

各業界で本格化するDX化への動き

文＝柴田一樹 ザック・ストラテジー代表取締役

最近DXという言葉が日常でも耳にするようになってきました。政府も今回のコロナ禍によって日本のデジタル化の遅れを痛感し、経済成長を図るうえでデジタル化の政策を見直しました。

デジタル運用に舵を切り出した今、我々はどうすればよいのでしょうか？この業界でデジタル商材を展開する者として、また自社のデジタル化を進める経営者の立場から、DXについて述べさせていただきます。

まず、DXが進んでいると言われるアメリカとの差を、IPA独立行政法人情報処理推進機構がまとめたDX白書2021と比較してみましょう。

◆現在、DXに取り組んでいる企業
日本約56%、米国約79%
◆デジタルイノベーションで十分な成果が出

ている企業

日本約17%、米国約56%

◆経営者、IT部門、業務部門間の協調ができていない企業

日本約6%、米国約40%

日本では企業の半数がDXに取り組んでいるものの、アメリカと比べるとデジタル化の効果はあまり出てない。さらにデジタル化を進めるにあたっての社内風通しがあまり良くないことが見て取れます。システム会社大手のマネージャーから意見を聞いたところ、システム開発に対する考え方が、この差に表れているという見解でした。日本では外部のエスアイヤー(システム設計・運用サポートをする会社)が担当部署とウォーターホール型開発(要件定義から完成までそれぞれの段階を完成させながら進める)して納品します。

その後のサポートはあるものの開発自体はいったん終了します。これに対し、米国では従来の管理、監視をする情報システム部とは別にトップ肝入りの専門部署を立ち上げ、アジャイル開発(発展・継続的に開発を進める)で社内人材を育ててきました。DXの取組みにおいて、日本は米国に10年近い遅れをとったかもしれないことでした。

しかし、日本でも一部の業界でDX化への動きが急速に進み始めました。コロナの影響を大きく受けた飲食業界やホテル業

界です。多くの企業が米国のように内部にデジタル化推進室やDX推進部をつくり、社内のDX人材を育成していくことを打ち出しました。

先日、飲食業界でDXに取り組まれているロイヤルホールディングスの菊池会長が「今後はV字ではなくJ字回復を狙う」それを實現するにはDXの支えが絶対条件だという話をしていました。また、会社の変革DXはトップが率先して旗を振らないと実現しないとおっしゃっていました。

実は私もこの1年の間で、飲食やホームセンター、物流といった業界へのサイネージシステム導入が増えました。いずれも名の知れた企業ですが、全社のプロジェクトであったり、社長直轄チームの案件として、デジタル化を整備する動きが活性化してきたことを肌で感じています。

パチンコ業界では、どのようにDXに取り組んでいくのがよいのでしょうか。読者の中にも、外部のエスアイヤーを入れたが、運用までたどり着けなかった経験を持つ方がいるのではないのでしょうか。ホール運営の知識がないエスアイヤーの場合、まずは運営の理解から始めなくてはなりません。その際、課題抽出から要件の決定までに依頼側の納得いくレベルに到達できず断念したという話はよく耳にします。

私は決してエスアイヤーの導入を否定しているわけではありません。内部にシステム構築のノウハウがあれば外部のエスア

イヤヤーの協力は必須になりますから。手順としてまず、社内で人をアサインすることが重要だと思えます。

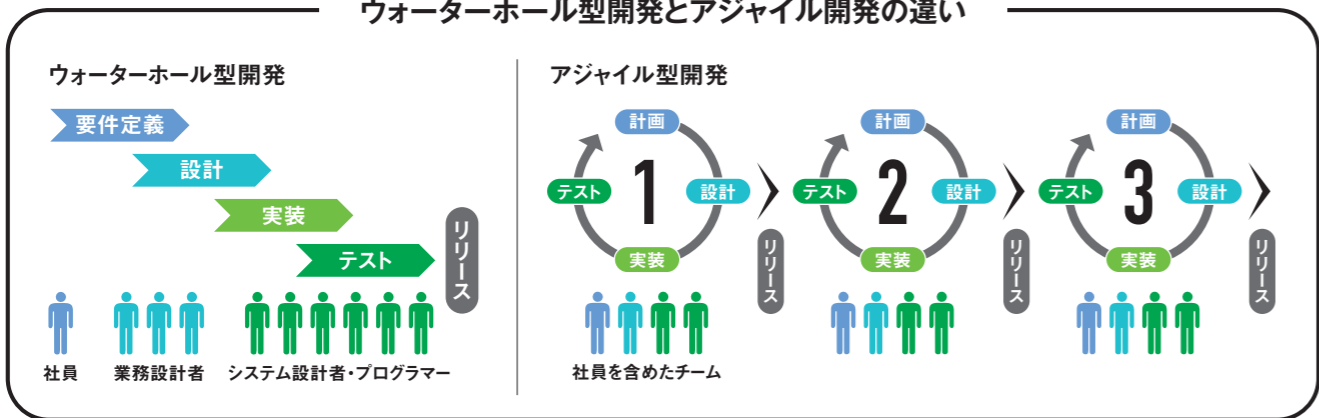
つまり、「何をやるか」「どうやるか」より「誰がやるか」を先に決めるのです。まずは、熱意を持った人に「何をやるか」から考えてもらう。トップはこの人と協議し、全社にそのビジョンを発信し活動のための支援をする。これまでと違う仕組みを實現する過程には、技術的な問題や周囲との関係性の課題が出てくるでしょう。しかしそれら乗り越えて目的地にたどり着いた人は、会社にとって貴重な人材に成長するはずだ。

今の日本には指示されたことを実行しこなす人、従来の仕組みの上で働く人は豊富ですが、自ら仕事(価値)をデザインし創り出せる人材は少ない。そのような人材が会社に数人いれば、どのような状況でも会社の発展を望めるはずだ。

DXは会社に変化を強いられます、それは反面新しい人材を輩出するチャンスです。逆に社員のみなさんは、もっと積極的にチャレンジしてもいいのではないかと思います。

もちろん、責任は重くなります。苦勞もあります。だからこそ磨きがかかる。仮に失敗したとしても、自分自身は磨かれます。そして再チャレンジすればいいのです。このような方が増えていくと業界は変化し活性化していくのではないのでしょうか。

ウォーターホール型開発とアジャイル開発の違い



しばたかずき
1989年エフオン販売株式会社入社。営業、販売推進、企画を経て2011年ザック・ストラテジー株式会社を設立。趣味は読書、座右の銘は「本気、挑戦、思いやり」