【JNBセミナー〔Online〕】特別編 開催報告

≪デジタルトランスフォーメーションに向けた経済産業省の取組みについて≫

◆日　時　　令和4年4月19日（月）12:00～13:00

◆会　場　　オンライン（Zoomを使用）

◆参加者　　全国NBC会員/一般参加者

◆登壇者　　経済産業省 商務情報政策局
ソフトウェア・情報サービス戦略室長
渡辺琢也氏

◆モデレータ　JNB特別参与　北谷孝和

「DX」とは、デジタル技術やツールを導入すること自体ではなく、データやデジタル技術を使って、顧客目線で新たな価値を創出していくことであり、そのためにビジネスモデルや企業文化等の変革に取り組むことが重要で、このことを前提に、DXの進め方や、DXの推進の意義と中堅・中小企業等における可能性成功のポイントなど、事例を交えながら説明いただきました。
また、産業界で求められるスキル標準やそれに紐付く教育コンテンツの提示、地域の現場とのマッチング等を行う「デジタル人材育成プラットフォーム」（マナビDX）を構築し、全国で人材育成を行っていく取組みについて説明いただきました。

※NBC会員は会員サイトでアーカイブ視聴ができます。

※抜粋　そもそもDXとは何か

- デジタル技術やツールを導入すること自体ではなく、**データやデジタル技術を使って、顧客目線で新たな価値を創出していくこと**。また、そのために**ビジネスモデルや企業文化等の変革に取り組むこと**が重要。

DXの定義

DX：企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること

「DX推進ガイドライン」（2018年、経済産業省）

DXは、本来、データやデジタル技術を使って、顧客視点で新たな価値を創出していくことである、そのために、ビジネスモデルや企業文化などの変革が求められる。

「『DX推進指標』とそのガイダンス」（2019年、経済産業省）

×

よくある課題：

・どんな価値を創出するかではなく、「AIを使って何かできないか」といった発想に陥ってしまう
Ex.社長「AIやろう！」部長「なんかやるぞ！」現場「AIツールの見積もりください！」ベンダ「・・・」

・将来に対する危機感が共有されておらず、変革に対する関係者の理解が得られない
Ex.社長「レガシーシステム刷新だ！」部長「社長が言ってるだけですから（笑）」現場「このやり方でしかできませんよ」

・号令はかかるが、DXを実現するための経営としての仕組みの構築が伴っていない
Ex.社長「とりあえず明日からDXだ！」部長「うちの部門は関係ないから（笑）」現場「あー忙しい。」

○

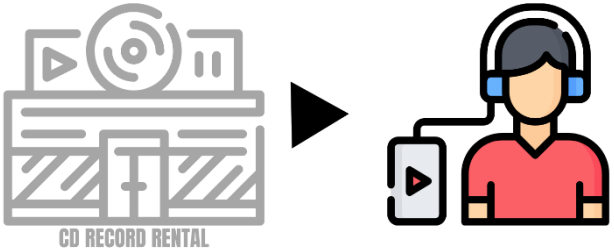
DX推進に求められるあり方：

経営者が自社の理念やパーパス（存在意義）を明確にする ▶ 実現したい未来＝**経営ビジョン**（5年後・10年後にどんな会社になっていたいか）をしっかりと描く ▶ 現在の状況と目指すべき状況の差を埋めるために解決すべき課題を整理する ▶ ビジネスモデルや組織・企業文化等の変革に戦略的に取り組んでいく

