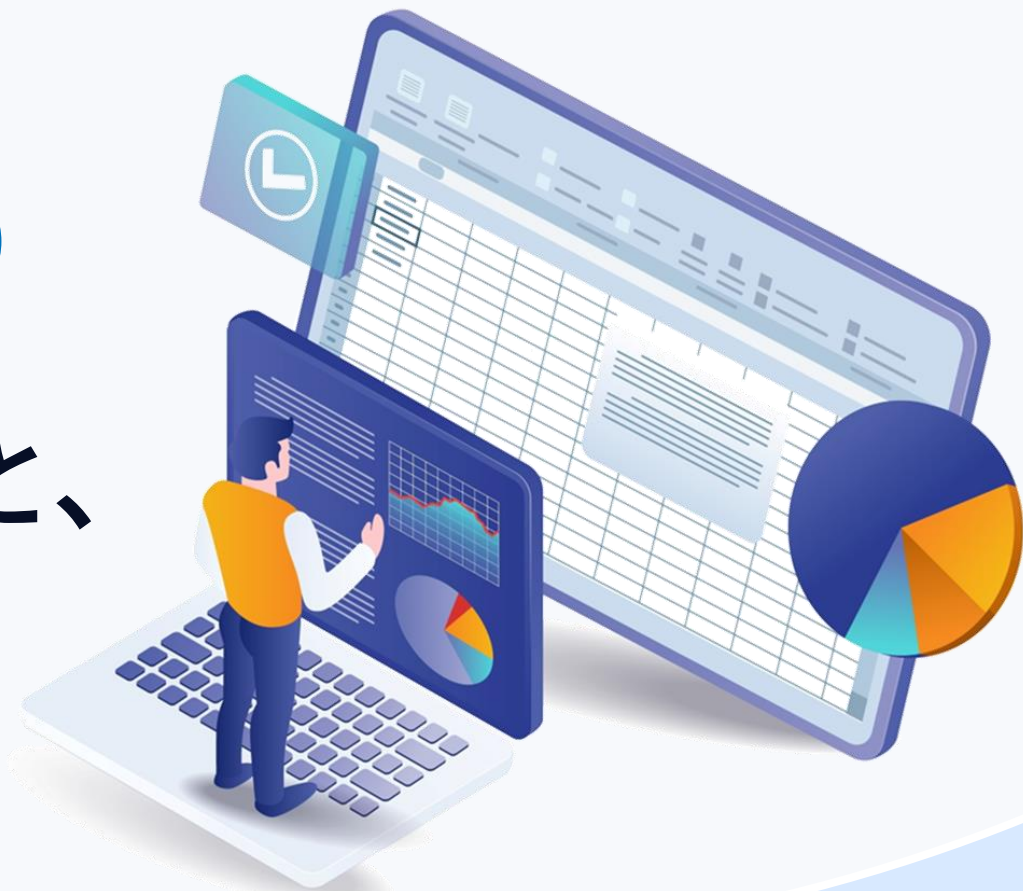


## IM-QuickActivate活用術

**DXが進まない本当の理由と、  
成功企業がやっていること**



# はじめに

近年ではあらゆる企業や組織でDXが重要なテーマとなっていますが、日本国内においてDXを戦略的に実践できている企業はまだまだ少ないのが現状です。

海外諸国と比べて、日本はDX人材が質・量ともに不足している現状があり、DX推進に課題を抱える企業が多くなっています。

「**DXの進め方がよく分からない**」

「**DXを熟知している社内人材が不足しており変革が進まない**」

「**社内のDX推進を支援してくれる外部の専門家やベンダーがあれば相談したい**」

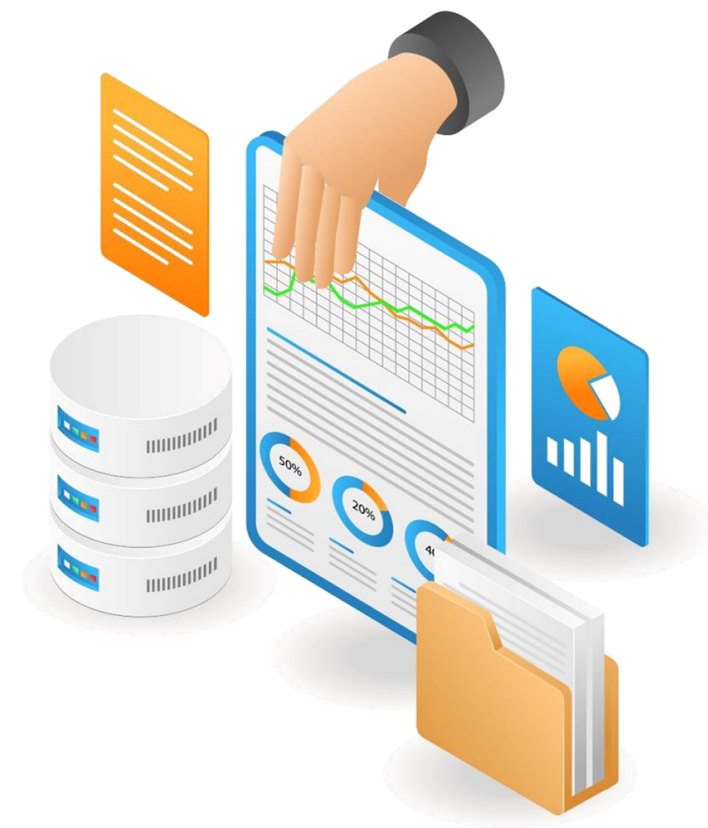
といったお悩み・課題を持つ担当者も多いのではないのでしょうか。

本資料では、日本企業における**DXの現状**や**DXの基本的な進め方**、**DX推進を成功に導くポイント**、**DX失敗のよくあるパターン**について解説します。DX推進支援に役立つサービスについても紹介しますので、ぜひ最後までご覧ください。



# 目次

1. DXとは何か？まずはおさらいしましょう
2. 日本企業におけるDXの現状
3. DXを進める「最初の一步」の前に立ちはだかる壁
4. DXの基本的な進め方
5. DX推進を成功に導くポイント
6. DXが失敗する3大パターン
