

提 言

DX（デジタル・トランスフォーメーション）の本質について
～滋賀のグリーン経済を実現するために～

令和3年3月26日

滋賀経済同友会
DX（デジタルトランスフォーメーション）研究会

目 次

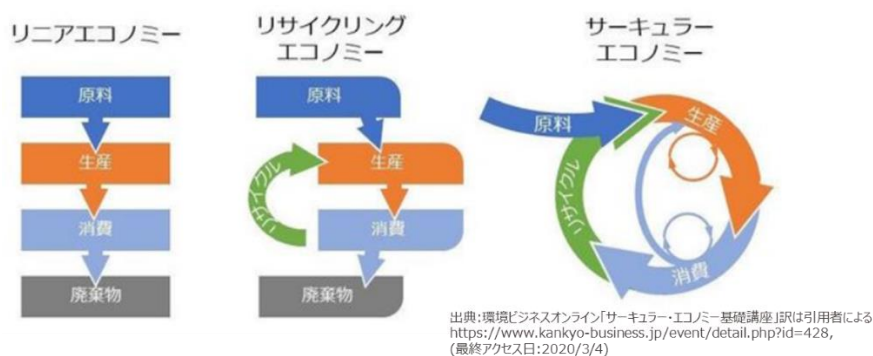
I. はじめに	3
II. DXとは何か	5
1. コロナ禍によるデジタル技術導入の流れ	
2. 「デジタル技術の導入」の観点から	
3. 「トランスフォーメーション」の観点から	
III. DXによって変化すべき経営発想	13
IV. 提言1 「企業（経営者）に向けて」	15
V. 提言2 「行政（滋賀県）に向けて」	16
あとがき	18
参考. 研究会の実施結果	19

I. はじめに

昨年度、循環型社会研究会において、企業と行政が経済を持続的に成長させながら、資源利用や環境負荷を低減させる循環型の新たなエコシステムの構築につながる「サーキュラーエコノミー（以下、CE）」の積極的な導入について提言を行った。

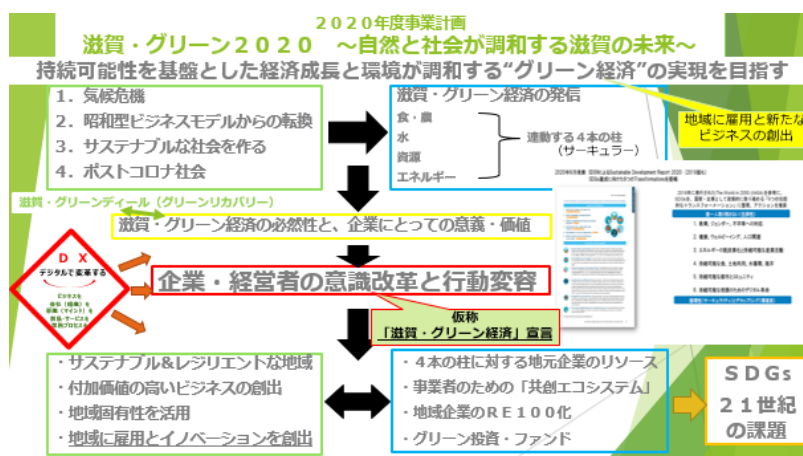
上記の提言では、CEとデジタルを融合させることにより、「昔ながらのものづくり」では得られない「製品のサービス化」や「所有からシェア」といった新たなビジネスモデルの創出を後押しすること、そして、それが企業の持続的な成長につながり、地域経済の活性化、グリーン経済の実現に寄与することを学んだ。

【図表1】サーキュラーエコノミー（CE）のイメージ図



また、滋賀経済同友会では、今年度、持続可能性を基盤とした経済成長と環境が調和する、「グリーン経済」の実現を目指し、「食・農」、「水」、「資源」、「エネルギー」を4本の柱にかかげ、滋賀・グリーン経済の必然性と、企業にとっての意義・価値の創出に向け、企業・経営者の意識改革と行動変容を促す取組みを行っている。

【図表2】滋賀経済同友会 2020年度事業計画



出典：滋賀経済同友会HP

デジタル技術の進化に伴い、様々な製品・サービス・ビジネスモデルが誕生しており、今、注目を集めているのが、「デジタル・トランスフォーメーション（以下、DX）」という言葉である。

