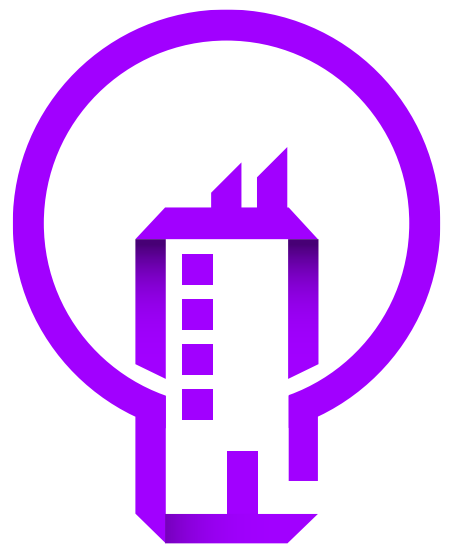


# ACCENTURE TECHNOLOGY VISION 2018

エグゼクティブサマリー

インテリジェント・  
エンタープライズの勃興：  
自社を「再定義」する




NEW APPLIED NOW

## はじめに

---

**テクノロジーが急速に進化を遂げる中、企業はより画期的な製品やサービスを創造し、私たちの働き方や暮らしに変化をもたらそうとしています。**

そして、企業自身が、社会の随所に溶け込み、ビジネスとパーソナルの境目をあいまいにしながら、将来の成長に向けた新たな道を模索しています。いまや、テクノロジーは日常生活のあらゆる場面に根付いているだけでなく、社会の至る所を作り変えようとしています。今年のAccenture Technology Visionでは、テクノロジーの進化がいかに関わりの働き方や暮らしに進化をもたらしているか、という点を取り上げます。



企業が人々との関係性を一変させるためには、  
新たな社会的責任が求められますが、それ  
は同時に企業を成長させる新たな機会にも  
なります。

ポール・ドーアティ | アクセンチュア最高技術責任者 (CTO) 兼最高イノベーション  
責任者 (CIO)

## GEではフィールド技術者に最先端のAR（拡張現実）メガネを装着させ、ハンズフリーで情報にアクセスしたり、風力タービン修理時に、離れた場所にいる専門家が現場の技術者と同じの状況を目視できるようにしたりするなど、現実世界での作業方法を変えようとしています<sup>1</sup>。

中国の教育会社Liulishuoは、AIの活用により教育スタイルを変えようとしています<sup>2</sup>。高度なAI（人工知能）を搭載した英語教師が何百万もの学習者ひとりひとりに合わせた個別指導を行っているのです。米国のマルチメディア通信社であるThomson Reutersでは24時間サイクルで正確な情報を配信するという重要ニーズに応えるため、記者がより迅速に情報の分類や出所、事実確認、偽情報の特定を行えるよう、Twitterからのリアルタイムデータを活用したアルゴリズムを開発しています<sup>3</sup>。

こうしたテクノロジーに後押しされた取り組みからは、企業が創造的あるいは破壊的な製品やサービスを実現しようと日夜努力をしているさまが読み取れます。一方で、こうした革新的な取り組みは、企業が推進する、より大きな戦略の一部にすぎません。その戦略とは、テクノロジーをあらゆる物事における不可分かつ必須の要素とし、成長の原動力にすることです。企業は自社製品やサービスを通じて社会の仕組みやコミュニケーションのあり方、さらには政治に至るまで、あらゆるものを再創造しようとしているのです。

例えばAmazonはどのようにユーザーの家庭に入り込もうとしているのでしょうか。単なるショッピングサイトを超越、Echoや独自のAIアシスタントAlexaを通じて、人々の多忙な日常のあらゆるニーズに応えようとしています。事実、専用ロッカーが組み込まれたアパートが設計、建設されるほどAmazonは日常生活と一体化しています。人々は自宅への物理的アクセスを許容するほどAmazonを信頼し、AmazonキーやAmazonのスマートロックシステムを介して不在時でも配達員に家の中に荷物を届けてもらうようになっているのです<sup>4,5</sup>。

こうした変化は、消費の場面以外でもみられます。たとえば、Teslaをはじめ自動運転に関わる企業は、政府と密に連携したり、自ら主導して業界の規制づくりに携わるなど、無人運転を大規模エリアで実現するためのガイドライン策定を加速させています<sup>6</sup>。一方でSiemensは、企業エコシステム内でビジネスパートナーのアーキテクチャーにしっかり根を下ろそうとしています。IoT向けのオペレーティングシステムMindSphereを提供することで、誰もがデバイス製造ができるようにし、そうした新たなIoT世界における中核としての地位を固め、そこから社会への影響力を広げようとしているのです<sup>7</sup>。

このような融合が進むことで、社会は次の大きな進化を迎えることとなります。かつて鉄道を中心に都市が建設され、電気によって人々の生活が再構築されたように、今、世界はデジタルイノベーションの周辺のみならず、そうしたサービスを提供する企業自体を中心として再創造されようとしているのです。

これまでも、テクノロジーによる創造的破壊を軸に、社会は幾度となく作り直されてきました。今後もこの流れは繰り返されるでしょう。しかし昨今の変革は、変化の双方向性という点で、従来とは異質です。人々は、企業が提供す

