

Fujitsu Future Insights  
Global Digital  
Transformation  
Survey Report  
2020

FUJITSU

shaping tomorrow with you

社会への価値提供に貢献する  
デジタルトランスフォーメーション



# 目次

---

- 2 イン트로ダクション
- 3 エグゼクティブサマリー
- 4 1章：社会への価値提供に関する現状認識
- 10 2章：デジタルトランスフォーメーションと社会への価値提供
- 19 回答者プロフィール

# イントロダクション



技術進歩によって人々の暮らしが飛躍的に向上した一方で、世界は依然としてさまざまな社会課題に直面しています。この状況下で、企業は自社の利益のみを追求するのではなく、社会に対して価値を提供するように消費者や投資家からますます求められるようになっていきます。

一方、ビジネス環境が不確実性を増す中で、企業はデジタル技術を活用したイノベーションによって競争に勝ち抜こうとしています。顧客体験の向上、業務の効率化、新規事業の創出など、デジタル技術のビジネスへの恩恵は明らかです。

しかし、それ以上に、社会を変革するツールとしてのデジタル技術の力を忘れてはなりません。デジタル技術は人々の安心安全、健康福祉（ウェルビーイング）の向上、都市の持続可能性の向上などに大きく貢献します。また、多くの人々の生命や生活を脅かした新型コロナウイルス感染拡大の危機に対応するために、オンラインでの在宅勤務やオンラインショッピング、遠隔医療、遠隔教育などを含め、さまざまなデジタル技術が活用され、社会活動の維持に貢献しました。

世界9か国、計900名の企業や組織のリーダーを対象にデジタルトランスフォーメーションの状況と社会への価値提供に関する意識を調査した今回の結果は、デジタルは企業や組織に優位性をもたらすだけでなく、社会への価値提供においても重要な役割を果たすことを裏付けました。

富士通のパーパス（社会における存在意義）は、イノベーションによって社会に信頼をもたらし、世界をより持続可能にしていくことです。デジタルトランスフォーメーションの真の意義は、デジタル技術を使ってより良い社会を実現することだと確信しています。

# エグゼクティブサマリー

## ビジネスリーダーは社会への価値提供に対して高い意識を持つ

ビジネスリーダーの意識は、かつての株主重視から、企業を取り巻くさまざまなステークホルダーに対する責任を果たすことへと変化していました。企業は株主に対してだけでなく、顧客、従業員、パートナーにも価値を提供することを重視するようになってきました。そして92%の企業や組織が、中長期的に事業を持続させていくためには、利益追求だけでなく社会への価値提供が必要であると回答しています。また、88%の企業や組織が、収益を上げる事業を通じて社会へ価値を提供することが重要だと考えています。

社会への価値提供の課題については、アイデアを実際のプロジェクトに発展させたり、投資対効果を明確にすることが挙げられています。一方で、事業戦略との連携や、従業員の意識変革が成功要因であることも明らかになりました。

## デジタルトランスフォーメーションは社会への価値提供に貢献する

デジタルトランスフォーメーションが、顧客体験の向上や売上拡大など、ビジネスにポジティブなインパクトを与えることが本調査から明らかとなりました。さらに、89%の企業や組織が、デジタルトランスフォーメーションが社会への価値提供に寄与したと回答しているように、その影響はビジネスだけでなく社会に及んでいます。

デジタルトランスフォーメーションから非常に満足できる結果を得ている企業や組織は、同時に社会への価値提供を積極的に行っていることも明らかになっています。これはデジタルトランスフォーメーションがビジネスと社会の両方に対してポジティブに貢献することを示しています。

# Chapter 1

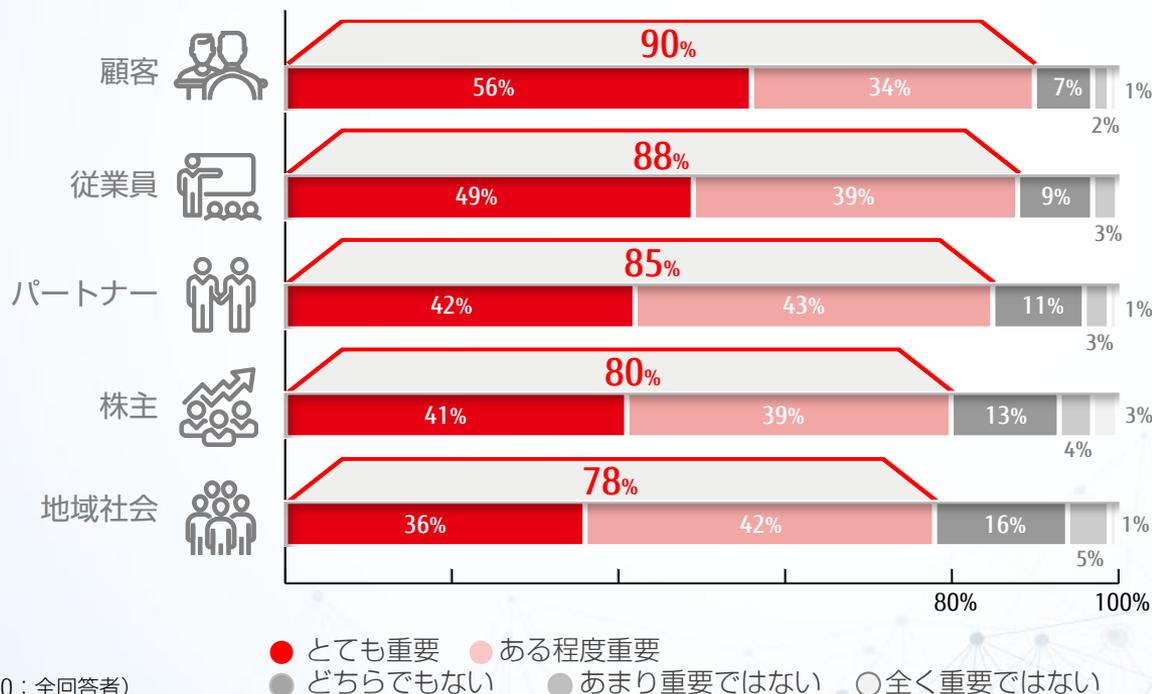
A short, thick red horizontal line is positioned below the word "Chapter" in the title.

