

## 巻頭言

# データが生み出す創造力が発揮される未来

株式会社リコー  
代表取締役 社長執行役員・CEO  
山下 良則



弊社が発行するテクニカルレポートの前号No.44が発行されたのが2020年。引き続き新型コロナウイルス感染症の趨勢が予断を許さない中、気付けばその流行下での3度目の冬を迎えた。さすがにここまで長期にわたるとは考えていなかった人も多いただろう。かく言う私もその一人だ。

新型コロナウイルスは世の中の常識を大きく変えた。パンデミック以降、私は取材等で先行きの見通しについてコメントを求められるたびに、「不確実なことが確実な時代であり、分からない」と答えていた。しかしながら、最近はその考え方を改めるに至っている。今の世の中は「不確実」なのではない。振り返ってみれば今起きていることは、かつて十分に予想できていた未来であった。ITの進化やテレワークの普及により働き方の自由度が増すことも、デジタル化の進展により紙を媒体とした情報伝達がかつてのような主流ではなくなることも、思えば何十年も前から「起こりうる未来」として想定していたものであった。ただし、その未来が現実化したスピードが速すぎるために、それに圧倒され、従来の常識に変化が起きていることを「不確実」と言い訳していたような気がしている。先を読み切り、今まで以上に俊敏に変革を起こしていくことが求められている。

言うまでもなく、新型コロナウイルス感染症拡大によりデジタル技術の役割が一段と重要性を増した。ポスト・コロナの始動で民間企業のみならず、公的分野でのデジタル化への変革、いわゆるデジタルトランスフォーメーションが世界規模で一気に進んだ。ここでひとつ、日本のデジタル化の進み具合について、興味深いデータを紹介する。国連が隔年で発表している「世界電子政府ランキング」の最新2022年度版において、日本は14位に位置付けられている。一方で、スイスの国際経営開発研究所（IMD）が発表している「世界デジタル競争力ランキング」においては、日本は29位となっており、国連の順位とは乖離が見られる。この違いは、国連のランキングでは各国「政府」のデジタル進捗に焦点を当てているのに対し、IMDのランキングはここに「民間」という視点が加わり、「政府+企業」の総体として如何にデジタル技術を活用しているかを示したものになっているという点に拠るものである。すなわち、日本の民間企業におけるデジタル化がまだまだ進んでいないことを語っている一方で、言い換えれば今後大きな成長の余力があることも意味する。特に中小企業や地方政府におけるデジタル化は今後の喫緊の課題となってくることは明白で、リコーでもそれらの領域でのお客様のデジタル化支援強化に注力している。

目まぐるしく変わるお客様や社会の変化に真摯に向き合い、今まで以上のスピードでデジタル化への変革を推し進めていくためには何が必要か。答えは多岐にわたると思うが、その中の一つが、視点を「業務」から「データ」へと移していくことではないかと考えている。日本は昔から「業務改革」という言葉を好み、業務フローの検証に始まり、業務の効率化、業務システムの標準化などを図ってきた。しかし、「業務」は時代の要請に合わせ変遷を繰り返すものだ。政府においては法令改正が行われるたびに業務処理の内容が変更され、民間企業においてもお客様を取り巻く事業環境の変化、働き方の変容が進むことで業務内容も移り変わっていく。こうした業務を一つ一つ検証し、都度改善・改良を施しても、永続的な解決にはならない。今後はデジタル社会に対応していくためには、「業務」ではなく、「データ」に着目することがより重要ではないか。どのように「データ」が生まれ、処理・保存・管理され、そして再利用されるのか。そして、「データ」の利活用により、どのように新たな付加価値が創出されるのか。「データ」のライフサイクル全体を考えて、デジタル社会に対応した新しい情報管理の仕組みを実装していく、その結果として、「業務」処理の本質が改善されていくという仕組みが必要だと考えている。

少し話は変わるが、リコーは1977年に世の中で初めて「オフィスオートメーション」というコンセプトを提唱した。そこには、「機械にできることは機械に任せ、人はより創造的な仕事をすべきだ」という想いが込められていた。そこにあるのは、人にしかできない創造的な仕事を通して、生み出される付加価値を増幅すること、はたらく歓びがあるのだという考え方である。そして、リコーが100歳となる2036年のビジョンを「“はたらく”に歓びを」という言葉で表現した。AIやロボットなどテクノロジーの更なる進化により、機械にできることが益々増えていく。人の仕事が創造力の発揮へと移っていく中で、はたらく人に寄り添い、はたらく人が充足感や達成感、自己実現を強く実感できるように、そのお手伝いをするをを目指していく。この考え方は、46年前から今もなお変わることのない行動様式として根付いており、これこそが私たちの存在意義であると言っても過言ではない。

