

テクノロジービジョン2020アップデート

ポスト・コロナ時代に
企業が「テック・クラッシュ」を
乗り切るには



不確実性を契機にして

「今」から  「次」へ



TECHVISION 2020

アクセンチュアテクノロジービジョン2020の発表時には、新型コロナウイルス（COVID-19）はまだ世界的なパンデミックの状態ではありませんでした。しかし、状況は急激に変わり、世界は数十年に一度の大きな困難に直面しています。人々の生活はこれまでになく大きく変化し、あらゆる業界に影響が及び、企業の成長や革新に向けた取り組みにも大きな影を落としています。

新型コロナウイルス (COVID-19) の世界的な影響により、革新的な取り組みを加速している事例もあります。

例えば、街の消毒、病院食の準備、荷物の配達にロボットが活用されたり、患者のモニタリングや有益なヘルスデータの収集にスマートデバイスが利用されたりしています。人間とAIの連携はPoC（概念実証）の段階にとどまらず、ウイルスを研究する科学者にとっては必須になりつつあります。世界中の様々な国で都市封鎖が起り、中断を余儀なくされた活動がある中、イノベーションは加速しているのです。

革新的な取り組みが急速に進む一方で、企業にとっては長期的な視点も非常に重要です。今求められている技術革新は、長期的に見ると“ひと”の期待に十分応えられていません。今年のテクノロジービジョンでは、“ひと”がかつてないほど多くのテクノロジーを自らの働き方や暮らしに組み込んでいるものの、企業や組織が必ずしもそのニーズや期待に対応しきれていないことを明らかにしています。

“ひと”のニーズや期待と、それらにそぐわないビジネスモデルやテクノロジー活用方法の不一致を「テック・クラッシュ」と表現し、企業が既存のモデルを踏襲し続けることは、顧客に不満を与え、従業員の心を遠ざけるばかりでなく、永続的にイノベーションや成長の可能性を制限してしまうリスクもはらんでいると警告しています。新型コロナウイルス (COVID-19) により、「テック・クラッシュ」の問題はより深刻さを増しています。

データプライバシーに対する懸念が拡大しているのもその例です。

感染を追跡するため位置データやヘルスデータが求められる中、この議論は非常に複雑化しています。企業が提供する価値と、顧客や従業員を含めた“ひと”が持つ価値観の溝がすでに深まりつつあることに加え、世界的な公衆衛生上の問題に対処する必要性も生じています。企業は解決策を模索していますが、目先の目標だけに注力していると長期的には“ひと”のニーズに対応できず、テック・クラッシュが拡大します。新型コロナウイルス（COVID-19）による事業の中断を回避するという問題と、テック・クラッシュを乗り越えるという二重の問題に対処しなければならないのです。

短期的には、先の見えない現在の状況に対してうまく対処することが重要です。

このハードルの高さは業界や企業によって異なり、再び混乱が生じれば淘汰されてしまう企業と、アジリティ（俊敏さ）とレジリエンス（復元力）を活かし、現状から抜け出しつつある企業の明暗はすでに分かれています。また、テクノロジーはもはや選択肢の一つではなく、社員や消費者、エコシステムパートナーと繋がるための必須要件となっています。人々はテクノロジーツールを活用して友人や家族と繋がり、仕事を続けることができますが、ひとたびテクノロジーが不具合を起こすと、人々は分断され大きな不満を抱くでしょう。

長期的には、新型コロナウイルス（COVID-19）の最悪の状況から抜け出した後の再建、復旧に向けて準備を進めることが重要です。

危機下においてはテクノロジーソリューションに対するニーズがこれまでになく差し迫ったものとなっています。デジタルトランスフォーメーションを進め、新たなテクノロジーによって“ひと”の新しいニーズ、変化するニーズに対応する方法を模索できる企業には、新たなチャンスが拓かれるでしょう。

新型コロナウイルス（COVID-19）が私たちの生活や世界経済、企業に及ぼす影響の全容は今の段階ではまだ明らかになっていません。ただ、変革を大きく促進する要素となっているのは確かです。誰も遭遇したことのない破壊的な課題の出現により、イノベーションの必要性がこれまでになく高まっています。企業が考えるべきは、「いかに速やかに行動できるか」です。

