

連載「日本で活躍する台湾企業」

IoT市場を牽引するテクノロジーイネイブラー Advantech ～ Advantech Japan マイク小池社長へのインタビューより～

法政大学グローバル教養学部 福岡賢昌
昭和女子大学現代ビジネス研究所研究員 根橋玲子

財務省発表の対内直接投資総括表によれば、2016年度の対日直接投資額は3兆8,307億円と前年比を大きく上回り、統計上過去最高となった¹。2016年度の台湾からの対日投資額は、台湾の大手EMS企業の鴻海精密工業のシャープ買収等の影響もあり、アジアで2位（1位はシンガポール）である²。

リーマンショック後の円高を契機に、日本企業が海外での製造を加速する中、鴻海精密工業は、2012年にシャープディスプレイプロダクトのM&Aを行い、以降日本でのものづくりを行っている。また、2014年5月には、台湾大手工作機械メーカーの友嘉集団が総合工作機械・産業機械メーカーの老舗である株式会社池貝の株式を中国上海電気から取得し、その後も優れた技術力を有する日本企業への工場投資を促進している。さらに、同年6月には台湾大手銀行である中国信託商業銀行が、東京スター銀行を5億2,900万米ドルで取得、日本の中小企業の国際化に向けてのファイナンスに意欲を見せている。

このように、特に近年、台湾企業の対日投資が堅調に進んでいるにもかかわらず、これまで「日本で活躍する台湾企業」はあまり注目されてこなかった。そこで、本連載を通して、地域に根差して活躍する台湾企業の取り組みに光を当て、その実態を明らかにしたい。

1. はじめに

日本政府は2017年6月に「未来投資戦略2017」を発表した。そこでは「経済の好循環は確実に拡大しているものの、民間の動きは力強さを欠いており、それらは、①供給面では、長期にわたる生産性の伸び悩み、②需要面では、新たな需要創出の欠如に起因している」という見解を示している。そして、「中長期的な成長を実現していく鍵は、近年急激に起きている第4次産業革命（IoT、ビッグデータ、人工知能（AI）、ロボット、シェアリングエコノミー等）のイノベーションを、あらゆる産業や社会生活に取り入れることにより、様々な社会課題を解決する「Society 5.0」を実現することである³とした。

実際、第4次産業革命は、ICTの新たな進展をもたらす。内閣府によれば、ICTの新たなサービスの需要創出効果は年間最大で1.8兆円であり、日本のみならず、全世界ベースでのIoTが付加する経済価値（売上増加効果やコスト削減効果の総和）は、2013年～22年の累計で15.7兆ドル、特に「公共サービス（含む行政）」が4.6兆ドル、「ものづくり革新」の製造業が3.9兆ドル、「流通・小売・物流」が2.3兆ドル（以上、主なシンクタンクの試算）である⁴。

1 財務省(2017)「平成28年本邦対外資産負債残高統計」(5月26日付)より。

2 台湾經濟部投資審議委員会(2016)「105年1月核准僑外投資、陸資來臺投資、國外投資、對中國大陸投資統計」より。

3 首相官邸(2017)「未来投資戦略2017」http://www.kantei.go.jp/jp/headline/pdf/seicho_senryaku/2017_honbun1.pdfより。

4 内閣府(2017)「日本経済2016-2017—好循環の拡大に向けた展望—」第2章第1節第4次産業革命のインパクト http://www5.cao.go.jp/keizai3/2016/0117nk/n16_2_1.htmlより。

このように第4次産業革命は、将来的に大きな経済価値を生み出す。しかし、日本のこれらに関する取り組みは、諸外国と比較し大きく遅れている。さらに、IoTによる自産業・業界における市場拡大に対するIoTへの期待についても、他国企業と比較して総じて低い水準の回答である⁵。このような状況が続けば、将来における日本企業及び様々な産業の国際的な競争力を著しく損なうだろう。