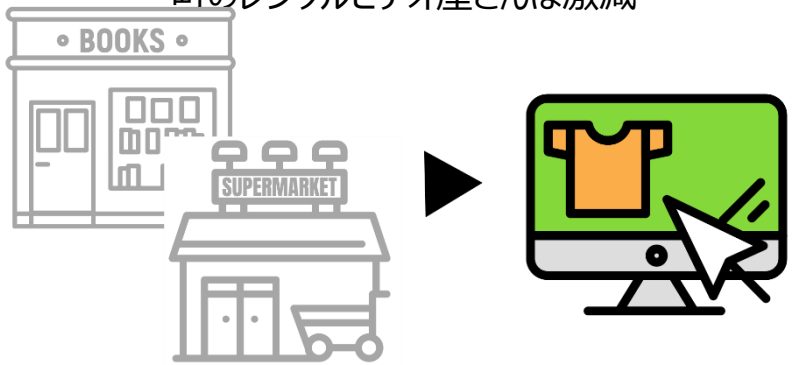
※抜粋　DX推進の意義と中堅・中小企業等における可能性

- 生活に身近なビジネスから地域の商いの場まで、デジタル技術を活用して新しいビジネスモデルを展開する新規参入者によりビジネス環境は大きく変化している（「ゲームチェンジ」）。
- これに対応しながらビジネスを継続・成長させるためには、中堅・中小企業等においてもDXが必須。
- 先行者の整備したプラットフォームの活用や、経営者の意思決定による素早い変革への着手等によって、中堅・中小企業等はDXに取り組んで行くチャンスがある。