新たな現実、喫緊の課題に照らし、アクセントゥアはテクノロジービジョン2020のトレンドを見直し、ポスト・コロナの世界で人や事業にどのような影響があるかを考察しています。

**誰も遭遇したことのない
破壊的な課題の出現により、
イノベーションの必要性が
これまでになく高まっています。
企業が考えるべきは、
「いかに速やかに行動できるか」です。**

体験の中の「私」

一人ひとりに合わせて 選択肢を提供する

ポスト・コロナ時代に企業が「テック・クラッシュ」を乗り切るには

体験の中の「私」

このトレンドでは、デジタル体験の進化について考察しています。昨今、一般的になった「ブラックボックス化されたパーソナライゼーション」は、顧客に「蚊帳の外に置かれている、自分でコントロールできない」という感覚を与えています。

これに代わり、顧客の主體的な関わりを重視する新たなパーソナライゼーションのモデルが求められています。一方で、新型コロナウイルス（COVID-19）により、人々の生活におけるデジタル体験の役割や重要性が変化したことに注意する必要があります。Eコマースの拡大を例にとってみると、Visaは4月に、米国におけるデジタルコマースの取引額が18%増加し、南米でも第1四半期のVisaカードによるEコマース取

引の人数が初めて1300万人に達したと発表し、プラットフォームや個別化されたコンテンツにとってこれは大きなチャンスと言えます。しかし、従来のブラックボックス化したパーソナライゼーションは過去データへの依存度が高く、人々の生活が大きく変化している現在においては最適なものではありません。企業には、現在、そして将来的に、より俊敏なエンゲージメント戦略が求められています。



短期:

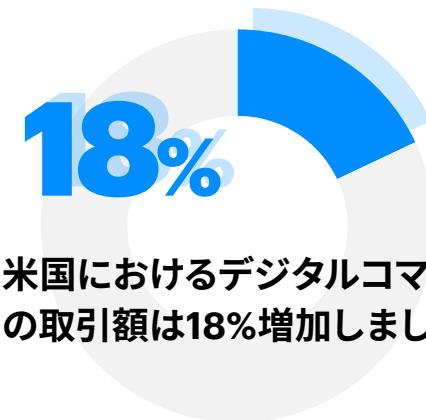
短期的には人々の変化に合わせ、パーソナライゼーション戦略を更新していくことが重要です。

多くの企業が、新型コロナウイルス（COVID-19）により状況が一変したと感じています。新型コロナウイルス（COVID-19）が拡大し始める前、Eコマース業者であるASOSは、新しいアクセサリ商品として鎖帷子（チェーンメール）のマスクの販売を始めたばかりでした。これは催し物やインフルエンザの季節、顔を近づけて話をする人向けのジョーク商品として発売しましたが、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大、マスクに関する混乱や誤った情報の錯綜により、同社は商品を撤収する決断をしました。企業は迅速な切り替えにより、このような状況を回避、修正することができますが、個人レベルでは全く状況が異なります。企業は、“ひと”の期待やニーズに関する最新情報を迅速に把握し、有効でなくなった情報を速やかに取り下げる必要があります。“ひと”が自分のデジタル体験をコントロールできるようにすることが、期待やニーズを把握する第一歩となります。

長期:

長期的にはデジタル体験の目的は変化していきます。

デジタル基盤やデジタル体験は、多くの人にとって主要なコミュニケーション手段となりつつあります。一方で、多くは対面でのやり取りを補完するように設計されており、対面でのやり取りに取って代わるものとはなっていません。真に共有されたデジタル体験やデジタルコミュニティの需要が急速に拡大しており、リーダー達はその波に乗ろうとしています。会員制のダイニングクラブTasting Collectiveは、シェフがレストランでディナーを振る舞う形から、シェフによるオンライン料理クラスの生配信を開始しました。ウェアラブルブレスレットのHEY BraceletやBond Touchは、人の触れ合いの仮想化を試みています。通常ペアで販売されるこれらのブレスレットは、相手の操作に応じて、伸縮したり、光ったり振動したりします。ポスト・コロナの世界では対面での集まりに代わる手法が企業や消費者から求められ、このような仮想化や拡張現実の体験のニーズは今後も加速するでしょう。パーソナライズされた双方向の共有型仮想コミュニティの構築を推進する企業は、将来にわたって成功することができます。



