



NLI Research Institute
Symposium
2019

2019年 ニッセイ基礎研シンポジウム

新たな局面を迎えた世界経済と日本の未来


2019-10-9



RESEARCH

ニッセイ基礎研究所

●—— 基調講演者




竹中 平蔵氏 | たけなか へいぞう
慶應義塾大学名誉教授 東洋大学教授

●

1951年、和歌山県生まれ。慶應義塾大学名誉教授、東洋大学教授。博士(経済学)。一橋大学経済学部卒業後、73年日本開発銀行入行、81年に退職後、ハーバード大学客員准教授、慶應義塾大学総合政策学部教授などを務める。01年、小泉内閣の経済財政政策担当大臣就任を皮切りに金融担当大臣、郵政民営化担当大臣、総務大臣などを歴任。04年参議院議員に当選。06年9月、参議院議員を辞職し政界を引退。ほか公益社団法人日本経済研究センター研究顧問、アカデミーヒルズ理事長、(株)パソナグループ取締役会長、オリックス(株)社外取締役、SBIホールディングス(株)社外取締役、世界経済フォーラム(ダボス会議)理事などを兼職。


●—— パネリスト



田中 道昭氏 | たなか みちあき
立教大学ビジネススクール
(大学院ビジネスデザイン研究科)教授。

●


シカゴ大学MBA。専門は企業戦略&マーケティング戦略及びミッション・マネジメント&リーダーシップ。三菱東京UFJ銀行投資銀行部門調査役、シティバンク資産証券部トランザクター(バイスプレジデント)、バンクオブアメリカ証券会社ストラクチャードファイナンス部長(プリンシパル)、ABNアムロ証券会社オリジネーション本部長(マネージングディレクター)等を歴任し、現在は株式会社マーキングポイント代表取締役社長。主な著書に『GAFA × BATH 米中メガテックの競争戦略』『アマゾン銀行が誕生する日 2025年の次世代金融シナリオ』『アマゾンが描く2022年の世界』『2022年の次世代自動車産業』。



吉村 隆氏 | よしむら たかし
日本経済団体連合会 産業技術本部長

●

1997年一橋大学大学院修了後、経団連事務局入局。経済本部にて金融制度改革、国際協力本部にて開発援助政策や経済連携協定の推進に関与した後、08年より産業技術本部に配属。17年より同本部の本部長として、Society 5.0の推進をはじめとする科学技術イノベーション政策のほか、知的財産・ベンチャー・情報通信・宇宙・海洋・防衛産業に関する政策を担当。経済産業省や文部科学省など政府の審議会・研究会の委員を多数経験するとともに、東京大学未来ビジョン研究センター・政策研究大学院大学にて客員研究員も務める。




矢嶋 康次 | やじま やすひで
ニッセイ基礎研究所 研究理事 チーフエコノミスト

●

新潟県出身。東京工業大学卒業。1992年日本生命保険相互会社入社、1995年ニッセイ基礎研究所へ。2017年から現職。専門は日本経済・金融政策。[非伝統的金融政策の経済分析資産価格からみた効果の検証](共著)で毎日新聞社「エコノミスト賞」を受賞。「米中デジタル戦争と日本のSociety5.0」(2018)「デジタル・プラットフォーマーの規制論～成長か規制か」(2019)などデジタル領域の研究を進める。テレビ東京「Newsモーニングサテライト」等、テレビ出演多数。

●—— コーディネーター



樋 浩一 | はじ こういち
ニッセイ基礎研究所 専務理事
エグゼクティブ・フェロー

●

東京大学理学部卒業。同大学大学院理学系研究科修士課程修了。ハワイ大学大学院経済学部修士。旧経済企画庁入庁。1992年ニッセイ基礎研究所入社。チーフエコノミストなどを経て、2012年から現職。著書に「日本経済の呪縛—日本を惑わす金融資産という幻想」(東洋経済新報社)、『貯蓄率ゼロ経済—円安・インフレ・高金利時代がやってくる』(日本経済新聞出版社)など。

AI、ロボット、IoT、ビッグデータ、シェアリング・エコノミー、といった「第4次産業革命」と呼ばれる大きな波が、経済だけではなく社会のあり方を変えようとしており、これらの変化に対応することが、国・企業に強く求められる時代となっております。

テクノロジーの進歩が経済・社会にもたらす影響や、今後の国・企業の進むべき道筋について、少しでもお役に立てる情報をご提供できれば幸いです。

株式会社ニッセイ基礎研究所
代表取締役社長 手島 恒明

基調講演

第4次産業革命下の世界と日本

パネルディスカッション

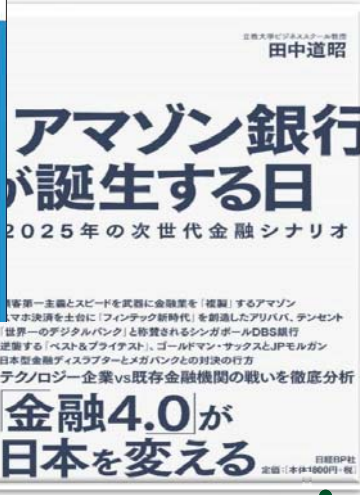
データエコノミー時代の企業戦略とは

データエコノミー時代の企業戦略

ニッセイ基礎研究所 シンポジウム

2022年の次世代自動車産業 異業種競争の攻防と日本の活路

アマゾンが描く2022年の世界 全ての業界を震撼させる「ベゾスの大戦略」



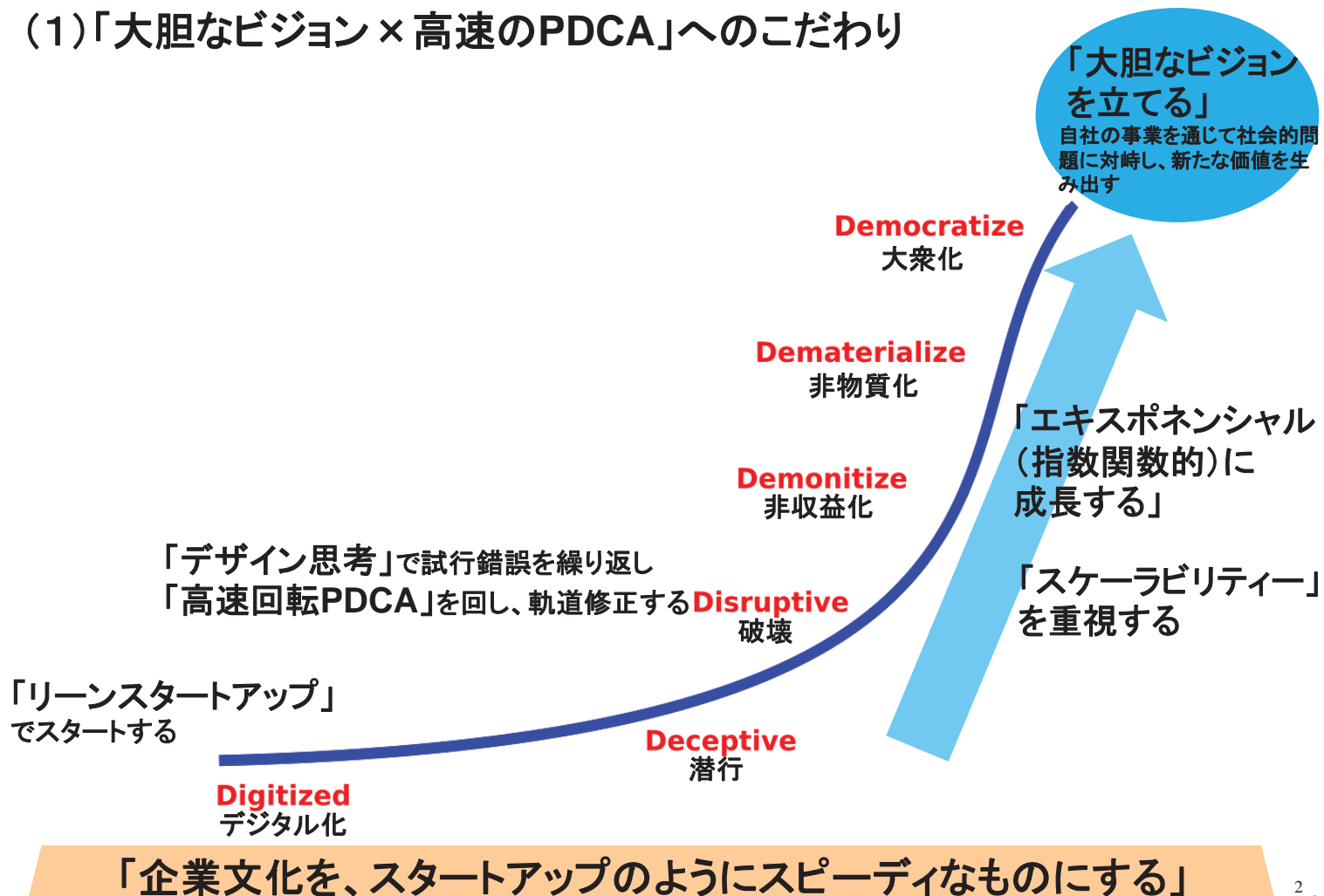
田中道昭

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

米中プラットフォームの企業戦略の特徴

- (1) 「大胆なビジョン×高速のPDCA」へのこだわり
- (2) カスタマーエクスペリエンスを重視していること
- (3) 事業の本質をDXによってアップデート(進化)させていること

