

リレーエッセイ

「AI×DX 化時代への適応：コロナ禍を克服する KM の社会実装と教育のあり方」

植木英雄 （日本ナレッジ・マネジメント学会理事、知の創造研究部会長）

1. はじめに

ジャパンアズ No. 1 と揶揄された 1980 年代を最後に、その後の ICT 産業革命、AI×DX 化の環境変化の中でアメリカの GAF A 等や近年の中国等の IT 系企業のビジネスモデル・イノベーション競争で劣勢となっている日本企業や日本社会にとって、AI×DX 化の壁をいかに乗り越えていくのか？その課題克服が急務とされています。

さらに、COVID-19 のワクチンの認証規制による平時の運用で、米英等で見られる非常時の戦略的な開発、認証や制度運用に対する遅延症候群から、大幅なワクチン輸入量の遅れに続きワクチン接種も大幅に遅れている問題が顕著にみられます。また、接種をめぐる関係機関の予約制度や接種のキャンセル、様々なミスも医療関係者達の献身的な努力にも拘わらず連日報道されています。

私が科研費研究プロジェクトで日米企業の知の創造に関する実証的研究に取り組み、知の創造研究部会を創設した 15 年前に、すでに米国の先進企業ではナレッジ・シェアリングや Lessons learned が適用されていました。（研究成果の参照先：植木英雄他著『知を創造する経営一日米主要企業の実態の解明』文眞堂 2011 年 10 月。）

一方、昨今のワクチン接種に係る失敗や事例の共有化に関して、未だ日本でもシステム化やアプリの開発がされておらず、KM の社会実装が急務と言えます。

これらの課題解決に向けて、今後の KM が果たす役割や課題について考えてみよう。

2. AI×DX 化との関わり

最近 AI の話題はコロナ禍のニューノーマル時代に DX 化やリモートの普及の環境下で埋没されがちです。実は、これらのシステムを支援する基盤の中で見えざる AI 技術が進展しています。

AI の機械学習により、定例業務が自動化されてロボットや IoT センサーにより代行されます。その一方で、人の対面コミュニケーションを通じた高質なサービスによる顧客経験価値の創発により、SDGs や統合報告書で課題となっている見えない資産やブランド力、組織能力などのインタangible要素を可視化した価値創造の新たな役割やそれらを担う雇用の再配置に伴う人材育成が今後益々大事になります。

AI は、ディープラーニング（深層学習）から次の飛躍のフェーズを模索しています。

自動車産業も現在 EV の話題がメディアで取り上げられていますが、CaaS、スマートシティなど人の Well-being 幸福感や共生コミュニティの創生に AI が適切な役割を果たせるように進化していく人と AI との共生社会の対話が大事になります。

AIは各種の契約書のレビュー、法務・会計・税務・教育など多くの分野で益々活用されていくことがAI×DX化時代の必然です。AIの弱点とされるクライアントとの信頼関係や安心・安全などの感情価値について、人の果たす役割が大事になります。そこで、サービスエコシステムをいかに構築して、クライアントとの共感・共創のソリューション価値を創造できるかが益々大事になります。

3. ミレニアル世代の価値観やライフスタイル

デジタル・ネイティブの世代はモノの所有にこだわらず、自分の体験価値観を大事にすると言われています。さらに次のミレニアルX世代では、シェアリングや個人的な価値観・ライフスタイルをより重視すると言われています。

AI×DX化時代のパラダイムシフトが急速に転換する時代を迎えて、顧客・生活者の変化を掴み従来以上に売れる商品開発やサービスとマーケティング・イノベーションにベクトルをシフトしていく必要があります。

コロナ禍が世界に蔓延している現在、リモートワークやオンライン会議、ECが普及するデジタル化が加速化しており、世界人口の1/3を占めるデジタル・ネイティブと言われる20代-30代のミレニアル世代の生活・消費行動様式に対する行政、企業、社会対応が大事になります。これらの世代の多くは、新聞やTVを見ずにSNSで情報を活用しますので、そのコミュニケーション対策が不十分なところでは、非常事態宣言などの効果が限定的となります。そこで、双方の「歩み寄り」の対話が大事になります。

DX化時代のパラダイムシフトが急速に転換する時代を迎えて、顧客・生活者の変化を掴み従来以上に顧客視点で売れる商品開発やサービスとマーケティング・イノベーションにベクトルをシフトしていくことが成功に繋がります。

4. グローバル人財の育成

日本企業のグローバル化やグローバル人財の育成は、依然として今日重要な課題です。英語や現地語での情報取得力や対人コミュニケーション能力、コミュニティへの参加能力などが求められています。

また、ビジネス英語の学習法として、スマホ対応の5分間の繰り返しマイクロラーニング・プログラムや移動中のスマホ利用による学習時間の確保などが有効となります。

語学は数学などと同様に左脳が掌りますが、感性や好奇心、動機付け、価値観などは右脳が掌ります。この左脳と右脳の相互連携を高めることが学習効果を高めて、さらに新たな知を創造することに繋がります。

イノベーションの源泉となるアイデアや知恵を生み出すためには、自律性を育む脳の解放が必要です。これらの脳機能の相互連動を引き起こす多様な人やモノ・コトとの交流の場をいかに職場以外のコミュニティも含めて共同化をする事ができるかが主体的で創造的な

実践知を生み出す活力になります。暗黙知的な無意識と形式知的な意識の二つの脳の機能をいかに上手にバランス良く使い、組織の変革に活用出来るかが今問われているのです。それゆえ、下記の課題解決が成功の鍵を握ります。

- ① 他者の管理に委ね過ぎずに、自律的な自己組織化の能力をいかに高めていくのか？
- ② 科学技術やビジネスの競争モデルなどの変化の激しい環境下で、いかに動的な組織の適応能力を高めて社会との価値共創のエコシステムを構築していくのか？
- ③ 脳科学と人工知能の進化の狭間で、人の感性力や創造性能力をいかに高めていくのか？

5. 結び

上で述べたように、コロナ危機からイノベーションの社会実装に向けた変革が急務とされています。

自立、自律分散協調系への移行により、持続的な地球環境の下で豊かで人間が自己実現を果たせる社会や産業のビジョン・展望、起業者・人財育成等が益々大事になります。赤ちゃんから高齢者まで生涯学び続ける教育や生涯自立、自律分散協調系の健康コミュニティのネットワーク化などイノベーションの社会実装が期待されます。その実現に向けて魅力的で独自のデザイン思考、叡智や個性のあるアイデア、グローバルなレベルで人的資源や社会的な関係性資本と自然資本を融合活用して行ける能力の育成とそれらをグローバルに展開出来る人財育成等がこれから大事になります。KM が果たせる役割は企業から社会のイノベーションの実装へと拡大していきます。

「知るは好むにしかず、好むは楽しむにしかず」と古来より孔子の名言があります。

楽しい学びは、人生を豊かにしてくれます。サミュエル・ウルマンの詩 Youth では、飽くなき理想・情熱・好奇心・創造力・冒険心などが重要とされ、青春は持続できます。

この思考ビジョンを共有して人生道の明確な意思を持てれば、人間は発想や習慣を変えて運命を変えることさえも出来るのです。持続的な世界の開発目標の達成に向けて、叡智を結集し、共創していきましょう。

今回は、学会誌編集委員長の筒井理事にバトンタッチをいたします。