

現在の時価評価総額による世界の企業順位は一位アップル、二位アルファベット（グーグルの持株会社）、三位マイクロソフト、四位アマゾン、五位フェイスブックである。共通するのはアメリカの情報産業のベンチャー企業ということである。さらに九位にはテラセント、一〇位にはアリババと中国の同種の企業も登場している。日本では四七位にトヨタ自動車が登場するが、情報企業ではない。

しかし、二八年前の一九八九年は異質の世界であった。一位が日本のNTT、二位から五位が住友銀行など日本の銀行、ようやく六位にアメリカのIBMが登場するが、二〇位までを分類すると、国別では日本の企業が一五社、アメリカが四社、オランダが一社、業種別では金融関連が九社、GE、トヨタ自動車、新日本製鉄、松下電器産業など製造関連が六社、エネルギー関連が三社、通信関連が二社となる。日本全盛時代であった。

日本企業の衰退の原因はバブル経済の破綻とされるが、より重要な要因は世界の産業の中心が製造分野から情報分野、老舗企業から新興企業に移行したことである。日本の現状を失われた二〇年とか三〇年と表現するが、それはバブル経済の破綻というよりは、産業の主流の転換に追従できなかったことである。日本の企業のみ五〇位までの順位でも明確であり、過去四〇年間に創業した情報企業はソフトバンクなど数社にすぎない。

さらに重要な特徴は一〇位までに位置するアメリカと中国の情報企業はビッグデータという流行の言葉を具現する膨大な情報を処理するだけでなく蓄積していることである。アマゾンには年間七〇億以上の注文があり、グーグルでの検索回数は年間二兆回以上になるが、それらの履歴はすべてサーバーに保存されている。そのため時価評価総額の上位五社は世界各地に巨大なデータセンターを構築している。

その規模を実感するために用地面積を紹介すると、アマゾンがアメリカに建設しているデータセンターの敷地面積は東京ディズニールランドに匹敵する。データセンターはサーバーが大量に発熱するため、マイクロソフトはアイスランド、フェイスブックはスウェーデン、グーグルはフィンランドにというように極寒の土地に施設を展開している。一九世紀はゴールドラッシュであったが、二一世紀はコールドラッシュである。

このビッグデータは無駄に保存されているわけではなく、データマイニングといわれる手法で活用される。これまでは天候と売上の関係というように、数字で表現される情報を分析していたが、最近ではメールで送信される文章やインスタグラムで発信される写真のような情報を分析するテキストマイニングが登場し、日本の会社ウェザーニューズは多数の会員が送信してくる文字情報を分析して天気の変化を予測している。

アマゾンが日本でも発売予定のアマゾン・エコー、同様にグーグルのグーグル・ホームが話題になっている。マイクロフォンとスピーカーを内蔵した装置に音声で質問や命令をすると対応する製品である。これまでキーボードで操作していたコンピュータを自然言語の音声で操作する仕組である。先行発売されたアメリカでは流行の商品である。日本の情報産業は出遅れたと騒動になっているが、挽回は困難である。

それはハードウェアやソフトウェアの技術格差ではなく、日本にはデータウェアとでもいうべき膨大なデータの蓄積が不足しているという社会格差である。最近、日本を代表する企業が次々と外国企業の傘下に編入されている。これは個々の企業の経営失敗というよりは、社会の潮流変化に対応できなかった結果である。産業構造を根底から変革する戦略を推進する必要がある。