

地域企業のデジタル化について

2022年10月24日
77リサーチ&コンサルティング 田口 庸友

地域企業のデジタル化（第4次産業革命と中小企業）

実は中小企業には好機でもある現下の“スマホ革命”、低コスト・身軽さが強み

「第4次産業革命と中小企業」

（一橋大学：清水啓典名誉教授「商工金融2020年1月」）

「第4次産業革命」= **スマホ革命**

1. 価値の源泉は**時間の有効利用**

- ☞ 時間 = 人類にとって最も限られた資源
 - ☞ 移動や待ち時間に仕事や情報交換可能
- ### 2. **取引コストの低下**と**完全情報** = **完全市場**
- ☞ 多様な情報をコスト無しに取得可能
 - ☞ 同一商品・同一価格、差別化なければ利益ゼロ

3. **サービスの付加価値**

- ☞ 人間は元々サービスしか消費できない
- ☞ 様々なサービスが耐久財なしで直接供給可能

4. **最適企業サイズ**の縮小

- ☞ 企業とは取引コストを最小化するための組織
- ☞ 外部連携が低コスト化・企業の最適規模が縮小

第4次産業革命下における「中小企業の強み」とは？

1. **低い人件費**

- ☞ 対面サービス（労働集約）化傾向におけるコスト競争力

2. **余暇市場の増大**

- ☞ 多様化するニーズ・一律対応の大企業には困難

3. **販路拡大**

4. **情報格差**

- ☞ スマホ・チャネルによる販路開拓・情報収集力の格差縮小

5. **中小企業間の連携**

6. **レガシーコスト**（が低い）

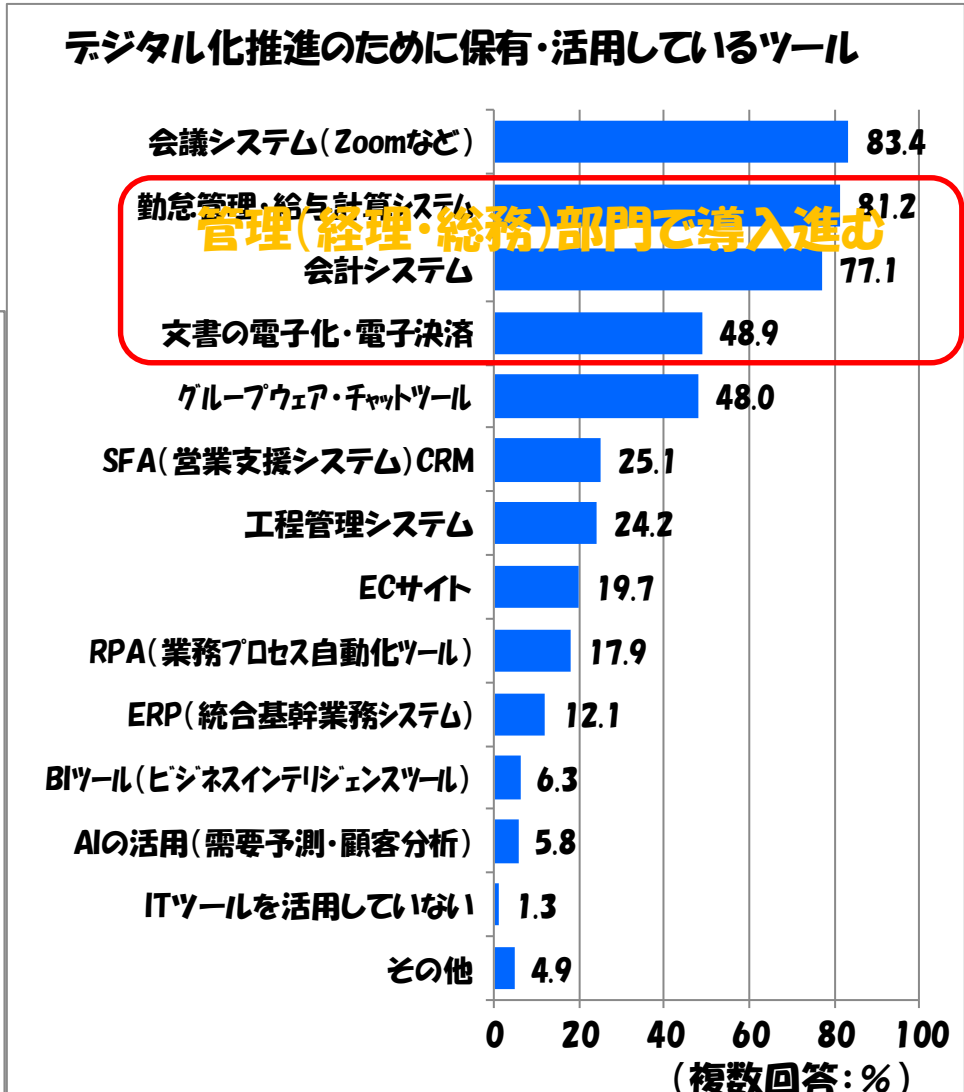
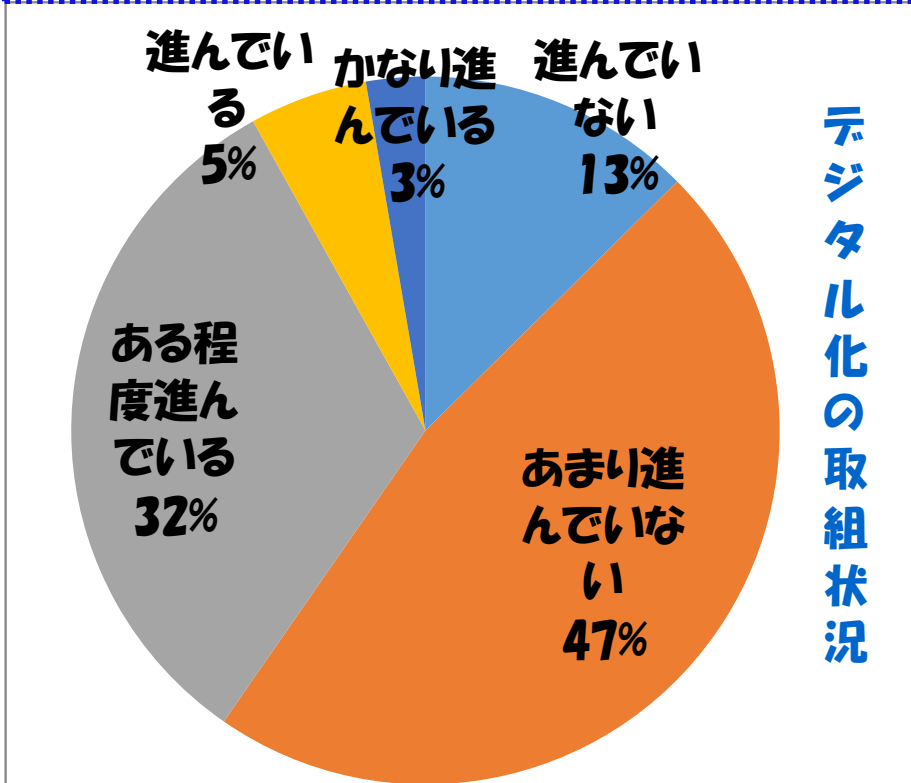
- ☞ 蓄積資源の多い大企業に迅速な変化は困難
- ☞ 最適サイズ企業同士の連携による技術環境変化対応力