7. DX推進をトータルで支援する「IM-QuickActivate」
8. IM-QuickActivateの主な支援内容①：BPM実践ワークショップ研修
9. IM-QuickActivateの主な支援内容②：IM-QuickWin
10. 導入事例：株式会社日立ICTビジネスサービス様
11. まとめ



# DXとは何か？まずはおさらいしましょう


DXの本質を理解することは、DXを具体的に進め、成功への道筋を描くうえで不可欠です。

## I DX（デジタルトランスフォーメーション）とは

データやデジタル技術を活用し、顧客目線で新たな価値を創出することです。単なる業務の効率化ではなく、ビジネスモデルや企業文化などの全社的な変革に取り組む活動となります。

## I DXの位置づけ

DXは「デジタイゼーション」「デジタライゼーション」という段階を経て、その先に位置づけられます。

概念	内容	例
デジタイゼーション	アナログ・物理データのデジタル化による作業効率化	取引先との請求書のやり取りを紙面からPDFに変更（作業単位の効率化）
デジタライゼーション	個別の業務プロセスのデジタル化による業務の標準化・効率化	顧客管理システムを導入して営業活動を効率化（部門単位の標準化）
 <b>DX</b>	組織横断/全体業務プロセスのデジタル化、 ビジネスモデルの変革や価値創造による企業の競争力強化	蓄積されたデータを活用し、顧客体験を向上させる新商品・サービスを開発 （全社戦略としての変革）