る製品やサービスを利用するだけでなく、自ら企業に情報を提供し、アクセスを許容します。こうした「統合型イノベーション」を実現するためには、企業は人々の生活やパートナー企業のビジネスに深いインサイトやインパクトを与えることが求められます。そのことを理解している企業は、こうした深いつながりや信頼度を得るためには、従来とは違いビジネスだけではなくパーソナルな関係性が求められることに気がつき始めています。そしてそれこそが、企業の経営層にとってこれまで築き上げてきたビジネスの先に自社を再定義する方法となるのです。





# 新たな期待： 「企業ラベル」 が読まれる時代

あらゆるものがつながる世界—そこでは、顧客、従業員、市民、企業、あるいは政府といった従来の線引きはあいまいになります。

人々は、自分たちの日々の暮らしに企業がアクセスしたり影響を及ぼしたりすることを許容する代わりに、単に製品だけでなく目指すゴールや価値観に基づく「パートナーシップ」関係を求めるようになります。言い換えれば、人々は企業が掲げる価値観やゴールといった「企業ラベル」を読むようになるのです。企業は、自らが掲げるものを明確に定義する、あるいは、自らが寄って立つべきものをしっかりと持つ必要があります。

新たに寄せられる期待値は、革新的なプラットフォームやサービスを導入した企業にとっての重圧でもあります。ドットコム時代、革新的なスタートアップ企業が次々に誕生したものの、結局、後退を余儀なくされたり、従来のビジネスモデルに肉付けするだけに終わってしまったのと似ています。新たな価値を社会へ提供すべく先陣を切った企業は、まさに今、社会との相互関係をいかに展開していくのかを明確に示し、高まる期待に応えることを迫られています。

数年前、Uberはドライバーと協働する新たなモデルを築き、交通モデルを一変させました。ビジネスモデルが進化し地域コミュニティとの関係も変化した今、Uberはドライバーや顧客、各規制当局との関わりを通じて、企業としての社会的責任をいかに果たすかという課題に取り組みつつあります。

「企業ラベル」にはプレミアがつけられます。どういったプレミアがつくのかは、企業が、関係者たち（人々や政府、ビジネスパートナーなど）との双方向パートナーシップの中で、いかなる責任を果たすかによって決まります。責任が十分に果たされていないとみなされれば、消費者を落胆させるだけでは済みません。企業が成長の土台としてあてにしていた「統合型イノベーション」モデルは社会の幻として消え去ります。例えば米国の消費者信用情報会社Equifaxでは、不十分なセキュリティ対策によって個人情報流出し、その影響はこの先何十年にも渡って1億人以上の人たちの生活に及ぶと懸念されています<sup>8</sup>。その中にはEquifaxと直接取引がまったくなかった個人も含まれています。同社が、顧客や政府、世間との長期的なパートナーシップを維持していくために求められる信頼を再び築くには、並大抵の努力では済まないでしょう。

この先、さらに多くの革新的テクノロジーが成熟することで、こうした問題はますます増大し、同時にテクノロジーを起点とした社会的変化は加速していくでしょう。たとえば、量子コンピューティングは世界の金融システムを支える暗号標準のあり方を覆しうるものであり、新しいワークフォースモデルやプラットフォームはこれまで長きにわたり常識とされてきた「従業員」という言葉の意味を無くそうとしています。AIが能力を高め、応用範囲を広げていくにつれて、その不適切な利用を巡っては大規模な問題や不祥事が生じることになるでしょう。

総じて、個人も社会も、革新的変化がもたらす影響に対応すべく、新たなパートナーシップを構築する必要があります。しかしその際、企業が果たすべき役割については、いまだ明確な答えがありません。量子テクノロジーの進化によって自社の暗号セキュリティが破られた場合、企業はいかに責任を取ればよいのでしょうか？ ビジネスパートナーのうちの1社がAIを用いて明らかに偏見を含んだ決定や、個人のプライバシーを侵害する意思決定の方法をとった場合、企業はどこまで責任を負うべきなのでしょうか？

最近ではテックジャイアントと呼ばれる企業が、テクノロジーへのアクセスや個人情報を巡る議論などの社会問題に関して積極的に意見を表明したり、行動を起こすようになってきています。それには理由があります。そうした行動によって企業ラベルが定義されることになるからです。Appleは、米国政府からのiPhone上のデータ暗号解読技術の提供要請を拒否し、その決定を公に説明するために相当の時間やリソースをつぎ込みました。そうした話は決して特例ではありません<sup>9</sup>。企業が何を実行し、何を実行しないのかを明確に示すことが、顧客や政府、市民とのパートナーシップの一部として、企業が改めて社会との契約を定義づけていくための第一歩となるのです。

# 企業と社会との間の 契約を定義する

テクノロジーの普及がもたらす新たな期待感が、ときに厄介な問題となる一方、先進企業はこうした新たな社会的期待を自社の強みに変えることもできます。

自社のテクノロジーが徐々に広がり、さまざまな分野に浸透して双方向性が高まるにつれて、企業はテクノロジーを活用して顧客や従業員、政府、市民に寄り添い、より深いパートナーシップを構築できます。このようにパートナーシップの本質を明確にすることで、リーダー企業は自社と社会との間に新たな関係および新たな契約関係を築くのです。

