

報道関係各位

2023年4月13日
SAS Institute Japan株式会社

自社がレジリエンシー（回復力）を備えていると認識している 日本のエグゼクティブは全体の1/4

SAS、企業のレジリエンシーに関するグローバル調査を実施
レジリエンシー指数評価ツール「Resiliency Assessment Tool」を開発・提供

アナリティクスのリーディング・カンパニーである米国SAS Institute Inc.（以下 SAS）は、レジリエンシー（回復力）に関するグローバル調査を企業のエグゼクティブ2,414人（そのうち日本の回答者は249人）に対して、2022年12月16日～2023年1月4日に実施しました。対象には、金融サービス、小売/消費財、製造業、医療/ライフサイエンス、行政機関などの業界が含まれ、各業界において変化を乗り越えてチャンスをつかむために、どのようなステップを踏んでいるのかが明らかになりました。

主な調査結果は、以下の通りとなります。

日本のエグゼクティブ

- 日本のエグゼクティブの87%は、レジリエンシーを非常に重要、または少なからず重要と考えているが、自社がレジリエンシーを備えていると考えるエグゼクティブは全体の約4分の1（27%）に留まる
- 日本のエグゼクティブの37%は、混乱への備えが不十分であると回答
- 日本におけるレジリエンシーの課題は、投資不足と実装の難しさに関係している。外部コンサルタントからの支援が必要であると考えた分野としては、データカルチャーおよびリテラシー（33%）とイノベーション（32%）が上位に挙げられた

世界のエグゼクティブ

- ほぼ全て（97%）のエグゼクティブが、レジリエンシーは非常に重要、または少なからず重要だと考えているが、自社がレジリエンシーに優れていると認識しているのは半数以下（47%）
- 約半数（46%）が、混乱に直面するための十分な準備ができていないと回答
- データセキュリティ（48%）、生産性（47%）、テクノロジー・イノベーションの推進（46%）などの課題への対応に苦慮

日本版レジリエンシーレポートの詳細はこちらから：

https://www.sas.com/ja_jp/insights/resiliency.html

レジリエンシーレポートの詳細はこちらから：<https://blogs.sas.com/content/resiliency/>

本調査の対象者は結果と現実の狭間で

本調査は、従業員100人以上の世界中の企業のエグゼクティブを対象にしています。回答者のうち、70%が自国経済の将来について楽観的であり、現在、80%がレジリエンスの計画や戦略に投資していることが分かりました。しかし、本調査を通じて、エグゼクティブがレジリエンスを重要視していることと、実際に組織がどの程度レジリエンスを備えているかとの間に、ギャップが存在することが明らかになりました。それは日本でも同様のことが言えます。実際、日本のエグゼクティブの87%は、レジリエンスを非常に重要、または少なからず重要と考えているにも関わらず、自社がレジリエンスを備えていると考える日本のエグゼクティブは27%に留まっており、世界のエグゼクティブと同様、期待と現状の間にギャップが生じています。

現時点ではギャップは存在していますが、ビジネスリーダーの74%は、自社のレジリエンスの構築に自信を持っており、適切な助言が得られればギャップを解消できると考えています。一方、日本のビジネスリーダーの71%は、自社が効果的なレジリエンス戦略を実装するにはガイダンスが必要であると認めています。

5つのレジリエンス・ルールとデータ・アナリティクスの必要性

SASは、ビジネス・レジリエンスを維持・強化するために必要な5つのルールを明らかにしました。

1. スピードと機動力：市場の状況の変化に迅速に適応する
2. イノベーション：データ主導のインサイトを通じて、進歩を加速させる
3. 公平性と責任：革新と並行して、転換的テクノロジーの設計、開発、利用において倫理的基準を確実に適用する
4. データカルチャーおよびリテラシー：組織全体にデータリテラシーを浸透させるデータドリブンのフォーカスを構築する
5. 好奇心：調査の力を活用し、イノベーションと影響力を促進するインサイトを導く

本調査では、5つのレジリエンス・ルールによって、エグゼクティブがそれぞれの分野にどのように優先順位をつけ、実行しているかを調査しました。日本のエグゼクティブは、レジリエンス・プランニングでは5つのルールすべてを考慮することが重要と考えていることが明らかになり、日本企業は、1つのルールを優先するために別のルールを犠牲にすることを避けるべきであると考えられます。5つのルールの中では、「スピードと機動力」が競争力維持のために「最も重要」とみなされています。

