

DX推進 ガイドブック



株式会社Rejoui

〒151-0053

東京都渋谷区代々木2-30-4

Mail:info@rejoui.co.jp

URL:http://www.rejoui.co.jp

DXを推進したいすべての企業の皆様へ

デジタル技術の急速な進化によって、あらゆる業界でビジネスモデルの改革が起き、競争優位に立つ企業が現れる一方で、危機感はあるもののDX推進に向けた取り組みを始められていない企業が多数存在します。デジタル社会への変化は今後さらに加速し、変化に適応するのが遅くなるほど、改革に成功した企業と差が開いていき生き残ることが困難になるでしょう。

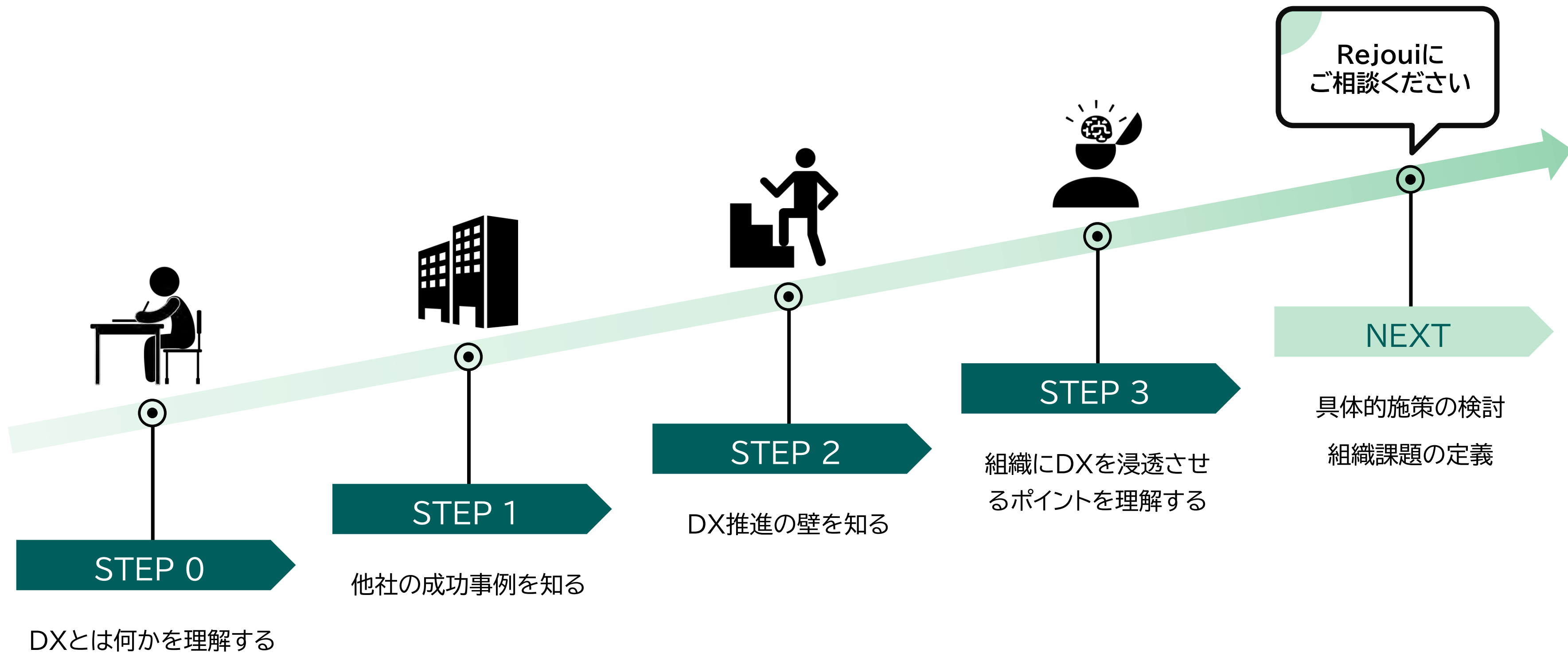
また、DX推進は企業の競争優位確立だけでなく、**国際的な経済競争力の維持**においても重要な役割を担っています。2021年にスイスの国際経営開発研究所(IMD)が公開した「デジタル競争力ランキング」※1では、日本のビジネスアジリティ(企業の変化迅速性)は**64カ国中53位**となっています。諸外国の進化による日本の弱体化を防ぎ、デジタル後進国から脱却するためにも、各企業がDX推進に着手する必要があります。

