

事業計画策定の前提としての現状認識

～ 経営者の「肌感覚」と「課題認識」 ～

- 会員企業経営者46名のヒアリングから -

- I 環境の変化 - 今、我々はどのような変化の中にいるのか
- II 変化への対応 - 今、我々は変化に対しどのように対応しようとしているか
また、未来に向け何を為すべきか

(参考)

- ✓ 若手は今、何を考えているのか（若手ヒアリングから）

I 環境の変化

- 今、我々はどのような変化の中にいるのか

1 変化の潮流

(1) 足元の動向

- ・ **旺盛なシステム需要、他方で2020年以降の需要後退懸念と縮む利益**

足元では好景気が続くが2020年以降、システム需要は後退局面を迎えるのではないかと懸念されている。ただ他方では既存システムの維持・改修を担う“労働集約的ビジネス”は今後も残っていくとの見方も。

中小企業でも引き合いは多いが、派遣的ビジネスモデルが中心で、利益は変わらず“かつかつ”の状況にある。加えて、労務や法令遵守に係る管理コストが増加し、利益が圧縮されている。

- ・ **常態化する深刻な人手不足と進む人材の流動化**

働き方改革により労働時間管理が厳しく求められることもあって、人手不足は常態化している。最近、協力会社からの人材はシニア人材や外国人材が多くなっている。

AIやロボット、クラウドなどを活用した新たなビジネスが増えているが、対応出来る人材は質・量ともに圧倒的に足りない。新卒採用は玉石混交の感があり、採用数を抑えなければレベルが下がる。採用は今後は更に深刻化するだろう。

こうした状況の中、若年層の離職が目立つ。彼らは顧客企業、GAFA、国内大手IT企業に転職している。特にセキュリティ、ネット系、ERP分野の人は引き抜きが多く、高い報酬で移っている。

- ・ **変わるベンダーと顧客の関係 – 顧客との共創など好事例も**

IoT、AI、RPAと高度化するIT利活用に対してベンダーに頼らざるを得ない顧客が増え、結果としてIT業界の地位が向上している。顧客との共創など、業界内でも良い事例が出てきてはいるが、未だ顧客とベンダーとの関係は主従関係であることが多い。

(2) ビジネスのシフト

・コーポレートITからビジネスITへ

顧客企業では、現業部門が情報システム部門を通さず、独自にクラウド等を利用し、ビジネスアイデアを実現するソフトウェアを開発するケースが出てきている。コーポレートITからビジネスITへのシフトに伴い、SIビジネスにおいてもエンドユーザーときちんと会話ができる人材が必要になっている。これは多重下請構造においては育たないスキル要件でもある。

・「作るから使う」、「モノ作りからコト創り」へ

クラウド・モバイル化により、システムは既存のモノを使うことが主流になり、ゼロからの作りは少なくなった。先端技術の案件も多くなったが、この分野は既にGAFGAが押さえている。

一方、地域でもデジタル系ベンチャーのインキュベーション事業が活発であり、従来の“ものづくり系”とは違う、“DX・デジタル系”の動きが活発になっている。

・新しいマーケットを創る！

SIerはいずれ従来のような仕事は出来なくなるだろう。経営者はマーケットを創ることが重要であり、エンターテインメント、スポーツ、アート等新しい分野でIT市場を開拓する営業が必要だ。マーケットの創出が個社の成長へつながる。

(3) 2020年から2025年頃までの変化

・社会課題（SDGs）解決に重要性を増すIT

社会課題に対してITを駆使することで問題解決に繋げる思考が必要となっている。本年は改元、消費税率変更等情報システムに係る制度変更が相次ぐが、これに伴う情報技術者の負荷については議論にはなっていない。社会は、IT産業を作業効率や生活の利便性を向上させる「道具」、ITをコストとしか考えていない。このため、IT人材の給与は低く、人気がない。この見方を変えなければ、社会課題の解決には至らない。

