

# 事業変革

を成功に導くために重要なこと



市場環境の変化に対応するために、企業は絶えず進化し続ける必要があることを、多くのビジネスリーダーたちは認識しています

96%



の企業が、すでに何らかの事業変革を実行している

47%



のエグゼクティブが、「事業変革によって持続的価値が得られる」と回答

38%



のエグゼクティブが、「近い将来、自社の現行ビジネスモデルが破壊される」と回答

48%



のエグゼクティブが、「市場の変化を察知し、顧客の好みや要望を独自に洞察、仮説を立てることができていない」と回答

31%



のエグゼクティブが、「自社は、イノベーションを実現するためのプロセス、マネジメント、予算が欠けている」と回答

37%



のエグゼクティブが、「変革の実効にあたっての最大の障害は、自社のオペレーションモデルをまず変えることであると充分認識していないこと」と回答

## 変革がうまくいかない原因とは？

顧客行動の変化による現行ビジネスモデルの破壊を予測できない

イノベーションの欠如

自社のオペレーションモデルの複雑さを理解できていない

企業文化への配慮のなさ

市場環境の変化に迅速に対応できない

## なにが変革を成功に導くのか

カスタマー・フォーカス



高まり続ける顧客の期待を正しく理解し、自社のバリュードライバーに連動させる

たゆみなくイノベーションを取り入れる



揺るぎない競争優位性を打ち立てるために、企業文化と組織の中にたゆみなくイノベーションを取り入れる

変化によって成長し続ける



自社の組織に俊敏性を持たせ、経営環境の変化に応じたイノベーションに合わせて変革できる力を高める

### 調査方法

「KPMGグローバル・トランスフォーメーション調査2016」は、世界のエグゼクティブの事業変革に関する実態を示しています。本調査は、16の主要市場（オーストラリア、ベルギー、ブラジル、カナダ、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、メキシコ、オランダ、スペイン、スイス、英国、アメリカ）を拠点とする年間売上高500百万USドル以上の企業のエグゼクティブ1,600人以上を対象に、2015年12月～2016年2月の期間に実施しました。回答者の54%は役員レベル、残りの回答者も部門責任者以上であり、さまざまな業界に属しています。

