

新しい時代を勝ち抜くための モノづくり中小企業のDX戦略



Contents

- ・ 寄稿
モノづくり中小企業のDX戦略
～デジタル化のメリットと課題～…6頁
- ・ 事例① (有)三喜製作所……………9頁
- ・ 事例② (株)サンコー技研……………10頁
- ・ 事例③ 中辻金型工業(株)……………11頁

はじめに
今、産業界でDX (Digital Transformation) への関心が高まっている。その一方で、DXについても十分に理解が進んでいないとの声も多い。国内産業のDX実現を推進する経済産業省は、DXを「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」と定義している(注1)。一見するとやや難解であるが、この定義からDXは、単純なデジタル技術の導入と異なり、「デジタル化によって事業や企業を変革し、結果として企業の競争

寄稿

モノづくり中小企業のDX戦略
～デジタル化のメリットと課題～
大阪産業経済リサーチ&デザインセンター
主任研究員 越村惣次郎氏

力を高めるもの」と読み取れる。つまりDXは、企業の経営戦略と密接に関係するものであり、戦略的意図を明確化し、進めることが重要となる。

とはいえ、概念であるDXを現実の経営に反映させることに困惑する経営者も多いであろう。本稿では、大阪府が実施したアンケート調査(注2)及びインタビュー調査(注3)を基に、中小企業におけるDXの現状と課題について、特にモノづくり中小企業を中心に論じていく。その際、概念であるDXをそのまま目標とするのではなく、ICT

この続きは会員事業所
のみご覧いただけます