

製造業DXが経営成果につながらない本当の理由

― 経営判断を加速させる現場伴走型データ分析 ―

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

はじめに

DX推進に向けて、全社戦略の策定、データ基盤の整備、PoCの実施まで進めている企業は少なくありません。

しかし経営会議では、「DXは経営成果につながっているのか」という問いが投げかけられます。

本来DXの到達点は、データに基づく意思決定を実現するデータドリブン経営です。ところが実際には、データは蓄積されても意思決定の質やスピードが変わらないという状況も多く見られます。その背景にあるのは、「戦略」と「現場」の間に生まれる見えない分断です。本資料では、この構造を整理し、成果につながるデータ活用の実装アプローチを解説します。



– 目次 – CONTENTS

01 はじめに ---- P2
02 製造業DXが成果につながりにくい現状 ---- P3
03 背景にある3つの構造的課題 ---- P4
04 パナソニック グループも直面した、DX停滞の壁 ---- P5
05 データドリブン経営のチェックポイント ---- P6
06 データドリブン経営の実践ステップ ---- P7
07 現場伴走型データ分析総合支援サービス- DataVein - ---- P8
08 事例：業務プロセス革新 ×意思決定インテリジェンス ---- P9
09 戦略と現場の分断を埋めて、経営成果を出しませんか？ ---- P10

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

製造業DXが成果につながりにくい現状

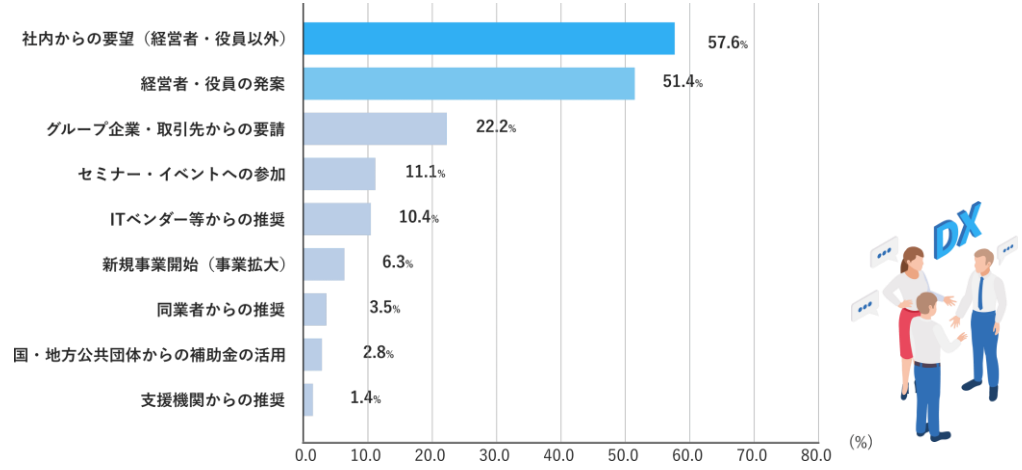
DXの重要性は広く認識され、製造業においてもデジタル技術導入の取り組みは着実に進んでいます。

「2025年版ものづくり白書」の調査にて、下記のデータが発表されています。

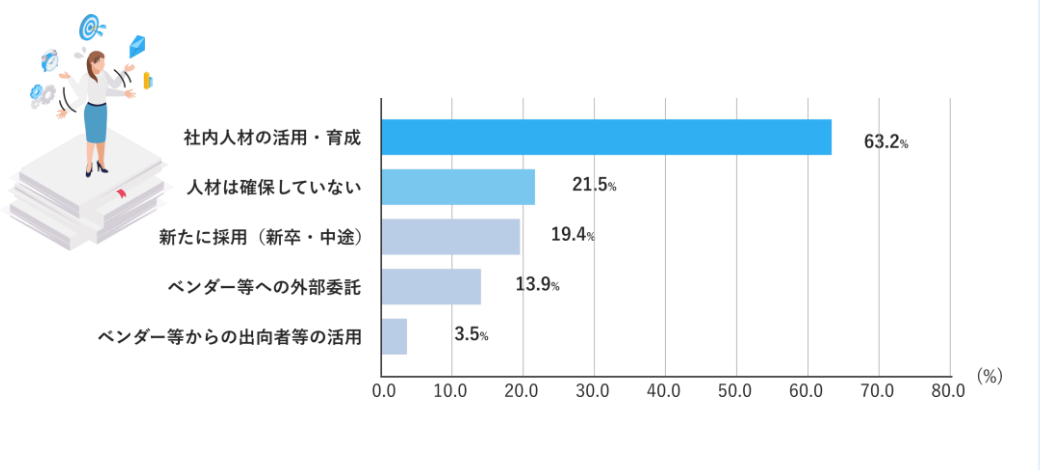
・従業員301人以上の企業では、DX導入の契機として「社内からの要望」が最も多く、現場・事業部門からの期待が高い。
・一方で、約6割が既存社員の育成・活用で対応しており、約2割は、新規人材を確保せず既存人材のみで対応している。