このような背景から、株式会社Rejouiとして、各企業がDXの必要性を正しく理解し、具体的な取り組みへの一歩を踏み出す手助けをしたいと考えています。本ガイドブックがその一助となれば幸いです。

※1:<https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-digital-competitiveness/>

この資料で学べる3つのステップ

この資料では、STEP0～STEP3までを学ぶことができます。





DX基本の「き」

- STEP 0 & 1 -

DXとは、Digital Transformationの略称です。
TransformationのTransには交差するという意味があり、交差を1文字で表す「X」
が略称に用いられています。

経済産業省がまとめた「DX推進ガイドライン」では、DXを「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。」と定義しています。

(出典) デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン (DX推進ガイドライン) Ver. 1.0



組織にDXを
説明する時は
こう言おう！

DXとは、デジタル技術を使って、
自社のビジネスや製品を変革するという
ことです。

組織にとっての DXは大きく 2通り

業務改善・効率化のためのDX



業務遂行において非効率な作業をテクノロジーを使うことで効率化することです。事務処理などの定型業務をデジタル化することで、新たなビジネスを創造する業務に注力できます。

価値創造・イノベーションのためのDX



データやAIなどを駆使し、既存のビジネスを新たなビジネスに変革させることです。人間の考える力を使い、既存のビジネスでの知見を新たな価値創造に活用していくことが求められます。

セブンイレブン

発注・販売データや在庫情報をメーカーと共有することで、計画的に生産を行っています。さらに、商品ごとの味や品質を維持するため最適な温度帯に分けて共同配送センターに納品し、各店舗に一括で配送。これにより、高品質の維持及び配送回数の削減を実現しました。



