

DX戦略講座

DXにおける企業の「データ活用」とは、事業活動全体の効率化や生産性向上などに、事業活動で、これら入出金を積み重ねて

企業によってデータ活用の目的や手段は多岐にわたるが、特に重要なのはデータを活用した「経営層の経験が多いことは云えず、假にデータ分析を行っていたとしても、最終的な意思決定は経営層の経験

X 加速を促すのである。では具体的にどのよう
にデータを活用するの

として共有できる体制になつてゐるか、施設の稼働データと売上データが分断されていないだろう。また、正規化されたデータを用いて、分析結果の可視化を行なう。

STEP 3

資源循環システムズ
マネージャー

小野寺 陽

小野守陽

な社内に点在したデータを集約・構造化する仕組みの構築から始めるべきである。顧客の取引情報が営業マンごとに属人化しないよう、データの統合・分析により、具体的な課題解決に役立つデータとして活用されるべきである。

STEP 4

経営層による意思決定

可視化されたデータに基づき経営層が意思決定

プランの策定を前
提実行し、PDC
Aサイクルを回す
ことで改善を図つ
ていく。

[データ活用]について

直感や経験に基づく意思決定から
データドリブン経営へ

定では大きな役割を担うこととなる。業種を問わず、市場が大きく変化する中で新たな課題に挑戦するにあたり、データをビジネス判断の根拠とする「データドリブン企業」への道筋を具体化することが求められている。

「營戦略の策定と検証」である。近年ではDXへの注目度の高まりを受け、データの重要性がこれまで以上に強調されている。一方、実際に自社で保有するデータを十分に活用できている企業は、(K)勘(K)度胸(D)によって行う「KKD経営」が行われていることが多い。客観的なデータ活用のメリットは、数値や統計を用いた説得を実現することになり、そこにデジタルツールを活用

か。データドリブン経営を成功に導くためには、「データ収集」「データ分析」「分析結果の可視化」「意思決定」の4つのステップを踏むことが望ましい。

は、全く意味をなさない。そこで重要なのは、分析的目的、つまりデータベースに集めるだけでドリップン経営が「何のデータを見る化したいのか」を事前にしっかり定めることである。デー

例えばB1「ビジネスアントレジエンスツール」という外部ソースを導入することも効果的と考えられる。

データ活用のステップ

社内
一元
ゴル
目は通用していく
な状況を打破する
ため「データドリ
ブン経営」に取り
組むことが、リサ
イクルビジネスに
も求められているのであ
る。