参考文献：2025年版 ものづくり白書概要｜経済産業省・厚生労働省・文部科学省　　※グラフは情報を抜粋し、当資料用に構成

デジタル技術の導入・活用を進めたきっかけ



デジタル技術の導入のための人材確保の方法



つまり、多くの企業がDXの必要性を認識しながらも、推進体制や専門人材が十分とは言えない状況にあります。

その背景には、DX推進の過程で生じるいくつかの構造的な課題が存在します。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

背景にある3つの構造的課題

AI導入やBIツールによる可視化、データレイク構築など、DX化が推進される中で実際には次のような課題が見られます。

1 成果につながらない

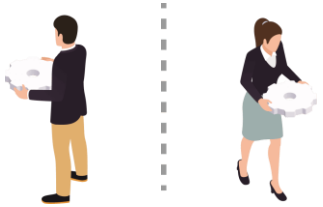


AIや分析ツールの導入はしたが、
具体的な売上増などの財務成果が出ていない。

原因

DXを「既存業務の効率化」にとどめていて、業務プロセスや意思決定の変革まで踏み込むような**「攻めのDX」が実現できていない。**

2 戦略と現場(OT)の分断



情報システム部門(IT)と現場(OT)の連携が不足しており、取得したデータが実際の業務改善や意思決定に十分活用されていない。

原因

情報システム部門(IT)が現場の設備やセンサー(OT)の仕様を十分に理解できておらず、必要なデータ設計は不足している。

3 データ基盤は整備したが活用されない



データ収集が目的となり、有効活用されないまま、クラウド容量・通信コストだけが肥大化している。

原因

収集したデータを、経営にとって価値のある情報に加工するための
翻訳家(ビジネスアナリスト)が不在。

DX推進で生まれる課題は、戦略と現場を含めた全体設計に起因する構造的なものです。

そして、こうした課題は多くの企業だけでなく、弊社の支援したDX推進の過程でも実際に直面したものです。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

パナソニック グループも直面した、DX停滞の壁

パナソニック デジタルがご支援したDX推進においても、さまざまな課題に直面し、伴走支援に取り組んできました。

プロジェクト①

取引先の状況

・普段から分析し、必要なKPI・設備の稼働状況など要件は把握。
・データ収集とデータ活用の両立が課題。
・経営層、設備管理者、現場担当者のやりたいことは明確。

取組の結果

当初目指していたデータ活用を実現できず、収集に手間をかけすぎたことで、活用を前提としたデータ収集の意識が不足していた。

プロジェクト②

取引先の状況

・現場担当者と弊社の橋渡しとして、先方社員の旗振り役を設置。
・旗振り役は現場のニーズをヒアリングし、把握。
・データ収集から重要KPIまで包括的計画を立てて、実行。

取組の結果

旗振り役と現場担当者の温度差によりデータ活用の方向性を示せず、BIなどの可視化も現場に定着しなかった。

課題	データ活用業務のあるべき姿を示せなかった	データ活用のためのデータ収集ができなかった	現場にデータ活用マインドを根付かせられなかった
解決方法	ビジネスアナリシスによるデータ活用業務プロセス設計	データ収集IoT+導入サービスによる効率的なデータ収集	伴走支援+分析トレーニングでデータ活用マインドの醸成

業務プロセスにデータ活用を融合させ、**データドリブン経営を業務になくてはならない存在に定着させる**ことが重要です。

パナソニック デジタルは、当事者目線で課題解決を伴走支援いたします。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

データドリブン経営のチェックポイント

実際にデータドリブン経営を推進するためには、まず自社の取り組み状況を把握することが重要です。
ここでは、パナソニック グループの実践から見えてきた重要なチェックポイントをご紹介します。自社の状況確認にご活用ください。