新たな関係性を築くにあたり、一貫した原理原則を持っておくことが、寄せられる期待値にうまく応えるためには必要です。それだけでなく、こうした原理原則は、会社としてイノベーションを進めて成長していく際の原動力にもなります。パートナーシップを構築する中で企業が掲げる意思表示の中身こそが、人々が探し求めている「栄養価」の高い情報となります。エコシステムが形成され拡大する中で、自社の掲げる目標や理想にマッチした個人や組織は自然にパートナーとなっていくのです。最終的に企業は、つながりあった社会の中、一連の関係性の中で自社を規定する「規約」のようなものを策定することになるでしょう。その上に、将来の成長に向けた明確な道筋を作っていくのです。

新たな規約にどのような性格を持たせ、対象をどこまで広げるかは、相手が顧客なのか従業員なのか、あるいは政府や市民なのか、パートナーシップの種類によって異なります。こうした規約から得られる成長の機会もさまざまです。

化粧品会社のL'Oréalは、社会の良きパートナーとして事業を継続するために、フランス政府機関や国際倫理機構と協力して策定した草稿をもとに、厳格な倫理規範を作成しました<sup>10</sup>。重要なことは、この規範があらゆる側面で意思決定の枠組みとして機能するようになっていることです。

この内容に従ってL'Oréalではサプライヤー候補に対して同等に厳格な倫理規範を設定することを要求し、社内のバイヤーには、規定を満たしたサプライヤーを購入先に選定するよう指導しています。



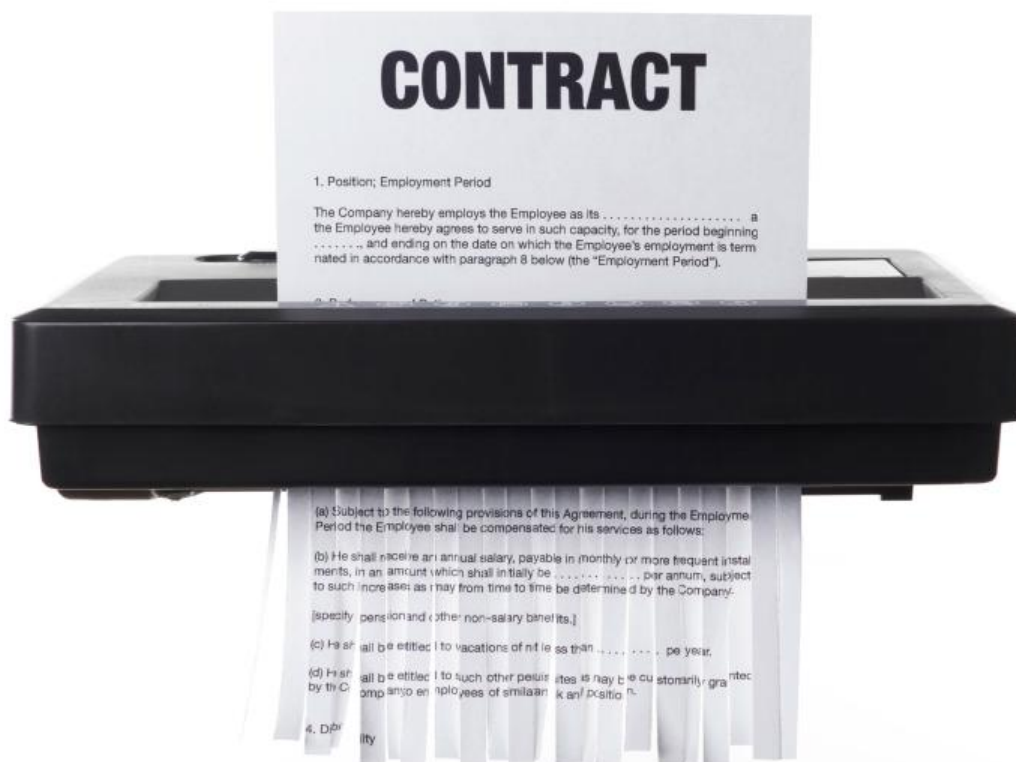
社会とうまく連携していくために、規範には環境責任に関する記述もあります。L'Oréalは、二酸化炭素排出量を67%削減したほか、パーム油は持続可能な管理が行われている森林からの購入に限定しました。また、再利用水のみを使用する「ドライ」工場の建築に着手し、2018年に完成予定です。L'Oréalの会長兼CEOであるJean-Paul Agon氏は、こうした変化は単なる良心の問題ではなく、ビジネスニーズの要件でもあることを繰り返し述べています。「今後10年で倫理規範は“持っていれば良い”ものではなく、あらゆる組織が営業許可を得るための必須要件に代わっていきましょう。この分野で先頭に立つ企業にとっては競争上の強みになるでしょう<sup>11</sup>。」

顧客とのパートナーシップ構築同様に重要なのが、自社の従業員との関係です。従業員を盟友と見立てて適切に投資をすることが、企業文化の礎となり、イノベーションとその実行に必要な持続可能な基盤となります。米国の通信会社AT&Tでは社内調査の結果、24万人の労働者の約半数が10年後には不要となるであろう業務に就いていることがわかりました<sup>12</sup>。また、科学、技術、工学、数学（STEM）の分野の教

育を受けている者が半数に過ぎないことも明らかになる一方、2020年にはそうした分野のスキルが必要とされる求人の割合は95%に達すると予測しました。こうした状況への返答としてAT&Tは、10億ドル規模の「Workforce2020」イニシアティブを立ち上げました。4分の1の従業員に再教育を施し、全く新しい職務に備えることが狙いで、2016年、AT&Tでは求人の4割以上を社内人材で補充することができました。

