



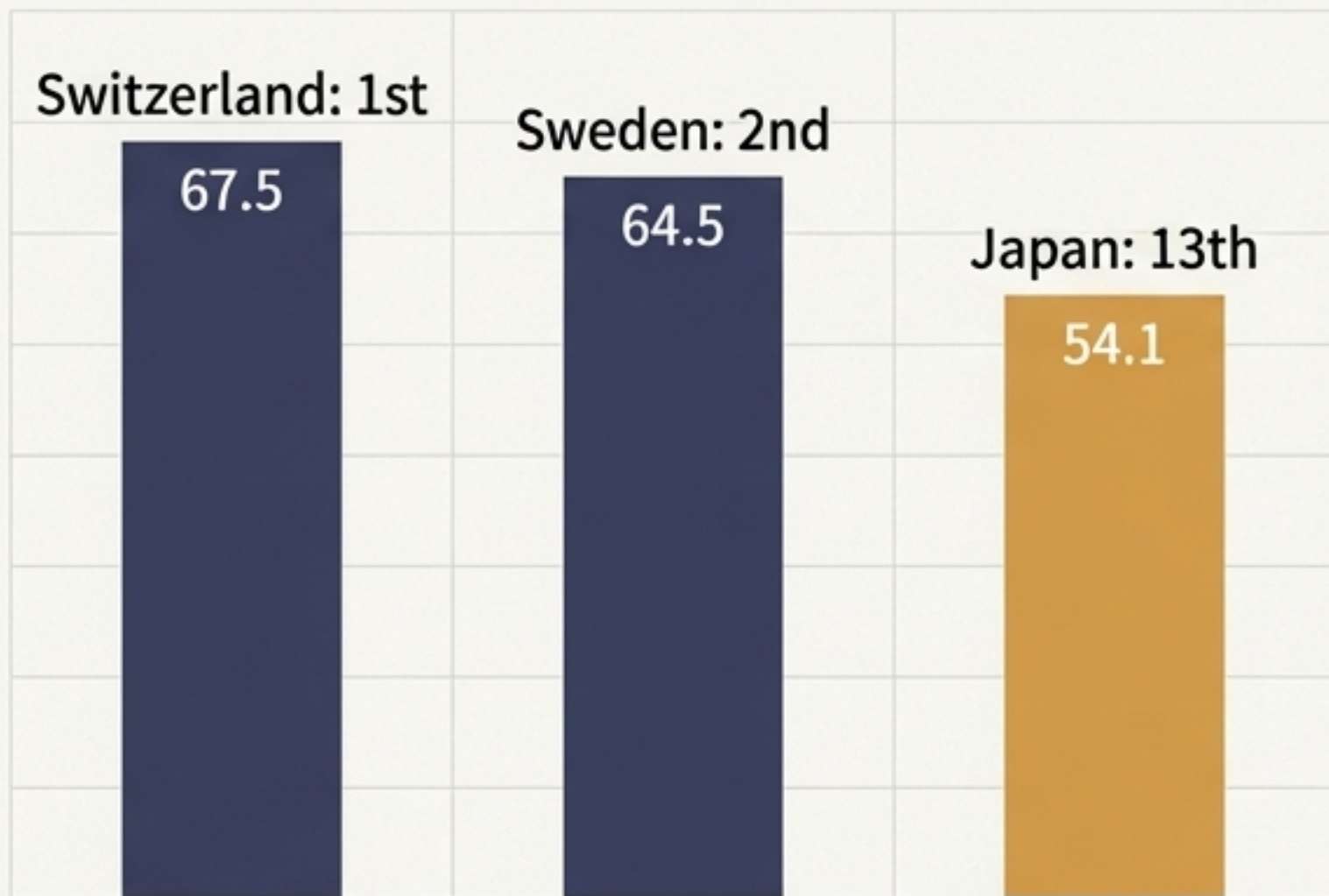
AI時代の競争優位性： 『効率化』の先にある、新たな価値創造への道筋

生成AIを創造の戦略的パートナーとし、不連続なイノベーションを体系的に生み出す方法

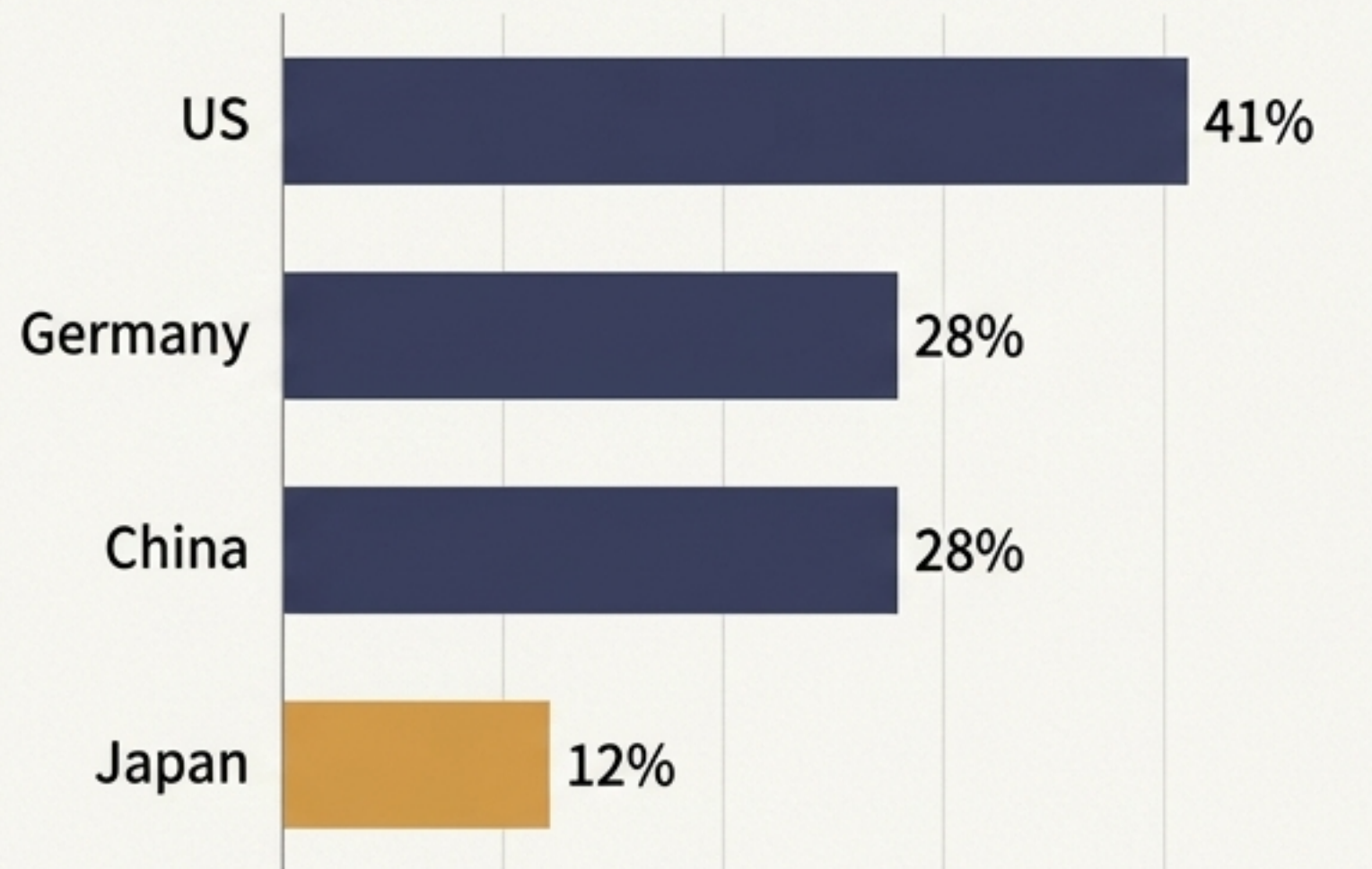
