



ヒューマンセントリックIoT特集に 寄せて

執行役員常務

香川 進吾

私たちを取り巻く環境はダイナミックに変化しており、昨日のサプライズが今日の常識、明日の非常識になる時代を迎えています。スマートデバイスが普及しライフスタイルやワークスタイルを変革しており、世界中の情報がリアルタイムに得られるだけでなく、自身の発言が瞬時に世界を駆け巡ります。インターネットは世界をボーダレスにすると同時に、あらゆるモノをコモディティ化し、地球規模でのマーケット形成、および競争を巻き起こしています。日本のお客様を対象にしたビジネスを行っていても、そのお客様は世界の情報とトレンドを把握し価値を評価するため、やはり地球規模での競争に巻き込まれてしまいます。このような時代では、お客様の価値観を理解するとともに日々の変化を前もって把握し、新たな価値を提供することが必要になります。そこでインターネットをベースにし、更にコネクティビティとインタラクティブ性を強化したIoT（Internet of Things）という考え方が登場しました。

では、IoTとは何か、M2M（Machine to Machine）との違いは何か、皆さんはどのように捉えているのでしょうか。世の中にまだこれといった定義はなく、当然正解はありません。M2Mは対象物としてのモノをネットワークでつなぎ、そのモノの状況・状態が見える化し、リモート制御できるようにして、利用者に対しそのモノの価値を最大化することであると考えます。IoTは、そのモノだけではなくあらゆるモノがネットワークにつながります。そうすることにより、そのモノの周りの環境、連携しているモノやシステムの状況・状態、更にはそれを利用する人の状態・要求など、あらゆるコトが把握できます。その上で、家庭生活、生産現場、医療現場、移動中や勤務中などの今、そして今後において実現したいコトの最適化、価値最大化を実現できることであると考えます。

車は単なる移動手段からM2Mでスマートカーになり、IoTで利用者のコンシェルジュになろうとしており、コンビニはお店から便利な場所になり、そして街のコンシェルジュになろうとしているのでは、と思われます。IoTの出現は今までの既成概念からの開放を促し、新たなマーケットの創造を可能にします。UberやAirbnbはその一例と言えます。

富士通は2014年をIoT元年と捉え「ヒューマンセントリックIoT」を発表し、2015年にIoTプラットフォームサービスの提供を開始しました。モノを作るヒト、モノを使うヒトが安心安全・快適便利になる価値を追求し、お客様との価値創造と新たなUX（User eXperience）に取り組んでいます。そのために、デジタルビジネス・プラットフォームMetaArc上で「つなぐ」⇒「集める」⇒「分析する」⇒「価値に変える」⇒「フィードバック・制御する」のサイクル化が重要と考え、提供しています。当然、富士通一社では不足している部分もあり、世界中のパートナー様との連携を図りエコシステムを形成し進めています。富士通は、米国のIIC（Industrial Internet Consortium）にアジアで唯一のステアリングメンバーとして参画し、日本企業で唯一テストベットが採用されました。また、あらゆる物に光と影があるように、IoTにはセキュリティの脅威があります。この分野にもエコシステムを形成し、安心安全を実現しています。新しいマーケット形成と価値創出に向け、お客様およびパートナー様と一緒にチャレンジできれば幸いです。