企業はパートナーシップの種類ごとに受け入れる責任を定義します。そして、自社が社会と結ぶ新たな契約の中身を明確にし、未来に向けて前進するための指針としていくのです。

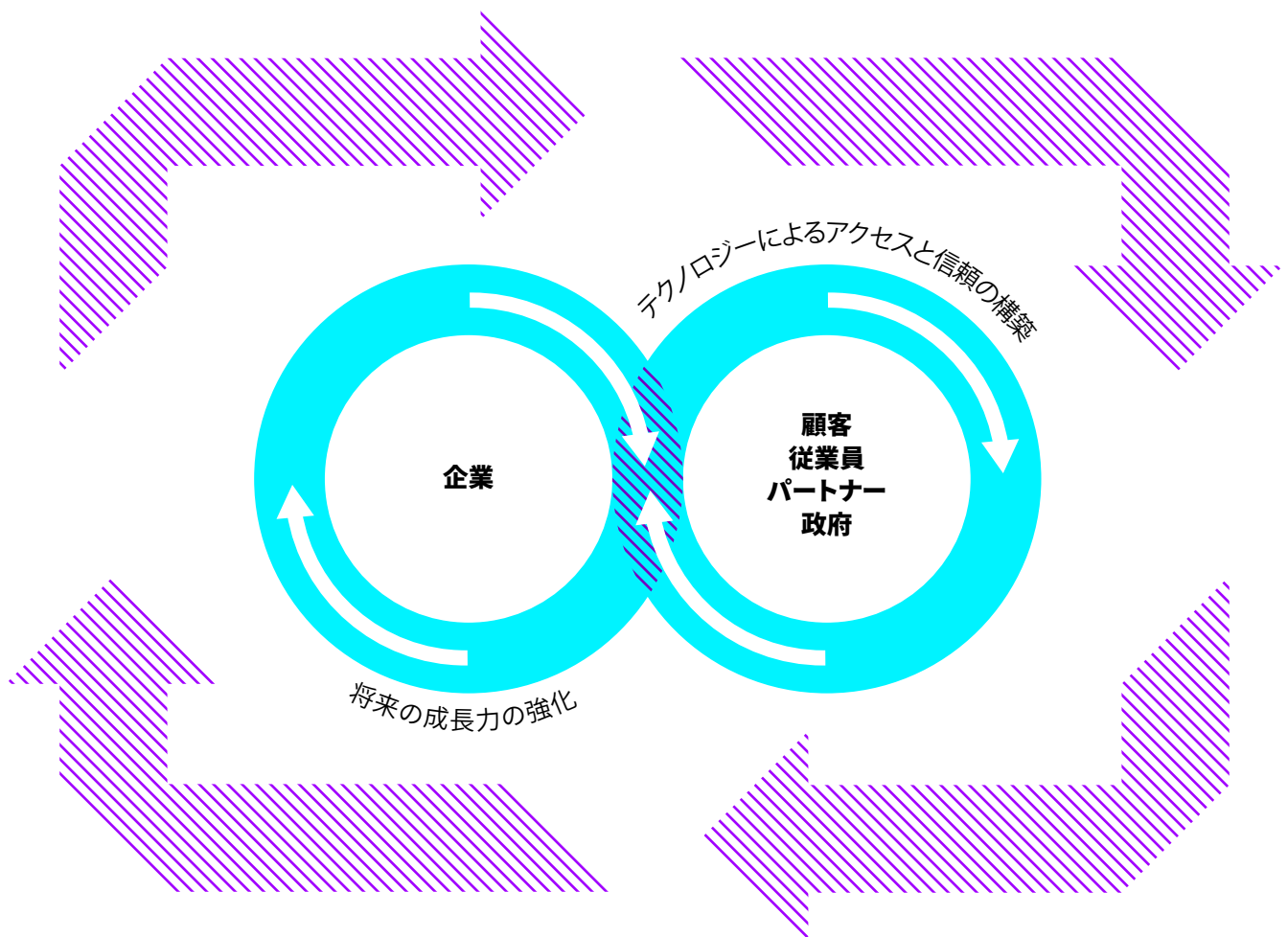
**今後10年で倫理規範は「持っていれば良い」ものではなく、あらゆる組織が営業許可を得るための必須要件に代わっていきましょう。**



# 社会に溶け込む

企業はかつてないほど深く私たちの暮らしに入り込み、提供する製品やサービスを通して社会を形づくるようになりました。こうして形づくられた社会はまた、企業が次の成長をするための土台にもなっていくのです。

顧客や従業員、パートナー、政府などとの新たなパートナーシップによって、企業はかつてない強力なアクセス力と信頼を築けるようになりました。この信頼をベースに、さらに深く社会に入り込み不可欠な存在になることで、企業は自らを大きく成長させる力を得ることができます。



Technology Vision 2018のトレンド

---

# インテリジェント・ エンタープライズの勃興

**テクノロジーをベースとする製品やサービスは私たちの働き方や暮らしに多大な影響を与えています。企業はそうした製品やサービスを通じて、かつてない変化を社会にもたらしています。**

今年のAccenture Technology Visionでは、企業がテクノロジーによっていかに社会に影響を及ぼすようになっているのか、5つの最新トレンドとして取り上げます。企業はかつてないほど人々や社会にアクセスし、大きな影響力を得る見返りとして、これまで以上の責任を求められます。各章をお読みいただくと、顧客や従業員、ビジネスパートナー、政府などが企業との間できちんとしたパートナーシップを求めるようになり、企業に対する期待値が高まっていくさまがお分かりいただけるでしょう。