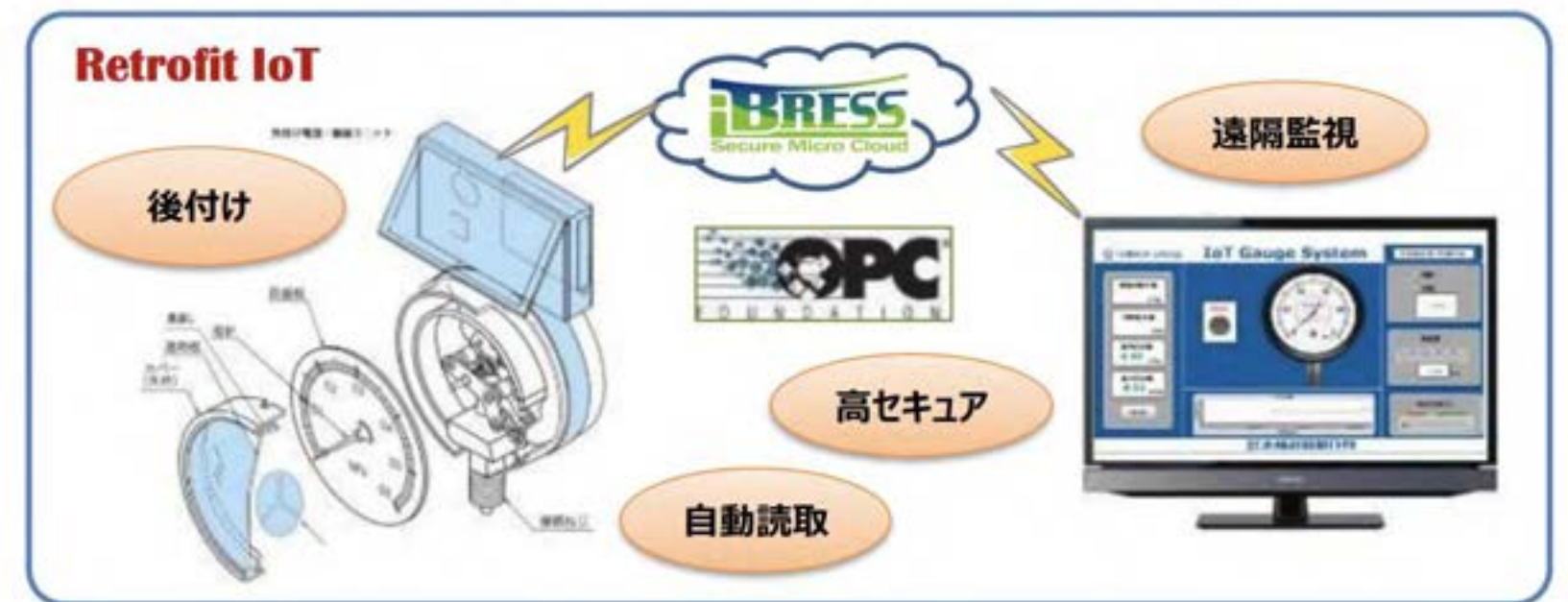
参照：

<https://www.sej.co.jp/company/aboutsej/distribution.html>

株式会社木幡計器製作所

木幡計器製作所は、1902年に創業された圧力計メーカーです。圧力計類は船舶や建築など様々な社会インフラを支えています。そのメンテナンスは煩雑で手作業のものが多く、日常管理が不十分になっている計器は数多く存在します。そこで、既設の圧力計に後から取り付け可能な無線通信ユニットを製品化し、稼働状況を遠隔で監視することが可能となりました。

センサ・無線通信ユニットの後付けにより、既設アナログ式計器のIoT化を安価に実現



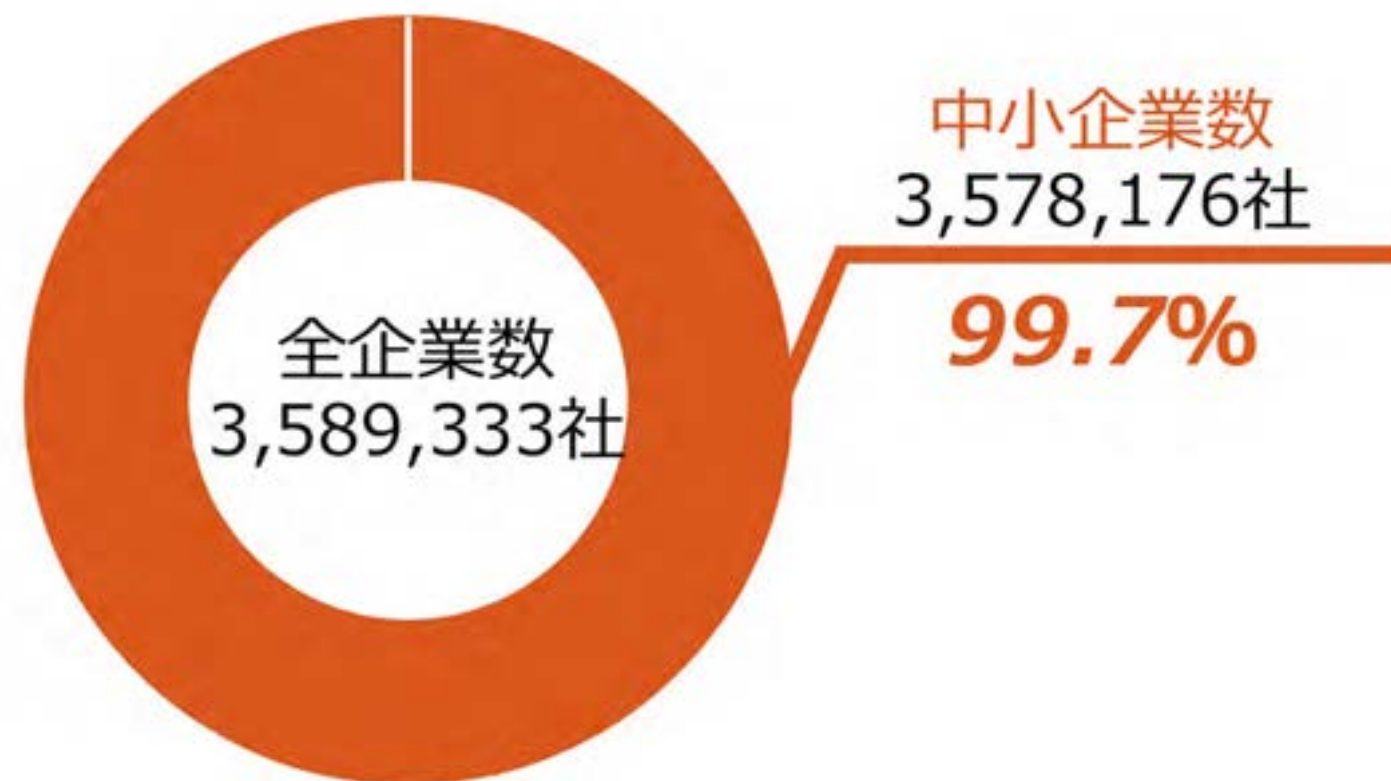
(参照)

