

第29回仙台市中小企業活性化会議要旨

I 会議概要

1. 開催日時

令和4年10月24日（月）13:00～15:00

2. 開催場所

仙台市役所本庁舎3階 秘書課第一応接室

II 議事

1. 開会

- （事務局）経済企画課企画調整係長 それでは、皆様、本日はご多用のところお集まりいただきまして誠にありがとうございます。

定刻となりましたので、第29回仙台市中小企業活性化会議を開会いたします。

本日の司会を担当いたします仙台市経済局経済企画課の菊池と申します。よろしく願いいたします。

開会に先立ちまして、会議の成立についてでございます。本日の会議は、委員の皆様10名全員に出席いただいておりますので、仙台市中小企業活性化会議の組織及び運営に関する規則第3条第2項の規定による定足数を満たしており、本会議が成立しておりますことを報告いたします。

2. 市長挨拶

- （事務局）経済企画課企画調整係長 それでは、開会に当たりまして市長の郡よりご挨拶申し上げます。よろしくお願いいたします。

- 郡和子市長 改めまして、皆様こんにちは。座ったままで失礼させていただきます。

今日はお忙しい中を、委員の皆様方全員にこの市役所にお集まりいただきましたこと、深く感謝申し上げます。また、日頃から皆様方には本市の経済施策を含めて、市政一般に対して多大なるご理解とご協力を賜っておりますこと、この場をお借りいたしまして、改めて御礼申し上げます。

前回のこの会議では、本市が取り組むべき経済施策の方向性や注力すべき施策などについて幅広くご意見を頂戴しました。ありがたかったと思っていますところでは。

今、長引くコロナ禍に加えまして、エネルギー価格や物価の高騰などもありまして、事業者の方々を取り巻く環境というのは、本当に厳しさを増しているのだろうと認識しております。本市といたしましても、地元の企業の皆様方が、将来にわたって経営を継続できるように、国の動向を注視しながら効果的な施策などを今検討しているところでございます。

このように社会・経済状況が大きく変化する中で、企業の生産性の向上、あるいは高付加価値をどのようにつくっていくのかという上で、デジタル技術というのはやはり大きなキーになるのだと思っております。

本日のテーマでございます地域企業のデジタル化を進めまして、地域の生産性の向上と、さらなる地域経済の競争力のアップを図っていくための道筋を描いていくために、今日は皆様方に様々ご意見を伺いたいと考えているところです。中小企業の皆様方と地域企業のデジタル化の施策、これに取り組んでいくということは、本市全体においても重要な課題だと認識しております。ぜひよろしく願いいたします。

本日は、仙台商工会議所の阿部委員やエコノミストである田口委員に、地域企業のデジタル化に関連したお話をまずしていただくということになっております。それから、今回ゲストスピーカーとして三洋テクニクス株式会社代表取締役であります浅野様にもお越しいただいております。ぜひ社内のデジタル化の取組について、具体的な事例を交えて、貴重なお話をいただけたら幸いに存じます。

委員の皆様方には、具体的な事例や課題などを踏まえて、ぜひとも様々な視点から地域企業のデジタル化に関するご意見を賜りたいと存じますので、限られた時間ではございますけれども、何とぞよろしくお願い申し上げ、冒頭の挨拶にさせていただきます。よろしく願いいたします。

○（事務局）経済企画課企画調整係長 それでは、続きまして、お手元の資料についてご確認をお願いいたします。

まず、資料1-1、第94回仙台市企業経営動向調査の結果の概要版でございます。続きまして、資料1-2、新型コロナウイルス感染症及び原油価格・原材料価格の高騰による影響についての資料でございます。資料2、第28回会議の主なご意見とご提案についての資料です。資料3としまして、地域企業のデジタル化に向けた取組についてでございます。資料4、こちらは中小企業の一層のデジタル化のために

ということで、商工会議所の阿部委員からの資料になっております。併せて、2022年度デジタル化支援メニューの全体版ということで、それもつけております。資料5といたしまして、地域企業のデジタル化について、田口委員からの資料になっております。資料6、補助金活用事例集になってございます。不足している資料等がございましたら、お知らせいただければと存じます。委員の皆様、よろしいでしょうか。

なお、時間に限りがございますことから、会議中に発言できなかった場合には、併せてお配りしております追加意見の様式によって、11月1日までにメール等で事務局へ提出いただければ幸いです。書面によりいただいたご意見についても、会議中のご意見として扱うことといたします。

また、本会議は公開となっております。議事録作成のために議事内容を録音しておりますことをご了承願います。

なお、公表する議事録の確認につきましては、議事録署名委員にお願いし、福嶋会長と共に内容の確認をお願いしたいと存じます。今回は委員の五十音順で小川委員にお願いいたします。次回も順番でお願いいたしますので、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

なお、本日はマイクを用意しておりますが、発言する際には電源を入れていただくとともに、発言が終わりましたら、お手数ですが再び電源をオフにさせていただきますようお願いいたします。

それでは、会議の進行を福嶋会長にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

3. 事務局からの説明

○福嶋会長 皆さん、こんにちは。今日は全員そろったということで、活発な議論がされるのではないかと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、ここから私が進行させていただきます。よろしくお願いいたします。

初めに、会議の進め方について事務局よりご説明をお願いいたします。

○（事務局）経済企画課長 経済企画課の熊谷でございます。

まず、本日の会議の進め方についてご説明いたします。事務局より、まず初めに資料1-1及び資料1-2に基づき、直近の仙台市企業経営動向調査の結果について

てご説明いたします。

続いて、資料2及び3により、今回のテーマであります地域企業のデジタル化に関する課題や本市等の各種支援施策についてご説明いたします。

続いて、仙台商工会議所の阿部委員から企業への支援状況等を、七十七リサーチ&コンサルティング株式会社の田口委員からは、デジタル化の課題等についてお話しいただく予定でございます。その後、今回ゲストスピーカーとしてお呼びしております三洋テクニクス株式会社代表取締役であります浅野様より、社内のデジタル化の取組について、具体的な事例等を踏まえてお話しいただきたいと存じます。なお、ご説明の後には質疑応答の時間を設けさせていただきます。

一通りご説明が終わった後に、皆様方とデジタル化が進まない要因や、今後必要な施策等について意見交換をさせていただければと存じます。

会議の進め方については以上でございます。

○福嶋会長

事務局より説明のありました会議の進め方ですが、こちらでよろしいでしょうか。ありがとうございます。ご異議がないので、そのように進めさせていただきます。

それでは早速ですが、事務局より資料1から3についてご説明をいただきます。よろしくをお願いします。

○（事務局）経済企画課長

（資料1－1、資料1－2、資料2及び資料3に基づき説明）

○福嶋会長

それでは、事務局の説明に対して、何か質問やご意見がありましたら、挙手の上、ご発言をお願いします。いかがでしょうか。

前半のマクロ的な環境が非常に悪化している中で、なおかつデジタル化や経営改革を進めていかなければならないという、中小企業は本当に苦しい思いをしながら、でも将来に向かって改革を成し遂げなければいけないという、大変な環境であることがよく分かります。何か皆さんからご質問はありますか。伊勢委員、どうぞ。

○伊勢千佳子委員 先日開催されたIT導入補助金活用フェアでは、出展企業が27社、それに対して参加事業者が208と伺いました。これは当初の想定どおりという認識でしょうか。

○（事務局）産業振興課長 参加事業者数の想定は300位でした。

- 伊勢千佳子委員 参加事業者数が208と伺ったときに、思ったより少ないと思いましたので、当初の目標がもっと多かったと確認できて少し納得しました。
- 福嶋会長 ほかにございますか。今回の会議ではデジタル化の3段階のうちデジタルイゼーションと、デジタルライゼーションまでを対象に議論したいということでしょうか。ご質問やご意見がなければ、次に進みます。

4. 話題提供・事例紹介

- 福嶋会長 それでは、仙台商工会議所の阿部委員から、企業への支援状況等についてご説明いただきます。
- 阿部昌展委員 支援機関の立場から、デジタル化支援の現状についてお話をさせていただきます。前段の仙台市からのご説明と重複する部分もありますが、よろしくお願ひします。