## 社会への価値提供に対する現状認識

# ステークホルダーに対する価値提供

## マルチステークホルダーに価値を提供することが重要

### それぞれのステークホルダーに対する価値提供の重要度



(n=900 : 全回答者)

- 回答者の約80%は、顧客、従業員、パートナー、株主、地域社会といったそれぞれのステークホルダーに価値を提供することが不可欠と考えています。
- 特に90%は顧客への価値提供が重要であると考え、88%は従業員への価値提供が重要であると考えています。
- 本調査の結果は、株主価値の向上のみでは企業の持続的な成長を実現するには不十分であり、様々なステークホルダーへ価値を提供する必要があることを示唆しています。

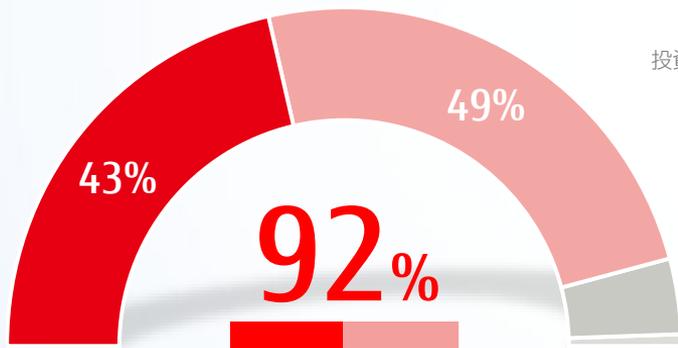
# 企業が持続可能であるためには社会への価値提供が必要

92%の回答者は、社会への価値提供が企業の持続可能性に必要と回答。  
その主な理由は、商品やブランド価値の向上、若い世代への訴求

企業が持続可能であるために利益を追求するのみではなく  
社会への価値提供が必要

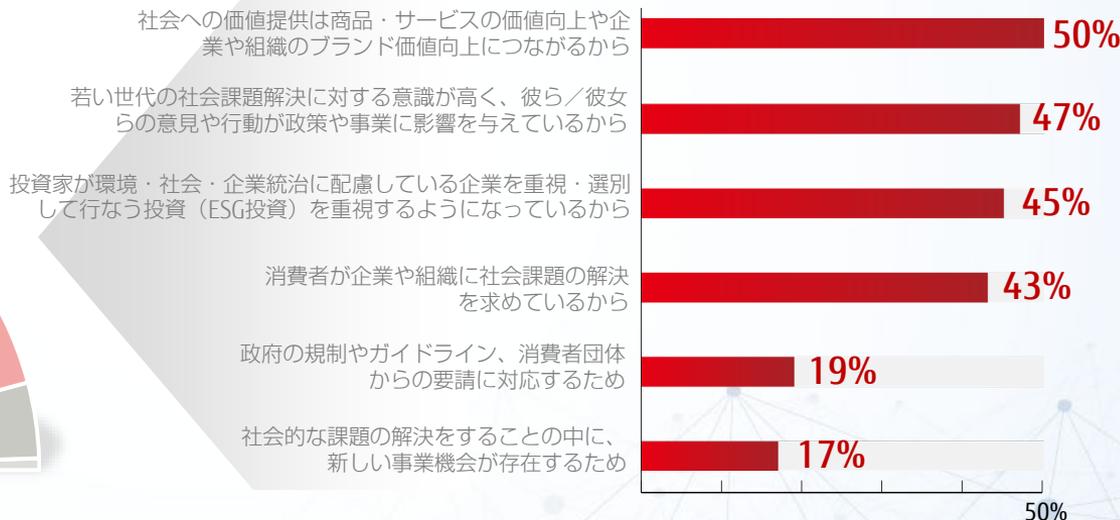
(n=891：営利企業や組織に属する回答者)

- 非常にそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- そう思わない
- 全くそう思わない



企業が利益を追求するのみでなく、社会へ価値を提供すべき理由

(n=822：左記の質問に「非常にそう思う」または「そう思う」と答えた回答者)

