

デジタルのエコシステムは市場を再形成し、企業同士が業界を超えて相互補完する経済を創造することが明らかに—アクセントゥア調査レポート「テクノロジービジョン 2015」

将来のデジタルビジネスに影響を与える5つのテクノロジートレンドを予測

【ニューヨーク発：2015年2月2日】

アクセントゥア（NYSE: ACN）は、世界のテクノロジートレンドに関する最新の年次調査レポート「[Accenture Technology Vision 2015](#)（以下、テクノロジービジョン 2015）」において、現在の市場は「We Economy（企業同士が業界を超えて相互に補完し合う経済）」と呼ばれる概念に基づく再形成の過渡期にあり、「We Economy」によって人々の働き方や暮らしに大きな変化が生まれつつあることを明らかにしました。「テクノロジービジョン 2015」によると、先進的な企業は、デジタルビジネスが生み出す新たなエコシステムの形成に向けて、異なる業界のデジタルビジネスやデジタルサービスを使う顧客、さらにはネットワークの末端のデジタル機器に至るまで幅広く目を向けています。

こうした先進的な企業は、すでに最新のテクノロジーを活用したデジタルビジネスへの転換に着手し、自社の強みとデジタルの力を融合させて市場の再形成に力を注いでいます。そして、単独の組織としてではなく、エコシステムの中で企業同士が相互に補完し合う「We Economy」を成長させることで、各社が自社の強みを最大限に発揮して収益を拡大することができるとしています。

「We Economy」への転換は、アクセントゥアが世界 2,000 人以上の IT 担当役員および経営幹部を対象に実施した調査の中で明らかになっています。同調査では、5人中4人の回答者が、「将来、プラットフォームが産業を再形成し、各業界を相互に連携させるエコシステムを生み出すことで、業界の垣根は取り払われるだろう」と回答しています。また、回答者の60%は「同じ業界内で新たなパートナーと協業する計画がある」と回答しているのに対し、40%は「デジタル技術に関して他業界と提携する計画がある」、48%は「デジタル技術のプラットフォームを提供する先進企業との提携を計画している」と回答しています。

「テクノロジービジョン2015」調査結果

5人中4人の回答者が、

「将来、プラットフォームが産業を再形成し、各業界を相互に連携させるエコシステムを生み出すことで、業界の垣根は取り払われるだろう」と回答



60%

同じ業界内で新たなパートナーと協業する計画がある



40%

デジタル技術に関して他業界と提携する計画がある



48%

デジタル技術のプラットフォームを提供する先進企業との提携を計画している

アクセントの最高技術責任者（CTO）であるポール・ドーアティは、次のように述べています。「アクセントは昨年のテクノロジービジョンで、大企業が経営の効率化を図り、新たな市場への参入やパートナーとの提携、顧客対応、取引管理の手法を変革するために、デジタル技術を活用していかに市場で復権を果たすかということを説明しました。デジタル技術が経営構造のDNAにしっかりと根付いた今、こうした大企業は次世代の商品やサービスの開発、またより大きな変革を生み出す新たなビジネスモデルを創造し、デジタルビジネスのエコシステムをさらに活用することで、自社の領域をますます拡大させています。」

組み込みデバイスが既存のインターネット環境内で繋がるなど、インダストリアル・インターネット・オブ・シングス（Industrial Internet of Things、以下 IIoT）は急速に普及しています。「テクノロジービジョン 2015」では、こうした中で、各企業がどのようにデジタルのエコシステムを活用して、新たなサービスや顧客体験の提供、また新市場への参入を行っているかについての最新事例を紹介しています。

アクセントの調査によると、回答者の 35%はすでに他社が公開する API^{*1} を活用してビジネスパートナーとデータ統合などの連携を進めており、38%は連携を計画中であることがわかりました。例えば、米国のホームセンター大手ホーム・デポ（Home Depot）は、メーカーと連携して自社が販売するすべてのスマート家電に、ソフトウェア企業「ウィンク（Wink）」製のスマート家電システムとの互換性を持たせました。これにより、独自のスマート家電のエコシステムを作り、新たなサービスとユニークな体験をウィンクの顧客に提供することが可能になりました。

同様に、オランダの電機大手フィリップス（Philips）は、セールスフォース・ドットコム（salesforce.com）と連携しながら、ヘルスケア分野におけるサービスの再形成や最適化のためのプラットフォーム構築に取り組んでいます。両社が構想中のプラットフォームによって、開発者のエコシステムが生まれ、今後ヘルスケアの全領域において医師と患者の円滑なコミュニケーション、および診察や診断後のスムーズな作業フローを可能にするヘルスケアアプリケーションの開発が進むでしょう。これを実現させるためには、カルテの電子化だけでなくフィリップスの画像機器やモニター機器、パーソナル端末から得られる診断や治療の情報、各種技術を取り入れた壮大なエコシステムが必要です。