### POINT

システムの導入はあくまで手段。**DXの目的はビジネス変革によって新たな価値を創出することです。**

参考： [経済産業省「デジタル・ガバナンスコード実践の手引き（要約版）」](#)p.1、[IPA「DX白書2023」](#)p.106

# 日本企業におけるDXの現状

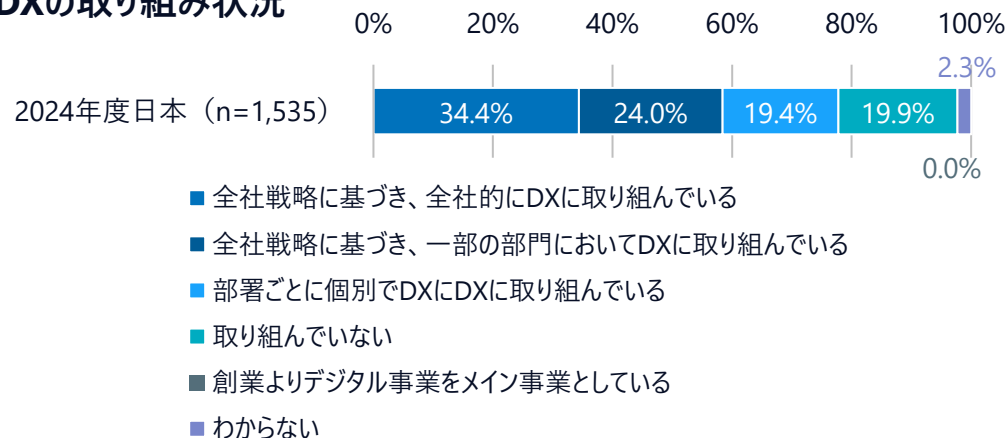
日本国内においてDXを戦略的に実践できている企業は少なく、DX人材が質・量ともに不足している現状があります。

## Ⅰ 表層的な浸透にとどまる日本企業のDX

DXに何らかの形で取り組む企業は8割近くに達しており、「表面的な」浸透は進んでいます。しかし、**全社的な戦略のもとで本格的に推進できている企業は3割強にとどまり、真の変革に依然として大きな壁が立ちはだかっているのが現状です。**

さらに、DXに取り組んでも「成果が出ている」と回答する割合は他国（米国・ドイツ）と比べて低く、満足のいく結果を得られていない企業が多い状況です。

### DXの取り組み状況



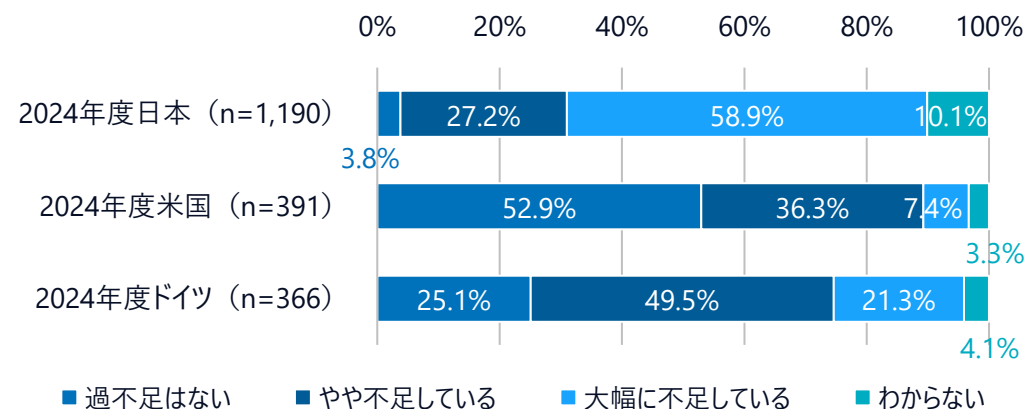
出典：IPA「DX動向2025」p.2、p.7

## Ⅱ DX推進上の大きな課題の一つは人材難

日本企業の8割以上が、DXを推進できる人材が質・量ともに不足していると回答しています。他国と比べても、日本におけるDX人材不足は顕著です。

特に日本では、DXの取り組みの初期段階から導入・検証までを担う人材が不足しており、DXの成果創出にも影響していると考えられます。

### DXを推進する人材の「質」の確保



出典：IPA「DX動向2025」p.50、p.51、p.52

# DXを進める「最初の一步」の前に立ちはだかる壁

DXの成果創出が進まない背景には、DXの初期段階から主導できるスキル・経験を持つ人材の不足があります。

既存業務を深く理解しつつ、業務部門とシステム部門間で対等に議論できる「橋渡し役」が不足しているため、最初の一步でつまづくケースが少なくありません。主な理由は次の通りです。



## スタート地点の迷い

全社的なDXといわれても、具体的にどこから着手すべきか優先順位をつけられず、計画が停滞してしまいます。



## 現場の巻き込み

トップダウンでDXを掲げても、日々の業務に追われる現場部門の理解や協力が得られず、形骸化してしまいます。特に複数部門や事業所を抱える企業では、調整負荷や利害対立が障壁となり、足並みがそろわないケースも多くなります。