(1)「大胆なビジョン×高速のPDCA」へのこだわり



Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

(2) カスタマーエクスペリエンスを重視していること

(2) CX(顧客の経験価値)に対する哲学・想い・こだわり

CX(顧客の経験価値)とは何か？

- 人が人間として持っている本能や欲望に応えること
- テクノロジーの進化により高度化する「問題」や「ストレス」を解決すること
- 「察する」テクノロジー
- 顧客に「〇〇取引をしている」ことを感じさせないこと

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

顧客に「買い物をしていることを感じさせない」 「支払いしていることを感じさせない」 アマゾン・ゴー



Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

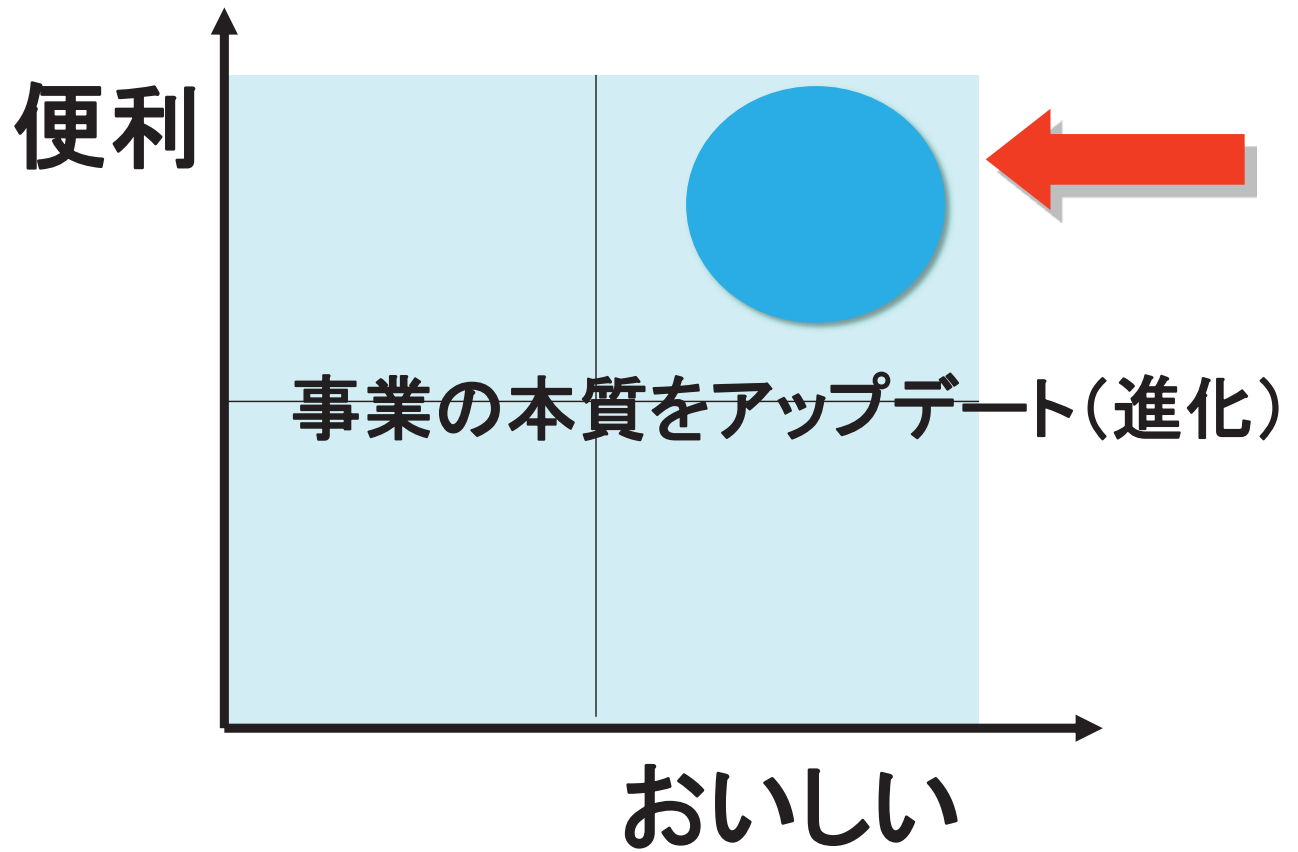
4

(3) 事業の本質をDXによってアップデート(進化)させていること



Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

5



顧客に「買い物をしていると感じさせない」・「支払いをしていると感じさせない」
アマゾン・ゴー



アマゾンゴー最新レポート(2019年1月講師撮影)



8

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

アマゾンゴー最新レポート(2019年1月講師撮影)



9

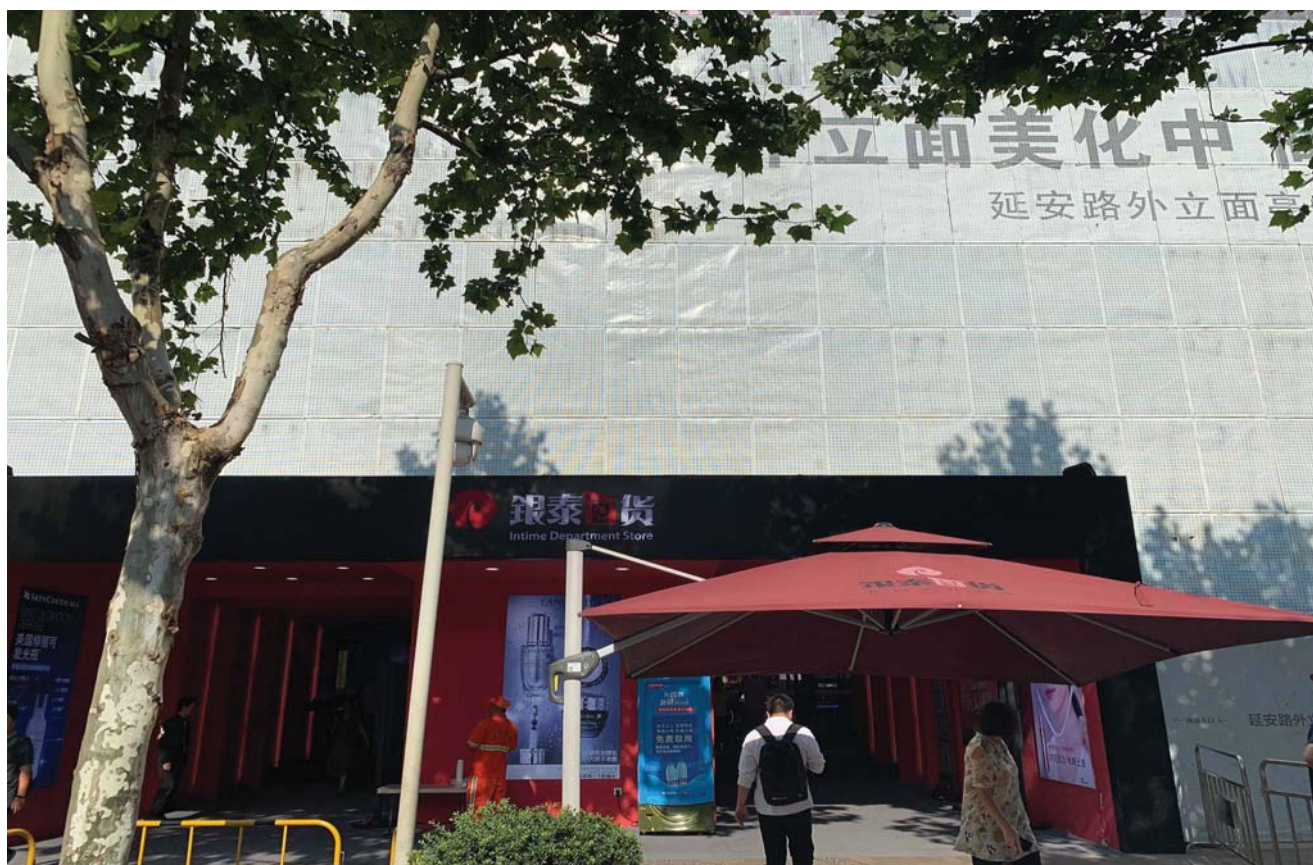
Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

アリババ銀泰は百貨店の「温故知新」 (アップデート)