AIコンバージェンス時代、日本は既に取り残されつつある

イノベーション創出能力とAIの戦略的活用において、日本は国際的に遅れをとっている。

Global Innovation Index 2024

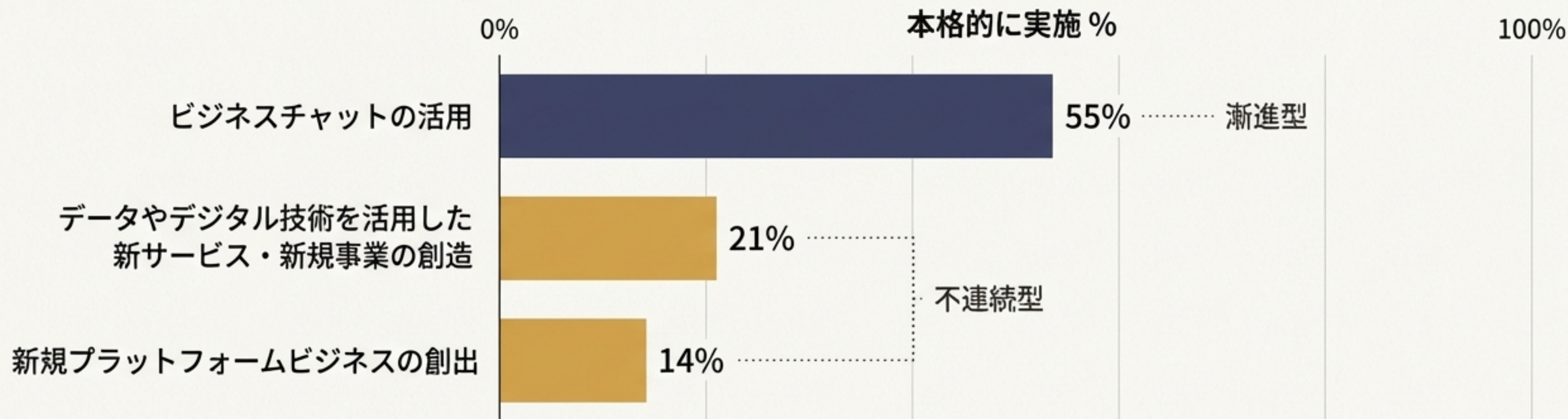


生成AIの活用：事業や商品の企画におけるアイデア出し
