

## 令和元年 スマート SME(中小企業)研究会(第6回) 議事録

日時:令和元年11月1日(金)10:00~12:00

場所:経済産業省本館17階第1~2共用会議室

### 【議題】

中小企業の身の丈に応じたITツールの普及促進支援の在り方について(自由討議)

### 【議事録】

(松島座長)

- 前回同様、それぞれの現場のお立場から、当事者として、中小企業に面的にITツールを普及させていく具体的な方策について、ご意見を賜りたい。
- 面的な支援とは、一律に行うものではなく、各地におけるリーダーを含めて、面を作っていくような運動。従来で言うと、地域の中のやや公的な立場の方をイメージしやすいが、実際はそうとも限らず、地域のリーダー的な企業が主体となって頑張るケースもあれば、最近は特に信金や地銀がそのような立場になろうとしている。このような体制づくりに何が必要かということ、財政的支援も含めて検討したい。
- 個人的な意見としては、企業間の業務連携が重要。社内の効率化は進んでいるが、企業間の連携については、未だ電話やFAXによる手作業が多い。これが解消されない限り、企業内も効率化しないため、今後はこのあたりにフォーカスしていきたい。企業間の連携は1社だけでは実現できず、複数社で取り組む必要があり、各地域でそれぞれのフォーメーションが必要になるであろうし、企業間の利害関係を考えると、地域から少し距離のある第三者的なリーダーが、地域や業界に働きかける構造が必要になるかもしれない。

(河原様)

- スマートSMEサポーター共有のウェブサイトのようなものを構築し、そこで補助金等の政策情報を共有してはどうか。倫理・セキュリティの品質確保のためにも、そのようなサイトがあると良いし、新たな業界団体のような、人の輪が生まれるきっかけとなるサイトがあると良いのではないか。
- また、中小企業に対しては、データの世界に入る以上は、信頼性のある自由なデータ流通のための責任も伴うと考える。中小企業もセキュリティポリシーの策定をはじめ、諸規定の整備や従業員の教育が必要。厚労省で、社労士が従業員規程を策定する際の費用を助成する制度がある。同様に、スマートSMEサポーターに

よるセキュリティ対策支援に対する補助制度があると良いと思う。ただ規程を作っ  
て教育するだけでは会社の外からは見えないので、プライバシーポリシーのよう  
な、毎年更新するセキュリティマークのようなものの付与があっても良いのではな  
いか。

- 面的支援という点では、よろず支援拠点の全国本部に電話相談の窓口を設置  
し、相談のコンシェルジュ的な役割を果たしていただいてはどうか。中小企業に  
は、予めウェブサイト上で具体的な相談事項を入れてもらい、サポーターの方に  
支援可能か投げかけてみて、マッチングできた場合には、例えば1回30分は無  
料で相談対応する、先程提案したセキュリティマークを取っているところは5回ま  
で無料とするような仕組みを作ってはどうか。入口は国の支援、その先は各々ビ  
ジネス展開をしてもらえれば良いのではないかと思う。

(松島座長)

- 全国的な共通の相談窓口の設置については、どこが担い手になるのかという議  
論があると思うが、この点は如何か。

(河原様)

- イメージは、中小機構の事業引継ぎ支援センターが構築しているデータセンタ  
ー。このノウハウをアレンジして活用していただければ、既に在るものを使いなが  
ら、互いに横の情報転換ができるようになるのではないか。

(松島座長)

- 先日、全国中小企業取引振興協会の会合に参加した。このような中小企業を対  
象とした公益財団が存在するという情報自体、知らない人もいる。このような機関  
をもっといかしていくべき。
- セキュリティの話については、経産省、IPA、総務省などでそれぞれ取り組んでい  
る。五月雨的に実施するのではなく、互いに連携しながら取り組んでいただけ  
ると良い。

(河原様)

- IPAは素晴らしいものが作られているのだが、現場で知られていない。やはり施  
策をスマートSMEサポーターのような方々に届けるという意味でも、ウェブサイト  
を構築するべきである。ただ構築するだけでなく、良い情報が掲載される必要  
があるので、相応の費用をかけて、安心して継続的運用をお任せできるのは中  
小機構ではないか。

