

自治体が事業者のDX推進を支援するために踏まえるべき 『企業におけるDX推進の本質・ポイント』

2024年7月24日

日本電気株式会社コンサルティングサービス事業部門長
信州大学特任教授
宇都宮市CDXO補佐官

井出 昌浩

井出 昌浩

IDE MASAHIRO

経歴

- 製造業(生産技術の研究開発職)、コンサルティングファームを経て、NEC参画
- 製造、流通・サービス、通信業、電力・鉄道、金融、行政など様々な業界のデジタル活用支援、
- デジタル人材育成に従事
- デジタル活用に関して、セミナーの講演、雑誌寄稿
- デジタル活用に関して、国際会議・海外大学での講演
- コンサルティングサービス事業部門のリードを担当

専門領域

- デジタルビジネス、ビジネスモデルイノベーション
- デジタル活用／データ活用
- デジタル人材育成／デジタル組織運営

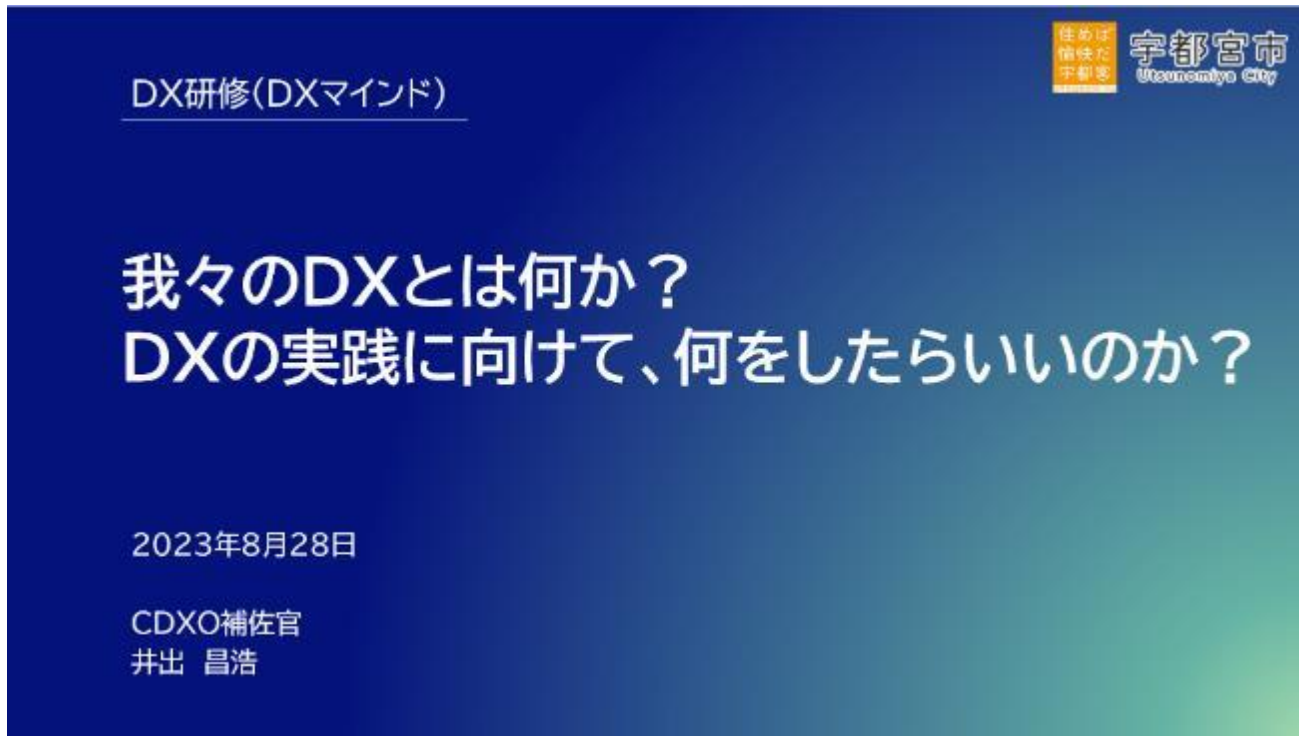
Profile

- 博士(数理情報学)
- 技術士(情報工学部門)
- 信州大学 特任教授(2022年～)
- 東京農工大 非常勤講師(2016年～)
- インドネシア BINUS大学 客員教授(2019～2021年)
- 宇都宮市CDXO補佐官(2023年～)
- 経済産業省 DX加速に向けた検討会 WG1委員
- 日本原子力研究開発機構DX統括推進委員
- 経済産業省関東経済産業局との連携(地域デジタル化、観光デジタル化など)



▶ 【取組例】 管理職をはじめとし ⇒ 全職員のDX意識を醸成

- ▶ 井出CDXO補佐官を講師として、全職員対象のDXマインド研修を実施（管理職は対面、その他職員は動画）
- ▶ 管理職に対しては、部下の業務に対する変革を受入れ、検討及び実行へと支援するよう意識醸成を図る。
- ▶ その他職員に対しては、デジタル技術を活用して、市民サービスの付加価値の向上を生み出そうとする組織・文化を創る意識の醸成を図る。



管理職対象DX研修（R5.8.28）

本日の アジェンダ

第1章 DXの最新動向 『DX経営の羅針盤2024』

第2章 DX推進・加速の本質とポイント

第3章 我々のチャレンジとは？

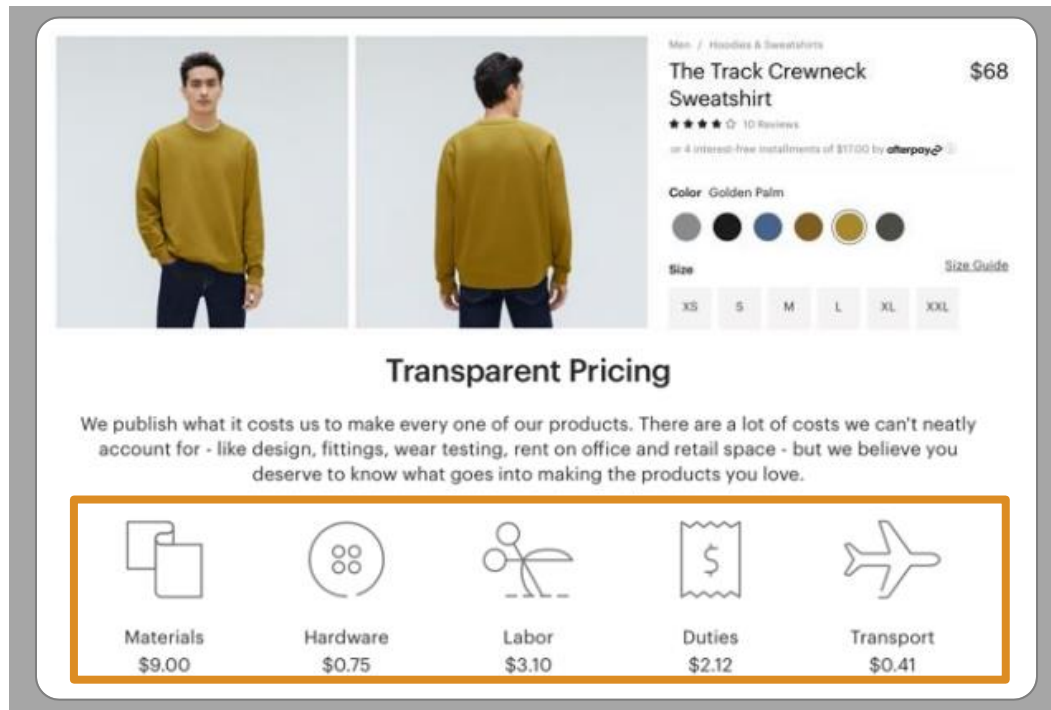
第1章

DXの最新動向 「DX経営の羅針盤2024」



原価も工場もすべて見せる「透明なブランディング戦略」：EVERLANE

エバーレーンでは、徹底的な透明性という理念の下、アパレル製品の製造や物流など、最終製品として販売されるまでのコストをウェブサイトで開示。不当な儲けは得ていないことを示し、工場に関する情報も公開することで社会問題に関心の高いミレニアル世代の支持を集めています。



原価金額を公開。商品ページごとに内容は異なる

徹底された透明性(企業理念)

Radical Transparency(究極の透明性)

- ① 販売している洋服の原価や製造工場を公開
- ② 材料費、縫製費、関税、輸送費の具体的な額を商品ページに掲載
- ③ トラディショナルリテール(従来の小売り)との価格も比較表示
- ④ 工場の場所や従業員の写真を公開
- ⑤ 工場の現時刻、天気、従業員数なども公開

アパレル業界のタブーであった原価開示で透明性を高め顧客との信頼関係を構築

デジタルとは？ デジタルシフトとは？

デジタルシフトとは、アナログ時代の時間・距離・量・方向の制約を解放することです。企業においてはデジタル化が進むグローバル社会においてあらゆる企業活動において本質的なデジタル対応をすることです。

アナログ		デジタル
時間の制約	▶	いつでも 瞬時に
距離の制約	▶	世界中 どこでも
量の制約	▶	無限 のコンテンツ
方向の制約 (一対多)	▶	双方向 コミュニケーション (多対多)