10

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

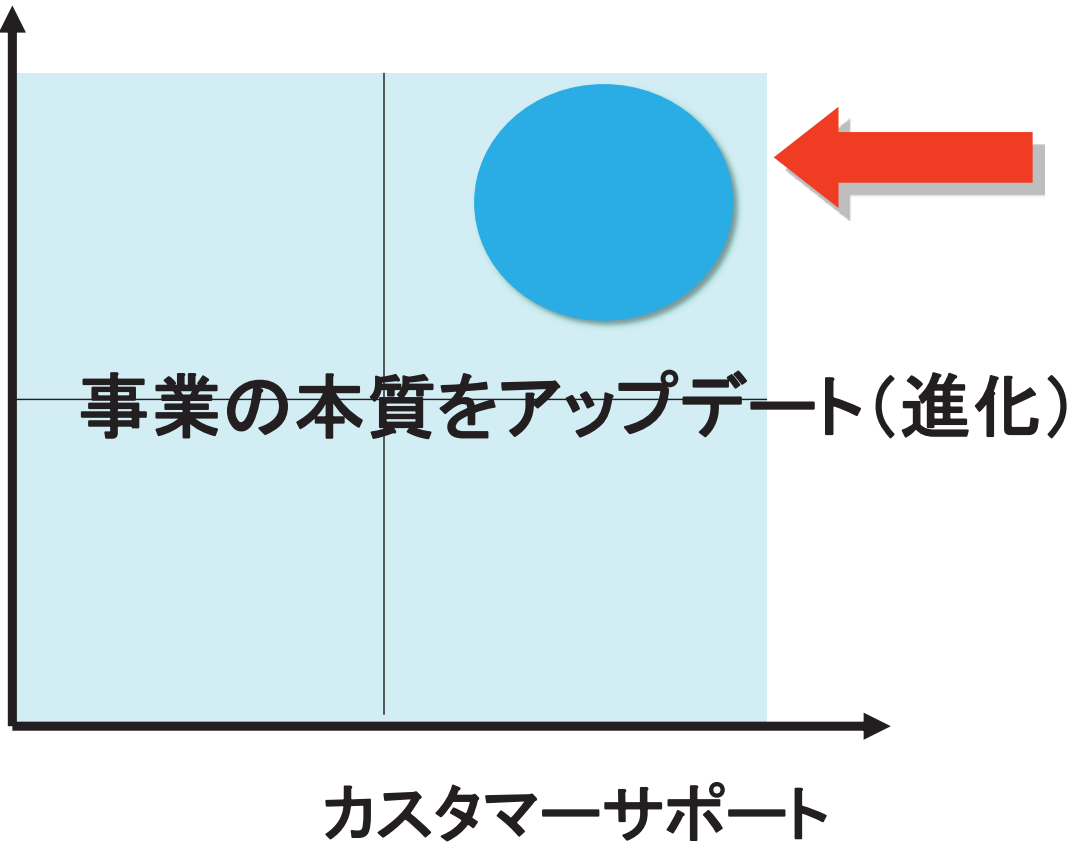
アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影)



11

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

自分が求める
品揃え
豊富



アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影)



アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影)

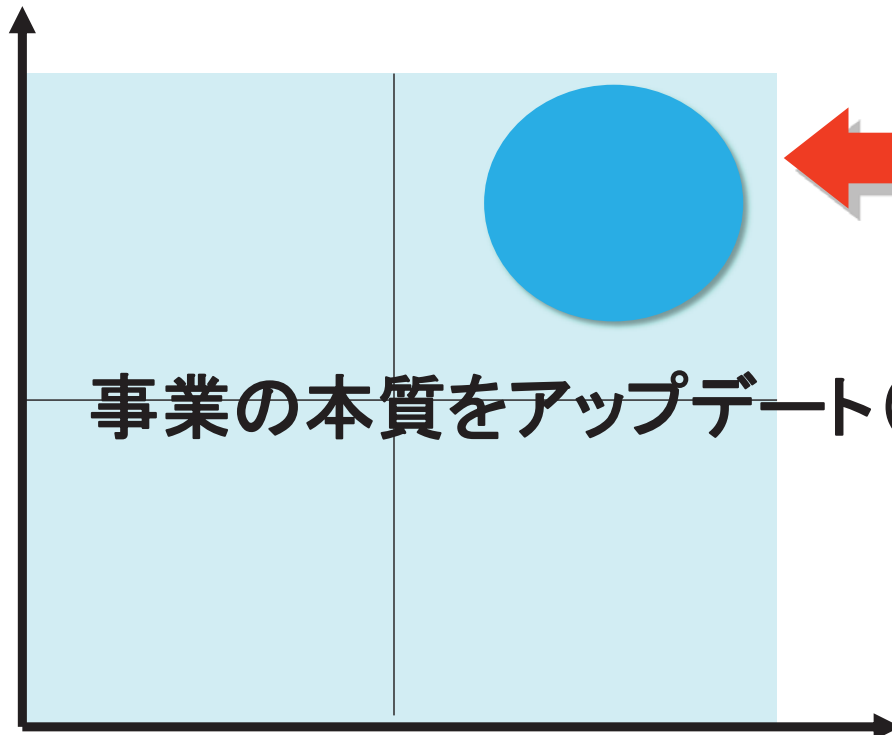


14

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

百貨店の事業の本質をアップデート(進化)させたアリババ銀泰

集客



販売支援

15

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

アリババ銀泰最新レポート(2019年7月講師撮影)



16

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影)



17

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

アリババにおけるニューリテールの先導役：
盒馬鮮生でのバリューチェーン×レイヤー構造



バリューチェーン構造



レイヤー構造

食品デリバリー	盒馬鮮生及び「Ele.me」
エンターテインメント	「YOUKU(ヨーク)」
マーケティング	阿里妈妈(アリママ)
個人信用情報	芝麻信用
ファイナンス	アリペイ
ブロックチェーン	アリババブロックチェーン
ロジスティクス	菜鸟网络(ツアイニャオ)
クラウドコンピューティング	アリババクラウド

アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影)
スマートシティ



アリババ銀泰最新レポート(2019年7月撮影) スマートシティ



Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

「株式会社中国」の競争優位

規模の経済

スケール・エコノミー

14億人のスケール

3つの経済

プラットフォーム
エコシステム

範囲の経済

スコープ・エコノミー

デジタル化を基軸に
対象範囲が増大

速度の経済

スピード・エコノミー

社会実装のスピード
では米国を凌駕

優れたカスタマーエクスペリエンス

Copyright © Michiaki Tanaka All rights reserved.

「株式会社中国」3つの重要政策

中国製造2025

2025年までに「製造大国」
から「製造強国」に転換

- (1) 百度(Baidu): 自動運転
- (2) アリババ(Alibaba): スマートシティ
- (3) テンセント(Tencent): ヘルスケア
- (4) アイフライテック(Iflytek): 音声認識
- (5) センスタイム(Sense Time): 画像認識

3つの経済

プラットフォーム
エコシステム

インターネットプラス政策

スケール経済がフルに活か
せる11の重点分野を指定

次世代AI発展計画

中国5大AI企業に主要5分野
のAI推進を委託

2019年 ニッセイ基礎研究所シンポジウム

Society 5.0

～デジタルトランスフォーメーションを通じた価値創造～

日本経済団体連合会
産業技術本部長
吉村 隆

経団連について



- 名 称
一般社団法人 日本経済団体連合会（経団連）
- 目 的
総合経済団体として、企業と企業を支える個人や地域の活力を引き出し、我が国経済の自律的な発展と国民生活の向上に寄与すること
- 設立日
1946年8月16日
- 会 長
中西 宏明（日立製作所会長）
- 会員数
企業会員1,412 団体会員156 特別会員32
計 1,600（2019年4月1日現在）

Society 5.0 : 創造社会

2

世界に迫る大きな変化の波

Keidanren
Policy & Action

- いま世界には、大きな社会変革につながる「技術的变化」、経済の重心がシフトする「経済・地政学的変化」、地球環境等の問題を踏まえた「マインドセットの変化」など、急激な変化の波が迫っている。
- こうした変化をリスクとして捉えるのではなく、チャンスと捉えることが重要。変化の波をいかに使っていくかという想像力が問われる。



技術的变化

AIやIoTなどのデジタル技術やバイオテクノロジーの革新



経済・地政学的変化

世界経済の中心がアジア（中国、インド、ASEAN）に急シフト
少子高齢化や人口爆発など人口動態の激変



マインドセットの変化

地球環境など世界規模の問題深刻化によるSDGs等への取り組み重視

3

「デジタルトランスフォーメーション」 (Digital Transformation : DX)

デジタル技術を活かして既存の製品・サービスの付加価値を高めたり業務の効率化を図ることではなく、経営や事業の在り方やビジネスモデル、さらには人々の生活や働き方までも変革すること

Digitalization ≠ **Digital Transformation**

「デジタルライゼーション」 Digitalization

デジタル技術を使って既存製品の付加価値を高めたり、業務の効率化を図ったりすること

デジタル技術の例









IoT	あらゆるモノがインターネットに接続され、センサーなどからリアルタイムにデータが収集できるようになる。デジタル革新の対象があらゆるモノ・ヒト・コトに広がる。
AI(人工知能)	AIは適切に設計して運用されれば、非常に複雑な問題も解決できる。人間が行ってきた業務の多くは、AIによって自動化することが可能となる。AIの本質は「能力の流通とコモディティ化」である。
ロボット	AIの能力は、ロボットによってフィジカル空間で発揮される。さまざまなモノが知能を有するようになり、社会のスマート化が進んでいく。
分散台帳技術	ブロックチェーンなど分散台帳技術は、効率的な取引や追跡可能性の向上に大きな影響を与える。信用や信頼の新たな形をもたらす。

4

米中デジタル企業の躍進

- 米中が、スマートフォン利用者に対するインターネットを介した革新的なサービスやアプリ提供などによって躍進し、世界時価総額の上位を席巻している。
- 大量のデジタルデータやAIの活用を進め、さらに革新的な製品・サービスを生み出し続けており、近年フィジカル空間へも進出しつつある。

