

事業会社におけるDXの活用例

土谷 良

目 次

- 1. はじめに
- 2. 事業会社におけるDXの活用例
- 3. DXをみるポイント
- 4. 終わりに

本稿ではDXの実例を複数紹介するが、最初に本稿におけるDXの意味を簡単に整理する。顧客に対し新しい接点・体験をもたらすDXとしてトヨタ自動車およびブリヂストン、丸井グループを取り上げる。またDXを通じて顧客に時間価値を提供することに成功したミスミグループ本社、DXへの多様な取り組み方の例としてヤマトホールディングスを取り上げる。最後に、DXへの取り組み方を評価する上で鍵となるポイントを整理する。

1. はじめに

そもそもDX（デジタルトランスフォーメーション）とは何なのか、いったん筆者なりに整理しておきたい。教科書的な定義に従えば、ビジネスにおけるDXとはデータやデジタル技術を駆使して、ビジネスに関わるすべての事象に変革をもたらすこと、となろう。一般的な消費者やユーザーの立場から考えると、日常のライフスタイルをより良いものに変えるコト・モノ・サービスを支えるデジタル技術あるいはプロセス、といえそうだ。とはいえこれでは具体性に欠けることから、本稿では、**図表1**の通りDXを三つのステップに分類

する。

基礎レイヤーに相当するデジタイゼーションは、アナログで存在する既存データをデジタル化したり、限定された特定領域の業務をデジタル化したりする段階になる。OCRにより紙文書をデジタルに変換しペーパーレス化を導入する、押印に代わる電子認証システムを採用する、といったことである。中間レイヤーとなるデジタライゼーションは、ウェブ会議システムを用いたオンライン会議・商談の導入、クラウドサービスを活用したりリモートワーク導入、設計試作段階の完全CAD／CAM化など、より広範囲な業務フローをデジタル化する試みを指す。RPA（ロボティック・ブ



土谷 良 (つちや まこと)

みずほ証券エクイティ調査部ディレクター。1997年慶應義塾大学総合政策学部卒業。同年4月富士銀行（現・みずほ銀行）入行。2000年4月ゴールドマン・サックス証券会社投資調査部入社。その後外資系証券会社、日系運用会社ファンドマネジャーを経て、2015年3月から現職。