事例：日本経済新聞社日経電子版



ステップ①

紙面をウェブメディアに転換し、「紙面ビューアーアプリ」で届けることを実現

ステップ②

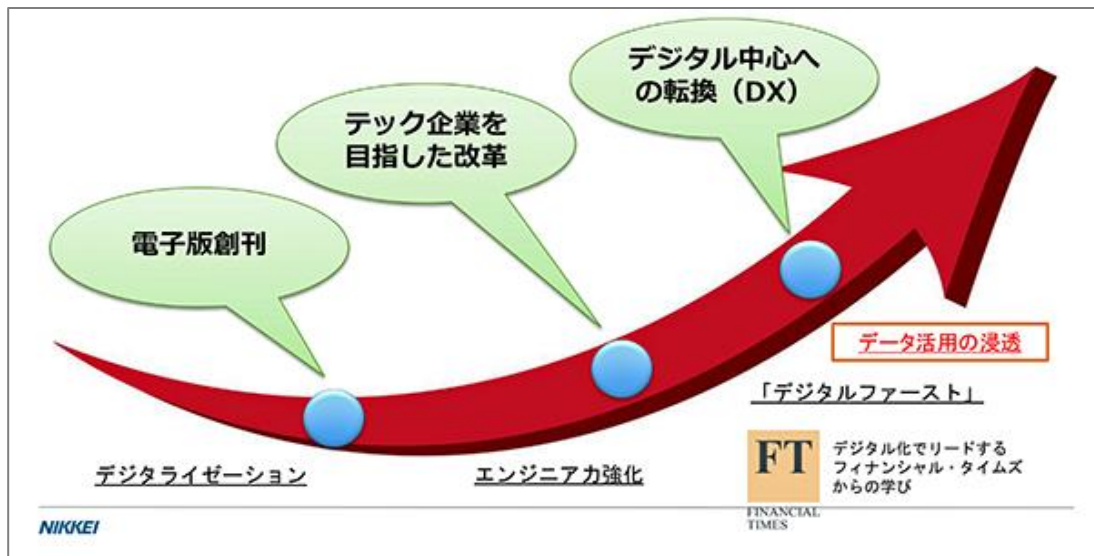
スマホ中心のデジタル環境を整備。

アプリの内製化に取り組み、速報だけでなく特ダネもデジタル優先で配信

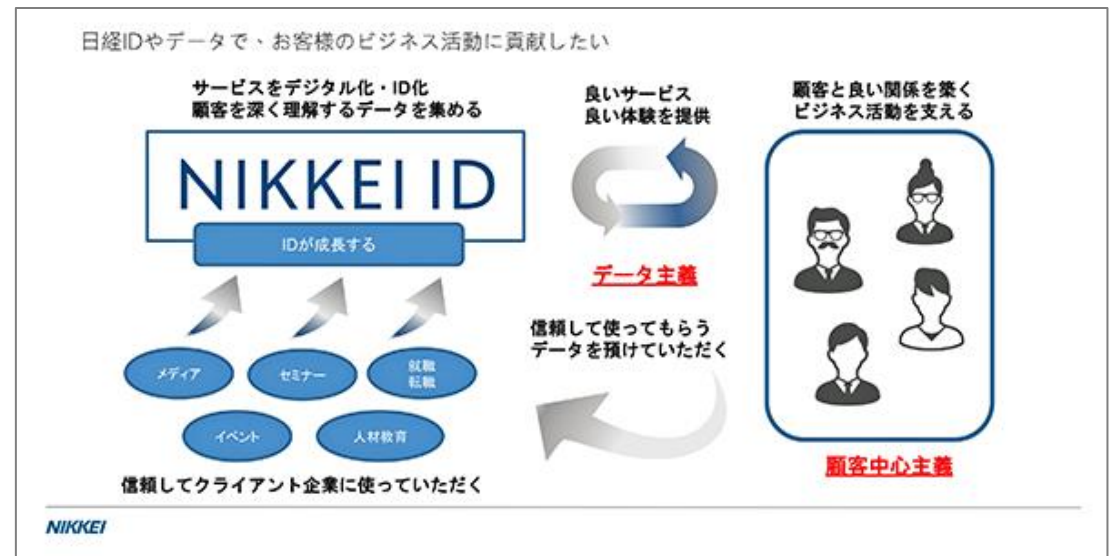


アプリを通じて購読率と継続率を高め、獲得した日経IDをベースに、様々なサービスを提供

日経電子版10年のステップ



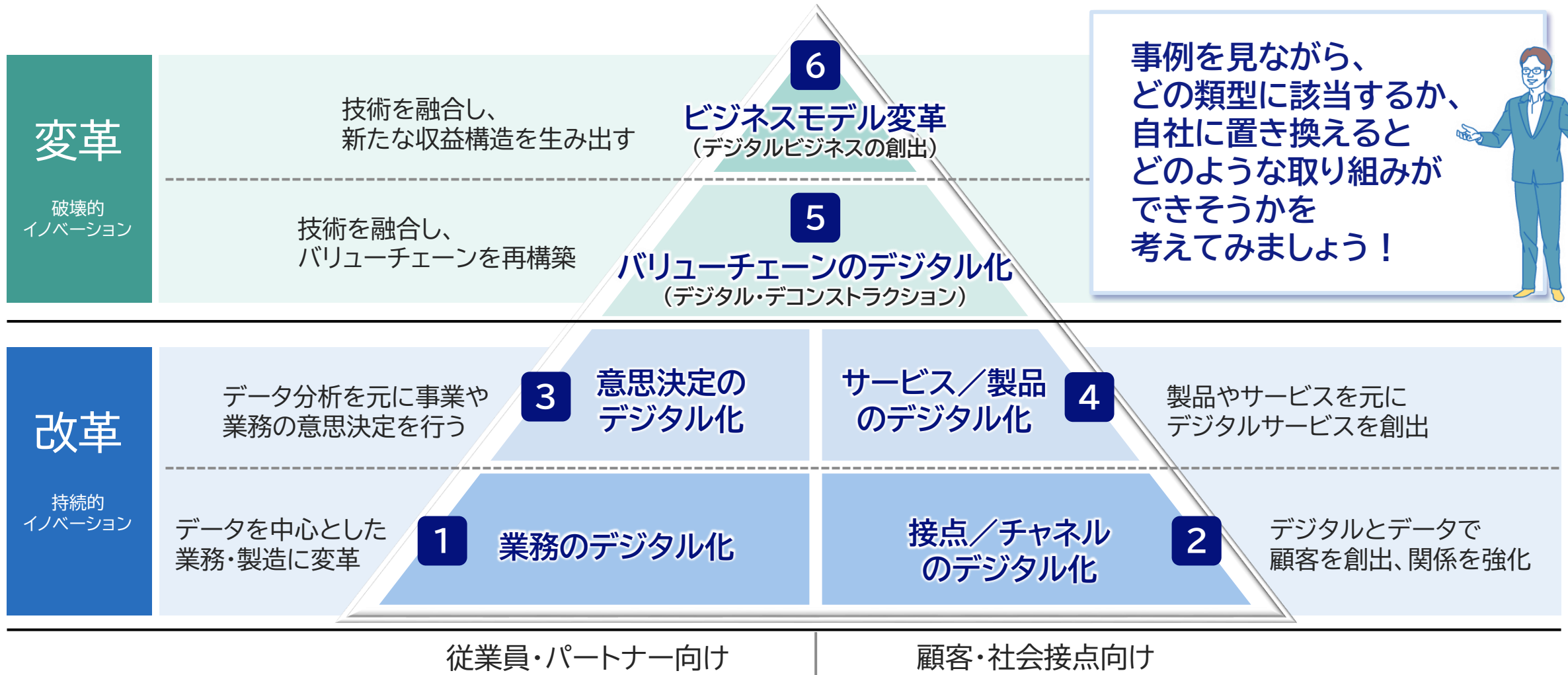
IDとデータを核にして、DXへ挑戦中！



出所： <https://webtan.impress.co.jp/e/2020/10/22/37714>

DXの実現類型(経営アジェンダのもと)

DXには、大きく6つの実現類型があります。
まず、自社のDX対象を類型から定義することが重要です。





2024年 DXの取り組みが大きく進展！ 「NEC DX経営の羅針盤2024」

～CxOから学ぶベストプラクティス～



DXを成功に一歩でも近づけるため、
課題や取り組みを分析。
さらなる加速に向けた提言を
目的とした調査を実施



定量アンケート調査 (N=201)

新たに、生成AIの活用率や活用領域などの調査を追加！



定性インタビュー調査 (N=87)

企業に加えて地方自治体のDXリーダーにも対象を拡大

The cover of the report features the title "NEC DX経営の羅針盤2024" and the subtitle "The Compass of DX Management 2024". It also includes the tagline "Orchestrating a brighter world" and "NEC".

Preview of report content:

- 89.1%の企業がDX人材の育成を検討もしくは実施中**
- 生成AIの活用率は51.2%と過半数を突破**
- 77.6%** (人材不足)
- 69.2%**
- 37.3%**
- 46.3%**

ダウンロードは
こちら



NEC DX経営の羅針盤2024

02	はじめに(本調査の目的)
04	調査ハイライト
06	調査概要
	調査結果
13	1. DX の取り組み状況と目指す姿
30	2. DX の課題と対応策
42	3. 人材育成と外部リソースの活用
60	4. 生成AI の活用状況と課題
56	特別対談
	AI 時代に価値創造で輝く日本企業の 「シン・DX 進化論」
	慶應義塾大学商学部 准教授
	岩尾 俊兵 氏 × NEC 井出 昌浩
	SHUMPEI IWAO MASASHIRO IDE

70	提言
	DX 経営を加速させるための提言
91	監修者による総括と展望
	DX の真の飛躍に向けて
	早稲田大学 研究推進部 副部長 鷺崎 弘宜 HIRONORI WASHIZAKI
92	編集後記

監修者による総括と展望 DXの真の飛躍に向けて

① ゴール指向での データ活用の推進

本年の調査結果では、日本企業・組織のDXが進み企業の取り組みが深化したことが伺えたことは喜ばしい結果です。今までDXレポートで提言した「健全な危機感をもつ」「組織内の継続的な対話」をはじめとする取り組みが参考になったのではないかと考えております。

特に、本年度は、意思決定のデジタル化（データドリブン経営）やバリューチェーンのデジタル化の着手率は目覚ましいものがありました。企業・組織の方々がデジタル化の取り組みを土台として、トランスフォーメーションへ舵をきったのでしょう。