DXは、グリーン経済や我々が目指すべき未来社会の姿であるSociety 5.0¹を実現していくための重要なドライバーとしても期待されている。

今年度、DX研究会では、DXの本質を突き詰め、企業や行政それぞれに対して、DXの実現に向けた提言を行うこととした。

¹Society 5.0とは、IoTによりサイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を連携し、すべての物や情報、人を一つにつなぐとともに、AIなどの活用により量と質の全体最適をはかる社会のこと。

II. DXとは何か

DXは、2004年にスウェーデンのウメオ大学教授、エリック・ストルターマンが提唱した概念であり、「我々人間の生活に何らかの影響を与え、進化し続けるテクノロジーであり、その結果、人々の生活をより良い方向に変化させるもの」と定義している。

「人々の生活をより良い方向に変化させるもの」という部分は抽象的であるが、近年、次のように定義されることが多くなってきている。

例えば、昨年度、経団連がまとめた「DX～価値の協創で未来をひらく～」の中では、「DXは、デジタル技術を用いた単純な改善・省人化・自動化・効率化・最適化にはとどまらない。社会の根本的な変化に対して、時に既成概念の破壊を伴いながら新たな価値を創出するための改革がDX。」と述べられている。

我々滋賀経済同友会では、「新たな価値を創造する」を採用し、DXとは、「単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、新たな価値を創造すること」と定義した。

本研究では、単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図った事例を紹介するのではなく、DXの本質ともいえるべき、「新たな価値創造」にスポットをあて、DXとは何かを追求していくこととする。

1. コロナ禍によるデジタル技術導入の流れ

デジタル技術とは、まさにIoT、AI、ビッグデータ、5Gなどを指しており、DXを実現するための一手段となるものである。さらに、デジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることをデジタル化といい、デジタル技術の導入とデジタル化を区別して捉える。

デジタル技術は、先取的な企業で以前から導入していたものであるが、コロナ禍を経験することにより、多くの企業において、テレワーク、Webオンライン会議、電子決済などの非接触型のデジタル技術の導入が急速に進んだことは言うまでもない。

コロナ禍により否応なしにデジタル技術を導入せざるを得なかったという企業も多く、こうしたデジタル技術導入の流れにうまく乗ることができれば、企業がDXを実現するまたとないチャンスと捉えることもできる。デジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることがDXであるかについては、ハンコレスの事例で説明することとしたい。

ハンコレスのため電子決裁システムなどのデジタル技術を導入し、業務効率化やコス

ト削減を図ることをDXと呼ぶこともある。しかし、物理的なハンコをなくし、電子決裁システムなどのデジタル技術に置き換え、業務効率化やコスト削減を図ったものはデジタル化であり、DXではないと我々は捉えている。DXとは、「単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、新たな価値を創造する」ことまでを意味するものである。

これまでデジタル技術を導入してこなかった企業やデジタル技術の導入で止まっている企業は、デジタル技術を導入、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、ビジネスや組織などを変革し、顧客や市場に合う新たな価値を創造することで、DXを実現していくことが重要である。

【図表3】ハンコレス導入前・導入後イメージ



DXが、「単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、新たな価値を創造する」ことと言っても、イメージがしにくいと思われるので、コマツの事例にて紹介する。

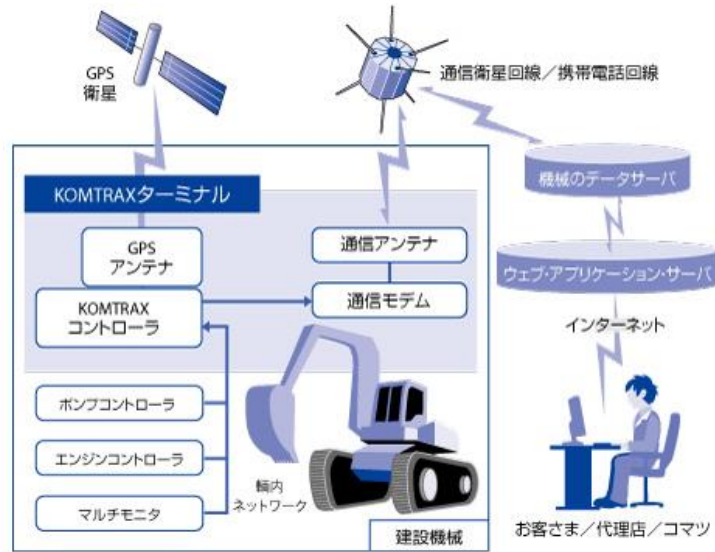
コマツは建設機械が盗まれ、強盗に使用されるケースが多発したことから、車両の盗難防止を目的にコムトラックを開発した。

