

明日 への 話題

ポストSNS 時代の勝者 を育てる



野村総合研究所
代表取締役会長 兼 社長

このもと しんご
此本 臣吾

SNSやスマホに取って代わる新しい主役候補として、XR（クロス・リアリティ＝現実と仮想が融合する技術）が注目されている。XRによって実現されるミラーワールド（物理的な世界がデジタル化されたもの）では、スマートグラスを介して現実と仮想とを自由に行き来できる世界が広がってくる。

XRではAIによってあらゆる物理的な対象に意味づけが行われる。たとえば旅行。目の前の景色も100年前はどんなだったかと問いかければスマートグラスを通してその当時の景色が再現され、そこから覗けるものすべてにAIによる解説が付けられる。時代のダイヤルを動かせば過去から未来まで、あたかもタイムスリップしたような体験も可能になる。

ビジネスシーンにおいても大きな変化が生まれるだろう。たとえば、国境を越えて人々が自由にアクセスできる会議専用のプラットフォームが構築され、そこではAIによって言語の壁もなくなり、議論に必要なファクトの収集もAIが自動で行ってくれる。2030年頃にはこのような仮想的なワーキングスペースが実現されているだろう。言葉の壁を持つ日本人にとっては大変な朗報だ。

デジタルビジネスのセオリーは収穫逓増、いわゆる勝者総取りである。SNS時代では、GAFAのような不特定多数の人や物をマッチングさせる巨大なプラットフォーマーが市場を寡占化し、巨額の資金を投じてイノベーションを先導してきた。一方、これからブレイクするミラーワールドの世界は、旅行なら旅行、オフィス環境ならオフィス環境に特化して、その領域でのより深い体験価値を提供するプレイヤーが支持を集める形になる。SNS時代とは異なり、「小さなジャイアント」が領域ごとに群雄割拠することになるだろう。

ポストSNS時代に求められるのは、魅力的な体験価値を提供し続ける身軽さと柔軟な発想力である。そこでのイノベーションの担い手はスタートアップ企業か、あるいは、大企業であれば非主流の「辺境の組織の人たち」だろう。なぜなら、失敗する可能性が高く、儲けの少ない小さな市場へのチャレンジ、という最適化とは反対の、大企業が採るオーソドックスな経営戦略とは相容れない行動が必要となるからだ。会社全体を見回して、どこかで「最適化とは正反対の挑戦」を続けている人たちがいる環境を作り、その人たちを守り、励ますことが、次代の勝者を育てる要となるだろう。