地域企業のデジタル化（東北のデジタル化の現状①）

デジタル化の進展認識は半数以下、業務効率化のための管理ツールが中心

「東北圏の産業分野におけるデジタル技術活用に関する実態調査」(東北活性化研究センター)
2022年3月より(次頁も同じ)

調査期間: 2021年8月23日～9月13日
回答企業: 東北圏に事業所のある2,069社中223社
(情報通信業を除く)



地域企業のデジタル化（東北のデジタル化の現状②）

デジタル化の成果は営業・販促の「攻め」より総務・経理など「守り」で顕著

○【業務目的別】効果が出たツール

		1位	%	2位	%	3位	%
業務目的	間接部門の効率化	勤怠管理・給与計算システム	86.2	文書の電子化・電子決済	81.7	会計システム	81.4
	製品・サービスの品質	工程管理システム	57.4	AIの活用(需要予測や顧客分析など)	53.8	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	44.6
	生産効率・サービス提供効率向上	文書の電子化・電子決済	65.1	工程管理システム	64.8	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	57.1
	販売促進(マーケティング)	ECサイト	65.9	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	60.7	会議システム(Zoomなど)	36.0
	在庫管理	工程管理システム	46.3	ERP(統合基幹業務システム)	37.0	文書の電子化・電子決済	33.9
	売り上げ増	ECサイト	45.5	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	39.3	BIツール(ビジネスインテリジェンスツール)	28.6
	顧客満足度向上	会議システム(Zoomなど)	38.7	ECサイト	38.6	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	37.5
	経営戦略策定	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	39.3	文書の電子化・電子決済	34.9	会議システム(Zoomなど)	32.3
	新製品・新サービス・新事業開発	ECサイト	34.1	AIの活用(需要予測や顧客分析など)	30.8	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	25.0
	ビジネスモデルの抜本的な改革	ECサイト	31.8	SFA(営業支援システム)・CRM(顧客管理システム)	28.6	会議システム(Zoomなど)	28.0

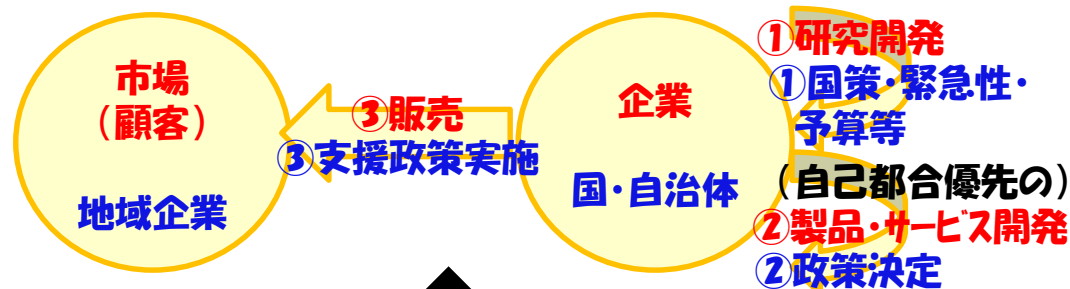
※表は、各ツールについて業務目的ごとに「とても効果が出た」「効果が出た」を合わせた回答割合を算出し、業務目的ごとに割合が高い順にツールを順位づけしたもの。