ここから更にトランスフォーメーションにより、真の価値創出の領域で日本企業が突き抜けるためにはどのような観点が必要でしょうか。

私からは二点お伝えしたいと思います。

② 顧客や社会視点で のDXへ転換

一つ目はすでにある「現在のデータ」から、できることを検討するのではなく、ゴール指向で目指すゴールを考えて定め、逆引きして「目的のためのデータ」を取得し活用することです。ポトムアップの改善も大切ではありますが、これからはあるべきビジョンを定め、ロードマップを引き、向かっていくことが重要になるでしょう。

二つ目は顧客視点・社会視点です。自社のためのDXではなく、顧客へ価値を届けるためのDXに転換する必要があります。顧客視点を持つためには、DXの目的・目標を「自社の課題解決」ではなく「社会の課題解決」をするためにどうするかまで視点を引き上げることが重要です。そうすれば、おのずと業界を超えた連携を行うなど広い視野を持てるようになるはずです。

そしてこれらをドライブするDX人材育成にもデジタル技術だけでなく要素が必要となっ

③ DX人材の育成と 文化創造

できます。一例として「自社が未だ気づいていない、未知の課題を発見することができる」「問いを自ら立てることができる」「バックキャストで実行プランを立てることができる」という力を醸成するといったことです。これらは一朝一夕には成し遂げられませんが、失敗を恐れず挑戦を称え合う文化を創っていくこと、積極的に外の世界と繋がり他業界含め連携できるオープンな空気感を醸成することが前進の要となります。



早稲田大学教授 鷺崎 弘宜 氏

そのために、我々アカデミアも連携・共創して、皆さんの取り組みを後押ししたいと考え、様々な取り組みをしています。ぜひご活用ください。

最後に、日本企業・組織にはそれぞれ誇るべき強みがあります。それらを自ら把握し伸ばしながら、自信をもって良い意味で変えるべきことは変えていく。明るい未来を創り出すために、共にトランスフォーメーションを進めてまいりましょう。

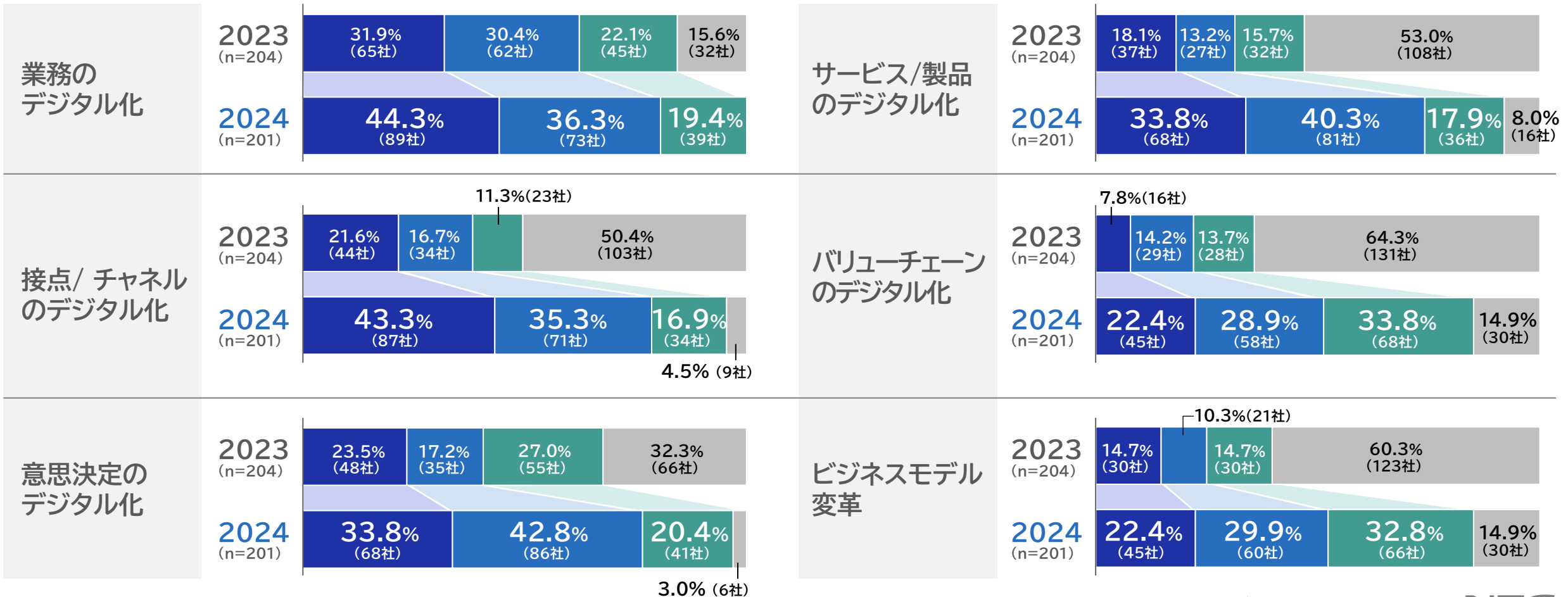
鷺崎 弘宜 HIRONORI WASHIZAKI

早稲田大学 研究推進部 副部長・グローバルソフトウェアエンジニアリング研究所 所長・教授。DX時代のオープンイノベーションに役立つデザイン思考やビジネス・価値デザインの研究から、ソフトウェア製品・サービスの開発・保守の方法論までを系統立てた枠組み「SE4BS」の構築まで、DX分野に幅広く携わる。IEEE Computer Society 2025 President、情報処理学会ソフトウェア工学研究会 主査、日本科学技術連盟ソフトウェア品質管理研究会 委員長ほか各種活動をリード。

DXの着手率は、23年調査と比較して大幅に上昇。 平均・先駆も増加し、進捗の実感値も上昇

Q) DXの項目について、進捗度合いをそれぞれお選びください。(単一選択)

DXの進捗度合い ■ 先駆 ■ 平均 ■ 途上 ■ 未着手



直近更に進む生産プロセス／受発注のデジタル化

- 生産プロセス「設計」「調達」「製造」「販売」を、デジタルを駆使しながらデジタル化し、自動化が進み、顧客のニーズとスピードを担保しながら、人手不足などの課題も解決する取組みが、様々なプロセスで進みます。
- 連続的なプロセスでのデジタル化の可能性を探るべきと考えます。

ミスミの製造部品「アマゾン化」

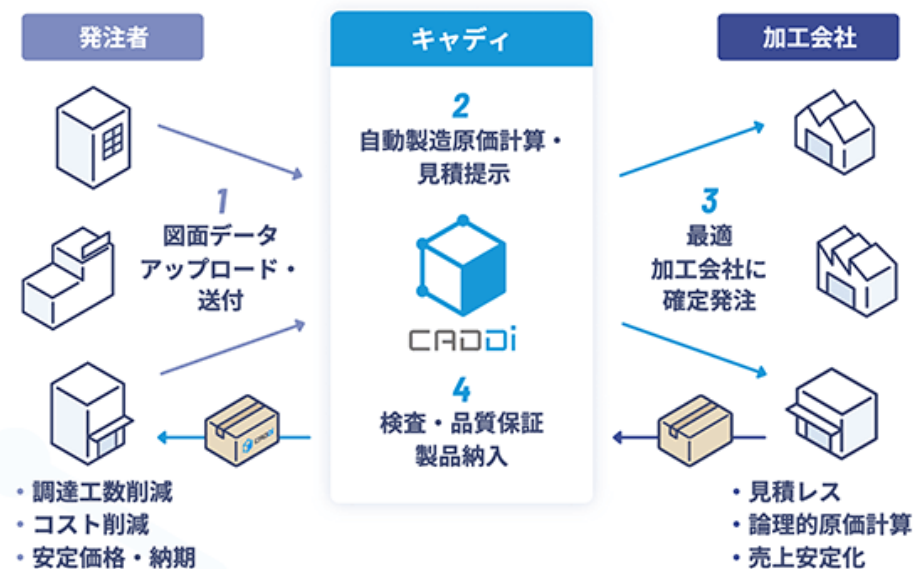
ミスミが仕掛ける製造業DX  meviy (メヴィー)

設計データをアップロード、即時見積もり、最短1日出荷



800垓種類の半製品からAIによるプログラミングで最短即日出荷、約32万社と取引(「調達」のデジタル化)

キャディの受発注プラットフォーム



下請けピラミッド構造を打破し、フラットな取引により取引コストを大幅に削減

DXで“不”を解決(“不”とは?)