世界時価総額ランキング (2019年5月末)

1位	Microsoft		5位	Facebook	
2位	Amazon		6位	Berkshire Hathaway	
3位	Apple		7位	Tencent	
4位	Google		8位	Alibaba	

※日本企業は47位にトヨタ自動車が入っているのみ

5

Sustainable Development Goals

- 持続可能な開発目標 (SDGs) は、2015年9月の国連サミットで全会一致で採択された、2030年までの目標。
- 2000年の国連サミットで合意されたミレニアム開発目標 (MDGs) に代わる、国際社会の新しい共通目標。
- 環境問題や貧国・格差などに関する **17のグローバル目標と169のターゲット** から構成されている。

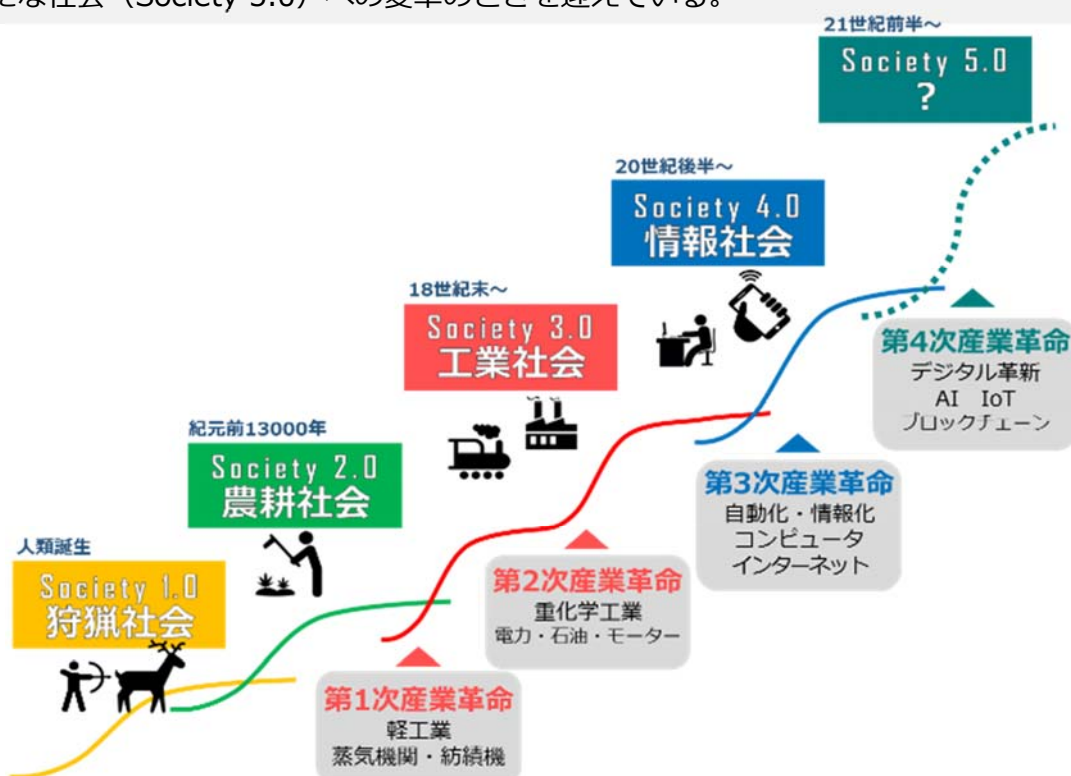
特徴

- 持続可能な開発の3つの側面 (経済、社会、環境) に統合的に対応
- 「誰一人取り残さない」が標語
- 先進国・途上国すべての国を対象とする普遍的目標
- 全てのステークホルダー (政府、企業、NGO等) に役割

6

情報社会の次の段階へ

- 人類は「狩猟社会」「農耕社会」「工業社会」「情報社会」と発展してきた。
- 今、デジタル革新 (デジタルトランスフォーメーション) をきっかけに第5段階の新たな社会 (Society 5.0) への変革のときを迎えている。



7

- Society 5.0は第5段階目の社会として、政府の「第5期科学技術基本計画」(2016年1月)において提唱されて以降、官民を挙げて推進。同計画では、「サイバー空間とフィジカル空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会」とされ、「超スマート社会」と呼ばれていた。
- 今回、経団連は、Society 5.0を再定義した。

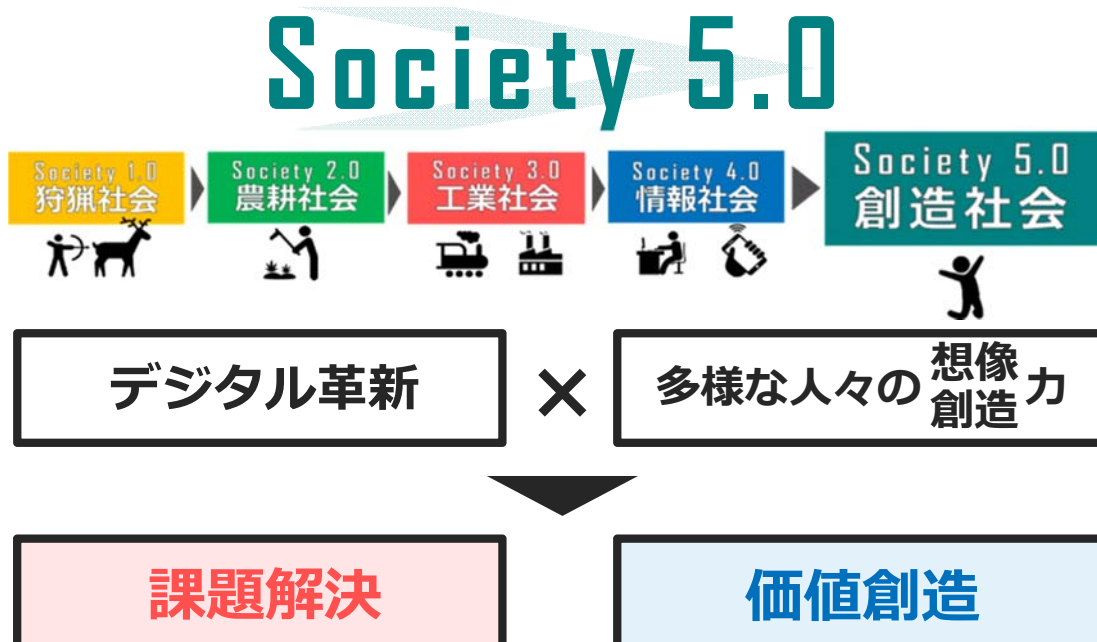


出典：政府広報オンライン「ソサエティ5.0」 <https://www.gov-online.go.jp/cam/s5/>

8

Society 5.0は「創造社会」

- Society 5.0時代に人間に必要なのは、社会に散らばる多様なニーズや課題を読み取りそれを解決するシナリオを設計する豊かな想像力と、デジタル技術やデータを活用してそれを現実のものとする創造力。
- Society 5.0とは、創造社会であり、「デジタル革新と多様な人々の想像・創造力の融合によって、社会の課題を解決し、価値を創造する社会」。



9

- Society 5.0で目指す社会は、「課題解決・価値創造」「多様性」「分散」「強靱」「持続可能性・自然共生」などがキーワードとなる。デジタルの流れを放っておけば、集中や格差拡大が進むが、分散化の方向へあえて進むのがSociety 5.0の方向。
- さまざまな制約から解放され、誰もが、いつでもどこでも、安心して、自然と共生しながら、価値を生み出す社会を目指していく。



Society 5.0 for SDGs

- 社会課題の解決や人・機械・自然の共生を目指すSociety 5.0は、国連が採択したSDGsの達成にも貢献可能。変革の方向は軌を一にしている。
- 「Society 5.0 for SDGs」の国際標準化に向け、日本がリーダーシップを発揮すべき。



デジタルトランスフォーメーションの推進

12

フィジカル空間からサイバー空間への展開 Keidanren Policy & Action

- 今後、デジタルをめぐる主戦場はフィジカル空間へと移る。日本企業は、フィジカル空間での技術的優位性を武器にして、サイバー空間への展開をいち早く行わなければならない。
- 日本としては、各領域の知識とリアルなデータを活用したAI化を重点的に進める戦略が必要。

