

この本を手にとられたあなたは、昨今、ミツシヨン・クリティカル（最重要任務）とも呼ばれる、エンタープライズ・システムの導入を行う企業の経営陣あるいは社員、または、そのようなプロジェクトに従事しているコンサルタントかERPソフトウェアを提供する企業の社員だろうか。どつぷりとシステム導入作業に漬かっている最中かもしれないし、企業人としてエンタープライズ・システムにほんの少し興味を持たれただけでもいい。ひよっとしたら、導入したばかりの自社情報システムに不満を覚えている方である可能性もある。どういう背景で本書を開いたにせよ、あなたはこのテクノロジーを通して自社あるいはクライアント企業を成功に導き、自らも成功を手中に収めんとしている方だろう。

そんな方々が本書によってエンタープライズ・システムとは何であるかと、エンタープライズ・システムが企業のためにできること、の理解を深めていただければ幸いである。本書では、エンタープライズ・システム導入の実例を数多く挙げ、成功例と失敗例を並べながら導入過程の各要因を考察していく。本書を通して述べるテーマは、あくまでもこれらの情報システムがもたらし得るビジネスゴールの達成であり、情報システムの技術的な内容を知りたい方には、別にお薦めできる専門書がある。

ここでは、特定のERPソフトウェアの技術面を掘り下げるのではなく、ビジネス効果という大きな視野でエンタープライズ・システムを語りたい。

著者である私は、「情報システムと企業の文化や行動様式の変革をつなぐ過程」に関する調査を行う研究員であり、コンサルタントでもある。経験としては、リサーチャーとして三つのエンタープライズ・システム・マネジメントに関する複数企業の合同リサーチ・プロジェクトに参加し、それを指揮し、またコンサルタントとしては数多くの企業のエンタープライズ・システム・プロジェクトに関与している。執筆の時点では、調査とコンサルティングを合わせて五以上の企業のエンタープライズ・システム導入に携わった計算になる。

私の総合的な見解は、よりよい情報や、よりよいビジネスに結びつかない情報システムなど、一文の値打ちもない、ということである。今日のエンタープライズ・システムが、情報システム技術の偉業であることはまぎれもない事実だ。しかし、そこから企業がビジネス・バリューを確実に得ることこそが、私の最大の関心事なのである。私自身、これらの情報システムの導入も行うコンサルティング会社に属しているものの、本書は私の会社のPR活動用に執筆されたものではない。

戦略的変革や競争優位を追求し、その達成のために相応の投資を行うことができ、相当の時間もかけられる企業に向けて、本書は著されている。だが、その実、短期間で戦略的なシステムの導入を望む企業に向けても、同様のアドバイスが有益であると思われる。とにかく、あなたの企業にとって最も重要である事柄を見極め、成功したい範囲を定めることが肝要だ。エンタープライズ・システムを導入する際、一切妥協を行わずに済むことは有り得ない。程度の差があるのみである。

一つだけ注意していただきたいことがある。「長期的な視野に立ち、特定企業がエンタープライズ・システムを導入することの成否の如何について述べることは不可能である場合がある」ということである。いずれの企業も、いまだ完全な導入完了を迎えていない現時点で、決定的なアドバイスとして断言を行うには時期尚早なのだ。だがその半面、エンタープライズ・システム導入プロジェクトに携わる人々が、助けを必要としているのも事実である。過去数年にわたり、多くの企業がエンタープライズ・システムを導入してきたというのに、この重大なテーマに関する著書が少ないこと自体驚きである。たしかに、エンタープライズ・システムを活用したビジネス変革を完全に終わらせた企業はまだないが、大きな進展を遂げた企業は数多くあるのだ。多くの人々や企業に利益を生むのであれば、私は、不確実さと隣り合わせになるというリスクをとって、なにがしかのメッセージを伝えることができればよいと思い、本書を記す。

一九九九年一月

トーマス・H・ダベンポート