

●基調講演 2

「地域を支える中小企業の現状と課題～デジタル化社会に向けて～」

須賀川瓦斯株式会社 代表取締役社長 橋本 直子 氏

「デジタル人材」とは何か？

弊社は須賀川瓦斯株式会社と言いまして、名前のとおりガスの会社として創業いたしました。今年創業 70 年を迎えます。

ガス、ガソリン、電気といったエネルギーを中心に、地域を支えるインフラ企業として、社員の幸福の実現と地域社会の発展に寄与することを掲げて事業を展開しています。



今日はまず、このデジタル人材の定義を少し考えてみたいと思います。デジタル人材の定義、よく分からなかったので、デジタル庁に電話しました。でも、それは経産省にと言われまして、経産省に確認をしたところ、専門的なデジタル知識・能力を有し、デジタル実装による地域の社会課題解決を牽引する人材を「デジタル推進人材」と位置づけ、育成・確保していく、と。

ここで、IT 人材との違いですが、ただ単にデジタルに関して知識のある人ではなくて、「デジタルを実装して地域の社会課題を解決していく人材、解決を牽引する人材」のことをデジタル人材と言うようです。詰まるところ、ただのパソコンオタクは要りませんよと。IT を活用して課題を解決していくこと、これが求められていると思います。

地方の中小企業が置かれている厳しい現実

私は地方の抱える問題イコール地方の中小企業が抱える問題と思っています。地方の中小企業が抱える問題は、まず人手不足。それ以外には、エネルギーや資源、仕入れの高騰。

昨年の 10 月に福島市の商工観光部が出した中小企業を対象にした調査結果

によると、地方の中小企業が直面している課題は、断トツで人材・雇用の確保。

そして、原材料費等の高騰。その次が、販路拡大とデジタル化への対応となっています。

一言で言うと、人が足りない。仕入れ価格も上がっていて、利益が圧迫されている。だから、販路を拡大して売り上げを上げなければならない。でも、人がいないからデジタル化するしかない。そういうことを表しているんですけども、本当に中小企業の悩み、そのままです。

では、中小企業は実際にどうやってデジタル化を推進しているのか。

まず、普通の人材がなかなか採れない中、デジタルに精通した人材の確保はとても難しい。東京商工会議所でまとめている中小企業のデジタルシフト・DX実態調査集計結果によると、60%以上の中小企業はデジタル人材の確保ができていない。ですので、中小企業の実態としては、既存の社員の中で得意な人に声を掛けて、兼務でやってもらうというようなところ。社内でデジタル人材を育成するところまではなかなか手が回っていない。

同じ調査で、社内のデジタル人材に求める能力として一番に掲げているのが、自社の経営課題、業務課題に対する理解、これが63%。次はIT基本知識で53%です。これは何を意味しているか。自社の課題に対して、ITの知識を活用して、何かしらの答えをつかみ取る、もしくは探し出せる人が必要なのであって、ただ単にITの専門性が高い人がそのまま自社に役立つかということ、そうではないということです。

また、大企業は設備投資の約13%、1割以上をソフトウェアに割いている一方で、中小企業は、その半分以下の5%の投資すらしていない。中小企業はソフトにお金をかける余裕がない、かけられない。

地方の中小企業でDXがなかなか進まない理由

これはちょっと古い言葉なのかもしれませんが、「2025年の崖」というような表現が2018年に経産省から出てきています。中小企業は業種を問わず85%が古いシステムを使ったままになっています。

これが 2025 年ごろをめどに一斉に破綻し、大きな経済的な損失が発生します。老舗企業であればあるほど仕組みが整っていますから、昔のシステム、昔のやり方をなかなか変えにくい。それにこだわっていると DX を実現できない。データを活用できない上に、維持管理費が高騰する。また、セキュリティーリスクが高まる。サイバー攻撃みたいなことが起きますよと、経産省が警鐘を鳴らしていました。



DX を推進するにあたって、中小企業が直面する課題は二つ。

人材面に関しては、先ほど申し上げましたとおり、IT に関わる人材が足りない。DX をやりますという旗振り役がいらない。何かやったほうがいいと思うんだけど、何からやっていいかわからない、というのが人材面の課題です。

次にコスト面です。中小企業はコロナの間に思ったより DX が進まなかった。やっぱり、コロナで売り上げ減少し、そもそも自社雇用を守るとか、売り上げを確保するとか、そっちのほうに注力していたから、DX 関連では予算確保が難しい。

また、業務内容に合ったデジタルツールやサービスが見つからない。20 年、30 年の歴史の中で自社にぴったり合ったシステムが出来上がっちゃっているものですから、新しいシステムを導入できない。システムが合わせるのではなくて、システムに業務を合わせていかないと、新しいシステムは導入できませんが、それが難しい。あとは、そもそも導入の効果がわからない。その評価すらできない。こういったことが課題です。

それでもなお DX は必要。

そのためにはデジタル人材が欲しい。

性別は関係ない。

そういうことでまとめです。多くの中小企業で DX は進んでいない。その理由は人手がないから。デジタル人材は特にいないから。デジタルに詳しい人

は、男性女性問わずウエルカムみたいな感じですが。切羽詰まっている感じなんです。

業種・規模を問わず全ての企業において、デジタル技術を使って業績を向上させることが今まさに求められています。

特に、地方の中小企業は深刻な人手不足に直面しており、デジタル化を進めて、業務を効率化させていくのが喫緊の課題です。人は単純に増えることはまずありませんので、人が減る分、デジタルに投資する。こういった覚悟を持ってやらないと、競争力が低下し、売り上げが減ってさらに衰退していく。これはもう間違いない。

中小企業で旗振り役は社長しかいない。社長が、10 年後、20 年後を思い描いて、クリエイティビティー、イマジネーションを活用して、どんどん手を打っていく。まさに危機感を持って、経営者自身が先導して取り組んでいかなきゃいけない。

これからの中小企業は、いかにデジタルツールを活用して課題を解決して、成長していけるか。これが鍵になっていくのかなと思っています。