(松島座長)

- 最近は、サプライチェーンのセキュリティ強化に注目している。1社の中でセキュリティを強化していても、実際には企業間で情報がやり取りされている時こそ、様々なインシデントが起きる。弱い所を突かれると、そこから被害が広がってしまう。サプライチェーンのリーダー企業に、その先の中小企業のセキュリティ確保についても相応の責任を持ってもらう、また、セキュリティ対策支援活動に取り組む必要があるのではないかと考えている。

(井口様)

- 参考資料1に基づいて、3点ほど申し上げたい。1つ目が自助(セルフサービス)と共助(コミュニティ)について。ここでいうコミュニティとは、仮想空間でのコミュニティとフィジカルなコミュニティを併せ持つような形だが、インフラとしてはネット上のコミュニティ。
- 2つ目が、学習文化の醸成。一般的にデジタルの世界で、世界的に進められているのが、コミュニティ作りとオンライントレーニングの組合せ。具体例を紹介すると、グローバルに展開するメーカーが、新しい機器が展開される時に、支援者と利用者(ユーザー)が同じコミュニティの中で情報交換をして、利用者でありながら支援している人に「いいね」がつくと、ポイントアップされ、リワードが付与される等の仕掛けを取り入れている。別の事例ではコミュニティに併せて、トレーニングコンテンツも用意されており、誰がどんなトレーニングコンテンツを受け、どのようなステージに上がったのかを、運営者側で可視化している。このような仕組みだと、全国を対象として、どの地域で、誰が、どのトレーニングを受けているかが可視化でき、面的な支援が可能になるのではないか。支援者に閉じずに、利用者も参加できるようなコミュニティとして、利用者の中から支援者を生み出したり、支援者の中でも非常に効果的な活動をされている方を見つけやすくし、その方にリワードを付与し、その知見がコミュニティ上で共有されるような、デジタルの世界では主流になっている仕組みが取り入れられるのではないか。
- しかし、実際にそのようなコミュニティを作ってもハックしない。業者がどのようにしているかという、デジタルマーケティングを咬ませる。例えば、参加者にメールを送り、開封した人と開封しなかった人を見て、開封しなかった人に対して新たな手を打っていく。生きるコミュニティ作りや、トレーニングを確実に受けさせるためには、デジタルマーケティングを駆使した仕組みが必要。知見をデジタル化することで蓄積されるため、追加的予算の発生を抑えられたり、次のステージに上がりやすかったり、国内の先進地域・事業者の取組みを参考にしやすくなる。大きなオンラインコミュニティの中で、地域ごとのコミュニティや、支援者だけの横のコミュニティを作ることもできる。

- オンライントレーニングについては、大規模なクラウドベンダーであれば、自社でオンライントレーニングコンテンツを持っているだろうが、中小企業向けに良いSaaSを作っている中小クラウドベンダーが自社で構築することは難しい。そのような事業者も、コンテンツが載せられるトレーニングのインフラがあれば、クラウドサービスごとのトレーニングコンテンツの用意が可能になり、且つ事業者がデジタルマーケティングを咬ませて、利用者側の利用促進にも取り組めるのではないかと。
- 利用者側のリテラシー向上・利用率の向上は、どの事業者にとっても難しい課題。そこでSalesforceでは、500以上のトレーニングコンテンツを無償公開提供している。その中には、セキュリティの基本や、AI、EUのプライバシーポリシー（GDPR）を理解するためのコンテンツ等、ITに限らず一般のビジネスコンテンツも用意している。それら公開トレーニングを、自社のサプライチェーンのパートナー各社にも全て受けていただくといった取り組みをしている事業者の方もいる。このように、複数手段を組み合わせた体制作りが望ましいのではないかと。
- 3つ目が、統合窓口化による利便性の向上とデータの利活用。今在るものをいかにしながら、フロント部分で統合し、知見をデジタル情報として収集する。海外では、行政サービスの窓口が統一化され、マルチチャネルで対応し、オートで回答することによって、即座にあらゆる方に知見を提供するとともに、自助の力を高めている。例えば、米国農務省では、国内の農業事業者からの問合せ窓口を一本化している。

