

本論文は

世界経済評論 2020年5/6月号

(2020年5月発行)

掲載の記事です



世界経済評論 定期購読のご案内

年間購読料

1,320円×6冊=7,920円

6,600円

税込

17%

送料無料
OFF

富士山マガジンサービス限定特典

※通巻682号以降

定期購読
期間中

デジタル版バックナンバー 読み放題!!



世界経済評論 定期購読



☎0120-223-223

[24時間・年中無休]

お支払い方法

Webでお申込みの場合はクレジットカード・銀行振込・コンビニ払いからお選びいただけます。
お電話でお申込みの場合は銀行振込・コンビニ払いのみとなります。

Fujisan.co.jp
雑誌のオンライン書店

次世代モビリティに向けた エコシステム間競争

：IoT 化に伴う価値創造と配分のジレンマ



糸久 正人

法政大学社会学部准教授

いとひさ まさと 1979年生まれ。東京大学経済学部卒業。博士（経済学）。東京大学ものづくり経営研究センター・特任助教等を経て現職。法政大学大学院公共政策研究科准教授も兼任。現在は在外研究でペンシルバニア大学ウォートン校に客員准教授として滞在。専門は自動車産業のイノベーション・マネジメント。

本稿の目的は、次世代モビリティを対象に、エコシステム間競争の発生メカニズムとその帰結を議論することである。CASE をキーワードとする IoT 化が進んだ次世代モビリティを実現するためには、完成車メーカーと IT 企業の協力が必要となる。しかし、有力な完成車メーカーは「価値創造と配分のジレンマ」に直面するために、巨大 IT 企業と手放しに協力することは難しい。すなわち、技術的には巨大 IT 企業と組むことが価値創造への近道となるが、完成車メーカーは価値配分のイニシアチブを失ってしまう可能性が高い。したがって、強者同士の協力は成立せずに、有力完成車メーカー、巨大 IT 企業は、それぞれのパートナーを見つけて次世代モビリティエコシステムを形成する。こうしたエコシステム間競争のカギを握るのは、「アーキテクチャ戦略」と「非市場戦略」である。

はじめに

多くの産業で IoT (Internet of Things) による新たな価値創造がもたらされようとしている。モノがインターネットを介してクラウドに接続し、AI が最適化を行う。自動車産業においても、「CASE (ケース)」の頭文字に表されるように、つながるクルマ (Connected)、自動運転 (Autonomous)、シェアードモビリティ (Shared)、電動化 (Electric) による次世代モビリティへの大変革が起ころうとしている。

従来、こうした大変革では主要プレーヤーが

交代する「破壊的イノベーション」が想定されてきた。既存企業が参入企業に駆逐されるという現象である (Gans, 2016)。しかし、IoT 化はモノと IT を融合するため、既存企業と参入企業は、むしろ技術的には補完関係にある。すなわち、モノの技術を有する既存企業と IT の技術を有する参入企業は、お互いに協力することで新たな価値を創造することができる。

しかし、協力は容易ではない。なぜなら、自動車産業における完成車メーカーのように、価値配分のイニシアチブを握ってきた既存企業にとって、巨大 IT 企業と協力することは、これまでのイニシアチブを失うことにつながりかね

ないからである。こうした巨大 IT 企業は、プラットフォームとして次世代モビリティに関するビッグデータを寡占する可能性が高い。そのため、とくに既存の有力企業は、価値創造と配分をめぐるジレンマに直面する。その結果、既存有力企業と巨大 IT 企業は、それぞれの仲間づくりを行うことで、エコシステム間競争が発生する。

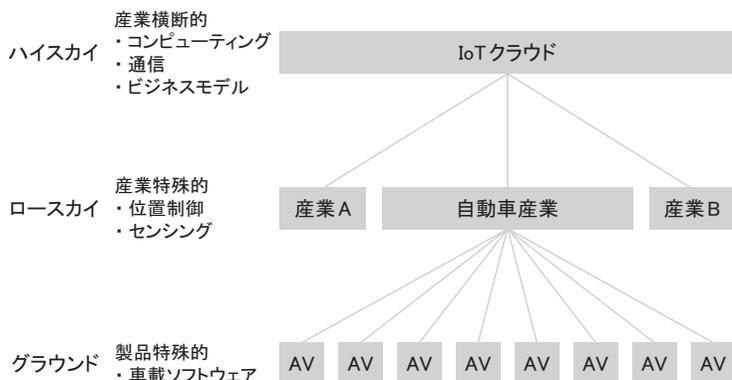
本稿では、自動車産業における次世代モビリティの事例を対象に、こうしたエコシステム間競争の発生メカニズムとして「価値創造と配分のジレンマ」に注目する。次に、完成車メーカーと IT 企業を中心としたエコシステムを概観し、そうしたエコシステム間競争の帰結、すなわち一部のエコシステムは淘汰されるのか、共存するのか、という問題について議論する。

