

経営者は今すぐ意識を変えるべき

DXの主役はベンダーではない
事業部門主導の内製化が成功のカギ

DX推進に向けては、業務の全面的なデジタルライゼーションが前提となる。日々、社員がデジタルの恩恵に浴することで、業務の現場がデジタル視点で新たなサービスの着想を得られるようになるからだ。日本ビジネスシステムズ（JBS）は、この現場主導による「内製化」こそがDXの神髄だと提唱する。経営者はデジタルの利点を正しく理解し、自ら積極的に活用して、強い決意と信念で全社のデジタルライゼーションを推進していく必要があるという。

日本ビジネスシステムズ株式会社
代表取締役社長

牧田 幸弘 氏



「経営者は、若い社員に教わりながら
デジタルを積極的に活用してほしい」

DXの遅れを取り戻すために
必要な3つのステップ

桔梗原 ビジネスのニューノーマル対応が企業にとって喫緊の課題になっています。日本企業の状況をどのように見えていますか。

牧田 厳しい言い方になりますが、コロナ禍をきっかけに、日本企業の多くがいかに非効率で、生産性の低い状態だったかが露呈してしまった印象です。

確かに、外出自粛の要請が高まる中

でテレワークの導入は進みました。しかし、書類にハンコを押したり、電話を受けたりするためだけに出勤が必要な会社はまだ多くあります。こうした状況を生んでいる主な要因が、デジタル化の遅れにあることは明白です。社員の働く場所や紙の書類に依存したビジネス慣習を脱しきれていないということが、DXを阻む大きな原因になっているのです。

桔梗原 この状況を脱却するにはどうすればよいのでしょうか。

牧田 3つのステップを踏むことが必要だと考えています。ステップ1は「経営者がデジタル活用の重要性を正しく理解する」こと。トップ自らがデジタルを使って、強いリーダーシップで業務のデジタルライゼーションを進めるこ

とがスタートラインになります。DXが進まない企業の特徴として、経営者自身がデジタル活用の価値を十分に理解できていないことが挙げられます。デジタルによって仕事のスピードアップが図られ、自社の競争力が各段に高まることを経営者自身が実感できていないのです。IT投資の点でも日本企業は欧米に比べ圧倒的に遅れているのが実態です。

ステップ2は「全社のデジタルライゼーション」です。若手から中堅、ベテランに至るまでの全社員が、フルデジタルで日々の仕事をこなせる環境を整えること。これによって、社員一人ひとりが日々の業務の中でデジタルの意義や価値を体感することができます。すると、現場主導のDXの筋道が、自然に

開かれていきます。

そして「DXを事業部門主導で推進する」のがステップ3。ステップ2まで来た段階で下地ができているため、デジタルを使った新たな企画やサービスのアイデアがおのずと生まれてきます。DXは決して難しいことではありません。

ここで強調しておきたいのが、業務のDX化は決して外部のベンダーに丸投げしてはいけないということです。DX実現の主体は自社の事業部門であり、「内製化」によって社内で推進するのです。ビジネスの実情やお客様の課題を最もよく知る事業部門がデジタル活用の中核を担うことです。それによって現場の力をDXに向けた「戦力」にすることが可能になります。

