

7つのポイントで「デジタル・ディスラプション」を生き残れ!

マイケル・ブレナー */ Marketing Insider Group, CEO



言うまでもなく、どのビジネス領域においても主導権を持ち続けることが大切である。そしていま、急速に動いているそれぞれのマーケットでは個人だけではなく企業や組織においても、最終的に顧客の期待に応えるために、各セクション、運用フロー、営業プロセスに新しいデジタル技術を取り入れていく必要がある。

しかしながら、従来のビジネスモデルに依存する多くの企業・組織では、その急速な変化に対応することに苦慮している。まさに、ビジネスを推進する上で、ITトレンドの変化自体が障壁となっていると言っても過言ではないだろう。

それぞれの企業がどのような対応を取ることがベストか——たとえ、昨今のトレンドワードである、デジタルトランスフォーメーション (DX) を企業が取り入れて、著しいITデジタル変化に適応できたとしても、自分たちのビジネス領域で本当に生き残ることはできるだろうか。

デジタル・ディスラプションはすでに始まっている

デジタル・ディスラプションとは、シンプルに言えば、「新しいデジタル技術」と「新しいビジネスモデル」によって引き起こされる革新的変化のこと。つまり、この変化によって、既存の製品やサービスの価値に大きな影響を与える可能性があるということだ。これが「ディスラプション——破壊」と言われる理由だ。

新しい製品、新しいサービス、新しいビジネスモデルがマーケットに参入することで社会構造に変化をもたらす。デジタル・ディスラプションが起これば、マーケットはもちろんのこと、そこに関わる、ヒト、モノ、カネ、時間などそれぞれの個別価値を再度見直し、再評価する必要に迫られるのだ。

タクシーの配車システムや飲食デリバリーサービスを展開するUber、世界中で民泊サービスを展開するAirbnbは、業界にデジタル・ディスラプションを起こ

した代表例だ。どちらのプラットフォームも、新しい技術を取り入れながら急速に変化する消費者マインドを取らえて、それぞれの業界で従来のビジネスモデルに大きな影響を与え続けている。二社の存在は、各業界や各企業にとって長年続いてきた慣習や形態、ビジネスモデルについて再考せざるを得なくなった。



デジタル・ディスラプションを生き残るポイント

いままでは安定のビジネスモデルも、これからの時代はIT、デジタルトランスフォーメーション (DX)、スマホ、AIなどキーワードに、既存の技術を組み合わせた新しいアイデアやサービスで、ベンチャーやビジネスが生まれてくるだろう。そしてさらに、コロナ禍によって突如として分断され変容した社会、グローバリズムを中心とした世界のビジネスを取り巻く環境が変わったいま、働き方や各企業が描くビジョンも変化するだろう。そんな中、デジタル・ディスラプションを生き残るために、企業・組織が見落としがちな基本的なポイントを紹介する。

1. それは本当に価値があることか、それとも、デジタル技術革新のためだけか

すべての急激な変革は好ましくない。すべての新しい技術についていくことは不可能であり、そのためだけへの努力は、情報システム部門やITチームを非常に疲弊させてしまうだろう。物理的に可能だから、すぐ実現できるから——それが企業や組織にとって「理」にかなっているとは限らないことを忘れてはいけない。誰しもが便利だろうと思うことでさえ、法律や社会の常

識に照らし合わせてみると、それに見合わないことだってあるのだ。

その技術やサービスは企業や組織に競争的優位性をもたらす変化か、真の見極めが肝心だ。シンプルに考えるならば、それはビジネスプロセスを最適化するか、それは製品やサービス価値を高めるかに注目すると良い。そしてその可視化として、例えばカスタマーエクスペリエンスの分析には「ROI分析」が有効だろう。システムの変革とは、重要な差別化に繋がる持続可能な変革のことなのだ。

2. デジタル・ディスラプションまがい に注意

デジタル・ディスラプションによって、企業は俊敏性や機動力などこれまで以上に多大な影響や成果をもたらされるだろう。多くの企業はこのことに気づいているが、それを実現するためのデジタルトランスフォーメーション (DX) は、単に古いレガシーシステムを技術的に改善して、あたかも、システム運営に柔軟性をもたらしたかのようなオールインワンのソリューションを開発しているだけの事例もある。

その結果、問題は、ITシステム環境を改善したのにも関わらず、デジタルトランスフォーメーション (DX) 前と比べてPCやソフトウェアなどベンダーはさらに固定化されてしまう可能性があるという点だ。

真のデジタルトレンド、デジタルトランスフォーメーション (DX) の潜在能力を最大限に引き出すためには、そのような見落としがちな問題点、一つのメーカーだけで使用可能なソリューション、そして安易なレガシーシステムの改善には要注意だ。



3. デジタルトランスフォーメーション (DX) はあくまで顧客中心に

大企業も中小企業も、新しい技術に気を取られて、最も大切なことである自社の商品やサービス、提供しているソリューション、そして顧客との関係性を忘れてはいけない。デジタル・ディスラプションを生き残るために、業務を進化させるデジタルトランスフォーメーション (DX) を進める技術を採用しながら、この企業価値やビジョンを見失わないことがとても重要だ。