展開戦略の定石

負け戦のパターン



このシナリオでは、実世界技術は、AI / Cloud Platformの端末化の道をたどる

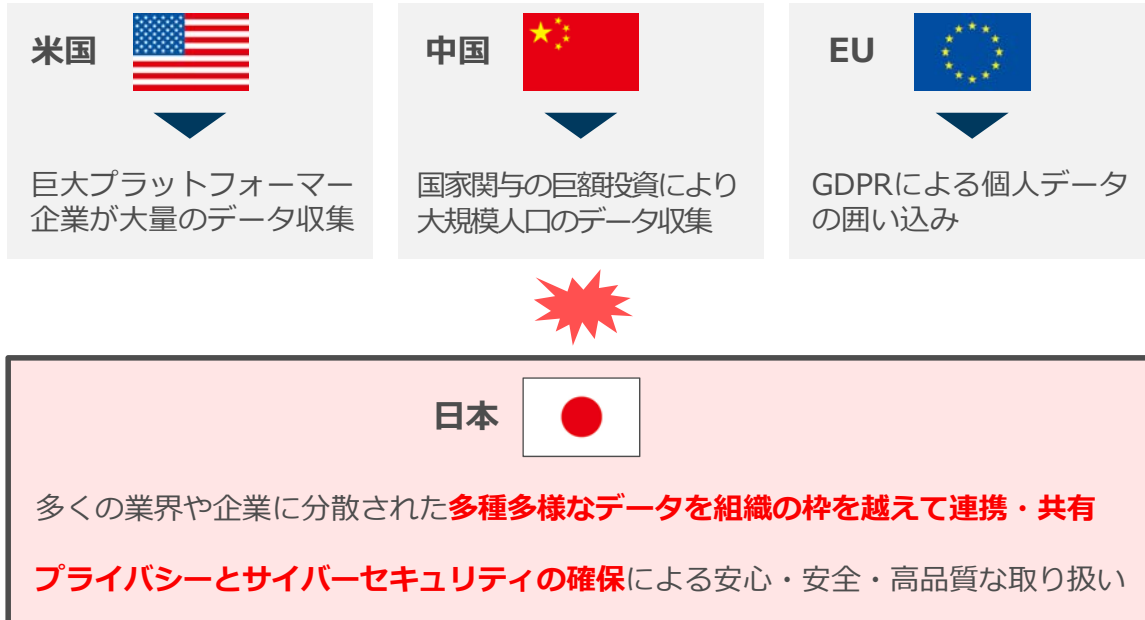
展開戦略の定石

勝ち戦のパターン



このシナリオでは、強力な実世界技術を根子に、一気呵成にAI / Cloud Platformでも勝ちきる

- データ覇権をめぐる各国の争いが激化する中、日本は多種多様なデータの共有を図るべき
- データやAIの普及を進めるため関連ポリシーを確立し、適切に取り扱う



個人データの活用推進に向けて

- Society 5.0の実現には社会全体のデジタルトランスフォーメーションを進めることが必要だが、わが国においては企業によるデータ活用、とりわけ個人データの活用が十分に進んでいない。
- 企業は、経営者のリーダーシップのもと、消費者に対して、プライバシーやサイバーセキュリティへの配慮を示しつつ、個人データの活用した革新的なサービスが社会課題を解決し、新たな価値を創造する姿を提示していくことが重要。

月刊経団連2019年10月号（2019年10月1日発行）「特集 個人データの活用推進に向けて」

座談会：社会課題解決に資する個人データ利活用の課題

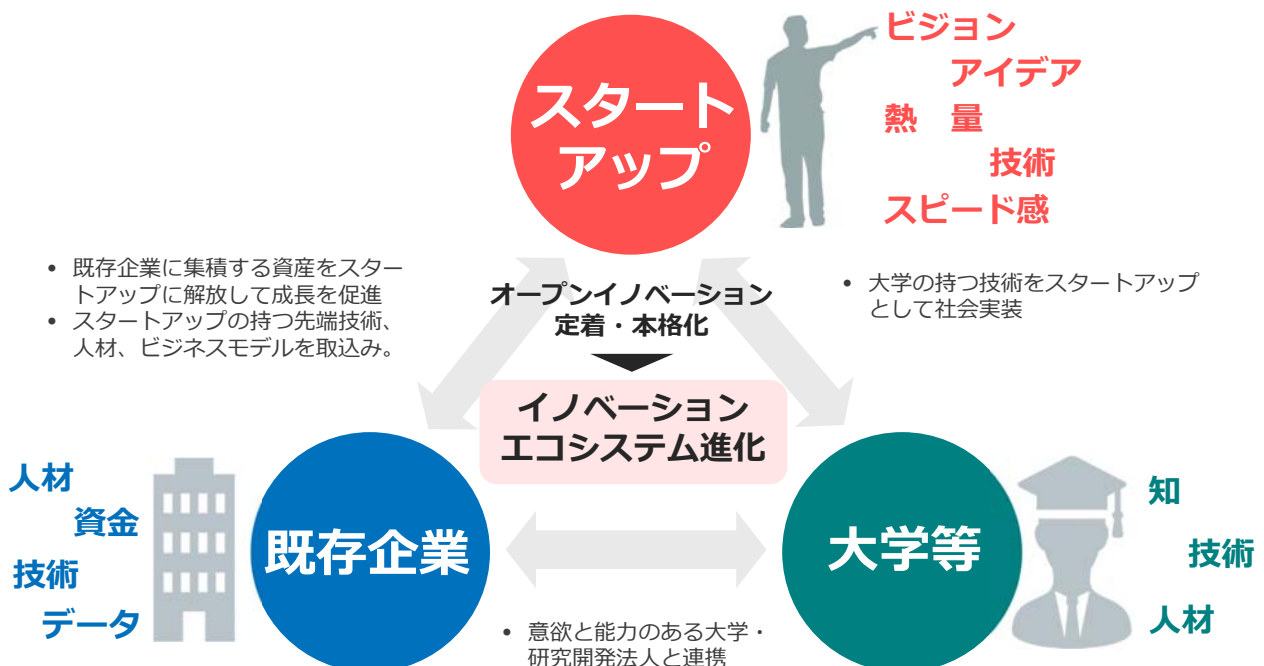


経団連では、AI-Readyな企業に向け、経営層、専門家、従業員、システム・データに関して、5段階のレベル分けを提示

	経営・マネジメント層	専門家	従業員	システムレベル・データ
レベル5	AI-Powered企業として確立・影響力発揮 ■ AI×データを理解するCxOが 全社、業界の刷新の中心を担う ■ 業界全体、他社との連携を推進	■ 全技術者が領域×AI知識を持つ ■ AI×データ活用の技術、研究両面 の最先端の人材、経験を持つ	すべての事業・企業がAI×データ化し、業界そのものの本質的な刷新（disruption）を仕掛けている。 ■ 皆が理数・AI×データ素養を所持 ■ 社内外の専門家と共同で活用 ■ ミドル層は資本、人脈で貢献	■ リアル空間も含め全てがデータ化、リアルタイム活用 ■ 協調領域では、個別領域のAI機能、API提供、共通PF化 ■ 競争領域では、独自機能のAI開発、サービス化
レベル4	AI-Ready化からAI-Powered化へ展開 ■ AI×データを理解し事業活用する 人材を経営層に配置 ■ AI-Readyになるまで投資継続	■ AI×データ活用の技術開発、研究 両面で最先端テーマの取組み開始	AI×データによって企業価値を向上。コア事業における価値を生むドライバーとしてAIを活用。 ■ 過半が高いAIリテラシーを所持 ■ データ・倫理課題を整理・遵守 ■ AI×データによる業務刷新が推進	■ 業務システムと分析システムがシームレスに連携 ■ 大半の業務データがリアルタイムに近い形で分析可能
レベル3	AI-Ready化を進行 ■ 経営戦略にAI活用を組み込み ■ AIへの投資をコミットメント ■ 幹部社員へのAI教育を実施	■ 相当数のAI分析・実装要員を持つ ■ 独自のAI開発・事業展開が可能	既存の業務フローのAI×データ化による自動化に目途がつく。戦略的なAI活用も開始する。 ■ 実務へのAI活用が徹底 ■ そのための手順やツールも整備 ■ 社員へのAI教育を開始	■ 業務フロー、事業モデルがデータ化 ■ 業務系に加え分析系のデータ基盤も整備開始 ■ 領域特性に応じてAI化、RPA適用等を使い分け
レベル2	AI-Ready化の初期段階 ■ AIの可能性を理解し方向性を発信 ■ 具体的な戦略化は未着手 ■ データ・倫理課題は未整理	■ 少数がAI・データを理解 ■ 外部と協力し、既存技術を適用	AI活用についてスモールスタートで経験を積む。一部の簡易業務のAI化も専門家の力を借りつつ着手開始。 ■ 一部のAI基礎の理解 ■ AI×データ素養を持つ社員も存在 ■ AI人材の採用を開始	■ 一部業務でAI機能の本格適用を実施 ■ 一部データが分析・活用可能な形で取得可能に ■ 顧客行動、環境、リアル空間のデータ化は未着手
レベル1	AI-Ready化着手前 ■ AIへの理解がない ■ AIが業界や自社の企業経営に 与える影響の認識も不十分	■ システムは外部委託中心 ■ IT部門はIT企業とのつなぎ役	AIの方法論の議論が先行し、AI×データを活用した事業運営・刷新・創造は未着手。 ■ 経験、勘、属人的対応が中心 ■ 課題も人員、工数をかけて対応 ■ 理文分離型の採用	■ レガシーシステムが肥大化 ■ データの収集、取り出し、統合に年単位の時間が必要 ■ データの意味や示唆の理解も不十分

イノベーションエコシステム

- スタートアップは、社会課題解決に向けたビジョンの明確性、その実現に向けたアイデア、熱量、技術の先端性、スピード感において既存企業を上回る。
- 産業活性化に向けて、スタートアップを中心としたあらゆる主体によるオープンイノベーションを図ることが重要。





大企業側の出席者をオープンイノベーション・新規事業担当の執行役員以上に限定したスタートアップ・大企業ネットワーキングイベント「第1回 Keidanren Innovation Crossing (KIX)」を開催(10月1日)