そこで、第4次産業革命の要素の一つであるIoT分野において、世界と日本を牽引するグローバル企業を紹介する。台北に本社があり、産業用PC分野では世界トップシェア⁶の企業であるAdvantech社（以下、Advantech）である。その日本法人であるAdvantech Japanは東京の浅草に自社ビルを構え、地域に密着しながら、IoTの日本市場拡大に取り組んでいる。2017年には設立20周年を迎えた。昨今では2017年の金沢市でのイベントを皮切りに、47都道府県で「Advantech IoT47®プロジェクト」（図1）を開始し、補助金の削減等によってこれまで以上に自助努力が求められる地方におけるIoTリタラシーの向上を目指し、各地域の特性を活かしたソリューション（地方とIoTとの相乗効果）を提供しながら、地方創成の一役を担っている。

本稿は、2017年9月4日にAdvantech Japan東京本社にて、筆者がマイク小池社長に対して行ったインタビューと各種公開情報を参考にし、纏めたものである。

5 総務省(2016)「平成28年度版情報通信白書」第1部 特集IoT・ビッグデータ・AI～ネットワークとデータが創造する新たな価値～第3節(3) <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc123330.html> より。

6 Advantech社パンフレットより(2015年IMS Research社調べ)。

図1 Advantech IoT47®プロジェクト



出所：Advantech Japan より提供

2. 会社概要

(1) 全体概要

Advantechは、現CEOのKC Liu氏と現Executive director（前President）のChaney Ho氏が1983年に共同で設立した企業である。設立以来、高品質・高性能コンピューティングプラットフォームの開発・製造において技術革新を生み出してきた。Advantechのビジネスは、大きく「エンベデッドコンピューティング」、「インテリジェント・システム」、「インダストリアルIoTソリューション」、「インダストリアル・コミュニケーション」、「サービスIoT」、「設計・製造サービス」という6つの事業領域に分かれており、商品アイテ

ムは3,000を超える。また、その提供分野は、物流システム、医療、エネルギー、交通等、幅広く多岐に渡っている。

現在の企業のミッションは、2010年に現CEOのKC Liu氏が掲げた「インテリジェント・プラネット」の実現であり、組み込み&オートメーションソリューションのグローバルリーダーになることが、一義的な目標である。

そのミッションの実現及び目標の達成に向けて、Advantechは上述したビジネスを、北米、西欧、東欧、中国、台湾、日本、アジア太平洋、南米等、全世界で23ヶ国、93都市（2017年現在）に展開してきた。全世界で社員数は8,000名を超える（2017年現在）。また、近年ではIoT戦略を加速させるため、2003年に中国（昆山）〈総面積27,000㎡〉、2014年に台湾（林口）〈総面積35,000㎡〉の製造工場において、エネルギー消費量の可視化等を可能とするIndustry4.0を具現化し、最新のIoTを実証できるインテリジェントキャンパスを構築した。

これらの取り組みは、着実に結果として数字に表れている。例えば、2016年度の連結売上高はNT\$420億（1,554億円：換算レート1NT\$ = 3.7JPY）であるが、これは前年比約10%増に相当し（2015年NT\$380億）、過去最大である⁷。また、2015年度、2016年度のNikkei Asia 300実力企業ランキング（日本経済新聞社が選ぶアジアの主要上場企業の年度決算を増益率などの指標で分析したランキング）では、それぞれ総合51位、総合36位であり、情報機器分野では2年連続トップとなった。

このように、今では、AdvantechはIoT関連ビジネスにおいて、グローバルIoTプラットフォームサービスを提供する企業として、欠かせない存

在となっている。

（2） Advantech Japan

Advantechの日本法人は1997年東京の三田に設立され、2017年には設立20周年を迎えた。社員は2017年10月現在、80名である。三田に設立した後、港区芝、千代田区への移転を経て、2016年には東京の浅草に自社ビルを構え（台湾企業が自社ビルを有していることは大変珍しい）、現在に至っている。近年では2012年にAdvantech Japanの社長に就任したマイク小池氏がリーダーシップを発揮し、日本の顧客に対して、Advantechのグローバルなリーチを活かし、ユニークな価値を提供しながら、急速にビジネスを拡大している。売上成長率では3年連続で、同社海外現地法人の中でトップである。

