

デジタル産業の創出に向けた研究会

第1回議事要旨

会議概要

日時: 令和3年2月4日(木) 13:00-15:00

場所: オンライン (Microsoft Teams を使用)

議事要旨

■ デジタル産業の姿とは

- デジタル産業における業界の概観
 - デジタル産業では、多種多様なパートナーとのエコシステムを通じて、顧客をスピーディに変革することが必要。
 - 各企業がデジタルケイパビリティを獲得したのちに、そのデジタルケイパビリティをやり取りするプラットフォームが必要。
 - ◇ 現状、多種多様な DX ソリューションが存在する。デジタルビジネスエコシステムの効率的な形成のためには、各社の DX ソリューションを組み合わせるためのアーキテクチャが必要。
 - デジタルデータの活用をデジタル産業内でどう位置付けるのかを明確にすべき。
 - ネットワーク型の産業構造全体を考える際には、ユーザー企業・ベンダー企業だけでなく従事者を加えて構想を練るべき。
- デジタル産業における企業とその業務
 - 別紙1に示されたデジタル産業の4類型のうち、ベンダー企業は一つを選び先鋭化することが重要である可能性がある。
 - ◇ 現在の大手ベンダー企業は何かの特化しているわけではなく、4類型全方位で対応している。しかし、各社が強みを持ち合って新しい価値を持つデジタル産業の下では自社を特徴づけることが必要。
 - ネットワーク型の産業構造となるためには、まずはネットワークの主体となる企業に見つけてもらいやすいよう、各社が特徴を持つことが重要。
 - ◇ 各社が特徴を持つためには、R&D や教育投資が重要であり、売上高比 R&D 費や売上高比教育費は指標の一例。
 - 地方の地場企業や中小企業の変革も必要。したがって、地方企業・中小企業等、いまだ勝ちパターンを獲得できていないステークホルダーの視点からも、ベンダー企業・ユーザー企業の勝ちパターン類型を提示すべき。

■デジタル産業における企業類型にはどのようなものがあるか

- ユーザー企業・ベンダー企業という分類がなくなっていく可能性は十分ある。
 - ◇ 顧客とパートナーとの融合も発生しつつある。
- デジタル産業では産業別にデジタルプラットフォームが形成され、各業界にデジタル業界ができるだろう。

■デジタル産業に向けた変革の方向性とは

- デジタル産業に向かう前に必要な条件
 - デジタル産業の姿を考える以前に、ユーザー企業・ベンダー企業の関係が協調関係となるように変化させることが必要。
 - ◇ これまで企業間取引は取引や調達といったトランザクションコストによって行われてきたが、これからは説明、物語、あるいは共感といった自社の信念を相手に信じてもらえるような「共感」関係が重要。
 - まずは各社がビジネスケイパビリティを明確化すべき。
 - ◇ 自社のビジネスケイパビリティが明確になっていない限り、ビジネスケイパビリティのデジタル化はできない。
 - ◇ ビジネスケイパビリティを発掘・分析するという作業をしなければ、デジタル産業は「絵に描いた餅」になる危険がある。
- デジタル産業に変革する目的・ゴール設定
 - デジタル産業とは何か、概要を捉えるべき。
 - ◇ 企業間が価値を提供する/享受するという関係だけではなくなるだろう。
 - ◇ 市場として成立するののかという観点も含め、ビジネスモデルを考えるべき。
 - ネットワーク型の産業構造を目指すうえでデジタルトランスフォーメーション(DX)は手段に過ぎず、目的ではない。ユーザー企業とベンダー企業が共創するためには、サステナビリティ・トランスフォーメーション(SX)等の共通の目的感が必要。
- デジタル化に向けた変革の手段
 - ベンダー企業がリスキリングを実施するためにはインセンティブが必要。
 - ◇ 現状、人員が不足するほど仕事があるベンダー企業は、DevOps やアジャイルに関する研修を行う必要性は理解している一方で、目の売上に繋がらないためなかなか研修の実施に踏み切ることができない状況。
 - 業界全体で IT スキルを向上させる支援や、ユーザー企業の IT 部門を魅力的にする支援をしていくべき。
 - ◇ 日本における IT 人材がシステムインテグレーター(SI)等のベンダー企業に偏っている状況を変えるためには、リスキリングに対する補助プログラムや資格制度の拡充を行うなど、業界全体での IT スキルの底上げや、ユーザー企業における IT 人材の待遇や立場の向上を支援すべき。

- ユーザー企業が、自らの RFP がアジャイルを前提としたものかどうかをセルフチェックするツールがあれば望ましい。
- ユーザー企業の IT 部門とベンダー企業の変革は対であるため、ユーザー企業の変革についても別途検討する場が必要。
 - ◇ 変革を進めていく際のモチベーションや、実際にリソース配分をする際に必要な環境変化やマーケットニーズを適時に捉えることを得意としないユーザー企業も多いため、ユーザー企業を補強する方向も併せて考えていくべき。

■ 社会の変化が進む中、(地方含む)ベンダーに求められる役割とは

- 現在のベンダー企業は業態変革において大きな転換点にある。
 - ◇ 総合商社は、1980 年代以降、あらゆる事業リスクを取って中間貿易からの転換を図った。ベンダー企業も、リスクを限定的に受託している現状から、リスクを取りに行く業態に変革する時期であると言える。
- デジタル産業において、複層化したバリューチェーンの先駆者となるのはベンチャー企業。大手ベンダー企業は協調領域の実現をサポートするという流れになるだろう。
- デジタル産業に関連するベンチャー企業の設立を支援するという方向も存在。
 - ◇ Amazon Web Services のように、各社がデジタルケイパビリティを販売するという方向性に加え、ソラコム社の IoT プラットフォームのように、デジタル産業関連のスタートアップ立ち上げに対する支援をする選択肢もある。
- ベンダー企業各社がグローバル展開する中、日本で価値を保つ仕事を考える時期に来ている。その一例が DevOps やアジャイル型のプロジェクトだろう。

以上