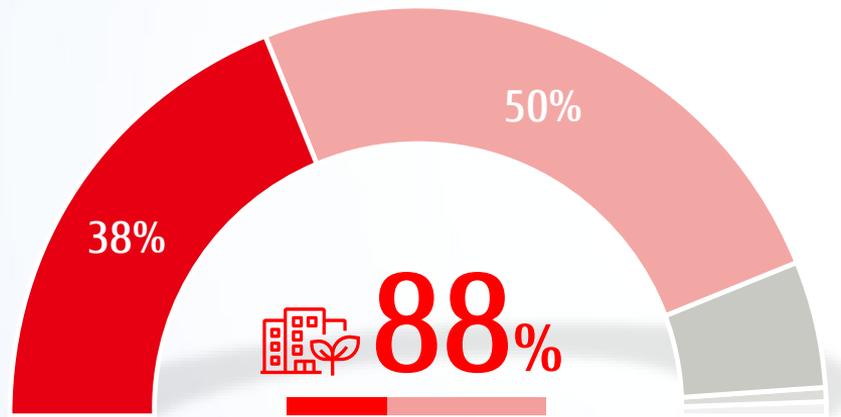


- 92%の回答者は、企業が中長期的に持続可能であるためには、社会へ価値を提供しなければならないと考えています。
- その92%の半数が、社会への価値提供により、商品、サービスの価値、企業や組織のブランド価値が向上すると考えています。
- 企業が利益のみを追求せず社会へ価値を提供すべき第2の理由は、将来の顧客である若い世代の社会課題解決に対する意識が高いことが挙げられます。

# ビジネスと社会の目標を一致させる

## 営利事業を通じて社会に価値を提供することが重要

■ 営利事業を通じて社会へ価値を提供することは重要である



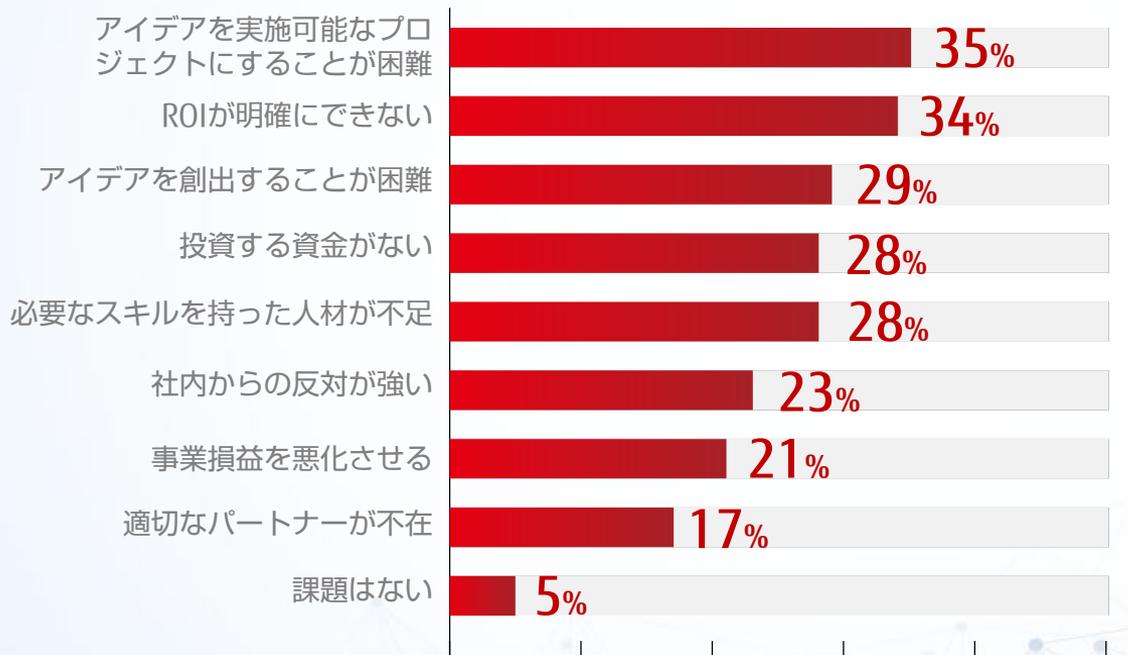
● 非常にそう思う ● そう思う  
● どちらでもない ● そう思わない ○ 全くそう思わない

- 全体で88%の回答者は、営利事業を通じて社会に価値を提供することは、自身の企業または組織にとって重要と考えています。
- これは、企業や組織が持続可能性を実現するためには、収益の拡大を含むビジネスの目標と社会に貢献するという目標を一致させる必要があることを裏付けています。

# 社会へ価値を提供する上での課題

## アイデアを実施可能なプロジェクトに落とし込むことやROIの明確化が課題

### 社会に価値を提供する事業を実行する上での課題



- 企業や組織にとっての最も大きな課題はアイデアを実施可能なプロジェクトにすることであり、それに続いて新たな取り組みのROI（投資利益率）を明確にするのが困難であることです。
- アイデアを実施可能なプロジェクトへ落とし込むことは簡単ではありません。トライアンドエラーを繰り返しながら、いかに迅速に具体化できるかが課題です。
- 営利事業を通じて継続的に社会に価値を提供していくには、ビジネスのROIと共に、非財務的な成果も数値化する必要があります。