先ほどの「業務」と「データ」に話を戻そう。リコーは複写機のデジタル化とネットワーク化の歴史の中で、お客様の業務改善のためのお役立ちを長年担ってきた。現在では複写機はあくまでエッジデバイスの一つとなり、多くのソリューションを複合的に組み合わせることで、より幅広い領域での業務効率化や生産性向上を図ることができる。業務の効率化や生産性向上は現在のワークプレイスにおいても依然として求められ、確実にお客様価値とみなされている。しかし、単なる効率化や生産性向上はやがては限界に行き着く。次に求められるのは、そこから生み出された時間を使って創造力の発揮に挑む人を助けること。そして、はたらく人の内面に向け、はたらくことから歓びを感じる、そのお手伝いをする。人がより創造的な仕事をするためのテクノロジーの開発とサービス化、これこそが「“はたらく”に歓びを」を掲げた私たちの果たすべき使命である。

さて、そこでキーとなるのが、前述した「データ」のライフサイクル全体を考えた顧客価値の創出だ。デジタル時代に競争力を有する組織であるためには、「データ」を「情報」として活用することが極めて重要だ。しかし多くの組織ではそのことを認識しながらも、自組織が保有しているデータの状況や自社の業務にどのように適用できるかが分からずにいる。

ここで言う「データ」と「情報」の違いは何か？「データ」とは、ある事象を一定の形式に沿って集め定量的に表したものであり、それ自体は数字や記号の羅列でしかない。一方で「情報」とは、「データ」間の関係やパターンを抽出し意味付けを行うなどして、「データ」に価値を付加した状態を指す。「データ」が単なる「数字の羅列」であるのに対し、「情報」は「使いやすい形に整形したもの」、「次の行動を起こさせるために使うもの」と言うことができる。そのステップの核となるのが、データを整理し、価値を創出するための情報処理プロセスだ。情報処理技術の進展が凄まじい中、世の中の既存の「情報」を受けてから動くのではなく、「データ」を変換し、自ら先に「情報」を握り実行していくスピードが必要となる。しかし、企業の中には「データ」を「情報」として活用しきれず、明確な戦略を立てられずにいる組織も少なくない。また、技術面や業務面における課題により、戦略の実行がスムーズに進まないケースも多い。

リコーが提供する「仕事のAI」は、組織や個人に蓄積されたナレッジ、未活用の日報・文書、コンタクトセンターに届いたお客様からの問い合わせといった企業固有の「データ」を、AI技術によって「情報」として体系化する。これまで、現場ごとに存在していたドキュメントデータを結び付けることにより、お客様にとって今まで見えてこなかった新たな「情報活用価値」の創出を支援していくことを目的としている。また、2036年に向けた経営基盤強化のための長期成長戦略の中心となる技術領域の一つに、「HDT（ヒューマンデジタルツイン）」を掲げている。

「HDT」とは、はたらく人を取り囲む環境から取得した感情や行動などのデータをもとに、デジタル空間上ではたらく人（“Digital Buddy”）を再現し、「人間の五感のデジタル化」を行う、リコーの技術概念でもある。はたらく人から生まれる感情やモチベーション、行動などを認識するとともに、つながりをデータ化して蓄積し、喜びが生まれる働き方のプロセスを解析していく。人は何をもって「良い仕事をしている」と感じるのかを可視化し分析することによって、はたらく人が「創造的な仕事をする」ためのサポートを行うデジタル技術だ。まだ研究段階にあるが、これらの取り組みをいち早くお客様へ提供するサービスへと昇華させていくことを目指している。

コロナ禍でみながより強く健康や生命への不安を感じる中、「人生の幸せとは何か」にあらためて思いを馳せた人も多いのではないか。“はたらく”にフォーカスするリコーが重視するのは、はたらく人の充足感、達成感、そして自己実現の実感。はたらく喜びを生きる喜びへつないでいくために、“はたらく”に変革を起こし続けることで、人ならではの創造力が発揮される未来を創っていくことこそが我々が果たすべき使命であるとの思いを、あらためて強くしている。