## 手段の目的化

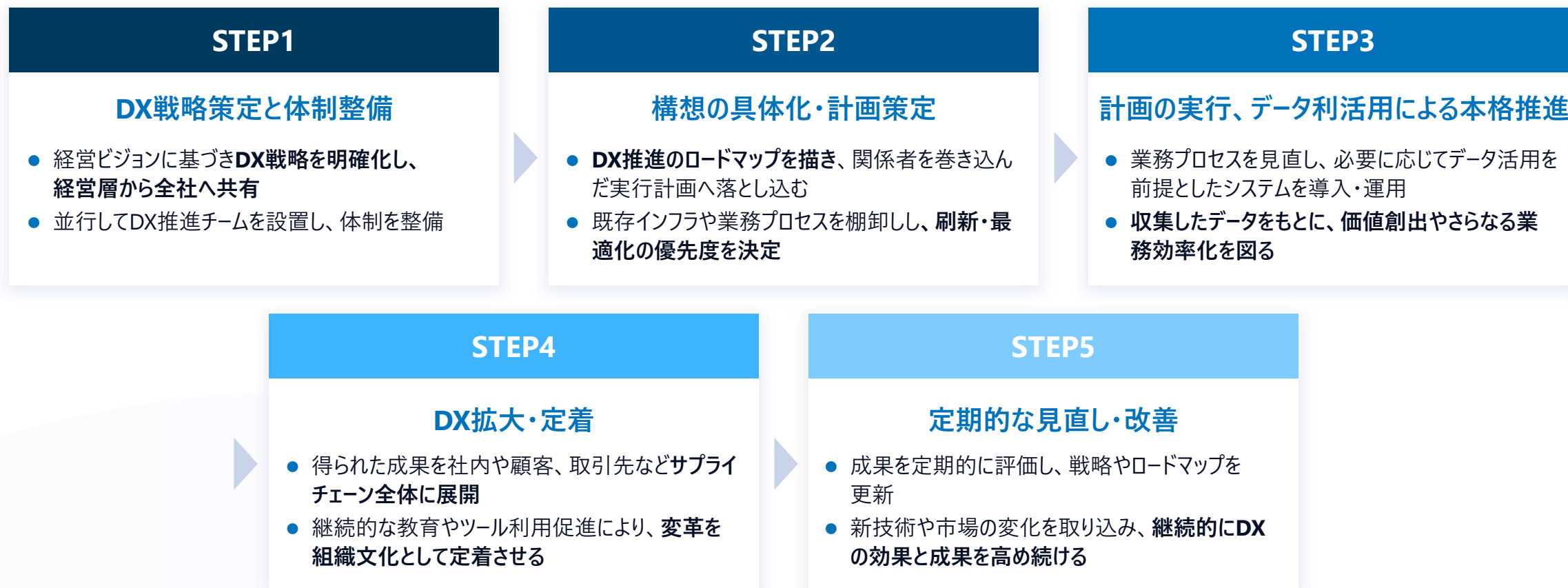
期間に迫られたり、進め方が明確でなかったりする状況では、「システムを導入すれば何かが変わるはずだ」と期待し、システム化へと急いでしまうケースも見られます。その結果、本来の目的である「変革」ではなく、単なるデジタル化で終わってしまうリスクがあります。

### POINT

まずは**DXの進め方・全体のプロセスの正しい理解**が大切です。小さな成功体験が現場の理解を促進させ、現場を効果的に巻き込みます。

# DXの基本的な進め方

それでは、DXはどのように進めていけばよいのでしょうか。基本的なステップを解説します。



## POINT

経営層と現場層が一体となり、**DX戦略**に対する意識を全社的に統一した上で、戦略に則した構想を策定・実行することが重要です。

参考：経済産業省「[DX支援ガイドンス概要版](#)」p.16

# DX推進を成功に導くポイント

DX推進を成功させるために、次のポイントを押さえましょう。

## POINT 1

### 経営層による旗振り

経営者のリーダーシップが全社的な推進の鍵となります。  
同業他社のDXの成功事例などを共有し、経営層を中心に自社に活かすためのきっかけや気づきを得ることが重要です。

## POINT 2

### 成功体験の積み重ね

大規模なシステム導入よりも、身近な業務のデジタル化や既存データの活用から着手し、成功体験を部門横断で共有・展開しましょう。

## POINT 3

### 外部リソースの積極活用

社内だけでDX推進を完遂することは容易ではありません。社内メンバーが学びを吸収し次の取り組みに生かせるように、外部の専門家やベンダーを活用し、不足する知見やスキルを補完することも大切です。

