

森下正先生による

# 組合活性化 アドバイス



明治大学政治経済学 教授

森下 正氏

## AIとIoTを活用した組合事業の可能性

今日はAI/IoTの時代であるといわれる。

そのためか「車の完全自動運転が可能になり、タクシーやバスの無人化ができる」、あるいは「あと10年で人が行う仕事の半分がなくなる」など、センセーショナルな話が蔓延している。だが、AI/IoTのテクノロジー・インパクトの真相はそうではない。本当のところは、AI/IoTのプログラムを組むのは人間であるがゆえに、プログラムで支持されたこと以上のことはAI/IoTにはできない。AIがAIを生み出すようなことにもならない。

しかし、AI/IoTの時代は、世界的に製品・サービスの普及速度が加速し、かつ製品・サービスのライフサイクルの短縮化とコモディティ化も同時に進行する。あるいは、ある日突然の異業種企業（新規開業企業を含む）によるアタックを受ける可能性も高まっている。このアタックを受けた場合、その対応を迅速、かつ的確に行うことができれば、アタックを受けた企業と業種は、消滅の危機に陥るケースが増えている。ということは、製品・サービスのライフサイクルの短縮化とコモディティ化に対応して、人間がやらねばならない創造的な仕事が益々増えていく。ある日突然の異業種企業によるアタックに備えていなければならない。だが、AI/IoTの性能は、人間技のレベルを上げていかない限り上がってはいかない。

事実、テクノロジー・インパクトとして製品・サービスの普及速度が加速した実態は、固定電話機とスマホを見れば一目瞭然である。例えば、全米で固定電話機が普及するのに73年かかったが、携帯電話は14年、スマホに至ってはわずか8年であったとされている。さらに、スマホが固定電話機の9分の1の時間で普及したことで、パソコン通信と呼ばれた固定電話機時代のネット通販とスマホ時代のネット通販とは、テクノロジー・インパクトの大きさが極端に違う。前者は、場所も時間も人も特定されていたネット通販であった。しかし、後者は、いつでもどこでも誰もがネット通販で買い物ができる。その結果、街から百貨店や本屋さん、レコード（CD、DVD）店、写真プリント店といった小売店が消滅する事態に陥っている。あるいは、日本中どこに居ようと、また全く小売店が無い

ところでも、ネット通販で何でも購入できるようになり、非常に便利な世の中になった。

AI/IoTもテクノロジー・インパクトの一つの要因に過ぎないが、AI/IoTが経済・社会に与えるテクノロジー・インパクトに対して、中小企業と組合は、その波に乗るのか、回避するのか、あるいはそれを活用するのか。活用するにしても、日常的に何に生かしていくのかを、組合員とともに早急にその方向性を見出して、何らかの組合事業として展開していく必要がある。

例えば、佐賀県貨物自動車事業協同組合は、1982年の設立後、5年以内に、金融事業（賞与資金/車両共同購入資金）、貨物自動車運送取扱事業、フェリー航送利用事業を次々と組合事業として新設し、「組合員の経営と能力の向上に寄与し、組合自身の持続的運営を強化する」組合理念のもと、積極的な共同事業を展開してきた。特に、同組合では、情報化による運輸業のレベルアップを目指して、情報化事業のサービス、システムの運用管理と導入支援などに注力してきた。ちなみに、97年には早くも組合ホームページができ、2006年には日本ローカルネットワークシステム協同組合連合会に加入して、求車・求荷システムの利用を開始する。また、この前年の05年には、組合Webシステムが稼働する。このシステムは、部品、資材の受発注、購買履歴の管理ができるもので、その後、この組合Webシステムは、数度にわたるリニューアルを経て、15年にクラウド型運送管理システム『そらうど』の開発と運用開始に至った。

同組合の『そらうど』紹介サイトによれば、「組合員64名の協同組合によって作られた運送会社の運送会社による運送会社のためのクラウド運送管理システムで、売上管理や備車管理、経営分析やデジタコとの連動、スマートフォンを利用した作業状況の報告と荷主への荷物問合せサービスの提供などが可能」となっている。

つまり、AI/IoTの時代であればこそ、中小企業と組合は、事例組合のように、この新しいテクノロジーの活用によって、自分たちの業務をより円滑に、より正確に、より低コストで展開していくことが、求められているのである。