

第49回横幹技術フォーラム「ビジネスイノベーションが先導する第4次産業革命の実現に向けた産学官の役割と課題とは」を企画して

横幹連合理事・産学連携委員 藤井 享*



IoT、AIの活用による第4次産業革命への取り組みが、現在、産（実）業界において展開されている。この流れの中で、現存の企業・団体においては、デジタルソリューションを活用して、製造から流通までも含めたバリューチェーン全体を見据えたビジネスモデルをどのように確立させていくかが大きな課題になっている。また、新興企業による新たなビジネスモデルとの競争等、これまで想定していなかった競争構造（破壊的イノベーション）に直面するといった脅威に晒されている。

このような背景において、第49回横幹技術フォーラムでは、「ビジネスイノベーションが先導する第4次産業革命の実現に向けた産学官の役割と課題」をテーマに、わが国が、第4次産業革命を実現していくための課題点について、ビジネスイノベーション（戦略経営）の視点からご講演頂いた。

本誌では、ご講演頂いた内、3名の有識者の方々に、その論旨を纏めて頂いた。その内容を、学会員他、多くの方々へ情報発信させて頂きたい。

中央大学専門職大学院戦略経営研究科・丹沢安治教授からは、「BtoBにおけるプラットフォームビジネスの競争優位戦略」という論題で、ドイツ経営経済学会及び、日本の製造業者への調査研究から、戦略経営分野の2つの理論を用いて分析、ご紹介頂いた。その結果、日本の製造業者のBtoB領域におけるプラットフォームビジネスの、①組織構造、②競争構造、③行動指針について解説して頂き、これまでにない新たな知見を明示頂いた。その中で、

日本の製造業者への政策的な提言として、従来のモノづくり（FA化や見える化など）や、生産性向上施策などの優位分野での、更なる深耕の必要性和、BtoBの領域におけるキラーアプリの確保や、課金システムの管理権限など、プラットフォームビジネスの戦略的特性を認識する必要性についての提言を頂いた。

岩手県立大学総合政策学部・近藤信一准教授からは、「日系電子部品メーカーによるIoT市場の市場獲得戦略」という論題で、「市場」としてのIoTに注目し、IoTビジネスの市場獲得戦略がどうなるのか、その時のビジネスモデルがどうなるのか、という問題意識に基づきご報告を頂いた。その中で、製造業のIoT（インダストリー4.0、第4次産業革命）は、「1次、2次、3次の次は4次である。」ではなく、3.0…3.1…3.2…3.9と進めていって、インダストリー4.0にはならないのである。」なぜかというところ「IoTは、破壊的イノベーションだからである。」とご紹介頂いた。これまで日本企業は、インダストリー3.0で先行してきたため、その延長線上で、ものごとを捉えがちであるが、日本企業がインダストリー4.0を実現していくためには、ダイナミックな組織と意識の変革の必要性をご指摘頂いた。

株式会社日立製作所研究開発グループ・馬場健治部長からは、同社が手掛けるビジネスイノベーションを生み出す価値手法である「NEXPERIENCE」をご紹介頂いた。同社では、ビジネスイノベーション創生には、社内検討だけでなく、ステークホルダーとの検討（顧客協創）が必要不可欠との認識から、顧客協創によるサービス設計プロセスを推進してい

*株式会社日立製作所 産業・流通ビジネスユニット，営業企画本部部長代理・博士（学術），尚美学園大学大学院総合政策研究科・客員教授

る。その主な内容として、(1) 社会課題の解決を伴うイノベーション機会の発見、(2) 価値を提供するサービスアイデアの創生、(3) 各ステークホルダーにメリットのあるビジネスモデルの設計、(4) サービスの価値の定量的評価、について詳細に、ご紹介頂いた。

本フォーラムの企画を通しての感想は、グローバル化やデジタル化は、イノベーション創出の機会である。今後、わが国においてインダストリー 4.0

を実現していくにあたり、ビジネス（戦略経営）という視点からイノベーションモデルを創造していくことが求められている。それは、さまざまな科学や技術のつながりにおいて、ビジネス（戦略経営）的視点からの考察が大変重要との認識である。

今後も、「ビジネスイノベーションが先導する第4次産業革命」を中心テーマとして、様々な角度から、継続的な検討を行い、未来の望ましい社会の創造に向けた提言を行っていきたい。