業務で使用中（効果は出ている）



なぜ遅れを取るのか？ DXの目的が「効率化」に偏り過ぎている

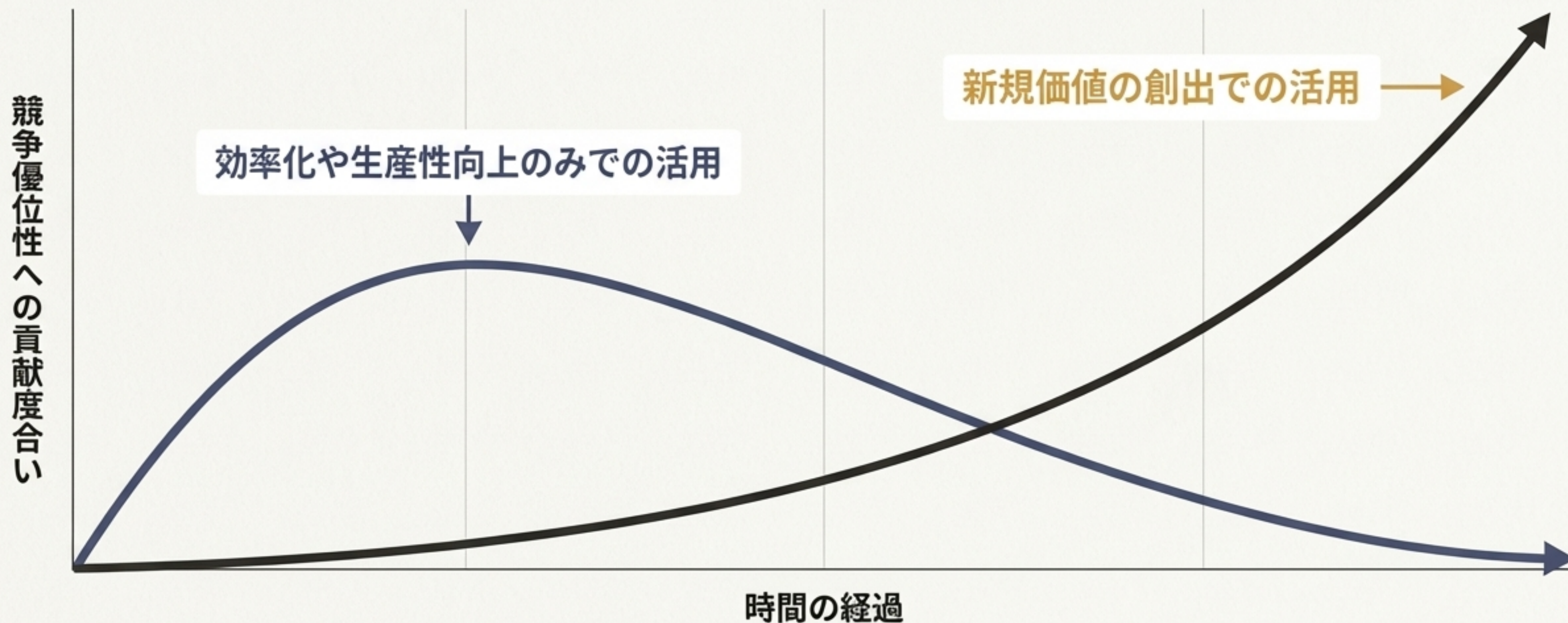
国内企業のDX施策は、業務効率化や既存事業の高度化（漸進型イノベーション）が中心となり、新規事業創出（不連続型イノベーション）には至っていない。