日本の拠点は東京（浅草）本社だけではない。2000年には大阪支店を開設し、さらに、2017年には名古屋支店を開設した。特に名古屋に進出した理由は、トヨタ自動車を始めとして日本における製造業の集積地だったこと、そして、日本の製造業のGDPにおいて関西圏が約6割を占めていた（2015年に策定した5か年計画において、日本の製造業のGDPを調査して判明した）からである。つまり、そこにはデータに基づく台湾本社による合理的な意思決定があった。なお、関西拠点では、Industry4.0、IIoT（Industrial Internet of Things）関連ビジネスを主とし、東京本社は組み込み関連のビジネスを主としている。

このように、Advantech及びAdvantech Japanは、世界のIoTビジネスにおいて欠くことができない存在になるまで発展したが、その要因はいったい何なのか。以下、インタビューにおけるマイク小池社長の回答を中心に纏めながら論じてい

⁷ Advantech 2016 Annual Reports より。

2. 成功要因

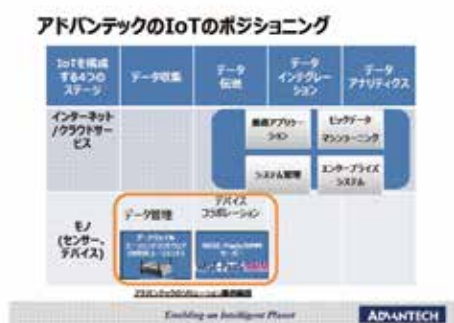
(1) 経営者のリーダーシップと卓越した先見性

まず、共同創業者及び現 CEO である KC Liu 氏のリーダーシップと卓越した先見性があげられる。KC Liu 氏は IoT 市場の将来像を比較的早い段階から描いており、2010 年には「インテリジェント・プラネットの実現」というビジョンを掲げた。それはグローバル市場において IoT ビジネスに舵を切ったことを意味していると同時に（ハードウェアの）「プラットフォームビジネス」で勝負することをビジョンとして内外に明確に示したものである。

さらに彼はその実現を 3 段階に分けると同時に、各段階において取り組むべきことを明確にした。具体的には、第 1 フェーズで、その基盤となるハードウェアを拡充（組み込みハードウェアプラットフォーム）し、2015 年～2016 年にかけて始まった第 2 フェーズでは、ソフトウェアとハードウェアを融合した IoT SRP (Solution Ready Platforms) に力を入れ、そして、2025 年以降（第 3 フェーズ）は大規模 SI によって提供されるドメインにフォーカスした「IoT クラウドサービス」を実現する、といった具合である。

現在、Advantech は、図 2 のように、IoT の構成を 4 つの段階（データ収集、データ伝送、データインテグレーション、データアナリティクス）

図 2 Advantech の IoT のポジショニング



出所：Advantech Japan より提供

に分類し、それらを実現する手段として、インターネット/クラウドサービスとモノ（センサー/デバイス）をあげているが、Advantech のビジネスは、データ管理やデバイスコラボレーションを通じたデータ収集とデータ伝送の領域を主としており、この事業領域以外の企業は基本的にお客様や IoT を促進するためのパートナーとして捉えている。つまり、収益を争うライバルではない。

(2) 企業理念と企業文化

企業理念や企業文化もまた、企業の発展に大きく寄与している。特に企業理念は、京セラ稲盛和夫氏の「利他の思想」に大きく影響を受けており、自分たちや株主だけでなく、全てのステークホルダーが享受する価値を提供することに重点が置かれている。また、同氏のアメーバ経営の大きな特徴である「部門別の採算制度」「人材の育成」「全員参加経営」に倣い、RBU (Regional Business Unit) を独立採算制とするとともに、社員の潜在能力を信じ、挑戦することの大切さを常日頃から説いている。

このような考え方は、稲盛和夫氏の影響だけでなく、創業者が二人とも台湾の HP 出身であるということとも決して無関係ではないだろう。HP には仲間を信じ、壁を取り払い、夢に挑戦する風土が根付いているからである。