「テクノロジービジョン 2015」では、ホーム・デポやフィリップスなどデジタルのエコシステムを活用する先進企業が、自社だけでは成し得なかった手法で新たな収益源の創造に成功した事例が紹介されています。また、未来のデジタル市場を担うキープレイヤーに共通して見られる 5 つの新たなテクノロジートレンドにも焦点を当てています。

■「個」客体験をもたらすインターネット（The Internet of Me）：限りなくカスタム化された世界

日常のモノがオンラインへ移行するにつれ、顧客体験もオンラインに移行しており、個人の生活のあらゆるシーンに密着した多くのデジタルチャネルが生まれています。企業が「顧客の関心を引くために利用している、もしくは試している」と回答した新たなチャネルの上位には、ウェアラブル端末（62%）、スマートテレビ（68%）、スマートカー（59%）、その他のスマート製品（64%）が挙げられています。未来志向の企業は、新たなアプリケーションや商品、サービスを生み出す手法を変革し、かつ確実に利益につなげています。企業は個々の顧客体験をコントロールするために、顧客のプロファイルや状況に応じたカスタム化された体験を創造していますが、顧客からの信頼も必要です。新たな利益を生み出すことに成功した企業の多く（60%）は、「カスタム化された顧客体験を生み出すテクノロジーへの投資が成果につながった」と回答しています。次世代の有力企業になるのは、この『「個」客体験をもたらすインターネット（The Internet of Me）」を実現できる企業なのです。

■成果を売る経済（Outcome Economy）：確実な成果を生み出すハードウェア

インテリジェントなハードウェアが、デジタル世界と現実世界との最後のギャップを埋めようとしています。有力企業は、顧客が本当に望むもの、つまり単なる商品やサービスではなくより価値のある成果を生み出すために、IIoT の活用に目を向け、ハードウェアとセンサーをデジタル機器に組み込み、高度に連携させようとしています。実際、回答者の 87% はインテリジェントなハードウェアやセンサー、ネットワークの端末を多く活用しており、「企業活動はこれまでのように単に商品やサービスを売ることから（商品やサービスの利用を通じた）成果を売る体制に急速に移行している」と回答しています。そして回答者の 84% は、「商品から得られるインテリジェンスを活用することで、商品がどのように使用され、消費者がどのような成果を求めているのかについて理解が深まった」と評価しています。こうした「デジタルディスラプター（デジタル化時代の創造的破壊者）」は、競合企業に勝つために、単に物売るのではなく、それによってもたらされる成果を売らなければならないこと、そのために物の活用やそれにまつわる体験価値までフォローすべきであることを認識しています。これが新しい「成果を売る経済（Outcome Economy）」です。

■プラットフォームの改革と進化（The Platform (R)evolution）：エコシステムを定義し、産業を再定義する

デジタル時代のプラットフォームとエコシステムは、飛躍的なイノベーションと破壊的な成長の波をさらに加速させています。プラットフォームを軸にビジネスを展開する企業は、デジタル経済において成長と収益を向上させる多くの機会を獲得しています。事実、回答者の 75% が、「次世代のプラットフォームは大手のテクノロジー企業ではなく、業界のプレイヤーやリーダーによって構築されるだろう」と考えています。そして、回答者の 4 分の 3 近く（74%）が、デジタルビジネスのパートナーとデータを統合するために、プラットフォームを活用している、または実験的に導入しています。クラウドやモバイルの急速な進化は、プラットフォームに関するコスト面や技術面での障壁を取り払うだけでなく、業界や地域を越えた新たな企業活動の領域を作り出しています。つまり、プラットフォームを基本とするエコシステムが新たな競争の舞台となっているのです。

■インテリジェントな企業 (Intelligent Enterprise) : 膨大なデータとスマートな仕組みが優れたビジネスを生み出す

これまで、先進的なソフトウェアの主な目的は、社員の効率的な業務運営と迅速な意思決定を支援することでした。しかし、本格的なビッグデータの時代が到来し、データの処理能力やデータサイエンス、認知技術が飛躍的に高度化した現在、「ソフトウェアインテリジェンス」によって、企業は高度な処理に基づく情報に従って、優れた意思決定を行うことが可能になります。回答者の 80%は、「アプリケーションやツールが人間に近い知能を持つ『ソフトウェアインテリジェンス』の時代が到来している」と答えています。さらに回答者の 78%は、「ソフトウェアは近い将来、環境の変化を学習しながら、過去の経験を踏まえたより高度な情報処理を行うようになるだろう」と考えています。「ソフトウェアインテリジェンス」によって、実務上のさまざまな知見やソフトウェアを活用した次世代のサービスが生み出されることで、企業全体にわたるイノベーションが推進され、新たな進化と発見がもたらされるでしょう。

