

“勝者の常識” を再設計せよ

— 富士通のAIスペースが定義する 新・競争原理 —



広大な海洋を泳ぐ数万匹のマイワシの群れ。一瞬の澁みもなく隊列を組み、捕食者の脅威をかわす。その行動原理の連鎖は、個の知能の総和をはるかに凌駕する「集合知」として機能している——。

生物の生存本能はときに、現代ビジネスに深い示唆を与えてくれます。サプライヤーの停滞、市場の変調、ルールや規制の変更といったビジネスの根幹に関わる重要な「変化の兆し」を捉えられなければ、予見可能性を高めることも、生き残るための勝ち筋を読み解くことも難しくなるでしょう。まるで、群れから孤立したマイワシが危険に気づかないまま、捕食者に飲み込まれるかのように。

情報の分断と知能のサイロ化は予測不能なリスクを高め、大きな機会損失を生み出してきました。既存のデジタルトランスフォーメーション（DX）やAI活用による「部分最適」には限界が見えています。不確実性の時代において、目の前の効率化に固執するばかりではいずれ、ビジネスは行き詰まるでしょう。持続的な成長を実現するには、当たり前とされてきた前提を見直し、常識そのものを再設計する必要があります。

不確実性の時代の競争を生き抜くカギとなるのが「AIスペース」です。AIスペースとは、企業・組織の垣根を越え、「信頼のデジタル基盤」上で複数のAIが自律的に学習し、データを連携して協調する、動的な価値創造空間です。富士通は「マルチAIエージェント連携技術」を通じ、AIが自律的に判断し、協調した行動を通じて価値を生み出す「行動のルール」を企業に提供します。そして、「先端トラスト技術」によって安全で信頼性の高いデータの「取引のルール」を保証します。2つの技術は、「マイワシの持つ集合知」のように企業や組織の垣根を超え、デジタルな知能が自律的に連携・協調する効果を参加者にもたらします。それは社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にする強力なエンジンとなるのです。

目次

Section 1 3

> AIスペースが生み出す新たな競争原理

Section 2 5

> 新・競争原理を実現する富士通の技術群

- 1. 「行動のルール」を再定義する
- 2. 「信頼のルール」を確立する

Section 3 7

> おわりに

Section 1

AIスペースが生み出す新たな競争原理

富士通はAIスペースを、企業・組織の垣根を越え、信頼のデジタル基盤の上で複数のAIが自律的に学習し、データを連携して協調する、動的な価値創造空間と定義しています。旧来の競争原理は、企業や組織が自らのデータを囲い込み、閉じた知能で効率化を競う「サイロ型」でした。これではせっかくAIを導入してもフル活用できず、個別最適に陥ってしまったりリスク対応が後手に回ったり、ビジネスチャンスを逃してしまったり、といった状況に陥りがちでした。

AIスペースは旧来の競争原理を一新します。企業、業種、国・地域の枠を超え、AIエージェント同士が自律的に連携し、協調を繰り返します。単独では解決が難しい複雑な課題への対応、新たな成長機会の創出などを実現できる可能性が飛躍的に高まります。データとAI駆動のエコシステムのダイナミズムを引き出し、新たな競争優位性を生む。まさに、価値創造のルールそのものの変革と言えるでしょう。

AIスペースを具体的にどうビジネスに役立てるか。ここで、今後の技術発展によって実現が期待される将来像として、サプライチェーンのリスク評価を例にします。AIエージェントを活用し、サプライヤーの遅延や在庫、国際情勢の変動をリアルタイムで横断的に把握し、先手を取ることを目指します。そうすることでサプライチェーン全体のレジリエンス（強じん性）を大きく高めます。

- **データプライバシー保護と学習精度向上（連合学習 / Federated Learning）：**

参加者それぞれが機密性の高いデータを外部に開示せずAIモデルを学習・統合し、高精度な共通の部品供給リスクモデルを構築。データプライバシーと全体最適を両立する。

- **外部情報のリアルタイム統合（連合型検索拡張生成 / Federated RAG）：**

自身・他社が持つプライベートデータのほか、規制の変更、地政学リスクなどサプライチェーンへ影響を与える膨大な外部情報をAIが効率的に集約・分析。常に最新の評価を可能にする。

- **問題発生時の自律的連携と対策立案（AIエージェントの協業 / Agent Collaboration）：**

事象発生時、それぞれのAIエージェントが共通のリスクモデルと外部情報を参照して連携。自社の利益を追求しつつ、サプライチェーン全体が破綻しない最適な協調対応策（代替ルート検討や生産計画調整など）を自律的に分析し、提案する。

- **貢献度と価値の「見える化」（評価と監査）：**

協調学習への貢献度、AIエージェント協業による全体リスク低減効果などを客観的に記録し、検証。貢献度に基づいた価値分配などを透明性高くすることで、エコシステム内の信頼と持続可能性を担保する。

