

コア事業に集中できる経営戦略 BPOを検証する

～業務の可視化・品質向上・最適化をサポートするクラウドサービス導入など～



■パネリスト
日本ユニシス 専務執行役員ICTサービス部長
角 泰志氏
■コーディネーター
KPMG BPA マネージングディレクター
村瀬 司氏

基調講演

グローバル競争時代を勝ち抜くための日本企業の心構えとは



三菱UFJリサーチ&コンサルティング 理事長
中谷 巖氏

近年、企業のグローバル化に伴い、業務の複雑化・業務量の増加が経営課題となっている。厳しい企業間競争に勝ち抜くためには、限られた経営資源をコアビジネスに集中投下することが重要だ。BPO（業務プロセスアウトソーシング）は、コスト削減と業務効率の向上を両立するものとして

注目を集めている。このほど東京・大手町の日経ホールで開催された日経産業新聞フォーラム「コア事業に集中できる経営戦略 BPOを検証する」（主催：日本経済新聞社）ではBPOの可能性や有効な活用方法などについて、各分野の専門家が活発に意見を交わした。

グローバル化が加速する中、企業は本業のコアビジネスに注力する一方で周辺ビジネスをアウトソーシングしなければ、厳しいコスト競争に生き残れない。アウトソーシングの導入は業務の効率性向上に貢献する半面、本来の強みを損なうことのないよう使い方に留意しなければならない。欧米は歴史的に、多くの民族が移動する中で多様な文化を形成してきた経緯がある。企業は、様々なバ

スに大きな影響はない。一方で日本は、欧米に比べ文化の多様性が低く、国民の同質性が高い。企業内の仕事の進め方も「以心伝心」で、作業や手順をいちいち標準化する必要がなかった。現場では作業員の力や経験が活かされ、品質改善などのヒントが現場から上がってくる。BPOの組織が出来るようになっていく。この「すり合わせ型」は、日本企業は、アウトソーシングでコアビジネスと周辺ビジネスをすり合わせる必要が、双方をうまくすり合わせ、つなぎ合わせることで、コスト削減とイノベーションの実現を両立していく。これから日本企業は、強さを生かしながらグローバル化に対応することが必要だ。

グローバル化が加速する中、企業は本業のコアビジネスに注力する一方で周辺ビジネスをアウトソーシングしなければ、厳しいコスト競争に生き残れない。アウトソーシングの導入は業務の効率性向上に貢献する半面、本来の強みを損なうことのないよう使い方に留意しなければならない。欧米は歴史的に、多くの民族が移動する中で多様な文化を形成してきた経緯がある。企業は、様々なバ

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化



日本ユニシス エアライン事業部長
永井 和夫氏

迅速な補充、輸出、配送

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化



寺田倉庫 社長
廣瀬 秀徳氏



菱洋インテリジェンス 取締役営業企画部長
岡崎 宏幸氏

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化



村瀬 司氏

製造業における最近の傾向として「アジアシフト」の加速が挙げられる。中国をはじめとしたアジア地域は、従来の生産拠点から巨大な消費市場へと変貌（へんぼう）を遂げつつある。アジアにある日本企業は、現地法人数は年率6%前後で伸びており、特に中国では沿岸部を中心に急増している。「製品サイクルの短命化」も最近の傾向の一つだ。インターネットの発達によって情報が瞬時に世界を駆け巡り、消費トレンドの変化が速まった結果、製品のコモディティ化

企画・制作
日本経済新聞社
クロスメディア営業局