株式会社木幡計器製作所ポータルサイト
<https://kobatalife.wixsite.com/portal>

Connected Industries 講演会公演資料
<https://www.jmfrri.gr.jp/info/rri/1061.html>

DXとは大企業だけのものではない

DXは大企業のみに関わる問題ではありません。日本の全企業のうち、中小企業に分類されるものは99.7%であり、中小企業で働く従業者数は全従業員数の約69%を占めています。日本社会全体としてDXを推進し、国際的な競争力を維持するためには、中小企業のDX推進は急務です。



(参照)<https://www.smrj.go.jp/recruit/environment.html>



DX推進の「壁」

- STEP 2 -

1. 知識の壁

そもそもDXとは何かを理解できていない場合、具体的に何をするのかわからない状況に陥るだけでなく、単なるIT化や謝った施策の導入など中途半端な推進に留まってしまいます。

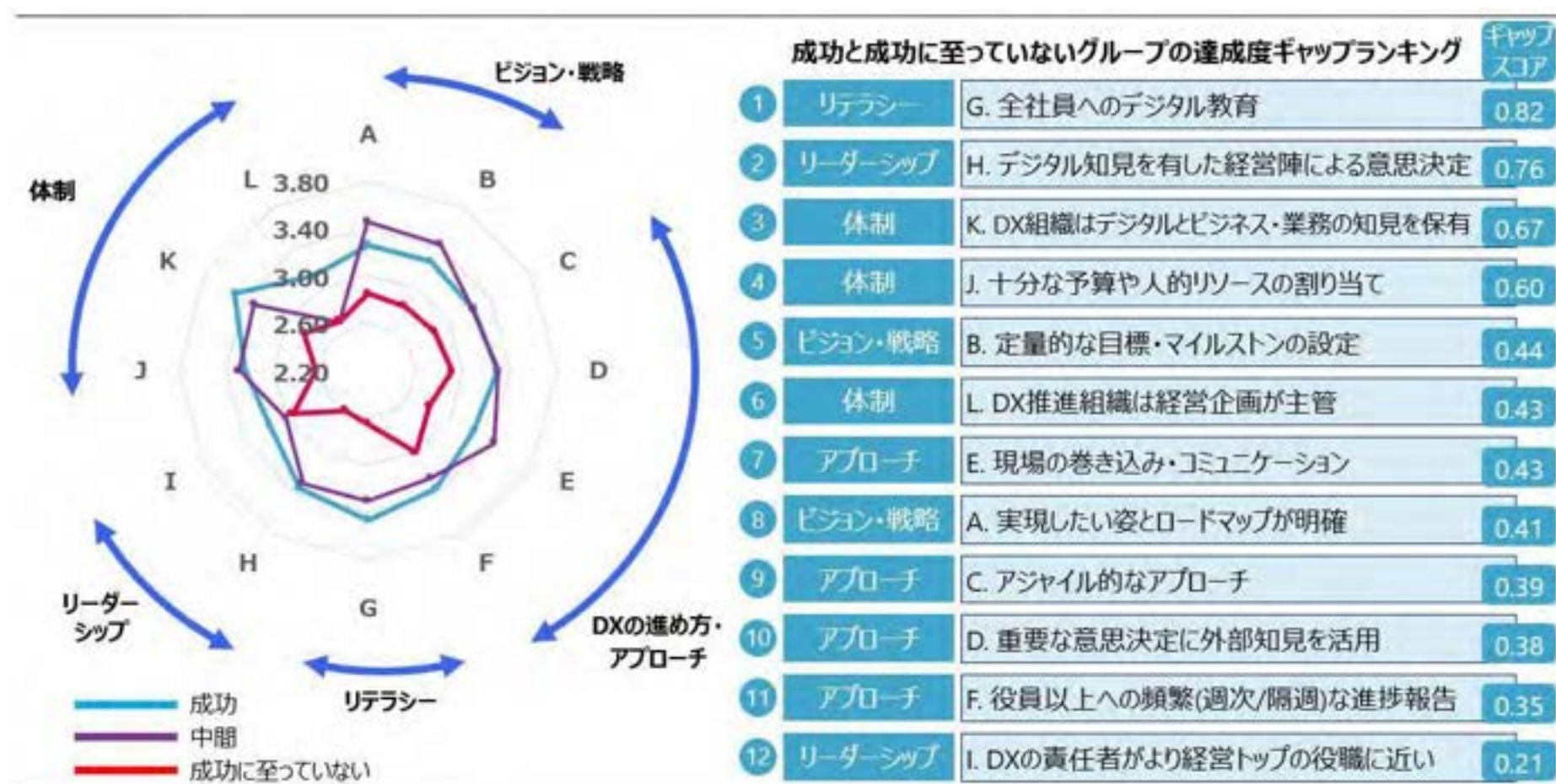
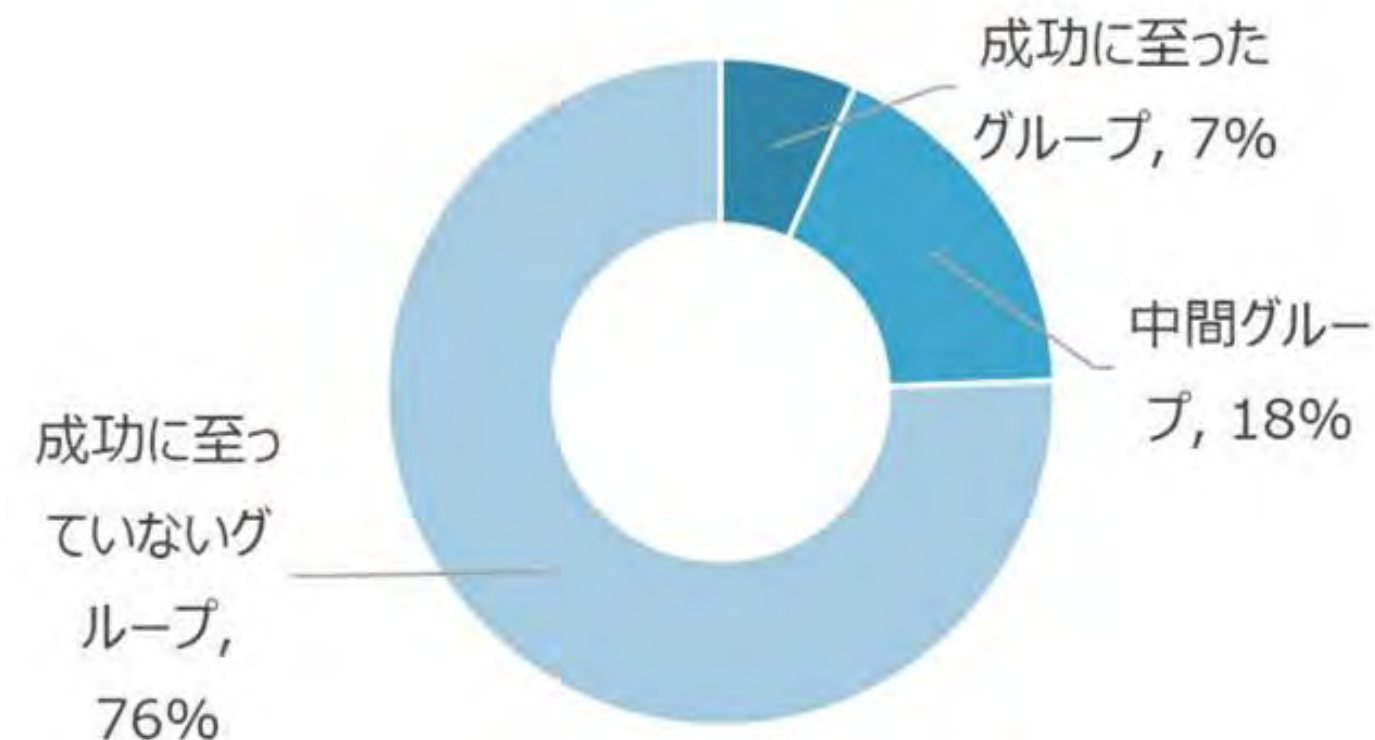
2. 組織の壁