・いわゆる「2025年の崖」

DXの進展により「2025年の崖」といわれる業界が抱える課題が顕在化してくる。好況な今こそ、見通しのあるうちにDX、デジタル化、サービス化等に向けた改革の手を打たなければならない。従来どおり“ものづくり”を中心としたビジネスに頼っている企業は厳しくなっていく。

・ITの未来の実験場 - 大阪万博

2025年に大阪万博が開催される。そこではAIによる自動運転、ロボットを投入し無人製造ライン等、最先端ITを活用した未来社会が脚光を浴びることとなる。

(4) 世界の潮流

・GAFAと中国企業が牽引する世界のIT

世界のIT産業は、GAFAやWeChat等の中国企業がビジネスをリードし、従来型メディアではないTwitter、LINE、Facebook及びOne to Oneマーケティング等の活用が拡大している。ただし他方では、インターネットを通じてSNS等から大量のデータを取得し、自分で分析することが当然だと思ふ若手SEも増えている。

・マイクロサービスが実現する生産性革命

米国のB2C企業は、Amazonの影響から、スピーディに大量にリリース出来る仕組みが必須になり、マイクロサービス化が浸透し、ソフトウェアの生産性がケタ違いに変化しつつある。

2 顧客の変化

・差別化・競争戦略を実現するためのITへ

顧客は、本業に対する危機感を持ち、市場やコンシューマとの接点であるフロント部分を差別化・競争領域として重視している。基幹系システムは最早同業他社との共通領域とも考えている。クラウド化が進んでいるが、顧客自身のビジネスにとっての道具の選択でしかなく、道具の差別化ではビジネスの差別化にはならないと考えるようになってきている。どのような道具を選ぶかよりも、どう道具を使ってビジネスするかが重要となる。

・ベンダーの提案を積極的に求める姿勢、自らIT人材の採用も

顧客では、本来は中にあるはずのIT機能を外に出してしまっている。その結果、人材不足、採用難、後継者不足等も加わり、SLAやITILを担うべき裏方の仕事の伝承が難しくなっており、ベンダーに積極的な提案を求めてきている。一緒に考える技術者を必要としており、自らIT人材を採用する動きも出てきている。

・DX対応に山積する課題

顧客では、新旧システムの最適化が出来ていない、DX等新しいことに対応出来ない等、多くの課題を抱え、自らIT戦略と実装についてコントロールが出来なくなっている例も多い。

・クラウドの採用、他方でローカル仕様のシステム需要も

システム刷新に伴い、自前システムからクラウド化へのマイグレーションやコンバージョンが増えている。他方、サービス業、流通業、旅行業の中には独自の企業価値を持つ企業もあり、スクラッチ開発によるローカル仕様のシステム需要も多く、今後もこうした需要は無くならないと考える。

・向上しない顧客のITリテラシー

システム調達側の、特に経営者のITリテラシーが従来からあまり向上していない。未だにIT投資が機械投資よりも優先順位が低い企業もある。また、要件定義が出来ない顧客も多く、ベンダーへの丸投げの構図も否めない。

3 技術・サービスの変化

・先進技術への対応

先進技術としてCAMBRIC（Cloud, AI, Mobility, Big data, Robotics, IoT, Cyber Securityの7つの成長分野）への対応が重要となる。業界各社では、RPA、AI、クラウド、顧客の内製化、データサイエンティスト等の動向に敏感になっている。これら技術には、若手の方が先入観を持たずに、新しいことに“ずっと入っていける”傾向がある。

・クラウド化の進展と日本企業の限界

クラウド化ではパブリッククラウドを使う流れが出ている。パブリッククラウドを提供するには、資本、開発費等において今の日本企業には限界がある。海外企業に席卷されている時代が続きすぎ、国内ベンダーは組み立てメーカーのようになってしまっている。

・SIモデルとサービスモデル

顧客の依頼によりITを駆使して課題解決するSIモデルと、社会問題をITの切り口から解決するサービスモデルの2つのモデルがあるが、どちらか一方に集約されることはない。サービスモデルは、SIモデルの技術を踏まえてはいるが、既にAmazonやGoogle等が直接リーチしているため、新たに参入するにはハードルが高い。