（松島座長）

- Salesforceは、NPOや公益社団法人であれば無料で使用でき、さらに活用をサポートするサービスもある。地域でコミュニティを作ろうとすると、そのためのウェブサイトやアプリを各地で1から作り上げてしまう。Salesforceのようなツールを積極的に活用し、既に出来上がっているインフラに乗り、コミュニティサービスのためのウェブサイトを作ることができれば、労力は相当削減できるだろう。ぜひ積極的にPRしていただきたい。

（野水様）

- 自社では、20人程度で地域営業を行っており、当然ながら対面では全国をカバーできない。また、月額1人あたり1000円程度のユーザー費用で、平均ユーザー数は10という中で、1対1の対面で導入を進めることはクラウドツールでは不可能。では、どのように導入を進めているかという点、ほとんどがオンライン導入相談。導入時のサポートは丁寧に行っており、普通の会社であれば電話オペレーターは対応本数で評価されるが、我々の場合は対応時間が長ければ長いほど

評価される。その他、外部のパートナーやファンによるコミュニティを各地で展開し、そこを支援するという形に頼っている。

- オンライン導入相談については、最終的には口コミだと考えている。どれだけ親身になって相談にのってくれたかという口コミが、どれだけ世の中に回るかではないか。時間をかけて親切に対応されたユーザーほど、その後、Facebook等で、口コミで広げてもらえることがある。
- コミュニティについて、地域のスターを発掘するには、東京からスターを連れていくしかないと考えている。我々も、ソーシャルで名前が売れている人などを地方のサポートに充てて、キーマンを一本釣りしている。キーマンがやる気になれば、その後のやり方はキーマンに考えさせれば良い。彼らがやりたいようにやってくれるところを、上手く後押しするのが我々の基本的な方法。
- 費用対効果の検討ができないというリテラシーの問題については、周りが使っていないければ当然である。まずは、支援機関が率先してITを使うことが大事。支援機関同士がオンラインで繋がっていない、ITツールを使わず紙で説明しに行くという状況を、まず変える必要がある。北國銀行では、kintoneの支援部隊を設置していただいている。会計ソフトの導入という、自分たちがIT化支援しやすいところから支援するというはっきりとした姿勢を打ち出されていて、このような取組みが広がると良いと考えている。
- 教える人がいないという問題についても同様で、まずは支援機関の方がITに慣れて、ITを使って支援するというはっきりとした姿勢になれば、教える人は育ってくる。自社ではNPO支援ライセンス(300ユーザーまで年間1万円)を出しており、1800団体程度が活用している。温度感の高い地方のキーマンが、これを率先して活用し、地域の課題解決に関わっていたり、code forやcivictechの活動に参加していただいている。そういった方々にアプローチし、こちらにもエネルギーを割いてもらえるような仕組みを考える必要があるのではないか。

(松島座長)

- ご指摘のとおり、各地の支援機関が使っているツールが古いことが多い。ベンダーのツールを見ると、チャットやAIを活用したFAQなど、色んなツールを活用しており、問合せをするとすぐに回答が返ってくるが、支援機関は未だ電話やFAXということが多い。支援機関が1から作るのではなく、このようなツールを積極的に活用すれば、支援機関を通じて、新しいツールが中小企業に届くだろう。

(熊谷様)

- 中小300万というと、対象がかなり幅広く、イメージしづらいところがあるが、その中でも進んでいる自治体やエリア、声高なオピニオンリーダーの方は、具体的に

存在していないのか。日本全国を押し並べて検討するより、積極的な首長やオピニオンリーダーが既に存在するところをハブにしながらドライブをかける方が早いと考える。そこを経済面、税制面で特区にしながらかし、ショーケース化し、突破口が作れないだろうか。全方位戦略では、対象範囲が広すぎる。特に小規模な企業では、隣の会社が何をやっているかの方が気になるということもあるだろう。