組織でDXを推進していく際には、目的の明示・DX推進への理解・スキルアップのための環境整備など様々な課題があり、どれか1つでも不足していると思っような結果を得ることができません。

日本企業のDX推進状況

アビームコンサルティング株式会社が2020年10月～11月に行った「日本企業のDX取り組み実態調査」では、DXに関する取り組みが成功に至ったと認識している企業はわずか7%であることがわかりました。

成功に至らない要因としては、「全社員へのデジタル教育の不足」「DX組織体制」「ビジョンの欠落」などがあげられています。



失敗パターン

デジタルの神格化

デジタルツールを使用すればなんでもできると言った「デジタルの神格化」は、目的意識を希薄にし、具体的な施策が進まない状況を生んでしまいます。

失敗原因

- デジタルを使ってできる（できない）ことを区別できていない
- デジタルツールを使えば全ての課題が解決できると考えている
- 経営陣のデジタルに関する知識不足

結果

- 具体的に何をするのが決まらない
- 一過性の施策を立てるに留まり、変革まで至らない
- DXを推進した先のビジョンがなく、業界で生き残れない

失敗パターン

DX知識の 浸透不足

組織全体にDXに関する知識が行き届いていないと、知識差が障壁となりDX推進を停滞させてしまいます。

失敗原因

- 知識不足の状態では経営陣からDX推進を求められる
- デジタルツールを使用するノウハウがない
- 競合他社、世の中の動きが組織全体で把握できていない

結果

- 現場でのDX推進のモチベーションが生まれない
- 現場との温度差が生まれ施策が停滞する
- いざDX推進をしようにも何から手をつけていいかわからない

失敗パターン 人材定義が曖昧

