

デジタルネイティブ時代のイノベーション創出 Creating Innovation in the Age of Digital Natives

石山 洸
Ko Ishiyama

株式会社エクサウィザーズ
ExaWizards Inc.

Big Tech(*)を始めとする米中のトップテクノロジー企業(以下、デジタルネイティブ企業)は、デジタル技術を核に、従来の産業構造をトランスフォーメーションしてきた。それらの企業は、ユーザー向けサービスを通じて獲得したデータを有償サービスの個別化・価値向上に用いるというデジタルネイティブならではの戦略により、ビジネスモデルを強化し続け、レガシーな業界構造を一変させた。そのような戦略は、リクルート社やコマツ社等の日本企業でも取り入れられている。また、リクルート社の場合は、自社の既存事業領域である人材業界に創造的破壊を起こしうる米国ベンチャーIndeed を買収し、2021 年 8 月中旬時点で時価総額が上場時の 5 倍以上になるまでに成長しており、産業トランスフォーメーションのインパクトを自ら享受している。近年、グローバル IT 企業・スタートアップを中心としたデジタルネイティブ企業に世界中の巨大な資本が流れており、ビジネスがテクノロジーと資金力を掛け合わせた「パワーゲーム化」してきている。

日本企業は、他国と比較した ICT や人材への投資、内製エンジニア等の組織の基盤と能力の構築で周回遅れの状態となっている。また、外部環境変化において重要なファクターであるデジタルや AI を取り込んだ企業変革スピードも十分ではない。今後は、インターネット上のみではなく、モノやアナログの世界におけるデジタルトランスフォーメーションが進展していく中で、日本の強みを活かせる産業領域やドメイン知識が必要な領域にはまだチャンスがある。また、ライフサイエンスには、国ごとの規制と創薬科学等の高い参入障壁がある。一方で、デジタルネイティブ企業や巨大な資本を持つ企業による当該産業への進出が始まっており、今後、大きな産業構造の変化が待ち受けている可能性がある。

デジタルネイティブ企業は、徹底的にユーザーファーストを追求し、経営モデルを合理化している。日本発のグローバル企業も、次世代型企业へ進化していくためのイノベーションを創出していくことが重要である。そのためには、人材開発、組織運営方法、業務・価値創造プロセス、ビジネスモデルを含む経営のあり方自体をアップデートしていく必要がある。これからの時代におけるイノベーション創出の理論を紹介し、企業変革については Society 5.0 の実現に向けた、日本企業によるリーダーシップの発揮に繋げていきたい。

(*)Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft を指す