

**令和 3 年度補正予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業
（現場研修プログラム候補の案件組成事業）」**
～ 調査報告書（公表版） ～

令和 5 年 3 月 3 1 日
デロイト トーマツ リスクアドバイザー 株式会社



目次

業務内容	3
実施体制	4
実施報告	5
サマリー	5
地域企業に対する現場研修プログラム概要説明および協働候補企業の発掘	8
協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成	12
協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と令和4年度当初予算 「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者の初回面談の調整	19
その他	21
大学との連携	22
企業ヒアリングから見えてきた課題と考察	23

業務内容 ※実施計画書（仕様書）より抜粋

(1) 地域企業に対する現場研修プログラム概要説明及び協働候補企業の発掘

- ①地域の行政、産業支援機関、大学、金融機関等地域企業と多様なネットワークを有する団体への協力要請等を通じ、本事業推進の連携体制を構築すること。
- ②受託者等が保有する企業リストをもとに個別に現場研修プログラムの事業概要について説明し、協働候補企業を発掘すること。
- ③地域の幅広い企業に対して、現場研修プログラムの説明を実施することに加え、DXの理解度や関心を高めるためのセミナーや勉強会を開催し（オンライン5回程度を想定）、協働候補企業を発掘すること。

(2) 協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成

（１）の実施により発掘した協働候補企業へ個別にヒアリングを実施し、現場研修プログラムの組成に必要な情報を企業ごとに整理すること。具体的には、①企業概要（例：企業名・業種・所在地）、②現場研修プログラムとして取り組む実施テーマと内容（例：データを活用し、商品の需要を予測する）、③企業側のニーズ（例：企業が抱える課題、派遣されるデジタル人材に求めるスキル）等を把握するために、ヒアリングシートに沿って、地域企業へのヒアリングを実施し、現場研修プログラムの組成に必要な情報を整理すること。

なお、現場研修プログラムの組成に必要な情報の整理は、5社以上行うこととする。

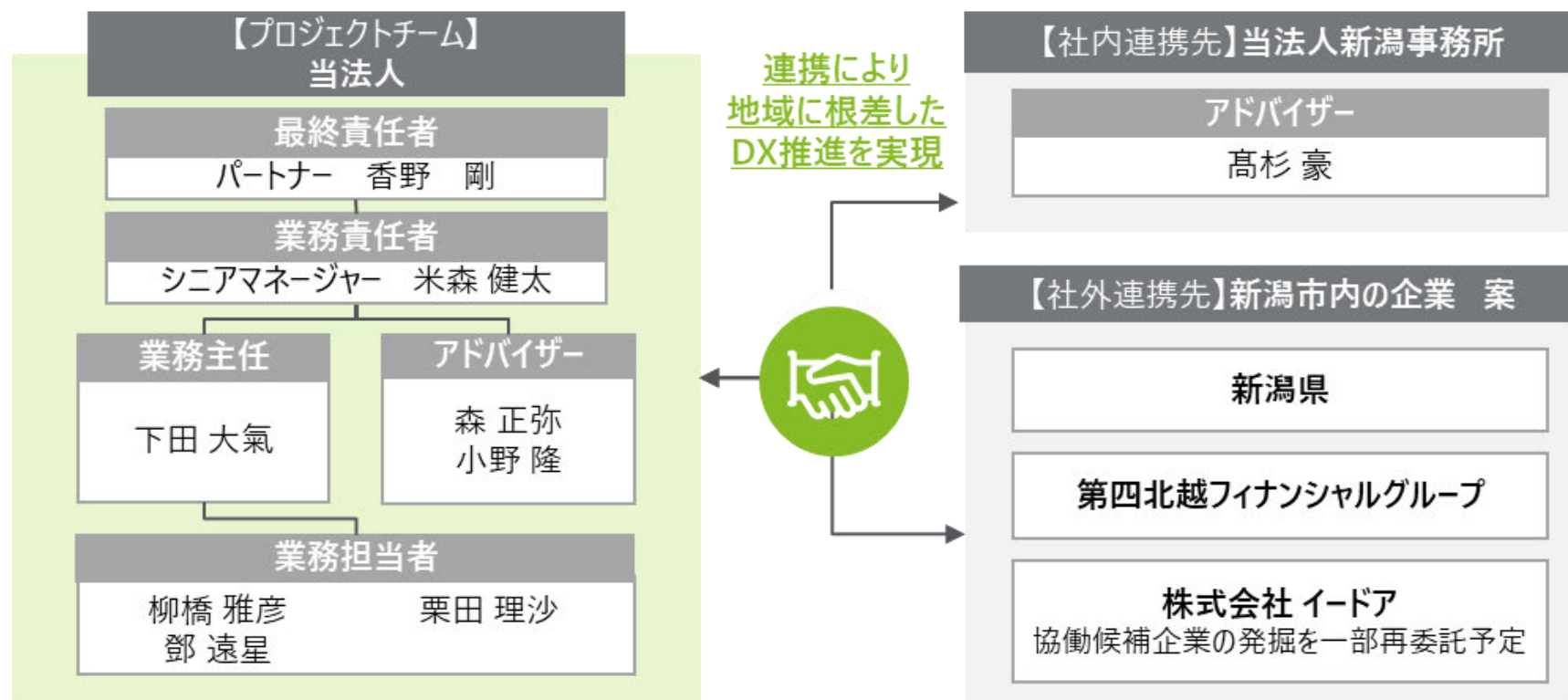
(3) 協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託者の初回面談の調整

