

# 「デジタル時代」に 生き残るマインドセット

静岡市社会人インターンシップ事業



マインドセットとは「無意識の志向のクセ・思い込み」です。デジタルというと、「難しい」、「自社には関係ない」と思ってしまうのもその一例です。

それに対して、「変えられる」と問題に主体的に取り組む考え方が「成長型マインドセット」です。

ぜひDXに対して「成長型マインドセット」を獲得していただくことで、前向きに、主体的にDXに取り組んでいただくことを祈っております。

本紙は急速に変化のスピードが速くなる現代で、どのようにしたらより効率的かつ合理的に物事を進めることができるのかについて、その導入となる「**成長型マインドセット**」の獲得を支援するものです。

変革には何が必要かを議論・検討し資料にまとめております。各企業様の「**成長型マインドセット**」の獲得に役立てていただき、その後の継続的な取組につながるきっかけとなれば幸いです。

# 私たちが考える3つの成長型マインドセットを養う

DXとは  
こういう  
ことか！

## □ デジタルトランスフォーメーションを理解する

➡ まずは「デジタルトランスフォーメーション」を理解します。様々な文献・資料がある中でDXとは何か、何がDXなのかを私たちが考えた重要性をご説明いたします。

自社でも  
できる！

## □ コアバリュー（企業価値）の革新に必要な要素を考える

➡ 第四次産業革命下、「一番の変化は何か？」を考えます。とある建設企業で起きた事例と課題を通して理解します。

大きな  
可能性が  
ある！

## □ 未来に描く新たな顧客体験（CX）

➡ 非連続的な接点を、人が持つ「アナログな力」で線で結び新たな未来、新たな顧客との関係性を体験する事例を紹介します。

# デジタルトランスフォーメーションを理解する

戦後間もないとある行商をする魚屋さんのお話です。



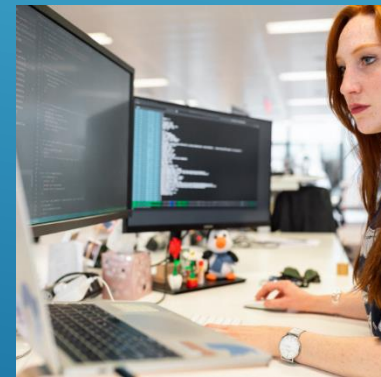
魚屋さんには二つの悩みがありました。

1. 売れるときには売り切れ、それ以上売れない
2. 売れない時は売れ残り、魚を破棄するしかない

あなたはどのように魚さんにコンサルしますか？

...皆さん、きっと、同じ答えを想像したのではないで  
しょうか。売れるルート、購買行動等のデータを見て  
マーケティングを行う...といったような、「売りながら  
調べ、調べながら売る」というコンサルを。

**デジタル化をする≠DXではありません。**  
DXとは、「あり方（仕事）そのものを見直し、  
デジタルデータを活用することで、ビジネスモデル  
を変革し、新たな価値を提供すること」です。



# デジタルトランスフォーメーションを理解する

「ITの活用を通じ、ビジネスモデルや組織の変革をすること」

→ 「企業の競争優位性の確保」

【推進に用いられる5つの定義】

- 1.経営戦略・ビジョンの提示
- 2.経営トップのコミットメント
- 3.DX推進のための体制整備
- 4.投資等の意思決定のあり方
- 5.スピーディーな変化への対応力

引用文献：経済産業省（平成30年12月）「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドラインVer.1.0」

私たちが考える「DX」の本当の重要性は何か？

→ 「デジタル技術と合理的マネジメントの融合」

企業がもつアナログな強みを活かし、デジタル技術を「テコ」にして新たなビジネスモデルの創出・それを遂行する最適な仕事のやり方  
非連続的な「タッチポイント」を連続的な「ライン」で新たな  
「顧客接点/体験（CX）」でつながる時代にすることです。

# コアバリュー（企業価値）の革新に必要な要素を考える

## ■実際に起きた建設業A社での課題と変革 の紹介

### 一課題

- ・ トップの人脈に頼った属人的な営業
- ・ 薄利多売の営業方法。(明確な価格基準がない)
- ・ 人材や顧客からの信頼を得られない

### 一変革

- ・ 営業支援ツールを社内で導入し、課題解決に向けた

### 一結果

- ・ 対外的には、顧客と営業の間で齟齬がなくなった為、  
営業側も確かな情報(納期や設備)を顧客に伝えることができた
- ・ 社内でも、技術者と営業との施工に関する齟齬がなくなった