- **継続的な学習サイクル（継続的なモデル強化）：**

新たなデータと対応結果がフィードバックされ、共通のリスクモデルは継続的に強化・改善。変化し続けるビジネス環境に対応し、サプライチェーンのレジリエンスを持続的に高める。

AIエージェントのグローバル市場は著しい成長を遂げる可能性が高いです。調査会社のGrand View Researchによると、世界のAIエージェント市場規模は2025年の76.3億米ドルから、2033年までに1,829.7億米ドルに達する見通しです※1。この間の年平均成長率は49.6%に達します。AIスペースでは、複数の企業や組織がそれぞれのAIエージェントたちを互いに連携させます。AIスペースの社会実装が進むほど、この市場規模は指数関数的に拡大する可能性があります。

※1 : <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/ai-agents-market-report>

Section 2

新・競争原理を実現する富士通の技術群

AIスペースをビジネスに実装するには、根本となる2つのルールを設計し、システムに落とし込むことが欠かせません。富士通は、これらの新しいルールを実現する独自の技術群を提供しています。

1. 「行動のルール」を再定義する

● マルチAIエージェント連携技術^{※2}：賢い「提案と協調」で全体最適解を見出す

▼ 課題

従来のAI連携では全体最適のための機密情報の開示が必要である一方、セキュリティや競争上の懸念から難しく、各企業は個別最適化に陥りがち。

▼ 特徴と独自性

あえて完全な情報を共有しない動的な環境下で、各AIエージェントが互いに「提案」し、「協調」する能力を持つ。例えば、あるAIエージェントが最適なコストやスケジュール、調達ルートなど複数の条件を提示。インタラクションを通じて相手の好ましい条件を能動的に推定し、サプライチェーン全体にとって最も効率的かつ強じんな状態を自律的に見つけ出す。

▼ 企業の利点

データ共有に伴うリスクを最小限に抑えながら、各AIエージェントが自社の利益を考慮しつつ、エコシステム全体のパフォーマンス向上に貢献できる。個別の最適化を超え、サプライチェーン全体のレジリエンスと効率性を飛躍的に高め、予期せぬ変動への対応力を大きく高められる。

● セキュアエージェントゲートウェイ：信頼できる「情報交換の場」と「自らの行動の監視」

▼ 課題

企業や組織間のAIエージェント連携における不正アクセスや機密情報流出のリスク。

▼ 特徴と独自性

AIエージェント間の情報交換をセキュアにする「安全地帯」を提供。富士通の大規模言語モデル（LLM）ガードレール技術を応用し、悪意ある質問による不正な情報の引き出しを自動検知・阻止。AIエージェントの行動と回答を事前にシミュレーションすることで機密情報を推測されるリスクを排除する。

▼ 企業の利点

AIエージェントが信頼できる環境で自由に「行動」し、互いに「情報交換」できる強固な基盤を手に入れることができる。機密漏洩の懸念なく、安心して他の企業と協調して新たな価値創造に取り組むことができるようになり、ビジネス協業や新市場開拓の新たな可能性を得られる。

※2 2025年12月1日プレスリリース：<https://global.fujitsu/ja-jp/pr/news/2025/12/01-02>

2. 「信頼のルール」を確立する

● IDYX Trust Interconnect技術^{※3} : デジタル連携を支える「相互信頼の軸」

▼ 課題

国際的なデータ連携の枠組みにおいて、国・地域や業種間で異なる企業の属性情報（デジタルアイデンティティ）のフォーマットやプロトコルの互換性がないため、企業・組織間の安全かつシームレスな情報の連携や互換性が大きな障壁となっていた。

▼ 特徴と独自性

国や業界ごとに異なる認証基盤を活用し、データスペース要件に応じた企業向けデジタルID証明書を発行することで、単一の国・地域の認証基盤に閉じない相互運用を実現する。日本の認証基盤（GビズIDなど）による認証情報を、欧州のデータスペース（Catena-Xなど）で活用できる。

▼ 企業の利点

国際的なデータ連携の枠組みへの参加障壁をなくし、グローバルなデータとAIの連携を加速する。企業は既存の認証基盤を活かした形でグローバルなデータ連携に参加できる。

※3 2024年4月19日プレスリリース : <https://pr.fujitsu.com/jp/news/2024/04/19.html>

● データ保証レベル（Levels of Assurance for Data Trustworthiness） : データの「信頼性」を経営指標として可視化するフレームワーク

▼ 課題

AIが様々な情報源から取得し、加工するデータに対する品質、真正性、最新性といった信頼性を客観的に評価し、品質指標を示す仕組みが不十分。不確かなデータを使ったAIの意思決定は不適切なビジネス判断を招き、企業責任やコンプライアンス、ブランド価値を毀損するリスクを高める。