トレンド 1  
**AIを「市民」に**  
 ビジネスや社会に恩恵を  
 もたらすAIの育成

AIが能力を高め、暮らしに与える影響力が強まるにつれて、企業は自社のAIがより適用力を持ち、社会における生産的な一員として行動できるように「育てる」必要があります。



トレンド 2  
**拡張現実**  
 距離の消滅

仮想現実（VR）や拡張現実（AR）などの技術が、人とのつながり、情報や経験を得る際の距離を取り除くことで、暮らしや働き方を変革しようとしています。



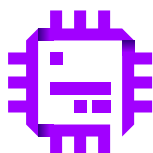
トレンド 3  
**データの信憑性**  
 信用が第一

データを活用して自らを変革する中、企業は新たなタイプの脆弱性に直面しています。信憑性を欠くデータや恣意的に操作されたデータ、偏ったデータはビジネスインサイトの腐敗につながり、歪められた意思決定は社会に多大なる影響を及ぼします。



トレンド 4  
**摩擦ゼロ・**  
**ビジネス**  
 大規模パートナーシップ  
 構築のために

企業の成長はテクノロジーをベースとしたパートナーシップにかかっています。しかし、従来の経営システムは大規模なパートナーシップに対応するようにはできていません。社会との融合を強め、最大限に力を発揮するために、企業はまず自らを再構築しなければなりません。



トレンド 5  
**インターネット・**  
**オブ・シンキング**  
 インテリジェントな  
 分散環境の創造

企業はロボティクスやAI、没入型体験などを活用し、インテリジェントな環境下で大きな賭けに出ようとしています。しかし、こうしたインテリジェント環境を実現するためには、自社のインフラを拡張し、目指すべきダイナミックな実環境にしていく必要があります。

## まとめ

**本レポートで挙げたトレンドは、テクノロジーが企業に与える影響について、数年にわたってアクセンチュアが提唱してきた考察の一部であり、世界中の企業にさまざまな課題と可能性をもたらしながら進化し続けるデジタル文化のありようを反映しています。デジタル時代が幕を開けて以来、企業は年々、より多くのことに取り組んできました。**

自らをデジタル化し、人々の生活との関わりを強め、「ひと」が主役（People First）」という、ある意味、企業のあり方を変えるような視点を取り入れてきたのです。そして今、それらすべてを融合すべき時を迎えています。企業は社会の再構築を目指しています。しかしこれは企業だけでできることはありません。人々とパートナーシップを組むことで、あらゆる企業、さらには社会全体が前に進んでいくための道が開かれるのです。

アクセンチュアのTechnology Visionでは毎年、新しい、あるいは進化したテクノロジーがいかに企業全体に影響を与えるのかをテーマとしています。テクノロジーの中にはすでに先進的な企業の戦略において重要な役割を果たしているものもあれば、差別化要因として台頭し始めたばかりのものもあります。Technology Visionのテーマは、全体像を捉えた上で企業がこの先の数年間、リソースや責任、あるいは成功の機会についてどのような検討を加えていく必要があるのかの指針を提供するものです。

世界中で企業がさまざまな変化を形作る中、新興テクノロジーを取り入れるだけでは先頭に立つことはできません。日常のあらゆる場面で人々とどのようなパートナーシップを組み、より良い暮らしをもたらす、新しい社会を形作っていくか、ということがカギになります。そうすることで、今後成長を続けるためのしっかりした基盤を築くことができるのです。