・レガシーとマイクロサービス等新たな開発方法への対応

バッチ処理からオンライン化、クライアントサーバーからクラウドへという変遷のなか、システムを継ぎ接ぎしてきた現行システムが最適化されているとは誰も考えない。超大規模になったレガシーシステムの機能を保証しながら再構築するかが大きな問題である。ウォーターフォール型ではないマイクロサービス等の新たな開発方法への対応も求められてくる。

・向上しないシステム開発の生産性

足元の課題・働き方改革と人材不足に対応するには、RPA等により生産性を高めることも考えられる。コードレスな高速開発による自動化のアプローチは開発利便性の向上は図れるものの、生産性向上については疑問がある。トライアンドエラーを頻繁に繰り返しているため開発時間はさほど短縮されているとは思えない。むしろ、セキュリティ対策や大量データ処理等の必要性を考慮すると、システム開発全体の生産性は昔とあまり変わっていないのではないかと。

4 ビジネスの変化

・ビジネスの起点－目の前の顧客からコンシューマ・社会へ

DX等の変革に対しては、顧客の先のコンシューマとの距離感が大切であり、コンシューマを起点とする動きが重要となる。顧客とともに、変化に対して敏感でなければならない。

・変化する従来型ビジネスの課題

レガシーシステムは、負債ではなく顧客のビジネスを支える根幹である。しかし、老朽化が進んだシステムも多く存在し、作り換えやクラウドへの移行が必要となり、その維持・改修を担う従来のビジネスも残っていく。レガシー向け従来型ビジネスでは、準委任契約の比率が高い場合などは生産性を上げても収益にはならない等の課題があり、将来、収益の柱にはなり得ない。DXの進展に合わせて収益モデルも変えていかないと未来はない。

また、多重下請構造は、単に工数を確保するための取引関係から、技術に基づく強み・特徴による取引関係に変わっていく。デジタル革命に向けた変化のなか、取引関係の変化を見越して、浮ついた波に大きく乗らず、従来型ビジネスをしっかりと遂行出来る力を強化することも一つの選択肢である。

・SoRとSoEのバランス

顧客の関心は、DXを軸にSoRからSoEへ、UXを重視した顧客接点領域へ、攻めのIT領域へと、重点がシフトしている。ベンダー企業としては、“変化への対応（SoE）”と“従来の仕事（SoR）”とが整っていないとビジネスにはならなくなっている。SoEとSoRとのバランスを事業ポートフォリオで考えることが重要になる。

・アジャイル開発への対応

アジャイル開発も増えているが、ITの分からない顧客と業務の分からないベンダーにより、いつまでも仕様をフィックス出来ない“終わりのない開発”となることもある。アジャイルの契約は、ウォーターフォールの経験から量を決めてしまうと不採算になることもあり、スコープ、責任、対価等を明確にするための「モデル契約」が必要となる。アジャイルの普及とともに顧客の外部委託のあり方も変わり、新たな取引ルールの確立が必要になる。

・営業スタイルの変化

顧客の情報システム部門は、インフラ維持とセキュリティ対策に特化する傾向が強くなっている。また、顧客との新規ビジネスの共創に係る案件も増えている。従来の受託開発とは違う営業スタイルが必要になっている。

5 人材の変化

・進む人材の流動化と始まる人事制度・給与体系の見直し

先進技術に知見のある人材やプロジェクトマネジメントに優れた人材は、従来の給与体系で雇用するのは難しい。優秀な人材ほど顧客と一緒に新しいビジネスを創造することを望む。そのような仕事をアサイン出来ないと、どんどん転職してしまう。また、シニア人材がモチベーションを高くし、活躍出来る人事制度への見直しが課題となっている。

・拡大する人材のミスマッチと急がれるスキルチェンジ

人材の不足感が強まるなか、ITSSを前提とするウォーターフォール型のシステム開発技術者は、今後はコンポーネントで構成される開発フレームワークや自動化・AI利用の進展により、需要が少なくなっていく可能性が高い。一方、農業ベンチャーのように、AWSを使って栽培手法の最適化アルゴリズムを創ることが出来る技術者等、デジタル技術とデザイン思考を身につけた技術者に対する需要は高まる。