（２）でヒアリングした結果を、企業リストの様式に沿って取りまとめること。なお、完成した企業リストは企業ごとに情報がまとまり次第、プログラム一覧作成事業の受託事業者へ随時提出すること。

また、協働候補企業と令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者の初回面談の場を設定し、同席すること。なお、必要に応じて、協働候補企業選定に当たっての経緯等の案件組成までの過程について説明することを求める。

新潟県や株式会社イードアなどと連携することで、地域に根差したDX推進を実現するための体制を整えました。

実施体制





実施報告

1. サマリー

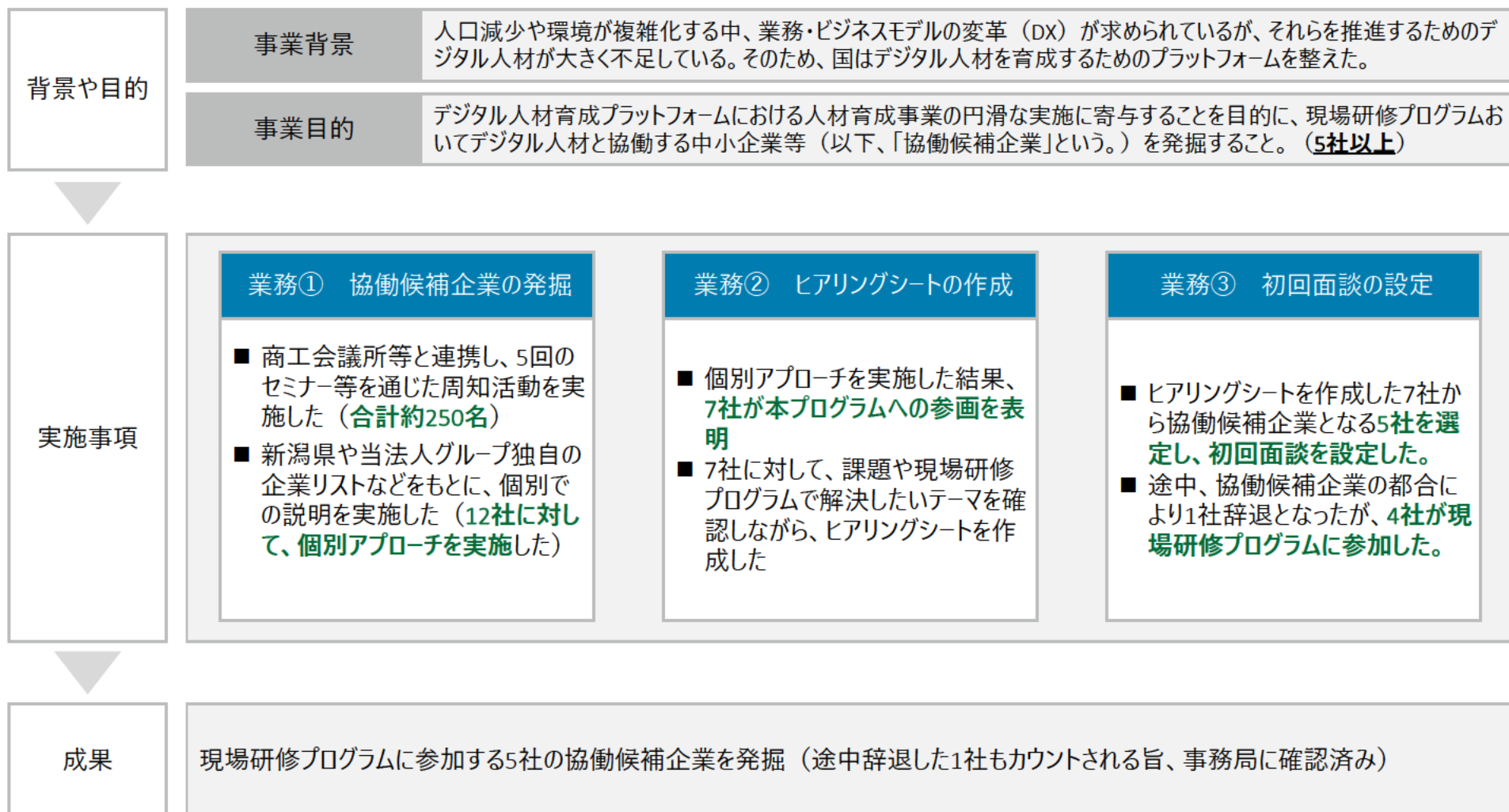
2. 地域企業に対する現場研修プログラム概要説明および協働候補企業の発掘

3. 協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成

4. 協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者の初回面談の調整

当法人グループのネットワークや地域の商工会議所等と連携することで、幅広いアプローチを実施し、協働候補企業5社の発掘を実施しました。

実施内容のサマリー



協働候補企業の発掘においては、丁寧な事業説明を実施するとともに、デジタルに関する課題を提起することで、現場研修プログラムへの関心を高める工夫を実施しました。

協働候補企業の発掘一覧

!

POINT

- 解決したい課題や本事業への期待が明確であり、支援体制の整っている事業者を中心に個別アプローチを行い、参加へとつなげた。
- セミナー等では単に事業紹介をするだけでなく、DX推進やデジタル人材への関心を高めるセッションなどを併せて提供している。

	アプローチ方法	本事業の個別説明	ヒアリングシート作成（7先）	初回面談設定（5先）
個別 アプローチ	新潟県を通じた アプローチ	食品製造業A社	→	
		小売業B社	→	
		サービス業C社	→	
	イードアを通じた アプローチ	金属加工業D社	→	
		サービス業E社	→	
		建設業F社	→	受入企業数の制限により 来年度以降の参加を案内
	燕三条地場産センター			
セミナー等での アプローチ	当法人グループの ネットワーク	情報通信業G社		
		サービス業H社		
		情報通信業I社		