**今日の新たな時代において、人々と企業の関係性を変化させられるかは、両者（人々と企業）が保有する情報とつながりを、お互いがいかに活用できるかにかかっています。**

マイケル・ビルツ | アクセンチュア・ラボ マネジング・ディレクター

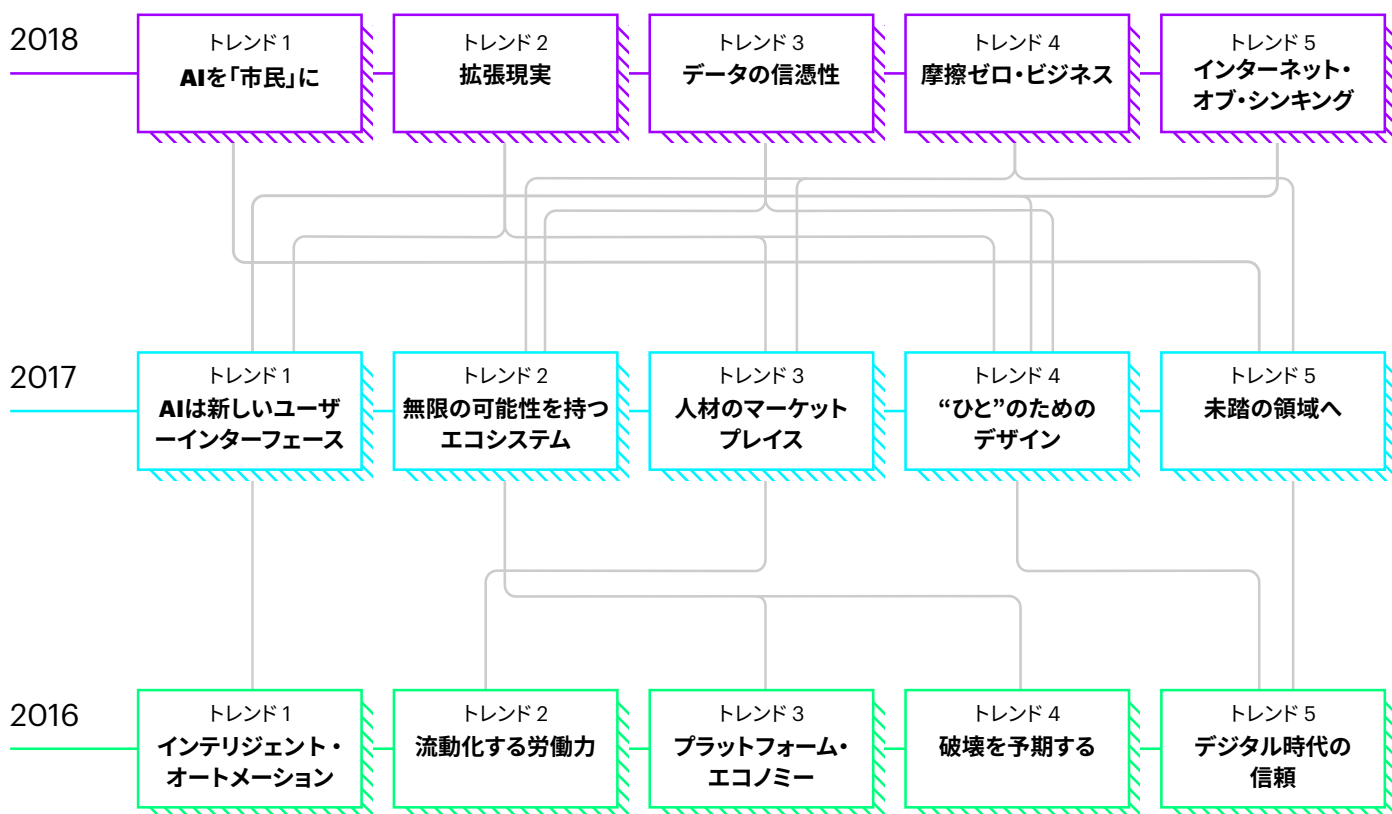


## おわりに

### アクセントゥアのTechnology Vision 2018につながる直近3年間のテクノロジートレンドには、2017年版および2016年版のレポートの次のような内容が含まれます。

アクセントゥアのTechnology Visionは3年間のテクノロジートレンドから構成されており、今年1年の傾向は全体像の一部であることを認識しておくことが重要です。企業がデジタルビジネスへの歩みを続けるにあたり、企業は成熟しつつあるテクノロジーを継続的に習得すると同時に、常に最新テクノロジーを把握することも必要になってきます。そうした技術を総合することで、次世代ビジネスをどのように構築し、将来の成長に向けてどのような道を切り拓いていけばよいのかが見えてきます。

下記に示すトレンドの詳細に関する説明は、[www.accenture.com/technologyvision-jp](http://www.accenture.com/technologyvision-jp)をご覧ください。



## 2017

---

### トレンド 1

## AIは新しい ユーザー インターフェース 「体験」を第一に

AIは今や、企業にとってのデジタル・スポークスマンになりつつあります。企業のバックエンド・ツールとしてだけでなく、多種多様なテクノロジー・インターフェースの中で、より高度な役割を担うようになってきました。コンピュータービジョンを使った自動運転車から、機械学習に基づくリアルタイム翻訳に至るまで、AIはあらゆるインターフェースをよりシンプルでスマートなものへと進化させます。そして、未来のコミュニケーションがどのように行われるべきか、高いハードルを設定しています。今後、AIは企業のデジタル・ブランドの顔として、さらには重要な差別化要因として機能するようになるでしょう。それにより、経営陣はAIの領域において、より高度な投資能力と戦略を求められるようになるはずです。

### トレンド 2

## 無限の可能性を 持つエコシステム プラットフォームの先に

中核的な業務を第三者やそのプラットフォームと統合する企業が増えています。しかし、先見の明のある企業は、そうした関係性を昔ながらのパートナーシップと同様とは考えていません。彼らはこの新たな関係を活用して、新たなデジタル・エコシステムの中で自らの役割を確立し、次なる戦略的成長の糧にしようとしています。そうした試みを進めながら、未来のバリューチェーンを構築し、自らのビジネスや製品、あるいは市場そのものも変革しようとしています。

### トレンド 3

## 人材のマーケット プレイス 未来を創造する

次世代型の労働モデルはすでに実現しつつあり、先進企業はいち早く自社の労働力を基礎から再構築し始めています。オンデマンドで（需要に応じて）利用できる人材プラットフォームやオンラインの業務管理ソリューションが進化を遂げる中、古臭い労働モデルやヒエラルキーは消滅しつつあります。そして、これに代わろうとしているのがオープンな人材市場です。その先にあるのはオンデマンド企業とも呼ぶべきモデルであり、企業が真にデジタルなビジネスへの転換を果たす上で欠かすことのできない、迅速なイノベーションと組織変革のカギを握ります。

### トレンド 4

## “ひと”のための デザイン 新たな行動を喚起する

テクノロジーが私たちに適応することができたら、世界はどう変わるでしょうか？ デジタル・エクスペリエンスの最先端にあるのは、私たちひとりひとりの行動に合わせて設計されたテクノロジーです。人と機械の効果的な協働を阻むギャップを徐々に縮めつつあるテクノロジーは今、私たちひとりひとりの行動を考慮することで、体験の質を高めるだけでなく、テクノロジー・ソリューションの有効性をも向上させています。さらに、このシフトは従来のパーソナライズされた関係を、より価値のあるパートナーシップへと転換させつつあります。

