

明日の世界を担うアジアITの熱い息吹 ～JISA国際活動を通じて～

株式会社CAC Holdings
未来企画本部 理事

大須賀正之



はじめに

日々新技術に関連するキーワードを目にするこの頃だが、海外に目を転じると普及の速度には目を見張るものがある。

特にここ1、2年のアジア各国のIT新技術実用化に向けた動きにはしばしば驚かされるが増えてきた。

筆者は一般社団法人情報サービス産業協会（以下JISA）の国際活動に参画するようになり9年目を迎えるが、活動を通じて各国協会とのイベントに出席したり、講演を行ったりしている。

そこで、JISAの活動を通して見聞きした事柄から特にアジアでの興味深い事例を紹介したいと思う。

1. 日本ITビジネスは大丈夫か？

2017年5月、北京で開催された中国国際服務貿易交易会で挨拶をすることになり、日本のIT産業の現状を新技術・新ビジネスの視点から話すため幾つかの資料を当たった。

そこで改めて気付いた日本のICT分野の一面を初めに紹介したい。

1.1 日本のITサービス産業とインターネットサービス

日本のITサービス産業の市場規模は総務省・経済産業省の情報通信業基本調査によれば2015年売上高ベースで約48兆円と前年比3.3%の増加であり、ここ数年右肩上がりの成長を続けている（図1参照）。

これを経済産業省特定サービス産業動態統計調査から業務別に見ると、受注ソフトウェア業務が2016年売上高全体に占める割合は約54%と圧倒的に多く、自前開発ソフト中心という日本的な特徴が表れている。一方、インターネット付随サービス業務は12.4%であり、システム等管理運営受託業務と並んで全体の中では比較的大きな割合を示していることが分かる（図2参照）。

図1 日本のICT産業売上高推移（総務省・経済産業省 情報通信業基本調査（平成24年～28年）から作成）

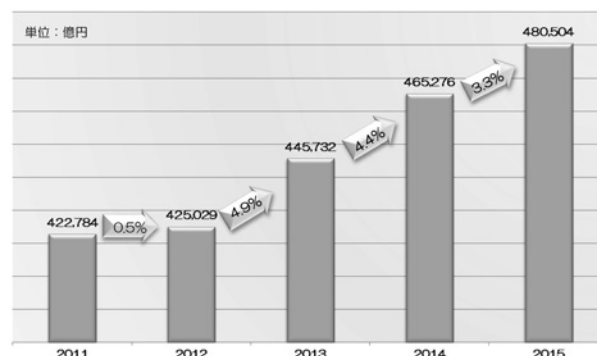
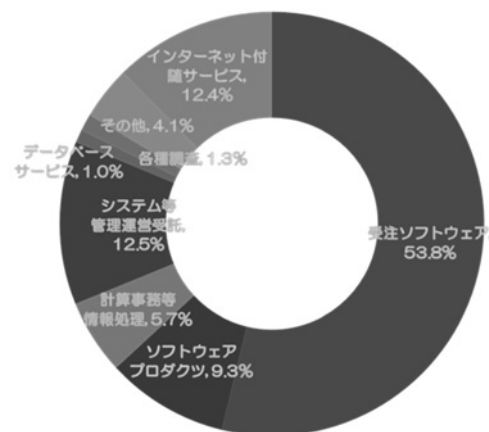


図2 情報サービス産業（含インターネット付随サービス）業務種類別売上割合（経済産業省 特定サービス産業動態調査（平成28年12月）から作成）



そこでIDCジャパン調査（2015年～2017年）に基づき所謂SIerに関連する開発・運用等サービス市場に絞って数値を追ってみると、2013年から2015年にかけて、売上規模は5兆円から5兆4,515億円と成長しているものの、2013年を100とする2016年は約109の拡大に留まっている。

これに対し、MM総研調査（2015～2016）の国内クラウド

サービス市場規模によると、2013年6,257億円から2016年はおよそ1兆3,000億円と金額的にはまだ小さいものの、同じく2013年を100とすると2016年は約208と2倍以上の成長を果たしていることが分かる(図3、4参照)。

また、総務省情報通信白書に基づき、日本企業のクラウド利用推移を見てみると2013年に何等かの形でクラウドを利用している企業がおおよそ3社に1社であったのに対し、2015年にはおおよそ2社に1社と増えており、企業のクラウド利用拡大が分かる(図5参照)。

図3 国内ITサービス市場規模・国内クラウドサービス市場売上推移 (IDCジャパン 2014年2月～2017年2月並びにMM総研 2015年9月～2016年12月より作成)