そして、デジタルイノベーションを活用して、ターゲットとなるマーケットに最適化するように製品、ソリューション、サービスをつなげていく。無論、注意深く観察して、問題点にもしっかりと留意する必要がある。少なからず起こる、デジタルによって生まれた摩擦を最小限に抑え、顧客・エンドユーザーのエクスペリエンスを向上させるためには、さらにどのような変更を加えることができるかをより広く深く考える。

4. 「最高のテクノロジー」を導入しても、完全とは言い切れない

物事に、完全と言うことはない。知っての通り、常に時代は変わり、社会は変わり続けている。すでに社会的に有名な実績のある「最高のテクノロジー」でさえ、企業を確実に進化させるには「十分」とは言い切れない。そして、このデジタル・ディスラプションに注目すれば、特に、革新的でデジタルネイティブの発想力もつ人材を採用しているベンチャー企業が提供している最先端ソリューションやシステムを導入する場合、それは結果として不十分であることが多いのが実情だ。確かに以前と比べて作業は早く終わるものの、導入した新しいシステムはその機能のほんの一部しか使われてはいないのではないか。一つでもその懸念が思い浮かぶならば、それは手放した方が良い。

5. 複雑なテクノロジー、シンプルなソリューション

あくまで企業にとっての目標はソリューション、サービスを提供することだ。多くの企業は最新かつ最高のテクノロジーに夢中になりすぎているあまり、提供するソリューションやサービスが複雑になりすぎている場合がある。デジタル技術を活用してプロセスを合理

化し、納期を早め、主要な指標を追跡し、ソリューション力を最大化できるように改善するべきだ。キーワードは「シンプル」だ。

デジタル・ディスラプションを起こした企業サービスは、いくつかのシンプルなアイデアに基づいて運営されている。例えば、Netflix は映画やテレビ番組をオンデマンドで提供する。Uber はドライバーと顧客をマッチングする。そして、Airbnb は旅行者と民泊サービスを展開したい物件のオーナーをマッチングしている。それぞれのアイデアはシンプルでありながら、とても効果的で直接的なソリューションを顧客に提供することが可能となっている。

6. 時代を生き残るために信頼できるチームを構築する

デジタルトランスフォーメーション (DX) の実行には、営業、IT、マーケティング、ファイナンス、人事など、ビジネスに関わるすべての部門が含まれる。そして DX に向けた戦略的な人材の採用は、イノベーションの次の波を乗り切るために重要なファクターだ。DX 成功の鍵には、信頼できて適応力のあるチームが必要だ。

優秀な社員はハードウェアやソフトウェアの導入から、システムの統合、そして使いやすさに代表される体験価値などの情報を戦略的に統合することができる。このような人材は、新しい技術が企業の1つの側面から見て、企業の全体像にどのように影響するかについて、幅広く詳細に考えることができるだろう。また、そのような人材がチームにいて、貴重なアイデアが生まれ、イノベーションを育むことが可能になるだろう。

7. デジタルディスラプションを生き残るには分散型ビジネスモデルが肝

往々にして、企業のセクション毎に設置されている一台一台のコンピューティング能力は、もはやビジネスにとって効率的ではない。企業とエンドユーザーまで、エクスペリエンスを強化するためには、新しい技術を活用し、いくつかのサービスをシームレスに統合することが必要になる。クラウドベースのソリューションを活用すれば、サプライヤー、ベンダー、パートナー、顧客などすべての関係者にとって、パフォーマンスと

利便性が向上するだろう。

*

データは企業にとって最大の資産だ。だからこそ、複雑な IT 端末を管理し、世界中のどこにいても、従業員や関係者がデータを共有するためには、安全で信頼性の高い効率的な IT システム環境が必要だ。

従来のように、時代に合わせた内容に適応するものにはそれなりの結果がついてくるが、あえてこれまでの価値観を打ち破る、破壊——デジタル・ディスラプションの可能性のあるものには、より大きな結果と未来が期待できるだろう。そして、そのためにはまずは自己分析と評価が肝心だ。時代の流れは待つてはくれない。しかし、始めることに遅いということはない。今からでもすぐに始めるべきだ。

(2020年7月17日, THE FORECAST by NUTANIX)

記事構成：ニュータニックス・ニュース！ 編集部, Nutanix Japan



* マイケル・ブレナー氏は Marketing Insider Group の主宰者、編集人、および CEO。ブレナー氏は、Forbes、アントレプレナーマガジン、ガーディアンなどの経済ニュースサイトで数百の記事を寄稿。マーケティング、リーダーシップ、IT テクノロジー、ビジネス戦略などのトピックをカバーするリーダーシップ会議で多くの講演を行っている。

NUTANIX[™]
YOUR ENTERPRISE CLOUD

お問い合わせ：03-4588-0520

info-jp@nutanix.com | www.nutanix.com/jp | [@NutanixJapan](https://twitter.com/NutanixJapan)

東京都千代田区大手町 1-1-1 大手町パークビルディング 7F