“不” = お客様や企業、産業、社会等の、不満、不便、不安、不都合など、ネガティブな概念の総称
重要な“不”の解消に、ビジネスチャンスがある



例) コマツ
スマートコンストラクション

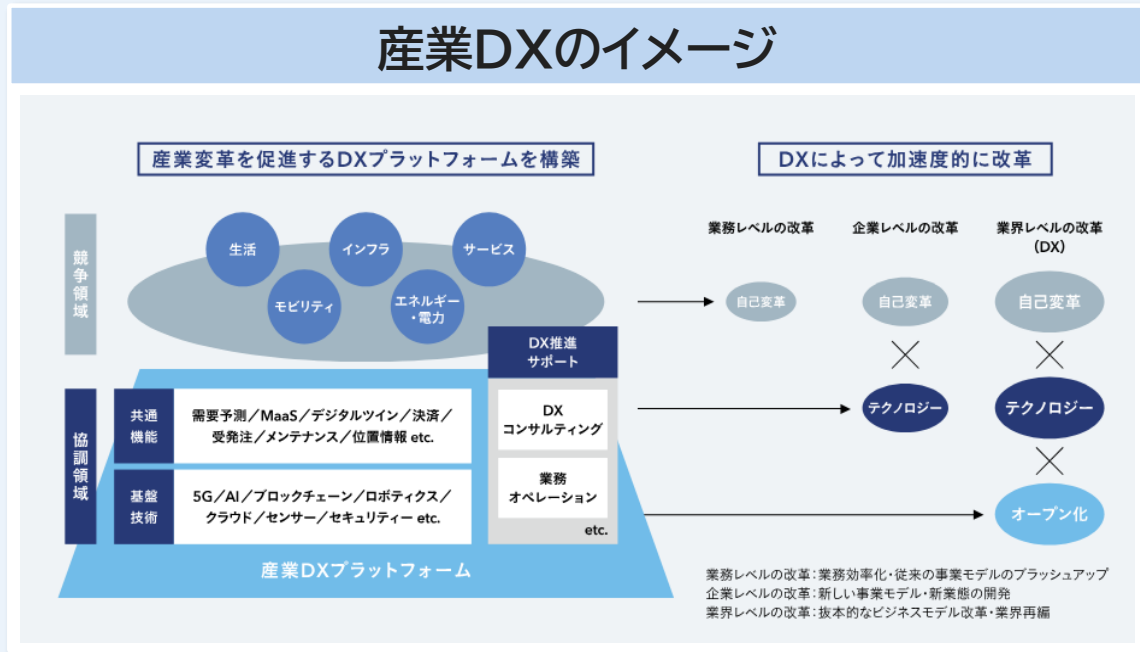


建設現場の不(事故、工期の遅れ・長期化等)の解消を狙っている

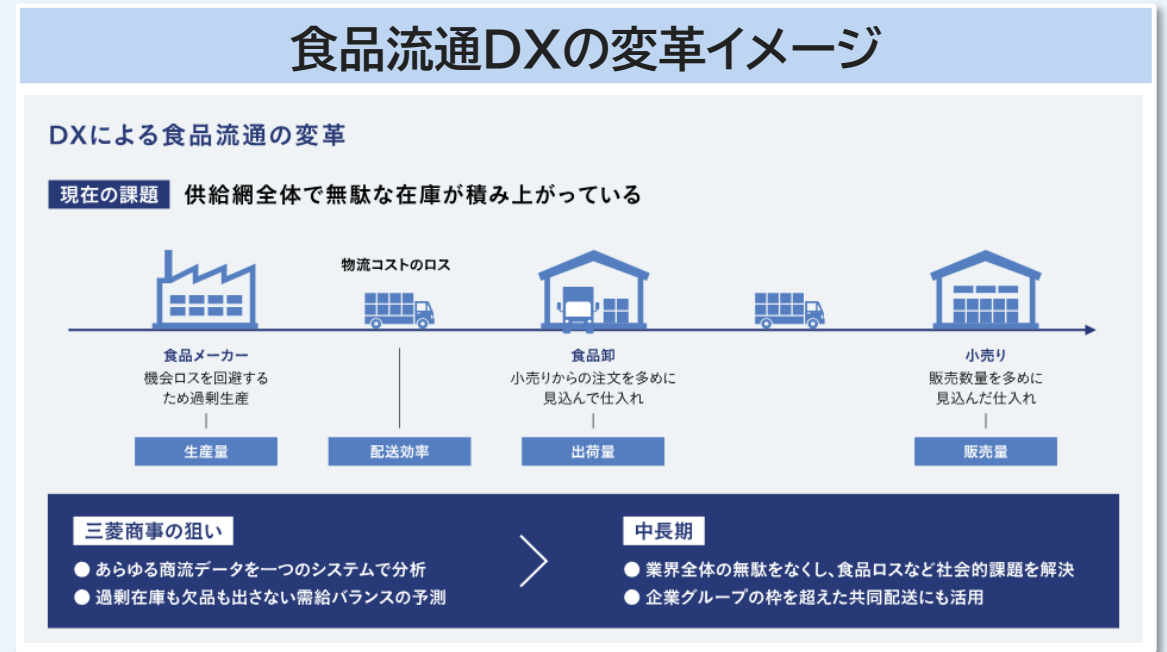
出所: https://note.com/gussan_t/n/neb7e49656085

2030年には進む産業DX(自産業DX)への対応

- 社会課題を解決しつつ、企業の効率化・高度化には、川上から川下の企業が協調して取り組むことが求められます。日本でも、食品流通分野で産業DXの取り組みが進められています。
- 今後は、産業DXをデザインして仕掛けて、企業やグループを超えた取り組みが必要となります。



オープンな連携の枠組みをつくり上げることで、産業構造の変革を加速し発展につなげるとともに、社会課題の解決を図る



生活者に最も近い小売りのPOSデータ等を食品卸とメーカーが活用することで、精巧な需要予測につながり、食品ロス削減や食品配送の効率化を実現することが期待

出所: <https://www.mitsubishicorp.com/jp/ja/ir/library/ar/online2021/dx.html>

従業員に一番響く「カイゼン」で、社内意識を統一。 デジタル化による変革を推進

製造業/CDO

デジタル化で変革するということは何なのか？ お題目は多様にありますが、弊グループはカイゼン文化。「カイゼン」が従業員に一番響くのであれば、デジタル化による「カイゼン」で発信していくのがよいと考えています。ただ、「カイゼン」で使う技術や、進め方のアプローチは変わります。これまではデジタルを使った「カイゼン」は情報部門がやってきましたが、これからは従業員全員が自分の仕事と考えて、どうカイゼンするのかというところから発想していくことが必要です。今は限られた部門における取り組みに留まっていますが、成果を見える化して共有することで社内に広げていくことを目指しています。

X by D(「見える化」「分かる化」「変わる化」)

AGCでは「X by D」と称して、デジタル技術を活用した業務効率化に取り組むとともに、自らの変革による新しい価値創造を目指している。

効率化の取り組み事例として、がある。

「見える化」「分かる化」「変わる化」の3フェーズを見据えて進めている。

例えば、見える化では、プラント運転データを一元的に監視・共有できる仕組みを導入して業務効率や生産性を向上させた。

既に、1日当たり11時間以上の作業時間削減や年間1億円以上のコスト改善といった成果を上げている。

収集した工場のデータを基に課題抽出や解析を行い、改善事項を明確化するのが分かる化。

そのために現場スタッフが容易に扱えるローコードツールを展開している。

「現場担当者が、自ら解析し、オペレーションを改善すれば効率や生産性が上り、品質も高まる。それが競争力強化につながる」。



池谷 卓氏
AGC株式会社
DX推進部長(取材当時)

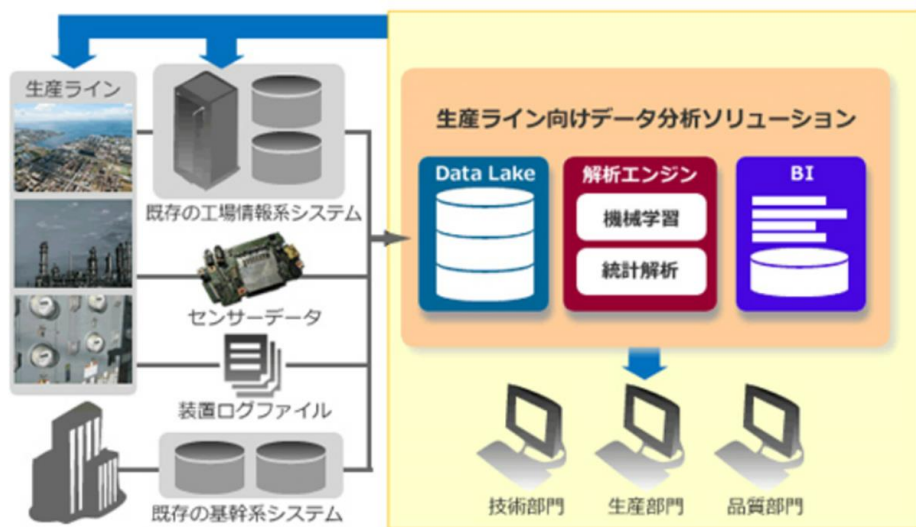
出所:日経ものづくり 2022年3月号 pp.73-82 特集3

UBE スマートファクトリー化に向けた取り組み

実際に作ってみることを重視し、一つ一つの技術を「手の内化」しながら、生産設備ビッグデータの異常予兆検知への活用、エッジデバイスの開発・利用によるデータ収集を実施しています。

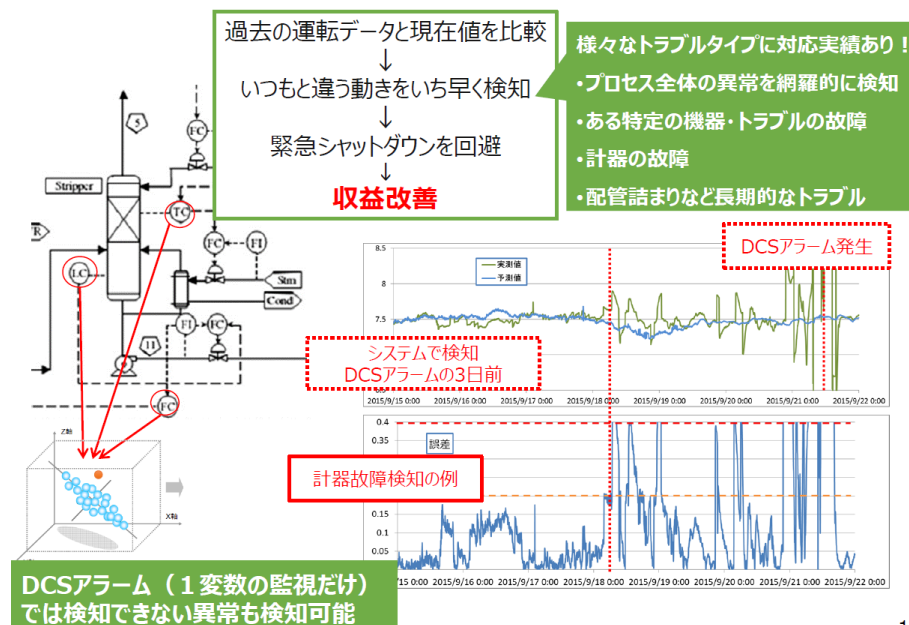
データ活用による生産管理

1,000におよぶ各センサーから出力される圧力、温度や製品検査などのデータを全社共有してリアルタイムで可視化しています。製造機器の異常や不良品発生を検知を行い、生産品質や歩留まりを改善しています。