	にいがた産業創造機構 主催セミナーで周知 2件	建設業J社		
	新潟県商工会連合会 主催セミナーで周知	食品製造業K社	→	受入企業数の制限により 来年度以降の参加を案内
	新潟県旅館組合 理事会で説明			
	建設業協会 主催セミナーで説明	建設業L社		



実施報告

1. サマリー

2. 地域企業に対する現場研修プログラム概要 説明および協働候補企業の発掘

3. 協働候補企業に対する現場研修プログラムの 案件組成

4. 協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と 令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確 保推進事業」の受託事業者の初回面談の調整

セミナー等を通じた幅広い周知活動と、本プログラムの適任企業に個別アプローチをかけるという両軸での発掘を実施しました。

業務の実施：地域企業に対する現場研修プログラム概要説明及び協働候補企業の発掘

概要	■ セミナーや個別の声掛けを通じて、現場研修プログラムの協働候補企業の発掘を行う。
実施のポイント (工夫した点)	■ 地域の企業と関係性が深い商工会議所や県庁等と連携し、広報を実施した。 ■ 認知・関心の掘り起しに加え、「DXの理解を促す」「具体的な取り組みイメージを持ってもらう（DXニーズ顕在化）」ため、DXの事例などを用いて説明を実施した。 ■ リアル開催のセミナーにおいては、現場研修プログラムの説明後に、個別相談の時間も併せて提供した。 ■ 個別アプローチにおいては、日々地域企業の課題に対峙しているメンバーから適任企業に個別で声掛けを実施した。また、声掛けにおいては、地域のDXを推進している株式会社イードアなどと連携体制を構築して実施した。
実施内容 取組成果	■ 自治体等が実施するセミナーにおいて、約250名に対して本プログラムの周知を実施した。 ・ デジタル化推進セミナー（建設業協会主催） ・ 新潟県旅館ホテル組合理事会（新潟県旅館ホテル組合主催） ・ 変革期における製造DXの現場セミナー（にいがた産業創造機構主催） ・ 建設業経営管理セミナー（新潟県商工会連合会主催） ・ DXみらい経営社長塾（にいがた産業創造機構主催） ■ 上記セミナーで関心を持った企業や新潟県やイードア等と連携して抽出した企業に足して個別アプローチを実施した。 ・ 12社に対して個別アプローチを実施し、本事業や研修内容についての詳細を説明した