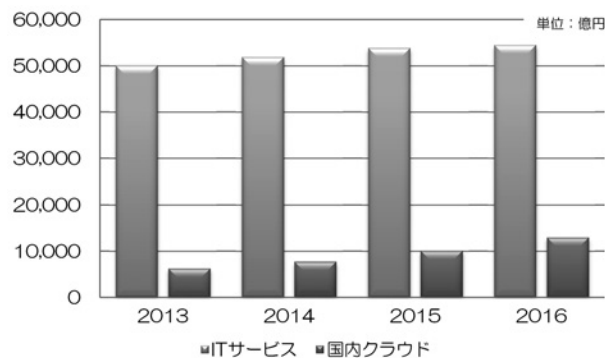


図4 国内ITサービス・国内クラウドサービス売上伸び率推移 (IDCジャパン 2014年2月～2017年2月並びにMM総研 2015年9月～2016年12月より作成)

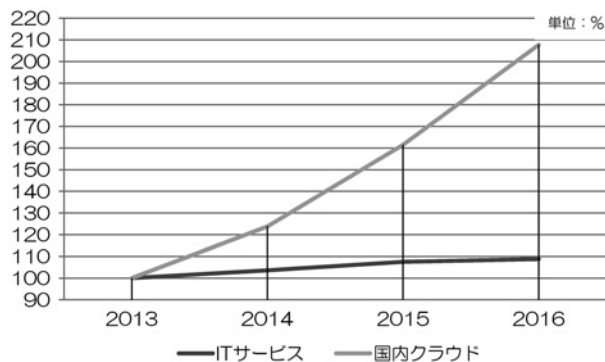
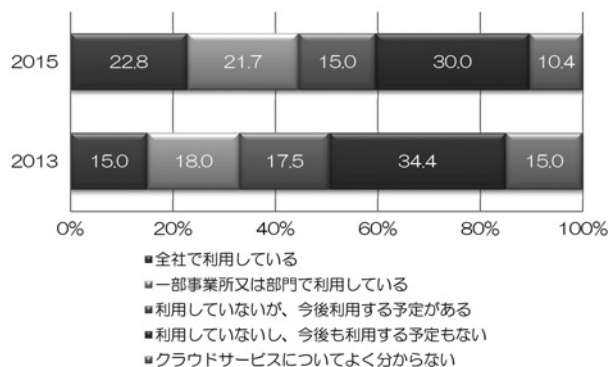


図5 日本企業のクラウド利用動向(通信利用動向調査(平成27年)より作成)

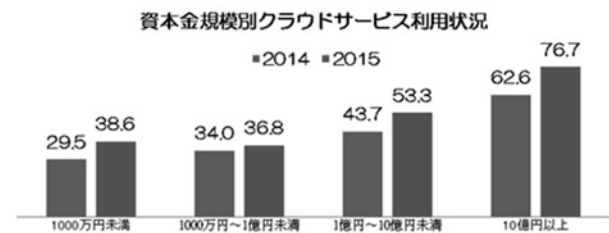


さらに総務省通信利用動向調査報告書(2015年)に基づき、資本金規模別で見ると10億円以上の大企業では約80%

が利用している一方で、資本金1,000万円未満のスタートアップや個人経営と思われる零細企業が約40%と1,000万～1億円未満の中小企業よりも利用率が高くなってきており、クラウドの普及が起業を初めとする小型ビジネスの活性化にも寄与しているように見える(図6参照)。

こうした数値を見ると、スマートフォンの普及、EC(電子商取引)、映像・音楽等のネット配信、働き方改革やリモートワークの広がりがインターネット関連ビジネスの成長を促していることが分かり、我々の日常生活実感とも一致する。

図6 資本金規模別クラウドサービス利用状況(総務省 通信利用動向調査(平成27年)より作成)



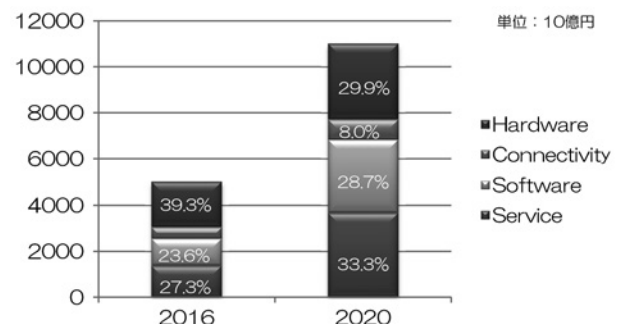
1.2 日本IT産業の将来に向け課題はなにか?