I コラボレーションの必要性

従来、自動車のコア技術は、エンジンやボディが中心であった。しかし、IoT 化が進む次

世代モビリティにおいて、コア技術は大きく転換する。CASE の中でも、自動運転車 (Autonomous Vehicle: AV と以下略) とシェアードモビリティ (Shared Mobility: SM と以下略) を対象に、筆者が行った米国特許分析では、AV/SM のコア技術は主に 3 つのカテゴリに分類される (糸久, 2018)。すなわち、①「ハイスカイ (high sky)」、②「ロースカイ (low sky)」、③「グラウンド (ground)」の技術である¹⁾ (図 1)。「ハイスカイ」とは、産業横断的な IT に関する技術である。具体的には、AI を含むコンピューティング、通信、課金やマッチングといったビジネスモデルなどである。こうした技術は自動車産業に特殊ではなく、他産業にも広く使われる汎用性を有するのが特徴である。「ロースカイ」とは、自動車産業に特殊な IT に関する技術である。具体的には、クルマの位置制御やセンシングなどの技術である。こうした技術は基本的には自動車産業のみに使われることが多い。「グラウンド」とは、クルマというモノに関する技術である。

図 1 AV/SM のコア技術



注：具体的な国際特許分類は、以下の通りである。ハイスカイ：G06F-03, G06F-17, G06K-09, G06Q-10, G06Q-30, G06Q-50, H04L-29, H04W-04, ロースカイ：G01C-21, G01C-22, G05D-01, G08G-01, グラウンド：B60W-30, B60W-40, B60W-50。

資料：糸久 (2018) をもとに筆者作成。

具体的には、エンジン、ブレーキ、サスペンションなど、クルマのアクチュエータを制御する車載ソフトウェアで、とくにこうした制御を協調的に行う技術である。

こうしたAV/SMに関するコア技術は、完成車メーカーとIT企業が分散して保有している。完成車メーカーはグラウンドとロースカイの技術を有している一方、IT企業はロースカイとハイスカイの技術を有している。ロースカイの領域は、完成車メーカーもIT企業も保有する主戦場となっている。さしずめ、地上から制空権を狙う完成車メーカー（トヨタ、GM、フォードなど）と、上空から制空権を狙うIT企業（Google、インテル、IBMなど）の争いと捉えることができる。

完成車メーカーとIT企業は、相手が優位な技術領域に進出することは容易ではない。まず、完成車メーカーはIT企業にハイスカイの技術で対抗することは難しい。なぜなら、ハイスカイの技術は産業横断的だからである。コンピュータや通信、ビジネスモデルは、自動車産業に特殊的不是ではない。GoogleやインテルなどのIT企業にとってみれば、クルマはあくまでこうした技術を応用する端末のひとつに過ぎない。したがって、エレクトロニクス産業、コンピュータ産業など、広範な産業領域を射程とした技術であるために、完成車メーカーがこうした技術で対抗するには限界がある。一方、IT企業にとっては、グラウンドの技術を構築することは難しい。なぜなら、グラウンドの技術は、バーチャル・シミュレーションだけで完結するものではなく、試作車をつかった様々な実物実験により、長い時間をかけて少しずつ構築できる技術だからである。IT企業がいまから投資をして、完成車メーカーに追いつくことは

現実的ではない。実際、Google/ウェイモのAVも、車両そのものは完成車メーカーから調達している。

したがって、次世代モビリティを実現するために、完成車メーカーとIT企業は、お互いに協力し合うことが成功への近道である。協力することで、次世代モビリティのコアとなるグラウンド、ロースカイ、ハイスカイの技術を揃えることができる。むしろ巨大な完成車メーカーやIT企業であれば、1社ですべての技術を構築できるかもしれない。しかし、変化の激しい時代にはスピードが重視されるため、たとえ技術構築できたとしてもビジネス好機を逃してしまいかねない（Chesbrough, 2003）。したがって、「誰と組むのか」ということが問題の焦点となる。

