

## 要旨

## 1. 研究の概略

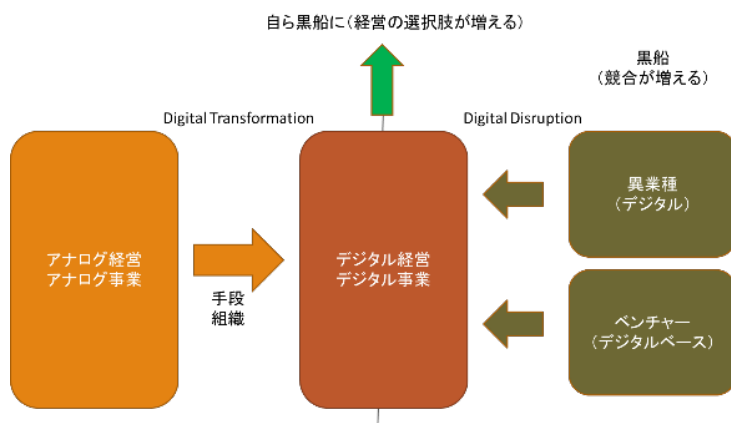
21世紀、Innovation（イノベーション）ということが盛んに言われるようになっていく。UBER、Airbnbのように、破壊的イノベーションと呼ばれる既存のビジネスを脅かすビジネスモデルが、デジタルによって実現される時代がやってきている。そのUBERすら、トヨタの次世代タクシー、あるいはスマートコントラクトによって不要になっていく未来も見えてきている。このように、デジタルによって目まぐるしく変わっていくビジネスに対して、「企業はデジタル化すべき」だという文脈で、「デジタルトランスフォーメーション（以下DX）」という言葉が流行し始めている。

DXという言葉が日本に来て1年くらいであるが、急速に市場で流通してきており、不安を抱えている日本企業も多い。異業種から参入してきた企業が市場の地図を塗り替える＝見えなかったところから刺されるかもしれないという危機感。あるいは、既存の競合との戦いとはまったく違ったところから槍が飛んでくるような恐怖。たった1年でDXが広まった背景には、こうした「DXを急がないとどうかなっちゃうかも」という危機感や、これまでになかったデジタルサービスがすんなり社会に受け入れられているという危機感があるのかもしれない。

では今、何がおころうとしているのか。日本企業はどうしていきべきなのか。何をどう準備すればいいのか。天才ではない我々が、どうやっていけばいいのだろうか。日本らしさとかいうものを捨てて、海外とくにウェスタンワールドの真似をすればうまくいくのか？日本なりのDXのやり方はないのか？

## 2. 研究の目的・内容

DXとは、これまでにあったような業務のIT化とは異なり、ビジネスレベルでの変革である。オートメーションによるIT化までのビジネスを“アナログビジネス”とした時、これからのビジネスの最重要事項は“経営のデジタル化”と考えられる。(図1)



(図1)

日本における経営のデジタル化に向けた進め方として、UBERやAirbnbのような海外における破壊的イノベーション（Digital Disruption）によるDXとは異なり、既存の

## 要旨

組織・人員を活かした内部変革による経営のデジタル化を進めるのが適していると考えた。そして、内部変革にあたっては、IoT や AI 等の技術要素を用いてビジネスをデザインする人材の育成が必要であるという考えのもと、当研究を進める中で見えてきた DX に必要な観点を今後の各企業における人材育成に活かすことを目的とし、人材トレーニングツールを開発した。

### 3. 研究の成果

DX 人材育成のためのトレーニングツールを開発し、3 社で検証を実施した。このトレーニングツールは、DX を理解できるもの、また、これまでの課題解決型のアプローチではなく、未来志向の考え方をもとにしたビジネススキルを磨き、意識変革ができるものとなっている。

実際に受講した方からは「視点を変えてみることで、新たなビジネスの可能性に気付く事ができる」や、「未来のビジネスやビジョンをこのトレーニングを通して自然と考えられるようになった」といった感想をいただいた。

### 4. 結論

DX をするためには以下の 3 つの要素が必要である。

#### 1. 人材育成、2. 組織変革、3. ビジネスモデルの創出

当研究では、これらのうち、まずはビジネスをデザインできる人材の育成が重要であると結論付け、トレーニングツールを開発した。

今後は、デジタルを使ったビジネスモデルの構築とその検証をいかにスピーディに実施していくかが勝負所となる。トップダウンの指示のみではこのスピードは出せない。それは、コンサルタントにアウトソースしていても同じである。そのため、若年層の社員を現時点から DX を起こせる人材に育成していき、来たる 2020 年東京オリンピック後も継続的に成長できる企業づくりを今から始める必要がある。

### 5. 今後の展開

トレーニングツールを活用した企業が増え、デジタルビジネス時代に適応できる人材を多く輩出していただくことを期待するとともに、組織変革やビジネスモデルを創出するための研究を推進する。

以上

- ・UBER は Uber Technologies Inc. の登録商標です。
- ・Airbnb (エアビーアンドビー) は Airbnb Inc. の登録商標です。
- ・文章内の記載の会社名および製品名は、各社の登録商標または各社に帰属する標章もしくは商号です。