盗難防止の他に、GPSから送られている情報（データ）を活用し新たなサービスを提供できないかと経営者が気づき、様々な新たなサービスを発案した。

GPSから送られてくる情報（データ）を活用すると稼働率向上、故障原因の容易化、修理の迅速化といった業務効率化や維持費低減といったコスト削減、さらに車両の稼働状況に合わせた顧客への提案といった新たな価値を提供しているのである。

つまり、コムトラックの開発によりデジタル技術の導入が図られ、経営者の気づきから盗難防止以外に新たな価値を創造するDXにつながっているのである。

【図表4】 コムトラックスの構成イメージ

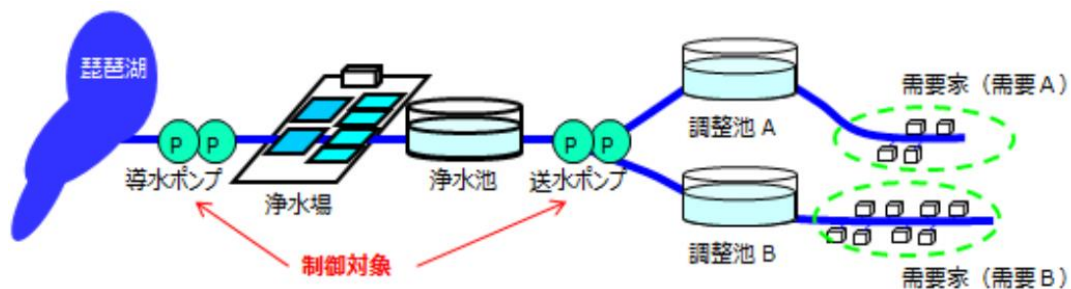


出典：コマツHP KOMTRAXの構成より抜粋

また、ここ滋賀県における、DXを活用したグリーン経済を実現するための事例を紹介する。

滋賀県は業務効率化するため、浄水場の遠隔での検針・ポンプアップシステムを導入した。このシステムを導入だけでなく、さらに横河電機・関西電力に働きかけてVPP²にこのシステムを組み込み、電力需給調整を行うVPPとして運用している。つまり、VPPへの可能性への気づきとVPPという新たな価値創造に繋げているのである。

【図表5】 滋賀県企業庁の浄水場におけるVPP構築実証事業



出典：横河電機HPより抜粋

²Virtual Power Plantの略で、多数の小規模な発電所や電力の需要抑制システムを一つの発電所のようにまとめて制御を行うこと。

ここからは、DXを「デジタル技術の導入」、「トランスフォーメーション」のそれぞれの観点から見ていくことにする。

2. 「デジタル技術の導入」の観点から

まずは、「デジタル技術の導入」の観点からDXをみていく。

デジタル技術の導入は、大きな企業でないと難しい、あるいはデジタル人材を確保するのが難しいといった理由で、経営者にとって高いハードルとなっていることが推測される。

しかし、経営者にとってデジタル技術の導入に高いハードルを感じるのは、杞憂（きゆう）である。

ここから、デジタル技術を導入する際のハードルが決して高くない理由を紹介する。

我が国は2025年の崖という問題に直面している。2025年の崖とは、先進的な企業が我先にとデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減などに結び付けたところまではよかったが、システムを独自に改良していき、結果的にガラパゴス化して、当該企業の技術者しかアップデートできなくなっている状態を指している。

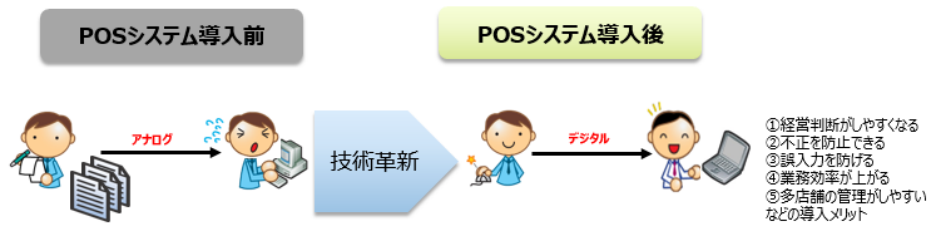
技術者の世代交代が行われる2025年以降、システムを熟知した者から技術継承がうまくできていなければ、既存システムの更新やリプレースが滞り、そうしたシステムは不良資産となる。その結果、企業は事業機会を失い、2025年以降、最大12兆円／年（現在の約3倍）の経済損失が生じると試算されている。