※従業員と従業員、お客様、取引先との間で、  
接点を共有することで課題解決ができた

# コアバリュー（企業価値）の革新に必要な要素を考える

## ■ 変革で得たもの

—組織のマネージメントが円滑に進むようになった

- ・ 営業の人数が増え、売上も上がり、会社としての成長
- ・ 円滑なコミュニケーションにより、対外的な信頼を勝ち得た

## ■ 変革で失ったもの

—組織改革により、変革対応できない人の離職が増えた

- ・ ベテラン社員の退職などが、相次いだ

## ■ 結果

組織体制の変化により、離職者も増えたが、今となればマイナスなことではなく、A社のブランディングができたということになります。

営業支援ツールを導入し、新たな課題が浮き彫りになりました。

営業支援ツール(IT)を導入することが目的ではなく、

導入後にどのような行動をとるかが大切だということが分かります。

# 未来に描く建設業の顧客体験

---

## □大手ゼネコンが取り組むDXによる生産性の向上と新規事業開拓

→ 「2025年問題」をDXによる生産性の向上と新規事業開拓でカバーする

## □建設DXの肝はBIM(Building Information Modeling) ～好事例紹介～

→ 応急仮設住宅（熊本大学×大和ハウスグループ）  
災害時の応急仮設住宅の配置を1時間で3次元モデリングでき、早急な対応を実現する

→ 野球場（株ファイターズ スポーツ&エンターテイメント）  
これまでにない革新的な設計に挑み、臨場感溢れる顧客体験を提供する

## □すべてはスマートシティに繋がる

→ 建てて終わりではない。人と建物、人と都市、人とサービス、人と人。それぞれを繋ぐプラットフォームを創り上げる



# 未来に描く建設業の顧客体験



## ◀ 応急仮設住宅3次元モデリング

引用：大和ハウスグループ

「応急仮設住宅の早期提供を目指した  
共同研究契約を締結」

<https://www.daiwahouse.com/about/release/house/20190409132805.html>  
(2020.12.16)

## ▶ 「HOKKAIDO BALLPARK F VILLAGE」

引用：(株)ファイターズ スポーツ&エンターテイメント  
(株)北海道日本ハムファイターズ

「ボールパークエリア名および新球場名決定のお知らせ」

<https://www.fighters.co.jp/news/detail/00002413.html>  
(2020.12.21)



## ◀ 「ウーブンシティ」@裾野市

引用：トヨタ自動車(株)

「トヨタ、「コネクティッド・シティ」プロ  
ジェクトをCESで発表」

<https://global.toyota.jp/newsroom/corporate/31170943.html>  
(2020.12.16)

