

今や、小規模の企業であっても、パソコンを導入し、インターネットやメールも使い、ホームページも公開しています。デジタル化をしていないわけはありません。追加投資するよりも、それらを手を使いこなせるか、ということが問題なのです。

一方で、社会ではデジタル化が急速に進んでいます。スマホなしには、銀行間での振り込みも難しくなっています。そのうち通帳はネットで見るのが当たり前、印字しなくなるでしょう。それに比べて社内はまだ紙ばかり、明らかに社内と社外のデジタル格差が開いています。

一般消費者はネットを使って買い物することが普通になりました。予約も、注文も、支払いも簡単になりました。このトレンドを会社がまだつかみ切れていないのです。このデジタル化の波を取り入れ、今まで導入してきたデジタル化を、今更にも進めて、手作業をデジタルに変えたり、手書きの注文書をデータで送ったり、取引先への注文をネットに切り替えたり、これまでの顧客が企業であったな



■大塚衣料株式会社ホームページ

ら、消費者に変えたりすること、それがDXです。

岐阜駅前の繊維問屋街も商売が大変です。その中に早くからデジタル化に取り組んだ企業があります。大塚衣料(株)は、店舗にシニア、ハイミセス向けの衣料品を取り揃え、遠くからも買いに来るほどです。いち早くスマホ支払いを導入しました。また、ネット販売にも取り組み、今では、利益率の高いネット注文が売上の半分近くを占めるほどで、業績改善に寄与しています。まさにDX、売り方を変え、販路や顧客層を変えるのにデジタルを活用しています。

今までも、消費税の軽減税率対策のためにPOSを導入しました。単なるレジ打ちの代わりに、インターネットとつないでの経理業務のデジタル化、まだでしたらそれから始めてみましょう。売上日報を販売管理、分析に使っているでしょうか、それもやってみましょう。最新のデジタル技術を使って仕事や、儲け方を変えたり、新しい顧客を獲得したりする際に、大事なポイントが3つあります。

①データ化、②連動化、③自動化、

〈データ化〉IoT、つまり物事がインターネットにつながるようになったことで、様々なデータが簡単に入手・収集できるようになりました。POSを導入することで売上や入出金のデータなどは、入力しなくてもインターネットバッキングから知らず知らずのうちに会社に入ってきます。銀行に融資を依頼するとき、社員と会社の業績を語るとき、数字をもとに対話ができるようになってきました。これがデータ化の大きな利点です。〈連動化〉重要な項目にIDをつけて、それらをつなげることで、

あるデータを他のデータとつなげることで、より正確な現状把握が可能になり、業務効率も大きく前進します。例えば給与計算の社員台帳では、結婚すると氏名が変わりますし、住所も変わるかもしれません。名前は出勤データにも使われるでしょうし、作業日報欄にも記載されています。すべての氏名を書き換えるのは大変な手間です。社員番号をIDとすることで、氏名の変更に連動して全てのデータが同時に更新できます。IDを手掛かりにして、いもづる式に社員のいろいろなデータがつながり、書類を探し転記する手間が省けます。これがIDの役割です。IDで項目間をつなげることで、大きく効率化します。

〈自動化〉手作業はなぜ残っているのでしょうか。紙に書かれた数字をパソコンに入力するのはそのデータが自動収集されていないからです。目で照合するのは数字が間違っているかもしれないからです。製造現場だけの話ではありません。POSを使えば自動的にデータが取得できます。帳簿に転記するのは各部門が別々に伝票を書くからです。各部門が直接入力すれば、記載しなくて済みます。入金データは銀行のインターネット

DXとは何をやることで
しょうか

DXとは何をやることでしょうか

DXとデジタル化は
何が違うのでしょうか

DXとデジタル化は何が違うのでしょうか



中小企業のDX推進

DX(デジタルトランスフォーメーション)は、デジタル技術の活用により、業務効率化による生産性向上やビジネスモデルそのものを変革することを目指します。働き方改革の観点からも注目されていることは知っていても、何からどのように始めればよいのかわからない、という方は多いのではないのでしょうか。

