要。

- ・ 産業革命は機械が肉体労働から解放してくれた。でも今は頭脳の置き換えである。所得格差を考えると、サービスを受けられないような人が増えていくのではないか。
→頭脳労働中心になってオフィス労働がなくなったとしても、その分介護などの人間にしかできない仕事に人材を配分することが可能になるため、職がなくなるということはないと考えている。
- ・ どういう社会を作るのかという構想をしてから、それにどんな技術が必要なのかを考えていくことが中心となっている。このような考えのもと、例えば高齢化社会など日本が先導的な立場で社会を作れると良い。
- ・ 置き換えではなく、新しい職が生まれる形で技術が進むとより良い。
- ・ ファックスを使っているのは日本だけ。誰もやめようとしないうし、下に合わせてしまう風潮がある。日本は海外のように、皆で IT を学んで底上げしようというような姿勢がない。
- ・ 「競争領域」と「強調領域」が混合しているところが日本の欠点である。
- ・ ノルウェーのように社会全体がレピテーションをあげる社会風土があるから電子化がうまくいく。
- ・ カバンのレンタル会社で、多くの種類からカバンを借りるだけではなく、自分のカバンを貸し出すこともできるシェアリングサービス会社もある。
- ・ 日本で全くのゼロからインダストリーとして、世界に貢献した事例はあるのか。
→ビデオテープレコーダーや液晶など日本が発展させたものはある。
- ・ 例えば保険会社など、対面のリアルなビジネスが日本は続いていた一方で、デジタルなものも生まれてきた。しかし、比較を重ねた末に、最後は人と、ダイレクトに契約をしたいという顧客の声もある。最終的には無人の世界なのか、それとも人を介したサービスも付加価値として合わせた世界になるのか。
→人間は最後には必要である。ネットを介して信頼を担保するためにはどうすべきなのかというビジネスモデルがまだ確立できていない。
- ・ 世界の中で、日本のエンジニアがどういう位置づけでやっていけるのかが一つの大きなテーマだと思う。1980年代、日本は膨大な国費をつぎ込んで AI に殺到したが、現代にも残っているものは何も生まれなかったにも等しい。この過去の失敗をどう生かすのか。
- ・ 日本に昔からあるモノづくりと AI などの最上位のものとどうつながったら日本の産業は良くなるか。
→島国で国と言うボーダーが侵される心配のない日本は、0 から 1 よりも 1 から 9 に持っていくような、外から来たものを改良していくような応用が強い風潮がある。「おもてなし」のようなものと AI をどうつなげるかはユーザー視点で考えることが大事。どういう社会が来るのかを予見してから技術革新を進める。
- ・ ソニーはウォークマンを作って CD まで作ったのに、アップルに負けてしまった。日本の自動車業界もそうならないように気を付けなければいけない。
- ・ 燃料電池の車のステーションがないようなインフラのない日本では燃料電池の自動車は売れない。
- ・ トヨタとソフトバンクが提携したのは、車をディスパーチしている配車屋であるソフトバンクが将来のトヨタの客になるという考えに行きついたから。
- ・ 理系・文系の仕分けについて、データサイエンスができる人材が必要となってくる。アメリカでは文理の区別なくそういう人材を生み出すためにカリキュラムを変更する動きが進んでいる。日本もこの流れが進めばいい。

5. 次回の会合は、2018年1月18日（金）12:00～14:00（於）日本記者クラブ9階小会議室で、演題は「映像で語る Sustainability ～「軍艦島」と「伊勢神宮」～」、講師は、科学ジャーナリストの林勝彦（はやし・かつひこ）氏。