多くの企業に本事業を知ってもらうため、5つのセミナーを通じて延べ250名の参加者に対して周知活動を実施しました。

業務の実施：地域企業に対する現場研修プログラム概要説明及び協働候補企業の発掘

	セミナー名	主催者	実施日	参加者数
1	デジタル化推進セミナー	建設業協会	令和4年7月1日	約30名
2	新潟県旅館ホテル組合理事会	新潟県旅館ホテル組合	令和4年7月11日	約20名
3	変革期における製造DXの現場セミナー	にいがた産業創造機構	令和4年7月27日	約90名
4	建設業経営管理セミナー	商工会連合会	令和4年7月27日	約50名
5	DXみらい経営社長塾	にいがた産業創造機構	令和4年9月12日	約50名



新潟県旅館ホテル組合理事会での説明の様子



DXみらい経営社長塾での説明の様子

12社に対して個別に現場研修プログラムの概要説明やDXニーズの顕在化などを図った結果、7社が参加意向を示しました。

業務の実施：地域企業に対する現場研修プログラム概要説明及び協働候補企業の発掘

	会社名	業種	アプローチ方法	説明日	関心など
1	A社	食品製造業	新潟県からの紹介	令和4年6月15日	現場研修プログラムへの参加意向あり
2	B社	小売業	新潟県からの紹介	令和4年6月17日	現場研修プログラムへの参加意向あり
3	C社	サービス業	新潟県からの紹介	令和4年7月4日	現場研修プログラムへの参加意向あり
4	D社	金属加工業	イードアからの紹介	令和4年7月25日	現場研修プログラムへの参加意向あり
5	E社	サービス業	イードアからの紹介	令和4年7月25日	現場研修プログラムへの参加意向あり
6	F社	建設業	イードアからの紹介	令和4年7月25日	現場研修プログラムへの参加意向あり
7	G社	情報通信産業	直接アプローチ	令和4年7月1日	従業員の教育の一環として受講生での参加意向あり
8	H社	サービス業	直接アプローチ	令和4年7月14日	参加意向なし（企業の紹介の可能性あり）
9	I社	情報通信産業	直接アプローチ	令和4年7月4日	参加意向なし（企業の紹介の可能性あり）
10	J社	建設業	セミナー	令和4年8月2日	研修テーマと合わずに見送り（実装・運用段階）
11	K社	食品製造業	セミナー	令和4年8月1日	現場研修プログラムへの参加意向あり
12	L社	建設業	セミナー	令和4年7月27日	平日等の受入対応が難しく、見送り



実施報告

1. サマリー
2. 地域企業に対する現場研修プログラム概要説明および協働候補企業の発掘
- 3. 協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成**
4. 協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者の初回面談の調整

各社が抱えている課題やDXレベルを整理することで、現場研修プログラムに最適な企業を抽出しました。

業務の実施：協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成（ヒアリングシートの作成）

概要	■ 個別にヒアリングを実施し、現場研修プログラムの組成に必要な情報を企業ごとに整理すること（ヒアリングシートの作成）
協働候補企業の選出理由や協働候補企業を選出するに当たって意識した点	■ 企業経営やデジタルに知見を有する担当者がヒアリングを実施することで、企業が気づいていない課題の洗い出し（課題の顕在化）や各社のDXレベルを把握することに努めた。 ■ 案件組成に向けては、制定のヒアリングシートを活用しながら協働候補企業各社との対話を通じ、DXレベルの把握と取り組みの前提となる情報を整理した。（環境変化を踏まえた自社の目指すビジョンの確認、取り組みたい事項の具体化、推進体制の整理、制約条件・リスクの確認等） ■ 本研修プログラムの横展開を見据え、食品製造業や金属加工業などの地場の主要産業や知名度が高い企業を優先して選出した。 ■ 受講生に対して、適切な研修プログラムが提供できるように、データの整理状況や提出方法については念入りに確認した。
改善点 （気づいた点など）	■ 受講生のレベルにはばらつきがあり、研修テーマやフェーズが偏っていない方が学びの機会が多いと感じた。 ■ 地域のデジタル人材創出のためにはもっと多くの企業に本研修プログラムの周知を実施する必要性を感じた。
実施内容 取組成果	■ 7社のヒアリングシートを整理した。 食品製造業A社、小売業B社、サービス業C社、金属加工業D社、サービス業E社、建設業F社、食品製造業K社 ■ 協働候補企業の受入上限数が5社に制限されたため、「建設業F社」「食品製造業K社」は次年度以降の現場研修プログラムを案内した。