地域企業のデジタル化（デジタル化の進展しない要因）

“デジタル化”政策は“プロダクトアウト”的、企業にとって必要性・緊急性は？

マーケティング理論・支援政策

プロダクトアウト・プッシュ型支援



マーケットイン・プル型支援



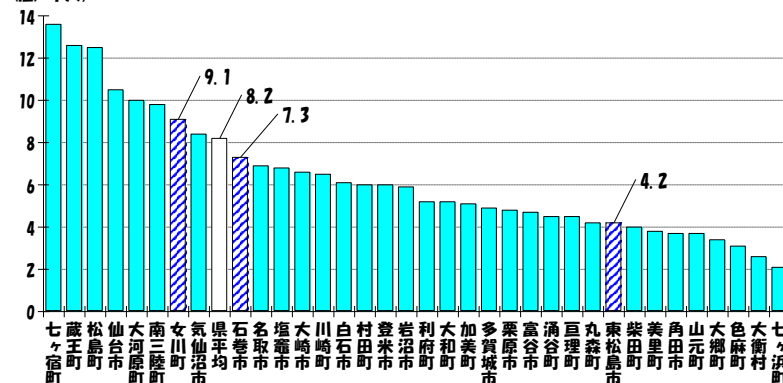
<参考> デジタル化と必要性・緊急性

○ 感染防止対策としてのデジタル技術導入・活用状況(%)

	全産業	(n=284)	
	(n=408)	製造業	非製造業
①導入済、今後も拡大	11.3	13.1	10.5
②導入済、今後は現状維持	36.3	41.8	33.8
③導入済、今後は縮小	0.3	0.8	0.0
④未導入、今後は導入	22.4	13.1	26.5
⑤未導入、今後も導入せず	29.7	31.1	29.1
導入済(①~③)	47.9	55.7	44.3
今後も積極活用(①+④)	33.7	26.2	37.0

資料：77R&C「県内企業動向調査」(2020年9月調査)

県内市町村別 キャッシュレス・ポイント還元事業の登録加盟店数（人口千人当り）
（店/千人）



注：2020年6月21日時点

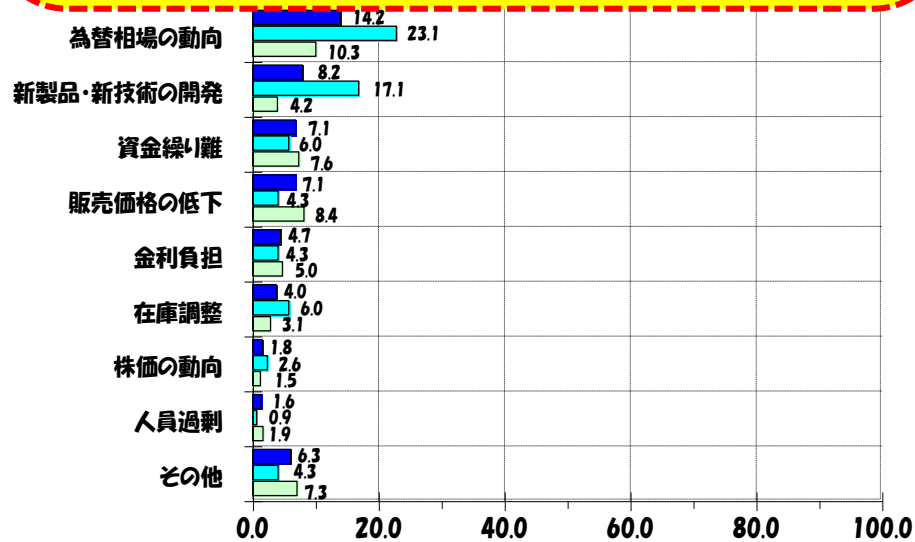
資料：(一社)キャッシュレス推進協議会

地域企業のデジタル化（経営課題解決のためのデジタル化）

経営上の課題に注目、課題解決に使える業種・企業にデジタル化支援ニーズあり

【経営上の課題】(県内企業)

上位課題の解決にデジタル技術が使えないか？



(注)複数回答のため合計は100%を超える

(単位:%)

77R&C「県内企業動向調査」(2022年6月調査)

～まず「経営課題」あいき～
 (マーケットインの発想)

- 地域の中小企業経営の課題はさまざま (殆どが「人手不足」に起因)
- 課題解決の手段としてデジタル化が選択肢・解決できない問題も多々 (デジタル/テラシーより経営改善の「目利き」が重要)
- 解決可能性(活用人材含む)が見えたらコストを計算 (解決可でも経常赤字なら不可)
- 経済合理性あれば導入 課題解決に資するデジタル化を!