つまり、2025年の崖で明らかなように、デジタル技術の導入と言っても、デジタル人材を雇用して、システムやデジタルプラットフォームを独自開発するまでのことをする必要がないのである。

デジタル技術の導入というとハードルが高いように感じるが、ガラパゴス携帯からスマートフォンに切り替えるだけでもデジタル技術の導入である。また、高度なシステムでなくても汎用性が高いシステム、例えば、POSシステムを導入することもデジタル技術の導入なのである。

まずは、汎用性が高いシステムの採用から始めてみてもよい。そうしたシステムであれば、デジタル投資を抑制でき、デジタル人材の確保も容易となる。また、汎用性が高いシステムであれば、デジタルプラットフォームの共有化が図りやすく、企業や行政との情報連携もしやすくなる。

【図表6】POSシステム導入前・導入後イメージ



※POSとは、「Point of sale」の略称で「販売時点情報管理」を指す。

もちろん体力のある企業については、2025年の崖に陥らないよう、高度なシステムを構築することも差し支えないし、例えば、AIやスーパーコンピューターを導入することを否定するものではない。また、デジタル人材を雇用し、社内で独自開発したシステムを導入することも否定するものではない。

ただし、デジタル技術を導入してこなかった企業やデジタル技術の導入で止まっている企業は、最初からデジタル技術の導入に関してハードルが高いものだと認識する必要もない。

3. 「トランスフォーメーション」の観点から

次に、トランスフォーメーション、すなわち新たな価値創造について述べる。

デジタル技術の導入によって、様々な情報を容易に入手できるようになる。自社製品に関する情報、顧客に関する情報、市場動向に関する情報、同業者に関する情報などである。

そうした数多くの、そして顧客の好み、社会の流行、自社の強みなど多角的な情報があれば、それに基づいて、自社の強みを活かした真に顧客が求める製品・サービスを創造することが可能となる。

真に顧客が求める製品・サービスを創造する、この価値創造こそがトランスフォーメーションである。経営者が価値創造を行うにあたっては、判断材料となる情報（データ）が多ければ多いに越したことはない。ペーパーで顧客アンケートを取り分析するのと、ICTを駆使して様々な顧客ニーズを収集して分析するのを比較すれば、ICTを駆使して顧客ニーズを収集する方が、より顧客の求める製品・サービスが浮かび上がってくることに疑問の余地はないだろう。

デジタル技術を導入して業務効率化やコスト削減を図るという「デジタル技術導入効果」を他の部門や分野で活用する（例えば、Webシステムを有料Web配信コンサートに活用する）など、その導入効果自体から新たな価値（有料Web配信コンサートでも使えるのではないかと）と経営者が気づく場合もあれば、デジタル技術の導入で幅広く

集めた顧客や製品・サービスに係る情報（データ）から経営者が新たな価値に気づく場合もある。

いずれの場合においても、DXを実現している事例を見ると、顧客が求める製品・サービスなどの新たな価値創造に繋げる経営者の感性（鑑識眼、発想力、先見力、直感力、認識力、気づき、見極め、アンテナ、センスなど）が必ず働いているのである。

つまり、デジタル技術の導入に速やかに着手する必要があるが、そのうえで、顧客が求める製品・サービスを創造するとは、デジタル技術の導入状況から新たな価値を見据えることができる経営者の感性に他ならず、これを磨くことがいま必要なのである。

もちろん顧客が求める製品・サービスの創造までいたる過程においては、デジタル技術の導入が前提となる。デジタル技術を導入して業務効率化やコスト削減が図られた状況から、直接、新たな価値創造が生まれたように見えても、そこには経営者の感性が必ず働いている。

また、経営者の感性とは決して経営者から生まれるものだけではなく、社内（役員・従業員など）、社外ステークホルダー（取引先・株主など）とのコミュニケーションから生まれる意見（アイデア）を採用することも経営者の感性と言えるのである。