【進行】
齊藤 昇
経団連スタートアップ委員会
企画部会長（日本ユニシス
取締役常務執行役員）



【ビデオメッセージ】
落合陽一ピクシーダスト
テクノロジーズCEO



【スタートアップピッチ】
AI系スタートアップなど6社が登壇

アイデミー 石川社長 イクワイザース 大植執行役員 日本データサイエンス研究所 加藤社長 ピクサーダストテクノロジーズ 村上COO VISITS Technologies 松本CEO Ridge-i 柳原社長



【ネットワーキング】



スタートアップ、大企業から
役員ら総勢100名以上が参加



おわりに

- 変化の波は止めることはできず、社会の前提が根本から変わる。ただし、社会が進む方向には、無数の選択肢がある。
- **未来に「どのような社会が訪れるのか」ではなく「どのような社会を創るのか」という視点を持つべきである。**社会の変化を恐れてその波に飲まれるのではなく、自ら変革を主導することこそが重要。



20

日本の新たな夜明け

- 日本に求められるのは、日本自身が「明治維新」や「戦後復興期」に匹敵する大変革を遂げ、世界の変化を主導すること。
- 日本が世界に提示する新たな社会のコンセプト「Society 5.0」の実現に向けて取り組みを加速させていくことが必要。



21

- 経団連は「Society 5.0」を最重要課題として、その実現に向けた取り組みを推進。
- 本日の講演内容は、経団連が2018年7月に設置した未来社会協創会議（座長：中西宏明 経団連会長）での議論を踏まえて同年11月に公表した提言「Society 5.0 –ともに創造する未来–」を中心に構成したもの。



第1章

Society 5.0の目指すもの

1. 人類社会の進展
2. デジタル革新
3. Society 5.0とは
4. Society 5.0のもたらすもの
5. 具体的な社会像 -Society 5.0 for SDGs-
6. まとめ

第2章

日本を解き放つ アクションプラン

1. 日本の目指すべき方向性
2. アクションプラン
 - (1) 企業が変わる
 - (2) 人が変わる
 - (3) 行政・国土が変わる
 - (4) データと技術で変わる

詳細はこちら





ニッセイ基礎研究所 シンポジウム 「日本になぜデジタル化が必要なのか？」

2019年10月9日
(株)ニッセイ基礎研究所
チーフエコノミスト
矢嶋 康次

Copyright © 2019 NLI Research Institute All rights reserved.

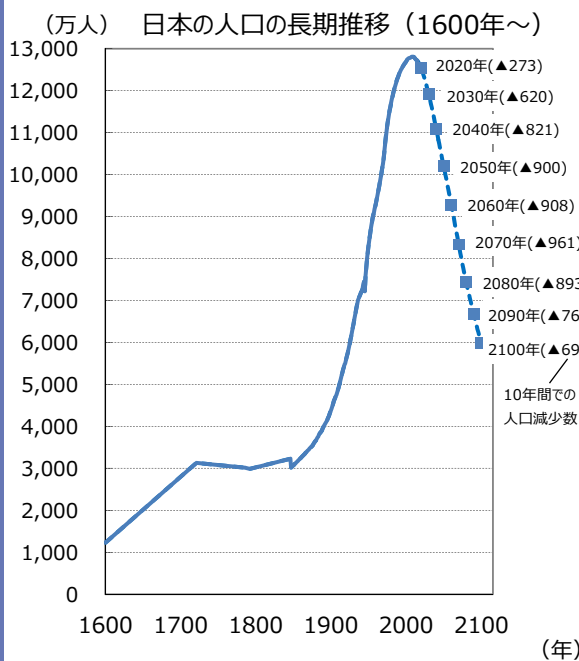
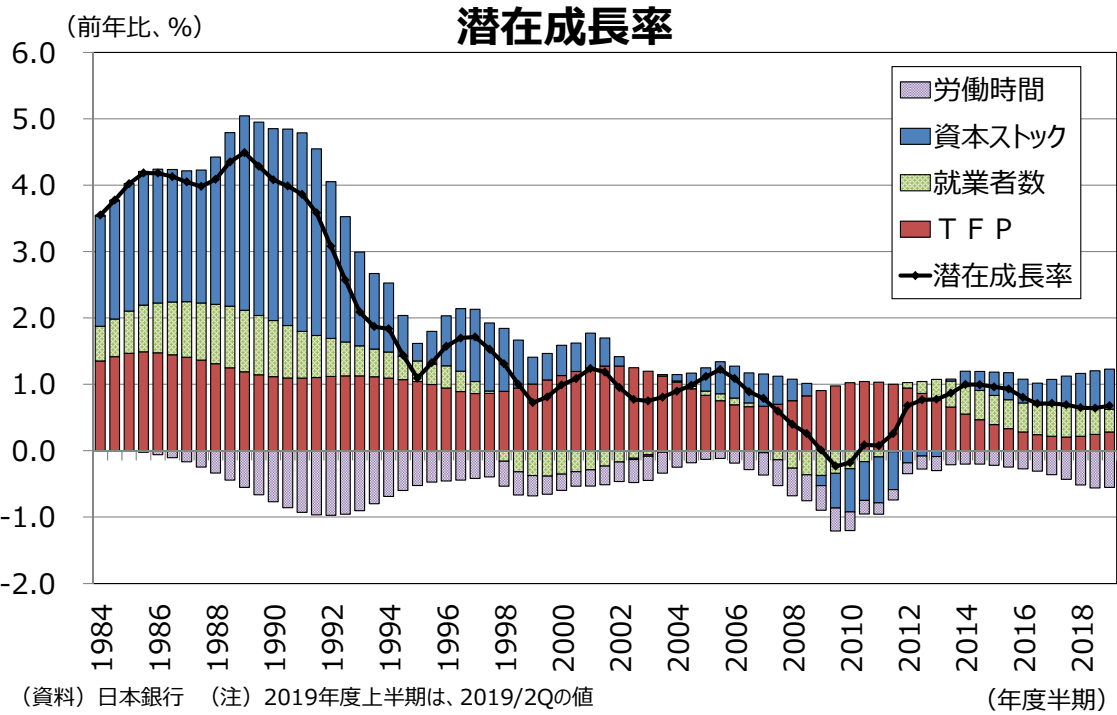
1

「縦」と「横」：「データ」×「先端技術」が産業を変える

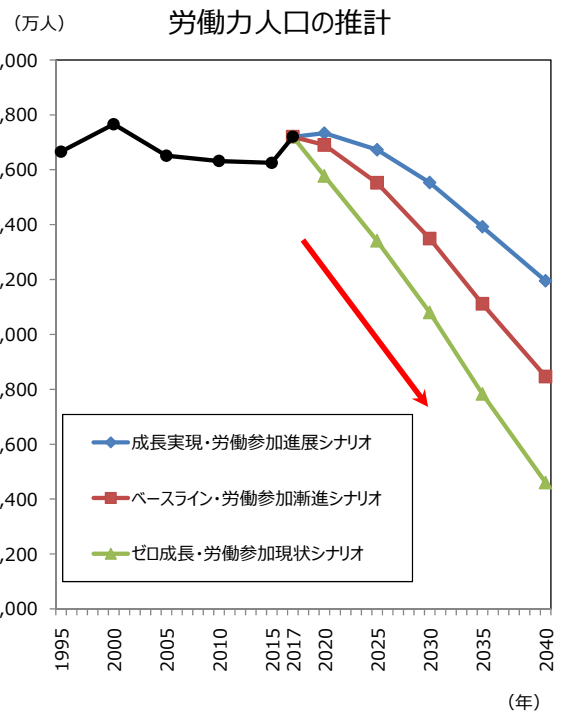


	技術		関連データ		革新的な製品・サービス
共通基盤技術 (人工知能、IoT、ロボット)	× 運転制御技術	×	事故データ、カメラ情報データ	=	無人自動走行による移動サービス 無人自動走行車 等
	× 生産管理技術	×	事故・ヒヤリハットデータ	=	異常・予兆の早期検知等による安全性・生産性向上、保険・格付けの高度化 等
	× バイオインフォマティクス ゲノム編集	×	生物データ	=	新規創薬、機能性食品、先端材料製造、バイオエネルギー 等
	× 医薬品開発技術 介護に係る技術	×	健康医療データ 介護データ	=	個別化医薬品 自立に向けた介護ケアプラン 等
	× エネルギー需要 設備制御技術	×	顧客データ	=	エネルギーデマンドリスポンス、見守りサービス 等
	× 金融技術	×	購買・商流データ、 金融市場データ	=	取引・決済データによる与信、 資産運用アドバイスサービス高度化等