制定のヒアリングシートを活用しながら、課題やビジョン、受入に伴う制約、DXレベルの確認を実施することで、適切な研修テーマの設定に繋がりました

業務の実施：ヒアリングシートの作成

企業名	課題が明確か (明確 or 不明確)	ビジョンが明確か (明確 or 不明確)	研修受入に伴う制約や リスク	DXのレベル（※） (高い・普通・低い)
食品製造業A社	明確	明確	無し	高い
小売業B社	明確	明確	無し	高い
サービス業C社	明確	明確	無し	普通
金属加工業D社	明確	明確	無し	低い
サービス業E社	明確	明確	無し	普通
建設業F社	明確	明確	無し	低い
食品製造業K社	明確	明確	無し	普通

※DXのレベルについては、デジタルツールの導入状況や経営者のデジタル・DXについての考え方などをもとに、ヒアリング先 7 社を相対的に比較して判断した

A社では顧客のニーズを取り入れた開発に繋げていくためのDX推進、B社ではオンラインとオフラインを融合に向けた取組みについて検討を進めました

業務の実施：ヒアリングシートの作成

【食品製造業A社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	顧客のニーズを取り入れた開発につなげていくため、部門を超えた横連携の構築、経営陣への早急な報告などでデジタル化・DXに取り組みたいと考えている。現在、そのために基幹システムの更新に向けて取り組んでいる。
経営課題	受講生に取り組んでもらうことを考えての自社の課題として、3つ挙げられる。 1：ロジや物流の改善 2：返品によるロス予測（AIを活用など） 3：SNSのワードトレンドなどの分析
DX変革で実現したいビジョン	顧客ニーズから製品開発、製造に至るまでのデジタルを活用した生産体制。様々な商品を提供する中で、顧客のニーズを把握、製造過程などの様々なデータの把握などを一括で管理し、顧客のニーズから製品を開発し、製造して商品に落とすまでの過程を、デジタルで一括管理したい。
研修テーマ	データを活用したマーケティング施策の検討

【小売業B社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	B社は、リアル店舗とインターネットのチャネルを融合させるオムニチャネル戦略を掲げ、取り組んでいる。オンラインでは流行の入れ替わりが激しいため、あくまでリアル店舗を軸とし、オンラインと融合することでリアルの価値を磨きたいと考えている。
経営課題	①フランチャイジーの中には、デジタル化など新しい取組に消極的な経営者があり、その対応に苦慮する場合がある。 ②フロントのデジタル化は進めているが、バックオフィスのデジタル化が遅れており、生産性が悪いと感じている。一方で、バックオフィスのデジタル化に対して従業員からの反対も多いと考えている。 ③今後海外店舗の拡充を進めていく中で、グローバル人材の不足が課題と感じている
DX変革で実現したいビジョン	単なるデジタル化にとどまらず、DXの必要性を理解している。デジタルは変化が速く、プレイヤーの移り変わりも速い。その中で、B社の強みは実店舗をもっているということであり、デジタルを活用し効率化を進めることで、接客に注力するなどリアル店舗のサービスの質向上に繋げたい。
研修テーマ	OMO（Online Merges with Offline = オンラインとオフラインの統合）による新規事業の検討

C社ではデジタル技術の活用による店舗業務の効率化、D社ではDX構想やロードマップ作成について検討を進めていくこととなりました

業務の実施：ヒアリングシートの作成

【サービス業C社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	業務の効率化を図るために、デジタル化を推進したいと考えている。業務の効率化を図る目的としては、生産性を高めたいからである。 現在、コンサルティング会社に委託し、店舗オペレーションのデジタル化を一部進めている。従業員の仕事内容の見える化を行いたいと考えている。 顧客の利便性、体験価値の向上に向けたDX化を進めていきたいと考えている。
経営課題	DXに絞ると、 ①物販のシステムの刷新。 ②店舗から経営層、店舗間での迅速な情報共有、の2点がある。
DX変革で実現したいビジョン	デジタルを活用し、どのような場所においても、同レベルの高品質な体験を受け、モノを購入できる仕組みを構築したいと考えている。 現在、店舗をショールーミングとして活用し、販売はECサイトで完結することなどを検討している。店舗にどの程度在庫を残すかが重要な検討事項である。 自宅でも、メタバースなどを活用して購買できる仕組みも検討している。
研修テーマ	デジタル技術の活用による店舗業務の効率化を検討