＜デジタル技術による身近な影響の例＞



定額動画配信サービスの隆盛で
町のレンタルビデオ屋さんは激減



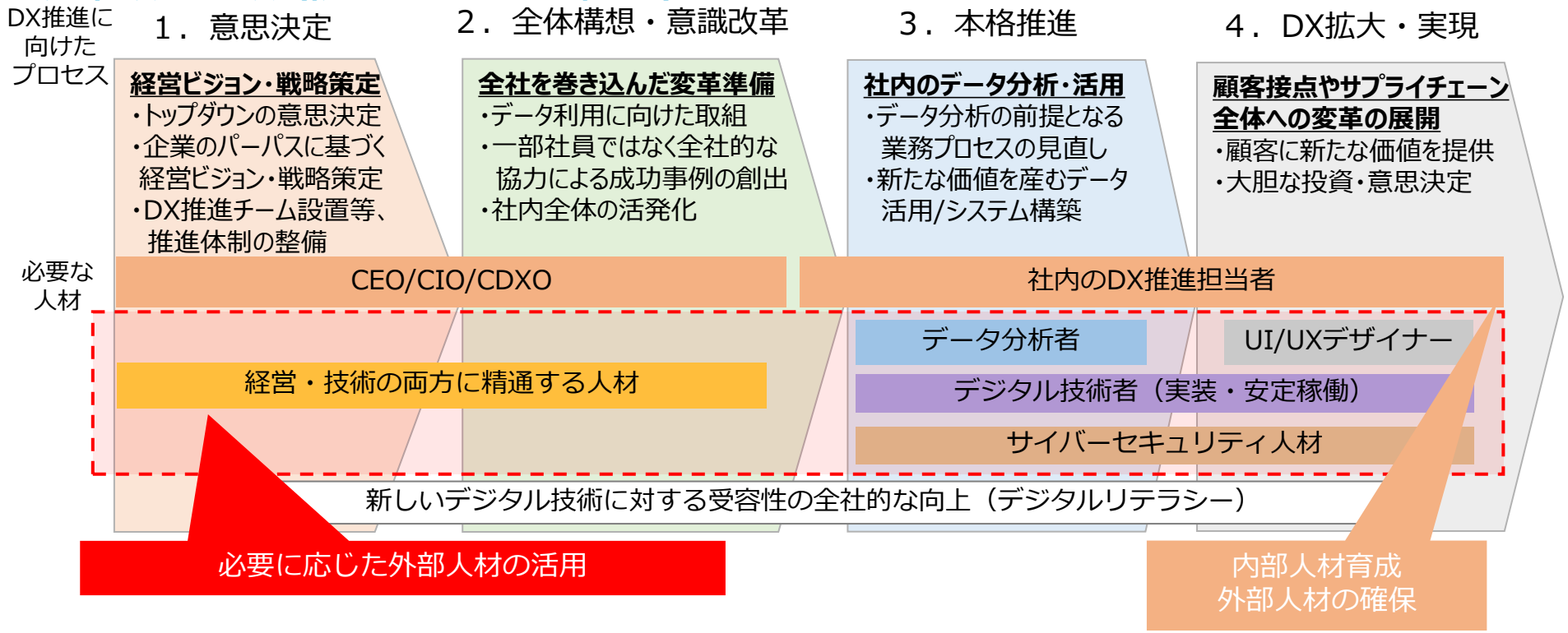
ECが当たり前になったことで、
町の商店、本屋さんは激減

中堅・中小企業等では、
経営者の意思決定と素早い変革への着手で
DXの取組を進めやすい可能性

※抜粋　DXの進め方

- DX実現に向けたプロセスは、 1. 意思決定 ▶ 2. 全体構想・意識改革 ▶ 3.本格推進 ▶ 4.DX拡大・実現と進められるものと考えられる。（「デジタル時代の人材政策に関する検討会」第2回実践的な学びの場ワーキンググループ（経済産業省））
- 中堅・中小企業等がDXを進めるには、外部人材の活用や、経営者・DX担当者が多くの役割を果たすと同時に、必要な人材の育成に取り組んでいくことが必要。
- とりわけ、**経営者がしっかりと自社の存在意義（パーパス）に基づき「5年後、10年後どうなりたいか」というビジョンを描いて関係者に示す**とともに、その実現に向けた課題を整理し、**中長期的な目線で実現に向けた戦略を組み立て**、**データやデジタル技術の活用に取り組んでいく**ことが必要。

DX実現に向けたプロセス（仮説：中堅・中小企業等版）



※抜粋　DXの成功ポイント

- 事例調査を通じて、これらの企業に共通する成功ポイントとして以下の5つを紹介している。

①**気づき・きっかけと経営者のリーダーシップ**
中堅・中小企業等のDXにおいては、経営者の意思決定とリーダーシップが大きな役割を果たす。
特に、DXの推進に取り組む「きっかけ」や、「気づき」を得る機会をいかにして得られるかが重要。

②**まずは身近なところから**
取りかかりやすい身近な業務のデジタル化や、既存データや身近なデータの収集・活用に着手し、
その推進を通じて成功体験を得るとともに、ノウハウの蓄積や人材確保・育成を進めて組織全体に拡大することが重要。