リアルタイムの異常検知

社員がプログラミングを山口大学から学び、Raspberry PiとPythonを利用したデータ収集デバイスを構築して、リアルタイム異常検知・制御を実現しています。



出所: <https://news.mynavi.jp/article/20160315-a482/>
<https://industrial-big-data.io/wp-content/uploads/2020/10/af1de2c284a59b79202fae9d8f450730.pdf>

AI時代に価値創造で輝く日本企業の 「シン・DX進化論」

慶應義塾大学
商学部 准教授

SHUMPEI IWAO

岩尾 俊兵 氏



NEC

MASAHIRO IDE

井出 昌浩



【日本企業の真価と進化】

日本企業の根底にはトランスフォーメーションのポテンシャルがある

日本企業はイノベーション力を持っている

日本企業はイノベーションがないと言われますが、ニコニコ動画やmixiなど、早い段階で画期的なサービスを創出していました。

アメリカ企業との違いはスケールアップの方法にあります。トランスフォーメーションの兆しは随所に見られています。

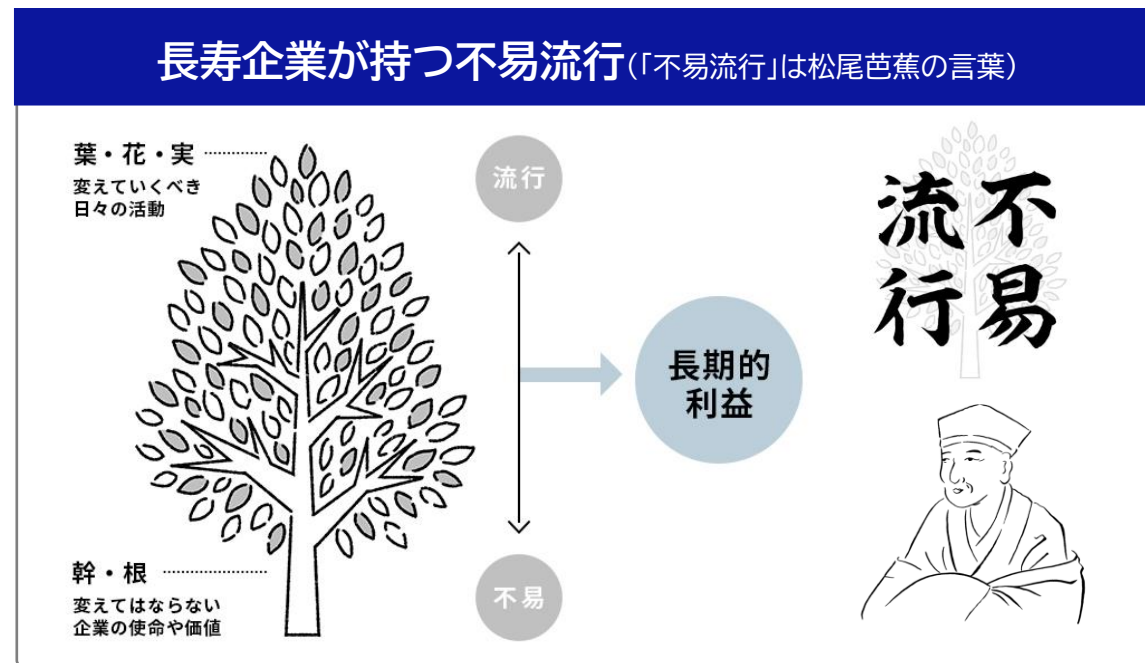
日本企業に求められるDXの全体最適化

日本企業は現場主義が根強く、それが改革の阻害要因になることがあります。全体最適を考え、外部のシステムも積極的に取り入れることで、DXを成功に導くことが可能です。それにより、経営の効率化と成長が期待できます。

時代と共に企業寿命の短命化が進んでいますが、日本には、長く生き残っている企業が、数多くあります。匠の精神をはじめとした様々な要因が、常にイノベーションを生み出して、環境変化に対し適合するように変容(トランスフォーメーション)してきたからではないでしょうか。

創業100年以上の企業数と比率			
		企業数	比率
1位	日本	33076	41.3%
2位	米国	19497	24.4%
3位	スウェーデン	13997	17.5%
4位	ドイツ	4947	6.2%
5位	英国	1861	2.3%
6位	イタリア	935	1.2%
7位	オーストリア	630	0.8%
8位	カナダ	519	0.6%
9位	オランダ	448	0.6%
10位	フィンランド	428	0.5%

創業200年以上の企業数と比率			
		企業数	比率
1位	日本	1340	65.0%
2位	米国	239	11.6%
3位	ドイツ	201	9.8%
4位	英国	83	4.0%
5位	ロシア	41	2.0%
6位	オーストリア	31	1.5%
7位	オランダ	19	0.9%
8位	ポーランド	17	0.8%
9位	イタリア	16	0.8%
10位	スウェーデン	11	0.5%



日本は長寿企業大国と言われているほど、創業100年超えの企業が世界に比べて圧倒的に多い国です。
不易流行(ふえきりゅうこう)の企業が多いと言われています。

※企業特定の条件は以下の通り。企業活動ステータスは活動中。法人形態＝事業所、公的機関、外国企業、宗教法人、小中高校を除く。所在地、売上高(年商100万円以上)情報が収録されている企業 ※記載する創業年数は、企業および団体の設立年から業歴を算出
※公表除外国(データ信ぴょう性が疑われる国)＝デンマーク、ケニア、コロンビア、南アフリカ、北マケドニア ※帝国データバンク、ビューロー・ヴァン・ダイク社のorbisの企業情報(2019年10月調査)を基に作成 出所: <https://consult.nikkeibp.co.jp/shunenjigyo-labo/survey.data/I1-03/>

トランスフォーメーションを実行でき、成長できた企業の6つの共通点

1

不易と流行を合わせ持っている
「不易」=変わらない使命や価値、志、コーポレートアイデンティティ
「流行」=変えていく日々の活動

2

独自の使命・ビジョンが明確に言語化され、浸透している

3

業界の常識にとらわれない発想を持つ。
お客様が本当に求めているものは何か、どんなものやサービスがあったら嬉しいか、
といった本質的な視点を持つこと。
「普通はこうだから」と業界の常識にとらわれずに挑戦して、実行している

4

世の中・地域への貢献の「三方良し」を実践している

5

リスクに備えている。強みを活かしながら、将来を見据えて挑戦している

6

現状にあぐらをかかず、成長意欲が高く、しなやかさをもって、学び続けている

第2章

DX推進・加速の 本質とポイント

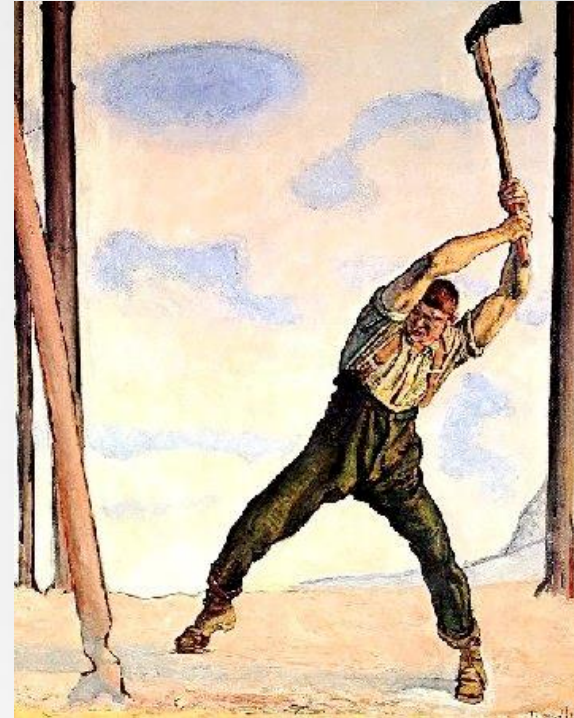


DX加速のために、
何が必要でしょうか？
(思考様式？ 行動様式？)



「木こりのジレンマ」に陥ってはいないだろうか

木こりが木を切っていた。
通りがかった旅人がその様子を眺めていると、
斧を振るう勢いの割に、木が切れていないようだった。
よく見ると木こりの使っている斧が刃こぼれしている。
そこで、旅人は言った。
「斧を研いだほうがいいのではないですか？」
すると、木こりはこう答えた。
**「そんなことは分かっていますが、
木を切るのに忙しくて
斧を研ぐ時間がないんですよ。」**



