

ビジネスシーンで役立つ極意(第4回)

DX2回戦、日本の中小企業はチャンスをつかめ

2023.03.07

コロナ禍を契機に、世界的にDX(デジタルトランスフォーメーション)の潮流が一気に加速した。日本企業は乗り遅れているのが現状だ。なぜ、多くの日本企業はDX導入に苦戦しているのか。DXでイノベーションを起こすには、何が必要なのか。早稲田大学ビジネススクール教授の入山章栄氏に聞いた。

DX1回戦は“惨敗した”日本企業。2回戦に勝機あり! ?



――コロナ禍を含む数年間で、日本でもWeb会議やセルフレジの浸透など、消費者レベルではデジタル化の進展を実感します。それでも世界的に見ると、日本企業はDXに後れを取っていると指摘されています。入山先生は、この現状をどう見ていますか。

確かに、日本では消費者レベルのDXはかなり進んでいます。ただ、BtoB企業内や、BtoC企業のバックオフィスなど、一般消費者に直接関わらない部分でのデジタル化は進んでいません。この領域は、世界から4~5周遅れだと感じます。

――日本企業に、巻き返しのチャンスはあるのでしょうか。

DX1回戦において、日本企業はGAFに惨敗しました。このDX1回戦は、スマホやパソコンの中のホワイトスペースが争いの舞台となり、よく空中戦にたとえられます。しかし、これから始まるDX2回戦は、デジタルとモノがつながるIoT、デジタルとヒトがつながるIoH(Internet of Human)が主戦場となります。いわば、空中戦と地上戦の融合になるわけで、私は、日本企業、特に、優秀な現場を強みとする中小企業には、勝つチャンスが残されていると見ています。

――空中戦では歯が立たなかった日本の中小企業。なぜ、空中戦と地上戦の融合になると、チャンスがあるのでしょうか。

GAFは本来、空中戦しか戦えない企業です。一方、日本の中小企業はモノづくりの現場が優秀で、地上戦で力を発揮する素地があります。今後、日本の中小企業がDXを推進し、得意な地上戦に加えて、空中戦も戦える力をつければ、強いです。私が、日本の中小企業にチャンスがあるとするのは、そういった意味合いからです。

日本企業のDXを阻む3大要因

――日本企業のDXが進まない、あるいは、うまくいかない原因はどこにあるのでしょうか。… 続きを読む