(事務局)

- 大阪の八尾などは積極的に取り組んでいる。積極的に取り組む意志と能力があるところに、集中的に財政資金を投入していきたいと考えているが、政策効果を高めるためには、先進性だけではなく、一定のボリューム感を持たせることも必要。

(松島座長)

- オピニオンリーダーに対する支援とは、個人への支援ではなく、その人が所属する組織に対する支援というイメージで良いか。

(事務局)

- オピニオンリーダーを支える組織に対して、何らかの形で支援ができると良いと考えている。

(白石様)

- 前回も感じたところであるが、中小企業と小規模事業者のどちらをメインターゲットにするかが明確になると、具体的な普及策も検討しやすい。この2者では、社内に情報システム担当がいるか、いないかが分かれる。自社は、小規模事業者を全て黒字にするのがビジョンなので、小規模事業者のみ対象としている。小規模事業者にIT化を説明するときは、面倒くさい作業を自動化すること、と説明すると理解していただけることが多い。自社の活動として、今年1年間で、47都道府県で合計600回、地銀や信金と協力して、約2万4000社程度の経営層の方に、経営勉強会に参加いただき、業務のIT化について伝えている。大まかに参加者の12%程度が何らかの形で業務のIT化に取り組むというところまで進んだ。
- 社員数10人程度の企業を前提に、3点申し上げたい。まず、社内に情報システム担当者がいないところにアプローチする時は、社長に働きかけるしかないというのが結論。会社が赤字であることの本質的な原因は、経営者の経営スキル。地域の支援事業者の活性化ももちろん必要だが、350万人の経営者を全員IT人材にするという考え方を国として持つことが効果的かもしれない。30万社をIT化しようとする、自ずと小規模事業者を支援するしかないはず。そうすると、経営

者を変えないとIT導入は難しい。スマホを使っている方は多いので、Eラーニング教材などによる習熟支援を強く打ち出せば、利用する人は出てくるだろう。10%である30万人の経営者に学習に取り組ませるには、例えば、あるコンテンツで一定の点数を取ることをIT導入補助金の要件とする等、このくらい強いメッセージを出せば、10人に1人の経営者は前向きにIT化に取り組むのではないか。

- 個人的な話では、毎月1個は自分の業務をIT化すると決めていて、先月はHubSpotのミーティングリンク機能を利用して、ミーティング設定のための稼働をゼロにした。これは無料で使える機能。このような意識をもって、経営者自身が自分をIT化する、そして自分の会社をIT化して、更には知り合いの会社もIT化するとその活動が補助されるというようなメッセージが強烈に出せれば、30万社程度には導入が進むのではないか。
- また、地方には経営者が30歳前後の小さなウェブ制作会社が数多く存在。一昨年のIT導入補助金では、5人で100社を支援するような、覚醒した支援人材に数多く出会った。そういった人たちが、1つの県に10社程度いるとすれば、全国で5万社支援できる。意外に、地方にIT導入支援事業者は存在するというのが個人的な考え。東京のIT企業で働いて地方に戻る人もいるので、そういった人たちには、IT導入補助金頼みでは良くないが、地方でこそビジネスチャンスがあるというメッセージが伝われば良いのではないか。
- 次年度もIT導入補助金を実施するのであれば、平成28年度補正と同等程度に、出来るだけ対象者数を増やしてもらえれば、ムーブメントが起こるだろう。補助金額は低くても問題ない。50万程度あれば、十分ではないか。その代わり、申請手続きを劇的に簡素化した方が良い。申請支援事業者だけが儲かるような仕組みは良くない。申請に関するQ&Aも、電話だけでなくウェブ上でも対応可能にする等拡充されると、申請に係るコストも下がり、現場の中小企業に届く補助金額が増えるのではないか。
- また、社内のIT人材の確保・育成に使えるような補助制度があると良い。どのようなITツールを選んだらよいかというテーマはとても難しい。何かを選んで人に薦めるのは、大きなリスクになる。最良なのは、国がこの業務にはこのツールを使うべしという完璧なツールを提示することだが、現実的には不可能。では、誰がリスクを取って選ぶのかというと、やはりいくつかの選択肢を提示し、経営者に最適なものを選んでもらうしかない。その時、経営者自身がそのツールを目利きできる力を持っていないと、これからの会社経営は厳しい。やはり、経営者自身にIT教育を施し、責任を持って、自分でITツールを選択できるような経営のスキルを提供することが本質的に重要になってくると考える。
- 現在自社では、そもそも何故IT化が必要なのかという納得感が得られていない経営者層に対する企業の成長可能性を評価するスコア(Gスコア)の策定に取り組ん