初めに、私どもが今年5月に実施した会員企業のDX推進に関する調査におきまして、DXについて、ある程度を含めて理解していると回答した企業、これは仙台市の数字とほぼ同じですが、全体の4割程度という調査結果です。さらに、デジタル化に向けて現在取り組んでいる、または検討しているといった企業も2割程度しかいないという調査結果になりました。

さらに、私どもの支援対象となります小規模事業者に限りますと、日本商工会議所が行ったバックオフィスのデジタル化調査においては、特に売上げが1,000万円に満たない小規模事業者の約半数が、いまだ帳簿すら手書きで対応しているという調査結果が出て、そうした現状が浮き彫りになっています。

私どもの上部団体である日本商工会議所が行った調査結果の資料の1ページ目、デジタル化が進まない理由として挙げられたものの1番目として、これも仙台市の調査結果と同じなのですが、具体的にどう役立つのか分からない。2番目が、費用の負担が大きい、また負担ができない、これは一部思い込みも含むものになっております。3番目は、推進する社内人材がない。さらには、4番目として出されたのがセキュリティーに対する不安、こうした回答が多く寄せられております。

2ページ目にあります、具体的にどう事業に役立つのか分からない、につきましては、コロナ感染症が事業活動に大きな打撃を与えた反面、コロナ禍における新たな取組として、各企業がITツールを活用し、ECやテレワーク、こういった業務

を行う契機になったことは間違いないと思っております。その導入効果は企業としても体感できていると思っております。さらに、資料に記載はありませんが、国のコロナ関係の補助金などの申請も現在ほぼ100%電子申請になっていることもあり、事業者がITツールの必要性を感じて、デジタル化に取り組むきっかけの一つになっていることは、今の流れから間違いないと思っております。このように、これまでは必要としなかったITツールが、業務に欠かせないツールとなっていることははっきりと認識されていると、相談指導の現場で私どもが感じていることです。

3ページにあります、費用負担が大きい、費用負担ができない、こうした認識につきましても、現在は安価なクラウドツールが普及し、現実的にコスト削減につながる事例も数多く出てきております。また、先ほどの説明にもありましたが、IT導入補助金などの活用により、より導入コストが削減され、さらに仙台市でも地域産業応援金を支給されるということで、自治体も含め支援策が拡充されておりますので、こうした支援策を積極的に活用いただくことで、コスト負担の課題も解決できると思っております。支援機関の立場から、導入効果やこういった成功事例を積極的に発信することも必要であると私どもでは認識しております。

さらに、2023年10月導入のインボイス制度、また2024年の電子帳簿保存法の義務化など、中小企業の事業者にとっては避けては通れない大きな課題もございます。中小・小規模事業者のデジタル化へのきっかけづくりとして、その必要性を訴えながら、その対応、支援策も併せて周知してまいらなければならないと私どもでは思っています。

そのインボイス制度に関して、私どもが市内の商店会を対象として調査を行った結果では、免税事業者の90%弱がいまだ未対応という結果になっております。また、課税事業者においても約40%が関心がないとなっており、その対応もデジタル化と並行して行っていかなければならないと思っております。

私どもが一番大きな課題として認識しておりますのが、4ページにあります、IT人材、デジタル人材の不足です。経営者の声にもありますように、対応できる社内人材がない、対応したいが専門部署がないといった声、また外部に対しては、デジタル専門人材とのマッチング支援や、デジタル教育に関する情報提供などが多く経営者から求められております。こうした声に対する支援をどのように行っていくか、これが私どもの今後の一番の課題と思っております。

5 ページ以降にありますように、仙台商工会議所におきましても、日本商工会議所が大手 I T ベンダーと契約し、人材育成プログラムを無償で全国の商工会議所を通じて提供し、I T 人材の育成支援を行っております。また、育成に関しては、社員に対するスキルアップコンテンツの提供はもとより、若年層の育成として、15歳以下の学生を対象としたプログラミングコンテストなど、学生を対象としたデジタル人材育成事業も企画、開催するなど、各地で様々な取組が行われているところです。

さらに、相談窓口にて I T コーディネーターやデジタル化に関する各分野の専門家を定期的に配置するなど、専門家にフォローをいただきながら、個別に事業者のデジタル化支援を行っており、また会員限定のメニューとはなりますが、大手企業の人材育成プログラムの出張提供や、W e b セミナーとして D X に関する多彩な各種コンテンツを提供しております。時間、場所を問わずに、デジタル化に向けたセミナーが受講できるなどの環境を設け、会員企業に活用いただいております。

こういった対応を行っている一方で、私どもの窓口においては、デジタル化について相談したいという事例はいまだ数少ない状況です。様々な課題がある中で、デジタル化という課題へ、事業者、特に中小・小規模事業者がそこにたどり着くことは、非常に難しい現状があると認識しております。

前回のこの会議でも申し上げましたが、小規模事業者にとって、デジタル化を考え取り組むきっかけとなるものは、デジタル技術を活用した業務効率化やコスト削減であり、その実例となるのがアナログデータのデジタル化や、コロナ禍で普及したテレワークといったビジネスプロセスのデジタル化、今日のテーマであるデジタルイゼーションだと考えております。

企業が今後成長、発展していく過程において、デジタル技術による経営革新、付加価値の創出は必要不可欠であると私どもも認識しておりますが、イノベーションという言葉、またデジタルトランスフォーメーション、デジタルイゼーションという言葉が先行することで、多くの中小・小規模企業者が、我が社に D X は関係ないと考えてしまうことも事実と思っております。例えば前段でもお話ししましたが、これからはコロナを契機として生まれた取組や、インボイス制度の導入などをきっかけに、企業がデジタル機器やデジタルツールを導入したビジネスプロセスの効率化に取り組む、その必要性を事業者に感じていただくことも大切と思っております。

また、企業単独では難しい人材育成に関しましても、私どもが提供している各種コンテンツなどを活用いただきながら、併せて地域に合ったIT人材の育成やマッチング事業などを、支援機関、そして行政サイドでも考えていく必要があると思っております。

最後に、私どもが現在会員企業に提供しておりますデジタル化支援のウェブコンテンツ一覧を紹介します。これは商工会議所の職員向けも含め130近くテーマがあり、会員企業、また仙台市の企業も使用可能ですので、ぜひご利用いただきたいと思っております。

また、全国の成功事例も提供させていただいておりますので、こうしたコンテンツの提供を通じて、仙台の企業に活用いただくことで、地域中小企業のデジタル化支援を進めたいと思っております。

○福嶋会長

阿部委員のご説明に対して、質問やコメント等ございましたら、お伺いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

このデジタル化支援メニューは公にされているのでしょうか。

○阿部昌展委員 はい。商工会議所を通じて公表されています。

○福嶋会長 こんなにたくさんあるんですね。

○阿部昌展委員 はい。これが日々増えていっていますので、ぜひ企業として活用できる部分があれば、我々にご相談いただきたいです。

○福嶋会長 阿部委員のご経験から、デジタル化をしない中小企業に共通する特徴を感じることはありますか。

○阿部昌展委員 皆様方の企業では考えられないと思いますが、実際、小規模事業者でパソコン導入してない割合は約40%です。前段でも説明しましたとおり、具体的にデジタル化がどう役に立つのか分からないという方が多いと思います。一方で、コロナ禍で、テレワークやEC販売なども行うようになって、少しは役に立つと実感されたり、あとは、補助金申請の際に、電子申請でなければ受付されないために、パソコンを導入されたり、そうした必要に迫られたことがデジタル化のきっかけとなっていることも現実です。

○福嶋会長

次に七十七リサーチ&コンサルティング株式会社の田口委員に、デジタル化の課

題等につきましてご説明いただきます。

○田口庸友委員

今日は、地域企業のデジタル化の課題について、お話をさせていただきます。

先ほどの事務局と商工会議所の阿部委員からのお話と重複する部分もありますが、視点を変え、マクロ経済や、経営学のマーケット理論から見た政策について私なりの視点でお話をします。

岸田政権は最初の頃、デジタルトランスフォーメーションやデジタル田園都市国家構想などで不便、不安、不利、3つの不を解消すると意気込んでいたと思いますが、最近そういう話があまり聞かれなくなって残念ですが、まず今置かれている環境がどうかというところからお話をしたいと思います。