### トレンド 5

## 未踏の領域へ 新しい産業と標準の創出

企業の役割はもはや、新しい製品やサービスを開発することにとどまりません。企業は今、新しいデジタル・インダストリーを形づくっているのです。エコシステムによって運営されるデジタル経済においては、テクノロジー標準から倫理規範、政府の規制に至るまで、さまざまなルールがまだ明確に定義されていません。企業がデジタル経済における野心を達成するためには、これらの新しいルールの形成を積極的に支援していかなければなりません。新たなルールの形成をけん引できる企業は、新たなエコシステムで中核的なポジションを確立し、他社との差をさらに広げることができるでしょう。

## 2016

---

### トレンド 1

## インテリジェント・オートメーション

### デジタル時代の大切な協働パートナー

優れたリーダーは、オートメーションを単にデジタル変革の驚異的なスピードを利用するためだけでなく、新たなデジタル・ワールドを構築し、そこで競争優位性を確保するために活用します。機械と人工知能は、職場における最新鋭の戦力として、人が新たな仕事や可能性に取り組むための支援をします。

### トレンド 2

## 流体化する労働力

### デジタルなニーズに 適応する労働力の構築

企業はデジタル時代のたゆまぬ変化に対応すべく、必要とされるツールやテクノロジーに投資を続けています。そして今、これまで見過ごされがちだった“人材”という要素も、企業の野心的ゴール達成のために改めて注目を浴びつつあります。企業はテクノロジーを単なる破壊者ではなく、人やプロジェクト、組織全体に変革を起こし、極めて適応力豊かで、変化に対応できる組織へと成長するために不可欠な要因として見ています。

### トレンド 3

## プラットフォーム・エコノミー

### 広く外部からイノベーションを取り込むテクノロジー主導のビジネスモデル

業界をけん引する企業は、技術的なプラットフォームのみならず、新たなプラットフォームベースのビジネスや戦略を創造します。技術的な変化は、まだ始まったばかりです。

### トレンド 4

## 破壊を予期する

### デジタル・エコシステムが もたらす新たな変革の波

精密農業やインダストリアル・インターネット、スマートシティといった急速に進化を遂げるデジタル・エコシステム群は、企業が次なる破壊の巨大な波を起こす基盤となっています。こうしたデジタル・エコシステムやそれを推進する企業は、すでに複数の市場で自らの事業を拡大し、業界の垣根を壊しています。

### トレンド 5

## デジタル時代の信頼

### 顧客との関係を強化するための倫理規範とセキュリティ

デジタル経済の中で企業が個人やエコシステム、規制当局から信頼を獲得するためには、顧客接点の各段階で強力なセキュリティと倫理規範を構築しなければなりません。新製品やサービスには、倫理規範とセキュリティを設計段階から組み込む必要があります。これらを適切に実施できる企業は、デジタルな未来に向けた指針として、顧客からの深い信頼を獲得できるでしょう。

Technology Visionについて

# 調査概要

**Technology Visionのチームはアクセンチュア・リサーチと連携し、今後3年から5年のうちに企業、政府機関、およびその他の機関に最も大きな影響を及ぼすと予想される新たなIT分野の事象を毎年特定しています。ここで取り上げるトレンドは業界の枠を超えて大きな影響力を持つもので、今日の企業にとって実行可能なものです。**

本調査はまず、公共および民間部門、学术界、ベンチャーキャピタル、および新興企業から20名を超える経験豊かな人々を集めたTechnology Vision External Advisory Boardの意見を収集するところからスタートします。このプロセスに加えTechnology Visionチームがテクノロジー産業の著名人や専門家、および100名近いアクセンチュアのビジネスリーダーへのインタビューも行います。

さらに毎年、テクノロジーがビジネスに与える影響について全体像を把握するために、世界各国の企業のビジネス部門やIT部門の幹部を対象とする数千人規模のグローバル調査も実施しています。この調査の回答をまとめることで、あらゆる業界や地域を通じて企業がどのようなテクノロジー戦略を構築し、どのような分野に重点的な投資を行っているのかを明らかにすることができます。

調査から明らかになったテーマのリストを基に、チームは前述の諮問委員会を再度開催。この委員会による、アクセンチュア経営陣と外部専門家との一連の「掘り下げ」セッションを含むワークショップを通じて、個々のテーマを検証し、さらに磨きをかけていきます。

こうしたプロセスを経て、チームは実際のビジネス上の課題との関連性に基づいてテーマに重み付けを行います。特に、技術的変化の要因となることがすでに知られている事象だけを見るのではなく、多くの企業において近い将来に経営陣の重要課題となってくるとされるテーマに着目するのが特長です。

