

# DXが加速するGX

— リサイクルビジネスの目線から —

## 第10回

資源循環システムズ  
取締役

瀧屋 直樹

担当者が経営層から意味わからずに「DXに取組んでくれないか」との指示を受けながら、経営トップがシステム部門などにDX推進を丸投げする企業は、結果的に失敗に終わる可能性が高い。

取り組んでくれないか」との指示を受けながら、経営トップがシステム部門などにDX推進を丸投げする企業は、結果的に失敗に終わる可能性が高い。

激な変革を促進する可能性を持つ。ビジョンを「変革の基盤」において、各個人が何をなすべきかを主体的に判断することが可能となる。

命運を左右する重要なプロジェクトであり、経営トップ自らがプロジェクトの責任主体となるべきなのである。

DXビジョンに盛り込むべきゴールは、「デジタル化された未来の姿」と「自社の存在意義」を示す羅針盤となり得るのだ。

DXビジョン実現のためには、何を、どうやって、いつまでにすべきかを戦略として示す必要がある。例えば「デジタル

## DXビジョン・戦略により描く未来

# 経営者こそが変革のキーパーソン

DX推進の第一歩として重要なのは、「なぜDXに取り組むのか」、さらには「DXで何を自指すのか」を経営者がビジョンと戦略として示すことである。そこで意識すべきは、DXが自指するのはデジタルツールの導入ではなく、ソフトとハードの導入によってどのような企業に変革するか、どのような価値を創出するかである。既存調

も、生産性の向上やサービスの高付加価値化・新サービスの創出などにおいてDXの成果が上がったといった疑念を払しょくするのもビジョンの役割である。進むべき方向についての共通理解が存在していない場合には、経営者が示すビジョンは現状を維持しようとする抵抗を克服し、成功を収める変革に見られる急

い。社内で蔓延する「その変革は当社にとって本当に必要なのだろうか」といった疑念を払しょくするのもビジョンの役割である。進むべき方向についての共通理解が存在していない場合には、経営者が示すビジョンは現状を維持しようとする抵抗を克服し、成功を収める変革に見られる急

大規模な変革には、多くの社員が短期的な自己犠牲をいとわず、変革に協力を惜しまない姿勢を示す実行体制にまで達する必要がある。経営者が直接信頼できるコミュニケーションを

ニースや課題を明確にし、自社がどのような価値を社会や顧客に対して提供できるのか（存在意義）を社員レベルにまで落とし込む。この際、注意しなければならないのは「AI・IoTを用いた技術革新を図る」と

技術を駆使した新たなビジネスモデルへの転換方策」などを具体事例にまで落とし込むことで、関係者を束ねる指針としてのDX戦略の策定を自指すべきである。従来のIT戦略は、「システム化」

なファクターであり、むしろオーナー経営の中小零細企業こそ、その組上が整っていると言え、ビジョン・戦略を掲げるトップ自らが現場にいき、ビジョン・戦略を伝える姿勢を示すことこそ、DX実現に向けた要論が見出せるのである。



- 「デジタル化された未来の姿」と「自社の存在意義」をメッセージとして強く打ち出す
- 自社がデジタル技術により、どのような価値を社会や顧客に提供できるのか

- 何を、どうやって、いつまでにすべきか
- 全社レベルでの「変革方針」の盛り込み