## POINT 4

### ゼロベースでの業務再設計

従来の商習慣や業務の進め方にとらわれず、課題や非効率を根本から見直しましょう。（例：経験則による需要予測をデータドリブンな分析に置き換える、部門間での情報連携に伴う二重入力をワークフローやデータ連携基盤の導入で解消する）

## POINT 5

### 中長期的視点での取り組み

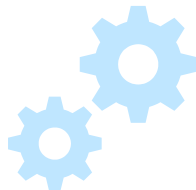
DXは一朝一夕では完遂できません。5年・10年先のビジョン実現に向け、改善と挑戦を繰り返しましょう。

# DXが失敗する3大パターン

DXの進め方を間違えると、多額の投資が無駄になり、企業に大きな損失を与えかねません。よくある失敗例は次のとおりです。

## 現場の反発とシステムの形骸化

- 目的や効果が曖昧なままトップダウンでシステムを導入すると、**既存のやり方や慣習を踏襲しようとする意識から、利用に消極的になる可能性が高いです。**
- 結果として、活用されない「形だけのシステム」になってしまいます。



## PoC止まりでの頓挫

- 壮大な構想から始めると要件定義や検証が長期化し、試作や実証（PoC）だけで終わってしまい、**本番運用に至らずプロジェクトが中断するリスクがあります。**



## 導入による業務効率の低下

- 業務プロセスへの理解が不十分なままツールを導入すると、既存業務に合わせるためのデータの整形や、**業務の例外対応で手作業が発生するなど、かえって業務効率が低下します。**
- 社内では「**ツールを導入したけど、何も変わらなかった**」というネガティブな印象が残ってしまいます。



### POINT

DXを成功させるには「**目的の明確化 → 業務の棚卸し → 小さな改善から実行**」というステップが欠かせません。現場の協力を得ながら、業務プロセスを十分に把握した上で、目的に沿ったシステムを導入し、小さな成功体験を積み重ねることが重要です。

# DX推進をトータルで支援する「IM-QuickActivate」

DXは小さな成功体験を積み重ね、関係者の足並みをそろえて着実に進めることが成功の鍵です。しかし、DX人材は不足しており、社内人材だけの推進は容易ではありません。

そこで有効なのが、外部の知見を活用しつつ、自社人材が主体となって進められる基盤を整えることです。ここでは、DX推進をトータルで支援する「IM-QuickActivate」を紹介します。

