

「日本企業にとってのDXの本質」 のご紹介

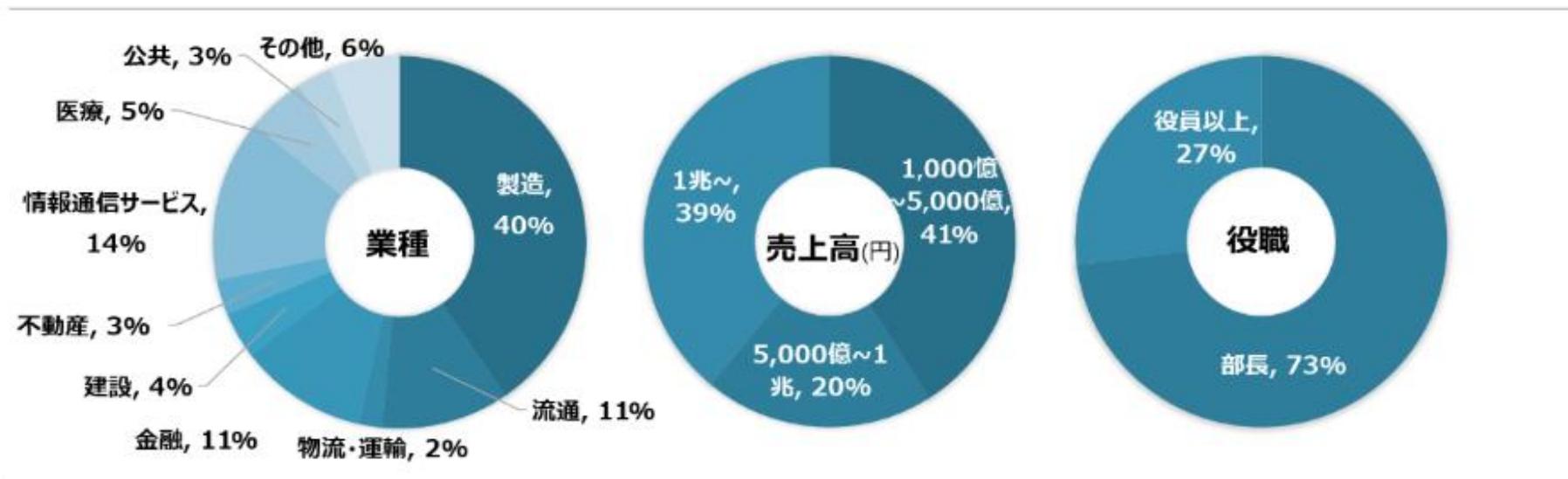
2021/2/26
アビームコンサルティング株式会社

- 世界中に感染が拡大したコロナウイルスの影響により、多くの日本企業において、あらゆる面でデジタル化が十分進んでいないことが明らかになった。
- 短命化する企業の競争優位性、パーソナライズ化されたニーズへの対応、そして業界の垣根を超えた競争環境の変化などに対応するため、デジタルテクノロジーを活用した抜本的な改革は待ったなしの状況であると考えられる。
- このような状況から脱却し企業が新たな競争力の源泉を得るには、デジタルテクノロジーを活用した“変革 = デジタルトランスフォーメーション (DX)”が必要不可欠だと考えている。
- DXを単なる デジタルテクノロジーの活用に留まらず、その活用を前提としながらも、DXで実現したいビジョンを掲げ、そしてそれを実現させるエンジンを企業の中に確立することだと考えている。不可逆なデジタル化の流れは待ったなしで、あらゆる産業に波及し浸透していく。企業にとってDXは必須且つ急務の対応と考えている。
- 新型コロナウイルスが加速した新たなニューノーマル時代に、企業が生き残りを賭けて取り組むべきDXの成功要因を紹介する。

調査の目的

- 日本企業におけるDXの実態を把握し、成功と失敗の分岐点を明らかにすることを目的に実施。
- 年間1,000億円以上の企業に所属、部長職以上、DXの意思決定関与者を満たす方にアンケートを行った
調査実施期間：2020年10月末～2020年11月初旬。