でいる。例えば、IT化するとGスコアが上がり、金融機関から低利で融資が受けられるとなれば、IT化するだろう。ものづくり補助金の加点項目に、給与支給総額の1%以上を社員教育費用に充てているかという項目があるが、これは素晴らしい。例えば、マーケティングオートメーションのツールを導入して営業を自動化したと言っても、使わせるまでが難しい。自社でも社員全員が使いこなせるようになるまでに半年要した。このような項目はとても強いメッセージ。他の補助金でももっとアピールするべきではないか。

- また、従業員教育に力を入れている施策が多いが、経営者教育は全ての施策の範疇から外れてしまっている。商工会議所等が様々な研修を実施されているので、そういったものを活用する場合でも、補助金や厚労省の助成金の対象になるような仕組みがあると良い。経営者が勉強すれば、企業は劇的に良くなるはずなので、そこを上手く刺激するような施策になると良い。

(松島座長)

- 自身が岐阜で実施しているセミナー等でも、経営者を集める会をやろうとしている。支援機関が実施する場合は、集客が重視され、参加者は経営者でなくとも良いと言ってしまうがちであるが、それを堪えて経営者だけで実施すると、セミナーの雰囲気が変わる。大変なことではあるが、ぜひ皆様にはその点も考慮していただきたい。
- また、ITツールの選定について、個人的には、基本は業務ツールと情報ツールの大別は出来ていて、業務ツールについては、道具を選ぶという話もあるが、それを代行する業者を選ぶという方法もあるだろう。経営者としては、業務ツールを選ぶより、それを代行して使ってくれる業者を選ぶ方が、理解し易いだろう。情報ツールについては、使ってみないと分からないことが多いので、体験出来るものを届けていくべきではないかと考えているので、ぜひ皆様に全国規模でご協力いただけると幸いである。

(保科様)

- 中小企業にITサービスを届けるという活動自体も、デジタルで行われるべき。そこにはマーケティングもあり、セールスもあるという普通のプロセス。前回、クラウドサービスを提供する企業が、リードを獲得する、ナーチャリングする、インサイドセールスをかける、オンボーディングする、カスタマーサクセスに導くまでのプロセスが全てデジタルで完結しているという話をした。同様に、中小企業に身の丈ITを普及させるという活動をデジタルに乗せるにはどうしたら良いのかというアプローチが必要であろう。