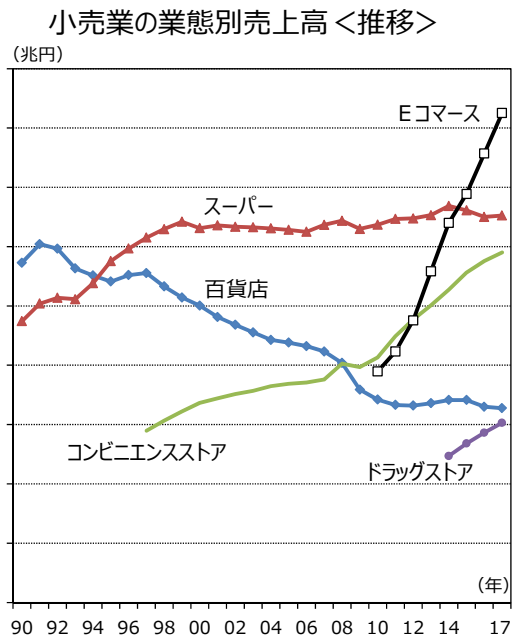
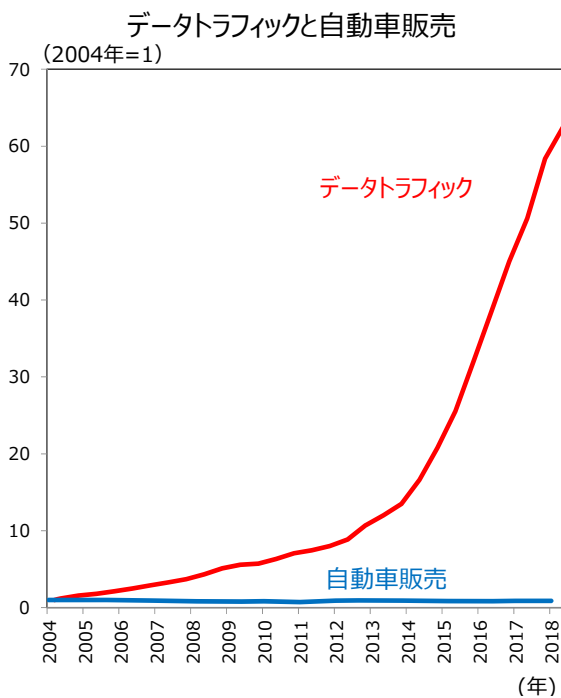
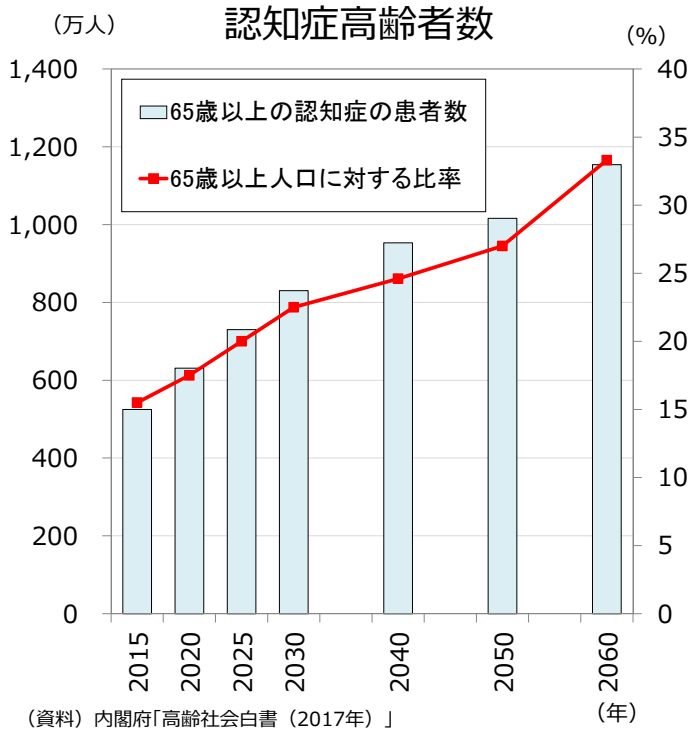
(資料) 経済産業省 「新産業構造ビジョン」

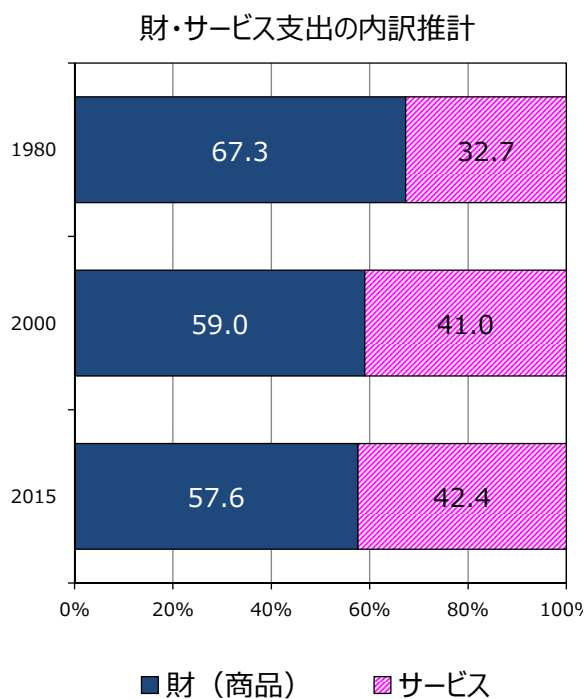
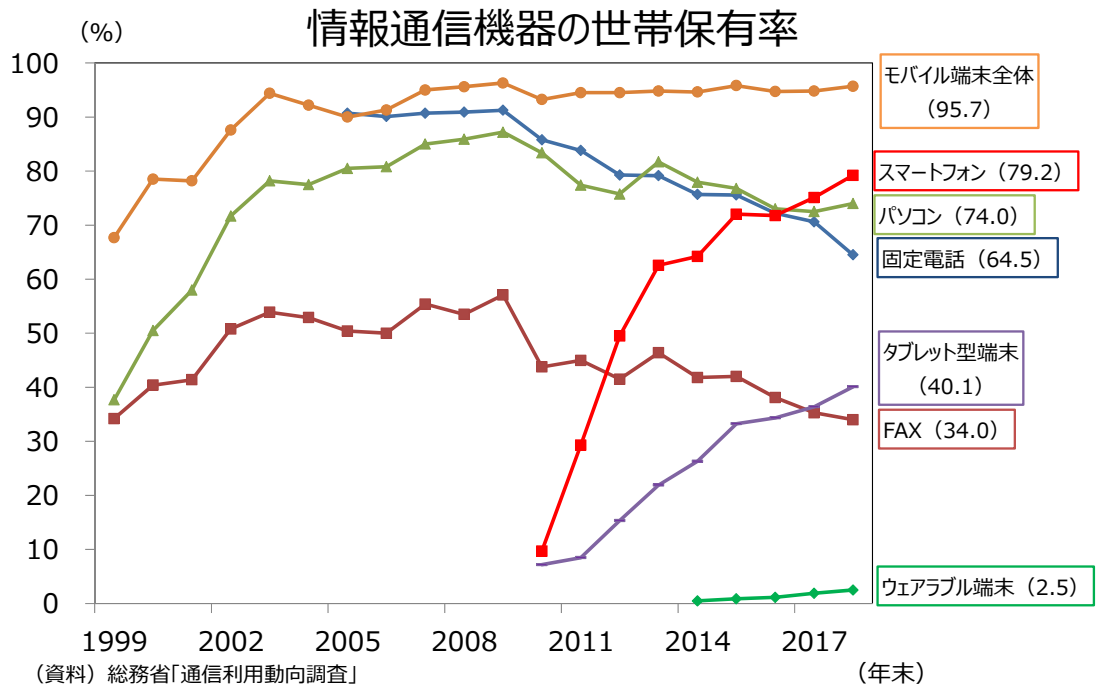


(注) 将来人口は出生中位 (死亡中位) 推計
 (資料) 国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集 (2017)」、
 「日本の将来推計人口 (平成29年推計)」



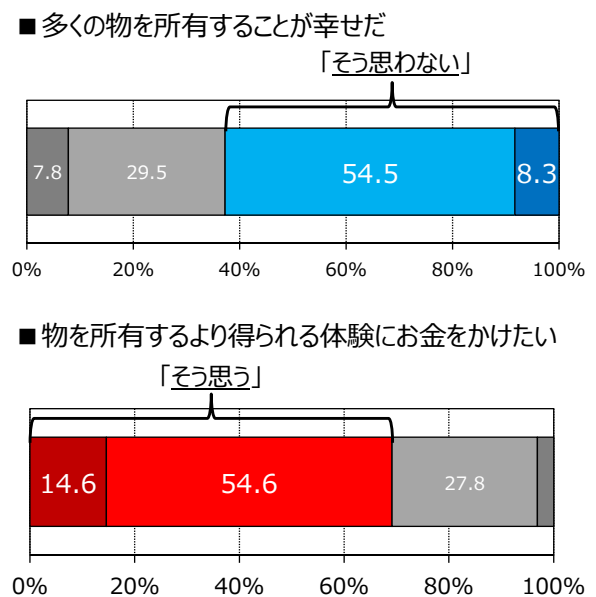
(資料) 独立行政法人 労働政策研究・研修機構





(資料) 消費者庁「平成28年版消費者白書」

所有と体験についての意識



(資料) 経済産業省「消費インテリジェンス研究会『消費者理解に基づく消費経済市場の活性化研究会報告書』(2017年3月)



