

◆IoT&AI <仮想現実（VR）から拡張現実（AR）へ>

人と協調型ロボット、案内ロボットなどデジタルと馴染みのいい、視覚・聴覚を活用したロボットの開発が盛んである。最近では、触覚ロボットが注目され、触覚の構成要素である「振動」「力」「温度」をデジタル化し、完熟収穫ロボット、サラダを作るロボット、洗濯物を折り畳むロボットなどが紹介されている。航空会社は“触れる感覚で仮想旅行”商品を発売した。さらに、人間を空間と時間の制約から解放するテレプレゼンス（遠隔存在）技術を活用した、アバター（分身ロボット）の研究開発が盛んである。5G導入により診療・手術、農業、建設、宇宙、災害、製造、育児・介護、警備・清掃、観光・レジャーなど利用が期待できる。アバターは国内やグローバルの人口問題、都市問題の解決に寄与できる。B2C、B2B分野に限らずビッグデータに加え、VR・ARの活用でミドル・スモールデータ分野にも勝機は十分あると考える。

・2017年国際ロボット展 ・ANA、遠隔操作ロボを活用したサービス事業に参入(日経2018年3月30日)

◆成長戦略 <56勝ゼロ敗の“M&Aラブレッター”>

海外企業のM&A（合併・買収）の成功率は10%に満たない。国内のM&Aを含めて全戦全勝の永守重信（日本電産）さんは稀有の存在と言える。永守さんは買いたい海外の数十社宛ての手紙（筆者がいう“M&Aラブレッター”）を書くのを年末の習慣とされている。その結果、ある企業を買うと決めてから買収を実現するまでに平均5年を要し、「一番長いのは相手はその気になるまで16年間待った」そうである。M&Aは“時間を買う”成長戦略といわれているが、準備に“時間をかける”、“衝動買いは避ける”、範囲の経済を意識することが肝要となる。着眼大局、着手小局で臨み“長い～春”の覚悟でM&Aに取り組むことが成功の秘訣ということか。それにしても、永守さんがラブレッターを書いている姿を一度拝見したいものである。

・買収巧者、永守氏の年賀状(日経2018年1月23日)

◆いちもくのナイスなことば<未病には健康診断が一番！>

健康と病気の状態である「未病」の産業化を目指す研究が産官学で進んでいる。疲労・ストレスは指の血流から脈波と心電波を用いて自律神経の状態分析や、健康診断のビッグデータ解析から3年後の健康リスク予測など様々な手法が登場している。「早期に生活習慣を改善できれば医療費の抑制」が期待できる。

経営においても人の健康診断同様、経営課題を未病段階でリサーチできれば経営の健全性と成長性を常に保つことができる。収益性・生産性・成長性・財務上の安定性、新製品比率、非財務的なESG（環境・社会・ガバナンス）などの経営指標を四半期、半期、年単位でトレンド指標として見える化し従業員全員でそれを共有する。経営理念や成長戦略とクロスチェックを行い、優良企業をベンチマークとして成長戦略に反映する。外部環境はPEST（政治・経済・社会・技術）分析によるマクロ環境と3C（市場・自社・競合）分析によるミクロ環境から機会と脅威（OT）、内部環境から強みと弱み（SW）を常に把握することが重要である。

・「未病」産官学で研究進む 病気になる前の隠れた不調を発見（日本経済新聞、2018/03/26朝刊）