本号では、DXの必要性や実際に推進している企業の取り組みを踏まえた実践しやすい内容を、岐阜県内産業のデジタル化を支援する公益財団法人ソフトピア日本の松島桂樹理事長に解説していただきました。自社の業務を見直す際の参考にしてみてはいかがでしょうか。

公益財団法人ソフトピアジャパン
まつしま けいじゅ
理事長 **松島 桂樹**

中小企業庁「電子受発注システム普及促進に向け実証調査事業連絡会議」座長
全国銀行資金決済ネットワーク「ZEDI 利活用促進WG」委員
日本商工会議所「デジタル化推進専門委員会」委員
一般社団法人クラウドサービス推進機構(CSPA)理事

昭和23年 静岡県出身
昭和46年 東京都立大学工学部電気工学科卒、
日本アイ・ビー・エム(株)入社
製造業担当営業部門、CIM 主任スペシャリスト、
エンジニアリング・システム企画担当

平成7年 岐阜経済大学 経営学部 助教授、生産情報システム担当
平成11年 経営学博士(専修大学)
平成12年 同 教授



バンキングと会計システムを接続すれば、口座から引き落とされたデータがすぐに送られ、AIで自動仕訳されます。

社内の自動化に加えて、社外とネットで接続することで業務は劇的に効率化します。なぜなら、企業の仕事の大半は社外との取引にかかわる事務作業です。受注から決済までの対外的なやり取りの自動化によって、紙と手作業をなくす、ここにこそ中小企業のDXのコツがあります。

生成AIは中小企業の役に立つのでしょうか

今、注目されている生成AIは、DXへの有力な道具として期待されています。中小企業でどんな可能性があるか、てっとりばやく生成AIに聞いてみました。

「近年、さまざまな分野で活用が進んでおり、あらゆる業界を変革しています。中小企業もAIテクノロジーを活用して効率化や競争力向上を図ることができます。たとえば、小売業では、顧客の購買履歴や季節性などの要因を考慮した需要予測を行い、

せんか。

状況を全体的に見て、何を変えたらよいか、どんな顧客にどんな商品・サービスを提供したらよいか、売る立場でなく、顧客の立場に立って、わが社がどんな魅力を持つたらよいかを考えてみましょう。このように、どう変えるかを考えるのをデザイン思考と呼んでいます。

変えるときにデジタルを有効活用するのがDXの基本です。先進技術で、どんなことができるようになるか、期待感とわくわく感が湧いてきます。同時に、どう儲けようかとも思います。まずは、会社と仕事を変える期待、つまり「思い」を作ってからスタートしましょう。

デジタル化が待ったなしなのは、むしろ外部とのやり取りです。これまで電話やFAXで受けていた注文をネットで受けるようになり、取引先への注文もネットでするようになり求めています。それらに対応できないことは、注文の減少だけでなく、取引もままならない時代になってしまいました。ですから社外のデジタル化に早く対応しないと、商売ができなくなっているのです。デジタル化は今です。一刻も早く、かつ最優先で。

商品の最適数量の発注によって、在庫過剰や不足を防ぎます。また、顧客データを活用して、ニーズに合った商品やサービスを提案します。さらに、顧客からの問い合わせやクレームに、AIによって、24時間体制で迅速かつ効率的に対応できます。製造業では、自動検査、在庫の最適化、検査時間の削減、生産口スの削減が期待されます」



今後、画像の生成が進むと、企画書を作る際に、具体的なイメージの画像を挿入してわかりやすい資料を作ってくれるようになりま。同じように、飲食店でのレシピの文書化、わかりやすいメニュー表の作成や、製造業での技能伝承のための研修資料の作成など、