米国におけるデジタルコマースの取引額は18%増加しました。

AIと私

人間とAIの協働を通じて ビジネスのあり方を 再創造する

AIと私

このトレンドでは、先進企業がどのように無限の新たな可能性を見出すAIの能力と、アイデアを具現化する人間の力を組み合わせ、人間とAIの協働を推進しているかに焦点を充てています。

人間とAIの協働は、新型コロナウイルス（COVID-19）の発生前からすでに多くの業界で注目されており、テクノロジービジョンの作成にあたり企業を対象として実施した調査では、AIを1つ以上の事業部で検証または採用していると答えた組織は73%に上っています。現在、AIの重要度はさらに高まっていると言えるでしょう。例えば、AIシステムは医療現場にお

いて患者の状態の確認やトリアージ（傷病者の緊急度に応じて、搬送や治療の優先順位を決めること）を行うチャットボット、新型コロナウイルス（COVID-19）の影響を受けたサプライチェーンの速やかな再構築を可能にしています。人間とAIが協働することのメリットにこれまで以上に期待が寄せられています。

短期:

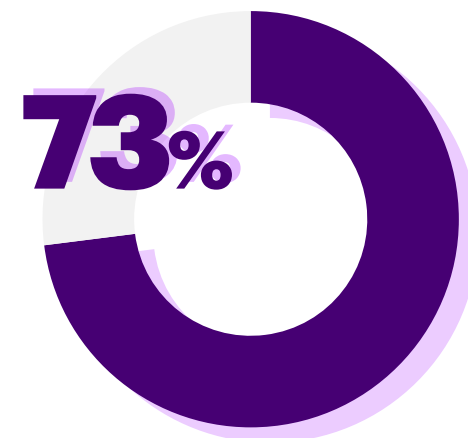
短期的にはAIによる業務のサポートが切実に求められています。

企業や世界全体が直面する大きな課題に対し、単なる自動化にとどまらずAIを活用することが必要となっています。新型コロナウイルス（COVID-19）のワクチン開発競争でも人間とAIの協働は重要な役割を担っており、香港のバイオテック企業Insilico Medicineは同社のAI基盤上で機械学習を活用することで創薬プロセスを迅速化し、新型コロナウイルス（COVID-19）治療薬の開発に役立てています。またオープンソースプロジェクトのCOVID-19 Open Research Datasetでは、人が提供するデータプールのパターンをAIシステムが解析しています。医療分野以外でも、新型コロナウイルス（COVID-19）による新たな制約や課題の克服にAIシステムを活用することができます。例えば、多くの企業が社員数を減らし、新たにソーシャルディスタンスを導入しており、終息後も経済的な影響が続くと考えられますが、AIを活用することで、より柔軟な組織を構築するための新たな解決策やアイデアを構想することができます。AIは状況の変化に伴い企業が体制を変更していくための手段となり、ポスト・コロナの世界での事業運営における負担を軽減します。

長期:

長期的には最善の形で人間とAIが協働することで、AIに対する人々の懸念を払拭できるかもしれません。

アクセンチュアが2019年に実施したAIに関する調査では、社員がAIの活用を拒んでいることがAIの普及を妨げる最大の要因であることが明らかになりました。しかし、新型コロナウイルス（COVID-19）のパンデミックにより、この課題を克服できる可能性があります。AIツールは、仮想医療アシスタントやAIによる発熱検知用サーマルカメラなど、人の健康や情報の提供に役立っています。また生活に不可欠な事業の継続にも貢献しており、スタートアップのInnowattsは、AIを活用して急拡大する電力需要に対応しています。多くの人々が在宅勤務に移行し、多くの事業が一時的に中断する中、エネルギー消費のパターンが大きく変化していますが、InnowattsはAIを活用することでこのような短期的な変化をより正確に予測できるソリューションを提供しています。企業が説明可能なAIや、人間とAIの協働を支援、実現するツールに投資し、適切な環境を整えることができれば、社員や政府はAIがもたらす最大の価値を理解することができるでしょう。これによりAIの活用が進むことで、今後の事業や労働力を再考する新たな可能性が拓かれます。