【図表 7】 経営者の感性がDX実現に寄与するイメージ

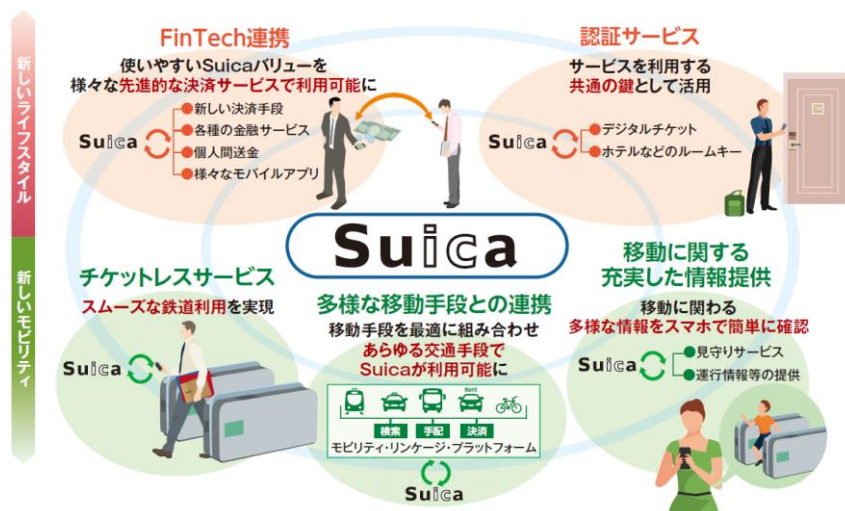


※経営者の感性とは、鑑識眼、発想力、先見力、直感力、認識力、気づき、見極め、アンテナ、センス（感覚）などを指す。

先ほど述べたコマツの事例は、建設機械のGPSを活用し、盗難防止の本来の目的から経営者の気づきにより、その目的の延長にある新たな価値を創造した事例として紹介したが、これから紹介するJR東日本の事例は、新たな価値が経営者の既成概念にとらわれない発想から生まれ、大きな価値創造につながったDXの事例として紹介する。

JR東日本のSuicaカードは、元々、改札業務の業務効率化を目的に開発されたICカードである。しかし、乗車券のICカード化の機能だけでなく、改札を通過して街に出ていく人に何か新しい価値を創造できないかという経営者の感性が働き、駅ナカ・街ナカで利用できる電子マネーサービスとしての新たな価値が生まれるなど、顧客の生活スタイルまでトランスフォーメーションしているものである。

【図表8】Suicaカードの事例



出典: JR 東日本グループ経営ビジョン「変革 2027」

また、先にも述べたとおり、デジタル技術の導入が図られたうえで、これまで以上に顧客のニーズに応えるための業界の垣根を超えた製品・サービスの開発が必要である。

顧客に関する情報だけでなく、自社の強み弱み、同業他社の強み弱みなども含めて、自社の弱みを埋め合わせることもDXを実現するためには必要である。そのためには、同業他社の強みも積極的に取り込み、顧客が求める製品・サービスを創造するくらいの経営者の柔軟さと寛容さが必要となる。

経営者の柔軟さ・寛容さ

事例①：たねやグループ

たねやグループの山本CEOは、新型コロナの影響で売上が落ち込む中、レシピの公開やオンライン販売強化について、「会社をオープンにする。レシピを開示しても、長年培った知恵や社風、生産者との協力関係など無形の財産があり、菓子をまねてもそれはまねに過ぎないだろう。むしろたねやをプラットフォームにして、国内外のネットワークを作る。『こんな商品を作りたい』と提案すれば、さまざまな人や情報が集まるような仕組みだ。私たちは本物であり続けたいといけない。それなのに自分たちの枠を狭め、企業秘密ばかりで包み隠す商いを続ければ、この先の発展はない」と語っている。

事例②：島津製作所・堀場製作所

島津製作所は、堀場製作所と計測機器の開発、販売を共同で始めることを発表している。島津の上田社長は、「トップ同士は懇意で、何か一緒にできないか数年前から話し合っていた」、堀場の足立社長は、「分析会社として、競争しつつも協業できるところも探していきたい」と話した。