(n=891：営利企業や組織に属する回答者)

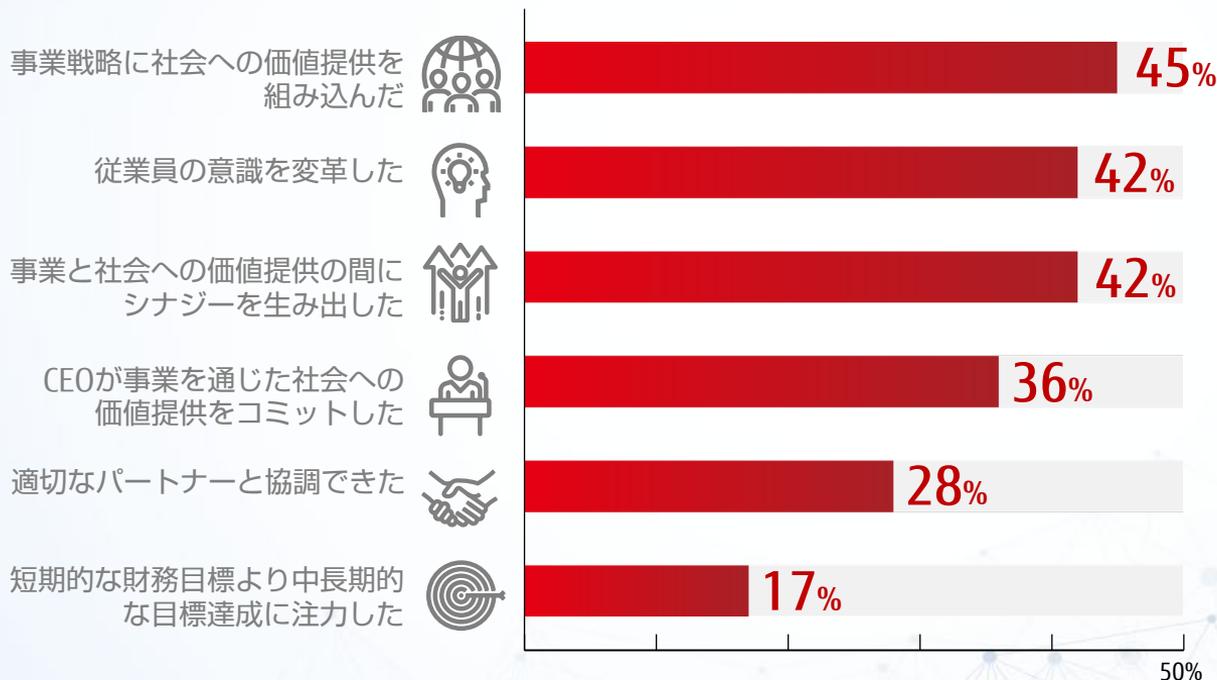
\*課題を3つまで選択

50%

# 社会へ価値を提供する上での成功要因

## 事業戦略と社会への価値提供の連携が成功をもたらす

### 事業を通じて社会に価値を提供する上での成功要因



- 企業や組織は、事業戦略に組み込むことによって、社会への価値の提供が可能になったと考えています。また、従業員の意識の変革および事業とのシナジーを生み出すことも重要です。社会への価値提供を戦略に組み込むことは、様々な部署の従業員が意思統一できる要因にもなります。
- 企業や組織は、従業員の意識を変革し、社会への価値提供を事業戦略に組み込むことを検討する必要があります。

(n=822：営利企業や組織に属し、事業を通じて社会へ価値を提供している回答者)

\*成功要因を3つまで選択

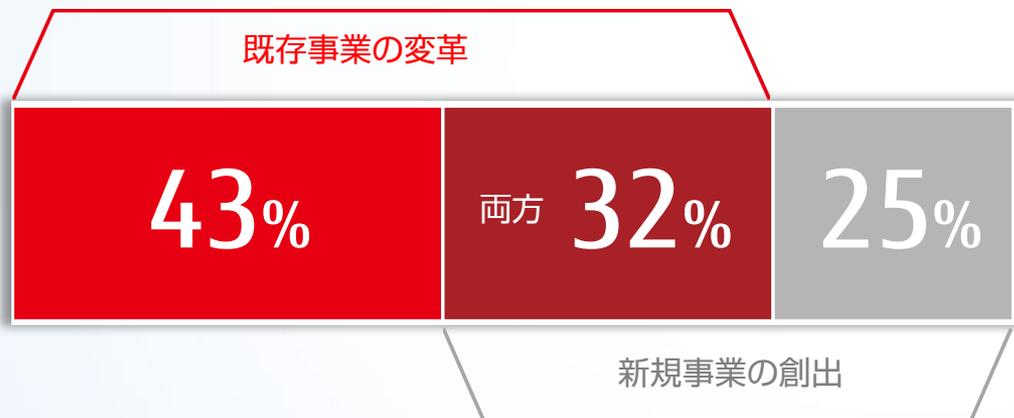
# Chapter 2

## デジタルトランスフォーメーションと 社会への価値提供

# デジタルトランスフォーメーションのインパクト

デジタルトランスフォーメーションは既存と新規の両方のビジネスに  
ポジティブなインパクトを与える

## デジタルトランスフォーメーションのインパクト



(n=778 : デジタルトランスフォーメーションで満足できる結果を得られた回答者)