## 出典

- 1 Kloberdanz, K. (2017, May 25). How Augmented Reality Glasses Are Being Used in Industry. GE. <https://www.ge.com/reports/looking-smart-augmented-reality-seeing-real-results-industry-today/>
- 2 Millward, S. (2017, July 27). "AI English Teacher" Gets \$100M. Tech in Asia. <https://www.techinasia.com/ai-english-teacher-100m>
- 3 Liu, X., Nourbakhsh, A., Li, Q., & Shah, S. (2015, October). Real-Time Rumor Debunking on Twitter. <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2806416.2806651>
- 4 Kloberdanz, K. (2017, May 25). How Augmented Reality Glasses Are Being Used in Industry. GE. <https://www.ge.com/reports/looking-smart-augmented-reality-seeing-real-results-industry-today/>
- 5 Millward, S. (2017, July 27). "AI English Teacher" Gets \$100M. Tech in Asia. <https://www.techinasia.com/ai-english-teacher-100m>
- 6 Liu, X., Nourbakhsh, A., Li, Q., & Shah, S. (2015, October). Real-Time Rumor Debunking on Twitter. <https://dl.acm.org/citation.cfm?doid=2806416.2806651>
- 7 Vega, N. (2017, July 28). Amazon Wants to Install Delivery Lockers in Your Apartment Building. Business Insider. <http://www.businessinsider.com/amazon-hub-delivery-locker-apartment-buildings-2017-7>
- 8 Barrett, B. (2017, October 25). Amazon Key Puts Deliveries—and Delivery People—in Your Home. Wired. <https://www.wired.com/story/amazon-key-and-cloud-cam/>
- 9 Vega, N. (2017, July 28). Amazon Wants to Install Delivery Lockers in Your Apartment Building. Business Insider. <http://www.businessinsider.com/amazon-hub-delivery-locker-apartment-buildings-2017-7>
- 10 Barrett, B. (2017, October 25). Amazon Key Puts Deliveries—and Delivery People—in Your Home. Wired. <https://www.wired.com/story/amazon-key-and-cloud-cam/>
- 11 Dellinger, A.J. (2016, June 6). Tesla May Be Sharing Data with the Government to Help Advance Regulation on Autopilot Vehicles. The Daily Dot. <https://www.dailydot.com/debug/tesla-motors-autopilot-data-offered-to-department-of-transportation/>
- 12 MindSphere: Data to Knowledge. (n.d.). Siemens. <https://www.siemens.com/global/en/home/products/software/mindsphere.html>
- 13 MindSphere: Data to Knowledge. (n.d.). Siemens. <https://www.siemens.com/global/en/home/products/software/mindsphere.html>
- 14 Malik, J. (2017, September 28). If Data Is the New Oil, Then Equifax Just Caused a Huge Environmental Disaster. CSO. <https://www.csoonline.com/article/3228887/data-breach/if-data-is-the-new-oil-then-equifax-just-caused-a-huge-environmental-disaster.html>
- 15 Malik, J. (2017, September 28). If Data Is the New Oil, Then Equifax Just Caused a Huge Environmental Disaster. CSO. <https://www.csoonline.com/article/3228887/data-breach/if-data-is-the-new-oil-then-equifax-just-caused-a-huge-environmental-disaster.html>
- 16 Customer Letter. (2016, February 16). Apple. <http://www.apple.com/customer-letter/>
- 17 Alvarez, C. (2017, October 27). L'Oréal Championne Mondiale du Développement Durable, Selon le CDP. Novethic. <http://www.novethic.fr/empreinte-terre/climat/isr-rse/l-oreal-championne-mondiale-du-developpement-durable-144955.html>
- 18 L'Oréal Named as One of the World's Most Ethical Companies by the Ethisphere Institute for the Seventh Time. L'Oréal Group. (2016, March 7). <http://www.loreal.com/media/press-releases/2016/mar/ethispere-2016>
- 19 L'Oréal Named as One of the World's Most Ethical Companies by the Ethisphere Institute for the Seventh Time. L'Oréal Group. (2016, March 7). <http://www.loreal.com/media/press-releases/2016/mar/ethispere-2016>
- 20 Can AT&T Retrain 100,000 People? (2017, March 15). Fortune. <http://fortune.com/att-hr-retrain-employees-jobs-best-companies/>
- 21 AT&Tは10万人を再訓練することができますか？ (2017年3月15日) , Fortune <http://fortune.com/att-hr-retrain-employees-jobs-best-companies/>



**<Technology Vision 2018日本語版特設WEBサイト>**

**URL: [www.accenture.com/technologyvision-jp](http://www.accenture.com/technologyvision-jp)**



## アクセントチュアについて

アクセントチュアは「ストラテジー」「コンサルティング」「デジタル」「テクノロジー」「オペレーションズ」の5つの領域で幅広いサービスとソリューションを提供する世界最大級の総合コンサルティング企業です。世界最大の規模を誇るデリバリーネットワークに裏打ちされた、40を超す業界とあらゆる業務に対応可能な豊富な経験と専門スキルなどの強みを生かし、ビジネスとテクノロジーを融合させて、お客様のハイパフォーマンス実現と、持続可能な価値創出を支援しています。世界120カ国以上のお客様にサービスを提供するおよそ44万2,000人の社員が、イノベーションの創出と世界中の人々のより豊かな生活の実現に取り組んでいます。

アクセントチュアの詳細は[www.accenture.com](http://www.accenture.com)を、  
アクセントチュア株式会社の詳細は[www.accenture.com/jp](http://www.accenture.com/jp)をご覧ください。

## お問い合わせ先

アクセントチュア株式会社  
〒107-8672東京都港区赤坂1-11-44  
赤坂インターシティ  
Tel: 03-3588-3000（代）  
Fax: 03-3588-3001（代）  
Mail: [info.tokyo@accenture.com](mailto:info.tokyo@accenture.com)