

明日の日本 Vol.16

明後日の世界



第16回
AI・IoTの
ビッグウェーブに
乗って
日本の未来を!

1. AIとIoTとが起す 大きな産業革命

今は自動車産業が引っ張る日本経済ですが、これがいつまでも続くのか。往時は200万人を超えた東京モーターショーの来場者も100万人割れしており、世界のプロからはそっぽを向かれていますと評する識者もいます。次の世代の幸せのために、日本が世界を引っ張るもう一つのビッグな産業の育成は急務です。

上で、満足度はキーワードになると私は考えています。この満足度はストックにも影響されるのではないでしょう。外国人観光客インバウンドが一挙に何倍にも膨らんだのは、京都の町並みしかり、日本食しかり、自然を敬うライフスタイルしかりで、我が国のストックに対する満足度の高さが大きく寄与したからではないでしょうか。

3. AIとIoT革命の成果を 振り向ける先

日本の生産性、取り分けサービス産業の生産性が先進国の中で見劣りするということ、これは逆に新産業育成の可能性が高いということではないかと私には見えます。サービス満足度のデータを集めて現場に還元するソフトと、蓄積されたノウハウ・資産に対する満足度を考慮した指標を生み出すことができれば、今後日本の繁栄を引っ張ることができるのではないのでしょうか。それを基にサービス産業の生産性向上を実現するための関連サポート産業が育成され、これは今後日本と同じ道(経済の成熟化、少子高齢化の進展)を歩むことが予想される現在の新興国に対して外貨を稼ぐ産業に育つと、私は考えています。

具体的なイメージを申し上げれば、現在大手コンビニではAIが販売実績や天候などから売れ行きを予測し、端

目を転じると、AI(人工知能)とIoT(総てのものがインターネットに繋がる)とがもたらす需要は産業革命的な様相を呈しています。この流れは数十年は続くでしょう。とすればこれを利用して新たな産業を起こしていくことが大切です。

2. 我が国に必要な生産性改革

日本は少子高齢化により今後もずっと人手不足が継続します。一般論として、だから日本は少ない人数でより多くの付加価値を生み出す生産性改革が必要だと言われています。しかしそこは要素を分けて考える必要があります。

現状日本の労働力生産性はOECD加盟国中で20位以下です。製造業はランクは落ちましたが、まだ世界トップテン辺りにいます。この裏返しで、情報・金融・販売・飲食等のサービス産業の生産性が高くないのが現状です。

労働生産性がGDPを(就業者数×労働時間)で割ったものを言う以上、生産性改革の一番の手法は分子であるGDPを引き上げることになり、まさしくアベノミクスの目指すGDP600兆円が一つの回答だと思えます。もう一つの方法は、GDPの規模は維持しつつ分母の(就業者数×労働時間)を少なくすることで、これが働き方改革ということになります。

末に必要な発注数を教えてくれるというシステムの導入や、商品の入ったかごをレジに置くだけで会計から袋詰めまで自動の無人レジが検討されています。ここまでは世界でも進行しつつある取り組みですが、かつて生鮮食品中心の在庫管理マニュアルのみが売りだった米国のコンビニを新たな業態・産業に昇華させたように、日本ならこのシステムに顧客満足度向上のより付加価値のあるサービスを付け加えられるように思えます。満足度向上という意味では、歌舞伎や旅館等のソフトストックを生かしたデイズニerlandを超えエンターテインメント施設の展開も面白いでしょう。

データを蓄積・効率処理する為にはAIとIoTとのコラボです。まさしく本稿のスタートに戻って来ました。この分野はデータの量と質とが勝負の要になっていくでしょう。となると、私には日本と同様の先進成熟経済国・少子高齢国である欧州が魅力的に見えます。日EUのEPA締結を契機として、この欧州と提携するのです。近年の外国人観光客の増加はアジア人による寄与度が高かったですが、欧州とコラボして沢山のデータを交換・活用し、欧州からの観光客を増やすことで、日本と欧州の観光産業のさらなる強化を図るのです。更に生産性の高い社会システムを構築するために、それ以外の

製造業の場合、ロボットの導入等で生産性を上げることが多く行われ、これからもこの流れは加速していく事と思います。上の例の分母を少なくする方法です。サービス産業の場合、ロボットが接客するホテルの登場など、機械化で生産性を上げることも行われるでしょう。しかし人対人との関係が重要なサービス産業の場合、単に機械に接客を置き換えても満足度が下がって単価が下がり、売り上げが上がりません。これも想定できます。事実ロボット導入ホテルの客単価は低いと聞いています。勿論インバウンドのようにマーケットが増えている分野では客単価は下げても、お客さんを増やすことで売り上げを増大して生産性を高める方法もあります。しかしサービス産業の場合原則的には国内マーケットが対象ですから、人口減少の日本においてマーケットが縮小することはまず確実です。製造業なら輸出でのマーケット拡大もあるでしょうが、サービス産業の場合、生産性を上げるために客単価上昇による分子の規模拡大が重要と思えます。物でもサービスでも、その価格は受け手の満足度を反映したものであるはずですから、どうやって受け手の満足度を上げるか、その成功事例のデータ化がなされる必要があるのではないのでしょうか。

サービス産業の生産性向上を考える

大きなデータも共有できることが将来の可能性につながるのではないのでしょうか。

日本は今少子高齢化を筆頭に国難が山積み状態ですが、冬来たりなば春遠からじにしていかなければなりません。そのためには旧態を一新する別の文化の斬新な発想が必要です。大化の改新も、明治維新もそうやって乗り切ってきたのではないのでしょうか。今回も欧州とコラボして海外の流れを導入することで国難を乗り切ってみる、そんな発想も必要かと一つの提案をしてみました。

濱田 敏彰

Toshiaki Hamada

1955年大阪市福島生まれの東京日本橋育ち。東京大学法学部を卒業し、大蔵省(現財務省)に入省。政府経済見通しの作成に始まり、銀行検査官、税務署長、大阪税関長、大臣官房審議官、他省への出向ではジェトロコペンハーゲン事務所長、地方分権推進委員会事務局参事官、東日本大震災の際には消防庁審議官を経験。2015年税務大学校長を締め退官し、現在は経営コンサルタント、国際医療福祉大学客員教授。