ネット社会の進展に伴うトレンドワードの1つにIoTがある。

IDCジャパン2017年4月の「日本国内のIoT市場技術別予測」によると、2016年実績で約5兆円規模であったIoT関連支出は、2020年までに2倍強の11兆円にまで成長すると予想されている。

特に2016年実績ではハードウェアが全体の約40%を占め、導入・運用サービスが28%、ソフトウェアが23%であったが、2020年にはハードウェアが30%と比率を落としているのに対し、導入・運用サービスが33%、ソフトウェアが30%とIoTビジネスの主体が機器からソフト・サービスに転じると予測している(図7参照)。

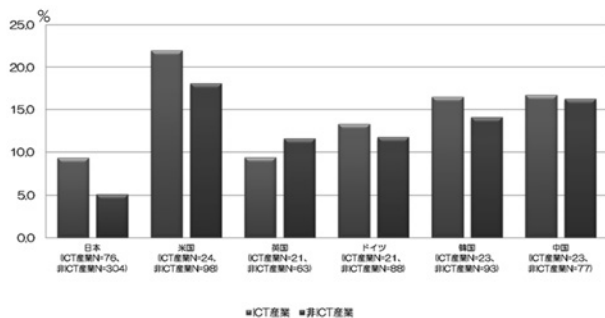
図7 国内IoT市場テクノロジー別予測(IDCジャパン2017年4月発表)



ところが、総務省が2016年に行なった調査「IoT時代におけるICT産業の構造分析とICTによる経済成長への多面的貢献の検証に関する調査研究」によると意外な実態が見える。この調査では日本の他に米国、英国、ドイツ、中国、韓国も調査対象としており、国際的な相対比較がなされている(ICTの日本国内における経済貢献および日本と諸外国のIoTへの取組状況に関する国際企業アンケート)。

まず、IoTが5年後の自産業の市場規模拡大にどの程度影響するか?という問いに対し、日本企業は製造業で10%、非製造業で5%程度の効果と調査6カ国の中で一番低い回答となっており、同じアジアの中国、韓国と比較しても半分以下という結果になっている(図8参照)。

図8 2020年におけるIoTによる自産業の市場拡大に関する予測(総務省 IoT関連調査研究資料より作成)



そうした日本企業の予測を表すように、IoT投資増加率と効果(売上増加率/コスト削減率)に対する回答結果を見ると、日本は投資・効果ともに6カ国中最低の数値となっている(図9参照)。

図9-1 IoT投資増加率とコスト削減率(総務省 IoT関連調査研究資料より作成)

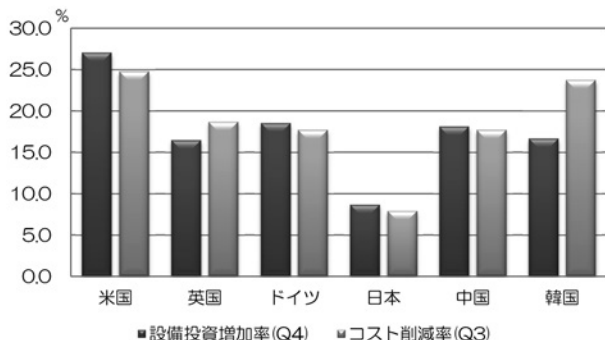
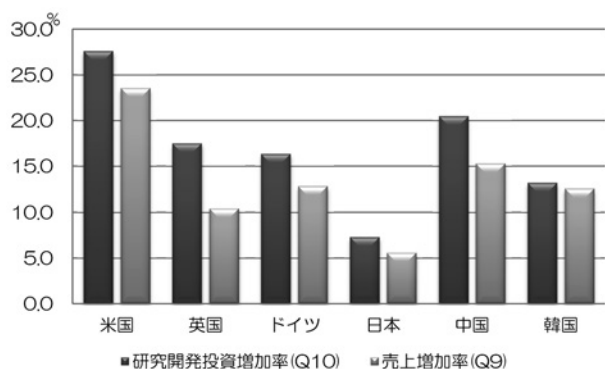
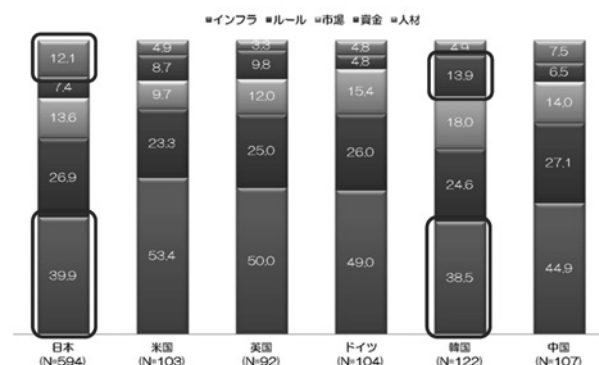


図9-2 IoT投資増加率と売上増加率(総務省 IoT関連調査研究資料より作成)



次にIoTを推進する上の課題要素に対する回答を見ると欧米・中国の50%前後の企業がインフラ面を挙げているのに対し、日本と韓国はインフラ面は40%を下回っている。その代わりに、韓国は資金、日本は人材を課題として挙げている比率が他国に対して高い(図10参照)。

図10 各国IoT進展に関わる課題(総務省 IoT関連調査研究資料より作成)