II 価値創造と配分のジレンマ

次世代モビリティが実現すれば、大きな価値が創造される。シンクタンクの長期的なビジョンでは、現在、全世界で650兆円規模の自動車関連市場は、2050年には1,500兆円まで拡大し、そのうち900兆円は次世代モビリティによって実現されると予測されている²⁾。アジアとアフリカを中心とした人口増加と経済発展により、シェアードモビリティを中心とした移動需要が喚起されるためである。さらに、ヒトとモビリティをマッチングさせ、ビッグデータを解析することで、観光、保険、不動産など、モビリティを軸とした様々な周辺産業への波及効果も期待されている。

このような次世代モビリティにおいて完成車メーカーと巨大IT企業が対等に協力した場合、価値配分のイニシアチブは、完成車メー

カーから巨大 IT 企業に移行する可能性が高い。なぜなら、ハイスカイの技術を有する IT 企業は、次世代モビリティエコシステムにおいてもプラットフォーマーとなる可能性が高いからである。例えば、スマートフォンビジネスにおいて、Google はアンドロイド OS を無償提供することで、google play を通じた強固なプラットフォームを構築している。すなわち、アンドロイド OS は無料のプラットフォームであるが、google play を経由して各種アプリやゲームを開発する補完財企業とつながっており、スマートフォンユーザーが google play でアプリ購入やゲームに課金をすると、そのうち約 30% は手数料として Google の収益となる。巨大な IT 企業が完成車メーカーと提携し、モジュラー化された自動運転システム (AI) を完成させれば、上記のアンドロイド OS と同じように、価値配分のイニシアチブは IT 企業が握る可能性が高い。

したがって、とくに既存の有力完成車メーカーは、巨大な IT 企業と協力することを拒む傾向にある。むしろ技術的な補完性を考えれば、両者は協力した方が望ましい。しかし、次世代モビリティによって新たな価値が創造できるとしても、価値配分のイニシアチブが変わることは、完成車メーカーにとっては望ましくない状況である。なぜなら、裾野の広い自動車産業において、川上のサプライヤーから川下のディーラーに至るまでのサプライチェーンにおいて、中心的な役割を果たしてきたのは完成車メーカーだからである (Jacobides, MacDuffie and Tae, 2016)。

本稿では、こうした状況を「価値創造と配分のジレンマ」と定義する。すなわち、価値創造のためにはお互いに協力した方が全体のパイは

大きくなるが、価値配分のパワーバランスが変化するために、結果的に協力が成立しない、というジレンマである。IoT 化においては、こうした価値創造と配分のジレンマがつきものである。したがって、既存企業は、価値配分に関するパワーバランスの変化を受け入れて、新たな価値を実現するのか、あるいは自らのコントロールが及ぶようにスタートアップ企業を買収したり、資本提携したりするなど、戦略的な判断が求められる。むしろ完成車メーカーが内部化を選択し、グローバル競争の後塵を拝せば、いわゆる「ガラパゴス化」してしまうだろう。いずれにせよ、IoT 化が進む次世代モビリティにおいて既存有力企業と巨大参入企業の強者連合は成立しにくい³⁾。

Ⅲ 次世代モビリティエコシステム

完成車メーカーと IT 企業の間での強者連合が成立しにくいならば、それぞれの有力企業は、自分たちがコントロールしやすい相手をパートナーとして選択する。完成車メーカーは、巨大 IT 企業との協力を選択するのではなく、よりコントロールしやすい JV (ジョイントベンチャー) の形を選択したり、スタートアップ企業を囲い込んだりするだろう。一方、巨大 IT 企業にとっては、有力な完成車メーカーと組むことはむしろ望ましいことである。しかし、有力な完成車メーカーは、価値創造と配分のジレンマに直面するために、巨大 IT 企業と協力したがない。したがって、巨大 IT 企業は、結果的には中堅どころの完成車メーカーと協力することとなる。なぜなら、中堅完成車メーカーは、経営資源が限られているために、有力完成車メーカーと次世代モビリティで争うことは困難だか

らである。したがって、巨大IT企業と中堅完成車メーカーの協力関係は成立しやすい。

実際、次世代モビリティを見据えたエコシステムでは、有力完成車メーカーと巨大IT企業を中心に、大きくは5つのグループが存在する。①Google、②GM、③トヨタ、④ドイツ勢-インテル、⑤百度を中心とするエコシステムである。以下では簡単にそれぞれのエコシステムの特徴について概観する。