インボイスの対応は負担ではないですか

インボイスとはもともと商売にかかわる書類、たとえば注文書、請求書、領収書などを指します。契約書や注文書のない取引やインボイスが双方でデータできちんと交換されていない取引は、法的にもサポートされません。税務だけの話ではないのです。

しかし、とりわけ消費税に関する業務処理はどんどん複雑になっています。もつと簡素化できないかという要望も多く出ているのは確かです。税の公平負担に向けた方策であることはわかっていますが、負担に感じるのは間違いありません。デジタル化で簡単に処理したいものです。

これまでこれらの書類が、各社間でバラバラに管理されていたため、非効率でデジタル化の大きな障害になっていました。それを適格請求書というような標準様式に統一し、ペポルという標準データで、フォーマットで管理することにより、財務調査の時も紙でなく、保管されたサーバーから直接閲覧できるようになり、保管と管理が大幅に楽になります。そしてPDFのように紙を前提としたやりと

短時間で仕上げられるでしょう。生成AIの発展に期待したいところです。中小企業がAIを導入する際には、AI導入前に、経営課題を明確にし、何を変えるのか具体的な目標設定が不可欠ですが、その適用領域を見定めるためにも小規模なプロジェクトから始めた方がいいです。さらに重要なのは学習データの整備です。それがなければ、自社にあった使い方ができません。生成AIは玉手箱ではないのです。

今、デジタル化に取り組まないといけないのでしょうか

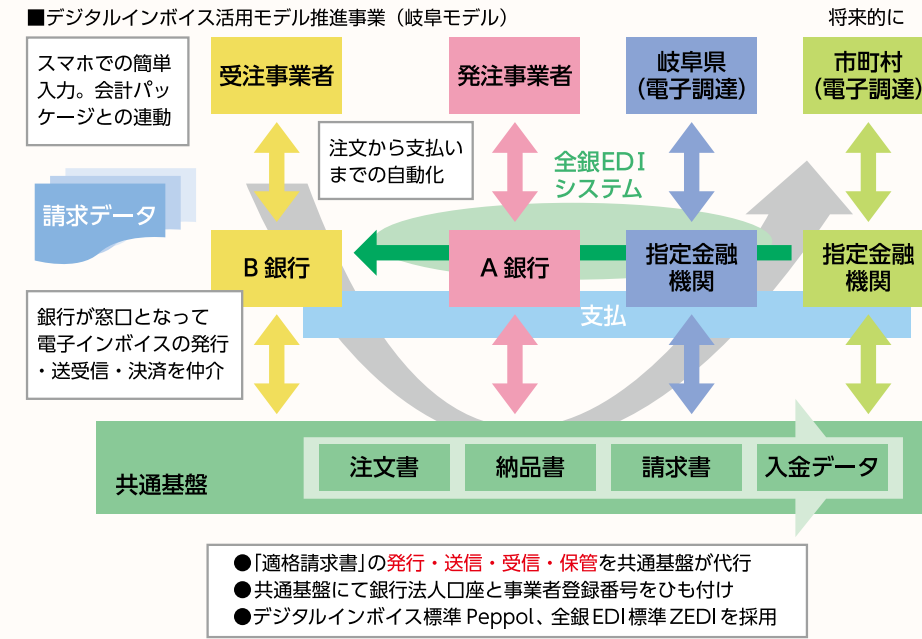
忙しい、仕事で手いっぱい、デジタル化に取り組めないという中小企業の経営者は少なくありません。日々忙しいことも事実でしょうが、しかし、今のままでいいと考えている経営者は皆無でしょう。多くの経営者は、環境の激変、人口減少、後継者問題、人手不足、賃上げ要請、技能伝承など、課題は山積しており、放置しておいて事業が継続できると思う方はほとんどいません。このままではいけないと思っています。それなら人がいないと嘆く前に、まず経営者自身が考える時間だけでも作りま