即ち、この結果を見ると、日本企業はインフラ面も資金面も他国に比べ相対的に不安が少ないものの、人材面の不安を抱えているという経営者心理が見えてくるのだ。

さらにこの調査では、日本企業に対し具体的なIoT利用に対する懸念をヒヤリングしているが、それに対し、「具体的な利用場面が不明」、「既存システムとの統合が困難」といった点が主要な懸念点として挙げられており、これまで自前システムの中でビジネスも人材も育成してきた弊害が出ているように思われるのだ。

これだけで総てを断じることは出来ないが、新技術を活かした将来のビジネスに対するビジョンが描ききれない、あるいはそれをリードする人材が不足していることがIoT投資等新たな一歩を踏み出すことの出来ない日本企業の姿に繋がっているように見える。

次に筆者が関係した国際活動の中から幾つかアジアの活動事例を紹介してみたい。

2. 北京アウトソーシング企業連盟(BASS)

北京アウトソーシング企業連盟(以下BASS)はその名の通りアウトソーシング、日本にとっては所謂オフショアビジネス、を中核とする企業の団体である。

中国には幾つかの情報サービス産業機関があるが、団体としての交流は政治的な理由により2011年から中断していた。それまで日本企業にとって中国オフショアは日本で作成した仕様書や設計書に基づき、中国でプログラミングとテストを行なう開発工程の一部を肩代わりする存在だったこともあり、交流が途絶えたものの日本からの再開に向けた強いニーズは無いと言う認識だった。

そうした中、2014年BASSがいの一番に働きかけてきたことから交流が再開された。

しかし、再開後の2014年10月に行なわれた交流セミナーでの彼らの第一声は驚くべきものだった。

2.1 中国オフショアの変貌

「中国の件費は高騰しています。日本の皆さんはこれまでのようなオフショア開発では採算が取れないと思います。我々は日本との交流が少なくなっていた間、欧米との取引に力を注ぎました。ご存知の通り欧米企業との取引は一括請負契約が中心です。彼らとの取引の中で、我々はより上流工程から作業をするノウハウも身に付けました。ここまで含めればオフショアとしての価値が出てくることも確認しました。ですから今後は上流工程も含めどんどん我々に任せた方が良くと思います。」

こうした上流工程から丸投げする形態は当時既にインド系オフショアで欧米向けサービスを中心に展開されていたので、その事自体にそれほど驚きは無かった。

しかし、サービス提供の形式・内容が必ずしも日本企業向けでは無かったインド系サービスに対し、プログラミングレベルとは言え既に日本顧客企業にもオフショア先として馴染のある中国企業のこの発言には少なからず警戒心を抱ききつかけとなった。

2.2 急速に進化する中国IT企業

その後BASSとの交流は毎年春に北京で開催されるサービス貿易交易会と秋に東京で開催される日中交流セミナーで継続され、多くの中国企業の活動を知る機会となった。交流再開後の一回目が前述の内容から開始された訳だが、2016年以降発表内容は急激に変化してきた。

具体的には彼らが中国(と言っても北京中心ではあるが)の流通小売業、飲食業から都市交通や官公庁サービスに至るまであらゆる方面のIT化サービス支援を手掛けるという事例紹介が続いた。

2016年はECサイト構築、コンテンツマネジメント、モバイル経由の宣伝広告等日本でも見られる既におなじみの内容であったり、GPSを活用した都市の交通量制御システムといった大掛かりな事例紹介であっても実際のサービス提供主体は日系大手企業の中国現地法人と中国地方自治体の共同プロジェクトだったり、漸くこういう動きが出てきた、というレベルだった。

ところが、2017年になるとそれらが一層変化を見せた。

百度(Baidu)や微信(WeChat)といった中国発の大手IT企業のサービスを中核に新たなシェアードビジネスやネットとリアルを融合した商業施設、キャッシュレス小売業・飲食業、それら購買データに基づく新たな広告・営業・業務の実例を発表してきた。

マスコミ報道等でも取り上げられている通り、今や中国都市部において現金を持ち歩くことは極めてまれな時代に突入してきたと言っても過言ではない。

もちろん、多くの中国オフショア企業はまだまだ従来のオフショアビジネスを展開しており、オフショアがビジネスの核であ

ることに違いは無い。しかし、僅か2、3年のうちにここまで対応するスピード感には目を見張るものがある。

2.3 キーワードはインターネットプラス

「インターネットプラス」という言葉が中国IT業界では頻繁に飛び交う。

インターネットが有力なツールであり、急速に日常生活に入り混んできていることは日本でも常識だ。

中国ではあらゆるビジネス、産業にこのインターネットを活かし、効率化・合理化を実現し、新たなマーケット創出を図る動きをインターネットプラスと呼び国をあげて推進している。

上記の通りインターネットを活用したビジネスとしてはEC、即ち電子商取引が実用ビジネスとして隆盛だが、そこからさらに活用領域を拡大し、製造業・農業・シェアリングビジネス等多くの産業で実用化されており、それによって提供されるサービス・ソリューションを「スマートサービス」、リードする提供者を「スマートイノベータ」と呼んでいる。

