

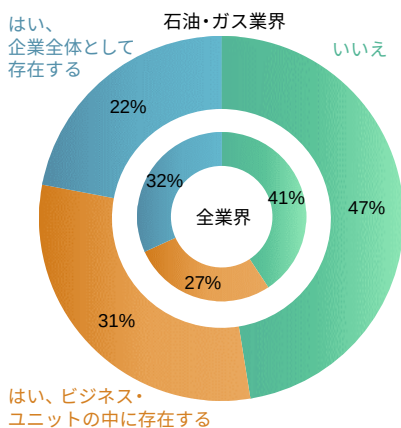


Harvey Nash/KPMG 2018年度CIO調査は、3,000億米ドルを超えるIT支出予算を代表する世界84カ国、約4,000もの回答をベースにした世界最大のITリーダーシップ調査です。

石油・ガス業界に属する企業の回答を抜粋した当スナップショットは、69名のITリーダーの回答をまとめており、他業界とは明らかに異なる石油・ガス業界特有の回答についてハイライトしています。

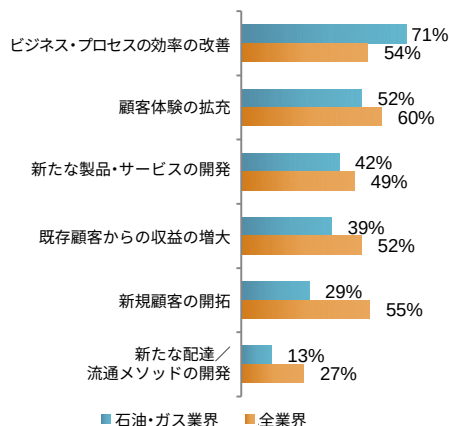
デジタル戦略

あなたの組織にはデジタルに関する明確なビジョンと戦略がありますか？



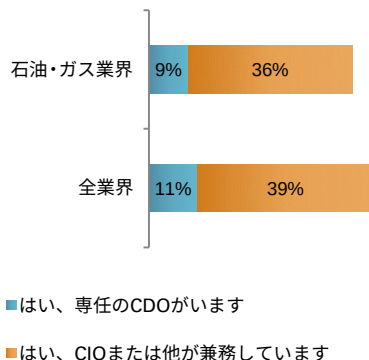
企業全体と比べて、全社的なデジタル戦略を掲げている石油・ガス企業は少ないようです（石油・ガス業界22% vs 全業界32%）、ビジネス・ユニットの中に存在すると回答した企業を合わせても、53%となっています。

あなたの組織においてデジタル技術を優先した場合、最も重要な成果（ゴール）はどれですか？



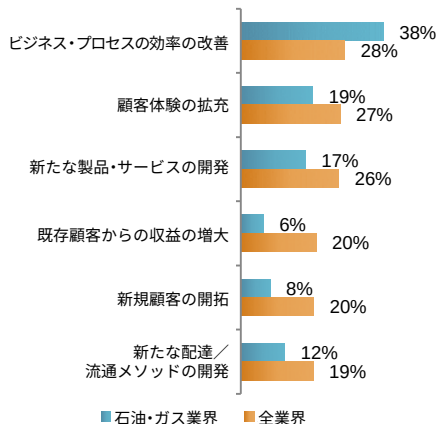
デジタル投資を優先させた場合、石油・ガス企業はビジネス・プロセスの効率の改善を非常に重視しているようです（石油・ガス業界71% vs 全業界54%）。また、新規顧客の開拓についてはあまり重視していないようです（石油・ガス業界29% vs 全業界55%）。

あなたの組織にはCDO（チーフ・デジタル・オフィサー）または同様の役職がありますか？



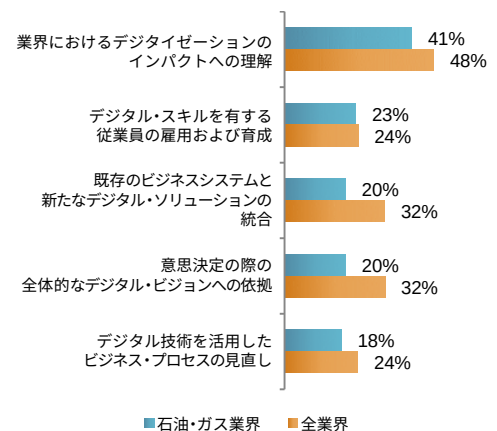
石油・ガス企業のうち45%がCDOの役職を設けており、うち9%が専任、36%がCIOまたは他の役職が兼務しています。どちらも全企業と比べると低い数字となっています。