・トップガンの輩出に向けて

DXに対応するためには、例えばコンサルティング企業やベンチャー企業と共同で若手の有望な技術者に先端技術を取得させる等、新しいビジネスを牽引したり、特定技術に造詣の深いトップガンのような人材を育成する取組みが必要になる。IT企業にとっては、トップガンが活躍するための社内外の環境を戦略的に整えることが技術者の流出抑制にもなる。

・労働観の多様化

「働くとは何か」という働く意義が多様化している。若者の労働観には、自分と社会との繋がりを求め、自分の仕事は社会の役に立って、貢献出来ているのかが重要になっている。受託システム開発においても、顧客に貢献出来ているのか、顧客の先にいる「お客様」に役立っている仕事かどうかを考えている。

Ⅱ 変化への対応

今、我々は変化に対しどのように対応しようとしているか
また、未来に向け何を為すべきか

1 人材革新

・人事制度・給与体系の改革－積極的な人への投資を

人材の流動化に対応した制度の見直しは、社会的課題でもある。IT人材については、裁量労働で自由に時間を使いながら価値を生み出していく方向、何時間働いたかではなく何をアウトプットしたかで賃金を支払っていく方向を指向する必要がある。特に“余人に代え難い人材”のためには給与体系を別とする制度も必要になる。技術者については、ITSSをベースとした人材育成を実施してきたが、フレームに人を当てはめる概念には限界がある。DXに対応した人材を育成することの重要性を認識し、たとえ利益を抑えてでも人に投資することが重要であり、それを実行するのがトップの役割でもある。

・攻めの採用戦略－やり甲斐、楽しさの発信

厳しい採用環境が続くが、新卒採用に必要な予算を充当し、先端的な仕事を目立たせるなどPRの仕方を工夫すれば、良い学生を採用することも出来る。攻めの採用戦略でITの仕事の“やり甲斐”、“楽しさ”を発信することが大切である。

・技術者のマインドチェンジ

変化を生き抜く技術者は、他流試合で自らを鍛え、一人で戦うことができ、仕事以外にも喜びを見いだせることが必要であり、そのため、マインドセットをチェンジすることが必要になる。

・シニア人材の活用とキャリアマネジメント

高齢化社会において情報サービス産業でもシニア人材の活用が必要になっている。要求開発が出来る人材は活躍の場も多いが、開発工程を中心に経験を積んできた人材は、環境・言語が変わると新しい仕事に対応出来ないこともある。シニア活用を前提として若い頃からのキャリアマネジメントが必要になる。

・働き方改革フェーズ3「ワクワクの醸成」の実践

労働時間の改善(フェーズ1)から生産性改革(フェーズ2)、ビジネスモデル変革と個々人のワクワク感の醸成(フェーズ3)を主体的に推進するJISA働き方改革宣言を強力に実践する必要がある。

2 技術革新

・ 求められるベンダー側のマインドチェンジ

DXを実現するためには、顧客と共に試行錯誤を繰り返す場面も増え、ベンダー側の事情や制約により、要件変更を最小限にする考え方は通用しなくなる。社会課題を解決するために必要な機能は何か、要件変更も含め、あらゆる事を考えて実装するのが真の“ITプロフェッショナル”と言える。また、ソフトウェアが社会基盤として重要となる中、“不具合”により国民の安心・安全が危うくならないよう十分な議論と対応も忘れてはならない。

・ 最新技術の理解と実装

最新技術に取り組むことが企業・産業の魅力向上と人材確保に繋がっていく。受託開発では、リスクがある新しい技術を顧客は使いたがらない等、先端的な技術を学ぶ機会はその多くないが、自社の製品・サービス開発では、常に最新の技術を取り込む等、エンジニアが主体的に先端技術に係わる機会を常に設定することが大事である。そのためには、業務を理解し、上流工程を提案する力をつけ、最新技術を理解・実装し、社外の研究会等にも積極的に参加し、習得した技術を社内外に展開出来ることが大事となる。