AIを1つ以上の事業部で検証または採用していると答えた組織は73%に上っています。

解き放たれるロボット

企業の対応範囲と責任を広げる

ポスト・コロナ時代に企業が「テック・クラッシュ」を乗り切るには



解き放たれるロボット

**「ロボット」という言葉は
今から100年前の1920年に誕生しましたが、
1世紀を経て、新型コロナウイルス(COVID-19)
により注目が集まっています。**

「解き放たれるロボット」というトレンドの通り、多くの人々がステイホームを実践し、ソーシャルディスタンスが新たな常識となる中、ロボットは予想できないほどのスピードで、あらゆる業界、環境で活用されています。企業や政府が新たな「非接触型」の解決策を模索する中、ロボットはこれまで以上に事業や社会にとって重要になっています。



短期:**短期的にはパンデミックの中で
ロボットは新たな役割を担っています。**

ロボットは多くの場合、現場の従業員の作業をサポートしており、いち早くロボットを活用できる企業はより効果的にウイルス対策を行うことができます。例えば、中国の農業テック企業XAGはすばやく行動を起こし、同社のドローンXPlanetやロボットR80を、ウイルス感染エリアの消毒剤散布に活用しています。タイではチュラロンコン大学の工学部の学生が、脳卒中患者のモニタリング用に設計されたロボットninjaを、患者の体温測定や医師とのリモートコミュニケーションのツールとして活用しています。また深センでは、スタートアップのYoulbotがわずか2週間で消毒や人の発熱をスキャンできる抗ウイルスロボットを製作しました。パンデミック前から、ロボットは多くの業界で成長促進や事業価値向上に寄与するものとして活用されてきましたが、現在、その活用範囲は拡大しており、政府や、従業員、一般市民においても新たな活用事例が生まれています。人間とAIの協働と同じように、ロボットもパンデミックによりその真価が目され、より多くの場面で活用されるようになるでしょう。

長期:**長期的にはロボティクスに関連する
エコシステム全体が成長していきます。**

パンデミックによりロボティクスや自動化の重要性が増しています。2月に上海のアメリカ商工会議所が中国で製造を行う企業を対象に実施した調査によると、回答者の半数が現在直面する最大の課題は人員不足だとしています。新型コロナウイルス（COVID-19）は多くの企業にとって、将来にわたって事業を継続するためにロボティクスや自動化を強化する取り組みを始めるきっかけとなりました。自動化に対するニーズの拡大により推進されるのはロボティクスだけではありません。ロボティクスに関連するエコシステム全体の成長が加速していくでしょう。例えば4Gネットワークはスマートフォンの普及と足並みを揃えて成長してきましたが、ロボットの活用においてはデータ転送速度の向上と遅延の低減が必要となることから、ロボットの重要性が増すと同時に、IoTデバイス、5Gも同様に普及していくでしょう。また、リモートでロボットを保全、制御する人材の必要性も拡大し、遠隔操作やVRトレーニングのための新たな技術やツールの需要も高くなります。ロボティクス業界のリーダーはパンデミックに伴う新たな役割を担っていますが、長期的な視点を持つ企業は、より自動化された未来を見据えた基盤を築いており、エコシステムパートナーとの連携を深め、新たな能力を手にし、政府とも連携して更なる可能性を見出しています。

スマート・シングスのジレンマ

ベータ版に伴う 足かせを取り除く



スマート・シングスのジレンマ

このトレンドでは所有することの基本概念が変化している点について論じています。

顧客がデバイスを購入した後も企業がアップデートを加えることが容易になり、製品は常にベータ版であるという時代に突入しています。これにより、多くの人々が製品の絶え間ないアップデートに不満を抱いています。新型コロナウイルス（COVID-19）により、公衆衛生上アップデート可能なスマートデバイスに対するニーズが高まっている一方で、ベータ版に伴う足かせを取り除く必要があります。