【金属加工業D社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	会社と従業員の目線をあわせるべく経営理念の方向性を検討している状況である。経営理念を踏まえたうえで、会社にとって必要なデジタル化・DX化の取組を明らかにして社内改革を進めたい。デジタル化やDXについてはまだ深くは理解できていないが、デジタルやDXの知識を身につけたいと考えている。
経営課題	人材不足が一番の課題であり、優秀な人材の確保が難しいと考えている。 また、人材育成にも課題を感じており、社員から経営層側になれる人材が少ないと感じている。若者からの人気がない業種・業務内容のため、若者にとって魅力的な会社になりたいと考えている。
DX変革で実現したいビジョン	デジタルやDXを活用して、会社の仕事を楽しくしたいと考えている。自立した社員の生産性や効率性が向上し、仕事にやりがいを見出して楽しく仕事ができるよう、環境などを整備したいと考えている。また、会社の地位を向上させ新しい事業を展開することも検討している。
研修テーマ	全社におけるDX構想を検討、ロードマップ作成

DXに取り組む意義として、c社は若い人材を惹きつけるために、D社は若い世代の認知度向上を目的として考えています

業務の実施：ヒアリングシートの作成

【サービス業E社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	経営者自身がデジタルや先進技術に興味があるため。特に地方の中小企業は時代背景やトレンドを意識する必要があり、デジタル・DX化を進めないと生き残れないと考えている。また、若い人材をひきつけるためにはデジタル化・DXを進める必要があると考えている。
経営課題	全般的な課題としては、若い人材の育成と成長がある。経営資源が乏しい中、中間層が少なく若手の育成に苦労している。現在は3年間の研修を行っているが、デジタル活用などにより短期間にしたいと考えている。若い人材の採用は特に問題ない。
DX変革で実現したいビジョン	会社の事業内容としては市場の縮小が避けられないが、デジタルを活用して将来的には世界市場に向けて広く展開したい。海外から材料を仕入れて国内で加工し、海外へ販売する流れを検討している。オフィスの在り方を変え、社員が好きな場所で働ける環境を構築したいと考えている。事業内容を踏まえると現場での作業は必須だが、拠点を意識せずに仕事できる環境を構築したいと考えている。

- ・初回面談設定し、研修テーマ確定後に、E社都合により辞退
- ・研修テーマ確定していたため、協働候補企業としてカウント（事務局ボストンコンサルティンググループに確認済）

【建設業F社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む意義	感触として、現状の客層が50代以上の高齢が多く、若い客層が少ない状況である。今後売り上げを増加するためには、若い世代から客層を集める必要があると考えている。そこで、20代から40代の認知度の向上を目的に、マーケティングのデジタル化を進めたいと考えている。
経営課題	社員の年齢層が高い状況である。顧客管理や在庫管理、勤怠管理、給与体制がアナログで無駄な動きが多い状況である。デジタル化が必須と考えている。
DX変革で実現したいビジョン	顧客層の若返りを目的に、SNSを活用したマーケティングを行い若い層からの顧客を増やしたい。また、小売りを増やしていきたいと考えている。小売りに関しては顧客管理が手書きになってしまっているため、顧客管理をデジタル化し全体をきちんと把握できるようにしたいと考えている。

- ・事務局からの協働候補企業の受入制限により、現場研修プログラムには推薦せず
- ・来年度以降の参加を案内済み

K社は刷新した基幹システムをもとに、効率的なデータ管理・運用を実践したいと考えています。

業務の実施：ヒアリングシートの作成

【食品製造業K社_ヒアリング内容（ヒアリングシートより一部抜粋）】

DXに取り組む 意義	社是に基づき「消費者の皆様からの信頼」を起点に既存事業・業務を見直すため、基幹システムの入替のプロジェクトを進めているが、社長の意思を反映できておらず、システムも置き換えるだけで時代遅れになってしまっている。 また、業務プロセスが複雑になってしまっている。データ集計においても、Excelの転記や集計を手作業で行っておりアナログで非効率になってしまっている。データの流れが複雑になっている。
経営課題	・システムが古いため、業務の抜本的な見直しによる生産性向上を目指したい。 ・幹部人材も含めた人材育成のシステムができていないため、人材育成・評価体系を確立する必要がある。
DX変革で実現 したいビジョン	新基幹システムを稼働開始予定である。また、工場において経費精算のSaaS導入を予定している。また、ファイルサーバーをクラウドストレージに入れ替える予定である。 現在は、部門ごとで縦割りになってしまっており互いが見えていない状況である。そのため、営業、生産、開発が他部門の状況や、お客様（消費者、卸、小売）の動向・市場の状況をきちんと見て把握できる環境を整えたいと考えている。ERPを入れたいと考えている。