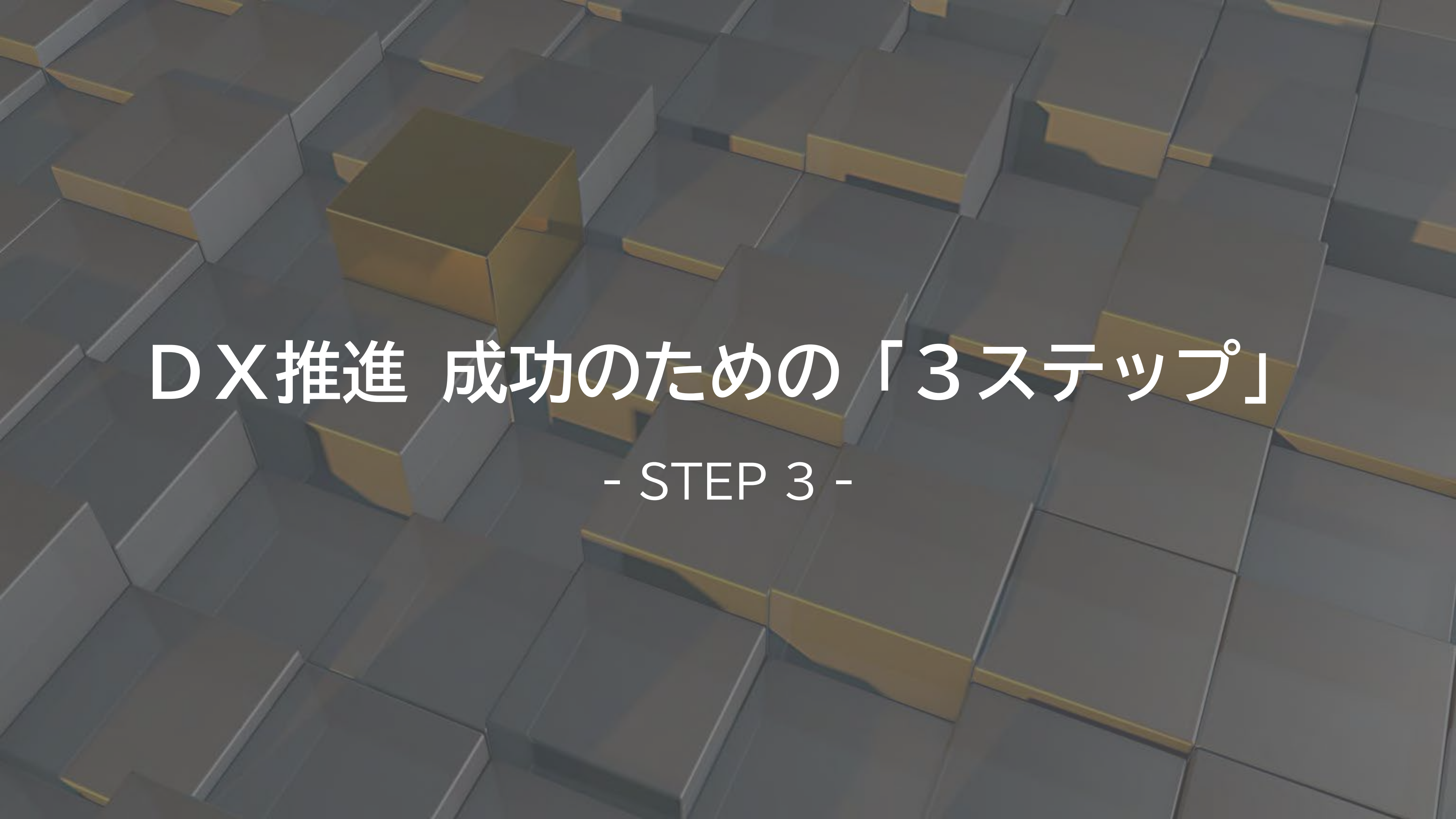
D X 推進を進めていくことのできるの
どのような人材なのかを定義しなければ
、組織構成や人材育成を行うことができ
ません。

⚠ 失敗原因

- ✓ D X 推進に求められるスキル、性格がわからない
- ✓ とりあえず各部署の優秀な社員を D X 推進者にする
- ✓ 今いる人材を育成せず、採用のみで推進者を生み出そうとする

🔍 結果

- ✓ 人材のミスマッチにより求めていたスピードで D X が推進されない
- ✓ 各部署の人材を不必要に奪ってしまい、パフォーマンスが低下する
- ✓ 推進者と現場の間で知識差が拡大し、推進が停滞する



D X推進 成功のための「3ステップ」

- STEP 3 -

自社にとってのDXを定義する

既存のビジネスや会社の目指す未来を踏まえて、DXを推進して何を達成することが目的なのか？を定義しましょう。まずは自社の業界でどのようなDX推進が行われているのかを調べ、自社の業界での位置付けも踏まえてどのような改革ができるかを社内から広く募ってみることから始めるとよいです。

DX人材を定義する

定義した自社にとってのDXをもとに、それを推進していくための人材を定義しましょう。求められるマインドセット、およびスキルセットを個別に定義することで、Step3「人材を育成する」での取り組みを考える土台となります。

人材を育成する

定義した求める人材を育成する取り組みを始めましょう。DX人材が不足する今、人材育成は必須です。まずはスキルセットを分解し、タスク項目を作成しましょう。次に、それらの能力をどのようにして養うことができるかを考え、具体的な育成プログラムを考えます。ここではコンサルティングサービスなど外部のノウハウを活用することも有効です。