「自動車を作る会社」 ものづくりに強み



＜高級車＞ レクサス



＜環境技術＞ プリウス



＜海外＞ タンドラ

「モビリティカンパニー」 「移動」に関わるあらゆるサービスを提供する会社に

＜ライドシェア＞



米国Uber、東南アジアGrab、
中国DiDi Chuxing等
ライドシェア企業に出資、協業

ソフトバンクと共同出資
でMaaS企業設立

＜サブスクリプション＞

月額定額料金で車に乗れるサービス「KINTO」を提供



(資料) 各社HP

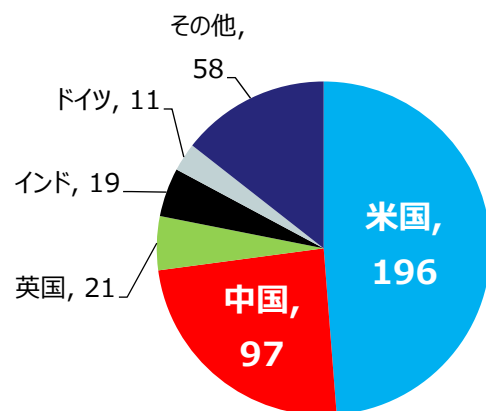
＜世界の時価総額ランキング＞

順位	2008年	2018年
1	エクソンモービル (米国)	マイクロソフト (米国)
2	ペトロチャイナ (中国)	アップル (米国)
3	ウォルマート (米国)	アマゾン (米国)
4	チャイナモバイル (中国)	アルファベット (米国)
5	P & G (米国)	パークシャーハサウェイ (米国)
6	中国工商银行 (中国)	テンセント (中国)
7	マイクロソフト (米国)	フェイスブック (米国)
8	GE (米国)	アリババ (中国)
9	AT & T (米国)	ジョンソン&ジョンソン (米国)
10	ジョンソン&ジョンソン (米国)	JPモルガンチェース (米国)

＜日本の時価総額ランキング＞

順位	2008年	2018年
1	トヨタ(28)	トヨタ(37)
2	NTT トコエ(45)	NTT トコエ(102)
3	NTT(52)	NTT(121)
4	三菱UFJFG(62)	ソフトバンクグループ(129)
5	任天堂(75)	三菱UFJFG(143)
6	東京電力(95)	キーエンス(156)
7	武田製薬(104)	ソニー(157)
8	キャノン(112)	KDDI(163)
9	ホンダ(120)	ソフトバンク(167)
10	三井住友FG(146)	ファーストリテイリング(185)

＜ユニコーンの社数＞



(注) 日本は「その他」のうちの3社
(資料) CBインサイト(2019/9/20時点)

(注) 12月末時点、日本の時価総額ランキングのカッコ内の数字は
世界におけるランキング
(資料) Bloomberg



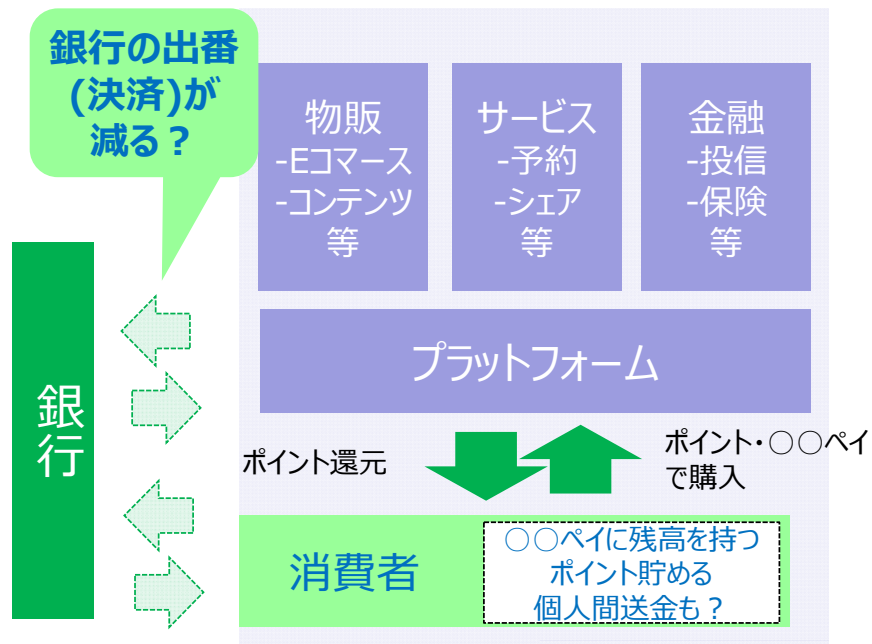
デジタル プラットフォーム企業	デジタル					リアルへの展開			
	簡易なメール (メッセージ)	検索 ・ブラウザ	コンテンツ ・メディア	ネットワーク 経由のサービス (クラウド)	電子 商取引	決済	実店舗での 小売り	IT化した住宅 (スマートホーム)	自動運転 ・ドローン
G Google (グーグル)	○	○ (事業起点)	○	○	○	○	○	○	○
A Apple (アップル)	○	○ (事業起点) パソコン	○	○	○	○	○	○	○
F Facebook (フェイスブック)	○	○ (事業起点)	○	○	○	○	○	○	○
A Amazon (アマゾン)	○	○	○	○	○ (事業起点)	○	○	○	○
中国系 Alibaba.com (アリババ)	○	○	○	○	○ (事業起点)	○	○	○	○
Baidu (バイドゥ)	○	○ (事業起点)	○	○	○	○	○	○	○

(注) クラウドとは、「雲」を意味する英語で、コンピュータの利用形態のひとつ。利用者は、ネットワークに接続されたコンピュータが提供するサービスを、ネットワーク経由で手元のパソコンやスマートフォンで利用する。 2

(資料) 未来投資会議 資料



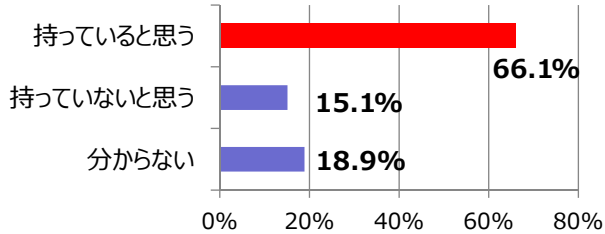
<プラットフォームのエコシステム>



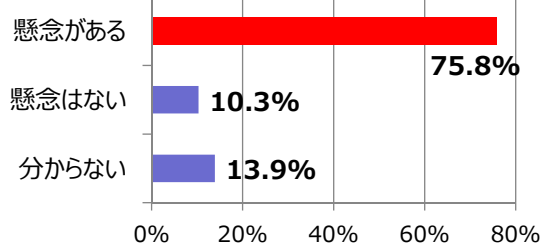


＜公正取引委員会のアンケート調査＞

Q.自分の個人情報や利用データは経済的な価値を持っていると思うか？

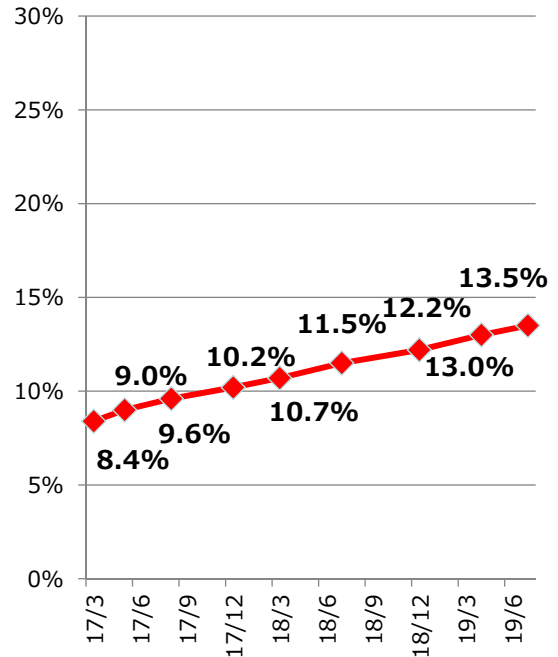


Q.プラットフォームの個人情報や利用データの収集、利用、管理等について何らかの懸念はあるか？



(資料) 公正取引委員会

＜マイナンバーカードの交付率＞



(注) 人口に対する交付枚数の比率

(資料) 総務省



独禁法

- ネットワーク効果、データ囲い込みで独占・寡占が進む
- 不公正・不透明な取引慣行

- 不公正・不透明な慣行を防止するルール
- 買収審査にデータの価値を勘案
- データ・ポータビリティ
- 個人との取引でも「優越的地位の濫用」

個人情報保護

- フェイスブックの大規模な情報漏えい
- どのように情報が使われているのか分からないという不安

- 個人情報保護法の改正（強化）
- 「忘れられる権利」を求める声も
- 欧州のGDPR

デジタル課税

- 現行のルール（恒久施設なくして課税なし）では課税できない
- 課税逃れの拡大

- 現行のルール見直しをG20で合意
- ユーザーのいる国に税収が移転
- 2020年に向け、具体的ルール作りが進む（各国の利害で調整難航も？）

消費者
(個人)

- 自分のデータがどう使われているのか分からない、制御できないという不安
- データを提供しても、自分は便益・利便性が感じられないという不満・不公平感

企業

- 消費者の不安、レピュテーションリスク等を考え、データ流通・活用に躊躇してしまう
- 自らが獲得し保有するデータを流通させるメリットを感じず、データを中で囲い込む

「安全性」と「利便性」を高めていけるか？

- プライバシー保護
- 情報銀行
- プラットフォーマー規制
- セキュリティ対策
- マイナンバー
- 生産性向上
- 個別最適化



変わる時代の確かな視点