Ⅲ. DXによって変化すべき経営発想

それでは、経営者自身がどのように経営に必要な発想を醸成していくべきなのか。

DXとは、「単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、新たな価値を創造すること」はこれまで述べてきたとおりであるが、企業自体が変化できないことはリスクにもなりえる。

企業自体、すなわち経営者自身が様々な経営発想の変化を行っていくことで、様々な経営課題がリスクヘッジされ、DXの実現が達成されやすくなるのである。

変化すべき経営発想の項目は、経営者の役割、ビジネスの目標、組織文化など多岐にわたる。従来のデジタル技術の導入は既存の役割や方法を強化するにすぎないが、DXはこれまでの延長線上ではなく、まったく違うものへ生まれ変わるのである。

【図表9】DXによって変化すべき項目

	Before DX	After DX
経営者の役割	指示、命令、管理	ビジョン、リーダーシップ
目標	売上、利益、効率	市場創造、顧客満足
業務遂行方法	PDCAサイクル中心	OODAループ中心
開発タイプ	ウォーターフォール型	アジャイル型
組織文化	リスク回避、正確、確実	チャレンジ、変化、柔軟

出典：デジタルトランスフォーメーションの本質とは？

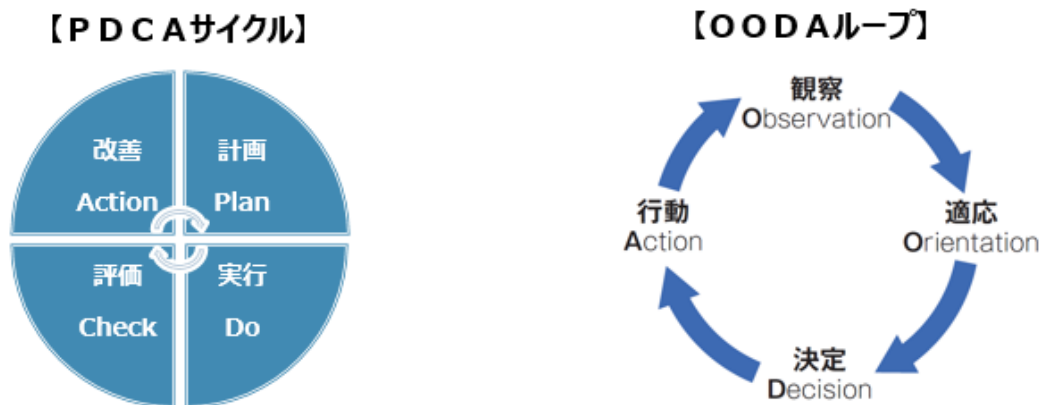
東京通信大学 情報マネジメント学部 学部長 前川徹氏

このように、同業他社とも柔軟に連携した製品・サービスを取り入れ、製品販売（as a product）からサービス提供（as a service）に切り替え、所有からシェア、製品・サービスのオーダーメイド化といった経営発想のパラダイムシフトを経営者は受け入れることが重要である。

OODAループ (ウーダループ)

「OODAループ」とは、「観察 (Observation)、適応 (Orientation)、決定 (Decision)、行動 (Action) のループによって、健全な意思決定を実現する」という考え方である。PDCAサイクルとOODAループとの大きな違いは、PDCAが「計画を立ててから行動する」のに対し、OODAループは「状況を見てとりあえずやってみる」ところから始まる点である。新たな製品・サービスを開発する場合、これまでの常識を基に計画を立てたとしても、顧客のニーズと合っていないなどで計画が機能しないケースも多くなる。無理に計画に固執すると、無駄な作業が発生してしまい、市場の変化にスピード感を持って対応することもできない。このような場合、まずは市場などを観察することから始まり、その状況に合わせて柔軟に動くことを促すOODAループのほうが有効である。

【図表10】 OODAループ



出典：「データ・ドリブン・エコノミー デジタルがすべての企業・産業・社会を変革する」
 (東京大学大学院工学系研究科 教授 森川博之氏) をもとに作成

アジャイル型

「アジャイル型」とは、試作品の段階で市場に出し、顧客の反応を集めて改良し、またすぐに改良品を市場に出し、顧客の反応を集めて改良して、改良品を市場に出す、という行為を繰り返しながら最終形(製品)をつくりあげていくという開発の仕方である。ウォーターフォール型は、開発仕様に基づいた各工程を分割して開発を進めていくのに対して、アジャイル型は開発仕様を臨機応変に変化対応できるように、短い期間でテストと実装を繰り返していく開発手法である。顧客ニーズに応じた製品・サービスを提供する場合は、迅速かつ柔軟性のある開発手法であるアジャイル型開発の方が有効である場合が多い。