また、本調査から得られた重要なポイントとして、レジリエンス・ルールの実装において**データとアナリティクスが果たす重要な役割**が挙げられます。日本のビジネスリーダーの80%以上は、レジリエンス・ルールの実装にはデータとアナリティクスが不可欠であると回答しています。世界のレジリエンスの高い経営者のほぼ全員（96%）が、意思決定に必要な情報として社内外のデータとアナリティクスを利用しており、これは変化を乗り越え、事業継続を確保するための重要なポイントとなっています。世界のレジリエンスの高い経営幹部は、レジリエンスの低い経営幹部よりもデータツールを導入しています（93% vs. 22% レジリエンスの低い経営幹部）。

SASがレジリエンス指数を導入

本調査においてSASは、エグゼクティブの優先事項や投資対象としてレジリエンスがどのような位置づけにあるかを把握するため、レジリエンス指数と呼ばれる評価手法を作成し、回答者を3つのカテゴリーに分類しました。

- 高レジリエンス：26%(世界)／9%(日本)
- 中レジリエンス：54%(世界)／46%(日本)
- 低レジリエンス：20%(世界)／45%(日本)

それぞれのビジネス慣習を比較すると、レジリエンスの高い経営者は、構造化された戦略を持つことは、混乱に対処するだけでなく、ビジネスの安定に役買っているため、不可欠だと考えています。レジリエンス戦略は、雇用実績や消費者からの信頼などの主要なビジネス指標にも影響を与えます。

高レジリエンスのエグゼクティブから学ぶ

企業がレジリエンス・ギャップを解消するための支援は、適切なデータとアナリティクスをエグゼクティブに届けることから始まります。SASは、レジリエンス指数に基づく無料のツールとして、誰でも独自のビジネスアセスメントとアクションプランニングを実施できる「Resiliency Assessment Tool」を開発・提供しました。このツールは、レポートに掲載された高レジリエンス・エグゼクティブからの洞察とともに、より大きなビジネス・レジリエンスを育むための実践的なガイダンスを提供します。

ジョージア・パシフィックのIT/デジタルトランスフォーメーション担当バイスプレジデントであるスティーヴン・バカラ(Steve Bakalar)氏は、次のように述べています。「SASのAI/MLプラットフォームは、私たちの製造および商慣習を変革する上で、重要な役割を担い続けています。SASのResiliency Assessment Toolの研究は、私たちが推進している方法と戦略に対して大きな反響があります。5つのルールはすべて、この非常に困難で急速に変化するビジネス環境において繁栄を目指す組織に、臨機応変さとレジリエンスを組み込むために不可欠な要素です」

SASのエグゼクティブ・バイス・プレジデント兼CIOであるジェイ・アップチャーチ(Jay Upchurch)は、次のように述べています。「私たちは、データとアナリティクスを活用して、持続可能なレジリエンス戦略を構築することにより、あらゆる業界の経営者が競合他社に打ち勝つことを支援したいと考えています。SASが開発したレジリエンス指数評価ツールを活用することで、企業は既存の強みと成長可能な分野をより明確にすることができるようになります。その洞察は、ギャップを埋め、課題や混乱に直面しても迅速に対応できるツールやシステムを戦略的に強化するのに役立ちます」

日本版レジリエンスレポートの詳細はこちらから：

https://www.sas.com/ja_jp/insights/resiliency.html

レジリエンス・ルールの全レポートの閲覧、およびResiliency Assessment Toolの利用は、下記よりご確認いただけます。

<https://blogs.sas.com/content/resiliency/>

調査方法について

- SASは、2022年11月にブラジル、フランス、ドイツ、インド、日本、英国、米国のビジネスリーダー、ビジネスのレジリエンシーに関するエグゼクティブの見解や、不安定な時期におけるリーダーシップへのアプローチについて詳細なインタビューを行いました。
- 2022年12月16日から2023年1月4日まで、金融サービス、小売/消費財、製造業、医療/ライフサイエンス、行政機関の分野でフルタイム勤務するエグゼクティブ2,414名を対象に、前述の国々で独自のオンライン調査を実施しました。そのうち日本の回答者は、249名でした。

SASについて

SASは、アナリティクスのリーディング・カンパニーです。SASは、革新的なソフトウェアとサービスを通じて、世界中の顧客に対し、データをインテリジェンスに変換するためのパワーとインスピレーションを届けています。SASは「The Power to Know[®]（知る力）」をお届けします。

*SASとその他の製品は米国とその他の国における米国SAS Institute Inc.の商標または登録商標です。その他の会社名ならびに製品名は、各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ先

SAS Institute Japan株式会社

広報担当：jpnpress@sas.com

SAS PR事務局（PRAP Japan）

sas_pr@prap.co.jp