あなたの組織は、デジタル技術を活用することにより各目標（ゴール）についてどれだけ効果を実感していますか？（「非常に効果的である」と回答した割合を集計）



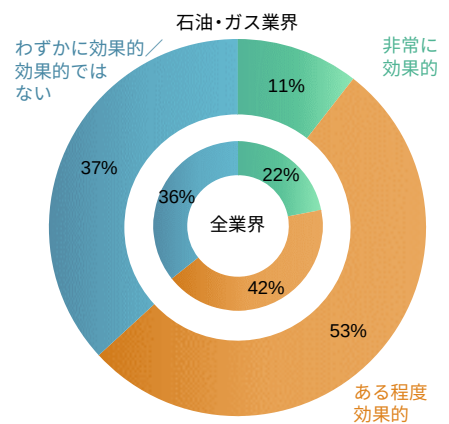
石油・ガス企業は、重視している成果（ゴール）と同様、ビジネス・プロセスの効率の改善に最も効果を感じているようです（石油・ガス業界38% vs 全業界28%）。しかし、同じく重視している顧客体験の拡充に関しては、あまり効果を見いだせていないようです。

あなたの組織では以下の各項目についてどれだけ優れていますか？（「非常に優れている」と回答した割合を集計）



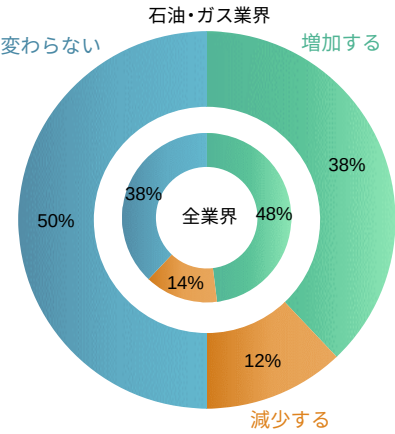
石油・ガス業界は他業界に比べて、デジタル化への重要な鍵となる項目に遅れが出ているようです。石油・ガス業界では、デジタイゼーションのインパクトに対する理解は進んでいるようですが（41%）、デジタル技術を活用したビジネス・プロセスの見直しには苦戦しているようです（18%）。

ビジネス上の戦略を進めるために、あなたの組織はどの程度効果的にデジタル技術を使用していますか？



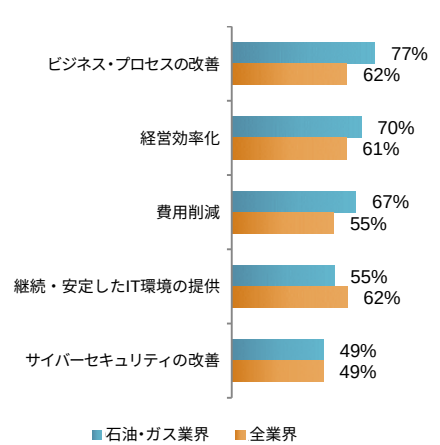
石油・ガス企業は、他業界の企業と比較して自らのデジタル戦略を低評価しており、非常に効果的と評価しているのは全業界の企業の22%に対し、石油・ガス企業はわずか11%でした。

翌12ヵ月において、IT予算はどのようになると思いますか？



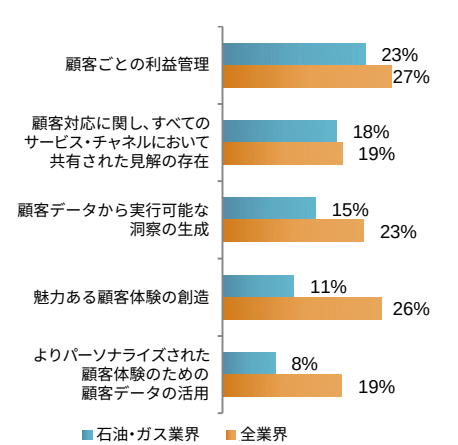
石油・ガス企業は、他業界の企業と比較して翌年のIT予算について悲観的です。「増加する」と回答した全業界平均が48%であるのに対し、石油・ガス業界は38%でした。

経営陣がITに解決を期待しているビジネス課題は何ですか？（上位5つ）



他業界と比較して、石油・ガス業界の経営陣はより**ビジネス・プロセスの改善**（石油・ガス業界77% vs 全業界62%）および**経営効率化**（石油・ガス業界70% vs 全業界61%）を重視しています。また、**費用削減**（石油・ガス業界67% vs 全業界55%）についても重点を置いていることが分かります。