- ・事務局からの協働候補企業の受入制限により、現場研修プログラムには推薦せず
- ・来年度以降の参加を案内済み



実施報告

1. サマリー
2. 地域企業に対する現場研修プログラム概要説明および協働候補企業の発掘
3. 協働候補企業に対する現場研修プログラムの案件組成
4. 協働候補企業のリスト作成及び協働候補企業と令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者の初回面談の調整

初回面談では、事務局同席のもと、現場研修プログラムにおける取組テーマについての意見交換を実施しました。

業務の実施：初回面談の調整

概要	■ 令和4年度当初予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業」の受託事業者（事務局）の初回面談の調整を行う		
初回面談の設定	会社名	初回面談日時	初回面談の状況
	食品製造業A社	令和4年8月3日 13:00～14:00	・A社が作成した会社概要や課題等を整理した資料をもとに、現場研修プログラムのテーマについて協議 ・複数案できたが、受講生に応じてテーマを決定することとなった
	小売業B社	令和4年7月20日 12:00～13:00	・会社概要や課題についての説明後、研修テーマについて協議 ・事務局から第1ターム（9月～10月）での現場研修プログラムを打診され、B社が応諾
	サービス業C社	令和4年8月24日 14:30～15:30	・会社概要や課題についての説明後、研修テーマについて協議 ・店舗業務の効率化や社内業務の課題の特定・解決に向けたロードマップの作成などを研修テーマとして検討することとなった
	金属加工業D社	令和4年8月25日 12:00～13:00	・会社概要や課題についての説明後、研修テーマについて協議 ・抱えている課題が多かったため、研修スタートまでに課題を一覧化してほしい旨を事務局からD社へ依頼
	サービス業E社	令和4年7月30日 15:00～16:00	・会社概要や課題についての説明後、研修テーマについて協議 ・初回面談では研修テーマのスコップが合わず、再協議となった ・研修テーマは9月26日に事務局と協議の上、決定した



その他

1. 大学等との連携

2. 企業ヒアリングから見てきた課題と考察

当法人独自の取組として、地方におけるデジタル人材育成に貢献するため、大学等と連携して本研修プログラム（受講生側）の周知を実施しました。

大学等との連携

概要	【当法人独自の取組】 ■ 地方におけるデジタル人材確保に向け、大学等と連携し、学生等に対して本研修プログラムの参加を促す
連携目的	■ 地方の中小企業においては特にデジタル化の進展が遅れているが、その要因の一つが地方におけるデジタル人材不足だと考えられる。 ■ そのため、大学等と連携し、その地域の企業の現場研修プログラムに参加してもらうことで、地域の企業がその地域のデジタル人材を育てるという好循環サイクルを目指した。
実施内容と成果	■ 大学等の学生に対して本研修プログラムの案内を実施。 ■ その結果、5名の学生が本研修プログラムに申し込みを行った。

学校名 (所在地)	特徴、連携内容など
新潟大学 (新潟県新潟市)	■ 10学部を擁する総合大学 ■ 情報系のゼミ生に対して、担当教授を通じて本研修プログラムを案内
長岡技術科学大学 (新潟県長岡市)	■ 実践的・創造能力を持つ指導的技術者を養成する工学系の国立大学 ■ 学務課に本研修プログラムを案内し、学生に周知頂いた
新潟工科大学 (新潟県柏崎市)	■ 4学系7コース制を有する私立大学 ■ 担当教官を通じて、候補となりそうな学生数名に声をかけて頂いた
三条市立大学 (新潟県三条市)	■ 2021年4月設立の公立大学 ■ 学長に対して本研修プログラムを案内 ■ 案内チラシを学内に掲載頂くこととなった
長岡工業高等専門学校 (新潟県長岡市)	■ 工業系の5学科を有する高等専門学校 ■ 担当教官に本研修プログラムを案内し、学生に周知頂いた