なお、Advantech は、グローバルに M&A を行いながら成長してきたが、買収した企業に対しては、その独立性を維持しながら、Advantech ファミリーとして、これらの企業理念や企業文化を適用している。

8 アメーバ経営とは稲盛和夫氏が考案した管理会計手法。

9 日本 HP ウェブサイト「HP の理念」<http://www8.hp.com/jp/ja/jobsathp/working-at-hp/hp-in-country-jp.html> より。

(3) 設立当初より海外展開を目指す

2010年にKC Liu氏が「インテリジェント・プラットフォームの実現」というビジョンを打ち出したことは先に述べたが、実際、台湾は市場規模として他国と比較し小さいため、設立した当初より地球規模（グローバル）におけるビジネス展開を意識していた。このことも主な成功要因の一つであろう。

Advantechのグローバル展開は、1987年、アメリカのサンフランシスコ支社の設立から始まった。その後、1993年にドイツのデュッセルドルフ、フランスのパリ、イタリアのミラノに相次いで支社を設立したことを皮切りに、欧州へ本格的に進出し、2003年にはAdvantech Europeを設立した。さらに、1992年には中国北京に進出し、2003年には昆山市に製造工場を建設したことで、中国本土におけるビジネスに拍車がかかった。現在、中華圏市場（中国、台湾）におけるビジネスは、総売上の約30%を占めるまで成長している。2017年現在においては、Advantechは全世界で23ヶ国、93都市に展開し、名実ともにグローバル企業となった。

(4) パートナーシップの積極的な活用

インターネットの発展には、第1の波（インターネット黎明期：1985年～1999年）、第2の波（アプリ経済とモバイル革命：2000年～2015年）、第3の波（あらゆるモノのインターネット〈IoT〉（2016年～））があると言われ、特に第3の波においては、第1の波と同様、戦略的なパートナーシップの活用が、ビジネスにおける成功の鍵となる。¹¹

そのため、IoTビジネスを牽引するAdvantechは、これまで多くの関連企業との提携を摸索し実現してきた。例えば、複数社と連携するセンサー・プラットフォームのオープン企画のM2.COMの取り組みやインテル社のIoT Solutions・アライアンス・プレミアパートナー、マイクロソフト社のIoTバリュード・パートナーとしての認定はその証左である。

Advantech Japanに限って言えば、2016年、ソフトウェアプラットフォームのSoft Layerと日本IBMのPaas「Bluemix」「SoftLayer」との連携、2017年、京セラコミュニケーションシステムとIoTアプリケーションにおける「SIGFOX（シグフォックス）」¹²の普及を目的としたセンシングプラットフォームの提供における戦略的パートナーシップの締結、三菱電機のe-F@ctory Alliance（イー・ファクトリー・アライアンス）への加盟、無線技術とAI開発に強みがある日本ラッドとインダストリアルIoT分野における協業（日本初のWise-PaasとIoTのアライアンス）等があげられる。

このようにAdvantechは、テクノロジーイネイブラーとして、パートナー企業の製品と自社の製品を適切に組み合わせ、最新技術を埋め込んだシェアリングプラットフォームを構築することで、IoTビジネスにおいて必要なバリュー（価値）をクライアント（SIer等）に提供している。そして、第3の波において必要不可欠な戦略的パートナーシップを実践しながら、クライアント企業の垂直統合の程度に合わせて、彼らに新規ビジネス創造への積極的な挑戦を奨励し続けている。

10 中国の昆山の製造工場はIndustry4.0を具現化する工場でもある。

11 Case, Steve.(2016) The Third Wave: An Entrepreneur's Vision of the Future, Simon & Schuster. (加藤万里子訳『世界経済を変える「第三の波」が来る サードウェーブ』ハーパーコリンズジャパン、2016年) p17より。

12 災害の発生等により電気供給が止まった際、普通のWIFIだと利用が不可能になるため、その代替情報通信網として期待されている。Advantechと京セラは2020年までにNPWA100万台を世の中に流通させることをコミットしており、その実現後、市場でそれを基盤としたサービスが展開されることが期待される。