そのスマートイノベータの事例を紹介しよう。

2.4 Dfireテクノロジー(2Dfire.com)

杭州迪火科技有限公司(杭州Dfireテクノロジー)はアリババ誕生の地、杭州発2005年創業のベンチャー企業だ。

創業当初は飲食店でオーダーをオンライン化する端末とクラウドベースのアプリケーションソフトを提供する企業であった。その後2011年にスマートフォンを利用したPOS(Point of Sales)アプリ、2014年に飲食店利用者がスマートフォンからQRコードでオーダーをするだけで支払まで自動化するアプリ、2015年にはPOSデータからサービス評価、従業員管理、仕入れ発注まで自動化するアプリを開発提供する飲食店向けクラウドサービス企業へと成長している(図11参照)。

図11 Dfireテクノロジーのアプリケーション機能説明



特に飲食チェーン店の巨大な売上データを管理し、独自のアルゴリズムで売上予測、それに基づく発注計画を店舗ごとに行なえる他、店舗・利用者ごとのお勧めメニュー提案や店舗・従業員評価・顧客分布等本部管理機能を有するシステムを提供している。

契約店舗数は2016年44,000店舗から2017年250,000店

舗に、利用会員数も2016年140万人から2017年4,000万人と急成長している。

現在は中国国内中心のサービスだが、日本を初めとする海外進出を目指し動き出している。

2.5 ofo

中国で爆発的に成長し、今や世界180都市で1,000万台の自転車を提供しているシェアバイクのofoは日本市場開拓に向け日本法人を設立し、ソフトバンクと提携している。

2014年に北京で創業したofoは僅か3年で1日の売上が1,000万人民币元にも上る企業へと成長した。スタートは北京大学内でのシェアサービス提供からだ。ここでシェアサイクルビジネスのノウハウ、課題解決等を習得し、学外へサービス展開。さらに翌2015年には米国、英国へと展開を図っている。

ofoの特徴はスマートフォンとGPSを利用し、手軽に貸出・返却・決済手続きが出来る利便性に加え、市場展開に当たり様々なコラボレーション先をみつけた事とOEMによる独自の自転車供給網を築いた事があげられる(図12参照)。

図12 ofoの貸出・返却使用説明



ofoは国連との共同プロジェクトを行ない、環境問題へ積極的に取り組む企業ブランドを作り上げ、それらを梃にドイツではドルトムントFCと、米国では歌手リアーナとコラボレーションし、シェアサイクルをクールな(カッコよい)乗り物とイメージ作りをした。

一方、OEMにより中国国内で安価に自転車を生産ができる体制を持つことで、各国ごとのニーズに合わせた仕様、例えば買い物かごの大きさ、フレームの強度等を用意したり、ア

ニメキャラクターのミニオンズとのコラボによるキャラクターバイクを提供する等、新しいライフスタイルの提案を産み出した。

中国ではこのofoともう一社の巨人である「モバイク」の成功を追いかけるように次々に新たな市場参入者が現れており、過当競争状態から早々と倒産を迎える惨状も伝えられている。しかし、倒産した企業は自転車にGPSを搭載していなかったり、駐輪場所で当局との間で問題を起こす等、管理体制や安全対策の不備が原因である他、中国国内での限られた事業展開であったため事業基盤が弱かった点等、先駆者である2社とは経験、ビジネスモデル等で違いがあるようだ。

ofoは冒頭で述べたように今年日本に進出し、サービス展開を計画しており、当面は北大、広島大といった広大なキャンパスを持つ施設内から開始を検討しているようだが、日本では駐輪場問題を含む道交法等規制課題、坂道・段差といった道路事情、さらにはサービスに完璧を求める国民性もあり、開始まで時間が掛かっているようだ。それでも「解決しなければならぬ課題がたくさんあります」と言いながら日系シンガポール人のディレクターは楽しそうに笑顔で説明をしていた。

2.6 2017スマートサービス・サミットで見た巨大小売グループの胎動

2017年5月北京で開催された中国国際服務貿易交易会のITフォーラムである2017スマートサービス・サミットでは中国を代表する巨大小売グループが中国IT企業はもとより、米系や日系IT企業と連携して、モバイル、ビッグデータ、AIを利用した新たなコミュニティ・ライフスタイルを産み出し、中国の若者文化を創り出すというビジネスの成功事例を次々に発表していた(図13写真は会場の国家会議中心)。

図13 中国国際服務貿易交易会会場 国家会議中心



京東グループは中国最大の小売業であり、近年ではECでも最大規模の売上をあげる企業だ。

京東グループは2004年に京東多媒大綱と言うECネット(JD.com)を創設し、PC機器のネット販売を開始。その後取扱商品数を拡大する一方、中国最大のネット検索プロバイ