- 回答者の43%がデジタルトランスフォーメーションは既存事業の変革に影響を与えたと回答しています。また、32%が既存事業の変革と新規事業の創出の両方に影響を与えたと回答しています。
- 全体の75%の企業や組織にとって、デジタルトランスフォーメーションが既存事業の変革に影響があったということになります。これに対して、新規事業の創出に影響があったのは、全体の57%です。
- 経営者は、既存ビジネスの変革とイノベーション創出に対応する、両利きのデジタルトランスフォーメーションに取り組むことが課題だと考えます。

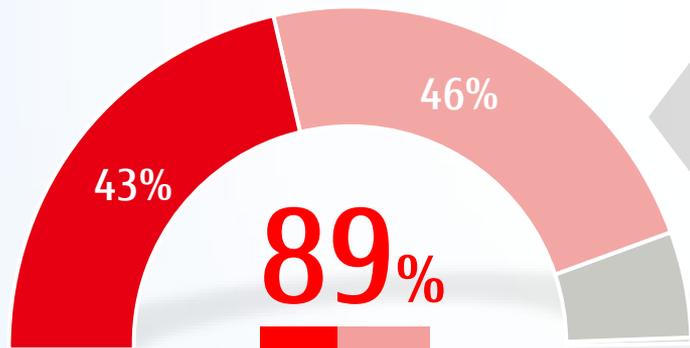
# デジタルトランスフォーメーションは社会への価値提供に貢献

デジタルトランスフォーメーションは安心・安全の提供やウェルビーイングの向上など社会価値の提供にも寄与

## デジタルトランスフォーメーションは社会への価値提供に寄与した

(n=367: デジタルトランスフォーメーションを実践し結果を出した回答者)

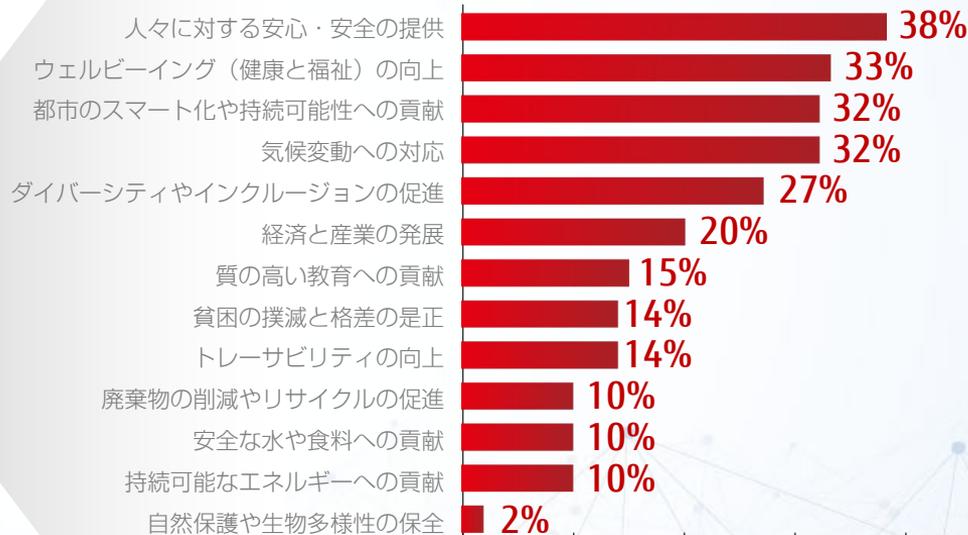
- 非常にそう思う
- そう思う
- どちらでもない
- そう思わない



- 回答者の89%が、デジタルトランスフォーメーションはビジネスの価値向上のみならず、社会への価値提供に寄与したと回答しています。

## デジタルトランスフォーメーションを通じて提供した社会価値

(n=327: 左記の質問に「非常にそう思う」または、「そう思う」と答えた回答者)

