

## IoTで激変する日本型ビジネスモデルの実現

～AIをいかに活用するか～

大野治（サムコンサルタント）

### 要旨

世界のIoTを牽引している国や企業の取り組みから見えてくることは、その背後にある製造業の大転換の動きである。IoTを単なる技術と見做してはならず、IoTを活用して「モノ」から「コト」へのビジネス転換、すなわち「製品の販売」から「サービスの提供」へのビジネス転換、そして無駄の一切ない高効率な工場の実現である。

どちらも顧客との長期的で良好な関係を構築し、共に利益を得る思想で、世界中の企業がこれに向かって進もうとしている。

「日本のIoT市場は2017年から2022年に向けて年率15%で伸びる」とのIDC Japanの予測（2016年8月）もあり、IoT化は着々と進んでいるように見える。しかし、アメリカやドイツのIoT市場の伸びとの差が存在する。内閣府の「平成30年版 経済財政白書」によると、今後のIoT導入意向はアメリカやドイツは70%～80%程度になのに、日本は40%程度にとどまっている。

IDC Japanの「国内におけるIoTの取り組み状況調査」（2016年8月）では、日本のIoT市場は2017年から2022年に向けて年率15%で伸びると予測しており、日本のIoT化は着々と進んでいるように見える。

しかし2018年4月にガートナーは一転して、「IoTは多くの企業がこれまで経験したことのないビジネス・スキームの変革や新たなテクノロジーへのチャレンジとなっている。変革を進めようとするものの準備や環境が思うように整わず、IoT推進の理想と現実のギャップに苦慮する日本企業の姿が現れた」とレポートした。さらに、2018年8月に内閣府も「平成30年版 経済財政白書」で、IoTの導入状況についてはアメリカが40%を超えているのに日本は20%程度で、今後の導入意向についてはアメリカやドイツは70%～80%程度になのに対し、日本は40%程度にとどまっていると報告している。

どうも日本企業はIoT化に苦戦していて、世界との差は開く一方のようといえる。このままでは世界の趨勢に取り残されてしまう。この原因は何なのかを、まずIoTとは何か、そしてIoTの市場構造とIoT市場を牽引している各社の動向、さらに産業構造の変化から、日本企業のとるべき戦略を、併せて、日本企業が事業のIoT化を進める際にAIをいかに活用するか、さらに直面する6つの壁の存在と、その壁の乗り越え方を論じる。

本著作物は原著作者の許可を得て、株式会社日本科学技術研修所（以下弊社）が掲載しています。本著作物の著作権については、制作した原著作者に帰属します。

原著作者および弊社の許可なく営利・非営利・イントラネットを問わず、本著作物の複製・転用・販売等を禁止します。

所属および役職等は、公開当時のものです。

■公開資料ページ

弊社ウェブページで各種資料をご覧ください <http://www.i-juse.co.jp/statistics/jirei/>

■お問い合わせ先

(株)日科技研 数理事業部 パッケージサポート係 <http://www.i-juse.co.jp/statistics/support/contact.html>