IV. 提言1「企業（経営者）に向けて」

これまで述べてきたとおり、DXとは、「単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、新たな価値を創造する」ことである。

また、デジタル技術の導入を速やかに着手する必要があるが、そのうえで、顧客が求める製品・サービスを創造するとは、デジタル技術の導入状況から新たな価値を見据えることができる経営者の感性に他ならず、これを磨くことがいま必要なのである。

従来の経営発想からパラダイムシフトしていくことにより、次世代型の経営者がもつべき感性が自ずと養われ、企業（経営者）は、DXに着手しやすくなるのである。

これまでの振り返りをもとに企業（経営者）に向けた提言をまとめる。

＜滋賀経済同友会からの提言（企業（経営者）に向けて）＞

- ◆ デジタル技術を導入するハードルは決して高くなく、デジタル技術を進んで導入していくべき
- ◆ DXは、単にデジタル技術を導入し、業務効率化やコスト削減を図ることを目的とするだけでなく、経営者の感性によって、新たな価値を創造することであると認識すべき
- ◆ 経営者の感性とは、鑑識眼、発想力、先見力、直感力、認識力、気づき、見極め、アンテナ、センス（感覚）などを指しており、DXを実現するためには、経営者の感性の他に、柔軟さや寛容さが必要であると認識すべき
- ◆ 顧客が求める製品・サービスを創造していくためには、従来の経営発想からパラダイムシフトしていくことにより、経営者の感性を磨いていくべき
- ◆ 滋賀の経営者は、DXを進めて行くうえで、環境先進県の一員として、顧客が求める製品・サービスを創造していくだけでなく、グリーン経済の実現に対しても、トランスフォーメーションに取り組んでいくべき

V. 提言2「行政（滋賀県）に向けて」

これまで、企業（経営者）がDXを実現するためにどうすべきかを述べてきたが、ここからは、行政（滋賀県）に向けた提言をまとめていく。

まずは、滋賀県におけるデジタル化の状況について、以下7つ紹介する。

① FTTH³サービスの普及率が全国1位

滋賀県は、FTTHサービスの普及率が全国1位（2020年3月現在末現在）と高速通信回線の普及が全国で最も進んでおり、ICTやデータを有効に活用できる素地がある。

② 情報科学やデータサイエンスを研究する大学・大学院が県内に集積

滋賀大学、滋賀県立大学、立命館大学、龍谷大学など情報科学やデータサイエンスを研究する大学・大学院も数多く集積しており、今後も滋賀県内で養成されたデジタル人材を地域で定着させ、さらに県外からも人材を呼び込むことも期待できる。

③ 「スマート自治体滋賀モデル研究会」

滋賀県は、書面や押印などにまつわる非効率を是正するために、「スマート自治体滋賀モデル研究会」を立ち上げ、滋賀県と県内14市町が協働してさまざまな行政サービスをオンラインで行えるシステム構築に向けた取組みを進めている。

④ 「滋賀DX計画」（仮）に改定

2018年に策定した「滋賀県ICT推進戦略」を国の動向を踏まえ、「滋賀県DX計画」（仮）として改定する動きもあり、デジタル技術の導入による社会の姿を描き、県民の暮らしの利便性向上、地域産業の振興、行政業務の効率化、県民サービスの向上のため、さらなるデジタル基盤整備やデジタル人材育成など県の果たすべき役割が定められる予定である。

⑤ 「滋賀県デジタル社会推進本部」の開設

県庁組織の生産性を高め、県民の暮らしをより豊かにするイノベーションを実現するため、中條副知事（CIO）をトップとする組織として、「滋賀県デジタル社会推進本部」が今年度開設された。

⑥ 「地域デジタル化連携推進室」の設置

来年度「デジタル庁」創設が計画される中、滋賀県においても国の動きに対応しつつ、市町や企業と連携し、県民サービス・情報提供のデジタル技術の導入をはじめ、地域のデジタル技術の導入を一層推進していくため、情報政策課に「地域デジタル化連携推進室」を来年度設置し、情報政策部門の強化を図る。

