

令和 4 年度補正 事業環境変化対応型支援事業 (デジタル化診断事業)

事業報告書

令和 6 年 3 月 28 日

目次

1. 昨年度の振り返りと今年度事業の取組方針
 - 1-1. 昨年度の振り返り
 - 1-2. 今年度事業の取組方針
 - 1-2-1. 経営チェック項目の改修について
 - 1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について
 - 1-2-3. 事業者向けデジタル化事例について
 - 1-2-4. 事業者向けデジタル化サポートマニュアルについて
 - 1-2-5. 支援機関向けサポートマニュアルについて
 - 1-2-6. モニタリングレポートについて
 - 1-2-7. モニタリングレポートの傾向(業種別)について
 - 1-2-8. モニタリングレポートの傾向(規模別)について
2. 今年度事業の成果と評価
 - 2-1. 今年度の成果まとめ
3. 事業実施アンケートの分析
 - 3-1. アンケート概観
 - 3-2. 事業者向けアンケート結果
 - 3-3. 支援機関/デジタル化支援者向けアンケート結果
4. 事業者のデジタル化に関して
 - 4-1. 事業者のデジタル化のフローのモデル化
 - 4-2. みらデジによる気づきの場の提供
 - 4-3. デジタル化に対するモチベーションの向上
 - 4-4. 後続支援策の活用促進
5. 支援者による事業者のデジタル化支援
 - 5-1. 支援機関を中心とした支援ネットワークの構成
 - 5-2. 支援ネットワークの拡大・拡充
 - 5-3. 支援者による支援の活発化促進
 - 5-4. 支援者同士の連携促進
 - 5-5. 支援ネットワークの現状
 - 5-5-1. 地方公共団体が起点となった連携事例
 - 5-5-2. 支援機関－支援機関の連携事例
 - 5-5-3. 支援機関－デジタル化支援者の連携事例
 - 5-5-4. 支援機関/デジタル化支援者による一気通貫支援事例
 - 5-5-5. デジタル化支援者－デジタル化支援者が連携した支援事例

- 6.来年度以降の事業者デジタル化支援への示唆
 - 6-1.支援ネットワーク構築に関する今後の進め方
 - 6-2.支援者と事業者のマッチング
 - 6-3.事業者・支援機関のコミュニティ
 - 6-4.デジタル人材のさらなる育成について
 - 6-5.みらデジ事業のデータ基盤の活用
 - 6-6.みらデジリモート相談等専門家相談の改善
 - 6-7.他の公的支援策との連携・合流

【「事業環境変化対応型支援事業（デジタル化診断事業）有識者検討会」委員・オブザーバー名簿】

※検討会における議論では、みらデジ活用の促進方法としてこういったものがあるか委員・オブザーバーから広く意見をいただいております。頂戴した意見を参考にして、事務局にて報告書を作成しております。

座長：森 俊彦(一般社団法人日本金融人材育成協会 会長)
白石 崇(株式会社ライトアップ 代表取締役社長)
立石 裕明(一般社団法人小規模企業経営支援協会 理事長)
月田 有香(株式会社 MAIA 代表取締役社長)
本間 卓哉(一般社団法人 IT 顧問化協会 代表理事) 他

(オブザーバー：敬称略・五十音順)

金融庁
商工組合中央金庫
全国商工会連合会
全国信用金庫協会
全国信用組合中央協会
全国信用保証協会連合会
全国地方銀行協会
全国中小企業団体中央会
第二地方銀行協会
つなぐ IT コンソーシアム
デジタルインボイス推進協議会
特定非営利活動法人 IT コーディネータ協会
独立行政法人中小企業基盤整備機構
日本公認会計士協会
日本商工会議所
日本政策金融公庫
日本税理士会連合会

「事業環境変化対応型支援事業（デジタル化診断事業）有識者検討会」の開催状況等

第1回（令和5年6月30日）：事務局説明に基づく審議
第2回（令和5年10月20日）：事務局説明に基づく審議
第3回（令和6年1月29日）：事務局説明に基づく審議

1. 昨年度の振り返りと今年度事業の取組方針

1-1 昨年度の振り返り

みらデジは「経営課題の把握・顕在化」という入口から「デジタル化による経営課題解決」という出口までの一連のプロセスを支援していく事業であり、経営課題やデジタル化に対する取り組み状況及び同地域・同業種の事業者と比較した結果を把握できるようにするため、みらデジ経営チェックをポータルサイト上で公開したことに加え、「みらデジ知恵袋」等のコンテンツでデジタル化に関する情報発信を行ってきました。併せて、事業者が抱える経営課題について外部の専門家に相談する機会を提供するため、無料のオンライン相談である「みらデジリモート相談」を実施してきました。