カテゴリ1 | 経営戦略・目的設計

- 経営が定めるKPIとデータ活用テーマが1対1で紐づいている
- PoC終了時に**この分析が使われる業務シーン**が説明できる
- ツール選定前に「As-Is / To-Be / ギャップ」を言語化できる

カテゴリ2 | データ設計・収集

- **取得しているデータの使い道**を現場が即答できる
- 設備データだけでなく、人・動線・作業状況など、**「ラストワンマイル」の現場データ**を把握できている

カテゴリ3 | 現場活用・業務定着

- BI画面が現場担当者にも理解されている
- データ入力や確認が現場業務の中で無理なく実施できている
- 分析結果を見て、**現場や管理者が即行動に移せる**

カテゴリ4 | 組織体制・人材育成

- IT部門だけでなく、現場(OT)のキーマンを巻き込んでプロジェクト化している
- 一部の専門家に依存せず、データ活用を実践できている
- データ活用人材の育成やトレーニングが計画に含まれている

これらのポイントを押さえることで、データ活用を業務プロセスに組み込み、現場に定着させることができます。

次項では、データドリブン経営を実現するための実践ステップをご紹介します。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

データドリブンの実践ステップ

ここでは、真にデータドリブンな組織を実現するための実践ステップをご紹介します。



データドリブン組織の実現

データの民主化
誰もがデータを活用できる状態

データ活用文化の醸成
誰もが自らデータで意思決定を行える

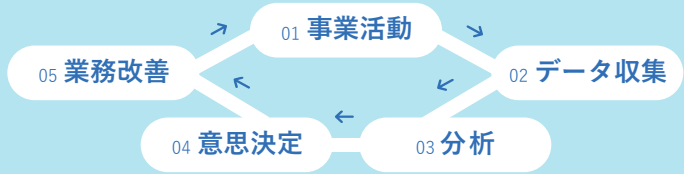


最終フェーズ
データ活用トレーニング実施

- 現場人材がデータを活用し、意思決定と業務改善を実行
- 事業活動を自ら改善することで、データ活用マインドを醸成

中期フェーズ
データ活用サイクル構築

- 事業活動とデータ活用のPDCAを回す
- 定期的に現場の声を吸い上げ、マインドチェックも行う



初期フェーズ
ビジネスアナリシス実施

- 現場の業務ニーズや期待効果をヒアリング・整理
- 現状把握をしたうえで、あるべき姿を描く
- 成果と現場活用を見据えたロードマップを描く



Point
現場の声をしっかりヒアリングしましょう！

このようなステップを通じて、データ活用を業務プロセスに融合させ、

現場で継続的に活用される仕組みを構築することが重要です。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

現場伴走型データ分析総合支援サービス- DataVein(データヴェイン) -

データ民主化(誰もがデータを使える状態) と 文化醸成(誰もが自らデータで意思決定を行える状態) の両立によって、
現場で継続的にデータドリブンな意思決定が行える組織の実現を支援いたします。

DataVeinの3つの特徴

01 業務プロセス革新

ヒアリングやデータに基づき業務を可視化・体系化し、抜本的な業務変革の実現に向けたロードマップを策定する。

- ビジネスアナリシス
- プロセスマイニング
- デジタライズ(IoTプラットフォーム導入)

02 意思決定インテリジェンス

統計解析・機械学習・生成AIなどを 駆使し、意思決定に使い続けられる データ活用の仕組みを構築する。

- アナリシス(統計解析・ダッシュボード化)
- マイニング(機械学習・パターン発見)
- エージェンティックAI・生成AI

03 分析活用・自走化支援

分析の仕組みを作って終わりにせず、 データ分析の研修やコミュニティ活動を 通じた分析文化の定着を支援する。

- ツールレクチャー・分析トレーニング
- コミュニティ構築サポート
- イベント開催サポート

拡張サービスパッケージ	**●製造分野向けMFG　●マーケ・セールスCRM　●経営管理Cockpit　●分析AIエージェント**
セルフサービス型データ分析基盤（ツール）	Tableau / Power BI / ANALYTICS POWERED BY SAS / databricks / Gemini Enterprise / Dify / Microsoft Copilot / Amazon Bedrock
データドリブン基盤 その他関連基盤など	CUMULOCITY / Gravio / Asteria warp / DATA-DRIVEN PLATFORM