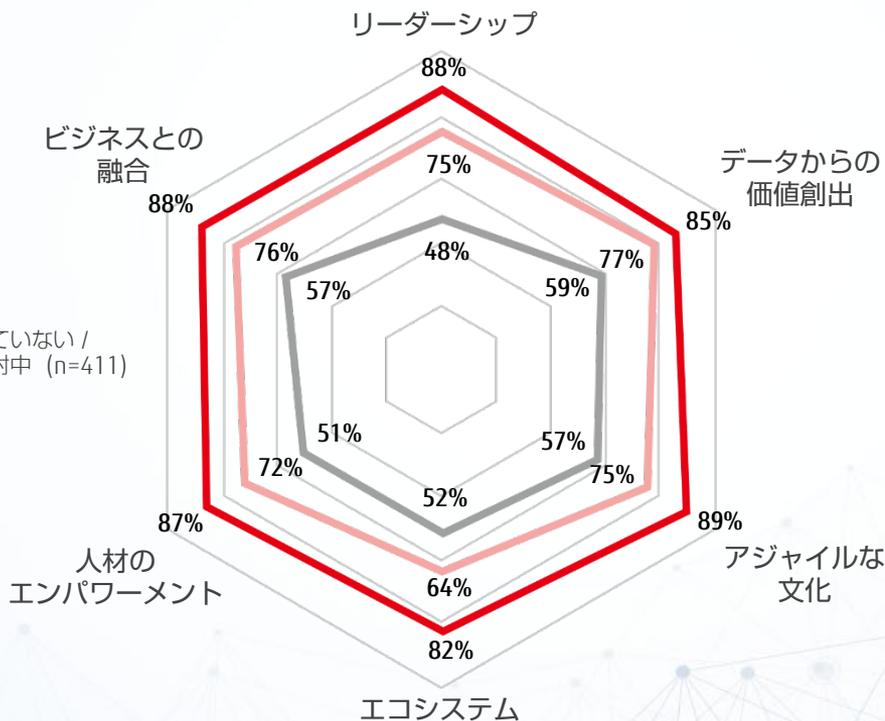


- 3分の1の企業や組織が、デジタルトランスフォーメーションは人々に対する安心・安全、ウェルビーイングの向上、都市のスマート化および持続可能性に貢献したと考えています。

# デジタルトランスフォーメーションの成功要因（デジタルマッスル）

## デジタルトランスフォーメーションを実践し結果を得た企業や組織は強いデジタルマッスルを持つ

### デジタルトランスフォーメーションの 進捗と組織能力



- 実践し結果を得た (n=367)
- 実践しているが、結果はまだ得ていない / 試行、実証中もしくは企画、検討中 (n=411)
- 検討、試行、実践なし (n=122)

(n=900 : 全回答者)

- 2018年から実施している私達の調査で、デジタルトランスフォーメーションの成功に必要な組織能力としてリーダーシップ、データからの価値創出、アジャイルな文化、エコシステム、人材のエンパワーメント、ビジネスとの融合の6つの要素を抽出し、これをデジタルマッスルと呼んでいます。
- 今年の調査結果も、デジタルマッスルの重要性を裏付けるものでした。デジタルトランスフォーメーションを実践しビジネスへのポジティブな結果を得た企業や組織はより強いデジタルマッスルを持っていることを示しています。
- 最も大きな差があったのは「リーダーシップ」であり、変革の結果を得た企業や組織では、88%がデジタルトランスフォーメーションを経営者の最重要経営課題として取り組み全社的な戦略を実行していました。一方で検討、試行、実践をしていない企業や組織で肯定的な回答はわずか48%でした。