Googleは中堅完成車メーカーとエコシステムを形成している。具体的には、FCA、ジャガーに加えて、ルノー日産とも提携を結んでいる。FCAとルノー日産は、企業規模でいえば有力完成車メーカーであるが、AV/SMに関する米国特許数では、トヨタ、GM、フォードなどには及ばない。彼らの基本的な戦略は、自分たちはクルマビジネスに集中し、自動運転システムはGoogleに任せることである。Googleはグーグルマップと完成車メーカーの車体を使い、ウェイモがバーチャル/リアルの実験を繰り返し、自動運転システムの継続的な改善を行っている。

GMはクルーズを傘下に収めることでエコシステムを形成している。クルーズは米国サンフランシスコを拠点して2013年10月に成立された、AVを手掛けるスタートアップ企業である。2018年5月にはソフトバンクから22億5,000万ドル、同年10月にはホンダから27.5億ドルの資金調達を行い、有力な完成車メーカーであるGMとホンダが、クルーズという新興IT企業を媒介して協力している。

トヨタは2015年にシリコンバレーを拠点とするTRI (Toyota Research Institute)、および2018年に東京を拠点とするTRI-AD (TRI-Advanced Development)を別組織として設立

することにより、内部でAV技術の開発を行っている。TRIはMIT (マサチューセッツ工科大学)、スタンフォード大学、ミシガン大学といった米国の大学とも協力している。SMに関しては、米国のUber、東南アジア大手のGrab、中国のDiDiなどに出資し、ソフトバンクともMONETをJVとして設立している。また、近年はAVに関して、中国ユニコーンスタートアップのPony.AIとの協業や名古屋大学発ベンチャーのティアフォーへの出資を発表している。

BMW、ダイムラー、ポッシュ、コンチネンタルといったドイツ勢は、メリハリをつけた提携を行うことでエコシステムを形成している。完成車メーカーはクルマそのもののブランド価値を追求しつつ、メガサプライヤーの技術力にも頼っている。ただし、3Dマップに関してはBMW、ダイムラー、アウディは共同でノキアの地図部門を買収してHEREを立ち上げ、HEREとモービルアイ (インテル) は地図分野で提携することを発表している。また、SMに関しては、BMWのReachNowとダイムラーのCar2Goを統合し、ShareNowとして展開している。BMWはモービルアイ (インテル) と画像認識の領域で提携している。

上記のエコシステムとはやや異なる動きをしているのが百度である。中国政府の「次世代AI発展計画」により、自動運転分野は百度の「アポロ計画」が一手に担っている。すなわち、百度は政府の権威によって指名された走行データの独占企業である。したがって、中国で次世代モビリティビジネスを展開するためには、百度のアポロ計画に加わらなければならない。そのため、トヨタ、VW、フォード、現代など多くの完成車メーカーの他に、マイクロソフト、

NVIDIAなどのIT企業も参加している。

以上のように、有力な完成車メーカーおよび巨大IT企業は、それぞれのエコシステムを形成している。むろん現在は実際のビジネスが展開される前の段階である。しかし、ひとたび次世代モビリティの社会実装が現実化すれば、SMのプラットフォームを中心に、エコシステム間競争が発生すると考えられる。