適切なBI/AIツールの導入と**アナリストによる分析技術支援、分析テンプレートや教育プログラムの提供**を通じて、
各事業の現場でデータドリブン経営の実践を加速させます。

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

事例：業務プロセス革新 × 意思決定インテリジェンス

＼ ビジネスアナリシス×データアナリシスで各事業会社の販売実績・課題を一元管理 ／

顧客会社様　**総合商社 A社（アパレル、プロダクト事業など複数事業を展開）**

特徴：グループ社数10社をグローバルに展開しておりホールディングス制の会社構成

方針：中長期経営計画に基づき、データドリブン経営の実現に向けて、基盤整備と組織横断のデータ連携による利活用拡大を目指す。

施策内容

ビジネスアナリシス

1 ロードマップ策定
組織方針と策定したロードマップを踏まえ、優先すべきテーマの決定

2 既存業務プロセスの見える化
業務プロセス図を用いて現状とあるべき姿のギャップを調査

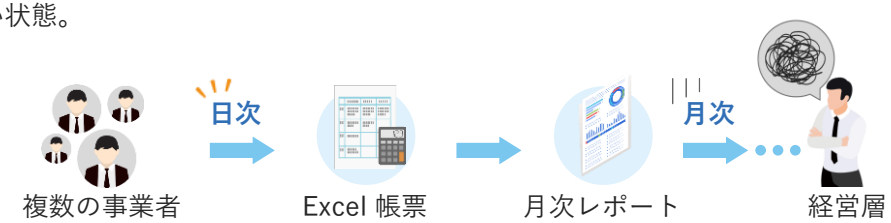
アナリシス（統計解析・ダッシュボード化）

3 データ分析環境の構築
課題を解消するためのBIの要件整理とプロト画面開発（5画面開発）

4 フィードバック改善
プロトBIの開発より要件を洗い出し、BIの改善

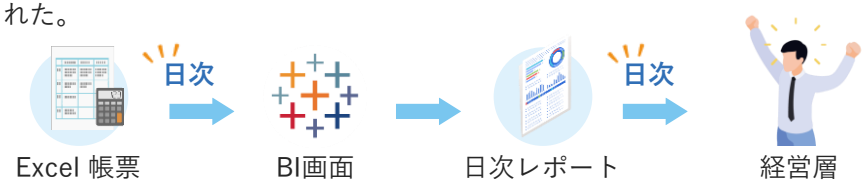
ご利用の背景

親会社の経営層が各事業会社の販売進捗をリアルタイムに把握できず、ハンド集計・分析を介したデータを確認しており、迅速かつ正確な戦略見直し等ができない状態。



活用の成果

事業会社担当者による手作業での集計・分析業務を削減し、担当者全体で月間約50時間の作業時間削減を実現。販売進捗や課題を日次で分析できる環境を整備したことで、各事業の状況を継続的に把握可能となり、課題の把握・共有が標準化された。



Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.

戦略と現場の分断を埋めて、経営成果を出しませんか？

DXを推進しても成果につながらない背景には、戦略と現場の分断があります。

パナソニック デジタルは、実践経験と技術をもとに、戦略設計から現場実装までを支援し、データドリブン経営の実現を後押しします。

パナソニック デジタルが選ばれる理由

01 パナソニックグループで培ったノウハウをご提供



経営・製造・販売など
多用な領域でご支援

02 三位一体の技術力で、課題解決·成果創出を支援



・ビジネス アナリシス
・データ アナリシス
・データ エンジニアリング

03 ビジネス現場伴走型のデータ分析



課題整理や企画段階から
データ収集、活用定着まで
ワンストップで伴走サポート

**戦略と現場の分断を埋め、データに基づく意思決定を現場に根付かせることが、
データドリブン経営の実現につながります。**

＼ ぜひお気軽にお問い合わせください ／

お問い合わせはこちらから ›

＼ まずサービスを確認したい方はこちら ／

サービス資料ダウンロードはこちら ›

パナソニック デジタル株式会社

大阪本社 06-6906-2801 〒530-0053大阪府大阪市北区末広町2番40号 Panasonic XC　OSAKA

東京本社 03-5148-5634 〒104-0061 東京都中央区銀座8丁目21番1号住友不動産汐留浜離宮ビル23階

Panasonic

Copyright © Panasonic Digital Co., Ltd.