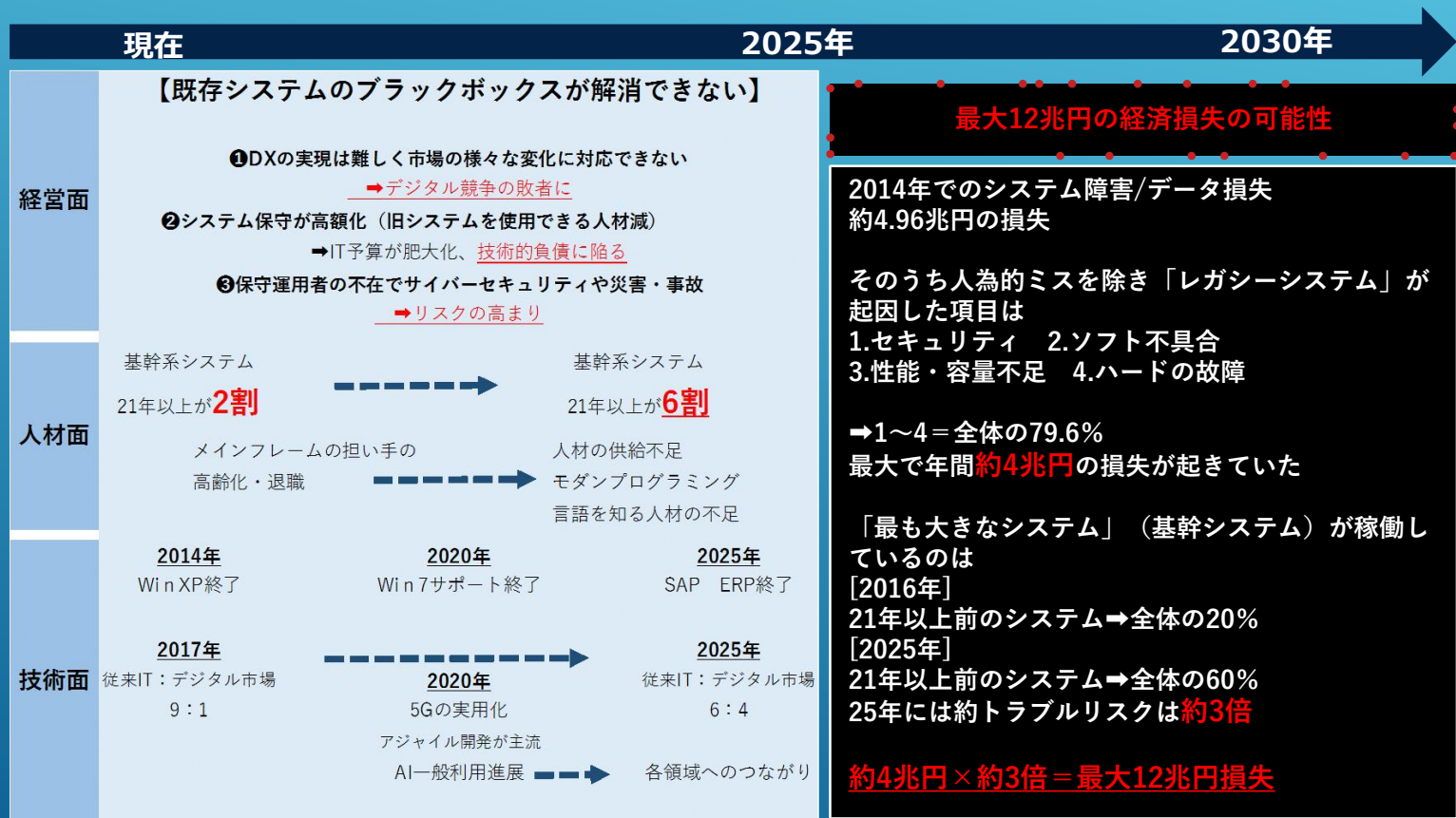


# 「デジタル時代」に生き残る（まとめ）

多くの経営者は競争力強化の為、DXについては理解はしていますが、

- ・既存システムが事業部ごと構築され全社横断的な運用ができず「複雑化・ブラックボックス化」
- ・上記システムの問題も解決し業務自体の在り方見直しを求められる＝現場の抵抗が大きくなる

➔この課題が克服されない（DXが実現できない）と25年以降12兆円/年の経済損失が起こる可能性を経済産業省が示唆（2025年の崖）しています。



# オンライン活用-フェーズ

段階を踏んで、改革をしていきましょう。

フェーズ	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
マインドセット (アンケート)	●				
DXの課題設定	—	●			
DXの ビジョン策定	—	—	●		
業種を超えた取組	—	—	—	●	
業界の ゲームチェンジ	—	—	—	—	●

# アンケートのお願い

---

私たち社外チームでは、オンライン化することが目的ではなく、その先にある各企業や県/市が抱える課題をクリアし、他企業/他県よりも継続的かつスピーディにデジタル化できる未来を創造したいと考えております。

今回の内容に付随するアンケートにお答えいただき、今後に繋げていきたいと考えております。

アンケートはこちらから⇒



---

## 制作

令和2年度静岡市社会人インターンシップ  
社外チーム

(株)静岡伊勢丹	中田 圭亮
スマートブルー(株)	青島 健太
(株)アルバイトタイムス	柴田 年哉

【お問い合わせ】

静岡市  
社会人インターンシップ事務局  
静岡市役所経済局商工部  
商業労政課雇用労働政策係  
054-354-2430