IV エコシステムの淘汰と共存

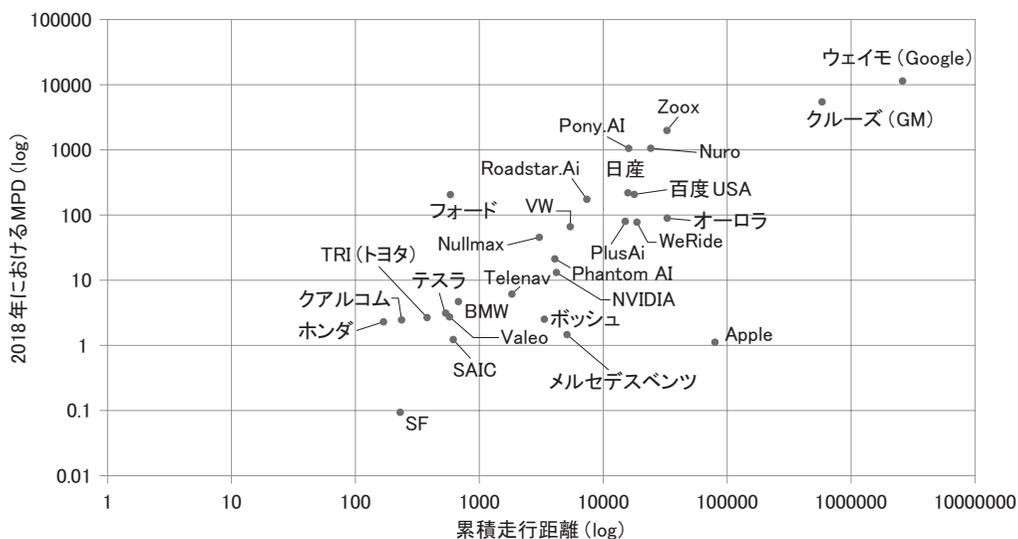
エコシステム間競争が発生する場合、一部のエコシステムが淘汰されるか、あるいは共存するのは大きな関心事である。次世代モビリティの展望はまだ先行き不透明であるが、現段階の情報と理論的考察をもとに議論する。

それぞれの次世代モビリティエコシステムの潜在力を占う上で、AVに関する実力がどの程

度かはひとつの重要な指標となりうる。なぜならば、AVが実装されることでSMのビジネスモデルが成立するからである。むろんUberやリフトなどのように、有人運転でもSMを実現することは可能である。しかし、これが無人化することで移動コストが低下し、所有からサービス消費への転換が加速する。すなわち、AVとSMはセットで社会実装されることで、指数関数的な成長を遂げることができる。

各企業は社内のテストコースや様々な都市でAVの実証実験を開始しているが、広く公開された実証実験に関するオープンデータののひとつは、カリフォルニア州DMV（Department of Motor Vehicle: 車両管理局）の走行実験データである。カリフォルニア州では、2014年9月からドライバー同乗を条件とした公道での実証実験を、登録制により許可している。図2は各社の最新の実験結果をまとめたものである。

図2 2018年時点における自動運転車の累積走行距離およびMPD



注：特に記載がない限り、累積走行距離は2018年までのデータ、MPDは2018年のデータを用いている。ただし、ボッシュとValeoは2017年までのデータ、フォードとテスラは2016年までのデータ、VWは2015年のみのデータを用いている。

資料：State of California DMV “Autonomous Vehicle Disengagement Reports 2015-2018”を参照して、筆者作成。

横軸は累積走行距離（マイル）で、カリフォルニア州における自動運転車の走行実験において、カリフォルニア州にて許可された年から2018年末までに累積で走った距離（マイル）を対数で示している。各社の実験に使用するクルマの数は異なるので、企業ごとに大きな差が出ている。一方、縦軸は2018年におけるMPD（Miles per disengagement）と呼ばれる指標を対数で示したものである。MPDとは、自動運転解除（disengagement）が1回発生するのにかかる距離（マイル）を表す。自動運転システムが判断できないような状況が発生すれば自動運転モードを解除しなくてはならないため、MPDとはすなわち、自動運転モードを解除せずにどれだけ走り続けられるかということの意味する。こちらも各社ごとの差は大きい。テスト条件は各社ごとに異なるため、単純な比較は難しいものの、図2の右上にある企業ほど、カリフォルニア州で多くの実証実験を行っており、かつAVの性能が高いことを意味する。

図2から判断できることは、第一に累積走行距離とMPDは正の比例関係にあることである。すなわち、実証実験を行えば行うほど、AVの性能は改善される。これは自動運転システムのコアがAIであるために、単純に多くのビッグデータで強化学習を行うほど改善されるという関係を表している。また、その関係は、実証実験における累積走行距離が倍になれば、MPDも倍になるという関係である。すなわち、自動運転システムの性能は、先行者優位が強く働く。ただし注意しておきたいのは、スタートアップ企業の多くは、AIのみを開発し、実験車両は既存の完成車メーカーのものを改造して利用している点である。例えば、Zooxはトヨタ車⁴⁾を、WeRideはルノー日産から協力

を得ている⁵⁾。

こうしたカリフォルニア州における実証実験において他者を大きくリードしているのがGoogle/ウェイモである。同社は2018年末までに累積266万マイルを走行し、MPDは11,000マイル（約18,000キロ）となっている。むろん道路環境は異なるが、単純な距離でいえば、札幌から福岡を5往復しても、一度も自動運転モードを解除することなしに走行できるほどである。

