



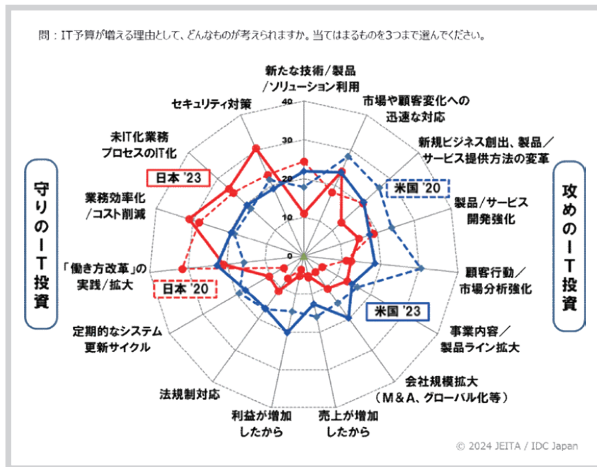
日米デジタル経営調査結果を発表

ソリューションサービス事業委員会、情報政策委員会、ITプラットフォーム事業委員会は、IDC Japanと共同で実施した「日米デジタル経営調査」の結果を発表しました。本調査は2013年、2017年、2020年に続く調査であり、民間企業の非IT部門のマネージャーおよび経営幹部を対象にアンケートを実施、日本と米国それぞれ約300社に回答協力をいただいた結果をまとめ、デジタル経営に取り組む日本企業への提言を示しました。以下、主な内容をご紹介します。

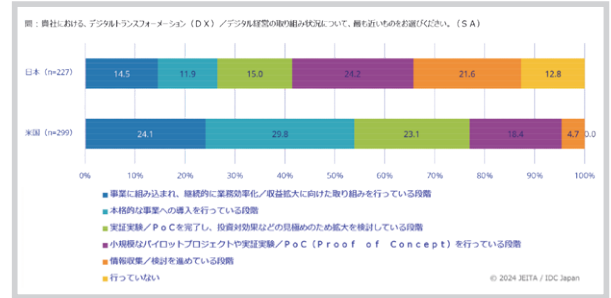
調査結果のサマリー

日本企業は全般的には「効率化」のためにデジタルを活用しており、半数以上の日本企業が長期的なデジタル戦略を有しています。デジタル戦略と経営戦略が一体化している日本企業は「攻め」の目的が明確でデータドリブン経営による成長を指向しています。

【IT投資が増える理由】

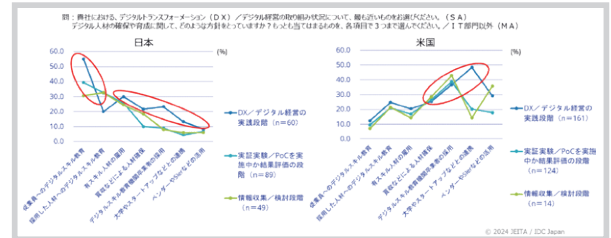


【DX/デジタル経営の取り組み状況】



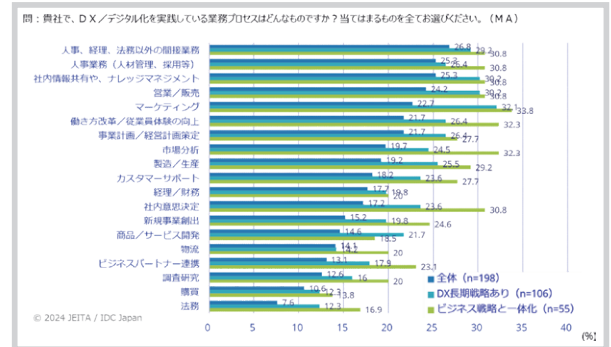
日本企業のデジタル人材育成は、テクノロジー部門、ビジネス部門ともに既存従業員の再教育が中心で、外部からの採用や買収などを活用する米国企業とは異なります。日本の労働市場状況を考えると、より幅広い人材調達戦略が必要です。

【人材確保：ビジネス部門(DX/デジタル経営の取り組み状況別)】



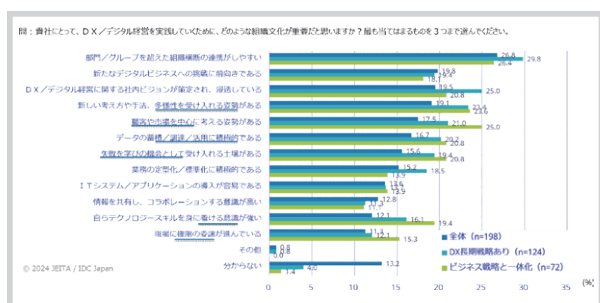
日本企業のデジタルテクノロジーの適用領域は米国企業に比べて狭いです。日本企業は「プロセス」のデジタル化が中心で、データを使った経営が緒に就いたばかりです。

【日本企業のDX/デジタル化の適用領域】



デジタル経営を進めるには組織文化の変革が必要、という意識も日本企業では低いです。日本でもデジタル戦略と経営戦略が一体化している企業では、外部起点の思考、多様性の受容、権限移譲など変革の傾向がみられます。

【日本企業のDX/デジタル経営に向けた組織文化】



提言

これらの調査結果を踏まえ、日本企業に対する提言を示します。

デジタル「経営」であることの理解

「経営」の視点からデジタル活用を考える「デジタル経営」の意識を強くし、幅広い業務プロセスで多くのテクノロジーを試すことが肝要です。「デジタルのため」ではなく、「競争に勝つため」「従業員のやりがい」という高次の目的を設定し、戦略、人材、投資、組織文化、CSRすべてに「デジタル」を内在させる必要があります。

日本企業の実態に即した人材施策と組織変革

社内IT人材が少ない状況では、パートナーやベンダー活用が必須です。米国企業も内製から外部ベンダーを活用する意識が高まっており、「丸投げ」にならずに適切な人材を社内外で確保できる仕組みを整える必要があります。そのためにも、さまざまな知見、スキル、経験を持った人材が、適時適所で活躍できるように、流動性を考慮した人事制度、評価制度との連動強化などが必要になります。

「米国企業だからできる」という考え方を捨てる

米国企業も「抵抗勢力」に対処してきており、経営層とミドルマネジメントの協力が必須です。米国企業ができて、日本企業ができない理由はありません。

調査概要

- 調査目的：日米企業におけるデジタル経営の取り組み状況を明らかにして、日本企業に向けた提言をまとめる
- 実施時期：2023年10～11月
- 企業規模：従業員数が300人以上の民間企業
- 産業分野：パブリックセクター（政府/自治体、教育、医療）およびITベンダーを除く全業種
- 回答者：情報システム部門以外に在籍しているマネージャーおよび経営幹部
- 調査形式：Webアンケート
- 回答数：日本257社、米国300社

JEITA、日米デジタル経営調査結果を発表

<https://www.jeita.or.jp/japanese/topics/2024/0306.pdf>

発表資料

<https://home.jeita.or.jp/solution/report/file/240306-JPUSReportDL.pdf>

本件のお問い合わせ

事業戦略本部 事業推進部 事務局
E-mail : itt3@jeita.or.jp