出典：ITR「DX成熟度調査」（2025年6月調査、回答数=377）

効率化による競争優位性は、やがて陳腐化する

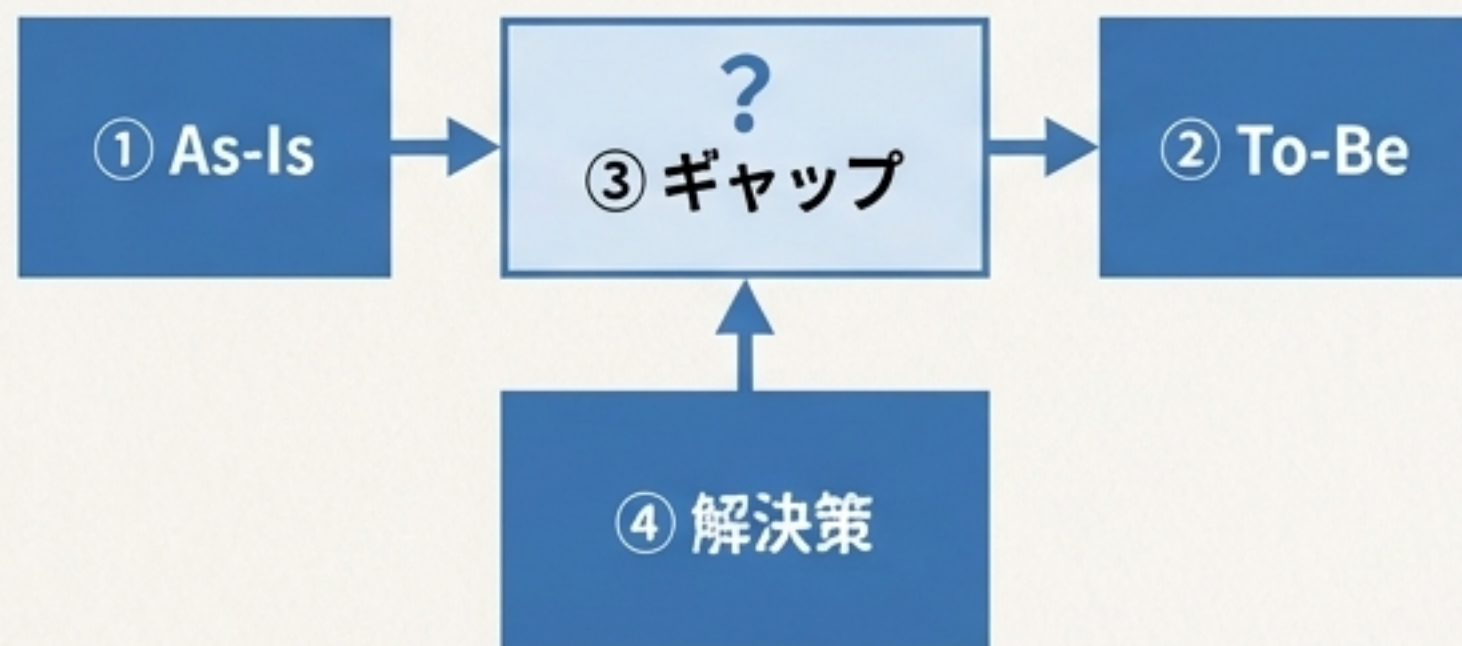
生産性向上を目的としたAI活用は、短期的には優位性を確保するが、時間と共にその貢献度は減衰する。持続的な成長には、AIを新規価値創出に活用し、新たな市場を切り拓くことが不可欠である。



求められるのは「現状起点」から「未来起点」への発想転換

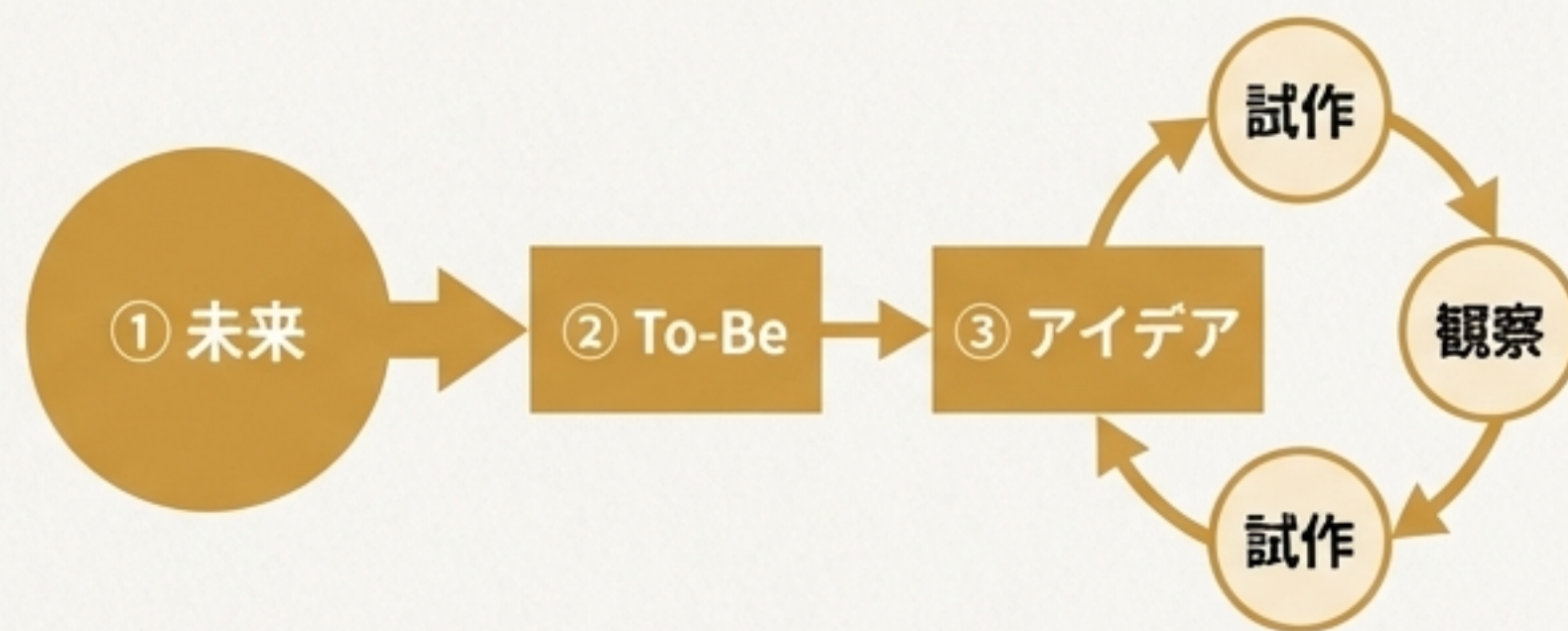
従来の「問題解決型」アプローチは現状の延長線上の改善しか生まない。不連続なイノベーションには、未来の外部環境を起点とする「問題発見型」アプローチが不可欠である。

