

# デジタル経営研究会の 新年度活動方針

2019年4月

デジタル経営研究会

魚谷 幸一

# Digital Transformation

The digital transformation can be understood as the changes that the digital technology causes or influences in all aspects of human life.

--- Erik Stolterman Umea University, Sweden

# 「デジタル経営」とは

3

- 「デジタルの力をうまく活用して、企業が生き残り、生まれ変わり、あるいは起業し、周囲とつながり、成長することを目指す経営」  
by デジタル経営研究会

# SCMビジネスモデル研究会 1999年

4

- 「SCMビジネスモデル」とは  
「SCMの時代」に適合し続ける企業のコンセプトや業務の考え方をモデル化したもの  
「ビジネスプロセス」が連続的な業務プロセスからアプローチするのに対し、  
「ビジネスモデル」は概念を表現したものとする
- 「SCMビジネスモデル」の目的・狙い  
仕組み構築の「あるべき姿の要件」として「ビジネスモデル」を位置づける  
「SCMの時代」への適合という視点で、企業や業務を再思考する
- SCMビジネスモデルの進め方  
事例から学ぶ。SCMベンダー、SCMソフトのコンセプト、雑誌等  
業界やSBU・商品で、必要SCMをパターン化し、SCMの特徴を具体化・追及する  
特定業界に絞り、必要なSCMを構想し、具体化する  
SCMの定義・用語を具体化し、実践に活用できるように仕上げていく  
(全体最適、BTO、ECRなど)

# メンバーの目的意識

- 魚谷
  - ERPパッケージ導入の期待効果
  - 日用雑貨におけるSCM的取り組み
- 鈴木
  - 国際会計基準と日本版金融ビッグバン
  - キャッシュフローとSCMにおける課題
- 若槻
  - カラーフィルムにおけるサプライチェーン改革事例
  - 画像材料・機器製造業のSCM事例ー全社的デリバリー管理を中心にー

自分の興味があるテーマを進める。自分が強くしたい領域を自発的に進める。

# メンバー同士の切磋琢磨

- テーマをメンバーにランダムには割り当てない。
  - 自分のテーマに対して意見や経験を聞きたいときは、「俺にしゃべらせろ」と手を挙げる
  - または、
  - 聞きたいテーマがある会員が「この分野はあなたが強いから、聞かせてほしい」と依頼する
- やりたいテーマをやる。会員のウケは考えなくてよい
  - 呼べる講師を呼ぶのではない
  - 受けるテーマに新しいものはない

- “SCM”についての認識
  - SCMの方法論はとっくに確立。阻害要因も明確
  - 何をどうすべきか、は分かっている。でも、乗り越えられない
  - 当たり前前のことを当たり前前に完遂することの難しさ
  - 中小企業の勝ち残りは、企業間連携の荒波をかいくぐること
- “IT経営”についての認識
  - ITによる経営改革。ITベンダーのセールスストックの片棒は担がない
  - ITの可能性を最大限に引き出している企業は少ない
  - 「IT新改革戦略」...2010年度までに企業経営をITによって最適化する企業の割合を世界トップクラスへ

# 反省点1 プレゼン力偏重

- 栗山前会長の主張

「ヘタクソなプレゼンテーションは犯罪です」

- 「伝える能力は大事」

「伝達」はプレゼンだけが手段ではない。

文章で伝えるのが得意な人

一対一で話をして伝えるのが得意な人

...人それぞれに得手不得手がある

- 研究会で切磋琢磨するためには「プレゼン」は必要だが、

「ヘタクソなプレゼン」は、会員同士が切磋琢磨するには、  
さして問題ではない。

## 反省点2 ゲスト依存

9

- ゲスト講師に依存する傾向

ゲスト講師人数(シンポジウムを除く)

2013年度 9人

2014年度 14人

2015年度 12人

2016年度 8人

2017年度 10人

2018年度 5人

## 反省点3 固定的開催パターン

10

- 「講演・発表など2本」以外のパターンが少ない

2014年度 シンポジウム、PMS  
2015年度 (なし)  
2016年度 シンポジウム、見学会、PMS  
2017年度 分科会発表、見学会  
2018年度 分科会発表  
(テーマ検討を除く)

PMS: Personal Marketing Session (自己紹介＋売り込み)

# 再強化したい活動

11

- 情報発信
- 分科会活動
- 他の研究会との交流

- やりたくないと考えていること
  - ① 「診断士たるもの、これは勉強しておくべし」というお仕着せ
  - ② 「ここへきて、俺に教えろ」という知的好奇心を満たすための勉強
- 会員それぞれが、成果を持ち帰り、自分の仕事で結果を出す。  
可能な範囲で、その結果を共有したい。

# 分科会活動の活性化

13

- テーマを共有する少人数のグループで、定例会開催日の午前に、深い討議を行う。
- 分科会での議論を定例会へ広げる→会員発表  
または、  
分科会のニーズによりテーマを設定→ゲスト講師

# 他の研究会との交流

14

- 他の研究会で発表、または他の研究会から講師を招へい
  - 1999年度
    - 城西・情報管理研究会
    - 城北・情報診断研究会
    - 中央・物流研究会
    - 城西・生産問題研究会
    - 城北・情報診断研究会(2回目、3回目)
  - 2000年度
    - 中央・コンピュータ研究会
    - 城北・情報管理研究会(寄稿)

# 今後への思い 「デジタル」とは

## • 「デジタル」の意味

- デジタル時計：時刻を時・分などの整数で表示
- デジタルテレビ放送：デジタル変調とデジタル圧縮を使用
- デジタルマーケティング：インターネットを利用
- ここでの「デジタル」は、「ITを取り入れる」。  
反対語は「フィジカル」
- その特徴は、  
「速い」  
「劣化しない」

「Why Digital Matters? “なぜ”デジタルなのか」(プレジデント社)より抜粋

# 今後への思い 何を研究するのか

16

- 「デジタル経営」とは、  
「デジタルの力をうまく活用して、企業が生き残り、生まれ変わり、あるいは起業し、周囲とつながり、成長することを目指す経営」

その5W1H

どうやって？（方法論）

誰が、いつ、どこで？（事例）

何を？（対象）

何のために？（目標、戦略）

- 「何のために」の研究

- 「デジタル」が経営革新プロジェクトの方針だとすれば、その上位にある

経営戦略／経営目的  
を研究する。

- 分野：  
マーケティング、サプライチェーン・マネジメント、新事業創出、顧客満足度向上、働き方改革、コンプライアンス、...

経営目的(理念)

経営戦略

プロジェクト方針

個別の業務改革・改善

## ・「何を」の研究

- ・ 販売プロセス、購買プロセス、決算・財務報告
- ・ 研究開発、製品企画・開発
- ・ 生産、現場改善、在庫管理、製品物流、JIT
- ・ 情報システム開発、運用管理

## ・「いつ、誰が、どこで」の研究

- ・小松製作所他 LANDLOG
- ・ダイムラー car2go
- ・ケーザーコンプレッサー 圧縮空気販売

「Why Digital Matters? “なぜ”デジタルなのか」(プレジデント社)より

- 「どうやって」の研究

- 適用するITの研究

- ERP、CRM、PLM、CAD/CAM、スケジューラ、EDI、...
    - ディープラーニング、RPA、ブロックチェーン、...

- プロジェクト・マネジメント、リスク・マネジメント、...

- 人材開発・人材育成

- . . . .