資料の2ページ目、今、地域企業に限らず、世界が置かれている経済環境は、第4次産業革命と言われております。第1次産業革命が18世紀後半から始まって、今、いわゆるI o T、物のインターネットが普及してきたことによる産業革命ですが、一橋大学の清水名誉教授が非常に優れた論考をしていますので、これを参考にお話をします。

一言で言いますと、第4次産業革命はスマホ革命と言っております。昔だったら、スーパーコンピュータでなければできなかったことが、手のひらの上でできるということで、これにより4つの特徴が現れてきたということです。

まず、第4次産業革命の価値の源泉は、時間が有効利用できることになったこと。人にとって最も限られた資源は時間ですが、移動や待ち時間に様々な仕事や情報交換、情報取得が可能になったということです。これは後で余暇の拡大ということにつながると思います。

2つ目は、取引コストの低下です。様々な情報がコストなしに即時に取得できるようになったことで、経済学の概念でいう完全市場、これは情報の非対称性の問題があって、今までなかなか実現しなかったのですが、これが成立するようになってきた。いわゆる同一商品同一価格の世界になってコストが非常に下がったことで、見方を変えれば、差別化しなければ利益が生まれにくいという厳しい状況になっているということです。

3つ目は、サービスの付加価値が増えたことです。人間はもともとサービスしか消費できないですが、例えばCDラジカセという耐久財は、音楽を楽しむサービス

を提供するためにあったものが、今スマホでできるようになったことで、CDラジカセという耐久財は要らなくなったということです。様々なサービスが、耐久財なしで直接供給できるようになったことも特徴です。

最後に、最適企業サイズの縮小です。企業は、そもそも様々な資源を内部に抱え込んで取引を効率化するための組織です。ところが、今スマホを使って外部の資源を簡単に使えるようになったことで、それほど資源を抱えなくても、適宜適切に外部に発注すれば済みます。外部連携が低コスト化したことで、企業の最低規模が縮小していくことを特徴として挙げております。

この第4次産業革命化による中小企業の強みについて清水教授は6点挙げております。

1つ目は、私としてはいかななものかと思いますが、低い人件費です。先ほど、サービスの付加価値が上がる特徴があると話しましたが、ドローンで商品を運搬できるようになっても、ラストワンマイルでは対面サービスが生じます。そこには人件費がかかるので、そのコストが安いということは、中小企業の強みだと述べられています。

2つ目は、余暇市場の拡大に伴う受注機会の増加。機械化が進むことによって、時間が余ってくると、いろいろな余暇ニーズが出てくるのですが、大企業は一律対応のユニバーサルサービスを提供するので、細かなニーズには対応できない。そうした細かなサービスのニーズが出てくると、中小企業の受注機会が増加するので、余暇市場の増大は、中小企業にとってプラスになるだろうと述べています。

3つ目、4つ目はまとめて、販路拡大と情報格差の縮小で、今までは大企業でなければ受注できなかった、あるいはアピールできなかったことが、スマホによりこの格差が劇的に縮小したことです。コロナ禍でも、仙台の企業がこれまで接点のなかった沖縄の企業と取引ができるようになった、ということがあるようです。

5つ目、6つ目の中小企業間の連携とレガシーコストについて、これは、大企業はやはり組織が大きくて動きが鈍いことがあり、これまでやってきたことが足かせとなるレガシーコストが非常に高い。これに対して中小企業は身軽で、迅速な変化に対応でき、連携による環境適応力が高いので、中小企業のチャンスだと思います。

3ページ目、東北のデジタル化の現状について、こちらは県や市ではなく、東北活性化研究センターの東北全体の昨年8月の調査結果ですが、デジタル化の取組状

況で、「進んでいない」と「あまり進んでない」を合わせると約6割で、あまり進んでいない現状は、この調査結果でも変わっていないと思います。

デジタル化推進のために、保有・活用しているツールは、やはりコロナ禍で進展したZoomなどの会議システムと、あとは勤怠管理や会計、文書の電子化、電子決済などが上位で、総務や経理などの管理・間接部門で導入が進んでいます。これは、中小企業にとってニーズの高い分野と言えると思いますが、例えばECサイト、AIの活用、需要予測などはあまり活用されていない状況です。

4ページ目の実際に効果が出たツールを部門ごとに出しており、こちらも間接部門の効率化で勤怠管理や給与計算システム、文章の電子化・電子決済、会計システムは8割以上で成果が出ており、この部門で導入した企業はすぐ役に立っている、効率化していると言えます。

逆に販促マーケティング、売上げ増のところに、効果が出たツールとしてECサイトが出てきており、比較的効果が高いと思いますが、これは実際導入している企業が少ないので、実数としては少ないです。東北のデジタル化は、営業や販促の攻めよりも、総務や経理の守りのデジタル化で顕著と思います。

5ページ目、デジタル化が進まない要因を、経営学のマーケティング理論により考察したものです。プロダクトアウトとマーケットインという概念があり、このプロダクトアウトは、作り手側の都合から商品を市場に投入していく発想です。マーケットインは、顧客にどういうニーズがあるのか事前に調査した上で、そこに向けて商品を投入していくものです。

これをなぞらえて、経済支援政策に落と込むと、このプロダクトアウトは、こういった支援が必要だろうというプッシュ型支援と言えます。マーケットインは、逆に実際のニーズに照らした支援を行っていくプル型支援だと思います。分かりやすく言いますと、冷蔵庫にジャガイモとニンジンと玉ねぎがあったら何を作りますかという、普通カレーとなると思うのですけれども、いやカレーはもう食べ飽きましたという話を聞いてボルシチを作ることが、マーケットインの発想になると思います。言うならば、国策であったり、災害時の緊急的なものだったり、予算の必要があったりと、まずこういった支援が必要だろうと施策を実施するのがプッシュ型だと思いますが、今のデジタル関連の施策を見ますと、プッシュ型の支援が結構あると見てとれます。逆に、マーケットインの発想に立った、こういったデジタルニ

ーズがあるのかという視点に立ったものが、やや不足している印象を受けます。

5ページ目右側は、我々が四半期に一度行っている調査で、上のグラフは2020年9月の調査で、感染防止対策としてのデジタル技術の導入・活用状況を聞きました。このときにデジタル技術を導入した企業は、下にありますように47.9%、半分の企業です。やはり感染対策として必要だということが導入につながり、非常に高い数字になっていると思います。

下側はキャッシュレス・ポイント還元事業の登録加盟店のデータです。宮城県内で、七ヶ宿町がトップですが、蔵王、松島、仙台といった観光地では、インバウンドなどでキャッシュレス決済が必要な地域で高い数値となっています。要するに、事業者にとって必要があれば取り組むということは、デジタル技術に限らず、必要な視点だろうと思います。

最後の6ページ目、デジタル化をマーケットインでやるためには、どういう視点が必要かということで、弊社で行っている企業動向調査の結果で、経営上の課題を複数企業から複数回答で得たものです。一番は、昨今の事情で、仕入価格の上昇。デジタル化で解決が難しい問題ですが、他にも人手不足、受注の減少、競争の激化などが並んでいます。こうした課題を解決するために、デジタル技術が使えないかという発想が、マーケットイン施策の視点だと思います。

まずこういった様々な課題があり、原因のほとんどは、中小企業では経営資源が足りないことに起因していると思います。

その中で、課題解決手段としてデジタル化が選択肢になるのかという「目利き」が大事です。場合によっては、サービス業で主に対人でサービス提供しているビジネスには、デジタル化にそぐわない業種もあると思います。ですから、ここで大事なのは、デジタル化のIT技術のデジタルリテラシーより、経営改善の目利きが大事で、その目利きにデジタルの技術をどう使うかという発想が大事だと思います。

続いて、解決可能性が見えたら、今度はコスト計算が必要です。解決できても、多大なコストがかかったら、中小企業では導入できません。ここで必要となるデジタルリテラシーは、必要最小限のものをオーダーメイドできるような目利きです。どうしてもIT事業者のベンダーは、フルパッケージの過剰品質なものを提示する傾向があり、それを使いこなせないまま、高いコスト負担とならないように、コストを抑えていくことが大事だと思います。

経済合理性があれば、導入していくことになるのですが、やはり大事なのは、デジタル化が目的ではなくて、課題解決という目的のためにデジタル化を手段とする発想で進めていくことです。当たり前ですが、デジタル化のいいところ、アナログのいいところがあり、どんなものでもデジタル化で解決できるわけではないので、この辺の目利き、コンサルティングとセットで進めていく必要があると思います。私から以上です。