図 1：回答者の属性



出所：アビームコンサルティング株式会社 ホワイトペーパー「日本企業にとってのDXの本質」より抜粋

- DXの取り組みテーマとしては、新規事業の創出など、売上向上に資する取り組みが多く、デジタルを活用して事業をスケールさせる、新たな事業の柱を構築することが重要な命題となっている。

図 2：取り組みテーマ

日本企業にとっては売上に資する取り組みが最も重要な DX の取り組みテーマ

| | 取り組みテーマ (複数回答) | 最も重要な取り組みテーマ (単一回答) |
|---------------------------|-------------------|------------------------|
| 新規事業の創出 | 43% | 25% |
| ビジネスモデル変革 ^{*1} | 28% | 9% |
| 新サービス・製品開発 | 37% | 13% |
| 顧客接点デジタル化 | 40% | 14% |
| バリューチェーン改革 ^{*2} | 17% | 2% |
| RPA/OCR活用 | 34% | 5% |
| オペレーション改革 ^{*3} | 31% | 11% |
| コーポレート機能高度化 ^{*4} | 29% | 9% |
| 働き方改革 | 35% | 11% |
| その他 | 2% | 1% |

注) 基幹システムの更新・リプレイス、オンプレシステムのクラウド化、既存システムの保守を除く。

※1：サブスクリプション等の新たなビジネスモデルへの変革

※2：自社に留まらず関連するステークスホルダーを巻き込んだサプライチェーン変革

※3：RPA/OCR等のデジタルツールの活用に加え、業務ルールを含めたオペレーション全体の改革

※4：AI等を使った人材採用プロセスの見直し、データ利活用による経営管理高度化・リスク管理等の変革

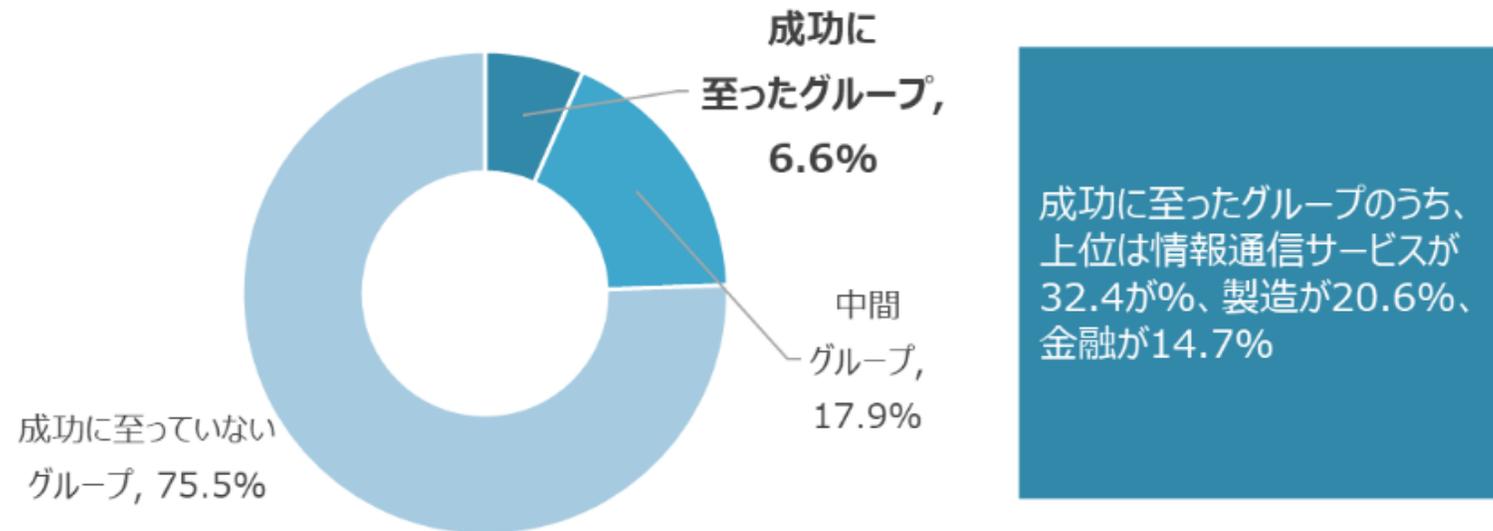
出所：アビームコンサルティング株式会社 ホワイトペーパー「日本企業にとってのDXの本質」より抜粋