- また、前日も議論があったが、ITツール導入の支援者も提供者も、従来とは大きく変わってきている。つい最近感じたのが、メディア、特に地方紙・地方局の力。先日、九州のとある地域で、10社程度とイベントを開催した。現地で40人程集めていただき、3時間くらいのイベントを実施したが、その場で導入を決めた人が10人くらいいた。その後、20案件以上フォローが入っている状況。地方紙や地方局の方が集客に協力してくれたことがとても良かった。なぜなら、彼らは日ごろから取材したりするときに、どういった人物を取り上げて報道することが、地域の活性化に役立つかを考え、その地域のキーマン、記事になるような人を押さえている。地方紙・地方局がキーマン発掘の根っこになるのではないかと感じた。
- また、先ほどあったように、自分がITツールを使い倒すことも重要。自身も投資活動をする中で、投資先のサービスを積極的に使うようにしている。これによって仕事のやり方が変わっていることを実感する。最近利用したのは、クラウド型の人材派遣。これを使って最も良かったのは、この仕事を任せている人がいなくなったらどうしようという不安が一切なくなったこと。クラウドの中で行われるので、何かあっても代替される仕組みになっている。中小企業でも、いつ人が辞めてしまうかという不安を常に抱えているところがあるかと思うので、クラウドの中で代行してもらえる業務は、積極的にクラウドに移行することは大いに意味があると感じた。
- オピニオンリーダーになるのは、自分がITツールを使い倒している人ではないか。自分が使っていないのに、他人に勧めることはない。最大の利用者が最大の支援者だろう。先日のイベントでも、中核となって人集めや、指導を実施してくれた方は、その方自身が地域の中小企業でITツールを使い倒している人。自らの成功体験を他の人にも広めたいという情熱を持って取り組まれている。今は、支援者と利用者を分けられない時代。もし、最大の利用者が最大の支援者であるならば、サービス利用企業を調べるだけで、ある程度目星が付くかもしれない。IT人材と言うと、これまではサービス提供サイドから探していたが、身の丈IT人材を探すということは、利用サイドで光っている人を探すということではないか。利用と提供の二項対立が変わると、政策も大きく変わってくるのではないか。

(松島座長)

- この会議自体をデジタルでやろうというお話があったので、中小企業庁の指示ではなく、情報交換できるプラットフォームの構築に一汗かいていただけの方がいたら、ぜひご提案いただきたい。

(渡邊様)

- 自社は大阪で6名で運営している会社。社長自身が元々大阪市役所のオープンイノベーションハブを作った人物で、facebookやnote、ホームページ等で熱心に情

報発信している。例えば、ノートパソコンを使い倒して、そのパソコンのレビューをし、かなりの反響がある状況。また、自社の子会社が運営している「The DECK」というコワーキングスペースが大阪にあるが、そこは国内のウェブメディア企業25社程度をメディアパートナーとし、生駒市、塩尻市、仙台市、奈良市をパブリックパートナーとして自治体職員が無料で使えるようにしている。その分、そこにいる人たちとコミュニケーションしてもらい、情報を貯める場を作っていく。このような情報集積の場を作っていけないと、地域が回っていかない。地方は、このような取組みが行いやすい。どのようにして平場で経営者同士が話せる場を作っていくかという設計が非常に重要。

- また、そのハブをどこに置かかという点については、各地域でコミュニティを持てるような環境作りをしていくことが政策的に求められているのではないかと。既に総務省や経産省が色々な施策を打っているものの、現場感が足りず、広くお金をまいて終わってしまうような状況になっている。そこで、例えば地域の情報を持っている地銀をもっと活用するなど、横串を通して動くことが重要。
- 先ほどお話にあった「Gスコア」や、経産省が出している「ローカルベンチマーク」等、ビジネスDDの話についても、地銀と一緒にやって取り組んでいただくと良い。
- もう1点、スタートアップにも必要な話として、兎に角エクイティファイナンスをするという非常に不健康な状況にある。エクイティファイナンスとデッドファイナンスの合わせ技でやっていくことができるようになると、IT投資等も、中小企業の経営者も身の丈に合った投資判断ができるようになるであろうし、同時にナレッジが必要な人に対しては教育する等、統合的に進めることが必要。

(関様)

- 30~50名規模の企業を前提にお話すると、国や従来の支援者が推奨するより、オピニオンリーダーから言われる方が、経営者の理解が早く、やる気も出やすい。オピニオンリーダーを見つける際に気をつけなければならないのが、供給者側の理屈を進めると、どうしてもデジタル化実施企業や、推進企業を選びがちであるが、そういった方だと、根本的なオピニオンリーダーにはなり得ないと考えている。中小企業にとってデジタル化は経営を効率化する手段であって、我々が言うほど「デジタル化」というキーワードにそれ程興味がない。それによって会社が良くなる、楽になるところが全て。そのため、選定する際は、デジタル化により経営の効率化を実現した会社を選び出すことが非常に重要。
- アーリーアダプターで成功企業を導き出す時は、デジタル化の目的が何で、それを何によって実現するのかという、課題解決型のアプローチをして成功させる方が良い。ただ、アーリーアダプターから先の層に数を広げようとする場合は、ソリ