組織にDXを浸透させるポイント

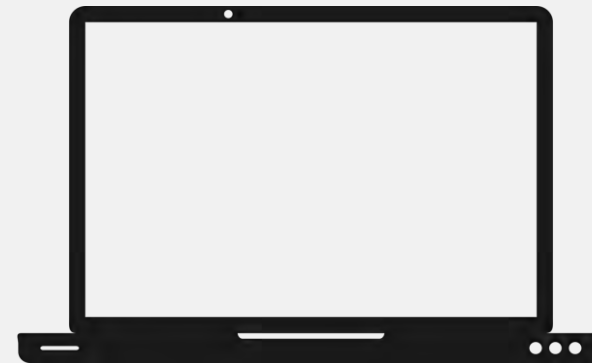
目標の具体化



自社にとってのDXを部門の目標やロードマップまで細分化することでビジョンが明確になります。

まずは経産省発行の「DX推進指標」※1を参照し、自社の現状を把握した上でレベルに応じた目標を設定しましょう。

実践の機会



社外での研修など、リアルな体験も取り入れることで知識を使える状態まで磨き上げることができます。

まずは必要な知識を得ることのできる研修を用意し、その後自社のサービスを使ってシステム改革・データ利活用などの施策をテストしましょう。

DX推進者を作る



現在はDXの推進スピードが早く、最新だったスキルがすぐに陳腐化します。都度新しいスキルを積極的にキャッチアップし、企業活動に活かすことのできる若手マネジメント人材を育てましょう。

株式会社Rejouuiの紹介

- NEXT STEP -

Rejouiが提供する 3つのバリュー



DXに不可欠な人材の定義をします

組織におけるDX推進において求められる能力を定義し、適切な人材を定義します。



初心者からデータ利活用を学べる研修を ご提供いたします

データドリブンな組織実現のために、ビジネスパーソンとしての心構えから実際の分析手法まで一貫して身につけることのできる研修をご用意いたします。



実務家を育て、自走できる体制づくりを 叶えます

スキルのインプットのみに留まらず、それを現場の意思決定で活用することのできる実務家を育成し、組織全体のDX推進を実現いたします。

経産省 総務省

全国の高校教員に向けたデータサイエンス入門講座の講座運営・教材開発経産省のEBPMに対する提言

広島県 職員向け研修

DXの定義や事例、業務効率化や新規事業創造など、DXの進め方を学ぶ研修

People Analytics

人事データを用いた配置や採用の適正化プロジェクト株式会社サイバーエージェント様、株式会社アトラエ様

会社概要

MISSION

すべての人の自己実現を支援する

VISION

データサイエンスを駆使し、人に関する世の中の課題をきめ細やかな視点を持って解決する



社名	株式会社Rejoui (リジョウイ) Rejoui.inc
設立年月日	2016年9月26日
役員	代表取締役 菅 由紀子 取締役 見並 まり江
従業員数	14名 (2021年4月現在)
資本金	23,000,000円
所属団体	一般社団法人 データサイエンティスト協会 一般社団法人 デジタル・イノベーション 一般社団法人 日本統計学会 一般社団法人 情報処理学会

代表紹介



菅 由紀子



@kan_yukiko

【 著書(共同執筆) 】



株式会社Rejoui 代表取締役

広島大学客員教授

関西学院大学大学院経営戦略研究科 兼任講師

HBMS県立広島大学大学院 非常勤講師

データサイエンティスト協会 スキル定義委員

一般社団法人デジタル・イノベーション 理事

中央大学卒業後、2004年株式会社サイバーエージェントへ入社。2006年より株式会社ALBERTに転じ、データサイエンティスト兼CRMコンサルタントとして大手携帯キャリア、通販、製造業企業などの顧客行動分析、CRM構築コンサルティング、DMP構築アドバイザー等、多数のプロジェクトを担当。

2016年9月に株式会社Rejouiを創立。企業・官公庁へ向けたDX推進支援、データ分析・利活用コンサルティング、データサイエンス教育事業などを展開。

その他、米国スタンフォード大学ICME発のデータサイエンス人材育成シンポジウム『WiDS』公式アンバサダーとしての活動が評価を受け、2021年に日本統計学会統計教育賞を受賞。

外部講演実績： データサイエンティスト協会シンポジウム／日本RNAi研究会第11回シンポジウム／自社開催セミナー 他多数

各種ご相談、無料で承っています。

無料でWEBミーティングも承っております。
お気軽にご相談ください。



こうした課題の解決を



- データをどのように使ったらいいかわからない…
- DXを推進したいけどどこから手をつけたらいいかわからない
- チーム内にデータ利活用のノウハウがない…

Rejouiがお手伝いします



- 現状を整理し、課題を明確にした上で必要なデータを精査します
- 課題によって、必要なデータの整備や取得方法を提案することも可能です
- 人材育成のための研修を多数ご用意しています