ダーである百度(Baidu)と提携し、中国国内向けに全世界のブランドを提供する通販サイトになっている。

百度との提携目的は百度の持つビッグデータとAIアルゴリズム技術だ。京東グループの持つ巨大な顧客情報を百度のビッグデータ・AI技術を利用し、よりの確にターゲットを絞り込み、取引先である企業のニーズに応える広告サービスの提供を狙ったのだ。

その一方で百度のコアサービスである検索プラットフォームや音楽・動画のサービス群に掲載される商品を直接京東グループサイトにアクセスすることで購入出来るため、利用者にとっても利便性の高いサービスとなっている。

京東グループのサービスはその実績が認識される中で、情報・調査会社のニールセンや高級ファッションECファーフェッチとも提携を開始する等対象ターゲットゾーンを拡大している。

これらの事業はAmazonを後追いつているとも見られがちだが、急速な技術進歩を着実にキャッチアップするため、最適な相手と素早く連携し、従来からのリアル店舗やセールスノウハウと連動させ、さらには国内7カ所にある物流倉庫とも連動させる事で全国ベースの展開を図り、新たな市場・ターゲットの獲得に成功している点に凄みを感じる。

他にも中国最大の食品メーカーである中糧グループが2010年北京東部に開業した売り場総面積23万平米、出店ブランド500超の巨大モール、朝陽大悦城は2014年著名なプロモータをスカウトし、18~35歳にターゲットを絞ると同時にマイクロソフトとタッグを組み、モバイルとデジタルサイネージ、AIによるプッシュ型マーケティングを行ないつつ、リアル店舗ではドラえもんやクレヨンしんちゃん等を扱ったイベントを開催するオンオフ両面からの改革を行なうことで、会員数100万人、直近の売上35億元、北京の商業施設としては第5位の売上規模に成長した事例の紹介。

中国大手小売グループである王府井グループが日立ソリューションズと組み、ネット活用によるマーケティング、エコシステム再構築を目指す事例等、中国流通業がITを活用し、市場拡大と業態再編を目指す姿、それをパートナーとして支えるIT企業の姿が次々に紹介された(図14写真はパネルディスカッションで成果を話し合うパネリスト)。

1つひとつの事例を見るとそれほど目新しくも、驚くような内容でも無いのだが、実サービスや実ビジネスとしてスタートするという経営姿勢と桁違いのスピード感が脅威と感じられた。

北京で開催されたこの会議には北京市や海淀区政府の役人も出席しており、商業特区や工業特区として企業誘致をするのみならず、既存企業も含め市場拡大に繋がると認めた試みに対し、積極的支援を行ない、場合によっては規制や制度も変更する柔軟さを強調する等官民一体となった動きが印象的だった。

図14 パネルディスカッションで具体的事例を説明する関係者



3. APICTAで見たアジアの教育

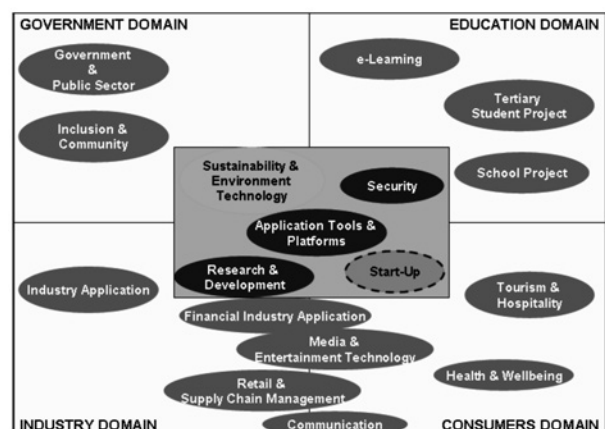
APICTA (Asian Pacific ICT Alliance)はアジア大洋州17カ国のICT関連組織で構成される団体で、優秀なプログラマ、開発チームの育成や欧米に負けない強いICTプロダクトや企業の発掘を目的に2001年発足した団体で、日本は2015年からJISAが試験的に加盟している。

3.1 APICTAアワード

そのAPICTAでは、毎年各国から様々なITプロダクト、サービスを募集し、17カテゴリーに分類の上、カテゴリー毎に審査を行ない、表彰するコンペティションイベント、APICTAアワードを行なっている。

17カテゴリーは図15の通りであり、その中にはスタートアップやStudent(大学生)やSchool(1-9年生、10-12年生の2グループ)という部門もある。

図15 APICTAカテゴリー (APICTA Judging Manualより)



イベントはAPICTAメンバー国が持ち回りで開催することになっており、2016年は台湾で行なわれた。

APICTAアワードはICT界のオスカーと呼ばれるほどアジア圏の国々にとっては価値ある賞であり、各国の参加者は厳しい国内予選を勝ち抜いてきた選りすぐりだ。

また、アワードセレモニーには蔡英文台湾総統が出席し、表彰された団体・個人は国旗を持って登壇するなど、オリンピックさながらのお祭りモードだ(図16-1、16-2、17各写真参照)。