こうした実証実験の結果は、次世代モビリティのエコシステム間競争の結果を占う上で、①アーキテクチャ戦略、②非市場戦略の重要性を示唆する。まず①に関して、クルマと自動運転システムの相互依存関係がモジュラー的であれば、Googleエコシステムが覇権を握る可能性が高い。モジュラー的であるとは、標準インターフェースの設計ルールさえ守っていれば、どの完成車メーカーが生産する車両にも、Googleの自動運転システムを実装することができるという設計思想を意味する。Googleの自動運転システムが性能的に少しでも優れていて、かつモジュラー的であるならば、顧客の視点からはGoogleの自動運転システムを選択する。なぜなら、ソフトウェアはコピーできるために追加的な生産コストがかからず、またインターネットでダウンロードできることから物流費がかからず、ベストなものが選択されるという特徴を有しているからである。そのため、わずかな性能差でも圧倒的なシェアの差につながるという「勝者総取り（winner-take-all）」となる（Lint and Pennings, 2003; van de Kaa et al., 2014）。まして、自動運転システムの性能は安全にかかわる重要な機能であるために、こうした傾向はより一層強く働くであろう。一方、

クルマと自動運転システムの相互依存関係がインテグラル的であれば、各エコシステムは共存する可能性が高い。スマートフォンにおけるiOSとiPhoneの関係のように、モノと最適設計されたソフトウェアの組み合わせによって高いパフォーマンスを発揮できるのであれば、自動運転システムの性能差だけが問題になるのではない。全体としてのAVのインテグリティが競争優位の源泉となる。クルマの生産には追加コストも物流費もかかわるために、勝者総取りにはならない。そのため、エコシステムは共存する可能性が高い。

次に②に関して、エコシステム間競争は上記のような競争戦略の枠組だけでなく、政府や地方行政との関係によって決まる要素も大きい。すなわち、行政との協力やロビー活動などの「非市場戦略」の巧拙が大きな影響を与える。カリフォルニア州DMVの実証実験の結果が示すように、AVの性能が累積走行距離に依存するのであれば、政府や地方行政と協力して、いち早く公道での実証実験をスタートさせた方が有利である。カリフォルニア州とGoogleの関係、中国政府と百度の関係も、こうした非市場戦略によるところが大きい。ある地域で先行的に実証実験を行えば、その分、自動走行システムのAIを改善することができる。パーソナルモビリティだけでなく、物流や公共交通も含めて、ビジネス展開することが寡占的な先行者優位につながる。

結語

Society5.0のビジョンに向けて、IoT化により多くの産業で新たな価値が創造される。その際、大きな関心事のひとつとは、産業構造がど

のように変化するかである。技術的な観点からは、既存企業とIT企業は協力することが望ましい。しかし、価値配分のイニシアチブが、プラットフォーマーとしてのIT企業側に移ってしまう可能性が高い。したがって、自動車産業における完成車メーカーのように、従来の価値配分のイニシアチブを握ってきた既存の有力企業は、「価値創造と配分のジレンマ」に直面する。そのため、IoT化が進む次世代モビリティにおいては、強者同士の協力関係は成立しにくく、有力完成車メーカーと巨大IT企業は、それぞれの独自のエコシステムを形成する。そして、こうした複数のエコシステムは淘汰されるのか、あるいは共存するのかは、アーキテクチャ戦略と非市場戦略にかかっていることを議論した。以上が本稿の論点である。

むろん次世代モビリティに関する動きが目まぐるしいために、予期しない展開が発生する可能性も十分に想定できる。こうした可能性の中でも、本稿で十分に検討していないのは、AV/SMのために、EVをベースとしたまったく新しい車両のコンセプトを提案するスタートアップの存在である。AVはソフトウェアによって制御されるために、内燃機関よりもモータとの相性が良い。しかし、既存の完成車メーカーがEVに転換しようと思った場合、部品点数が少なくなり、かつモジュール供給できるために、完成車工場の組立工の雇用は減少せざるを得ない。したがって、労働組合との関係から、EVの生産に切り替えることは容易ではない。こうした点で、テスラやZooxといった新興のEVメーカーには大きな優位性がある。今後はこうしたプレーヤーがどこのエコシステムに加わるのか、あるいは破壊的イノベーター(disruptive innovator)として有力完成車メー