地方のデジタル人材を確保するため、地域特性を活かした人材育成プラットフォームの構築が必要だと考えます。

企業ヒアリングから見えてきた課題と考察

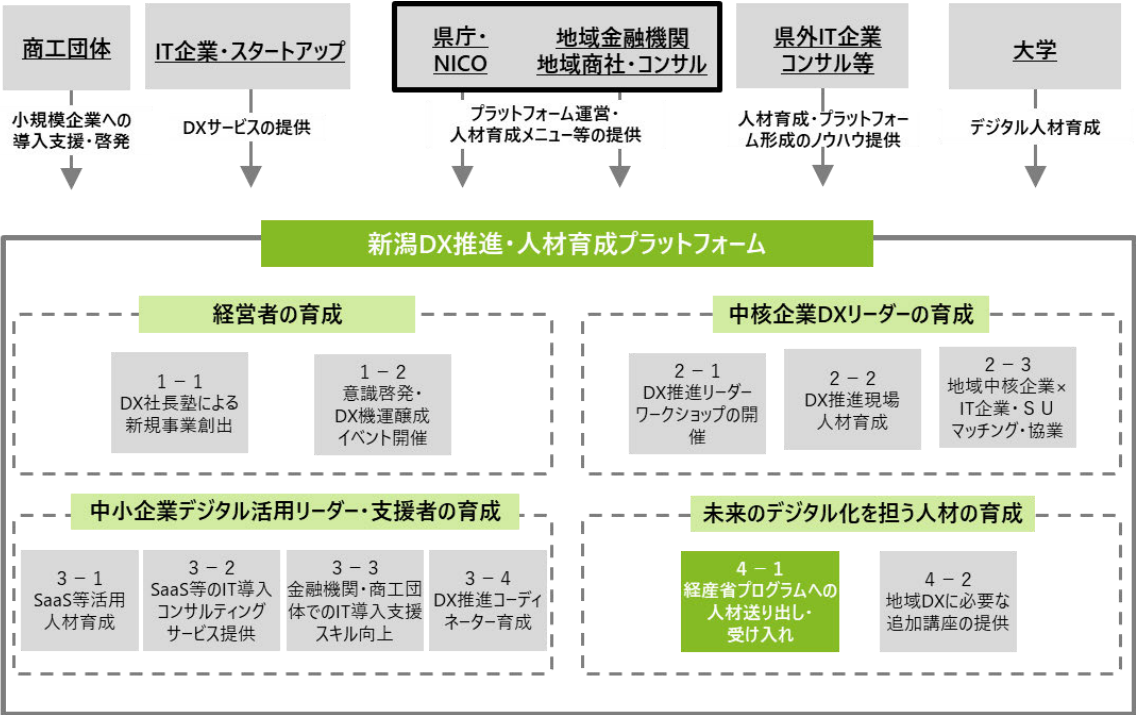
企業ヒアリングから見えてきた課題

- ✓ 新潟県内の中小企業約30社にヒアリングを実施
- ✓ 地方においては人手不足が深刻化するなか、業務効率化・生産性向上が急務
- ✓ デジタル化の必要性は理解しているが、デジタル化を推進していく人材が不足している。また、現場においてはデジタル化に抵抗を持つ社員も存在する（経営者が従業員にビジョンを示せないことに一つの要因がある）
- ✓ デジタル化は目的ではなく、手段である。目的となる経営課題や体制等は企業によって、全く異なるため個社ごとの個別支援が求められる

考察（今後の方向性）

- 地方においてデジタル人材をより育成できる仕組みが必要
- デジタル人材の育成のみならず、経営者や現場リーダーなどに対しても、デジタルリテラシーの向上が必要不可欠
- 地域の特性にあった人材育成のプラットフォームを確立することで、デジタル人材の育成と、企業の経営課題解決の好循環を目指す

目指す姿 【地域でデジタル人材を育成する体制の確立】



【ご確認事項】

- 本報告書は、貴局と当法人との間で締結された、令和4年6月29日付け契約書に基づいて実施した令和3年度補正予算「地域デジタル人材育成・確保推進事業（現場研修プログラム候補の案件組成事業）」をご報告するものであり、保証業務として実施したものではありません。内容の採否や使用方法については貴局自らの責任で判断を行うものとします。
- 本報告書に記載されている情報は、調査時点のものであり、公開情報を除き、貴局又は調査対象者から提出を受けた資料、また、その内容についての質問を基礎としております。これら入手した情報自体の妥当性・正確性については、当法人側で責任を持ちません。



デロイト トーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人 トーマツ、デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト トーマツ 税理士法人、DT 弁護士法人およびデロイト トーマツ コーポレート ソリューション合同会社を含む）の総称です。デロイト トーマツ グループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市以上に1万5千名を超える専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト トーマツ グループ Web サイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュートーマツ リミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト ネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTL および DTTL の各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTL はクライアントへのサービス提供を行いません。詳細は www.deloitte.com/jp/about をご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィック における100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務、法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート（非公開）企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。“Making an impact that matters”をパーパス（存在理由）として標榜するデロイトの約345,000名のプロフェッショナルの活動の詳細については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