(5) ブランド力向上に資するビジネス戦略

Advantech は、2016 年の Interbrand 台湾版において、総合 6 位（B2B 部門に限っては 1 位。総合 10 位以内において B2B 企業は Advantech のみ。）を獲得する等、今や台湾を代表する企業として、最もブランド力を有する企業のうちの一つとなった。設立以来、一貫してブランド力の向上を目指してきたこともまた、今日の成功要因の一つである。これは、Advantech の二人の創業者、KC Liu 氏と Chaney Ho 氏の尽力によるところが大きい。

具体的には、ビジネス戦略として、鴻海精密工業のビジネスモデルである EMS（Electronics Manufacturing Service）を一切行わず、主に大手企業を対象としたより付加価値が高い DMS（Design Manufacturing Service）と Advantech 製品（Advantech ブランド）に特化したことである。これは、Acer の Stan Shih Chen-Jung 氏が描いたスマイルカーブ¹³で言えば、左に Advantech 製品、中央に EMS、右に DMS ということになる。このビジネス戦略の徹底と二人のキャリアを基盤とした卓越したマーケティング戦略によって、Advantech の名が市場に徐々に浸透していき、結果として、「産業コンピューター、グローバル IoT プラットフォームを提供する企業」として、信頼性のあるブランドに繋がっていった。現在はその高いブランド力を梃にし、IoT ビジネス市場の更なる拡大を目指している。

(6) セクター制と迅速な意思決定

今日の技術革新のスピードは極めて速い。その為、企業はビジネス戦略の立案及びそれに基づく

13 スマイルカーブとは、電子産業や産業機器分野における付加価値構造を表す曲線で、Acer の Stan Shih Chen-Jung が提唱。価値連鎖の真ん中にある製造と組立の付加価値が最小で、両端の R&D と販売・アフターサービスが最大となる。

組織構築という点において、市場の変化に対して柔軟かつ迅速に対応する必要がある。そのため、グローバル企業はまず、本社と子会社間の役割・権限を明確化し、さらに、良質かつ密なコミュニケーションが可能な環境を構築しなければならない。

Advantech Japan は Advantech がグローバルに展開する RBU（Regional Business Unit）の一つである。マイク小池社長はその肩書きの通り CGM（Country General Manager）であり、Advantech の日本法人を牽引する責任者である。しかし、同時に日本市場における「エンベデッド IoT グループ」の責任者（セクターヘッド）でもあり（日本法人にはその他、「インダストリアル IoT グループ」、「サービス IoT グループ」のセクターヘッドがいる）、台湾本社を含む海外の現地法人の「エンベデッド IoT グループ」と連絡を密に取り合いながら、業務に従事している。

つまり、Advantech は、基本的に RBU 単位ではなく、むしろ、セクター単位で組織が動いており、Advantech Japan は Advantech がグローバル市場で展開しているエンベデッド IoT ビジネスの一つに組み込まれている。各セクターにおける大きな方針は台湾本社で決定されるが、その方針を実現するためのビジネス戦略については、基本的に市場を熟知した各 RBU のセクターに権限移譲されており、市場の変化に迅速かつ柔軟に対応することが可能な組織体制となっている。

とはいうものの、各セクターヘッドは台湾本社にいるセクターのトップと普段から、担当するお客様に関して、英語で E メール等を通してコミュニケーションを密に取っており、リアルタイムで指示や助言を受けているという。「KC Liu 社長はまめに時間を取り、折を見ては声を掛けてくれる。社長のこういった姿勢は、オープンカルチャーを生み、ビジネスに良い影響をもたらす。是非日本でも実践したい。」とマイク小池社長は語った。

これまで Advantech の企業概要及びここまで発展してきた6つの成功要因について述べてきたが Advantech の成功要因は決してこれら6つに限定するものではない。特に日本法人については、2012年に社長に就任したマイク小池社長のこれまでのキャリアとマネジメントスキルによるところが大きいことは明白である。そこで、次章ではまず、マイク小池社長の経歴を概観し、その後、マネジメントを行う上で必要不可欠である社員の育成に関して、マイク小池社長の考え方を紹介したい。