▼ 特徴と独自性

組織間で共有・利用されるデータについて、どの程度の信頼性が、どのような根拠に基づいて担保されているのかを、保証レベルとして段階的に可視化するフレームワーク。これにより、データの信頼性に関する明確な指標を提供する。AIエージェントが意思決定を支援する際、判断の根拠となるデータの信頼度を明示的に示し、説明責任を果たす上で不可欠な要素となる。厳格な監査ログを活用することでデータの改ざんを不可能にし、不正な利用を即座に検知する。

▼ 企業の利点

AIエージェント間の情報交換やAIモデルそのものの信頼性を確保できる。AIの意思決定の精度を飛躍的に高めるとともにデータ資産の価値を増大させる。倫理的かつ信頼性の高いAI利用を担保し、企業としての説明責任を果たす強固な基盤を構築することができる。

富士通が磨き続けてきたこれらの技術群は、単なるツールの集合体ではありません。サイロ化した知能を解き放ち、エコシステム全体で価値を創出するための揺るぎない基盤となります。これらの技術が有機的に連携することでAIスペースは真の価値を発揮し、ビジネスに画期的な優位性をもたらすでしょう。

Section 3 おわりに

技術革新が加速度的に速まり、不確実性がますます強まる中、AIスペースのビジネスへの実装は不可逆的な潮流だと考えています。現状維持に固執する企業は、あっという間に競争優位を失い、淘汰の波にさらされかねません。

企業や組織間のAIエージェント連携を一足飛びに実現するのは難しいでしょう。しかし、あらゆる企業でAIエージェントを活用した変革への期待は高まっているはずで、AIスペース変革を実践し、持続的な成長を手にするには、まず以下の2つの強固な基盤を確立することが重要になります。

● 明確なビジネスビジョンと戦略の策定

「なぜAIスペースが必要なのか」を経営層が明確に定義し、事業戦略と紐づけた具体的な目標設定とロードマップを描く。技術先行に陥らず、全社的なコミットメントのもとでAIスペースがもたらす真の価値と競争優位性を追求し続ける。

● 「信頼」を核としたデジタル基盤とガバナンスの確立

企業や組織の垣根を越えたセキュアなAI連携を可能にするため、堅牢な信頼の基盤を構築する。信頼はAIエージェント活用の大前提かつ、不可欠な土台だ。データプライバシーやセキュリティ、AI倫理に関するガバナンス体制を整え、安全かつ持続可能なエコシステム協創の土台を築く。

各企業の変革の実践こそ、大きな社会の変革につながる第一歩となります。富士通は単なる技術の提供者ではありません。AIスペースの壮大な構想（ブループリント）策定から、実際のシステム実装（リアリティ）まで、包括的に企業の変革と成長を支援する戦略的パートナーです。机上の空論ではない、地に足の着いたアプローチで企業のありたい未来へ共に歩み、共に道を拓きます。不確実時代を勝ち抜くための新たな勝者の常識のグランドデザインを今、共に描きましょう。

著者紹介



松塚 貴英 Takahide Matsutsuka

富士通株式会社
富士通研究所
シニアリサーチディレクター

富士通研究所においてデータスペース分野の先端技術開発をリードし、国際・業界横断型のデータおよびAI連携技術に取り組む。国内外の業界団体での活動および発信を通じ、高信頼な分散型AI技術の社会実装とエコシステム形成を推進。北陸先端科学技術大学院大学 客員教授。博士（工学）。



鈴木 大祐 Daisuke Suzuki

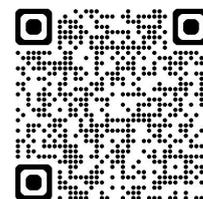
富士通株式会社
シニアディレクター グローバルマーケティング本部
コーポレートインサイト部 部長

日本経済新聞社、PwC Japanを経て2024年に富士通入社。日本経済新聞では記者、デスクとして約18年間、財務省、金融庁、経済産業省など中央省庁の政策取材のほか、エネルギーやスタートアップなどの業界を担当。PwC JapanではThought Leadershipの企画立案、編集、執筆をリード。

関連情報

データとAIで変革する経営の意思決定

データとAIの力で高度な意思決定であるDecision Intelligenceを実現し、ビジネスインパクトとソーシャルインパクトの両立によりお客様の企業価値向上を前進させます。



記載されている企業名・製品名などの固有名詞は、各社の商標または登録商標です。
本資料は発行日現在のものであり、富士通によって予告なく変更されることがあります。
本資料は情報提供のみを目的として提供されたものであり、富士通はその使用に関する責任を負いません。
本資料の一部または全部を許可なく複写、複製、転載することを禁じます。
富士通および富士通ロゴは、富士通株式会社の商標です。