

# デジタルモビリティの 構想・実証 (PoC\*) 支援



デジタル化により、モビリティ(ヒトとモノの移動)に急激な変化が生まれる中、異業種の参入により競争も激化します。

## “デジタルモビリティ”は不可避の潮流。 早急な対策を

デジタル化によって、モビリティ(ヒトとモノの移動)が大きく変化しつつあります。

運輸分野では、自家保有からシェアリングへの移行や、モードに縛られない効率的な移動の追求が進みます。物流分野では、急増する宅配やサービスのコモディティ化に対応し、デジタル技術を活用した効率の追求とポジショニングの再考が進んでいきます。

従来のように、車両製造や単独モードのサービスにこだわったり、人力や固定資産に頼ったサービス提供を続けていると、事業環境変化に取り残されかねません。

デジタルモビリティ(デジタル技術を活用した、より便利で効率的なヒト・モノの移動)に向き合っていく必要があります。

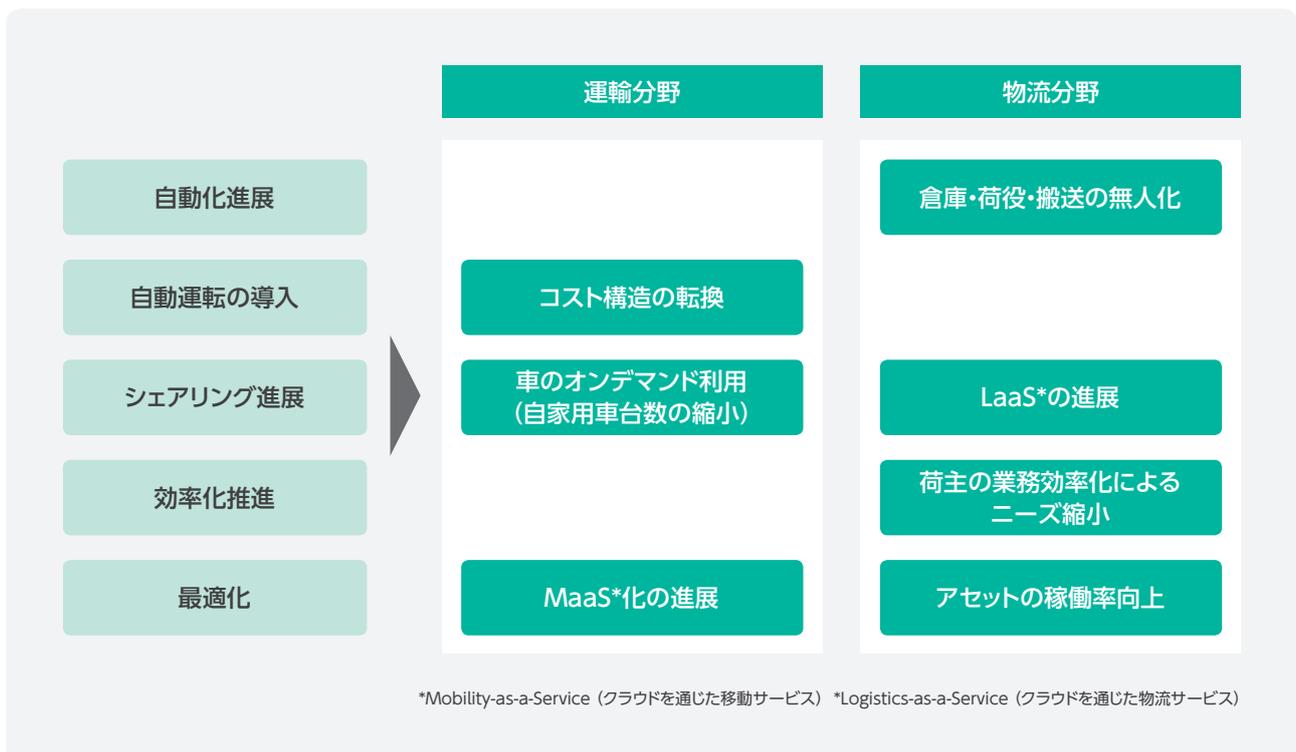
\*Proof of Concept (実証実験)

## デジタルイノベーションによる モビリティ変革の陥穽

運輸・物流分野におけるデジタルモビリティ実現には、以下の観点に留意する必要があります。

- 1 **アイデアでの差別化が困難**：モビリティサービス自体にはユニークさを持ちにくいいため、マッチングやシェアリングに安易に走りがちです。
- 2 **煩雑な規制対応**：規制産業であるため、自動運転、シェアライド等の枠組み適用には、規制当局と連携し、規制自体を有利に動かす必要があります。
- 3 **事業化に時間を要する**
- 4 **“死の谷”の突破が困難**：デジタル技術をビジネスに活用する際には、データが十分に蓄積・分析されるまでの期間がかかりすぎる、所謂“死の谷”をどう超えるかという問題がつきまといます。

## 運輸・物流領域におけるデジタル化がもたらす変化



## NRIは、顧客視点に立った価値追求による構想立案から産官学を巻き込んだPoC支援を通じて、迅速なデジタルモビリティ実現をご支援いたします。

### 産官学のネットワークと顧客価値への深い理解で、実証・事業化をご支援

モビリティ(ヒト・モノの移動)に注目すると、ビジネスモデルのみでの差別化は困難です。差別化の源泉はむしろ個別の顧客ニーズ、社会課題を核としてビジネスモデルを組み立て、パートナーを獲得し、迅速に規模拡大することにあります。

NRIは構想立案、ステークホルダーの巻き込み、パートナーリング、検証、事業化に至るまで一貫したサポートに多くの実績を有しています。業界を熟知したコンサルタントおよびITの専門家が一体となって、デジタルモビリティ実現を支援しています。

また、ルールメイキングやパートナーの獲得においては、官公庁や研究機関との関係性、パートナー企業の戦略・競争優位性に関する深い理解が重要です。NRIは多様なステークホルダーを調整しながら、構想実現への実績を有しています。

### ケース：関係省庁と研究機関を巻き込んだ社会課題化で、PoCを実現

NRIは、自動車関連メーカーA社のアジアでの物流領域での新規事業創出を伴走しました。当社にとって物流領域は未知の領域であり、現地市場を熟知するパートナーの特定と早期の案件化を必要としていました。

ビジネスモデルの構築に当たっては、A社の比較優位である輸送における温度管理に焦点を当てました。輸送時の温度データ収集、分析技術を核に、市場の価格変動も織り込みつつサプライチェーン全体を視野に入れました。

また、対象国のイノベーション政策を推進する省庁および研究機関との対話を通じて、A社のソリューションを課題解決型イノベーションと位置づけることに成功しました。

そのためにNRIは、プロモーションと合意形成のためのワークショップを複数回開催しました。その結果、A社は現地におけるトラック輸送の最大手企業とのパートナーリングに成功し、共同実証実験を開始することができました。

### ■ NRIによるデジタルモビリティの構想・実証支援事例