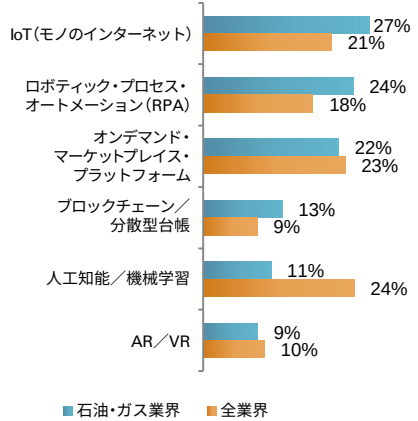
あなたの組織では各項目についてどの程度優れていますか？（「非常に優れている」と回答した割合を集計）



上記の顧客目線の項目は、石油・ガス企業にとって優先順位があまり高くないことを理解するのは難しいことでしょう。このことにより、他業界の企業と比べて、石油・ガス企業は当分野において成長する余地を残していると言えるでしょう。

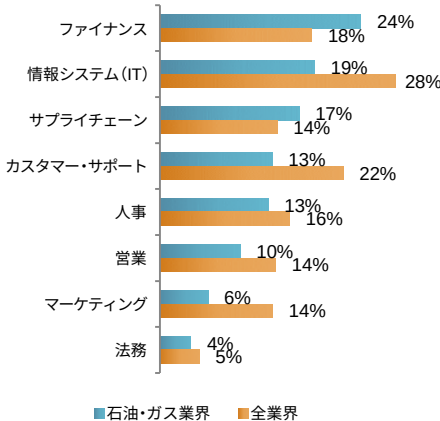
テクノロジーとイノベーション

各テクノロジー投資に関し、どのように評価していますか？（「中／高程度に重要」と回答した割合を集計）



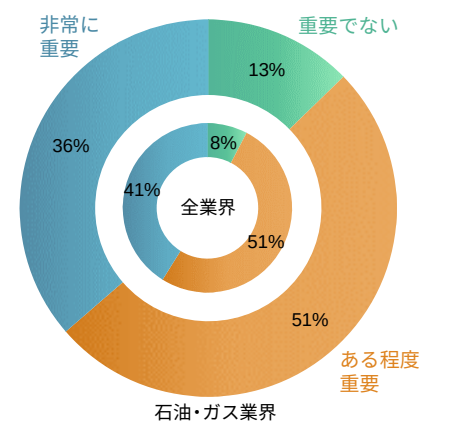
次世代テクノロジーのうち、石油・ガス企業はIoT(モノのインターネット) (27%) およびロボティクス・プロセス・オートメーション(RPA) (24%) に投資する傾向があることがうかがえ、いずれも他業界の数字を超えるものでした。

どの部門においてデジタル・レイバーあるいはオートメーションを導入しましたか？



どの業種においても**企業内部門へのデジタル・レイバー／オートメーションの導入は比較的初期段階にあり**、石油・ガス企業はファイナンス(24%)や情報システム(IT)(19%)の部門に取り入れる傾向があるようです。

デジタル戦略を成功させるために、革新的で実験的な企業文化を築くことはどの程度重要ですか？



他業界の企業と同様、石油・ガス企業は**デジタル戦略を成功に導くために革新的で実験的な企業文化は欠かせない要素であると認識しており**、87%が「非常に重要」または「ある程度重要」と回答しました。

結論

石油・ガス業界のCIOはデジタル革命を掲げ、現在、オペレーションをデジタル化するためのさまざまな方法を探っています。それには、デジタル・ツイン、肉体的・知的行動のロボット化、また、労働力のデジタル装備等が含まれ、これらを顧客、供給者、その他ステークホルダーと、デジタル・エコシステムで統合するのです。

ロボティクスや人工知能等のデジタイゼーションは、最近、長期的な効率化のためにキャッシュ・フローを改善する主要な手法として注目されています。潜在的に不明確なデジタル戦略の結果として、業界はデジタルを最大限活用できるビジネス・プロセスの再構築を模索しています。

デジタル化への移行は、石油・ガス企業やそのCIOに未だ課題を残しており、よりアグレッシブなデジタル戦略を、開拓、生産、精製そして販売のバリューチェーン全体で展開することで、業界は利益を得ることができるかもしれません。デジタル・ソリューションは、効率、意思決定の効力、そして従業員の日々の業務を改善することが可能です。この達成のため、企業はデジタル・ソリューションの実験と展開へさらなる投資をするべきなのです。

お問い合わせ

Regina Mayor
Global Sector Head and US National Sector Leader of Energy & Natural Resources
KPMG in the US
T: +1 713 319 3137
E: rmayor@kpmg.com

Anton Oussov
Global Head of Oil & Gas
KPMG International
T: +7 495 937444
E: AOussov@kpmg.ru

kpmg.com/jp/cio-survey2018