問題解決型アプローチ



綿密なAs-Is分析を行っても、現状の延長線上の改善策しか浮かび上がらない

問題発見型アプローチ



未来からありたい姿を描き、それを実現するアイデアを検証しながら作り上げていく

未来起点のアイデアを体系的に創出する8段階のプロセス

ITRが多くの企業で実践してきた、将来視点の外部環境の変化を起点とする
「不連続型イノベーション」のためのアイデア創出プロセスを紹介する。

1

外部環境の分析

社会・産業・業界など、将来視点の外部環境の変化を洗い出す

2

課題・ニーズの抽出

環境変化から生じる課題・ニーズを洗い出す

3

外部環境と課題・ニーズの紐づけ

両者の関係性を明らかにする

4

ビジョナリーワードの定義

実現したい未来の姿を魅力ある言葉で表現する

5

解決策・施策の立案

課題・ニーズと技術シーズを掛け合わせる

6

目指すべき未来像の描写

未来像を具体的に図・表などで表現する

7

ビジネスモデリング

ビジネスモデルの観点から検討、表現する

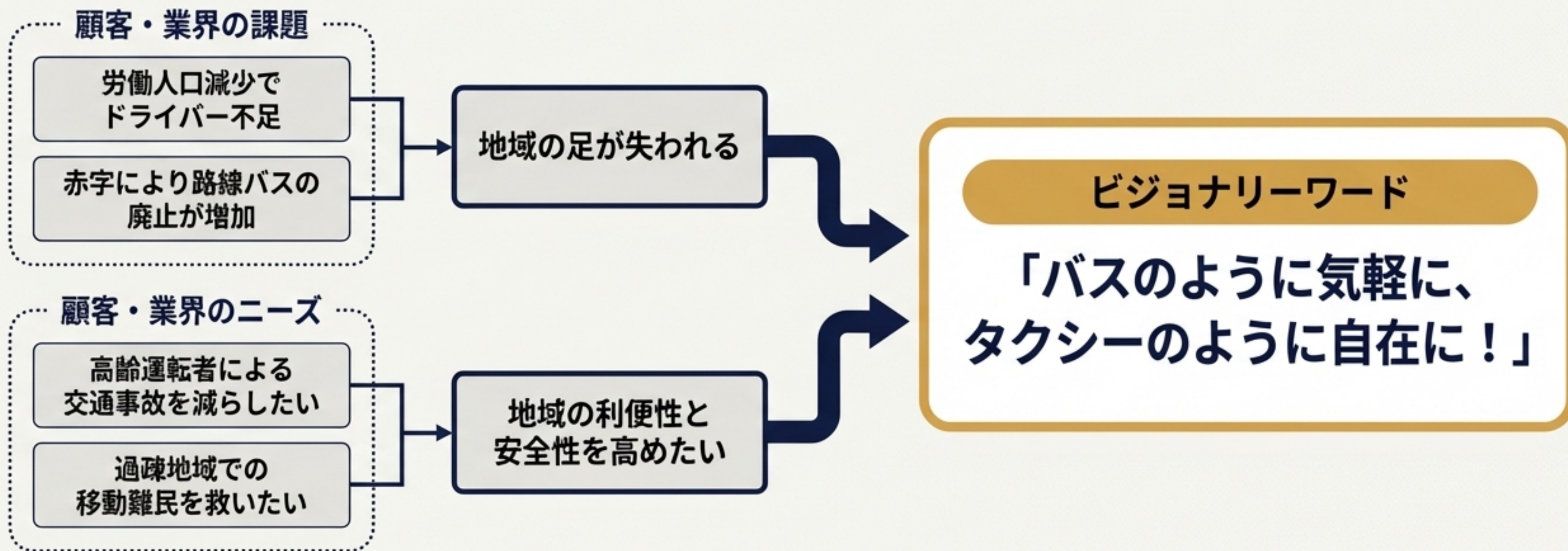
8

ビジネスモデルの評価

実現性や市場性などの観点から評価する

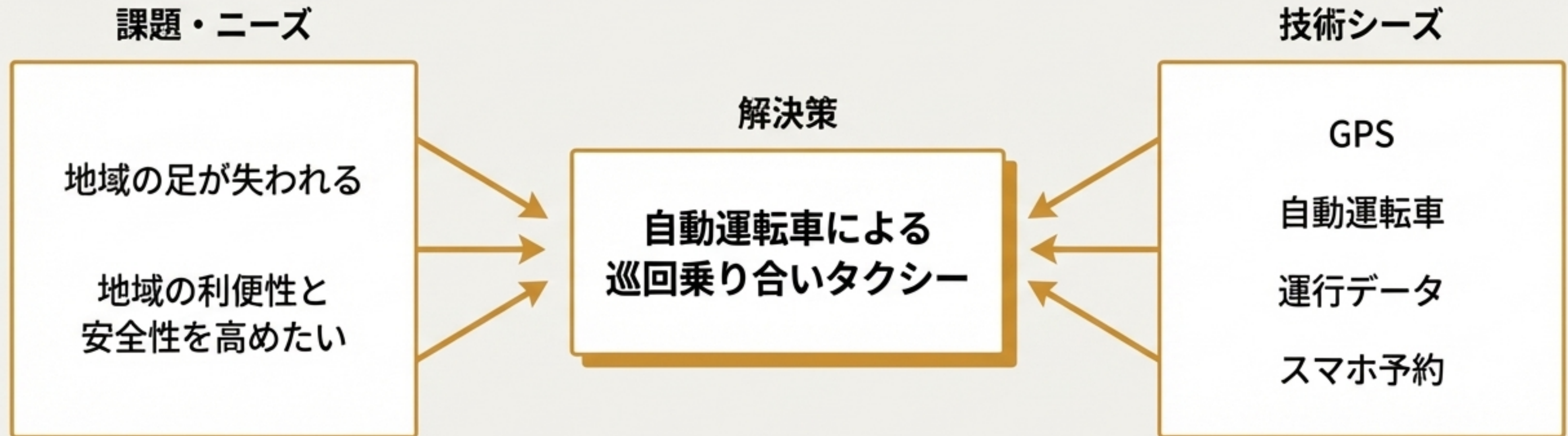
具体例：自動運転の普及から「未来の移動」を構想する

外部環境の変化（自動運転の普及）から、課題（地域の足が失われる）とニーズ（過疎地域の移動難民を救いたい）を導き出し、目指す未来を「ビジョナリーワード」で集約する。



課題・ニーズと技術シーズを掛け合わせ、解決策を具体化する

「ビジョナリーワード」で示された未来像を実現するため、抽出された課題・ニーズと、利用可能な技術シーズ（デジタル技術など）を組み合わせ、具体的な解決策のアイデアを創出する。