DXの成功確率

- 成功に至ったグループは、僅か6.6%であった。
- そもそも変革するという取り組み自体の難易度が高い上、DXは中でもさらに難易度が上がり、成功したと認識できるレベルに達するまでの道のりは非常に険しいと考えられる。

図 13 : DX の取り組みで成功に至ったグループ

DX の取り組みで成功に至ったのは僅か 6.6%



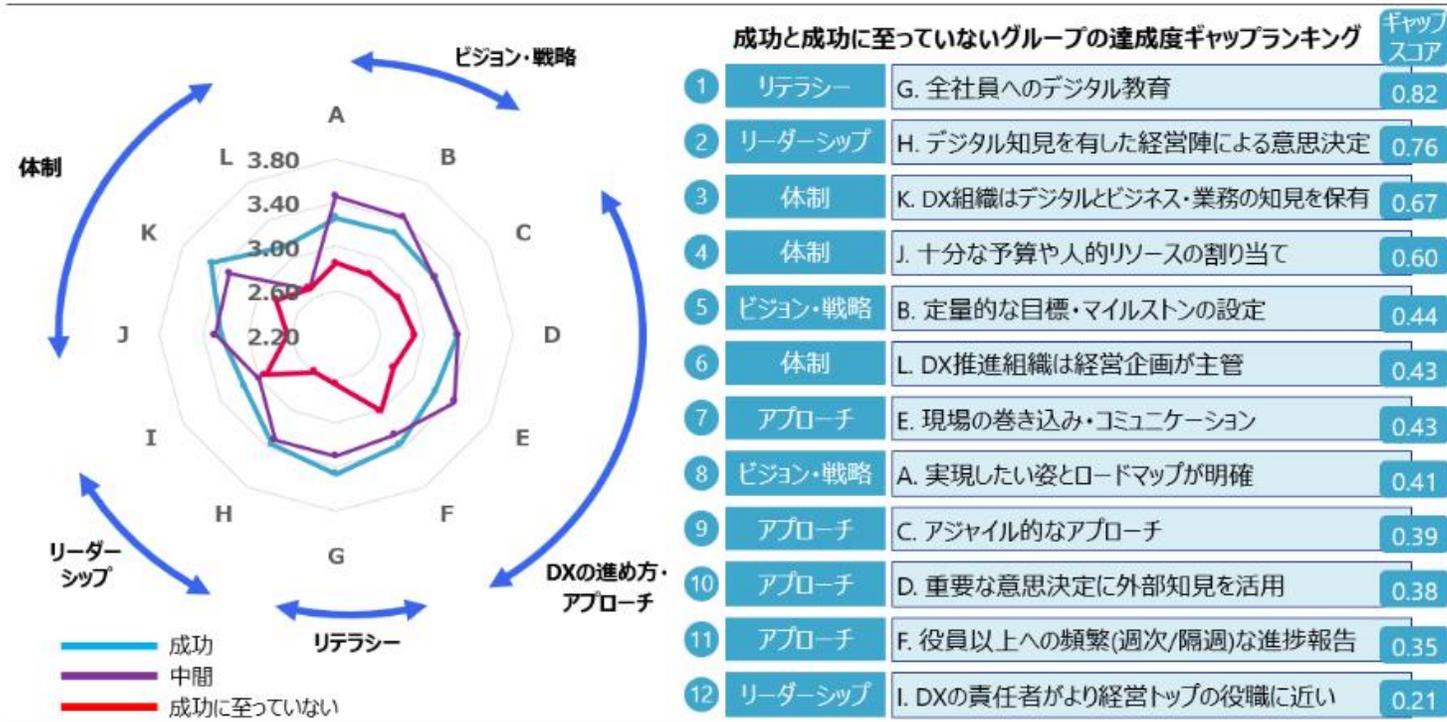
出所：アビームコンサルティング株式会社 ホワイトペーパー「日本企業にとってのDXの本質」より抜粋