これまでスマートデバイスの別用途での活用や、新機能の絶え間ないアップデートは、時として人々の足かせとなっていました。新型コロナウイルス（COVID-19）の状況下では、かつてないほど需要が高まっています。

短期:

短期的にはアップデート可能なスマートデバイスは新型コロナウイルス（COVID-19）対策ツールとなります。

ベータ版に伴う足かせはなくなったわけではありませんが、新型コロナウイルス（COVID-19）への対応が一時的に優先されています。スマートヘルスデバイスは症状の特定、患者のモニタリングなどが可能で、研究者や政府の取り組みに対し、価値あるヘルスデータを豊富に提供しています。例えばスマート温度計メーカーのKinsaは、ユーザーの体温データのキャッシュを有しており、アメリカの郡ごとの内訳を示すUS Health Weather Mapを作成しました。またスマートリングメーカーのOuraはUCSFと連携し、リングの体温検知機能を活用して新型コロナウイルス（COVID-19）の初期兆候を検出できるよう研究を進めています。自宅外でも多くのロボットデバイスが新型コロナウイルス（COVID-19）対策に向けてアップデートされており、公共スペースでの安全な距離の徹底、手指消毒剤のディスペンサーなどに利用されています。これまでスマートデバイスの別用途での活用や新機能の絶え間ないアップデートは、時として人々の足かせとなっていました。新型コロナウイルス（COVID-19）の状況下ではかつてないほど需要が高まっています。ある意味、パンデミックにより組織は一時的に、これまでより自由かつ創造的にデバイスを活用できるようになったと言えるでしょう。

長期:

一方で、長期的にはベータ版に伴う足かせの問題が再浮上してきます。

ウイルス対策として、人々は様々なスマートデバイスを生活に取り入れており、多くの人が健康関連データを共有してもよいと考えています。しかし、これは恒久的ではなく、今後反動が出てくる可能性があることを念頭に置いておく必要があります。デバイスを活用した新型コロナウイルス（COVID-19）対策の取り組みについては、プライバシーの問題が議論されており、多くの人が、将来にわたって自分のデータが意に反して利用されるのではないかと心配しています。GoogleとAppleはこのような懸念を払拭するべく取り組んでいます。AndroidやiOSでは、特定の政府機関アプリで接触者の追跡ができるよう変更が加えられており、Bluetoothを活用してスマートフォン同士の距離を測定し、ウイルスに感染した可能性のあるユーザーに警告を出します。これは厳格なプライバシー保護のもとに実施されており、システムは完全にオプトインで、位置データは収集されず、診断を受けていない人からのデータが収集されることはありません。GoogleやAppleのように、企業は一線を踏み越えることなく新たな機能をデバイスに導入する方法を検討する必要があります。どのような意図であれ、一度顧客の信頼を損なってしまうと、享受できるメリットは短命に終わってしまうでしょう。

イノベーションのDNA

継続的なイノベーション のエンジンを生み出す

イノベーションのDNA

このトレンドでは今後イノベーションが起こる注目の分野として、成熟したデジタル技術、科学の進歩、新たなDARQテクノロジー（分散型台帳技術、人工知能、拡張現実、量子コンピューティング）を紹介し、これらの分野の技術を組み合わせることで他社と差別化を図ることができると思っています。

一方で、新型コロナウイルス（COVID-19）によってそのバランスが変わり、DARQテクノロジーが予想以上に活用されています。例えば、世界保健機関、Oracle、Microsoft、IBMなどが、HACERAのブロックチェーン技術を活用したオープンデータハブMiPasaの構築で連携し、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染者やホットスポットの迅速な特定に取り組んでいます。また、ロサンゼルスCedars-Sinai病院ではVRシミュレーションを活用し、感染症患者の治療にあたる医師のトレーニングを実施しています。このように新たなテクノロジーの活用が進み、いたるところでイノベーションが起こっています。



短期:

短期的にはパンデミックはイノベーションに関するストレステスト（イノベーション・ストレステスト）をエコシステム全体に課しており、エコシステムでのイノベーション創出の真価が問われるでしょう。

