

DXとビジネスモデル

デジタル技術の革新が進む中で、多くの企業はこれまでのビジネスモデルをどう修正したらよいのか戸惑っている。既存のビジネスモデルでそれなりの成果をあげてきたのに、それを破壊するような形で新たなモデルに挑戦することには多くの困難が伴うからだ。



伊藤元重の

エコノウオッチ

大学はオンライン教育への移行を余儀なくされた。学生は教室に来る代わりに自宅でパソコンに向かい、教員はこれまで教室で行っていた授業をオンデマンドの教材に作り変え、オンライン上でリアルタイムでの講義を行っている。

多くの教員はオンライン教育については素人であるが、泥縄式でこれまで教室で行ってきた講義をオンライン教材にしている。要するに今大学で行われていることは、対面で行ってきた授業をオンライン操作に置き換えるだけの作業である。教育の仕組み（ビジネス

既存打破 組み替え必須

モデル)としては欠陥だらけである。

だからと言って、感染リスクが低下してきたら、すべて元どりの対面の授業に戻せばよいというものでもない。キャンパスに集まって授業を行うことに多くの利点があることは確かだが、オンラインを使って教育を行うことにも様々な利点があることが分かってきたからだ。

オンライン授業は教室で行っていることの一部を代替するだけのものであってはいけない。オンラインならではの教材をきちんと作成し、オンラインを前提としたプログラムを磨いていく必要がある。コロナ禍のおかげというのか、学生にとっても遠隔授業が当たり前になってきた。

こうした手段をフル活用すれば、より質の高い教育モデルが開発できるはずだ。オンライン教育が利用できる前提でカリキュラムを大きく改変する必要はある。それは旧来の大学の教育のモデルの枠を大きく打ち破ることになるだろう。教材も変わるだろうし、個別の大学の枠を超え国境を超えた教育サービスに広がるだろう。リカレント教育の充実にも活用できる。単位の認定や卒業要件も修正されるだろう。さらには大学を超えたダブルディグリーなども可能となる。

大学のビジネスモデルが変わるのにはそれなりの時間がかかるだろう。ただ、デジタル技術が広がれば、リアルでの活動も含めたビジネスモデルが大きく修正されるという原則は、大学だけでなく、あらゆる業界に当てはまるはずだ。

例えば、スーパーや百貨店などの伝統的な小売業は、これまで行ってきた機能の一部をデジタルに変更するところではビジネスモデルとして欠陥だらけのものとなる。

小売業が消費者に届ける価値は何であるのかを起点として、デジタル化によってビジネスモデルを抜本的に組み替えることが求められる。それに取組まない企業は技術革新によって破壊されることになる。

*この記事・写真は日本経済新聞社の許諾を得て転載しています。無断転載、複製を禁じます。