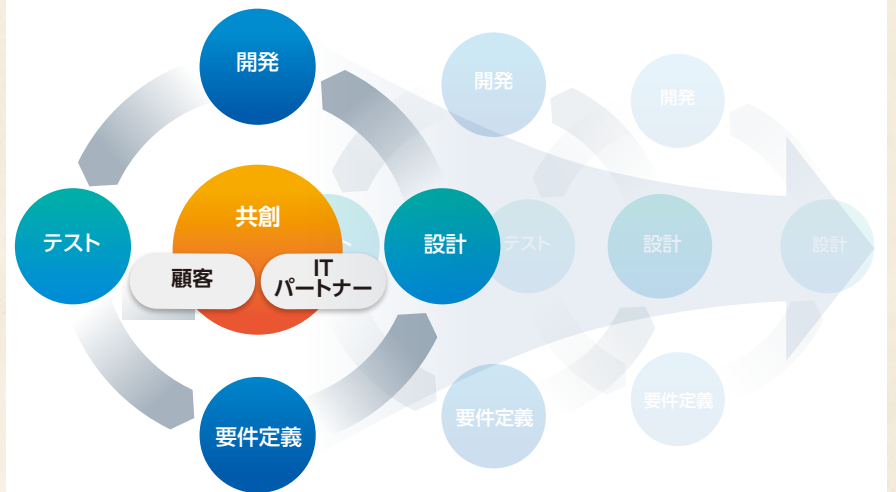
事業部門自らがデジタルを活用し
サービス開発に取り組める時代

桔梗原 JBSはDX実現に向けて事業部門主導の内製化を提唱するのですね。

牧田 その通りです。もっともこのように言うと、「現場社員にプログラミングなどのスキルを習得させるのは無理」という声が上がります。しかし、ここでも経営者は考えを改めるべきです。今日では、様々なクラウドサービスが利用可能であり、それを組み合わせることで、優れたシステムを短期間で構築できるようになりました。高度なIT知識やプログラミングスキルは、DXの必須条件ではなくなっているのです。また、今の若い社員はデジタルネイティブ世代であり、すぐに戦力となる人材が多いと思います。

内製化するからといってITベンダーを排除するという意味ではありません。むしろ、テクノロジーが急速に進化する現在は、クラウドサービスの選定や組み合わせ方など、インテグレー

図 内製化実現のための共創体制



主体は顧客企業の事業部門であり、価値創出パートナーとしてベンダーが併走する。この方式で、DX推進に向けたシステム構築の内製化を支援する

ションにおけるベンダーの役割も変容し、より重要性が増しています。ベンダー自身もクラウド時代に合わせて変革しています。情報システム部門が間に入って事業部門とベンダーの「共創」を促すことで、内製化を進められる時代が到来しています。

アジャイル開発を共に進め
顧客の内製化を後押しする

桔梗原 JBSが提供する顧客支援のイメージを教えてください。

牧田 当社にはデジタル活用の知見を備え、ビジネス戦略に沿ってITシステムの方向性を提示できるプロフェッショナルがいます。彼らがお客様の社員で構成されたプロジェクトチームに参画し、一体となってアジャイル型で「つくって」「動かす」を繰り返していく形が理想です。これによって、アイデア出しからシステムの開発、改修などをお客様主導で行えるようになっていきます（図）。

システムの稼働後も改善・機能追加など自社でコントロールできる体制が整い、自信を持ってデジタル活用を進め

られるようになります。この成功体験が、ほかの部署へと伝播していく。これによってDXを推進していくことが、我々が目指すお客様との「共創」の姿です。

桔梗原 JBSの強みは何でしょうか。

牧田 当社は「Microsoft 365」「Microsoft Azure」など、マイクロソフトのクラウドサービス群を用いたインテグレーションを最大の強みとしています。長年のマイクロソフトGoldコンピテンシーパートナーであり、特にAzureについては高度な専門性を有するパートナーに与えられる「Advanced Specialization」を取得しています。また、お客様に提案するサービスや製品は、まず自社で試してみることも重要だと捉えており、それによってJBS自身がショーケースとなってリアルな体験を伝えることができます。

これらの高い技術力と経験をもって、世の中の優れたクラウドサービスの利活用や運用を支援し、お客様のビジネス成功に貢献するというのが当社の方針です。信頼されるパートナーとしてお客様のDX推進を共に実現していきたいと思っています。

お問い合わせ

JBS

日本ビジネスシステムズ株式会社

東京都港区虎ノ門1-23-1 虎ノ門ヒルズ森タワー 16F
URL : <https://www.jbs.co.jp>

