

# 技術と人を接点に新発想競い合う

## ■ 海事業界アイデアソンに参加してみた

デジタル化の波が海事業界にも押し寄せる中、将来を担う若手・中堅世代がデジタル技術などを活用したイノベーション創出に向けて、自由な発想で社会課題の解決や新たなビジネス創出に向けたアイデアを競い合う「アイデアソン」の取り組みが業界内で始まっている。

「I o S - O P (Internet of Ships Open Platform) コンソーシアム」が先週、2日間にわたって開催した「第2回海事DATA / AIアイデアソン」では、社会人と学生の計39人が8チームに分かれてアイデアを競い合い、記者自身もチームの一員としてアイデアソンを体験。その様子をレポートする。

アイデアソンはチームのメンバー全員が初対面で、適度な緊張感の中で始まった。社名や役職は伏せた状態なので、もちろん付度も無用だ。今回はオンライン開催ということもあり、事前に1分程度の自己紹介動画と自己紹介資料を提出。初めての経験に記者自身は悪戦苦闘したが、なかにはクオリティの高い自己紹介動画もあり、参加者からは「面白かった」などの意見があった。

前段が長くなったが、当日は講師を担当した日本郵船の「NYKデジタルアカデミー」の石澤直孝学長がアイデアの出し方や考え方、イノベーションへの構造をステップ・バイ・ステップで伝授し、各講義とグループワークを交互に実施した。今回のアイデアソンは、テーマとなった「ヒトの本性」「社会潮流」「技術」「ビジネス」の4項目それぞれについてチームでブレインストーミングをした後、最終的に4項目を結合して、社会貢献やニーズに応える新たなサービスや仕組み、新たな価値を提案するというものだ。表のとおり、4項目ともあらかじめ選択肢が用意さ

れており、「ヒトの本性」と「社会潮流」は無作為に選択し、デジタルなどの「技術」と「ビジネス」スキームは選択肢の中からグループで興味のある分野を選ぶ形だった。

記者の属したチームでは、「社会潮流」の項目で記者が「経済の多極化」という比較的幅広いテーマを引いてしまい、日常業務で凝り固まった思考のせいも、最初のうちは意見やアイデアもまばらだったが、アイデアソンの基本原則は「人の意見を褒めること」(石澤氏)との説明もあり、次第に柔軟なアイデアや意見がポンポンと出てくるようになっていった。

順調に進んでいたチームでも難航したというのが、4項目を結合して新たな価値やサービスを作る過程だ。ただ、2日間という限られた時間ではあったが、各チームからは斬新かつ将来性のあるアイデアが生み出された。エンターテインメントの要素を加えた洋上液化水素精製自律運航ステーション「グリーンアイランド」など、「是非実現してほしい」と審査員をうならせるアイデアもあった。

2日間のアイデアソンでは、日常業務では使わないアプローチからアイデアやイノベーションを創出する過程を学んで体感するとともに、普段話す機会の少ない業界

### ■開催されたアイデアソンでのテーマ一覧

テーマ	選択肢
ヒトの本性	自由でありたい、もっとモノを知りたい、身体能力の限界を超えたい、冒険をしたい、ムダが嫌い、小さなことに煩わされたくない、差別されたくない、利他性をもっている、安全・安心に暮らしたい、かならずしも合理的ではない、承認欲求を持っている
社会潮流	経済の多極化、中国の台頭、増え続ける世界債務、全世界的な人口の高齢化、全世界的な都市人口の増加、人口増による資源不足、デジタル技術の加速度的な進歩、脱炭素社会、貧困と格差、新型コロナウイルスの世界的流行、世界的な気候変動および気温上昇
技術	IoT、VR・AR、機械学習、自動車・船などの自律運転・運航、ブロックチェーン、量子コンピューター、宇宙工学の発展、3Dプリンティング、ロボティクス、ドローン、再生医療・ゲノム編集
ビジネス	顧客接点(チャネル)の工夫、シェアリングエコノミー、自社サービスの後(前)工程の新たな価値を提供する、リープフロッグ、フリーミアム、オープンイノベーション、顧客に提供する価値の工夫、自社サービスの入れ替え、ロングテールビジネス、クラウドエコノミー、インキュベーションビジネス

### ■各チームの発表内容

内容・タイトル
VRによる高齢者のコミュニケーション空間「VRセカンドライフ」
五感共有分身ロボット「フィジカルツイン」
センサリングに基づくフルダイブ教育環境「VR不滅のノウハウ」
洋上液化水素精製自律運航ステーション「グリーンアイランド」
人の記憶や感覚を抽出・保管・流通・再現する「脳シェアリング」
ロールプレイング型職業訓練・仕事斡旋所「ドラクエライフ」
ITやロボティクスを活用した「つながるヘルスアシスト&マネジメント」
VR/ARを活用した海上都市「Ocean X」

内の同年代のマーケティング担当者や技術者・エンジニア、デジタル担当者と自由に意見を交わし、刺激を得る有意義な機会だったように思う。2日間にわたって脳をフル回転したことから、発表終了後にチーム内では「まだ木曜日か」との言葉が思わずこぼれたが、充実感のある疲れをチームとして共有できた瞬間でもあった。

アイデアソンのような“非日常体験”の場合は、イノベーション創出に向けた最初の一步だ。社会が加速度的に変容する中で、これまでと同様の思考・手法をとっては、イノベーションにつなげることは難しい。業界内の連携に加え、アイデアソンのように身分や肩書、業界に捉われずに活発に議論できる場合は、業界内にデータ活用を活用した新たな価値やビジネスを創出するきっかけの1つになりうるのかもしれない。