■「ワークフォース」再考 (Workforce Reimagined) : 人間と機械の連携がもたらすコラボレーション

デジタル変革の潮流によって、人間と機械のコラボレーションがさらに求められています。調査に回答した企業の多く (57%) では、データの可視化のように IT の専門家が必要であった作業を、ユーザー側の社員でも行えるテクノロジーが導入されています。直感的なインターフェースやウェアラブル端末、スマート機器の進化は、テクノロジーを通じて企業が労働力を強化する新たな機会を与えるとともに、人間と機械のコラボレーションを管理する上での新たな課題も生み出します。回答を寄せた経営幹部の 78%は、ビジネスの成功のためには社員とインテリジェント機器のコラボレーションの維持と管理が重要だと認識しています。そして回答者の 77%は、「3 年以内には、『インテリジェントソフトウェア』やアルゴリズム、機械学習を利用する途上で、社員トレーニングと同等の労力を機械のトレーニングにも費やす必要があるだろう」と考えています。人間の能力とインテリジェントな技術が組み合わせられることのメリットを認識し、双方を活かした新たなワークフォースを再考、構築することが企業を成功に導くでしょう。

ポール・ドーアティは、次のように述べています。「業務を改善する上で単に社内に注目するのではなく、周囲を見渡してデジタルのエコシステムを創造し、自らもエコシステムの一部になることが企業の成功につながります。成功する企業は、単に商品やサービスを売るのではなく、成果を生み出すことの重要性に気づき、顧客やパートナー、社員、そして他業界へ広がる広範囲なデジタル構造へ自らのビジネスを組み込むことの必要性を見だし始めています。」

アクセンチュアは、約 15 年にわたってビジネスと産業界に破壊的な変革をもたらす新たな IT トрендを見極めるべく、企業活動のすべての領域における考察を系統的に行ってきました。最新レポートの詳細については www.accenture.com/technologyvision を参照するか、ツイッターでハッシュタグ #TechVision2015 を検索してスレッドをフォローしてください。

調査方法について

毎年発表されるアクセントゥアの「テクノロジービジョン」は、[アクセントゥア・テクノロジー・ラボ](#)によって作成されます。今回は調査にあたり、公的機関や民間企業、研究機関、ベンチャーキャピタル、新興企業に所属する 20 名以上の幹部と実業家で構成されるテクノロジービジョン外部諮問委員会から情報を収集しました。また、テクノロジービジョンの編纂チームが、テクノロジー分野の有識者や業界の専門家、アクセントゥアの経営幹部に対して 100 件近くのインタビューを行いました。また同チームは、興味深い新しいテクノロジーのテーマを発見するために、アクセントゥアのコラボレーション技術とクラウドソーシングを用いたオンラインコンテストを実施し、アクセントゥアの専門家たちから提供される膨大な知見と革新的なアイデアを活用しました。このコンテストには 1,700 人以上の社内の専門家が参加し、貴重なアイデアを提供するとともに、他者の意見に対して投票しました。

同時に、アクセントゥア・リサーチは、新しいテクノロジーの採用に関する知見を得るために、9 カ国、10 の業界にわたる 2,000 人の企業幹部および IT 担当役員を対象に調査を行い、主要な課題と優先的に採用、投資すべきテクノロジーを明らかにしました。主な回答者は、少なくとも 5 億ドルの売上有る企業の経営幹部であり、大多数の企業は 60 億ドル以上の売上があります。

*1：アプリケーション・プログラム・インターフェースの略。異なるアプリケーションを連携させて使用するための技術仕様。

アクセントゥアについて

[アクセントゥア](#)は、経営コンサルティング、テクノロジー・サービス、アウトソーシング・サービスを提供するグローバル企業です。約 31 万 9,000 人の社員を擁し、世界 120 カ国以上のお客様にサービスを提供しています。豊富な経験、あらゆる業界や業務に対応できる能力、世界で最も成功を収めている企業に関する広範囲に及ぶリサーチなどの強みを活かし、民間企業や官公庁のお客様がより高いビジネス・パフォーマンスを達成できるよう、その実現に向けてお客様とともに取り組んでいます。2014 年 8 月 31 日を期末とする 2014 年会計年度の売上高は、300 億 US ドルでした（2001 年 7 月 19 日 NYSE 上場、略号：ACN）。

アクセントゥアの詳細は www.accenture.com を、

アクセントゥア株式会社の詳細は www.accenture.com/jp をご覧ください。

【本件に関するお問い合わせ先】

アクセントゥア株式会社

マーケティング・コミュニケーション部

増田 繁夫

TEL: 045-330-7157 (部門代表)

Email: shigeo.masuda@accenture.com