DXを阻害する要因

- 成功したグループと、成功に至っていないグループの回答を、DXの成否に関連すると考えられる要因毎に比較した。
- その結果、特にリテラシー、デジタル知見を持つ経営陣の意思決定、予算や人的リソースの割り当てに課題があることが浮き上がった。

図 15：成功と失敗グループのギャップ

リテラシー、デジタル知見を持つ経営陣の意思決定、推進メンバーに課題

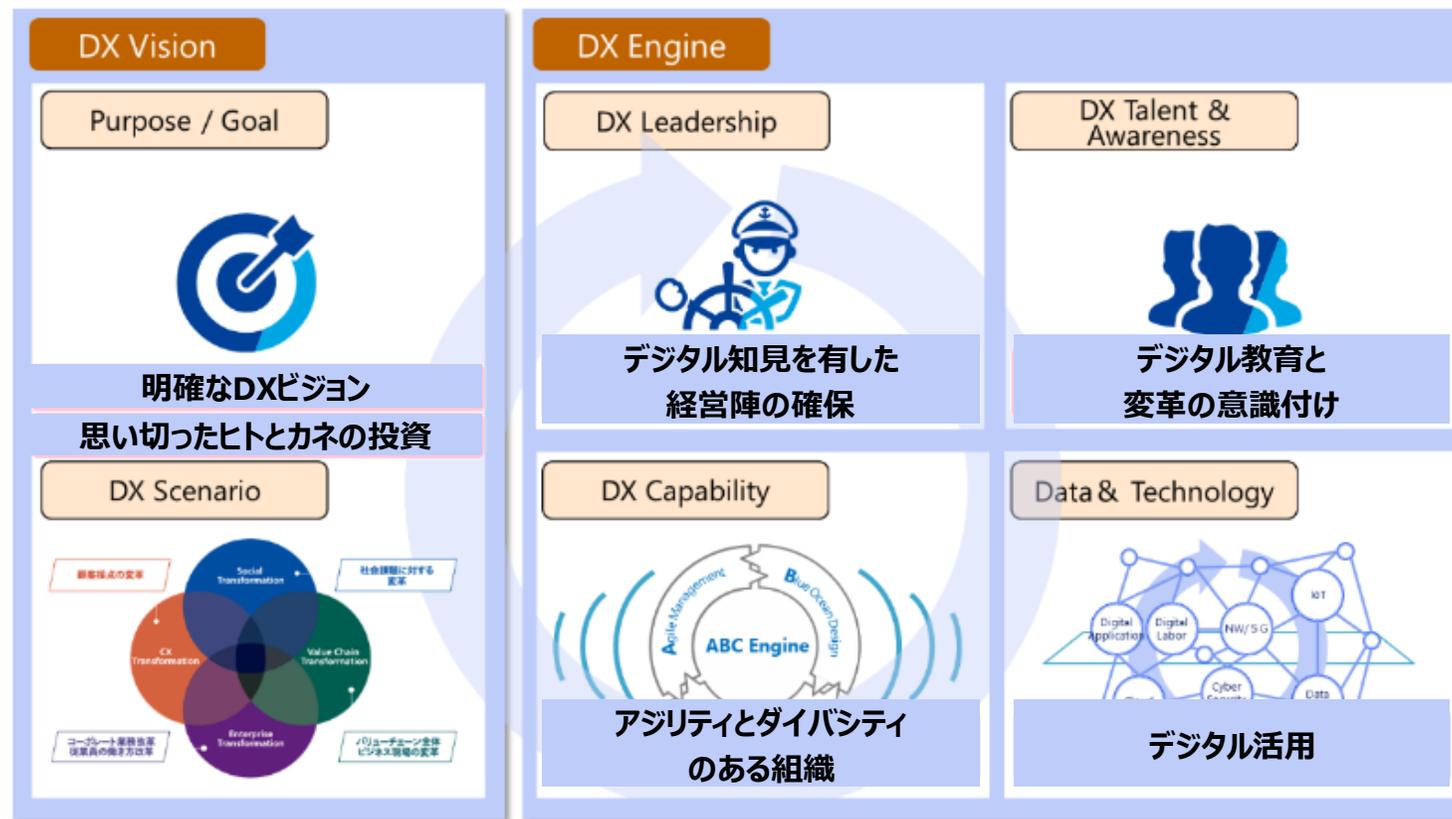


出所：アビームコンサルティング株式会社 ホワイトペーパー「日本企業にとってのDXの本質」より抜粋

DX成功のために必要な機能

- 阻害要因を乗り越え、DXを推進し、成功させるために持つべき機能として6つを定義。
- これらを確実に実行していくことがDX成功に繋がると考えている。

図 20 : 企業が DX を推進するために持つべき機能

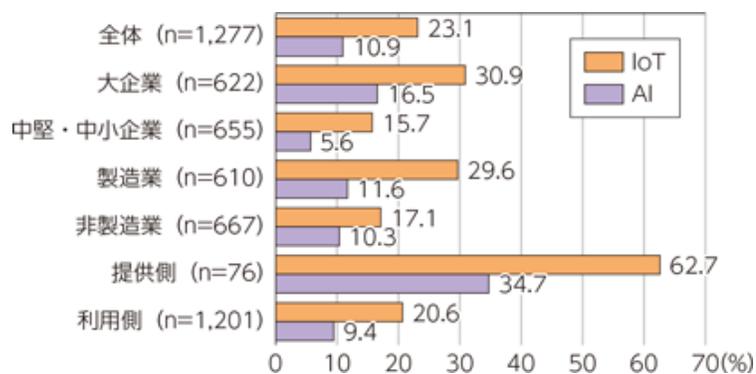


出所：アビームコンサルティング株式会社 ホワイトペーパー「日本企業にとってのDXの本質」より抜粋、図表を一部修正