ューションベースでアプローチし、そこに飛びついてもらう方が、導入は進むと考えている。アーリーアダプターとそこに続く層では、きっかけや取組み方が異なる。参考資料4の3ページに記載のStep1では、支援事業者にかなり手間がかかるが、Step2は導入の部分をサポートすれば、基本的には成立する流れになるはずなので、そこをどう作っていくかが肝要。

- オピニオンリーダーのイメージ、属性については、エリアももちろんであるが、経営者にとっては、業界・業種がイメージしやすいだろう。業界で切っていった時に、大きいところから順に成功企業を見つけ、もう少し細かいメッシュで切った上で、IT化推進大賞のような表彰を実施すると良いのではないか。
- また、このような表彰で選ばれた企業をオピニオンリーダーとする場合、オピニオンリーダーの活動推進のための補助金があると良い。BtoCでは、インフルエンサーにお金を払って、マーケティングを手伝ってもらっている。成功した中小企業が、その経験を普及する活動をした時に、日々のビジネスがある中で、相応に手間がかかる。そこを、手弁当でやったり、名誉として取り組んでもらうのではなく、作為的に、その活動を補助する制度があると良い。公に経営者がそのような活動をしていることが、会社にとっても良いことだというシチュエーションを作っておく必要がある。通常のマーケティングで考えれば、インフルエンサー、オピニオンリーダーにサポートがつくというのは当たり前の話。そういった方向に切り替えていく必要があるのではないか。
- 経営者が全てというのは、規模によって変わらないだろうが、従業員数が30人以上になると、意思決定と推進サポーターが経営者、実務遂行者は社内にいるデジタルリテラシーの高い人という構図になる。そのため、コミュニティも、経営者の意思決定のためのオピニオンリーダーやそれをバックアップするための活動を行うコミュニティと、実務責任者クラスの方々が情報共有をするコミュニティの2種類が必要。その時に、育成や周りからのサポートという話もあるが、対象者の選定が肝であると考えられる。企業に何かを導入する時は、誰が責任者をやるかの選定がほぼ全て。経営者は意思決定と旗振りをするが、実際に現場で推進する人の能力とやる気を見極めた上で関わってもらわないといけな。役職に基づいてITリテラシーの高くない人が推進役として選ばれていることがあるが、彼ら自身がITに詳しくない上、ITによる効率化を信じていない場合があるので、ITリテラシーの高い若年層が、経営者の意思決定により後押しを受けながら推進していくのが良い。
- クラウド事業者が普及を進めていく時に課題となるのが、東京を出た時に、ベンチャーブランドがないこと。ここに対して、政府等のお墨付きがもらえると、進出のハードルが下がるのではないか。もう1点が、地方にネットワークを持つ会社や、地方の金融機関で、クラウド事業者と連携してツールを担いでいきたいと思って

いる会社があるとしても、そのような法人やネットワーク機関を知る術がない。どういったところが、ベンチャーとの連携で、地方のIT化を進めていきたいと思っているのかが一律で見られるような場があると良い。

(田島様)

