

テックファーム 執行役員

吉田 賢治郎氏



AIやIoTブームはいずれ終わるが、ブームで終わらせないためには、3つの視点から考えることがポイントになる。

1つ目の視点は「新カスマーファースト」だ。AIやIoTを活用したシステムを考える際、対象となる消費者の行動全体に注目。1つの製品の機能拡張ではなく、一連の動きから課題を探し出し、1つのプラットフォームで必要なものすべてを連携、提供していくというアプローチが有効だ。

例えば主婦向けのサービスなら、電子レンジや冷蔵庫の機能拡張をするだけでなく、夕食のレシピの提案から、買い物の際に冷蔵庫の中身を確認することまでをIoTでつなぐことなど

が考えられる。既存の製品やサービスがカバーできていないところを補完するアイデアを、複数のベンダーが持ち寄り、それらを組み合わせることで提供される共創の発想が不可欠だ。

2つ目の視点は「データファースト」である。AIやIoTに投資するかどうかを決定する際には、継続的に活用できるデータを得られるかが一つの判断材料になる。ブームが去った後には使えないデータが残るのでは意味がない。

その上で、ブームは次のブームにつながっていくことを認識する必要がある。例えば情報共有について考えると、グループウェアが登場し、ナレッジマネジメントが流行、現在では交流サイト(SNS)を活用するなど段階的に取り組みが進化してきた。時代ごとにつくられたシステムや企業文化は、ブームが去っても資産として残り、企業活動に生かされていくものだ。

いまAIやIoTの活用

新たな視点で活用法を見極める

を検討することは決して無駄にならず、改善点の発見や新しい企業文化を生み出していくことにもつながることを意識したい。

3つ目の視点は「テクノロジーファースト」だ。お客様のニーズに対応しようとするのではなく、自社の強みとIoTやAIのような新しい技術を組み合わせるからこそできる新しいイノベーションに取り組みことを推奨する。

ある航空会社は、チケットの予約や空港内のナビゲーション、ペーパーレス搭乗機能を搭載したスマホアプリと腕時計型端末(スマートウォッチ)を連動させ、スマホを取り出さなくても、スマートウォッチをかざすだけで搭乗できるサービスを提供し、この「テクノロジーファースト」を体現した。

AIやIoTにどのような向き合うのか、これら3つの視点を踏まえて見極めてほしい。そのとき、テックファームの技術と経験も役立つだろう。