

## 第10回新潟活性化サロン（第2部）

◇ 令和2年12月10日開催

◇ ゲストスピーカー 吉田 昌弘 株式会社BSNアイネット イノベーション推進室 副部長

「新型コロナウイルス禍で加速するDX（デジタルトランスフォーメーション）」発表概要

### 1. 新型コロナウイルスが浮き彫りにした様々な課題

- ・新型コロナウイルスにより、医療、生産人口のバランス、雇用環境、ビジネススキームなど、将来予想されていた問題が一気に表面化した。また、オンライン会議等のデジタル化への対応が必要となったが、これまでなかなか進められなかった企業のDXが重要な課題となって浮き彫りになった。
- ・この20年、世界はデジタル化を進めてきたが、日本は経済の失われた20年の最中で、お金が出ていくばかりの試みを続ける余裕が無かったため、デジタル化にとっても失われた20年となり、今や世界から見て日本はデジタル化から既に取り残されている状況。
- ・世界で百貨店や自動車サイバー空間と実空間の両方をターゲットにするという領域の企業が出てきたことで、今までの企業が焦っているという状態。
- ・ウィズコロナやアフターコロナすべきことは、この20年のデジタルの遅れを取り戻すこと。
- ・一部の企業が電子契約の仕組みを取り入れたとしても、取引企業が対応していなければ、日本のデジタル化は進まない。そのため、社会全体である程度のレベルでシンクロしてDXを進めていく必要がある。

### 2. DXの事例と成功のカギ

- ・アメリカのDPDセンターの調査によると、世界で95%の企業がDXの取り組みに失敗している。失敗事例で多いのが、デジタル化することがDXと勘違いしている例。DX（デジタルトランスフォーメーション）のトランスフォーメーションは英語圏では交差点という意味であり、デジタルの変革をするという意味。デジタル化は目的ではなく、あくまで課題解決の手段。
- ・失敗例のひとつとして、業務の効率化や生産性の向上を目的としてデジタル化によるシステム構築を進めたが、ハンコを必要とする業務が残っていて二度手間になったり、新しい業務が発生してしまい、結局システム構築は頓挫した例がある。この原因は、経営者からDXに向けた明確なビジョンを伝えていなかったため、任された責任者が、本質が分からずとにかくデジタル化だけをしてしまったこと。
- ・DXに取り組みたいと考えている経営者はまず、「自社にとってのDXとは何をすることなのか」を語れるようにする準備が必要であり、経営者が明確な言葉でDXは何かという具体的なビジョンを社員に伝えることが成功につながる。
- ・DX成功のカギは、リーダーシップとコネクテッド・データ戦略策定（デジタル化された情報の活用・効率化を図るための戦略）、適切なテクノロジーインフラの構築。DX推進には組織内の横の連携と体制の再構築が求められる。
- ・成功例として、製造業者で、工場のシフト作成をクローズアップしてDXを進めていった結果、手作業で行っていたシフト作成のデジタル化のほか、社員の稼働データを即座に分析し、給与情報として反映することでバックオフィスを含めた効率化の第一歩を踏み出した例がある。また、この副次的な効果として、お客様からの流動的な注文変更や欠勤者が発生した時のシフトチェンジに即座に対応できるようになった。

### 3. 当社での取り組み

- ・コロナで新潟県内の課題が浮き彫りになったが、当社はそれをビジネスチャンスとして捉えている。今までの各事業部が各々戦略を立てる体制では限界があり、革新的なアイデアがなかなか生まれなかったため、今年から新しい分野にチャレンジしやすくするためにイノベーション推進室を新設。
- ・地域の課題解決に向け、お客様のDXをお手伝いできる体制を構築しているところ。DXやICTの関連で悩んでいることがあれば、お気軽にご相談いただきたい。