- 前回の研究会資料を、運送業や建設業の中小企業に見せると、そもそもデジタルツールの存在を知らないところが多い。先に出たようなウェブサイトの立ち上げや、全国相談窓口から地方のベンダーに案件を振っていくような仕組みは、きっかけとしては面白いのではないか。
- また、ある企業からは、例えば労務、会計、経理などの間接業務の効率化よりも、売上に直結するものから入れてみたいという声があった。間接業務のIT化については、よく分からない状態のまま先送りになってしまいがちなので、業種毎に本来業務を効率化するものを、ある程度厳選して推奨していくことで、デジタル化の良さに気付かせることが重要ではないか。
- 運送業者の例を一つ上げると、業務で必要な通行許可証の申請が、毎回必要な上、その都度2~3cmの厚さにもなる許可証を紙で所持する必要があり、その紙を毎日打ち出すために、9年間同じ人をずっと雇い続けているという話。中小企業のデジタル化を爆発的に進めていくためには、自治体はじめ官から変わる必要がある。
- また、爆発的に導入を進めるためには、SIPSが重要。CMを打つなど、それくらいのインパクトが必要ではないか。自社のような全国にネットワークを持つ企業が、少しでもIT化推進に貢献するため、セミナーの一部のコンテンツをいただくような地道な活動もしていきつつ、大きく派手な広告を打ち、気運を高めて一体的に取り組むことが重要と考える。

(小松様)

- そもそも何を実現したいのかという意識を統一していきたい。経営の役に立つものであれば、オンプレでもクラウドでも構わないが、デジタルトランスフォーメーションという時代が迫りつつある中で、自分たちの経営資源がどれだけのものか分からないような経営手法のままではいけないのと、サプライチェーン全体としてサイバー攻撃が迫ってくる中で、自身の身を守る必要がある。DXやセキュリティ、将来的な事業承継というキーワードの中で、なぜITが必要なのかを定めていただけると良い。
- 従来の支援機関のスキームがあり、支援チームははっきりしている。商工会議所では、約3400人の経営指導員がいて、年間170万件の経営指導にのっている。これは窓口相談のみならず、現場に赴いて経営相談にのらせていただいている実績も含む。ただし、その上で今の時代に沿う相談ができているかという点、

そもそも相談の中でITというキーワードがあまり上がってきていない部分もある。ぜひ、引き続き100万社へのIT導入を掲げて、ムーブメントを起こして欲しい。

- それに伴い、新しい支援のコミュニティの必要性は認識しており、商工会議所自身も全国515の商工会議所にG Suiteのアカウントを配り、自分達自身がクラウドを使うという活動を始めた。
- また、デジタルガバメントを進めるためには、中小企業のデジタル化が必要。このままでは、グローバル競争で負けていってしまうため、何とかデジタル化を推進する必要がある。

(平間様)

- 顧客にITツールを提案するときは、まず課題を共有しなければならない。お困りごとに対してツールを提案するには責任は伴うが、知っているものを提案せざるを得ない。提案し、デモンストレーションし、契約いただき、納入設置・指導に入っていく。やはり売りっぱなしでは使えない。そのため、ツールの導入・活用支援ができる認定員制度のようなお墨付きがもらえると、社内人材の育成に資するのではないか。
- また、人材育成自体にも支援制度があると良い。例えば動画のようなもので、簡単にリテラシーの基礎を伝えられるものが国として用意されてくると良い。
- 本業の稼ぐ力を強化するためにITを使ってもらえるような、ホームページ作成なども、ぜひ促進いただきたい。

(堺井様)

- 前回ご紹介した「ここからアプリ」について、皆様からご意見をいただいて、より良くしていきたいと考えている。例えば、チャットボットのE-SODANというサービスがあるので、ここからアプリと併せて展開していきたい。ターゲットが多い中で、経営者に教育をしていく等、非常に参考になるお話が多かった。引き続き、中小企業庁と連携しながら取り組んでいきたい。

(総務省)

- オピニオンリーダーの発掘を意識して、CLOUDILと共催で全国クラウド実践大賞を開催する予定。優良なものについては、総務大臣賞等を付与し、来年度以降も継続して実施していきたいと考えている。ぜひ皆様からもアイデアをいただきながら進めていければと考えている。

(松島座長)

- 経営者の意識づけをするという内的要因と、外側からIT化を促す外的要因のいずれにも働きかける必要がある。
- 支援者の役割は、これからは1社1社への支援ではなく、プロジェクトの構築であり、それに対して国が支援するという形になり行くのではないか。

(事務局)

- 次回のカンファレンス開催有無については、極力早い段階で判断し、皆様にお伝えする。