3. マイク小池社長とグローバル人材育成

(1) キャリア等

マイク小池社長は大学を卒業後、アルプス電気に入社した。そして、1984年に渡米しMBAを取得した後、米国インテル社に入社。今日のキャリアの基礎を築いた。1990年には米国アダプテックに移り、同社の日本法人及び韓国法人の設立に関わった後、日本及び韓国のセールスディレクターに就任。その後は、アジレントテクノロジー社、ソニックウォール社等、世界最先端の企業が群雄割拠するシリコンバレーにて、着実に技術とマネジメントスキルを磨きながらキャリアを重ね、2012年1月、台湾の Advantech に入社した。そして、同年、7月に同社日本法人の社長に就任し、現在に至っている。マイク小池社長によれば、2011年の12月にアドバンテックデザインフォーラムに参加した際、当時の President Chaney Ho 氏が提示した未来を予想する一枚のスライドを見て感銘を受け「自分はここで活躍するんだ」「この企業は自身のキャリアを最も活かすことができる」と心から思い、Advantech に入社することを決意したと言う。

マイク小池社長のキャリアは、まさに IT の発展時期と重なる。例えば、1980年代はイーサネット規格の公表、DNS の誕生、com ドメインの登

録、HTML の概念の提案が行われた時代である。1990年代は、インターネットの黎明期であり、世界発の Web サイトの誕生、HTML のバージョン 1.0 の公開、Yahoo やアマゾンの創業、そして、Netscape、Java、Internet Explorer 等が続々と登場し、Google も法人化した時代である。さらに、2000年代はインターネット上でアプリケーションを活用したビジネスが活況を迎えた時期である。

このように、1980年以降、急速に技術革新が進んだ時代において、マイク小池社長はシリコンバレーでキャリアを積み、変容する IT 業界の中心で仕事をしてきた。いわば、マイク小池社長は、IT 業界の生き証人であると言っても過言ではない。つまり、マイク小池社長がこれまでのキャリアで経験してきた全ての know-how や know-who 等が今日の Advantech の躍進の大きな原動力となっているのである。

(2) 真のグローバル人材とは

マイク小池社長は、2011年に Advantech Japan の社長に就任すると、Embedding Business のセクターヘッドとして急激に売上を伸ばすと同時に、2012年より、Elite100という若手社員を対象としたグローバル人材育成プログラムを加速させた。これはグローバル企業において働く上で必要な知識、スキル、マインド等を、若手社員に対して教え、グローバル人材としての底上げを図るものである。このプログラムは、「企業である以上、どのような人材であっても一定レベルに達する必要がある、利益に貢献して欲しい」というマイク小池社長の考えと符合している。

マイク小池社長によると、真の意味でグローバル人材になるためのプロセスには、2段階（フェーズ1とフェーズ2）あると言う。そして、「全く海外で仕事をしたことがない新入社員であっても、フェーズ1のレベルまでは誰でも到達する。

しかし、フェーズ2に達するには、自分で考える力がないと難しい。なぜなら、どんなに知識があっても、また方法論を習得しても、それを現場で発揮するには、結局のところ、リーダーシップ、仕事に対する絶え間ない好奇心、最後までやり抜く力（逃げない）、人を裏切らない力、信頼感、誠実さ等、個人の資質に帰結することが多いからである。」と語った。さらに、マイク小池社長は、それらに加えて、米国の友人を例示しながら、「成功している人は、忍耐力とコミットメント力がある。」と述べた。

このような内面的な資質や精神を鍛えることはグローバル企業で働き、グローバルビジネスに従事するには必要不可欠であり、筆者も大いに共感を覚える。しかし、マイク小池社長は「残念ながら、日本ではこのような教育を受け、現場で活躍している人は圧倒的に少ない。決してグローバル人材は英語ができるかどうかではない。」とも述べ、日本の教育界を含むこれまでの若手のグローバル人材育成方法に対して警鐘を鳴らした。