○福嶋会長

田口委員のご説明に対して意見や感想がございましたら、いかがでしょうか。

ニーズがないところに、需要を生み出そうとしても意味がないという、マーケティングでの当たり前の話ですが、それを忘れる可能性があるという鋭いご指摘ありがとうございました。

次に、ゲストスピーカーによる事例紹介で、三洋テクニクス株式会社の代表取締役である浅野様より、社内のデジタル化の取組についてお話しいただきます。

○浅野公隆氏 三洋テクニクスの浅野と申します。本日は地域企業のデジタル化に関する当社の取組事例等について、お話しさせていただきます。

これから、当社の企業紹介をさせていただき、会社の事業特性とデジタル化の目的を話させていただいた後、実際の具体的な取組内容をお話しさせていただきます。最後に、これまでの経験を、まとめとしてお話しさせていただきます。

当社は、宮城野区と若林区に工場があり、建設機械や特殊車両の整備をしている会社です。特殊車両の例として、例えばJ A Fのレッカー車や、除雪車です。N E X C Oや国交省、県、市町村などの自治体で保有している除融雪車を当社でお預かりして、整備しています。ほかにも建設機械や工場の中のクレーン設備、仙台市地下鉄駅にある駐輪場設備などの整備もさせていただいております。

会社創設39年目で、4年前に代表取締役社長を創業者の父から引き継ぎました。社員は28名で、そのうち20名弱がエンジニアです。整備・修理など、エンジニアが作業する部分に関する売上が大体半分ぐらいを占めており、その他の部分は、建設機械、車両などの販売やレンタルなどの売上です。今回は、整備に関するデジタル化の取り組みを中心にお話しします。

整備に関する事業特性として、壊れて初めて仕事が発生するため、いつ仕事が発

生するか分からない面があります。大原則として、仕事の浮き沈みを平準化するため、車検など法定の年次点検など毎年決まっている仕事の割合を増やすことが重要になります。そして、売上は、エンジニアの人数、1時間当たりの工賃、作業時間で決まるので、人数が増えれば、売上も上がるという図式になっています。

その中でどうやって売上を上げていくかというのと、工賃を上げさせていただくか、もしくは作業時間を増やすかになるのですが、工賃を値上げさせていただく努力はしていますが、なかなか簡単にはいかず、また、昨今の働き方改革への対応もあり、長時間働いてもらうことは難しいので、限られた作業時間の中で、各エンジニアの作業効率をどれだけ高められるかが重要だと考えております。社員によく言っているのは、成果は、やったことをかかった時間で割ったものなので、作業が倍かかったら成果は半分になってしまうということです。

この作業効率を高めるかということに関してソフト面とハード面で行った内容を説明します。

今回、資料6の事例集で紹介いただいたものは、ソフト面での労務管理システムと案件管理システムの導入です。当社では他にも、私が代表者に代替わりしたときに、事業承継補助金を活用してつくった写真管理システムを導入していました。

併せて、ハード面での取り組みとして、タイムカードがもともと紙だったので、それを電子化したり、そもそもパソコンでの作業を早くするためにスペックを上げたり、各個人のスマホで休暇や残業申請をしてもらうためにWi-Fiのアクセスを開放したりといったことをソフト面と並行して整備してきました。

具体例をお見せします。整備依頼のあった顧客に対して、整備後の写真を整理して提出しなければならないことがあり、この事務作業が大きな負担でした。この写真管理システムは、写真を撮ってアップロードし、作業名を入力していくと、最終的にPDFに自動で加工してくれて、このまま印刷でき、もしくはメールで送れるというものです。このソフト導入前は、写真をExcelやWordに貼ったりする作業にかなりの時間がかかっていたので、既存の建設工事向けソフトを導入して作業効率を上げたいと考えていましたが、先ほど七十七リサーチ&コンサルティングの田口委員の話にもありましたように、たくさん出回っている建設工事向けのソフトは、写真さえ整理できればよい当社にとってオーバースペックだったので、以前当社のホームページを作ってもらった会社に、内容を伝えて作ってもらいました。

今回、市のIT補助金活用事例集で取り上げていただいた内容の一つは、労務管理ソフトの導入で、これは市販のソフトでタイムカードを電子化するものです。これまではタイムカードに記録された作業時間を全部手で転記して、それと日報を確認しながら残業時間を計算していたので、非常に時間がかかっていました。このソフト導入により、タイムカードではなくICカードで作業時間が記録され、それがデータとなって給与の自動計算ができるようになりました。さらに、残業申請とその承認プロセスも入れることができたり、残業時間が40時間を超えるとアラートを出せる機能もあったり、上司が残業の確認がしやすくなりました。また、社員個人にとっても、自分が働いた時間をシステムで見れて、今何時間残業しているかの確認もしやすく、経営管理の側だけでなく、社員の側にも導入のメリットがあったと思います。

次に、案件管理システムは、kintoneというサイボウズのソフトを導入しました。どちらも、資料6に記載されている、導入支援事業者である富士フィルムビジネスイノベーションジャパンに構築していただきました。当社ではいろいろな会社から、いろいろな機械の修理依頼をいただきます。その電話を受けた営業担当者や、作業担当者がこれに入れることで情報の抜け漏れをなくし、また進捗状況の管理行うことに使っています。以前は、エクセルで管理していたのですが、エクセルだと過去の履歴の管理が難しく、最終的にお客様に渡した納品伝票をひっくり返して、前にどんな修理をしたのかとか、いつ直したのかというのを探していたので、まず機械の整備履歴をこれでしっかり管理して、次は、機械の稼働時間などの情報から壊れそうな時期の予測ができるようにしたいと考えています。この2点を、2019年にIT導入補助金を活用して導入しました。

最近では、各エンジニアが手書きで何時から何時まで何の整備を行ったのかを記録する作業日報を電子化しました。これも富士フィルムビジネスイノベーションジャパンに対応いただきました。各個人の時間ごとの作業内容をシステムで分かるようにして、例えば緑色は整備作業の時間、ピンク色は事務作業と視覚的に見えるようにして、これを先ほどの案件管理システムとひもづけることで、各案件に誰が何時間かかったかというのを集計できるようになり、各社員に自分の仕事の作業効率を分かってもらえるようにしました。

また、その他の就業規則も見直して、有給休暇を時間単位で取得できるようにし

たり、インターバル制度も取り入れたり、働きやすさを高めることもやっています。こうした取り組みも、当社の事業特性上、とにかく時間の作業効率を高めることが一番重要だと考え、生産性をいかに上げるか注力してやってきました。

実際にデジタル化を行っていく中で感じたことでは、まずデジタル化どう進めるかという観点では、それぞれの会社の事業構造に応じて、何を効率化すれば有効かをしっかり考えて、それに対応した施策が必要だと考えています。今回は、整備や修理に関する話をしましたが、当社ではそれ以外に販売やレンタルなどの事業を行っています。それぞれ事業領域において、重要なところに対応した取り組みを進めていく必要があると思います。

それから、デジタイゼーションとデジタルイゼーションについて、データをどのように管理すればいいのか、業務フローをどう変えれば効率的なのか、その上でシステムをどのように導入するか、といったことをそれぞれ具体的に考えていく必要があると思います。こうした具体的な内容になると、現場で作業をしている社員が一番よく分かっているので、そうした社員から意見を聞きながらやっていく必要があると思います。

先ほどご紹介した写真管理システムに関しては、会長から経営を引き継ぐ前に自分でやっていた業務の中で、課題と思っていた部分があったので、それをある程度システムに取り入れることができましたが、経営者とITベンダーだけで決めてしまうのではなく、現場からの要望を聞きながら取り組むとよいと思います。

一方で、システムではこういうことができるというITベンダーが持っている知識と、現場の業務で変えてほしいと考えていることには、大きなギャップがあると思います。実際に、システムでこんなことまでできるということを、現場で働く人が知らないことが多いと思います。まずシステムでこういうことができる分かってもらうことで、現場で課題を抱えている人は、それならこれも改善できるのではないかと発想できると思います。難しいことですが、こうしたギャップを埋めていくことが必要だと思います。