# デジタルトランスフォーメーションの 成功要因

## デジタルマッスル

### リーダーシップ

CEOの優先課題としてデジタルトランスフォーメーションに取り組む

### エコシステム

パートナーと共に、トラステッドなエコシステムを構築

### 人材のエンパワーメント

必要なスキルを持つ人材を育成し、成長の機会を与える

### アジャイルな文化

イノベーションに挑戦し、変化に対応する文化の醸成

### データからの価値創出

セキュリティを確保し、信頼性のあるデータからビジネス成果を生み出す

### ビジネスとの融合

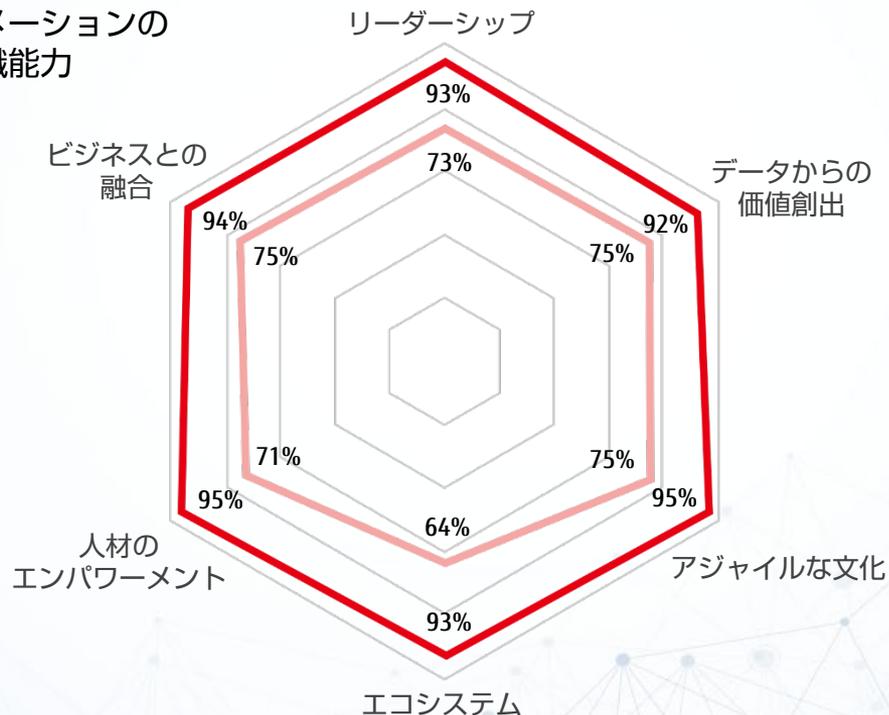
デジタル技術をビジネスプロセスに組み込み駆動する



# デジタルマッスルと結果の満足度

## デジタルトランスフォーメーションから非常に満足するビジネス上の結果を得た企業や組織は、極めて強いデジタルマッスルを持つ

### デジタルトランスフォーメーションの結果に対する満足度と組織能力



結果に大変満足 (n=163)

その他 (n=737)

- 結果にやや満足 (n=177)
- 結果に満足でも不満でもない (n=21)
- 結果にやや不満である (n=6)
- 結果はまだ得ていない (n=411)
- 検討、試行、実践なし (n=122)

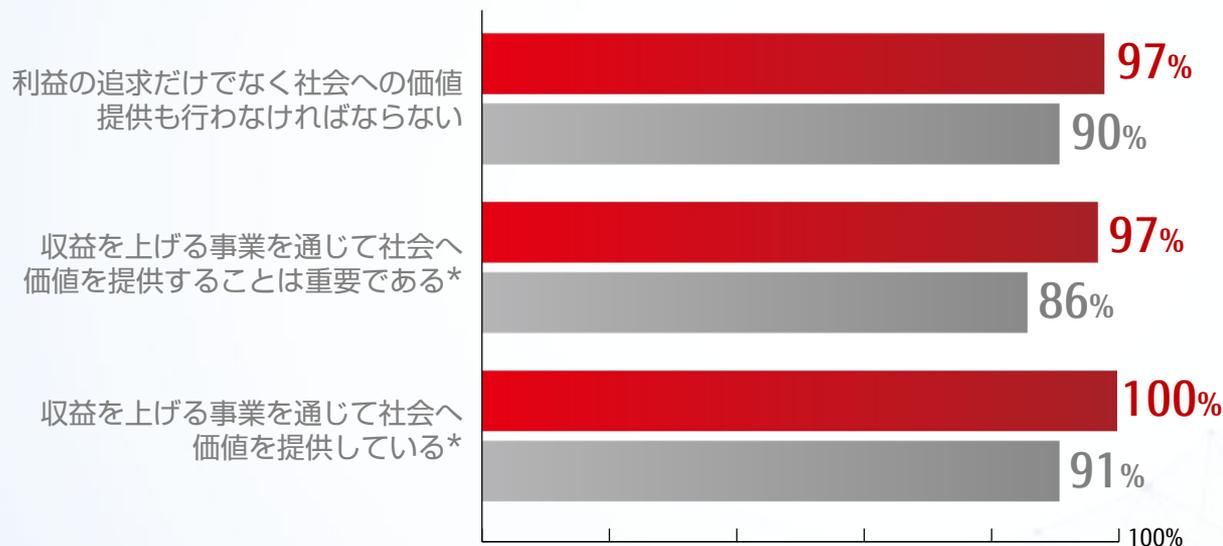
(n=900 : 全回答者)

- デジタルトランスフォーメーションから非常に満足するビジネス上の結果を得た企業や組織は、極めて強いデジタルマッスルを持っています。
- しかし、それ以外の企業や組織のデジタルマッスルは弱く、大変満足していると回答した企業や組織と比べ約20%低いスコアです。
- これは、デジタルトランスフォーメーションによってビジネスへの大きなインパクトをもたらすために、デジタルマッスルの強化が非常に重要であることを裏付けています。

# デジタルトランスフォーメーションの成功と社会への価値提供

## デジタルトランスフォーメーションで結果を得て満足度が高い企業や組織は社会への価値提供に積極的

### デジタルトランスフォーメーションの結果への満足度と社会への価値提供



● 結果に大変満足 (n=163)

● その他 (n=737)

結果にやや満足 (n=177), 結果に満足でも不満でもない (n=21), 結果にやや不満 (n=6), 結果はまだ得ていない (n=411), 検討、試行、実践なし (n=122)

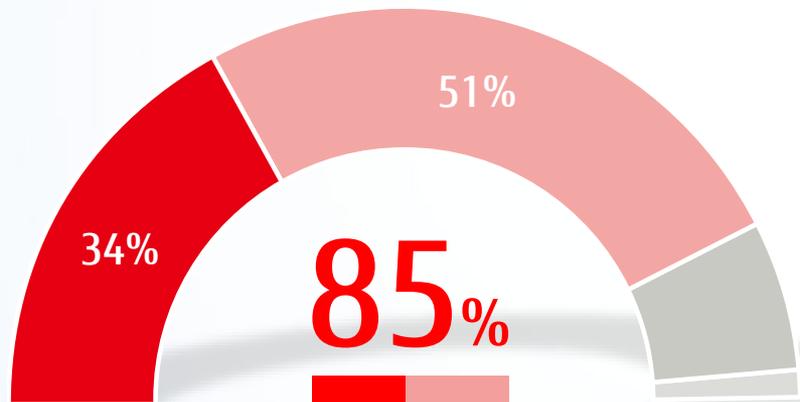
(n=900 : 全回答者) \*の設問は、非営利企業・組織に属する回答者を除く