更に、マイク小池社長はインタビューの終盤において、「台湾企業には日本でいう「大和魂」がある。台湾企業で働き、また創業者の二人と仕事

マイク小池社長と筆者ら



出所：Advantech Japan 東京本社にて撮影

をしていて、心からそう思う。日本人も今でこそ失われたと思われる明治時代の精神を見習うべきではないだろうか。日本企業と台湾企業の相性は良い。一緒にチームになれるメンタリティは日台にはある。」とやや語気を強めながら、今後の若手社員に対する期待を述べた。

4. おわりに

IoT、AI、ロボット等、昨今の技術進歩は目覚ましい。そのスピードはとどまる所を知らず、今後、私たちの生活と職場環境は、短時間で劇的に変化していくだろう。しかし、日本企業は新産業育成やグローバル化という点において、他国に遅れをとっており、このままだと、市場における国際競争力を失いかねないことは先述したとおりである。今後はこれまで以上に、様々な分野のプレイヤーによる参入とリスクを取った挑戦が望まれる。それら無しでは、イノベーションの加速度的な普及は望めないからである。

ここまで述べたように Advantech は、台湾の林口に Industry4.0 を具現化するインテリジェントキャンパスを構築するなど、IoT 市場において、テクノロジーイネイブラーとして牽引してきた。今後、その役割の重要度は確実に増していくだろう。

同社日本法人のマイク小池社長はインタビューの終盤、「これから、技術革新がますます進んでいくと思われるが、今こそ、IoT というコンセプトを実現するにはどうあるべきか、人と技術進歩のバランスが最も大事である。」とも述べ、企業は経済合理性を追求するだけでなく、倫理的な視点、特に人間とテクノロジーとの関係性について考えながら、社会と一緒に発展していかなければならないことを示唆した。最新のテクノロジーは国境を越え、これからますます広がっていく。Advantech はその主役であるがゆえに、将来を担う若手社員には、高い視座に立ち、技術だけで

なく、倫理観を含めて人間的に優れたグローバル人材に育てて欲しい、というマイク小池社長の心からの願いから発せられた言葉であると推察する。

さらに2017年より、Advantech Japanでは、日本の地域をIoTで活性化することを目的とした「Advantech IoT47プロジェクト」を開始し、マイク小池社長自らが、地方47自治体に出向き、各地域でセミナーを行う予定である。少子高齢化が進む日本にとって、地域産業の活性化は大変重要である。この「地方×IoT」という画期的なプロジェクトにより、「グローバルの実現と地域活性化を実現したい」というマイク小池社長の強い願いが、地域産業のイノベーションを後押しするに違いない。

Advantechの「インテリジェント・プラネットの実現」への挑戦。それは人間とテクノロジーの共生への挑戦でもある。今後もIoT市場を牽引するAdvantechの取り組みに注目していきたい。

<参考文献>

[1]Advantech Corporate Guide

[2]Advantech 2016 Annual Reports

[3]Case, Steve.(2016) The Third Wave: An Entrepreneur's Vision of the Future,Simon & Schuster. (加藤万里子訳『世界経済を変

える「第三の波」が来る サードウェーブ』ハーパーコリンズジャパン、2016年)

[4]財務省(2017)「平成28年本邦対外資産負債残高統計」(5月26日付)

[5]首相官邸(2017)「未来投資戦略2017」、
http://www.kantei.go.jp/jp/headline/pdf/seicho_senryaku/2017_honbun1.pdf
(2017.10.10 アクセス)

[6]総務省(2016)「平成28年度版情報通信白書」第1部 特集IoT・ビッグデータ・AI～ネットワークとデータが創造する新たな価値～第3節(3)、
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc123330.html>
(2017.10.8 アクセス)

[7]台湾經濟部投資審議委員会(2016)「105年1月核准僑外投資、陸資來臺投資、國外投資、對中國大陸投資統計」

[8]内閣府(2017)「日本経済2016-2017 -好循環の拡大に向けた展望-」第2章 第1節 第4次産業革命のインパクト、
http://www5.cao.go.jp/keizai3/2016/0117nk/n16_2_1.html
(2017.9.26 アクセス)

[9]日本HPウェブサイト「HPの理念」、
<http://www8.hp.com/jp/ja/jobsathp/working-at-hp/hp-in-country-jp.html>
(2017.9.30 アクセス)