最後に、デジタル化導入の社内展開に関しては、特に長く働いてきた人ほど、今までのやり方を変えるとことに抵抗感があるので、一度に大きく変えるのではなく、少しずつ導入しながら、効率を実感してもらう必要があると思っています。写真管理システムを導入したときに、社内で一番写真の整理に苦勞していた社員に取

り組んでもらいました。最初はパソコン作業が得意ではなかった社員でしたが、1週間ぐらい使ってもらっているうちに、効果を実感し、もうこのシステムでないと仕事ができないぐらいになり、そこから社内展開が急に進んだことがありました。一度、効果を実感することで、次に他のシステムを導入する際にも、自分たちにとってメリットがあるという感覚を持ってもらうことができると思います。

それと、個人的見解ですが、高齢者に無理強いしないことも大切だと思います。当社でも60歳以上の社員が何人かおりますが、パソコン使える人もいれば、全然使えない人もいます。全然使えない方に、今からパソコンを使ってくださいと無理強いするつもりはないです。本当は、みんな同じようにパソコンを使えるのがよいかもしれませんが、当社では、代わりの人がパソコンで入力するとか、その人だけは紙でやるとか、それでも仕方がないと思っています。

一方で、若い社員の中にも、スマホは扱えるけれども、パソコンを使えないという社員もいるので、スマホでもパソコンの代用に一部使えるようにしていますが、パソコンも少しずつ使えるようにしてもらっています。スマホと違って、パソコンはスペックによって立ち上げに時間がかかる場合もあり、若い社員の中にはそれだけでパソコンを使いたがらなくなってしまうので、費用負担を加味しながら、ハード面の整備もしていかなければと思っています。

老若男女にかかわらず、パソコンで入力するのが億劫という人はいます。そういう社員に対しては、時間を見つけて、隣で一緒にその社員が入力したいデータを打ってあげてを何回かやっていくと慣れてきて、結局システムを使うことが便利だと思ってもらえるように、繰り返していくしかないと思っています。

○福嶋会長

大変参考になる具体的なお話をいただきました。

私から質問させていただいてよろしいでしょうか。いろんなシステムを、ITベンダーから導入されていますが、御社から、いろいろ意見を伝える担当者がいたと思います。具体的にベンダーとのやり取りを、誰がどういう体制でやられたのか教えていただけますか。

○浅野公隆氏 大部分は私一人で対応していました。前職でコンサル会社に在籍していたこともあり、ある程度システムの話が分かっていたのと、経営を引き継ぐ前に10

年ぐらい現場での経験もあり、その経験を基にやってきました。

もちろん、システム導入時の要件定義するときなどは、現場の社員に同席してもらいました。その場で意見を聞いたり、また、意見が出なくても、その場にいてもらうことで、後からこうしてほしいという話が出てくる場合もあります。必ずしも自分が考えてることが一番いいとは限らないので、なるべくいろんな社員の意見を反映させています。また、システム導入後に、社員に1週間ぐらい使ってもらい、いろいろ意見をもらって、変えながら、ある程度使える段階になってから、全社員に展開するといったこともやりました。

○福嶋会長 ありがとうございます。浅野さんご自身が、そういったコンサルのバックグラウンドをお持ちで、やはりそういう人材がいらっしゃったということですね。ほかには田口委員いかがでしょうか。

○田口庸友委員

お答えしにくいことかもしれませんが、コスト面で、一定のイニシャルコストだけでなく、導入後のランニングコストもかかっていると思いますが、効率化したことによりコストを吸収して、定量的効果としてプラスになっていることを実感できていますか。

○浅野公隆氏 当社で導入した写真管理システムや会計システムは、既存ソフトではなくオーダーメイドで開発し、クラウド化していないので、一度導入してしまえば、その後のランニングコストはあまりかかりません。しかし、kintoneや労務管理システムは、導入後、初めて分かったのですが、ライセンス料などランニングコストが毎年十何万円かかります。kintoneは使用するIDを絞ればコストは安くなりますが、それらのコストは導入後に知った部分もあります。

これらのコストに対して定量的に見合った効果を示すことは難しいのですが、労務管理に関しては、自分自身で給与計算していた経験もあり、この事務作業にかかる負担が実感できるので、ランニングコストがかかったとしても、例えば月に6時間かかっていた作業が1時間で済むとなればその5時間掛ける人数分の効率化ができたと解釈しています。生産性自体は確実に上がっていると思うので、それで利益を生み出して、再投資ができることを目指しています。

○伊勢千佳子委員 大変勉強になりました。

一度に一気に変えるのではなく、徐々に変えていくというお話があって、まだほ

かにもやりたいことがあるとおっしゃっていましたが、デジタル化の取り組みを進めて会社の雰囲気が変わってきたと思います。社内から今度はこれを変えたいといった意見が出てくるような、社内の変化がありましたら、教えてください。

○浅野公隆氏 年齢に関係なくこういうことに取り組むことに前向きな人と、ぎりぎり最後までやらないで済むならやらない人と、いろいろな社員がいるので、みんな一緒に足並みを揃えて取り組むようになったというより、前向きに取り組む社員を増やすことを優先してきました。実際に1回、2回と効率化が実感できると、次に会社で新たにに取り組むことも、今はよく分からないけど、きっと最終的にはいいことだろう、そう判断してもらえる社員を増やすことを心がけています。

○伊勢千佳子委員 社長がやるというから社員もやらざるを得ないというよりも、これまでの経験から、これもやれるのではないか、どうやったらやれるかと社内で考えるような雰囲気の変化が起きたのではないか思ったので、伺いました。

○浅野公隆氏 意識の高い現場の社員からは、例えば整備の案件だけではなくて、整備士資格の種類も多いので、資格のリストを整備してデータ管理をしていきたいという意見も出てきています。kintoneに関しては、自分たちでデータの管理方法を変えられるので、そうした意見にもできるだけ対応していきたいと思います。

○福嶋会長 浅野さん、本当に貴重なお話ありがとうございました。大変参考になりました。

5. 委員による意見交換

○福嶋会長 これまでの説明を踏まえまして、残りの時間は全て意見交換に入りたいと思います。

今回議論いただきたいのは、各企業のデジタル化が進まない要因はどのようなものか、あるいはデジタル化には企業の各課題やステージに対応する施策を実施していくことが重要だということですが、特にデジタル化を知らない企業とか、あるいはデジタル化を進めたいが、散発的な実施にとどまっている企業に対する支援ということを中心にご議論いただければと思います。自由に発言していただければと思います。

あとは、地域ベンダー企業と地域ユーザー企業が互いに連携してデジタル化を進めていく。そういった点に関しても何かご意見ございましたら、お話しいただければ

ばと思います。今日は皆さん思いの丈をとはいいますが、10人おそろいですので、順番に、皆さんのご意見をいただければと思います。では、佐藤さん、お願いします。

○佐藤博美委員 佐藤でございます。よろしくお願いいたします。

私どもITベンダーの立場で、日頃いろいろお仕事させていただいているのですが、中小企業に営業活動に参りますと、大概のトップの方は、うちはそこまではという言葉が出るケースが非常に多いです。そこまではという中には、いろいろな含みがあるんだなと感じているのですが、今日実際にお話しいただいた浅野社長のよう、実際に導入に当たってプロセスを想定できる企業自身、または社長自身、またはその担当がいらっしゃるという企業は、課題はあっても、取り組んでいく可能性というのは非常に大きいのかなと日々感じています。まず理解というところから検討する企業については、私どもも何年もデジタル化が進む前からすごく苦戦していて、特にコロナ禍になったときに、まず初めにテレワークをするためにどうするかという相談が多かったので、会社にショールームを造りました。

仙台市内というのは、都内と違って、実際に体験できる場所が本当に少なく、そういった展示会とかイベントがあると東京まで行かないと分からないということがあります。一方、実は中小企業の社長をショールームに呼ぶのもまた大変で、俺は分かんないからいいからと言われるのですけれども、社長に来ていただかないと、前に進まないという問題があって、いろんな施策を取りながら来ていただくようにしています。

来ていただきますと、非常に理解度が高まって、大体1時間から2時間いろいろなものを体験しながらディスカッションさせていただきます。ご紹介のあったようなシステムなど、企業によって導入する内容というのは違いますが、見ていただくことで、我々の現場の中にプロジェクトをつくろうというお話になって前に進むケースが多いです。

