

DX提言に込めた思い

—経団連 産業技術本部統括主幹 小川尚子さんに聞く—



経団連は、提言「デジタルトランスフォーメーション(DX)ー価値の協創で未来をひらくー」を5月19日に発表した。この提言は、「Society 5.0ーともに創造する未来ー」(2018年11月13日発表)で示された、「デジタル革新と多様な人々の想像力・創造力で課題解決や価値創造を図る社会」の実現に向け、企業が取り組むべきことを具体的に指針として示したものである。

現在、米国や中国など海外において社会・産業・生活のデジタル革新(DX)が加速的に進み、日本企業の既存ビジネスにも影響が及んでいる。さらに、今回のコロナ危機は、医療や教育、行政の現場、人々の働き方など様々な場面で日本のDXの遅れを浮き彫りにした。

こうした中で発表された同提言書が示す「日本発DX」は、With/Postコロナ時代に日本が自らの課題を解決し「課題解決先進国」となって、世界に打って出るための大きな一手となる。同提言では、日本がDXを進めるためのキーは「生活者の体験価値(UX:ユーザーエクスペリエンス)の追求」と「多様な主体による協創」だとしている。同提言に込めた思いを経団連の小川尚子統括主幹に聞いた。

日本発DXを世界へ

■今回の提言はどのような狙いで取りまとめられたのでしょうか。

小川 今回の提言は、Society 5.0の実現に向けて企業が「DX」を実践する手段を具体的に示すために、中西経団連の第二弾提言として発表したものです。最初のSociety 5.0提言で示した「産業構造の抜本的な改革」の指針を作るために、DXの推進に先進的に取り組む企業のキーマンに集まっていただきタスクフォースで議論を重ねました。

その結果生まれたのが、DXに関して先を行く米国や中国、欧州とは異なる、「協創による生活者価値の実現」をコンセプトとする日本発DXという考えです。この日本独自のDXによって、国内にある社会課題の解決を目指すとともに、世界に向けて発信していきたいと考えています。

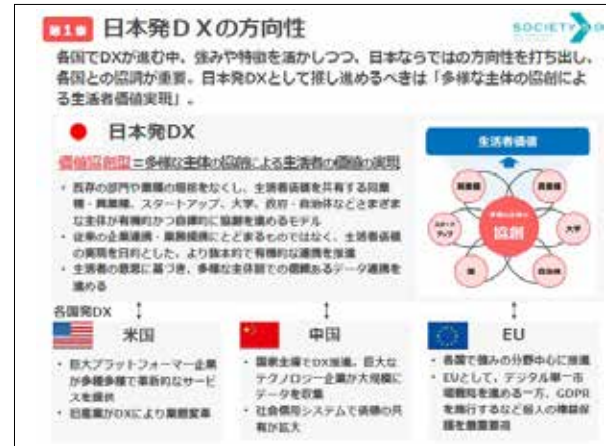
■日本は、DX推進に関して他国の後塵を拝しているという声もありますが、日本発

DXは成功するのでしょうか。

小川 今後、DX推進の主体となる企業には「生活者価値の実現」の観点から抜本的な変革が求められます。戦後の日本は、製造業を中心に高い現場力と技術力を武器に輝かしい成功の歴史をたどってきました。しかし、令和の時代となり、高品質・高性能な製品やサービスを提供するだけでは立ち行かない社会になってきています。

企業理念やビジョンについても、自社の視点から掲げたものではなく、「生活者がどのような価値を見いだせるのか」ということを企業全体で共有できる言葉に大きく変えていかなければなりません。生活者にとっての価値を前提として企業が迅速にビジネスを変革していくことが日本発DXのカギとなるでしょう。

DXにはデータの利活用が必要となりますが、日本人は、自分たちのデータを収集、活用されることに懐疑心が強いため、その不安以上のメリット(生活者価値)を示していくことも不可欠と考えます。



協創のための産業構造改革と人材活用

■生活者の価値を中心に据えたビジョンの達成は、現在の日本の産業構造のままで可能なのでしょうか。

小川 従来の製品・業種別産業構造(縦割り型の構造)の中の一企業・一業種だけで、例えば「快適な移動」や「無駄のないエネルギー」「健康な生活」などの生活者価値を実現していくことには限界があり、実現価値・課題別産業構造(横串型の構造)へと抜本的に改革する必要がありますと考えています。生活者価値に基づいて産業構造を再構築し、多様な企業あるいはその他の主体が価値実現のために得意分野の技術やチャネルを持ち寄るといった形が理想的な姿です。これが本提言でもう一つの力



ぎとしている、「多様な主体による協創」の形です。

協創という概念は日本人にとって目新しいものではありません。「世のため人のため一緒に働く」という考え方や「三方よし」という近江商人の心得のように、日本が古来培ってきた精神であり、日本人には協創の素地があると思います。

■日本発DXを推進していくに当たって、変革への足かせはないでしょうか。

小川 前述の通り、戦後の日本経済は“Japan as No.1”と称されたように奇跡的な成功を積み重ねてきました。当然、この成功体験は現在の日本を形作っているものであり、今後も貴重な財産として残る部分はあるでしょう。しかし、長い歴史を見ると、この戦後の期間はせいぜい約半世紀程度のものであり、その間の成功体験に過度に縛られて、次代の新たな成功を妨げることがあってはなりません。

「労働時間=成果」という考え方や「この会社ではこれが正しいやり方だ」と年長者が若手に押し付けるような組織風土が拭えていないという事実があります。これが今後、日本がDXを進めていく上で大きな足かせです。人が経験というアドバンテージを捨てることはとても勇気のいることです。しかし、デジタルネイティブで自由な発想を持った若手の意見をつぶさずに、彼らが遺憾なくその能力を発揮できるように中堅層以上がマネジメントしていくことが、今後のDX推進において極めて重要になります。多様な人材が活躍できる世の中にしていくことが、「生活者価値の追求」に向けて今まさに企業に求められていることと言えるでしょう。

次号(シリーズ第2回)以降では、今回のコロナ危機で浮き彫りとなった社会課題を解決していくための「協創」の取り組みを追っていく。

(聞き手・文責: 国際広報部主任研究員 横田有弘、国内広報部主任研究員 森山洋平)