

現地・現物から始める経営トップ層の デジタルリテラシー向上

“Japan as No.1”といわれた80年代をピークとした日本の産業競争力の低下は、米国が主導したデジタル化の進展とタイミングが一致している。現在、デジタル化は第2幕が開けようとしているが、日本企業の取り組みは、デジタル先進企業に比べて3年程度、後れをとっているのではないだろうか。

今から4年前、弊社は、次世代製造業の先行研究としてドイツのインダストリー4.0を紹介したが、その当時は残念ながら、日本企業からは期待したほどの反応は得られなかった。その後、関連出版物が続々と発行されるようになり、ようやく今では、インダストリー4.0のインパクトを正確に理解する経営トップ層が増えてきたとの実感がある。しかしながら、そのインパクトについて全社で共通認識を持ち、デジタル化に取り組んでいる日本企業は多くないのが現実であろう。

デジタル化が進んでいるのはドイツだけではない。昨夏、中国でトップに立つIT系企業を訪問した際、同社のビッグデータサービスの先進性とそのインパクトの大きさに驚きを禁じ得なかった。名の知れた企業であるが、同社を訪問した日本企業は数社にすぎず、何らかのビジネス上のアクションを起こした企業はないとのことであった。

デジタルに頼らなくても、日本企業の効率性は十分に高いという意見も一部にはあるが、国内では少子化が進み、海外事業の生産性が高いとはいえない状況にある中では、やはり、デジタル化の遅れに対する危機感と、先行するグローバル企業から学習する姿勢は不可欠である。デジタル化のインパクトについては、耳学問だけでは実感や危機感を持ち得ない。米国やドイツに赴任したことのある経営者からは、その現実を目の当たりにし、初めてデジタル化のインパクトに恐怖したとの話を聞いたことがある。だからこそ、政府、産業界のリーダーは、デジタル化の現実や可能性を、現地・現物で直接確認する必要がある。

ドイツの政府、産業界では、ものづくりの分野では日本に負けたという危機感が強いが、デジタル化の第2幕においては、IT大国米国にも負けたくないという意識が高く、長期的な目線で第4次産業革命に取り組んでいる。一方、日本の政府、産業界では、デジタル化の遅れが引き起こした産業競争力の低下について、そこまでの危機感がないのではないだろうか。

本格的なデジタル化時代への突入に当たり、まずは、トップ自らが、その機会と脅威を直接確認することから始める必要がある。

常務執行役員
コンサルティング事業本部長
村田 佳生