

多くの企業経営者は「我が社でも人工知能(AI)を活用しろ」「社内データをもっと生かせ」と声高に叫び、推進するための組織を設けます。データやAIの活用が目的ならば、それは正しいでしょう。

しかし、それだけでいいのでしょうか。データ革命は企業の経営環境を激変させます。データやAIを活用して業務改善しても、ビジネスモデルそのものが時代に残り残されれば、競争力は失われます。データやAIがビジネスにどのような影響を与えるかを先読みし、その布石として何を指すかを定め、それに沿って企業という船の進行方向を変えることが大切です。それができるのは、船長である経営者だけです。

経営者が率先する「変革」

もし、あなたの企業でデータやAIといった手段は活用されているが、ビジネスモデルなどに大きな変革が見られないなら、その責任はデータサイエンティストや現場スタッフではなく、経営者にあるのです。

経営者のやるべきことは2つあります。1つ目は、経営ビジョンの明確化です。データ時代における自社の強みを見極め、過去の成功体験と決別して、ゼロベースで目指すべきビジネスの形を考えなければなりません。経営者は自らの頭で考え抜き、社員や株主に伝えるほどの信念を抱かなければならないのです。しかし、どれだけ良いビジョンを掲げても、それに向かって企業が変わらなければ意味はありません。

2つ目は、変革できる企業体質に変えることです。企業体質とは全社員の心に宿るもので、一朝一夕では変わりません。でも、経営者がトップダウンで変革を促せば、企業体質は変わり始めます。自律を目指した組織のフラット化や、人事

制度における変革者の優遇、経営会議におけるファクトベースの徹底により、企業体質は変えられます。本連載で伝えたかったことは、データ革命は技術課題ではなく経営課題だということです。企業経営者に、データ時代に目指すべき姿は自身で考えて会社を導かなければならない、という意識が少しでも芽生えたら、望外の喜びです。(次回から「国際金融センターの条件」を連載します)