カーにチャレンジするのか注視が必要である。

[注]

- 1) ハイスカイ、ロースカイ、グラウンドという呼称および分類は、MacDuffie and Fujimoto(2018)によって提唱されている。本稿では、MacDuffie and Fujimoto(2018)の分類を用いて、糸久(2018)の特許分析の結果を整理した。
- 2) 三菱総合研究所「MaaSの未来：三菱総研が描く2030年代のモビリティビジョン」のHPを参照。
- 3) こうした状況は、行動ゲーム理論の「鹿狩りゲーム」によっても説明できる(糸久, 2020)
- 4) State of California DMV “Autonomous Vehicle Disengagement Reports 2018” 参照。
- 5) WeRideのHP (<https://www.weride.ai/>) 参照。

[参考文献]

- Chesbrough, H. W. (2003) *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Gans, J. (2016) *The disruption dilemma*. Cambridge, MA: MIT

press.

- 糸久正人 (2018) 「自動運転をめぐる技術知識とエコシステムの拡大」, 日本機械学会誌, 121(1191), 36-37.
- 糸久正人 (2020) 「自動車産業に破壊的イノベーションは起きるのか?」, 赤門マネジメント・レビュー, 19(1), 1-8.
- Jacobides, M. G., MacDuffie, J. P., and Tae, C. J. (2016) Agency, structure, and the dominance of OEMs: Change and stability in the automotive sector. *Strategic Management Journal*, 37(9), 1942-1967.
- Lint, O., and Pennings, E. (2003) The recently chosen digital video standard: playing the game within the game. *Technovation*, 23(4), 297-306.
- MacDuffie, J. P. and Fujimoto, T. (2018) Connecting the Ground and the High Sky: Competition and Collaboration in the Integration of Digital and Physical Technologies. *PVMI conference*, Tokyo.
- van de Kaa, G., van Heck, E., de Vries, H. J., van den Ende, J., and Rezaei, J. (2014) Supporting decision making in technology standards battles based on a fuzzy analytic hierarchy process. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 61(2), 336-348.

【最新刊の調査研究シリーズのご紹介】 国際貿易投資研究所

(一財) 国際貿易投資研究所が報告書として取りまとめた調査研究報告は、ホームページ (<http://www.iti.or.jp>) のITI 調査研究シリーズ欄に掲載・公表しています。全文をダウンロードできますので、ご利用をお勧めします。最近の報告書とその主な内容(目次)は次のとおりです。

■ ASEANのインド太平洋構想(AOIP)：求められる構想の具体化とFOIPとの連携

1. インドネシアのインド太平洋構想
2. ASEANのインド太平洋構想の概要
3. AOIPの意義と特徴

■ トランプ大統領の保護主義下における日本の米国事業戦略

- 第1章 米国の通商政策の変遷と日本企業
- 第2章 トランプ政権3年目の通商政策とその展開
- 第3章 日米貿易協定の概要と評価
- 第4章 新NAFTA(USMCA)の批准と日本企業への影響
- 第5章 企業から見た日米貿易協定～原産地規則及び原産地手続の視点から～
- 第6章 米欧間の貿易摩擦と貿易協定の行方
- 第7章 米中貿易戦争とデカップリングの影響～米中板挟みに苦慮するASEAN～
- 第8章 米国通商問題と韓国企業の対米直接投資
- 第9章 トランプ政権下の企業の生産ネットワークとサプライチェーンの変化
- 第10章 米国の対中追加関税措置が誘発する世界貿易の構造変化～中国を世界の工場とするサプライチェーンが変わる～
- 第11章 日米デジタル貿易協定の概要

■ 第4次産業革命期下における中国経済の可能性と課題

- 第1章 対外投資政策と情報化社会の衝撃～第4次産業革命のハードル
- 第2章 介護分野の日中協力
- 第3章 日中金融協力の進展と人民元の国際化
- 第4章 実体経済への貢献を求められる金融セクター
- 第5章 中国の産業支援策の実態～ハイテク振興重視で強国化を推進～
- 第6章 中国の新エネルギー自動車産業の発展～イノベーションの成功例かバブルか
- 第7章 The New Development of Chinese Arbitration under The “Belt and Road Initiative”
- 第8章 第4次産業革命期下における中国経済の可能性と課題