新型コロナウイルス（COVID-19）に対応するため、企業は新たな方法でエコシステムでの連携を強化しています。例えば、多くのレストランはフードデリバリーのスタートアップ企業による配達を活用することで営業し続けることができているし、市はホテルと協力し、ホームレスの人に住む場所を提供することで、混雑したシェルターでウイルスが拡大するのを防いでいます。また治療用VRを提供するAppliedVRはRed One Medicalと連携し、最前線で活躍する医療従事者向けのVRを活用したストレスマネジメントプログラムを提供しています。パンデミックの中、企業は今までにない様々なパートナーシップの可能性を模索しています。企業は事業を継続し、世界経済の破綻を避けるべくテクノロジーを活用していますが、今、企業が構築しているパートナーシップ、製品、サービスは、危機が去った後も今後何年にもわたり事業の根幹となるでしょう。

長期:

長期的には、これまでにない大胆なイノベーションが起こってくるでしょう。

これまでも、市場の変化に対応して変革できない企業は次々と取り残されてきましたが、現在、世界は誰も予想できないペースで変化を続けており、企業にもこれまでに以上に柔軟性が求められています。例えば、ゼネラルモーターズやテスラは人工呼吸器などの重要な医療機器の製造に乗り出し、ルイヴィトン傘下に収めるLVMHは香水や化粧品の製造ラインで手指消毒剤を製造し、無償で病院に提供しています。またファッション・アパレルブランドのHedley & Bennett、Hanesは製造施設を活用し、マスクなどの防護具を製造しています。多くの経営層が新たなイノベーション戦略を策定し、従来にない協力体制を構築することでこの危機に対して迅速かつ継続的に対応しています。企業はアジャイル（俊敏）でレジリエンス（復元力）の高いイノベーションのDNAを構築しつつあり、流行の終息後には新たなニーズに速やかに応える能力を構築することができるでしょう。ポスト・コロナの世界でも企業が生き残るためには、試行錯誤や迅速な変革に対する警戒心は捨て、大胆なイノベーションを実現していく必要があります。

これまでも、市場の変化に対応して変革できない企業は次々と取り残されてきましたが、現在、世界は誰も予想できないペースで変化を続けています。

現在のトレンド

新型コロナウイルス (COVID-19) により、アクセンチュアがテクノロジービジョンで定義するトレンドの重要性と緊急性は増えています。

これまで時間をかけて顕在化していた顧客課題が次々と現れ、数年かけて実現するはずだったビジネスチャンスがすぐそこに到来しています。これらの課題に対処するため、組織を再定義し、イノベーションを実現していくことが求められています。

テクノロジーは“ひと”の生活になくてはならないものとなっており、速やかに新たなテクノロジーを展開していくことが重要になっています。先の見えない状況の中で、目まぐるしく変化する時代へと突入しつつありますが、このテクノロジートレンドが企業の成長戦略策定の一助なれば幸いです。