岐阜県のデジタルインボイス事業は何をしてくれるのでしょうか

(公財)ソフトピアジャパンは岐阜県の産業のDXをお手伝いしています。今、中小企業の当面の課題はインボイス制度への対応です。多くの中小企業からどうしたらよいか相談を受けています。その負担を軽減し、デジタル化に大きく前進するための事業を岐阜県が進めています。

岐阜県では、小規模企業であってもインボイス制度に対応しやすくするため、インボイスに関わる文書を総合的に管理するための共通基盤を作っています。特に地域の金融機関が「インボイスのことはお任せ」という実施体制と、商工会議所などの支援機関がそれをサポートするオール岐阜の支援体制を構築しています。1社たりとも取り残さないデジタル化、それがまさしく岐阜県が目指す中小企業のDXです。

日頃取引している銀行のインタ



インターネットバンキングを介してインボイスの作成、発行、送信、保管を行い、銀行間での支払い、決済につなげていきます。岐阜県への請求もすべてデータで受け取るよう県のシステムの改修を進めています。

全国に総菜・弁当の店舗展開を進めている大垣市に本社を置く(株)

DXの支援に商工会議所の活動が頼りになります

デリカサイトは、大垣共立銀行とデータ連携して、岐阜市の「日本料理ひら井」など100社以上の取引先と、発注から決済までの企業の業務の一貫処理を進め、大きな成果を上げています。そして、今、新しい時代のデジタルインボイス導入に向け実証中です。

商工会議所法では、商工会議所の目的を、「その地区内における商工業の総合的な改善発達を図り、兼ねて社会一般の福祉の増進に資すること」と定義しています。地域内での総合的な発展を図るために、会員間の相互交流、相互扶助を促進するという重要な役割が商工会議所にあります。まさに、「企業と地域の応援団」です。これまで個別企業のデジタル化支援、DX支援を商工会議所は推進してきました。しかし各社間の取引の円滑な遂行の支援も欠かすことが

できません。さらにこれから成長するスタートアップ企業の育成も大事です。

域内には、域内へ発注する企業が多くあります。そのためには、地域の有力企業がリーダーとなつて、まず近所づきあいのような経済的な交流として、取引のデジタル化から始めてみませんか。岐阜県のデジタルインボイス事業はそのスタート台に立つ基盤となります。地元金融機関のインターネットバンキングに注文書を送ると注文先に間違いなく届きます。そのデータをもとに納品書、請求書と振込依頼のデータが発注元に送られ、発注企業も振込依頼書を作成することなく自動的に支払い処理が完了し、そのデータは注文先に同時に送られます。企業間の業務効率化を実現するのが岐阜県の支援事業です。

DXを目指して、まずは支援機関に相談してみてください。そして、インボイス制度に対応するため、身近な取引先への請求書の発行・送受信、保管から取り掛かりましょう。それがデジタルインボイス、すなわちDXの手始めになるのです。

10/23

会場：当所
議員総会室

DXははじめの一步 ～全国の身近なIT活用事例から学ぶ～ セミナー開催

IT経営マガジン「COMPASS」編集長の石原 由美子 氏を講師にお招きし、デジタル化の推進が求められる背景や従来のIT活用との違い、全国の中小企業のIT活用事例(バックヤードの効率化・働き方改革への業務効率化・外勤に必須のクラウド活用等)についてご説明いただきました。

DXの第一歩として、毎日の業務で手がかかる箇所を把握すること、会社の大事な財産(お得意様の情報や自社の技術)をデジタル化して残すとともに社員に伝えられる状態にすること、ツールの導入よりも集めたPOSデータ等を分析して自社の経営にどう活かすかを考えることが重要と話されました。

最後に、(公財)ソフトピアジャパンより、スマート経営応援隊事業として、財団職員が専門家と協力してIT・IoTの観点から県内企業の課題解決を提案する伴走型支援「スマート経営アドバイザー派遣」や、専門家の提案を実現するための経費等の一部を補助する「スマート経営実践補助金」について説明がありました。