## IM-QuickActivateとは？

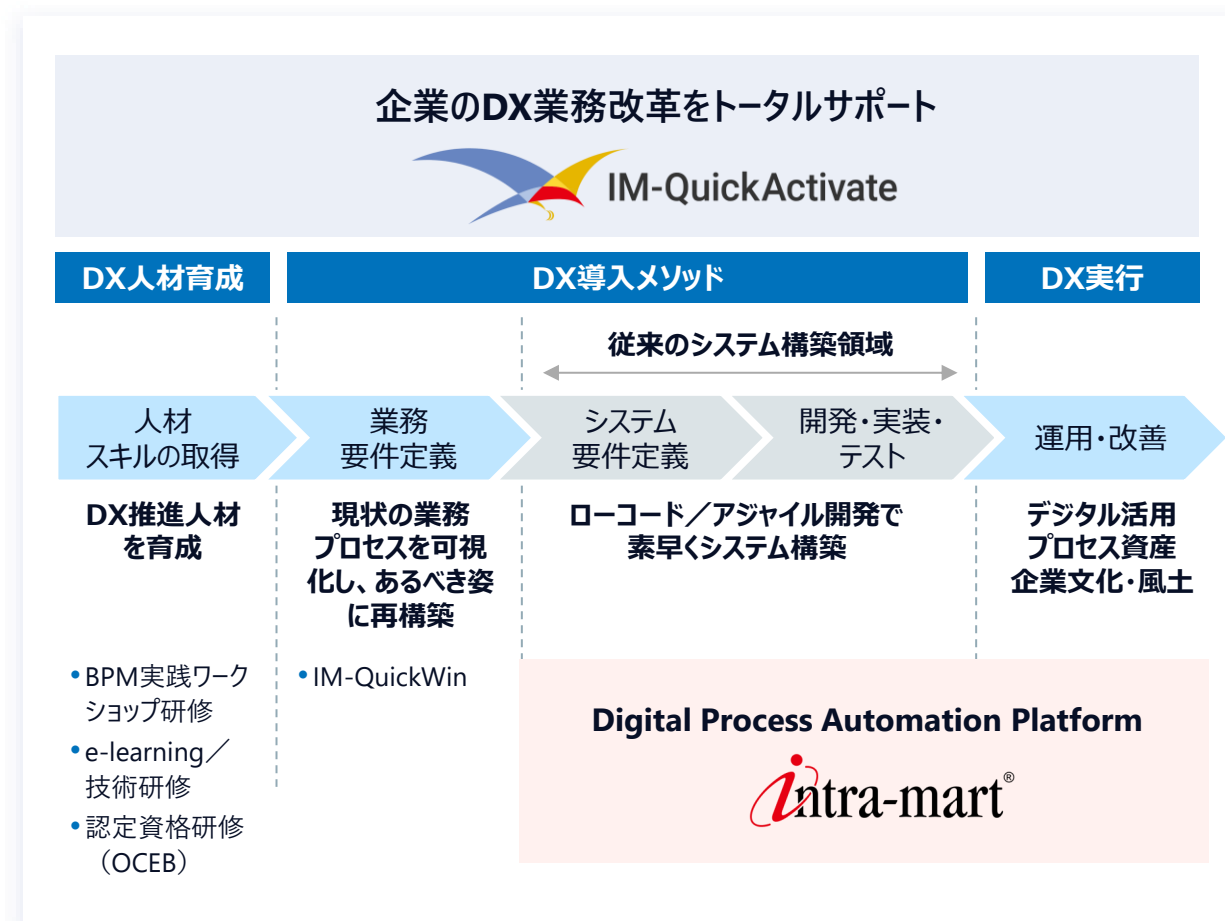
DXの進め方に悩む企業に対し、現状業務プロセスの可視化やDX人材育成、導入後の運用・改善までを包括的に支援するサービスです。DXの推進を外部に委託するのではなく、社内人材が自ら推進できる状態をめざす伴走型支援です。

## IM-QuickActivateの全体像

DX人材育成研修や業務変革メソッド、intra-martの製品ソリューションをセットで提供し、継続的かつ迅速なDX業務改革をトータルで支援します。

### POINT

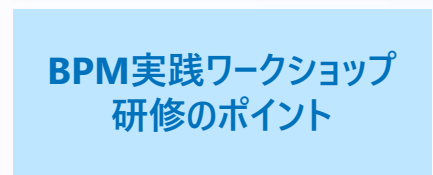
IM-QuickActivateを活用すれば、外部の知見を生かしながらDXの最初の一步を踏み出すための社内推進体制を整備できます。体制を整えることで、導入後も継続的に改善できるため、短期的な成果と中長期的な変革の両立が可能です。



\_\_\_\_\_

## ■ BPM実践ワークショップ研修とは？

## BPM実践ワークショップ研修の実施イメージ



- ✓ 経営課題の解決策を提案できるDX人材育成を目的とする
- ✓ ワークショップ形式で実践的な業務プロセスの改善まで取り組める
- ✓ デジタル化のモックアップを作成することで具体的なイメージをつかめる