References

1. <https://www.marketwatch.com/story/visa-sees-massive-digital-acceleration-with-millions-trying-e-commerce-for-the-first-time-2020-05-13>
2. <https://adage.com/article/cmo-strategy/7-brands-ads-unfortunately-timed-coronavirus-pandemic/2244631>
3. <https://www.tastingcollective.com/>
4. https://www.tastingcollective.com/classes/pondicheri-restaurant-in-the-home-series-pt-2?city_filter_location=HOU&invite_code=TCVIC92512
5. <https://heybracelet.com/pages/about>
6. <https://www.bond-touch.com/>
7. <https://www.forbes.com/sites/servicenow/2020/04/17/ai-becomes-an-ally-in-the-fight-against-covid-19/#2de27c4a3f5f>
8. <https://www.datanami.com/2020/04/13/how-ai-is-helping-the-supply-chain-cope-with-covid-19/>
9. <https://www.protocol.com/ai-machine-learning-coronavirus-covid19>
10. <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/covid-19-crisis-artificial-intelligence-creativity/>
11. <https://www.semanticscholar.org/cord19>
12. https://www.accenture.com/_acnmedia/Thought-Leadership-Assets/PDF-2/Accenture-Built-to-Scale-PDF-Report.pdf#zoom=50
13. <https://www.entrepreneur.com/article/348368>
14. <https://venturebeat.com/2020/04/20/utilities-energy-usage-covid-19-ai-machine-learning/>
15. <https://techcrunch.com/2020/02/27/robot-was-coined-100-years-ago-in-a-play-predicting-human-extinction-by-android-hands/>
16. <https://www.prnewswire.com/news-releases/xag-robot-joins-drone-fleet-to-initiate-ground-air-disinfection-in-coronavirus-battle-301013378.html>
17. <https://nypost.com/2020/03/20/thailand-hospitals-use-ninja-robots-to-fight-coronavirus/>
18. <https://www.nytimes.com/2020/03/27/business/china-coronavirus-masks-tests.html>
19. <https://www.cnn.com/2020/03/02/the-rush-to-deploy-robots-in-china-amid-the-coronavirus-outbreak.html>
20. <https://www.therobotreport.com/5g-is-coming-so-robotics-innovators-should-get-ready-say-verizon-qualcomm-at-robotics-summit/>
21. <https://healthweather.us/?regionId=53033&mode=Atypical>
22. <https://techcrunch.com/2020/03/23/oura-partners-with-ucsf-to-determine-if-its-smart-ring-can-help-detect-covid-19-early/>
23. <https://www.nytimes.com/2020/04/10/business/coronavirus-workplace-automation.html>
24. <https://www.emarketer.com/content/consumers-are-more-willing-to-share-private-data-during-covid-19>
25. <https://www.fastcompany.com/90482264/this-could-get-orwellian-really-fast-covid-19-could-end-privacy-as-we-know-it>
26. <https://www.wired.com/story/apple-google-contact-tracing-strengths-weaknesses/>
27. <https://hbr.org/2020/04/how-the-pandemic-is-pushing-blockchain-forward>
28. <https://www.cnn.com/2020/04/21/tech/vr-training-coronavirus/index.html>

References

29. <https://www.wcpo.com/open/some-restaurants-are-relying-on-food-delivery-apps-to-stay-open-but-are-they-ultimately-damaging-to-the-bottom-line>
30. <https://thehill.com/homenews/state-watch/493499-newsom-says-california-now-has-over-15000-hotel-rooms-for-homeless>
31. <https://finance.yahoo.com/news/appliedvr-partners-red-one-medical-124900857.html>
32. <https://www.usatoday.com/story/money/cars/2020/03/22/coronavirus-ventilator-shortage-gm-tesla-covid-19/2895190001/>
33. <https://www.axios.com/coronavirus-dior-owner-hospitals-hand-sanitizer-78842172-8369-4a81-a161-4cbad5e39c00.html>
34. <https://www.fastcompany.com/90480732/this-high-end-apron-company-switched-to-manufacturing-masks-in-24-hours>

アクセンチュアについて

アクセンチュアは、ストラテジー & コンサルティング、インタラクティブ、テクノロジー、オペレーションズの領域で、すべてにデジタルの力を組み込んだ幅広いサービスを提供する世界最大級の総合コンサルティング企業です。世界最大の規模を誇る先端技術とインテリジェント・オペレーションセンターのネットワークに裏打ちされた40を超す業界に向けて、豊富な経験と専門スキルを生かしたサービスを提供しています。アクセンチュアでは、世界120カ国以上のお客様に対して、51万3,000人の社員による継続的なイノベーションによって、お客様のパフォーマンス向上と、持続的な価値創出を支援しています。

アクセンチュアの詳細はwww.accenture.comを、
アクセンチュア株式会社の詳細はwww.accenture.com/jpをご覧ください。

免責事項：本資料は一般的な情報提供のみを目的としており特定の読者ならびに状況を考慮して作成されたものではありません。また本資料では最新状況が反映されていない場合があります。本資料の作成にあたり正確な記述に努めていますが、適用される法律の範囲内で本資料の掲載情報の正確性、完全性、及び掲載情報に基づく作為または不作為の行為に関してアクセンチュアは一切の責任を負いません。また本資料は法律、規制、監査、税に関するアドバイスを提供するものではありません。読者はご自身の責任の下で弁護士や公的資格を有する専門家に相談し助言を受けて運用してください。

Copyright © 2020 Accenture.

All rights reserved. Accenture and its logo are registered trademarks.