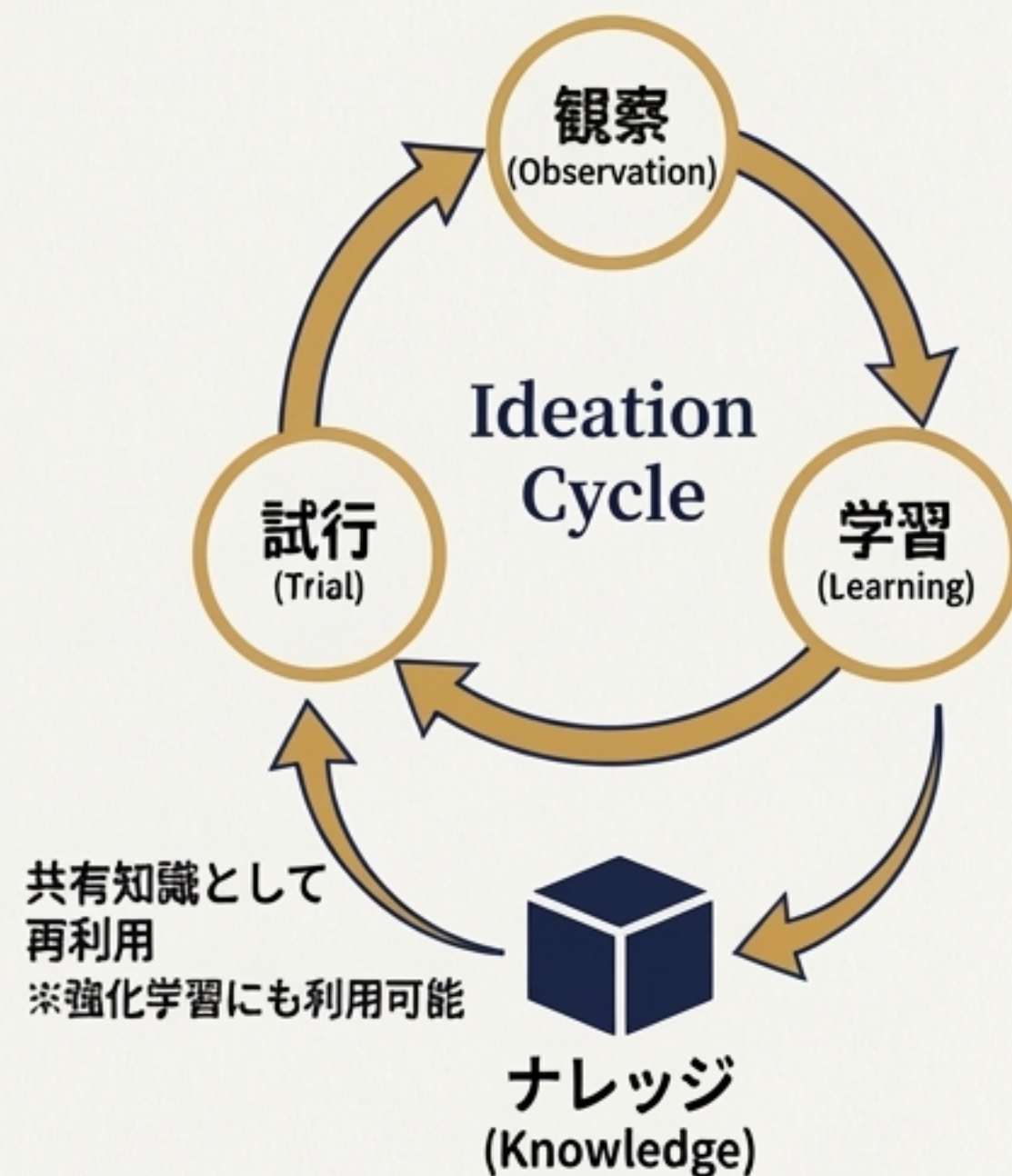
AIは、アイデア創出プロセスの全段階を加速・深化させる

生成AIを各プロセスに組み込むことで、人間だけでは困難な規模の分析、多様な視点での発想、そして高速なシミュレーションが可能になる。創出された成果はナレッジとして蓄積され、組織のイノベーション能力を継続的に高める。



各段階におけるAIの具体的な役割：分析からシミュレーションまで

AIは単なる情報検索ツールではない。リサーチ、関係性の整理、アイデアの壁打ち、成果物作成、評価まで、創造的プロセスの戦略的パートナーとして機能する。



実践：AIとの協業が生み出す、多様で質の高い事業アイデア

実際にAIを活用し、顧客課題と技術シーズを掛け合わせることで、多岐にわたる領域で具体的な新規事業案を創出できる。

No.	顧客・業界の課題	顧客・業界のニーズ	解決策（新規事業案）	技術シーズ
1	スーパーや飲食店での廃棄ロス増加	廃棄量削減と利益確保	AI需要予測＋動的価格設定サービス	AI需要予測、POS/天候データ分析、IoT在庫管理
2	建設現場の人手不足・労災リスク	安全性確保と効率化	AIドローン現場監視・測量サービス	高精度ドローン、LiDAR、AI画像解析
3	観光地の多言語対応不足	外国人対応力強化	多言語AI観光ガイド＋AR	音声認識・翻訳AI、ARナビ
4	製造現場の設備停止による損失	故障予兆検知	予知保全SaaSプラットフォーム	IoTセンサー、機械学習、遠隔監視
5	医療現場の診断負担増	診断精度向上と効率化	AIセカンドオピニオンサービス	画像診断AI、電子カルテ連携