- デジタルトランスフォーメーションから非常に満足するビジネス上の結果を得た企業や組織は、より積極的に社会へ価値を提供しています。
- デジタルトランスフォーメーションの結果に満足している回答者は、そうでない回答者と比較し、営利事業を通じて社会に価値を提供することが重要であるとする傾向が強いことがわかりました。
- またデジタルトランスフォーメーションの結果に高い満足を得ている全ての企業や組織は、営利事業を通じて社会に価値を提供しています。

# デジタルトランスフォーメーションは 持続可能な社会の実現に貢献

デジタルトランスフォーメーションはインクルーシブで持続可能な  
信頼のできる社会の実現に貢献

デジタルトランスフォーメーションは、インクルーシブで持続可能な信頼できる社会の実現に貢献する



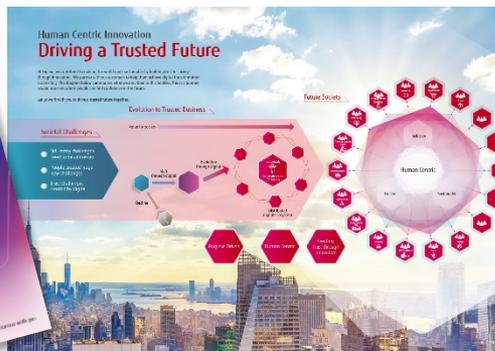
● 非常にそう思う    ● そう思う  
● どちらでもない    ● そう思わない

- 85%の回答者が、デジタルトランスフォーメーションは、インクルーシブで持続可能かつ信頼できる社会の実現に貢献すると考えています。
- 今回の調査で企業や組織のほとんどが、デジタルトランスフォーメーションはビジネスのみではなく社会にもポジティブな影響を与えていると考えていることが明らかになりました。

# Fujitsu Technology and Service Vision



調査レポートの内容に関連した富士通の考え方についてはこちらをご覧ください



Fujitsu Technology and Service Vision

<https://www.fujitsu.com/jp/vision/>

# 回答者プロフィール



## 対象国

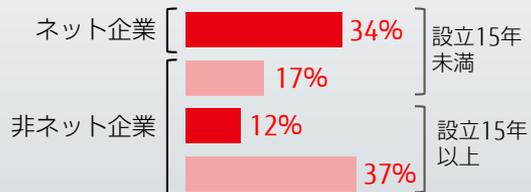
世界9ヶ国 (各国100サンプル)

- ・ 日本
- ・ 米国
- ・ オーストラリア
- ・ 英国
- ・ ドイツ
- ・ スペイン
- ・ フランス
- ・ シンガポール
- ・ 中国



## 企業タイプ

(n=900)



- インターネットのみで商品・サービスを提供
- 主に物理的なチャネルを通して商品・サービスを提供



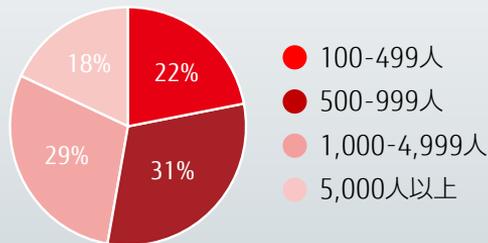
## 業種

(n=900)



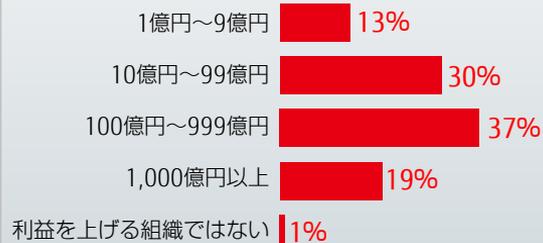
## 従業員数

(n=900)



## 売上

(n=900)



## 役職

(n=900)



# 富士通株式会社

〒105-7123 東京都港区東新橋1-5-2

汐留シティセンター

電話：03-6252-2220（代表）

0120-933-200（富士通コンタクトライン）

<https://www.fujitsu.com/jp/>

## 商標について

記載されている製品名などの固有名詞は、各社の商標または登録商標です。

## 将来に関する予測・予想・計画について

本冊子には、富士通グループの過去と現在の事実だけではなく、将来に関する記述も含まれていますが、これらは、記述した時点で入手できた情報に基づいたものであり、不確実性が含まれています。従って、将来の事業活動の結果や将来に惹起する事象が本冊子に記載した内容とは異なったものとなる恐れがありますが、富士通グループは、このような事態への責任を負いません。読者の皆様には、以上をご承知いただくようお願い申し上げます。

「グローバル・デジタルトランスフォーメーション調査レポート2020」の一部または全部を許可無く複写、複製、転載することを禁じます。

©2020 FUJITSU LIMITED

2020年6月発行