次はお金の問題なので、IT導入助成金のようなものなど、そういったものを利用されるというケースもあるので、セットでご提案すると前に進みやすい。

先ほどご紹介があった10月19日でしたか、200名の方がいらっしゃったということで、我々も実際に中で展示させていただきましたが、20名の企業から引き合いがありました。本来200名は私の印象としてはすごく少なく、倍以上集まってもいいは

ずで、事前の促進とか、PRをお願いしたいと思いますし、年間である程度回数を増やして、ぜひ検討いただくと、触れ合ったり、接触する機会が非常に増えますので、すごくいいのではないかなと。

最後に一つ、先ほどいろいろと事例のご紹介があった中でも、やはりプロセスをその企業に合わせて考えたり、またはこの部分は要らないけれども、この部分は必要だというような、自分たちでどう使っていくかという検証が必要になってくるのですが、そこを今我々が実は無償でお手伝いをしながら導入まで進行していくという状態になっています。ここの部分というのは、企業にとってもやはり導入のステップとして結構ハードルが高くて、ここができないからやめたという企業も、うちはそういう人材がないとか、いろいろあるのですが、そのプロセスをその企業に合わせてコーディネートしていくようなコンサル的なところに、回数とか時間という制限はあると思うのですけれども、ある程度の補助金を追加していただくと、企業への導入というのは非常に促進するのではないかと考えております。すいません、長くなりました。以上です。

○福嶋会長 実際に導入をお手伝いする立場ということで、大変有用なご意見だったと思います。

ほかの方いかがでしょうか。

○中村圭祐委員 中村です。どうぞよろしくお願ひいたします。

自社ではECサイトのお手伝いだったり、運営したりするので、今回ECサイトの話が出ていたので、お話しさせていただきます。実際今はECサイト効果があったのですが、結構雲泥の差があることが多くて、その大半は、ECサイトに商品を書ければ売れるだろうという企業も多く見受けられるというのが現状です。つくただけで終わりじゃなくて、もちろんストーリーだったり、付加価値をつけるような商品力を高めるような努力をしなければいけないというのもあるので、まさに先ほどのお話にもあったように、意識がちょっと高い方というか、そういうふうを持っている方がいないと、それ以上に望んでいけないのかなというのがあります。ECサイトのツールというか、自社で作るところもあれば、アマゾンだったり、楽天とかを利用する方もいると思うのですが、そのサイトによって特性も違うので、アマゾンだったら結構端的にもうすぐ買えるということがあるのですが、楽天だとすごく長い文章で見せていくというのがあったりするので、食品とかだと楽天が強

いとか、普通の日用品とかはアマゾンが強いとか、ヨドバシとかが強いとかあります。そういう部分も把握しないでやってしまうと、思った効果が出なかったとか、見せ方の戦略も違ったりしますし、管理画面とか、運用する部分での手間も意外と違ったりします。今だとBASEというのがありますが、無料がゆえに、使えないものがすごく多かったり、不便だったり、売っていくと手数料が高かったりとか、思った売上げが出ないということもあります。うちの方で制作を受けた部分ではご相談はできますが、その後の運用を任せられるわけではないので、そこはできませんが、そういった方にもアドバイスできるようにしていきたいと思っています。今ECサイトを運用していて、ご意見させていただきました。

あと、別の話なのですが、デジタル化というので、うちは飲食店もやっているのですが、旅行のクーポンなど、あれをデジタル化していただきたいなというのがありまして、実はホテルで泊まったら、その近くで使える1,000円のクーポンがあって、飲食店で使えるという形なのですが、それを切り取って、集めて、封筒で送るので、意外とデジタルじゃないというところがありまして、それがもう少し簡易的にすぐやれるといいなと。来たら、QRでかざして割引になるよとか、そういう形がPayPayと連動だったりとかできればいいかなと思いましたし、前回のPayPayとかd払いとかですか、それに対しての効果はものすごくありました。2万5,000円ぐらいまで使うと、5,000ポイント戻ってくるというのがあったので、そこを参考にクーポンもうまくデジタル化していただければと思います。以上でございます。ありがとうございます。

○福嶋会長 ありがとうございます。

いかがでしょうか。神谷さん、どうぞ。

○神谷貴宏委員 神谷でございます。

私ども採用支援をしている立場からすると、先ほど一番最初に阿部さんからお話のあった人材不足については非常に感じておりまして、企業からデジタル化を進めたい、だからそれ専用の人材を採用したいというお話をいただくケースがあります。ここで採用できる会社は当然あるのですが、なかなか根本的に人材がないというマーケットの中で、苦戦する。そこで、進まないという企業も実際にはある。機器を導入して、そこを生かそうとする意識はあっても、よく分からないから進まないという、ここが大きなネックになっているなど感じるケースがございます。

そこに対しては、今後やはり教育により、今いる人をD Xに適した人材に育てていくという機会を、市として準備していく必要があると思っております。

今回のコロナで一番大きく変わったのが、採用において、ウェブでの面接がものすごく増えたのです。それ以前は、ウェブで面接をするということは、まずなかったのですが、今では企業によっては当たり前のようにされる。そこで一番変わったのが、スピードが変わったのです。特に仙台の場合、首都圏からのUターンで戻る方がいて、リアルで面接すると時間がかかりますが、ウェブでの面接ですと、すぐに面接ができるので、非常にスムーズになった。ただ、ウェブで面接される会社は毎回ウェブで行いますが、画面を通してだとイメージが湧かないという企業もあるので、面接が先送りになり、結果、ほかで決まってしまう、なかなか採用が進まないというケースもあります。D X、I T化を進められている企業と進められていない企業があり、地元の中小企業でも、そういった採用力で結構差がつき始めているので、そういったところも含めて、I T化を社内で進められるような教育を根本的につくっていく必要性を日々感じております。UターンでどんどんI T技術者が戻ってくればいいのですが、やはり育成は大事なかなと考えてございます。

○福嶋会長 ありがとうございます。人材は結構難しい問題だと思いますけれども、他方で、一つの会社の中で一つの人材ではなくて、何か共有できるとか、そういう場があるといいですよ。

○神谷貴宏委員 その点で言うと、今副業人材というところもだんだん話題にはなってきたはいると思うのですが、特に弊社でも今契約している方がいます。ウェブマーケティングをしたいと思ったときに、なかなかその採用ができなかった。そこから探して、今静岡に住んでいらっしゃる方にウェブマーケティングのコンサルティングをお願いしているのですが、月に60時間弊社のために時間を割いていただいております。そのために契約を結んでおります。ただ、この方と直接お会いしたことはなく、ずっとウェブでの面談だけで、その方も仙台に来たこともないのです。ただやはり地元にはいない、なかなか採用もできない、社内にも準備ができない。探したときに、今だとそういうリソースの活用というのもできる時代にはなってきていますので、いろんな選択肢を考えながら、必要な能力というのを雇用する、活用するというのも考えるべきなのかなと思います。

○福嶋会長 ほかにいかがでしょうか。

○赤羽優子委員 私どもの事例も少しご紹介したいと思うのですが、デジタル化でいろんなことをやっている中で、コロナ禍ですごく成果があったのは、SEO対策みたいな、ウェブマーケティングはかなり一生懸命やっております、これによって新規の獲得率がすごく増えました。今だとほぼ毎日新規で問合せが来て、海外からも週に1件か2件は来るという感じで、それが毎日新規が来ると。以前は、お客さんを訪問したりとか、東京とか、海外の展示会に出展して新規獲得をするということをしていたのですが、コロナ禍でそれができなくなって、さてどうしようということ、SEO対策としてウェブマーケティングと、YouTubeの活用や、SNSも活用することができました。何か課題があって、それに対して、その筋の専門家と出会うことができれば、予想外の成果が上がると思っています。

田口さんから先ほどお話がありましたが、パッケージで買おうとすると、すごく大がかりなものを売られるということがあり、それは私は要りませんということになる。先ほど写真システムを浅野さんがつくっていらしたのも、それだけでいいわけだったりするのですよね。そうすると、恐らく最初に導入を図っても、そんなにランニングコストがかかるものではなかったりして、本当に必要なものはこれだけでよいということさえ見極めができれば、大した出費ではなく、IT化、デジタル化することによって、これはいいものだなということを実感すると、これどうにかできないのということを書いてきたりするのです。そういう成功事例を小さく積み上げていくということがいいのではないかなと思いました。