6	農業の収量変動と人手不足	安定収穫と効率化	AI農業コンサル＋自動灌水制御	衛星データ解析、土壌センサー、AI栽培管理
7	都市物流の渋滞・遅延	配送効率改善	都市ラストマイル最適化SaaSサービス	ルート最適化AI、リアルタイム交通データ
8	リモートワークによる孤立感	チーム結束維持	メタバース型チーム構築サービス	バーチャル空間、AI会話分析
9	高齢者の孤独・見守り不足	安心・安全な生活	AI見守り＋健康モニタリングサービス	ウェアラブル端末、AI異常検知
10	漁業の乱獲と資源枯渇	持続可能な漁獲管理	サステナブル漁業支援サービス	海洋ドローン、魚群探知AI

世界の先進企業は、既にAIで新たな事業価値を創出している

AIを活用した新規価値創出は、IT企業に限らない。MichelinやPepsiCoのようなグローバル企業も、AIを駆使してデータから新たなサービスやビジネスモデルを構築し、大きな成果を上げている。



Michelin（フランス）

取組み分野：フリート管理

AIで車両の稼働データを解析し、運輸・物流業界の顧客に予防保全や運行効率化を提案する「Connected Fleet」サービスを展開。

実績：管理車両数60万台超、顧客5万社以上、20カ国以上で展開。



PEPSICO PepsiCo（米国）

取組み分野：店舗支援

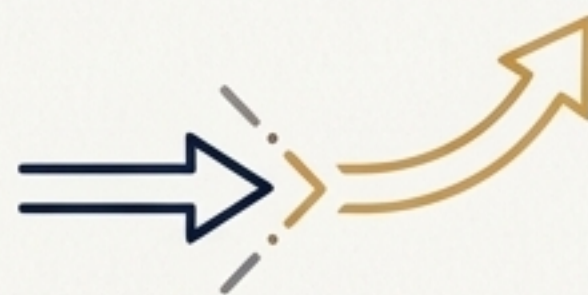
AI予測モデルで店舗ごとに顧客クラスタリングを行い、最適な品揃えや棚割を提案するデータ&インサイト共同プラットフォームを展開。