また、昨年度事業(令和4年度)において実施したアンケートではデジタル化の具体的な効果や成果(持続的な稼ぐ力と自己変革力の向上)が十分に共有されていないことから、デジタル化に詳しい内部人材の育成・確保やIT投資への意識が醸成されておらず、人材や資金などの「リソース不足」により取り組みが進まなかったという回答が多く見受けられました。

中小企業・小規模事業者がデジタル化に取り組む際の課題として、「具体的な効果や成果がわからない」、「デジタル化の具体的な取り組み方法がわからない」という回答が昨年度のアンケート結果では多く見受けられたため、みらデジ経営チェック等で「稼ぐ力と自己変革力の向上」に向けて具体的にどのような効果があり、どのように次の取り組みを進めればよいのか分かる機能が必要だと考えられます。またデジタル化の意義や費用対効果について啓蒙する機能があれば、ITツール導入等のデジタル化は単にコストがかかるものではなく「稼ぐための投資であり、稼ぐ力と自己変革力の向上につながる」ことを事業者理解してもらう際に役に立つのではという方向性が昨年度の報告書で提示されていました。

中小企業・小規模事業者の持続的な「稼ぐ力と自己変革力の向上」の実現のためには、各支援機関がそれぞれの強みを活かしつつ、みらデジを含む各種支援策の活用や各支援機関の連携により、デジタル化への気づき、現状分析、経営課題の整理、導入計画の立案、リソースの確保、導入、運用の各プロセスを意識しながら一気通貫で支援することが重要であることから、支援機関自身が他の支援者と連携し、みらデジを含む各種支援策を活用してデジタル化支援を一気通貫で実施できるような仕組み作りを行うことが必要であるため、昨年度の報告書では今後の方向性として、ITの専門家やITベンダーも含めて、各支援機関がオンラインで事業者の課題やツール選定状況等を情報共有しながら、それぞれの強みを活かしつつ、全体として一気通貫で支援できる体制づくりを行っていく必要があると記載されていました。

1-2. 今年度事業の取組方針

昨年度の上記方針を踏まえ、事業環境の変化にデジタルを活用していきながら対応し、事業者自らが自己変革を行うように促す必要があるため、今年度は「稼ぐ力と自己変革力の向上」をみらデジ活用により事業者が達成する最終ゴールとしながら、「働き方の改善」、「人材の確保」等の中小企業・小規模事業者が抱える課題に対する対応策としてデジタル化を推進しました。また、みらデジのメインターゲットについて、デジタル化段階が段階 1～2 である事業者をメインターゲットとして設定し、デジタル化段階が段階 1～2 の事業者のデジタル化段階を向上させるような施策を展開しました。中小企業庁が実施する事業は複数存在しますが、その中でも本事業は、「デジタル化が進んでいない事業者にデジタル化するメリット等を理解してもらい、アナログな状態から脱却してもらうこと」を目的とした事業であると整理したうえで、メインターゲットを上記の事業者を設定しました。

また、他の関連施策(IT 導入補助金・ここからアプリ・IT 戦略ナビ・専門家派遣等)との関係性について、みらデジは事業者のデジタル化の入り口(経営課題の棚卸とデジタル化の意義・必要性に気づくこと)にあたる施策であると整理し、後続支援策として IT 導入補助金を始めとした他の関連施策を活用してもらうという流れを構築しました。

上記内容を踏まえ、みらデジ経営チェック項目・アウトプット画面を改修し、事業者が抱えている課題に対する具体的なアクションを提示するようなアウトプット画面に変更しました。

また、支援ネットワーク拡大のための取り組みとして、みらデジシステム内に対応可能フロー、対応可能領域、対応可能地域を支援者が入力する項目を新規作成し、事業者の抱えている課題に適した連携先支援者を連携元支援者が検索する機能を実装しました。併せて、支援機関の連携先としてデジタル化知見が豊富な IT コーディネータや IT 導入支援事業者などをみらデジ事業に呼び込むため、「デジタル化支援者」という枠組みを位置付け、支援ネットワーク拡大に向けたデジタル化支援者登録数増加のためのセミナー等を積極的に実施しました。

デジタル化支援の参画について、より多くのデジタル化支援者に参画してもらうため、8 月中にデジタル化支援者向けのオンライン説明会を実施し、オンライン説明会の様子を動画化したものをみらデジポータルサイト上に掲載することで、オンライン説明会に参加していない者に関してもどのような説明会だったのかを後日確認できるようにしました。デジタル化支援者については、以下の主体をデジタル化支援者として設定し、みらデジ事業への参画を呼び掛けました。