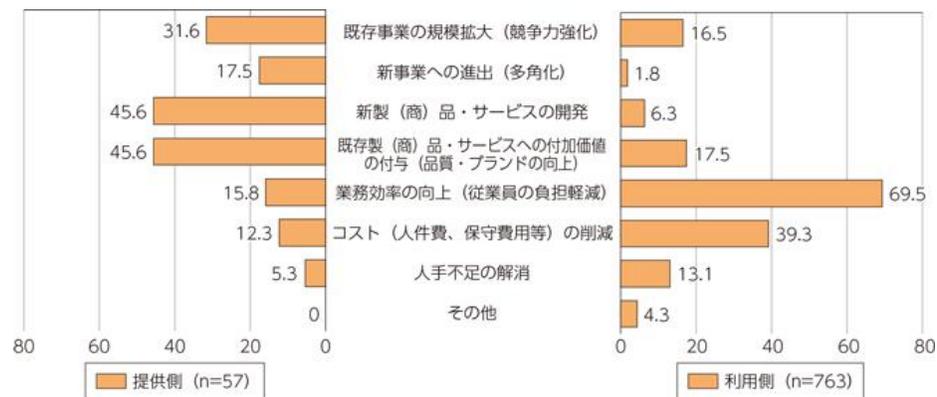
参考：日本のIoTの取り組みの現状とDX

- 日本におけるIoTの活用状況は23.1%に留まる。活用目的は業務効率向上やコスト削減を掲げる割合が多い。
- IoTの活用は、ホワイトペーパーで言及しているDX Engineのデジタル活用に位置づけられるが、国内においてまだ進展していない状況にあり、DX推進の観点でも、より活用を推進していく必要があると考えられる。
- さらにIoTの活用目的は、DXで志向される売上向上とリンクしていない状況にあると考えられる。DX推進という観点で見れば、IoTの活用においても売上向上を志向していくことが求められていくと考えられる。

国内のAI、IoT活用状況
(2018年)



先端技術の活用目的
(2018年、提供/利用側別)



出所：総務省 令和元年版 情報通信白書

Real Partner[®]



アビーム、ABeam及びそのロゴは、アビームコンサルティング株式会社の日本その他の国における登録商標です。
本文に記載されている会社名及び製品名は各社の商号、商標又は登録商標です。