AI時代の勝敗を分ける3つの戦略的転換



目的の転換：効率化から、新規価値創造へ

個人の生産性向上や業務効率化に留まらず、AIを新たな顧客体験やビジネスモデルの創出に活用する。



プロセスの転換：現状起点から、未来起点へ

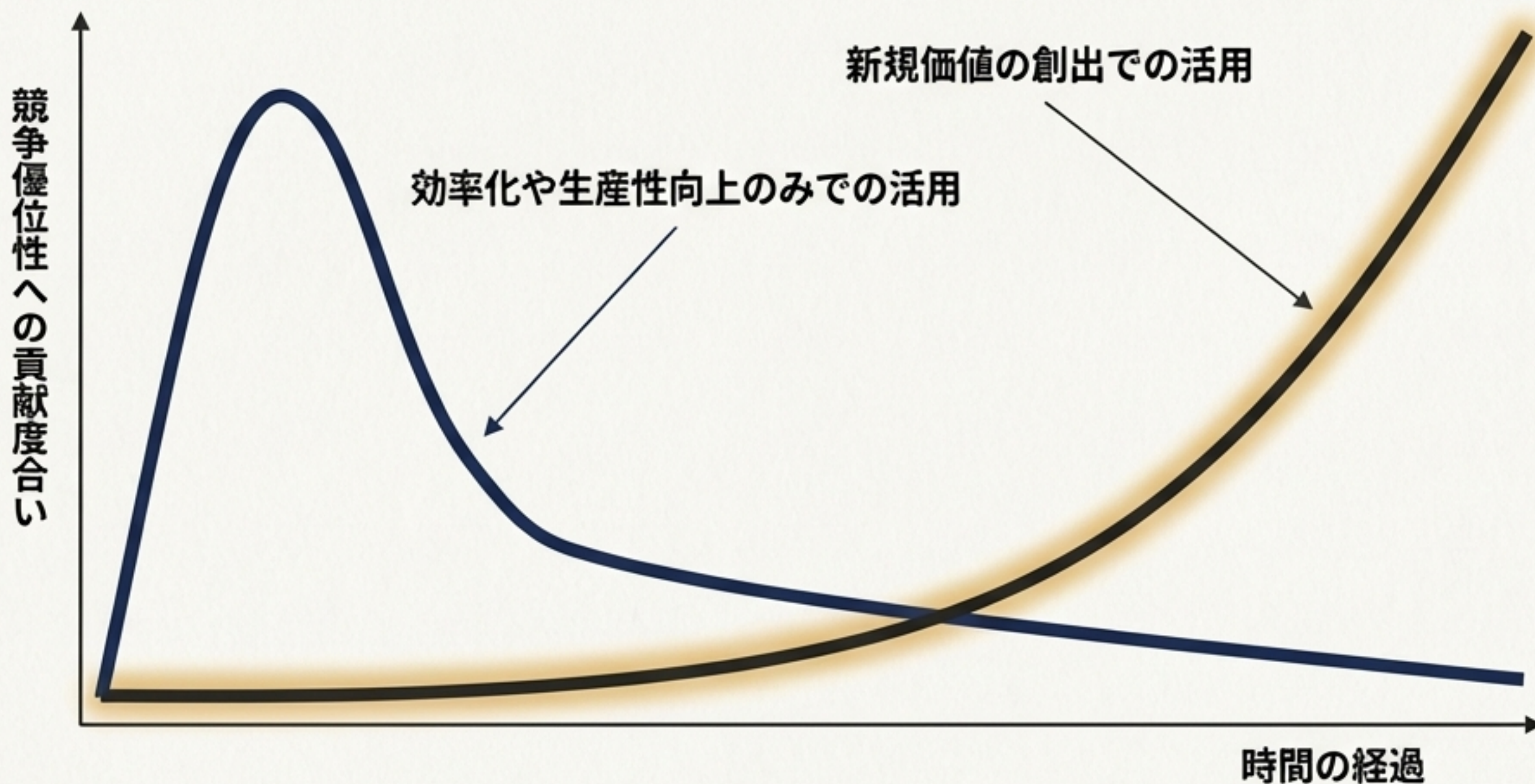
「問題解決型」の改善思考を脱し、「問題発見型」アプローチで未来から逆算して不連続なイノベーションを構想する。



AIの役割の転換：ツールから、戦略的パートナーへ

AIをアイデア創出プロセスの全段階に体系的に組み込み、人間の発想力と分析能力を増幅させる創造のパートナーと位置づける。

あなたは、どちらの未来を築きますか？



AIがコモディティ化する未来において、効率化のみを追求する道は、やがて競争優位性を失う。AIを新規価値創造のエンジンとすることで、持続的かつ指数関数的な成長曲線を描くことができる。