**「DXはわかっていますが、業務が忙しくて
DXを考える時間がないんですよ」**

DXの実践ステップ

価値創造の
源泉の
変化に気づく

現状に
(健全な)
危機感を持つ

行動に移す

対話の
重要性を
認識する

+

外とも
積極的に
連携する

価値を生む源泉がデジタル空間に変わったことを認識する

デジタルディスrupterに価値を横取りされる可能性もある

不確実な状況で事業を継続するには、DXが欠かせないと認識する

“慣習やルールを打ち破って現状を変化させるチャンス”と捉える

ゴールを決め、何を変革し、何を維持するかを明確にして、ロードマップを描く

レガシー化させないためにアジャイルマインドで常に変革する

DXは、まずリーダーがビジョン・方向性を示し、継続的に示し続ける

一部門・個人に任せるのではなく、全部門・全員で取り組むべく、対話に力を入れる

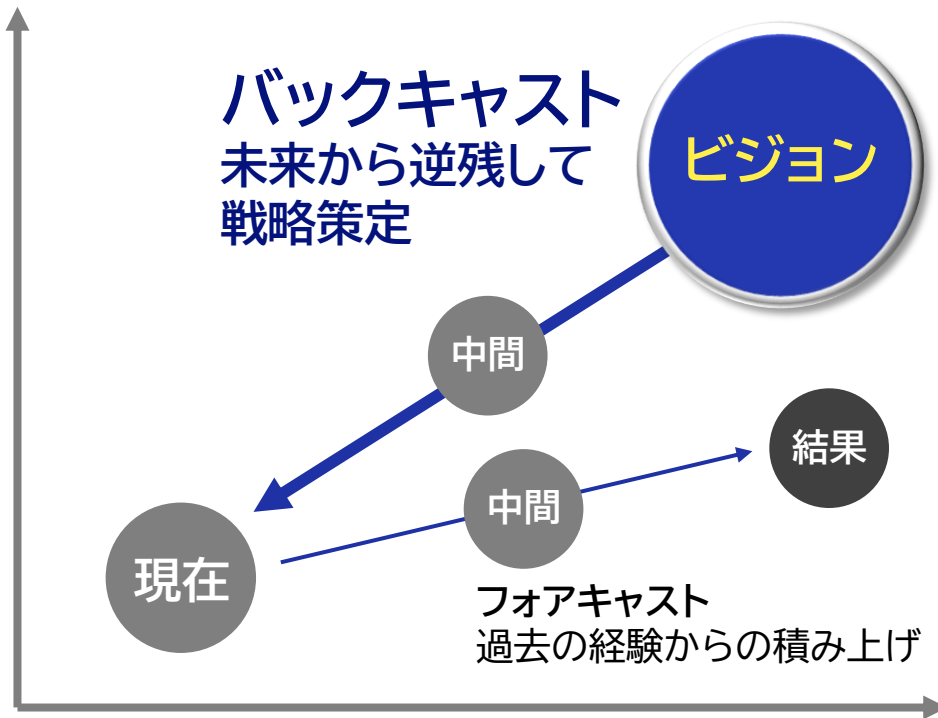
DXでは外と組んで実行することも時には近道となる

社外(国内、国内)に目を向けて、時にはでていき、必要な情報やスキルを補完する

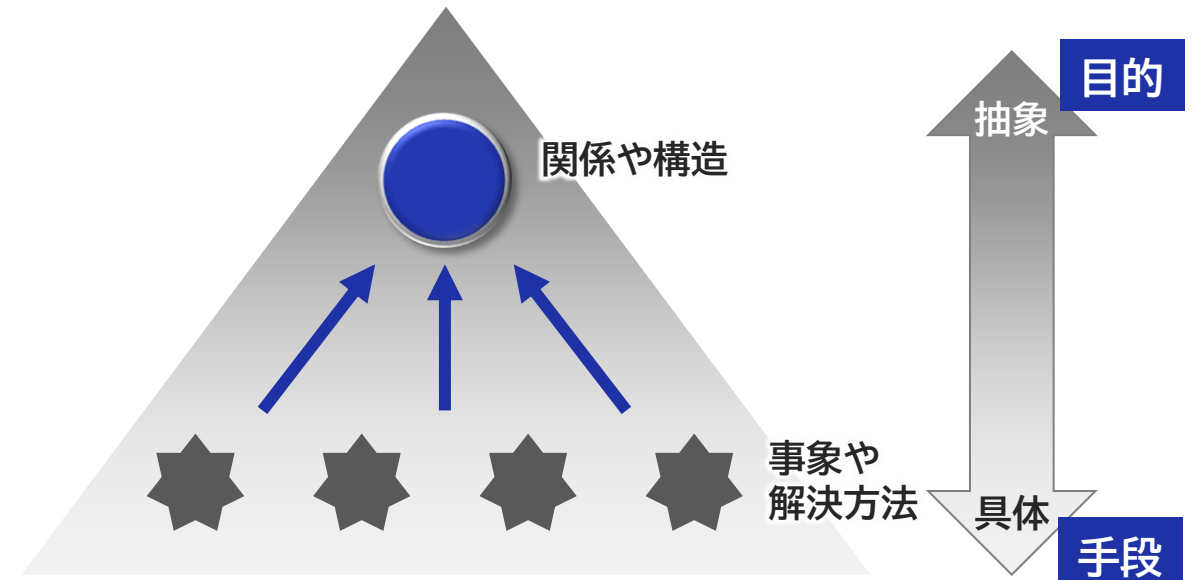
DXの本質を捉え、目的志向で考え、実行する

視点を「本来の目的」に定め
バックキャストで戦略を策定する

起きている事象を抽象化をし
目的・関係性からなすべきことを見いだす



抽象化とは



参考:『具体と抽象世界が変わって見える知性の仕組み』細谷功(2014)

人とデジタルを融合し、それぞれの良さを ハイブリッドに活かすことで、 社会に貢献する会社を目指したい

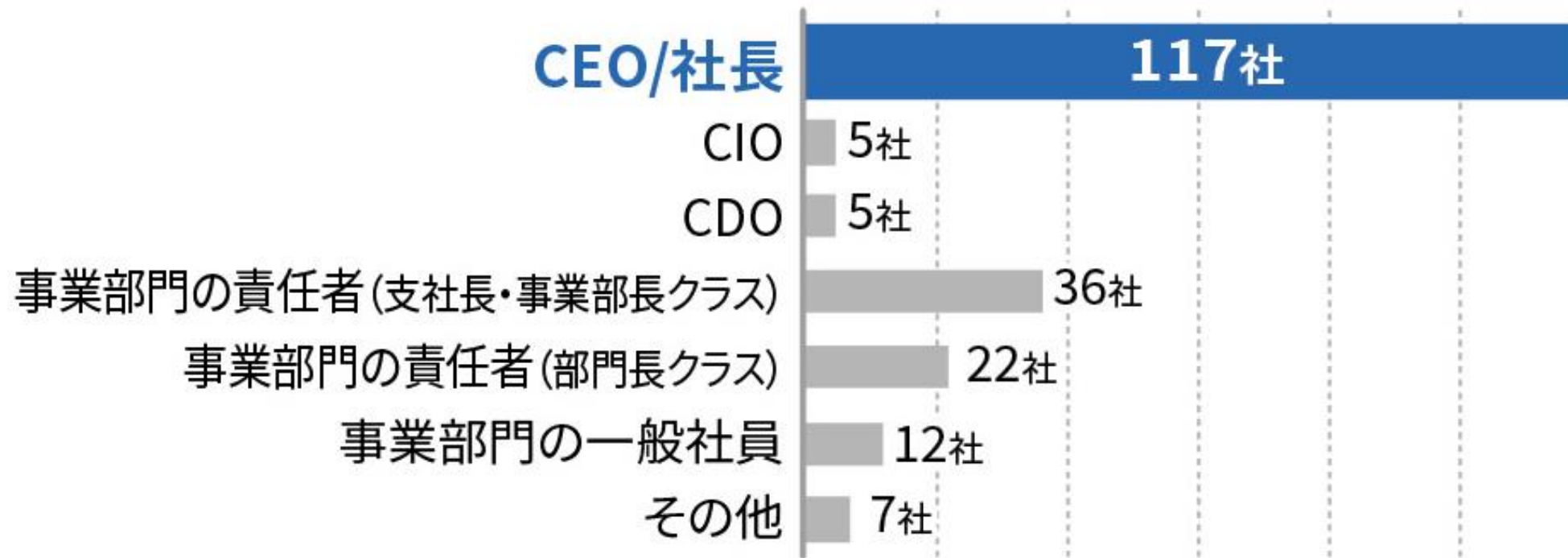
サービス業/デジタルCX統括本部長

お客様企業の業務を効率化してパフォーマンスを上げることで、お客様企業とその先の消費者に価値を提供していく結節点になるのが我々の主な業務です。

ビジョンやロードマップの策定にあたって一番こだわったのは、「イノベーションを起こすことによって、人が要らなくなるという世界は作らない」ということです。技術進歩に伴ってイノベーションが起きる先で、全てがデジタルに置き換わる世の中を我々は志向していません。役割の配分は多少変わるかもしれませんが、人とデジタルを融合して、それぞれの良さをうまくハイブリッドで動かしていけるような事業にしていくことで、社会に貢献する会社にしたいと考えています。

DX推進には「CEO・社長」の覚悟が重要

Q. 企業のDX推進は、ずばり社内の誰が覚悟をしたらより進むと思いますか？



DXのスコープと深さの規定に影響を与え、組織を超えた変革には、
CEO・社長の覚悟が必須、つまり対話・巻き込みが必須

皆さんの変革(X)に対する 思いと覚悟で、DXを加速

トランスフォーメーションの範囲と深さのレベルを規定・推進できるのは、皆さん。
経営層のトップの熱い思いと覚悟が、日本の誇れる現場力を引き出します。



健全な危機感こそ、Xの原動力

自問自答しながら ありたい姿、そのための健全な課題を特定して共有することは、
DX推進の加速につながります。

ビジョンは、自分たちの言葉で発信することを ゴールに、経営層で10回以上、徹底的に議論

電力・エネルギー業/情報技術部担当

ビジョン策定の前段階であるDX推進の議論にあたっては、**経営層と10回以上、徹底的に議論**を重ねました。デジタル技術や他社の成功事例についてはインプットしつつも、**自分たちの言葉で発信できる文章にすることをゴールにしました。**

また、ビジョンの発信は、人が代わっても、社長が覚悟を持って続けることが何よりも大事です。そのことを担保する仕掛けを考えていくのも、我々の部署の仕事であると捉えています。