少し疑問なのが、行政としてどうされるかなのですが、今に至って、DXは興味がありませんという人達は、どうやって成長するのかデジタル化やグローバル化とか、そのような取り組みしか成長する可能性はこれからないというか、生産性を上げる可能性はないのではないかとと思っています。先ほど浅野さんからお話があったような、いかにも成長しそうな雰囲気があるところを積極的にご支援するのはいいんじゃないかなという気がしていて、今に至って興味がありませんとか、うちは関係ありませんというところを、どこまで行政がやるべきなのか、私はちょっと分からなかった。何かどのような要因が考えられますかという話が最初の本日の設問であって、ずっと聞いていても、ちょっと考えられないなというのが結論です。ITという言葉が出てきてから、多分30年ぐらいたっていて、DXはちょっと大がかりな感じはしますけれども、今に至って興味がないと言われると、そうですかという

ことですよ。

もう1件、神谷さん、先ほどおっしゃっていた人材の話で、ちょっと私宮城県とか仙台市がどういう政策をやっているか分からないのですが、同じ業界で、山形県だとAI部というのをやっていて、デジ田甲子園というのが全国であり、高校生とか中学生がデジタル化とかAIを活用した取組をするというもので、全国で甲子園をやっている、山形県のAI部というのは、高校生とかが放課後に部活としてAIをやっている。近所の農家や飲食店等のいろんな生産性改善の取組をするということをする、楽しみながら成果を上げることができるという活動をやっているようで今の私たちおじさん、おばさんがこれからAIだ、デジタルだということなかなかハードル高いのですが、そうやって若い人たちを育てていかなければいけないと思いました。以上です。

○福嶋会長 全てを助成するかどうかというのは、なかなか根幹で、結構革新的な問いだと思いますけれども、いかがでしょうか。

○一戸大佑委員 企業、中小企業との関わり方の話ですが、まずデジタル化の流れは止まらないということを確認るところからのような気がして、まだ何となく戻るのはないかと思っている方も多いと思うので、まずここが出発だと思います。何度かこの会議でもお話しさせていただいていますが、会社の中でデジタル化する部分と、アナログで進める部分というのは本気で整理しないと、多分進まないのだろうなと思います。

事例にもあったとおり、社内業務のデジタル化とか、営業とか販促とか、こういったところはどんどんデジタル化を進めるべきだと思うのですが、生産性と付加価値というところの整理も必要で、一番商売において付加価値がつくところというのは、人が直接的に関わる場所ですので、ここを変にデジタル化というようなところで間違えてしまうと、逆に付加価値が下がるということはあるわけです。特に物と物をネットでつなぐと基本的に値段は下がるという前提があるわけです。要するに、リアル、対面で提供していたほうが、一番付加価値がついていたものが、ネットになると下がるということはあるわけで、この辺の整理というのが非常に大事かなと思います。

それから、生産性でいうと、時間効率とかは結構見えやすいのですが、いまの中小企業の課題というのは、生産性を高めて売上げを上げましょうというより

も、付加価値をどう上げるかというところが結構ポイントになると思っていて、ここの付加価値を高めるというところの領域が、意外に経営者も、それから目の前の社員もなかなか分からないというところがあるので、やはり経営上の問題は結構見えるのですけれども、それを課題に転換するというところが意外にできない場合が多くて、それが1人ではなかなか見えない。経営者は現実問題、企業規模にもよりますけれども、目の前の金と、それから現場、それから対社員、お客さんというものを多く背負っていますので、その中でなかなかその整理というのは1人ではできないということも現実ありますので、この辺の整理の仕方をどれぐらい一緒にやれるかということが、結構デジタル化においてもポイントなんだろうと思います。以上です。

○福嶋会長 何が何でもデジタル化というよりは、むしろ本当に課題はどこかということをやちゃんと明確にできて、なおかつ成長する意思があると。そういったところに助成をしていくというような、全てがデジタル化ではないというところですね。

いかがでしょうか。伊勢さん。

○伊勢千佳子委員 一つは、なかなか進まないことの理由としては、どうしても、ちょっと大きな話ですと、日本人がとても真面目で勤勉であるというのがあったと思うのです。煩雑な作業も、指示があればこつこつとやり遂げて、効率化よりもしっかり決められたことをやり遂げるというのが是とされてきた風潮があったので、結局高度成長期時代にグリーンと経済を活性化させて牽引した世代が、今でもまだ元気で頑張っていて、そこへ反を唱えられないといえますか、その分厚い仕組みというのが、政治のみならず、経済にもやはりまだあるんだろうという、そんな印象があります。ただ、コロナでそれが大きく変わりました、大分雰囲気は変わってきたのと、あとやはりそれも日本人気質だなと感じるのですが、上から何か転換があれば、今度はすごい急速にダーッと変わっていくのではないかと予想もしております。

です。ですので、やはり今が、急速に変えたいか、急速に変わっていくべきなのか、その転換期なのかなという気もしまして、というのもやはり生まれたときからiPad、スマホに触っていた世代が大人になれば、もういや応なしにデジタル化になると思うので、デジタル化になじまなくて、それを進めようとそこまで思っていない経営者が、結局やがては減っていくというのは、もう時代の流れになりますので、遅か

れ早かれ変わっていくのはあるのですけれども、ただ世界の変換のスピードにそれだと追いついていけないから、早く進めないといけないのかなというところなのかなとは思っております。

それで、自分自身の経験上も、個人的にはそういったITデジタル系は、ずっと興味があったので、本当に個人ベースで、中村さんが先ほどおっしゃっていたBASEですとか、私の場合はもっと簡単にホームページをつくるのにJimdoとか、そのレベルのサービスを使って、個人で、負担も年間1万円ぐらいで、簡単なホームページをちょっとつくるスキルがあれば、コードとか全く要らないのです。ぺたぺたと貼って行って、多少デザインの体裁をそろえていこうというスキルさえあれば、あとはPayPalのシステムとか、そういうのを自分でちょっと調べて設定すれば、本当に簡単なネットショップもつくれちゃうという時代なので、そこまで結局はやろうと思う、コストかけずにここまでできるよというのは、周りには少し広めて、そういった、まだ事業ベースではないですけれども、個人のお友達ベースでホームページをつくってさしあげたりとか、そういうことはしているのです。

ただ、どうしても音楽的なことをいいますと、例えばチケット、紙のチケットでしたよね、以前は。それがコロナで非接触が推奨されるようになって、電子チケットのシステムも、特に費用負担もなくつくれるようになっております。チケットもネットから購入すれば、QRコードがスマホに下りてきて、入り口でピンポンとやれば入場できるようなシステムが、全くそのシステム導入とかというのは要らなくて、ネットから申し込めば、どんな主催者でもできるような状態になってきて、すごく普及しているとは思いますが。ただ、実際にやってみると、例えば某クラシックのコンサートを支援しまして、チケットの購入システムをつくってあげると、結局は多くの購入者側がそれに対応できないからどうなったかということ、主催者が自らネットで購入して、それを紙でQRコードにプリントアウトできるようなシステムがあるので、紙でQRコードをプリントアウトして、皆さんに結局直接販売されていたという、そんな現実があるんだなというのを実感はしておりますが、まずはネットで何かを購入するという一歩、そこができないとなかなか広まらないのかなという、本当に初めの一歩かなというのは感じております。

なので、結局は中小企業の経営者がいかにITを、これは便利だからやろうと思うかどうか、ほぼそれに尽きるのではないかと感じております。

○福嶋会長 小川さん、どうぞ。

○小川美嘉委員 改めまして、小川です。

私は感想といいますか、皆様のお話をお聞きしながらのところにはなるのですが、まず弊社のほとんどがシステム I T化されていて、逆にアナログなところが、コールセンターのお客様との対応か、もしくは、従業員同士のコミュニケーションを図るときなどです。ですので、もしこれが全て、また昔のアナログに戻してくださいと言われると、きっと会社が機能しなくなってしまうという恐怖を感じながらいろいろ聞いていたのですが、例えばきっかけが、法改正とかがトリガーになって、準備しなければいけないと思われる場面でも、やはり今の中小企業は、どうしてもそこまで対応できていない。