図16-1 APICTAアワード優勝者トロフィー



図16-2 Financialで優勝したタイチームは誇らしげに国旗を掲げた



図17 アワード表彰式で挨拶をする蔡英文台湾総統



そして、何よりもそこに参加している各企業の若者や小学生から大学生に至る次世代を担うであろう参加者たちが目をキラキラ輝かせ、自分たちのプロダクトやそこに実装されている技術を懸命に英語で説明し、親睦会では他国の人たちと交流をする姿にアジアのICT産業の未来を見る思いがした(図18写真)。

図18 APICTAに参加した台湾小学生チーム



3.2 2016年APICTAアワードに参加して

2016年12月、筆者はジャッジ(審査員)としてもう一名の日本人とともに日本を代表してこのAPICTAアワードに参加した。

審査は各国IT協会から推薦を受けた候補者がカテゴリー別に分けられ、任意で決められた順番に従い、それぞれ持ち時間30分でプレゼンを行ない、それを5名の審査員が評価をする形式で行なわれる。

持ち時間30分は、「プレゼン準備(機器等のセットアップを含め)、プレゼン、質疑応答、撤収」を含む、審査室への入室から退室までが図19の様なガイドラインで決まっており、厳格にスケジュール管理がなされている。

図19 APICTAプレゼンテーション規則(APICTA2016出場者配布資料より)

Rules of presentation

- Each team will have total 5 minutes for setting, 20 minutes for presentation, and 5 minutes for judges' Q&A.
- A maximum of 5 presenters per entry are allowed. Additionally for the two students categories (School Project and Tertiary Student Project) an observer, the project mentor or supervisor, is allowed to be present.

30 min			
3 min	20 min	5 min	2 min
Setting	Presentation	Q&A	Setting

The judging schedule is unchangeable.
 Please be on time for your judging. Lateness will not be allow in the judging room and will be disqualified.

19

一方、ジャッジはプレゼンを聞き、質問をし、各自が持参したPCで専用のサーバーにアクセスし、そのサーバー上にある採点表で評価を行なう。結果は即座に集計され、ヘッドジャッジ(5人のうちの一人)のPC上に表示されるが、取り敢えず次から次へと候補者がプレゼンに来るので、終了まではひたすら「聞き」「質問し」「評価する」の繰り返しが続く、総ての審査

が終わったところで5人のジャッジによる意見交換を経て順位が確定する(図20写真参照)。

図20 APICTA Financial審査員メンバー(右端が筆者)



筆者はカテゴリーの中から事前に提出したプロフィールに基づきFinancial Industry ApplicationとIndustry Applicationの審査にアサインされた。

Financialは合計14の候補が初日12チーム、2日目午前中に2チームプレゼンを行ない、Industryは7チームが2日目の午後にプレゼンを行なった(図21参照)。

審査の公用語は英語。従って各候補チームも総て英語でプレゼンを行ない、質疑応答も英語で行なわれる。

Financialの優勝チームはタイの保険業向け支援システムで、スマートフォンの地図情報を活用し、自動車事故が発生した際に保険加入者が容易に事故を届け出、事故対応と保険申請を行なうことで、ストレス無くサービスを楽しむ、一方、

保険会社は人件費抑制、顧客満足向上を得られるというもので2014年からサービスを開始したシステムだった。

交通量が急増しているバンコク等タイ国内の大都市の現状、事故発生に伴う対応を迅速且つ確実にこなすビジネスモデル、スマートフォンを活用することで位置情報、写真メールによる可視データの利用、さらに事故後の保険支払までの進捗状況の確認と情報共有等実務的なサービスが評価の高さに繋がった。

クラウドサービスなので、ロゴや画面仕様を変更することで様々な保険会社へ提供可能であり、実用的である点もプラス要素だった。

一方、直接審査には関わらなかったが、School部門では、10-12年生16チームと1-9年生9チームがエントリー。10-12年生ではお年寄りや目の不自由な人たちの使う杖にセンサーを搭載し、バイブレーションや音声を使って様々な警告やうっかり落としてしまった時のお知らせをする機能を搭載したSmart walking stickを発表したスリランカチームが、1-9年生ではIntelligent air cleaning systemを発表した台湾の小学生チームが優勝した。

参加して感じたことは技術の高さや質もさることながら、IT技術がアジア各国では企業・国家経済の重要な動力と認識され、それを学ぶ若者が自身のキャリアアップに資するものとして楽しそうに学び、取り組んでいるということだった。

候補となったプロダクトやサービスも最先端技術では必ずしもなく、むしろ各国のインフラ事情・経済事情に合わせた適切な技術が用いられ、その技術を採用した理由やプロダクトのゴールが非常にクリアなものが多かった点も極めて印象的だった。

図21 Financial Industry Application候補並びに審査員一覧(APICTA2016配布資料より)

