

DX（デジタルトランスフォーメーション）を行うには、経営のコミットメントが最も大切だと言っても過言ではない。経済産業省が定めているDXの定義を第1回で紹介したが、DX

は「企業の経営戦略そのもの」だと私は捉えている。

経営戦略は外部環境（顧客・市場・競

DX推進における勘所(4)

合・社会など）の変化に対して、経営目標を定め、内部環境（自社）を整合させることである。昨今の外部環境ではテクノロジーの変化

が激しく、経営戦略を考える上でデータやデジタル技術の活用は不可欠になってきている。つまりは、DX

は「企業のコミットメントが最も大切だと言っても過言ではない。経済産業省が定めているDXの定義を第1回で紹介したが、DXは「企業の経営戦略そのもの」だと私は捉えている。

とは「データやデジタル技術を用いた経営戦略、企業改革実行までを強力に推進

ではなく、トップダウン型での推進が求められる。ボトムアップ型は現状のビジネスの延長線上にあり、改善活動に留まることがほとんどだが、DXでは外部環境を踏まえて、自社が今後どうしていくべきかを経営が考えて、戦略・実行計画を打ち出し、全社に発信し、

経営のコミットメントが必要

は、経営者が覚悟を決め、危機感と企業変革の必要性を発信することでしか始まらない。一朝一夕にはいかないが、長期的な視点で捉え、まずは一歩を踏み出してもらいたい。

片平 智之（かたひらともゆき）コンサルティング事業本部業務ITコンサルティング部シニアマネージャー



調整することで初めて、戦略を実行に移すことができる。

具体的には、ヒトの観点では第2回で述べたDX人材の採用・育成を始め、全社横断DX推進組織の組成、人事評価制度などである。

モノの観点では第1回で述べた具体的なテクノロジーやシステムインフラの整備

機関・株主など）への説明が求められる。情報の観点では戦略実行で収集・活用すべきデータ項目を示す必要がある。このように経営資源を調達・調整していくためには、現場の社員では難しく経営者にしかできないことが多い。

DXは経営者が覚悟を決め、危機感と企業変革の必要性を発信することでしか始まらない。一朝一夕にはいかないが、長期的な視点で捉え、まずは一歩を踏み出してもらいたい。

していく必要がある。

ある。冒頭で経営のコミットメントとはヒト・モノ・カネ・情報である。これらの配分調整は経営にしかできない重要な役目だ。経営戦略と整合した経験資源を調達・

のコントロールができることも挙げられる。経営資源

が必要になる。それらの整備を行う上では第3回で述べたセキュリティも重要な要素だ。カネの観点ではDX投資に必要な資金調達、投資対効果の試算、外部ステークホルダー（金融

全4回にわたり、DX推進における勘所をお伝えしてきた。多くの企業にとっ

は、経営目標を定め、内部環境（自社）を整合させることである。昨今の外部環境ではテクノロジーの変化

そのための、経営戦略であるDXはボトムアップ型で

果たす理由に、経営資源

幸いである。（毎週木曜日に掲載）