先ほどのお話で、パソコンがまだない会社があったり、商取引自体、電子取引自体がまだ適用できていない企業が多かったりですとか、そのような企業が多い中で、やはり様々なフェアだったり、説明会だったり、あとは支援策があったり、多くの施策があるにせよ、中小企業、経営者も含めて、興味関心がなければ、どうしても自分の会社事にならないと思っています。

赤羽さんから、どこまで支援をするのですかというお話があったかと思うのですが、やはりここはかなりぐぐっと敷居を下げて、同じ規模感の事業体、もしくは会社同士が、浅野さんが発表いただいたとおり、こんなに生産性が上がりましたとか、こんなに楽になりましたとか、その楽な時間を使って、こういうことを考えられるようになりましてというような事例紹介、公開ができれば、もう少し興味を持って、それならうちの会社もやってみてもいいかなというファーストステップになるのかなと感じました。

あとは、やはり人材育成のところは、プログラミング教室ですとか、若年者の学生たちは積極的に始められていらっしゃるかと思うのですが、いろんなツール群を導入しても、それを社内で活用しきれないと、ワンショットで運用が止まってしまうということがあると思うのです。I T人材のスキル不足と言われているところは、開発業のプログラマーが欲しいわけではなくて、田口さんがおっしゃっていただいたとおり、やはり業務を改善するためのプロセスも理解しつつ、I Tをどう活用したらうまく生産性が上がるとか、もっと業務が楽になるという、つなぎ役のような方を育てていく必要がある。やはりそういったスキルをどんどん社内で蓄

えられるような仕組みというか、トレーニングがもっとあればいいなと感じています。

あとは、もしこれは可能であればですが、地元の新しいビジネスの応援支援金ですとか、あとは学生とかのプログラミングコンテストなど、教育プログラムがあるかと思いますので、もし小規模企業様向けに、その学生だったり、新しい地場の企業がペーパーレス化に関わるようなソフトを開発していただきつつ、それを無償提供ではないですけども、使ってみたい企業に利用してもらえそうな仕組みがあれば、企業のIT化の導入編としては地産地消といいますか、地消地産といいますか、そういったPRの機会になるのかなと考えました。

あとは、阿部様がおっしゃっていましたが、課題の中の一番最後のセキュリティーに関わる懸念が若干あるのではないかというお話がありましたが、確かに導入するに当たって、セキュリティーリスクというのは考えると思うのです。ただ、それはソフトやシステムの環境をよく理解していないから、何となくセキュリティーホールがあるんじゃないとか、クラウド化が進んでいる中で、インターネット上にデータがあると何か悪さをされてしまうのではないかという、若干の思い込みがあると考えます。

ただ、現時点では例えば自社開発よりはクラウドシステムの方が非常にセキュリティーリスクもないですし、安定した動きもしてくれています。セキュリティー規格にも非常に準拠したものが多いというのと、あとはやはり安さ、コストですね。導入コストが著しく低いという利点もありますので、この辺りの情報展開をいろんな場面でPRができれば、もっと活用していただくためのステップとしては有効になるのかなと思っています。以上です。

○福嶋会長 ありがとうございます。一通りご意見いただいたと思いますが、最後に何かぜひこの一言ということがありましたら。ありがとうございます。

では、意見交換はここまでとさせていただきます。有益なご意見どうもありがとうございました。

それでは、本日の議論について、郡市長からコメントをいただければと思います。

○郡和子市長 活発なご議論いただきまして、ありがとうございます。

IT化が避けて通れないのはそのとおりだと思っています。日本が他国から少し遅れてしまっている現状がある中で、いかに国内で盛り返すのかということ、こ

れを大きな課題と捉えて、現政権もデジタル田園都市国家構想ということ打ち上げて、頑張っておられるのだと思っております。

そういう中で、デジ田応援団という官民組織があるのですが、実は今月13日に、その応援団の皆様方と本市と共催で「デジタル時代の東北のHUB・仙台」というものを開催いたしました。デジタルを駆使して、地方の課題解決を図っていくのだということで、様々な関連企業の皆様方、それから行政、私たちも出させていただきました。とてもいいイベントになったと思っております、デジ田応援団の皆様方からも高い評価をいただきました。

当日、デジ田応援団の代表理事、本市のDX補佐官もお務めいただいているのですが、藤原代表理事や、それから東北大学の青木理事・副学長の講演のほか、データ基盤を構築する、それから教育・就労、産業やにぎわいなど6つの分野で活躍している企業の皆様方の先進的な取組というのもご紹介させていただいたところです。

その中でも、構想を実現するには、官と民、都会と地方、デジタルとアナログを越えて活躍する人材が必要だという話がありまして、これは本当に行政にとってもそうですし、民間企業の皆様方にとってもそうですけれども、何よりも重要な課題であって、そしてこれこそ連携してやっていく必要があるものであろうと、そのように強く思ったところです。

今日もいろいろ人材のお話がありました。それから、中小企業、零細企業の皆様方にもデジタル化を進めるに当たっては、事例紹介をもう少し広げられないだろうかというようなこともありましたし、様々な取組、学生さんたちを引き込んでいくというようなご提言もいただきました。いろいろと、なるほどと思うところがございました。ぜひ、今日この活性化会議でご議論いただきましたことを参考にさせていただきますまして、今後に向けた取組を進めてまいりたいと思ったところです。本当にありがとうございます。

○福嶋会長 郡市長、どうもありがとうございました。

それでは本日の総括、いろんな意見が出ましたので、ちょっと総括になるかわかりませんが、ちょっと私の私見も交えてまとめさせていただきたいと思いません。

本日、DXをどうするかという話だったと思うのですが、でも企業が何でDXに乗ってこないかという1つの理由として、やはりDXだけでは駄目で、つま

りデジタル化ばかりが目的になってはいけなくて、その根本としては、経営を改善するとか、働き方改革とか、自社にとって何かいいことがあるよと。それを、自社の経営を分析した上で、それとセットじゃないと、多分DXは普及していかないのではないかということ、皆さんのご発言とか、田口さんとか阿部さんの話を伺って思いました。

当然企業によっては、トップの意識がなかなか変わらないというのは、それはもうある意味しょうがないのですけれども、少なくとも行政としては、これから成長したい、デジタル化を使ってもっと成長していきたいと、そういった企業を少し伸ばしていく。そのために課題を明確にするとか、あと人の問題ですね。今日、結構人の問題がいろいろ指摘されましたけれども、AI人材が非常に不足してると思いますが、例えば副業人材を使って活用したりとか、あるいは高校生等ですね。あと、ひょっとして高専なんていうのもいい対象だと思うのですけれども、若い頃からDXの教育というものをしていくということ。

あと、実際にDX導入しようと思った企業もやっぱりまだまだ課題があって、それを克服するためには、佐藤さんからもご指摘あったように、例えばプロセスを企業と一緒に考えてあげるようなコンサルサービス、それに対する助成であるとか、あるいは展示会に実際に企業のトップの方に来ていただいて、それを体験していただくとか、そういった手法というのものもあるのかと思いました。

あと、最後にセキュリティーリスクの話が小川さんからご指摘ありましたけれども、こちらについても対応は必要であろうと。全般的にDXが目的ではなくて、みんなの経営がよくなるということが一番大切なんだというのが今回の議論の一番の重要な点だったと思います。

ということで、拙いまとめ方で恐縮ですけれども、以上とさせていただきます。

ということで、お時間になりましたので、本日の会議は終了させていただきたいと思えます。

なお、次回は来年3月、ちょっと時間が空いてしまいますけれども、3月を予定しております。詳しい日程と進行については、私と事務局とでまた決定し、皆さんのご都合を伺いたいと思えますが、それでよろしいでしょうか。

ありがとうございます。そのとおりに進めさせていただきます。

皆さんのご協力のおかげで、大変有意義な、中身が非常にリッチな議論になりました。

したこと、大変感謝申し上げます。

それでは、最後に事務局から連絡がございますので、マイクを事務局にお戻ししたいと思います。

6. 閉会

○（事務局）経済企画課企画調整係長 福島会長はじめ、委員の皆様、長時間にわたりご議論いただきましてありがとうございました。

本日、委員の皆様からいただいたご意見やご提案など、今後の施策の参考にさせていただきたいと思います。

それでは、以上をもちまして第29回の中小企業活性化会議を閉会させていただきます。本日はありがとうございました。お疲れ様でした。