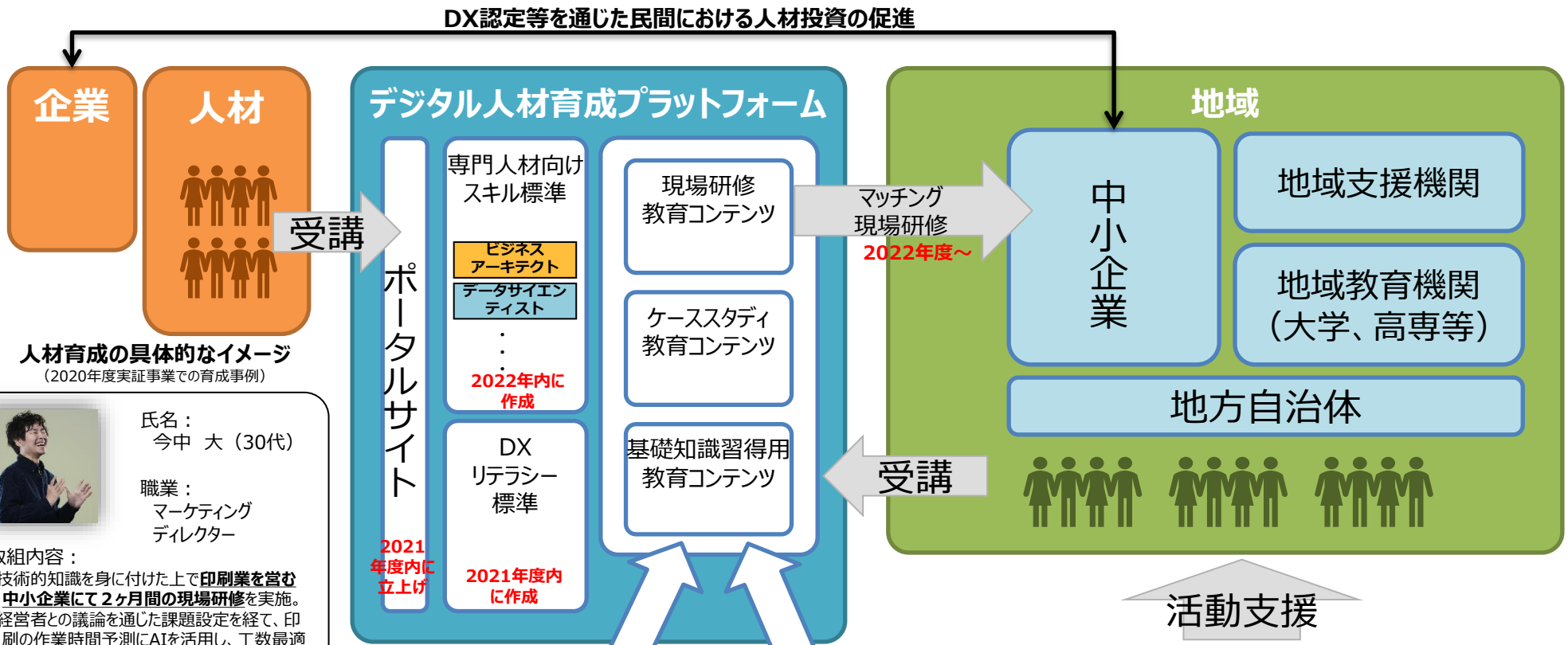
③**外部の視点・デジタル人材の確保**
日々発展するデジタル技術を経営の力にするためには、専門的な知見が必須となる。
取組を迅速に推進する観点からも、外部の人材の力をうまく活用しながら不足するスキルやノウハウを補うことも重要。

④**DXのプロセスを通じたビジネスモデルや組織文化の変革**
顧客に対して新たな価値を生むため、データやデジタル技術の活用を進める中で、
ビジネスモデルや組織の変革が進むとともに、組織文化自体が変革に強い形に変革を遂げていくことが重要。

⑤**中長期的な取組の推進**
クラウドサービスやAIツールの活用でたちどころにDXを実現した事例は見られなかった。
5年後・10年後のビジョンの実現に向けて、戦略的に投資を行いながら地道な試行錯誤に取り組む覚悟が重要。

※抜粋　デジタル人材育成に向けた取組

- 社会のデジタル化に向け、**ビジネスパーソン全体のスキルアップ**を図りつつ、特に**現場でデジタル技術を使いこなす人材育成**が重要。**基礎的・汎用的な知識の習得**に加え、現場での課題設定等、**実践的な取組が必要**。
- **産業界で求められるスキル標準**やそれに紐付く**教育コンテンツの提示**、**地域の現場とのマッチング**等を行う「**デジタル人材育成プラットフォーム**」（**マナビDX**）を構築し、全国大で人材育成を行っていく。



人材育成の具体的なイメージ
（2020年度実証事業での育成事例）

氏名：
今中　大（30代）

職業：
マーケティング
ディレクター

取組内容：
- 技術的知識を身に付けた上で**印刷業を営む中小企業にて２ヶ月間の現場研修**を実施。
- 経営者との議論を通じた課題設定を経て、印刷の作業時間予測にAIを活用し、工数最適化を提案。
- 現在、マーケティング業務において、AI活用を顧客に提案するなど活躍中。

公募（～３月１７日）
https://www.meti.go.jp/information/publicoffer/kobo/2022/k220203002.html