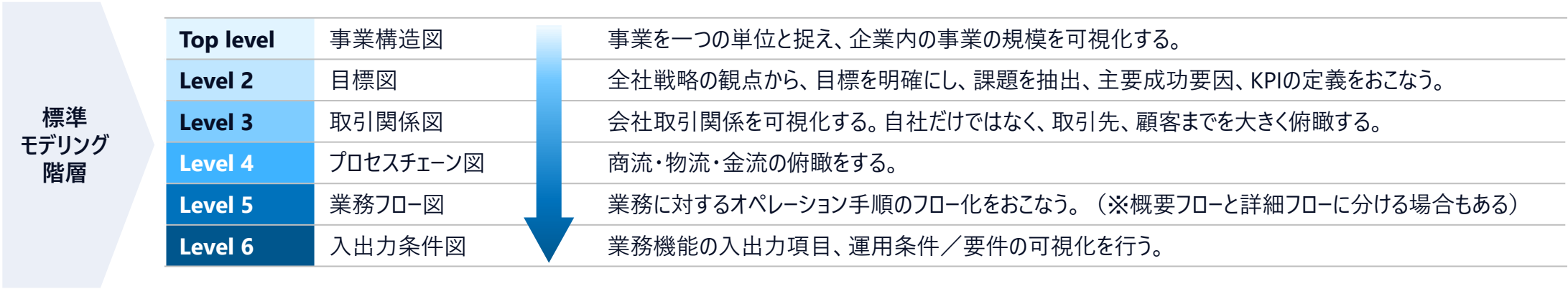
# IM-QuickActivateの主な支援内容②：IM-QuickWin

IM-QuickActivateの支援内容の一つである、業務ボトルネックの可視化と業務改革を短期間で実現するサービス「IM-QuickWin」について紹介します。

## IM-QuickWinの概要

3カ月間で業務のボトルネックとなっている部分を見つけ出し、トップダウンでTo-Beモデルの業務改革を図る支援サービスです。実測値に基づいたシミュレーション機能によりボトルネックの可視化を行い、全体最適の業務プロセスをデザインできます。

### IM-QuickWinの実施イメージ



### IM-QuickWinのポイント

- ✓ 全社戦略からブレイクダウンして業務目標の明確化や業務課題の抽出、KPIの設定などを行える
- ✓ 自社だけでなく顧客や取引先などのステークホルダーまで広範囲に業務構造を俯瞰できる
- ✓ ビジネスモデルを商流・物流・金流の観点から多角的に捉えられる

# 導入事例：株式会社日立ICTビジネスサービス様

日立ICTビジネスサービスは、BPOに関するDX/業務改革を推進・実践できる人材の育成に着手しています。  
その手段としてIM-QuickActivateを採用している事例です。

## 導入の背景・課題

- 日立グループ全体のDX推進に伴い、BPO業務のDX/業務改革が急務
- コスト貢献のため、BPOを深く理解した人材によるデジタル技術の導入が必要
- 業務プロセスを可視化・改善する担当者とシステム実装する担当者の育成が課題

## IM-QuickActivate導入の決め手と導入時の取り組み

- DX人材育成研修の充実さ、既存システムとの柔軟な連携性などが導入の決め手
- IM-QuickActivateの「BPM実践ワークショップ研修」を2カ月かけて受講
- 研修を受講した社員が社内講師となって全社に知見やノウハウを実践しながら展開

## 導入後の成果と効果

- 約2,500の業務プロセスを可視化し、自動化効果の高い90業務をシステムに実装
- 業務の無駄やボトルネックが可視化され、継続的な改善が可能に
- 業務の属人化が解消され、業務の平準化に貢献

**HITACHI**  
Inspire the Next



詳細については、以下のページをご参照ください。

[株式会社日立ICTビジネスサービス様の導入事例 | NTTデータイントラマート](#)

## まとめ

DXはデータやデジタル技術を活用し、顧客目線で新たな価値を創出する取り組みです。

日本国内においてDXを戦略的に実践できている企業はまだ少数であり、DX人材が質・量ともに不足している現状があります。

**DX推進にあたっては、まずはDXの進め方・全体のプロセスを正しく理解した上で、小さな成功を積み重ねることが大切です。**

しかし、DX人材不足に悩む企業が社内だけでDX推進を完遂することは容易ではありません。

そこで、**外部の専門家やベンダーの活用も有効な手段**となります。

「IM-QuickActivate」を活用すれば、**外部の知見を取り入れつつ、**

**自社人材が学びを吸収しながら主体となってDXを進める基盤を整備することが可能です。**

この基盤により、DXの最初の一步を着実に踏み出し、導入後もPDCAを回し続けることで、中長期的な視点でビジネス変革を実現できます。

DXの進め方や人材不足でお悩みの方は、ぜひ一度ご相談ください。





株式会社NTTデータ イントラマート

東京都港区赤坂四丁目15番1号 赤坂ガーデンシティ5階



<https://www.intra-mart.jp/>



[contact@intra-mart.jp](mailto:contact@intra-mart.jp)

- 掲載内容は2025年9月現在のものです。
- Intra-mart は株式会社NTTデータ イントラマートの登録商標です。
- その他の各種製品名は、各社の製品名称、商標または登録商標です。