・ DXへの対応 - 経営的視点、見える化等

DXは、単に技術トレンドでなく、経営的視点で新たな捉え方が必要である。顧客・ベンダー共に従来の経験知では想像出来ない世界でもあり、DXビジネスの全体像を“見える化”することにより、顧客としてベンダーとして、それぞれの役割が見えてくる。ベンダー側では“ものづくり”と“DX・デジタル”との戦略的な事業ポートフォリオにより、DX関連の価値の高い案件にリソースを集約することも必要である。DXにより業界構造がどうなるかも議論する必要がある。DXを担うエンジニアも育てなければならないが、経験出来る仕事がなければ人材育成は出来ない。“場”を創り出すために施策も必要となる。

・ ソフトウェア開発の生産性向上

製造というプロセスがある限り、多重下請構造がなくなるとは考え難い。しかし、より生産性を高めるためソフトウェア開発における技術・能力の向上が重要であり、個社のみならず業界を挙げて取り組む必要がある。

・ 政府ITシステムの刷新

国や自治体の情報システムが旧態依然としていることに問題意識を持っている。CIO的役割を強化する必要がある。

3 経営革新

・経営トップの役割

自らのDXには“コンセプト”と“データ収集”が鍵になる。経営トップが理想を持ち、リードすることが大切。社会課題を経営者がハダで感じ、解決への挑戦が組織改革に繋がる。長期的視点の構造改革遂行がトップの役割。それには社内プロセスの“見える化”が必須。投入工数、タスク状況、業務状況、労務状況を把握し、どこのプロセスをどう変えるか、社員のモチベーションをどう上げるか、改革には経営トップとして相当なエネルギーが必要になる。

・経営のマインドチェンジ

経営者は、自らの発想とマインドを変える必要がある。過去の成功に基づくフレームワークに頼り、発想が貧弱という大企業病的な状況も変えなければならない。また、多重構造のなかで“現状を変えたくない”という本音を絶ち、“個の力”の時代に向けて自立的経営を求めなければならない。業界のオピニオンリーダーが待望される。

・ビジネスモデルの転換

事業別の粗利は、SI型よりもプロダクト型が圧倒的に大きい。人月ビジネスにも賞味期限切れが近づいている。人月契約を見直さないと労働時間短縮や有給休暇取得促進の動機にはならない。

・重要性を増す「現場の肌感覚」

「今、何が起きているのか」を知るには、現場が一番感じている“肌感覚”が重要である。企業として、現場と経営のコミュニケーションを良くし、社員一人一人が社会やライバル企業の動きに敏感になることが大切である。

・企業として強み・特色の発掘

実績あるSIerでも特色を持たなければ顧客には選ばれない。業界内アライアンスでも相互の個性や強みの調和で協業が成り立つ。環境変化の中、変わらない“持続する価値観”の継承も強み・特色には大事なことがある。

・情報子会社の経営革新

情報子会社として外販よりも親会社の仕事への注力が求められる。親会社の下で新技術を実験し、外販に展開することも出来る。個社独自の業務に深く入り込み、人材交流も含め、親会社と一体にならなければDXは出来ない。

・取引適正化の推進

顧客は、工程に関係なく一括請負契約を求めことが多い。多段階契約を定着させるには国や業界のリードが重要である。一方、元請企業の中には労働時間削減のため、下請企業に“やっという”と丸投げすることも現実にはある。働き方改革の視点においても元請け・下請双方において下請法を理解することが大切だ。

