

# DX お悩み相談室

第10回 「イノベーションの起こし方」のお悩み


## 業務データは眠れる宝の山 「不」の解決」の視点で考えよう




**Jさん(経営者)**…製造小売業の当社では、生産管理や在庫管理、受発注システムなどのデジタル化を進めてきました。それによって、業務効率化は進んでいます。しかし、「デジタルで業務そのものやビジネスモデルを変革し、競争優位性を確立する」という本来のDXの目的への道筋が見えません。単に既存事業を効率化して続けていくだけではだんだん先細りになってしまっているのではないかと危機感があり、デジタル技術を利用して新しいビジネスを生み出したいのですが、アイデアが浮かびません。そういったDXは、やはり大企業やIT企業でないと難しいのでしょうか。

**柴山**…中小企業でも、デジタルによるイノベーションや新事業創出の事例はあります。例えば、ある小規模の老舗酒造では、従来、製造工程の温度管理や発酵の見極めなどは杜氏が経験と勘に基づいて行っていました。しかし、それだとしても仕事も属人化してしまったり、作業の長時間化や夜勤労働などが問題となってしまう。そこで、杜氏の労働環境の改善を主な目的に、製造現場をデジタル化。発酵温度管理をIoTセンサーと遠隔モニタリングでデジタル化することで、夜勤なしでの発酵管理を実現。それによって、杜氏の勤と経験として蓄積されて

回答者



柴山 治  
(しばやま・おさむ)  
デジタル戦略プランナー/  
株式会社YOHACK CEO



米国ワシントン大学 経営学修士課程 (Global Executive MBA) 修了。ITベンチャー、コンサルティングファーム、外資系生命保険会社などを経て、現在は株式会社YOHACK代表。企業の成長フェーズや課題に応じた、テラーメイドの支援を提供している。著書に『日本型デジタル戦略』などがある。

※DXに関するお悩みは、どんなことでもお気軽にご相談ください。

**柴山**…はい、Jさんが知りたいのはこの先です。ね。デジタル化することで、日々の業務の中で多くのデータが蓄積されていきます。この蓄積されたデータは、実は使い方によっては大きな利益を生む可能性のある潜在的な「宝の山」なのです。例えば先ほどの老舗酒造が発酵温度管理で得たデータを食品会社や薬品メーカーなどに提供して、新たな商品を開発するということも考えられます。

**Jさん**…データそのものが商品になるんですね！

**柴山**…食品会社などからすると、自社で一から施設をつくって研究するのはコストも時間もか

かりますから、非常に貴重なデータというわけです。また、これはJさんの業界に近い事例かと思いますが、金属加工のいわゆる町工場が共同で、生産現場の非効率を解消するために外部の助言を得ながらシステムを開発。そのシステムを自社の業務改善に使用するだけでなく、工場の生産管理システムとして外販もしているそうです。

**Jさん**…工場の知識やノウハウも商品になるのか……。中小企業だからDXは無理、ということではないんですね。

**柴山**…はい。業務が属人化しやすい分野は意外にデジタルと相性がいいと思いますし、中小企業は、経営者が現場と距離が近く顧客のこともよくご存知なことや、意思決定の速さなどをうまくいかせば、可能性は大いにあると考えています。

**Jさん**…そういうアイデアは、どうすれば生み出せるのでしょうか。私は、デジタルにあまり詳しくないので……。

**柴山**…今すぐにはできることがあります。Jさんは、今のスマホをいつから使っていますか？

**Jさん**…たぶん3、4年は使っていると思います。

**柴山**…それを最新の機種に変更して、二元の機種とどこがどう変わったか何ができるようにしたかなど、いろいろ触ってみてください。私は、社長

は常に最新のガジェット(デジタル機器)を使うのがいいと思ってるんです。そうすると、常に先端技術の一端に触れることになるので。

**Jさん**…なるほど。確かにそうですね。

**柴山**…あとは、漠然と考えているだけでなく、言語化することが重要です。自社の強みやどんな技術やデータを持っているかなどを、まずは書き出してみてください。そのうえで、それをいかにビジネス化する視点としては、生活の中や仕事の現場における「不」を解決するのにどう使えるかを考えてみると思います。

**Jさん**…不？ですか？

**柴山**…「不便」「不満」「不快」「不安」などです。毎日の生活での小さなひっかかりから社会課題にもつながる大きな問題までいろいろあると思いますが、人がお金を払ってでも解決したいと思う「不」にはビジネスチャンスがあります。先ほどの酒造や工場の例では、メーカーの開発費用や時間の不足、中小企業の現場における技術の継承や事業継続への不安などの背景があると考えられます。また、最近話題のスリープテックは、現代人の慢性的な睡眠不足、特に日本は「睡眠不足大国」と言われ睡眠の不満を抱える人が多いことなどを背景にして大きく伸びています。誰もが必ず関係する睡眠についての「不」を解決する技術なので、マーケットが大きいわけですね。

**Jさん**…そういう「不」は、まだいろいろありそう

ですね。周りの人たちにも困っていることがないか聞いてみて、言語化して考えたいと思います。

**柴山**…それがいいと思います。もちろんすぐにうまくいくとは限りません。私も社長になってから、自分が思いつくようなアイデアの多くは、たいてい既に誰かが考えているのだと痛感しています。しかし、御社の強みや蓄積したデータは、誰かが思いついたとしてもすぐに真似することはできませんから、あきらめずにチャレンジしてほしいと思います。



日々の業務で蓄積されるデータは、  
使い方次第で輝く「宝の山」