³ Fiber To The Homeの略で、光ファイバーを伝送路として一般個人宅へ直接引き込む、アクセス系光通信の網構成方式。

⑦ 「DX官民協創サロン」の開設

DX技術の積極活用に向けて高い専門性を有する民間企業と市町、県内事業者のマッチングプラットフォームとして、「DX官民協創サロン」を来年度開設する予定である。

企業（経営者）がDXを実現しやすくなるよう、行政（滋賀県）が様々な取組みをさらに加速させることで、より豊かな滋賀県を目指していくべきである。

滋賀県のデジタル化の状況をふまえたうえで、行政（滋賀県）に向けた以下の提言とする。

＜滋賀経済同友会からの提言（行政に向けて）＞

- ◆ 県庁横断的な組織（滋賀県デジタル社会推進本部）を中心に、県庁内各部署との連携を図るだけでなく、産業界との連携を図るとともに、滋賀県が独自に進めるグリーン経済実現を含めた新たな価値創造、いわゆるトランスフォーメーションのための協議会的な組織を設置すべき
- ◆ 企業情報、行政情報、研究情報など産官学が連携して情報（データ）を利活用する、デジタルプラットフォーム（仮称：しがデジタルプラットフォーム）を構築すべき
- ◆ 県内企業のDX推進に向けた現状や課題に対する認識を共有し、DXに向けたアクションにつなげる気づきの機会を提供するものとして、国の「DX推進指標⁴」とは別に、グリーン経済実現の観点を追加した滋賀県独自のDX推進指標（仮称：滋賀DX推進指標）を設定すべき
- ◆ 滋賀県でDXを推進するにあたり、デジタル人材の採用・育成、デジタル技術の導入・革新に必要な資金援助や規制緩和など国から必要な支援を受けるための働きかけを行うべき

⁴本指標は、各企業が簡易な自己診断を行い、経営幹部や事業部門、DX部門、IT部門などが現状や課題に対する認識を共有し、次のアクションにつなげる気づきの機会を提供することを目的としたもの。さらに、各企業が他社との比較によって自社の状況を把握することができるよう、各企業の自己診断結果を情報処理推進機構（IPA）に提出し、自己診断結果を収集・分析し、全体データとの比較が可能となる。

あとがき

D Xを実現するためには、D（デジタル技術の導入）よりも、X（トランスフォーメーション）が重要であることを我々は学んできた。今後、D（デジタル技術の導入）にあたる部分を様々なモノに置き換えることで新たな考え方が生まれていく。

例えば、ここ滋賀で考えた場合はいかがだろうか。

我々滋賀経済同友会は、持続可能性を基盤とした経済成長と環境が調和する、「グリーン経済」の実現を目指しており、企業にとっての意義・価値の創出を促す取組みを行っている。

滋賀のより豊かな社会を実現するためには、D XのD（デジタル技術の導入）にあたる部分をG（CO2削減に向けたグリーン施策）に置き換えれば、経済成長と環境の両方を目指し、新たな価値を創造していく「グリーン経済」を実現していくことに他ないのではないか。

我々がD Xの研究から培ったX（トランスフォーメーション）を実践していくことができれば、「グリーン経済」を目指した取組みを容易に行うことができるだろう。

【図表 1 1】「グリーン経済」を実現するためのトランスフォーメーション



<研究会の実施結果>

【第1回DX研究会】

日 時：令和2年10月27日（火）

講 演：地域に新しい価値を生み出すDX／CX

講 師：東京大学大学院工学系研究科 教授 森川博之氏

【第2回DX研究会】

日 時：令和2年12月15日（火）

講 演：DX実現に向けた近畿経済産業局の取組み

講 師：経済産業省 近畿経済産業局

地域経済部 次世代産業・情報政策課 課長 大塚公彦氏

【第3回DX研究会】

日 時：令和3年2月18日（木）

講 演：令和2年度 DX研究会提言内容（案）

発 表：関西電力送配電株式会社 滋賀支社 副長 高岡宏治氏

<参 考>

【令和2年度夏季懇談例会】

日 時：令和2年8月6日（木）

講 演：デジタル・トランスフォーメーション（DX）の本質とは
～デフレーミング概念を手掛かりに考える～

講 師：東京大学大学院情報学環 准教授

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター主幹研究員

高木聡一郎氏