4 グローバル展開

・多様化するグローバルビジネス展開

海外進出の意味合いは、オフショア開発からビジネス展開に変わってきている。日本国内の成功案件の海外展開よりも、クラウドセキュリティ等の新しいビジネスでは最初から海外で始めるケースも出ている。ベンチャー・中小企業にとって、日本では実績がないと顧客に認められず取引が出来ないが、米国ではアイデアによりチャンスをもたらえる。中小・地域企業にもアジアの国と“何かをやりたい”、“海外人材を採用したい”という企業が増えている。海外事情や企業を知る機会を設けてビジネスマッチングを進め、継続したフォローが大切になる。海外進出には、その国の経済市場だけではなく文化や習慣、商習慣を理解し、諸外国の社会課題を解決しようとするれば、自然とグローバルなスタイルが身につく。

・アジアそして世界のIT企業・団体との連携

アジアを含め世界のIT企業や団体にはパワーを感じる。アジア諸国は日頃から日本を意識していることは確かだが、日本の技術やビジネスモデルを先端的と思っているかは疑問があるが、国際機関の中核団体としてASOCIOのような国際的イベントを開催出来るのは、国内ではJISAだけであり、JISAとして世界のIT企業や団体と如何に連携し、そのパワーを活かしていくかが重要である。

・データの国際連携への対応

GDPR、CBPRなどデータ連携やデータ流通に係る新しいルール作りの動きがあるが、グローバルビジネス拡大のためこうした動きにどう対応していくかが急務の課題である。

5 地域・中小企業

・地域の市場動向－仕事はあるが、従来型案件が中心

仕事量は、主に東京からの金融・製造・病院等に関係する案件が沢山あるが、従来のSoR案件が多く、DX・SoE案件はまだ僅かである。地域顧客案件は、基幹系やERPを中心にレガシーが中心。デジタル化と言ってもRPAやEXCELマクロでの業務効率化に止まり、予算も100万円以下が多く、プロセス改革にまでは到っていない。また、コールセンター、監視サービス、DCサービス等での要員提供の依頼も多い。DXやSoE関連の新分野のプロジェクトも出始めているが、実績やリソースがない企業はなかなか参加出来ない。事業継承に関するM&A等、中小企業における課題も多い。

・ITによる地域課題への取組

地域ベンチャーは、地域が抱える社会問題の解決を目的とした企業が多く、ベンチャーと連携して新しいビジネスを創造出来る体質に変わる必要がある。地域では地震等の災害を経験したことでクラウド化の検討が進むと思われ、将来的には行政機能全体のクラウド化も進む。“クラウド化するもの”と“出来ないもの”をしっかりと峻別することが重要になる。

・地域の自立に向けて地域のマインドチェンジ

地域では、“ITによる地域興し”と“IT産業の活性化”が活発になっている。その結果、地域が自ら考えるようになり、東京を見なくなってきた。各地域の特徴を活かした地方創生に直接繋がるプロジェクトに参加し、そこで考えたアイデアを実現するため、必要な技術とは何か、使えるノウハウは何か、時間と場所にとらわれないサービスを考えている。地域から東京を変えるようなマインドチェンジが重要であり、日本全体でももっと地域に仕事を発注し、日本経済を活性化させるべきである。

・必要な連携－地域間・大手企業・ベンチャー企業

地域にはキラリと光る企業も多数ある。地域間や首都圏等との交流機会を増やし、これら企業を広く知らしめ、コラボレーション出来る仕掛けを作ってはどうか。地域とJISA会員との交流がより活発になる連携が必要になる。大手企業にも中小企業と共に人材のスキルチェンジに積極的に取り組んでもらいたい。ベンチャー企業・スタートアップ企業とR&Dを行う場（専用オフィス）を大手町や丸の内のようなブランド力の高い地域に設け、JISA会員との共創関係を築けるようにしたい。まずはJISAで繋がりを創り出すことで、何かを生み出すエコシステムに発展する。

6 JISAのあり方

・ 設立の原点に帰って

30数年前には設立の趣旨（JISAのあり方）が明確だった。今ではよく分からなくなっているのでは。当時は、ソフトウェアはハードウェアの“おまけ”と言われていたが、ソフトウェアの価値を知らしめ支えてきたのがJISAだった。その誇りを取り戻す必要がある。そして、それがJISAの魅力となる。