DXに必要な3つの力？



DXには、3つの力が必要です。
どのような力が必要でしょうか？



DXに必要な3つの力？

DXには、両端の「課題を見つける力」と「使ってもらうように現場を巻き込み、定着する力」が欠かせません。

(そもそも変革・改革の
ゴールにつながる)

**課題を
見つける力**



(デジタル・データを活用
して解くべき課題かの)

**課題の解き方を
見極める力**

(デジタル・データを活用
して課題を)

課題を解く力



(デジタル実装、
データ分析結果を)

**使ってもらうよ
うに現場を巻き
込み、定着する力**

業務の目的を見つめ直すことで、 お客様企業に提案すべきことが見えてきます

サービス業/デジタルCX統括本部長

我々はよりよいCXを創造する企業になりたいと考えていますので、マネージャーやスーパーバイザーとのディスカッションでは、「我々が考えるCXとは何か」「なぜCXを向上させなければならないのか」という問いを作って、1回6人ぐらいの少人数で、対面で一緒に考える機会を設けています。これを考えないと業務は広がらないし変えることもできません。消費者側に立って考えることで、お客様企業に提案すべき内容が見えてきます。また、そういう形で会話をすると理解度が各段に上がります。さらに、部下にも同じことを伝えてくれるので、浸透が加速します。

DXに求められる5つの行動

ビジョンを示し、組織に展開して、自ら率先して行動していくことが求められます。

— 1 —

思いを込めた宣言と行動をする

— 2 —

他者の視点
(社外・他部門
の取り組み・
視点)を受け
入れる

— 3 —

変革のメリ
ハリをつける

— 4 —

変革の後ろ
盾となり、
後押しをす
る

— 5 —

自らが考え
意思決定し
て、主体的
に行動する

Xの核心は固定観念や既存の制約からの突破

Out of the box?, There isn't any box!



既存の制約(制度、ルール、慣習など)を良しとするのではなく、デジタル化がかえって、自分たちの首を絞める事になるのではないかといった、暗いシナリオも臆せずに考えることも必要です

DXに必要なマインドセット

DXは、現状に留まるのではなく、新しい価値を積極的に創造していく、という強い成長マインドセットを持ち、自らを律すると共にチームをリードすることが重要です。

— 1 —

多様な視点
で、ものごと
を見る

— 2 —

達成できそ
うなゴール
でなく、より
高いゴール
を自ら課す

— 3 —

先をみて、
あきらめず
に、粘りづ
よくやりき
る

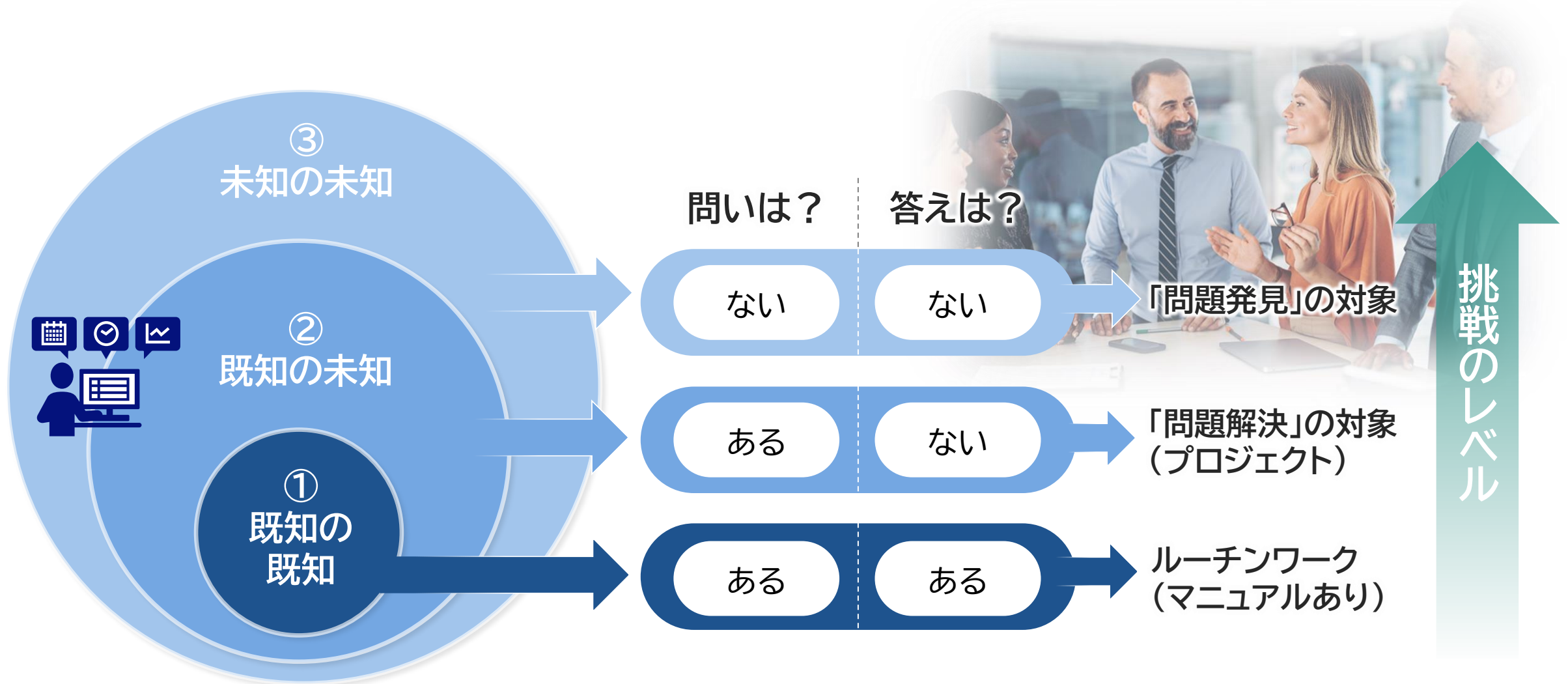
— 4 —

デジタルの
可能性を信
じる

— 5 —

チャレンジ
を楽しみ・学
習を重ねる

我々のチャレンジ(変革)の「3つのレベル」

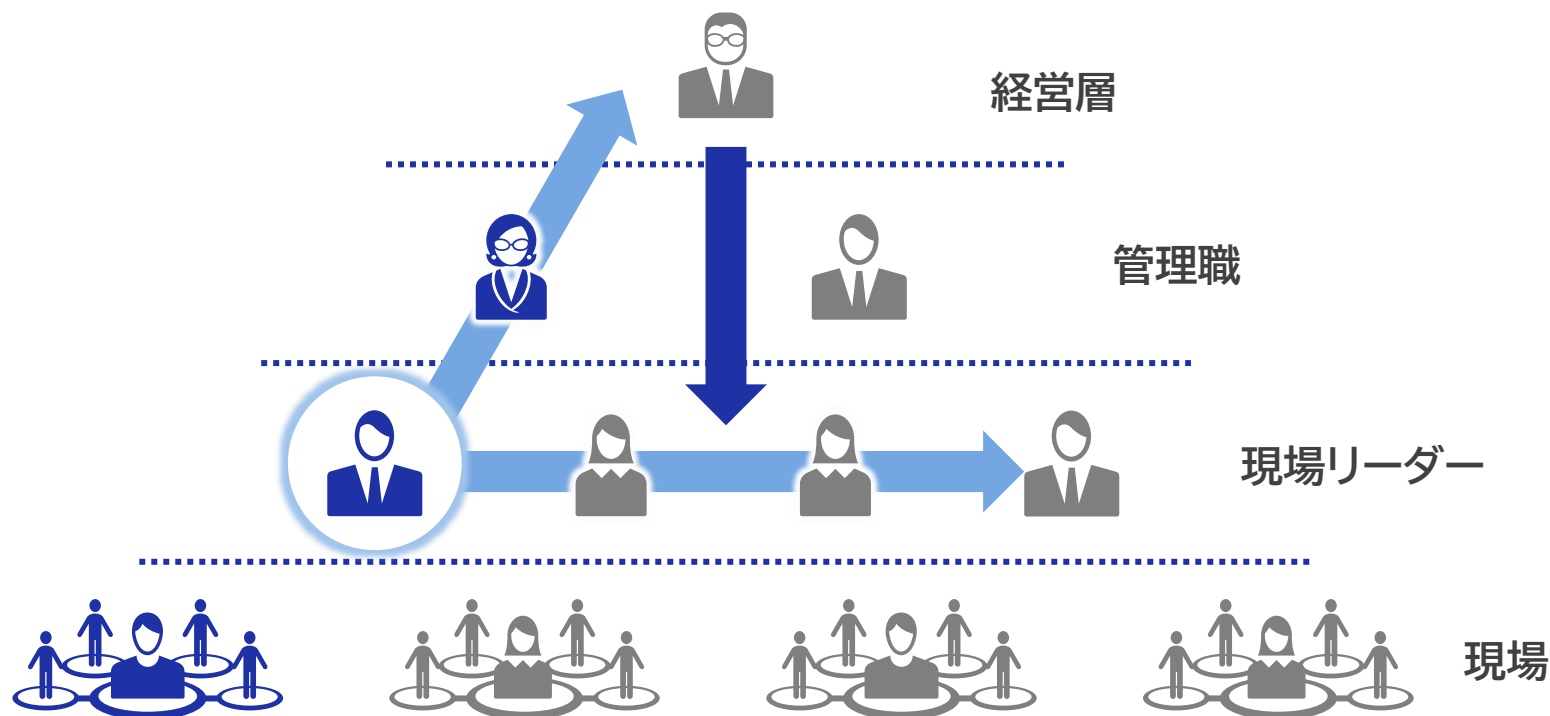


優れたチェンジマネジメントモデルを参考にしながら、組織自身が学習し、その時その時の組織や環境に最適な対策をうち、そこから学び、変化し続けることが変革の成功の鍵と言えます