Financial Industry Application							
Category Code: FINA-08							
Room: 223							
Date	Start Time	End Time	No	Economy	Company/Organization	Product Name	
2016/12/3	08:45	09:15	1	China	GRG Banking Equipment Co., Ltd.	Biometrics Cloud Platform for Financial Industry	
	09:15	09:45	2	Chinese Taipei	Cherri Tech.	TapPay	
	09:45	10:15	3	Hong Kong	EAB Systems (Hong Kong) Limited	121 System	
	10:15	10:30	BREAK				
	10:30	11:00	4	Malaysia	N2N Connect Berhad	Smart Pair Connect	
	11:00	11:30	5	Pakistan	INFOTECH PVT LTD	MARLIN	
	11:30	12:00	6	Singapore	M1 Limited	M1 mPOS	
	12:00	13:30	LUNCH				
	13:30	14:00	7	Sri Lanka	EPIC Technology Group	Mobile Wallet Platform	
	14:00	14:30	8	Thailand	Ecartstudio Co., Ltd.	LIMS (Location Information Management System)	
	14:30	15:00	9	Malaysia	MANAGEPAY TECHNOLOGIES SDN BHD	PARCELPAY	
	15:00	15:15	BREAK				
15:15	15:45	10	Vietnam	Vietnam MPOS Technology JSC	mPOS - Card acceptance & Interest-free Installment payment service		
15:45	16:15	11	Chinese Taipei	RollingStar Survey Technology	Hogazai Risk Map Service		
16:15	16:45	12	Pakistan	UBL Fund Managers	imPro		
END							
Date	Start Time	End Time	No	Economy	Company/Organization	Product Name	
2016/12/4	08:45	09:15	13	Sri Lanka	EPIC Technology Group	3-D Secure Payer Authentication and Payment Authorization Solution	
	09:15	09:45	14	Thailand	SiamSquared Technologies (Thailand) Co., Ltd.	FundRadars	
END							

NO.	Economy	Judge Name
PAK3	Pakistan	Sultan Hamdani (Head judge)
HKG1	Hong Kong	Michael Robert Kenneth Mudd
JPN2	Japan	Masayuki Osuka
LKA4	Sri Lanka	Kuganathan Kanagasundaram Visvanathamuthaliyar
TPE4	Chinese Taipei	Hung Hui Peter Hsieh

自分だけの世界や机上の世界に留まることなく、アイデアを実現するために工夫をし、作り上げたプロダクトを自らの言葉で如何に相手に伝えるかを考え、異なる文化や環境に住む人たちとの直接交流を通してお互いを知る。

多くのアジアの若人がこうした世界で歩み始めている姿を目の当たりに出来た経験は新鮮だった。

最終日の夜に開催されたGalaディナーの時、APICTA創設メンバーであるマレーシアのIT協会の理事から笑いながら言われた言葉が今も耳に残っている。

「今回日本が参加してくれて大変嬉しい。これからは日本からもどしどし候補を送り込んでくれることを期待している。その前に私がコーチングに行こう。日本人はプレゼンが上手じゃないからね。」

最後に

以上の事例はある意味、一部の成功例の紹介であったかもしれない。

しかし一方でアジア諸国では多くの若者が自身や国家の輝く未来を目指して積極的にIT技術を学び、片や国家・企業もそうした人材を積極的に支援する姿が見られるのも事実だ。

前段に紹介した総務省調査報告における日本の実態は、IoT利用という新技術・新サービスの一部に関することかもしれないが、日本の慎重且つ横並びとも言える投資姿勢が今の日本の現状を表しているのだとすると、アジアの盟主の座はあつと言う間に過去の栄光になってしまうだろう。

今や多くの技術開発やビジネス開発は一個人、一企業、一国家というレベルでは達成が難しく、企業や国境という敷居を越えた協力と個別に専門性を極める努力とが必要になっている。

いまや日本も他国に学ぶ時代になったのではないかと感じるこの頃である。

参考文献

- 1) 総務省「平成28年版情報通信白書」(平成28年7月)
- 2) 総務省・経済産業省「平成28年情報通信業基本調査の結果」(平成29年3月28日)及び同24年～27年調査
- 3) 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査統計表(平成28年12月確報)」(平成29年2月15日)
- 4) 総務省「平成27年通信利用動向調査ポイント」(平成28年7月22日)
- 5) IDCジャパン プレスリリース「国内ITサービス市場予測」より(平成26年2月～平成29年2月)
- 6) IDCジャパン プレスリリース「国内IoT市場テクノロジー別予測を発表」より(平成29年4月10日)
- 7) MM総研 プレスリリース「国内クラウド市場は1兆円を突破」(2016年12月13日)
- 8) 総務省「IoT時代におけるICT産業の構造分析とICTによる経済成長への多面的貢献の検証に関する調査研究」(2016年3月)
- 9) 総務省「日本と諸外国のIoTへの取組状況に関する国際企業アンケート」(2016年3月)