・ IT業界を代表する団体

業界団体としての存在意義は、共通課題への取組と政策要望である。IT業界全体を代表する団体として、中小・地域・ベンチャー・若者の声を幅広く聞き、“若い感覚”を身につけなければならない。将来ビジョンや当産業が変わりつつあることを、対外的にもっとアピールするべきである。

・ あるべき姿・フレームワークの提示

会員企業が求めているものは2～3年先の“飯の種は何か”という情報ではないか。例えば、変化に向けて中小企業等がチャレンジ出来るような「JISA版変革のアクションプラン」といった具体的フレームワークを示してはどうか。

また、アジャイルやAPI等の契約について業界をリードしてほしい。これらは、他団体とも連携し、政策要望をしていくことも必要だ。

・ IT時代のアピールと社会に向けた大きなビジョンの提示

持続可能な社会を創っていくために何をすべきか、ITが社会課題を解決出来る時代となり、業界として社会に向けた大きなビジョンが必要になっている。DXによりITの時代をよりアピールし、10年後や次世代を担う経営者を輩出するための環境（場）を整える必要がある。

(参考) 若手は今、何を考えているのか

1 何のために働くのか

顧客からの評価・顧客への貢献

技術が好きで、技術で顧客に価値を提供し、その成果で評価され、褒められたい。得意なことで顧客に貢献出来ることが“やり甲斐”になる。

プロとしての自らの技術

テクノロジーが変化する中、未だ世の中に足りない技術を自分で手掛け、この技術ならば“君だ！”と評価されるプロになりたい。

安定よりも挑戦

仕事には“安定”よりも“挑戦”を求める。若手でもチャレンジ出来ないと辞めていってしまう。

社会課題の解決

東日本大震災を契機に働くこと意識が変わった。NPOなどでAIをどう使うか等、ビジネスと社会課題を考えている。

2 DXとどう向き合うか

SIの延長からの脱却

SIの延長ではDXには対応出来ない。既にDXに向けたサービス展開しているベンチャーやサービスベンダーとはスピード感が違う。DXを実現するために“どうなるべきか”を考え、技術的な下地を整えていく必要がある。

現場からのボトムアップ

次々と出てくるDXのための新技術を全部目利きするのは難しい。しかし、デファクトになるのを待っていては顧客の要望には応えられない。先進技術の情報収集や目利きへの投資が必要だが、これをスピード感をもって実践するにはトップダウンではなく、ボトムアップにより現場の提案を吸い上げることが重要だ。

組織文化の変革・新技術の積極的採用

デジタルネイティブとレガシー企業とでは、体制やプロセス等において組織文化が違う。デジタル企業のアーキテクチャーや開発方法論（マイクロサービス、DevOps等）を実現するには、彼らの組織構造のエッセンスを取り入れていく必要がある。

3 仕事の魅力とは

IT活用の提案・実証

社会にIT活用のあり方をいろいろ提案・実証することがITの仕事の魅力だ。

新規課題への挑戦

新しく前例が無いことを自分で調べ、人の知見に触れることが面白い。

顧客との信頼関係の醸成

お互いが必要とされる関係になりたい。顧客に「お願いします」と言われるのがモチベーションの源泉だ。これは今も将来も変わらないだろう。

4 将来の目標

技術の向上と顧客からの評価の獲得

出来るエンジニアは挑戦する課題や技術のあるところに集まる。尖ったエンジニアを集め、定着させるには、面白いことが出来なければならない。こんなことが出来るということをもっと若者にプロモーションすべきだ。

自らの企画・アイデアで、新分野への挑戦（BtoBからBtoC）・分野の特化（インフラ等）

自分で企画し、実行し、実装出来る“創れるコンサルタント”になり、自分のアイデアと発想でBtoBからBtoCにフィールドを拡げていきたい。

技術では、インフラ、開発手法、システム構成のどれかの分野に特化して自分自身の専門を磨いていきたい。自分の率いるチームが、技術を高め、顧客から評価され、楽しく仕事出来るようにしたい。



・一般社団法人 情報サービス産業協会