経営層のリーダーシップでのトップダウンと、日本のすぐれた現場力をひき出したボトムアップのバランスを考慮したDXガバナンスを構築して取り組みを！

変革にはビジネスや商取引、業務の前提や制約を外し、既存の前提や慣習にとらわれない思考のもと、発散的なDXの着眼をした上で、対話を通じて収束するアプローチも必要です。



第3章

我々のチャレンジ とは？

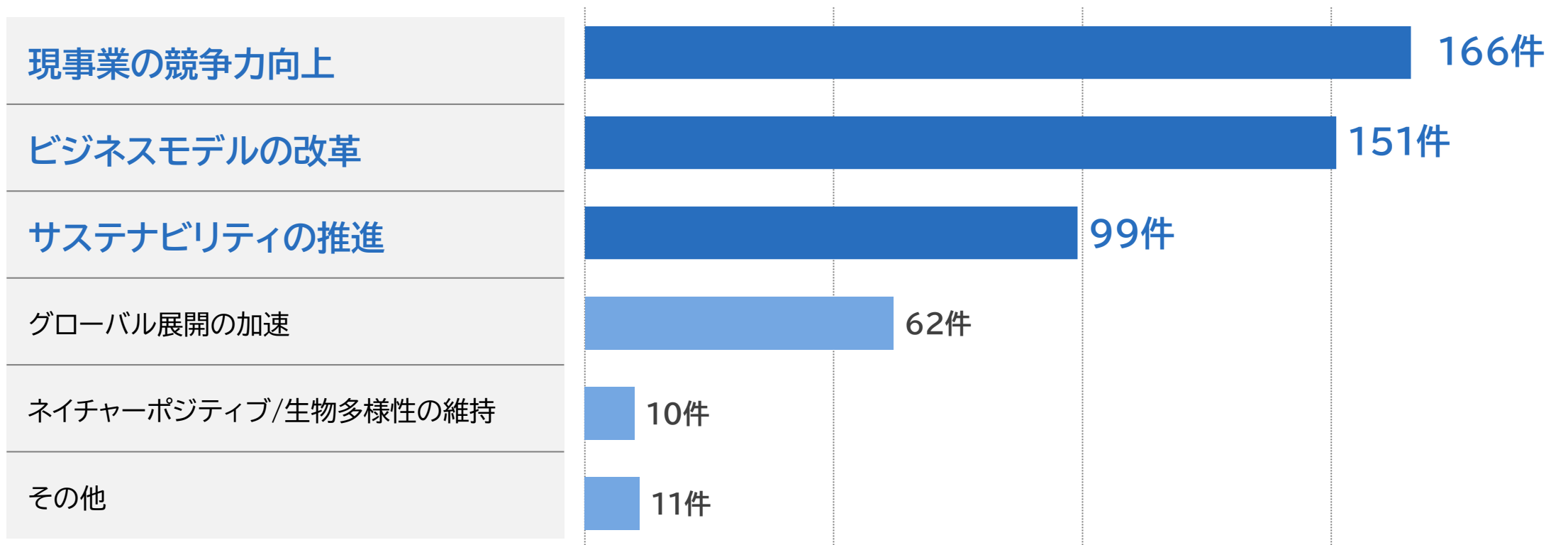
DXの先を 日頃から考えていますか？

いろいろな取り組みがまとめられますが、
DXのその先を考えていますか？



DXで目指すのは、「現事業の競争力向上」 「ビジネスモデルの改革」「サステナビリティの推進」の順

Q)経営方針で、DXの目的・達成後の未来に該当するものを選択してください。(複数選択) (n=201)(複数回答)



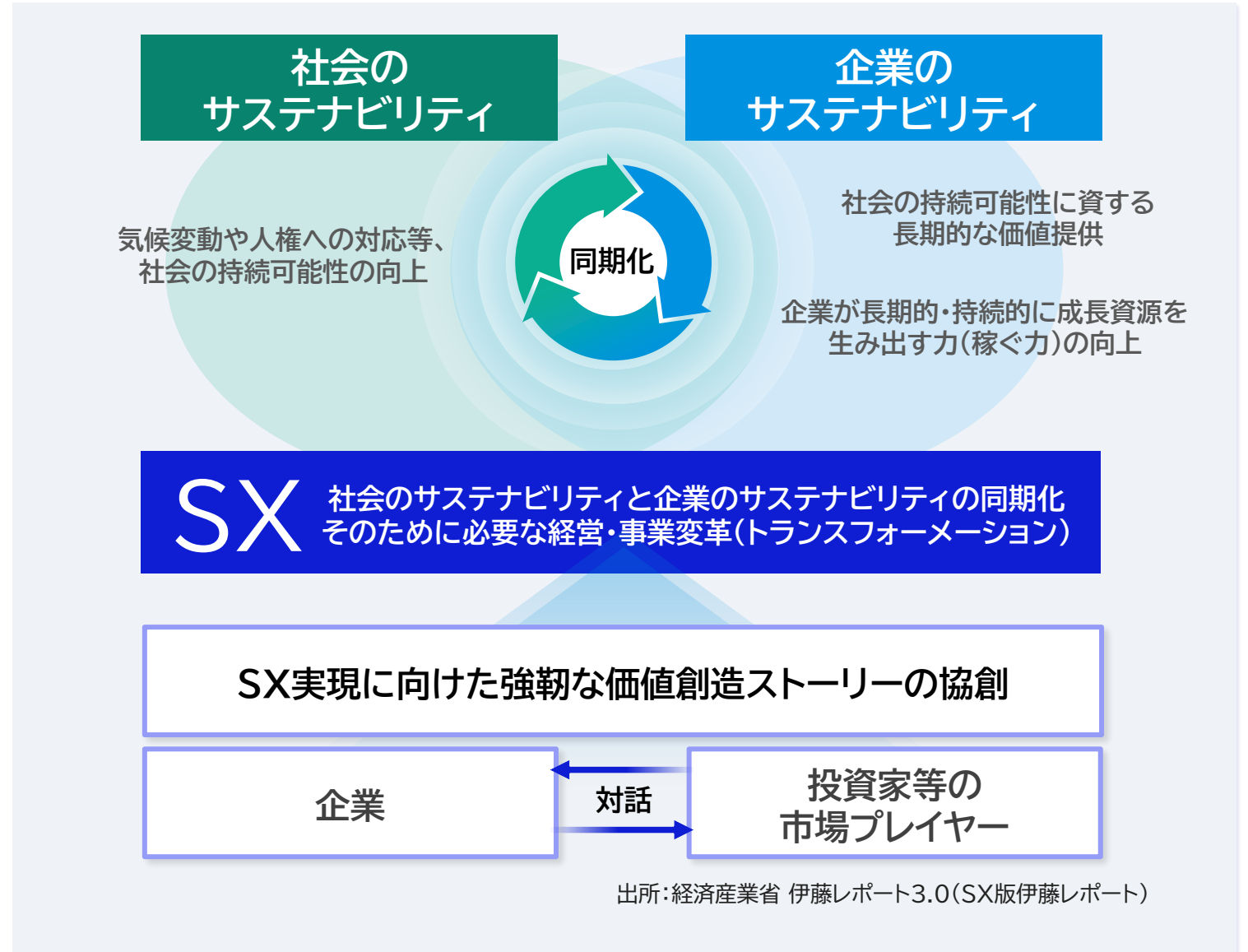
- ・サステナビリティ課題が多様化
- ・事業環境が複雑化



持続的な競争優位を確保していくことが必要



企業・組織は、社会と企業のサステナビリティの同期化と、そのための経営・事業変革が求められています



デジタルエシックス(倫理)は、DXを正しく前進させる原動力

“人間中心のデジタル社会”をより良い方向へ推進するために、
全てのビジネスパーソンが有すべきスキル・考え方です。

予測不能な‘変化’は
これからも加速

企業

- 産業構造の転換
- 社会的責任の変化
- 企業価値指標の変化

社会

- 地政学リスク
- 人口構造の変化
- 地球環境、自然災害

テクノロジー

- AIの進化
- コネクティビティ
- エッジ等

法律やガイドラインでカバー
しているルールはごく一部

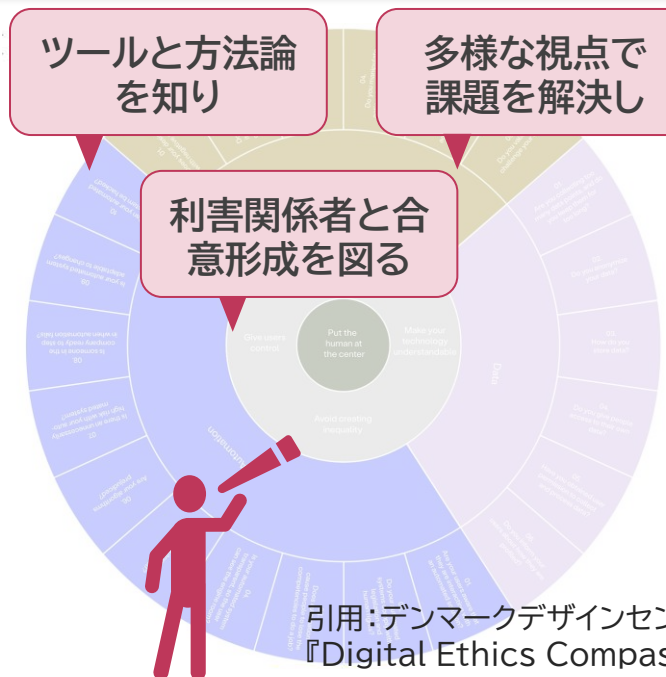


倫理的側面から、進むべき
方向性を導くための力を養う

ツールと方法論
を知り

多様な視点で
課題を解決し

利害関係者と合
意形成を図る





未来の可能性は
我々全員の手の中に

BluStellar