- ✓ IT 導入支援事業者又はスマート SME サポーター
- ✓ 国又は地方自治体等が認めた中小企業等のデジタル化支援が可能な事業者
- ✓ 下記で規定する資格を保有する者
 - IT コーディネータ
 - DX アドバイザー

支援者間の連携基盤として、みらデジ経営チェックのアウトプットを複数の支援者で共同閲覧し、支援状況を共同で記載・管理できる仕組みを実装しました。また、支援機関/デジタル化支援者の違いについて、事業者をはじめとするみらデジユーザーから問い合わせを受けることを想定し、「支援機関/デジタル化支援者の違いについて」というページをポータルサイト上に作成し、支援機関/デジタル化支援者として存在する主体一覧、役割分担等について説明を記載しました。

1-2-1. 経営チェック項目の改修について

昨年度事業では事業者が経営課題やデジタル化に対する取り組み状況及び同地域・同業種の事業者と比較した結果を把握できるようにするため、みらデジ経営チェックをリリースしましたが、リリース後に実施したアンケートにおいて「デジタル化の具体的な取り組み方法がわからない」という回答が多く見受けられていることから経営チェックの項目においても項目内容を見ただけでは、具体的に取組むべき経営課題をイメージするために必要な情報が不足しており、自社の経営課題について適切に回答できないケースが想定されていたので、不足している情報を補足し、事業者が経営課題についてよりイメージしやすくなるような文言改修を実施しました。Q1 経営チェック項目については夢・ビジョンを整理するために必要な情報が記載されている状態であったため、改修を実施せず、Q2 においては選択肢として提示している課題の具体例の記載内容が少なく、具体的にどのような課題が存在するのか分かりにくい状態であったため、具体例の内容を詳細化したうえで、表示されている課題名の下に表示する改修を行いました。

また、Q3 については記載されている IT ツール/サービス名では RPA と ERP が同じ選択肢として設定されていましたが、RPA と ERP はそれぞれ異なる機能を有する IT ツール/サービス（「RPA は業務の効率化のために導入されることが多いツール」、「ERP は情報管理を一元化することで経営を刷新するなどの目的で導入されることが多いツール」）であり、対応する課題が異なるため、RPA と ERP でそれぞれ設問を分割しました。併せて Q3 の表示文言で追加の補足文章があった方が利用状況をよりイメージしやすくなる箇所が存在したため、補足を追記する改修を実施しました。

※Q4、Q5 についてもチェック項目の改修を行っておりますが、こちらは経営チェックアウトプット画面に合わせて経営チェックの項目の改修を行ったことから、「1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について」の中に詳細内容を記載しているため、ここでの説明は割愛します。

設問内容:「Q1で回答いただいたあなたの夢・ビジョン（思いや意気込み）を実現するために必要な取り組みとしてあてはまるものを教えてください。」

設問番号	設問項目(変更前)
Q2-1	働き方の改善（残業時間の削減、テレワークなど）
Q2-2	人材の確保（社員の採用や育成など）
Q2-3	事業の引き継ぎ（後継者の育成、売却先を見つけるなど）
Q2-4	経営の改善・革新（新商品・新サービスの開発や、生産工程の効率化など）
Q2-5	新たな販売先の拡大（プロモーション、マーケティングなど）
Q2-6	事務業務の効率化（管理業務の効率化や負担の軽減など）
Q2-7	財務の改善（資金繰りや利益率の改善など）

設問番号	設問項目(変更後)
Q2-1	働き方の改善： (例) ・業務改善・効率化による省人化 ・グループウェアやWeb会議を活用した場所を問わない効率的な業務体制の実現 など
Q2-2	人材の確保： (例) ・HPリニューアルによる採用強化 ・eラーニングによる社員の自律的な学習支援 など
Q2-3	事業の引き継ぎ： (例) ・引き継ぎに向けたグループウェアを活用した社内業務手順のデジタル化 ・引き継ぎ先を探すためのマッチングプラットフォームの活用 など
Q2-4	経営の改善・革新： (例) ・外部内外のデータを活用した市場ニーズの高い新商品・新サービスの開発 ・AIを使用した生産時の品質チェック工程の自動化 など
Q2-5	新たな販売先の拡大： (例) ・MAツール・CRMを活用した自社サイト・広告施策の一括管理・自動化による顧客接点強化 ・ECサイトを活用した販売機会拡大 など
Q2-6	事務業務の効率化： (例) ・RPAを活用した単純業務の自動化 ・キャッシュレス決済・インターネット/クラウドを活用した資金管理業務の効率化 など
Q2-7	財務の改善： (例) ・受発注サービスを活用した在庫適正化 ・調達・生産・在庫・販売データの一括管理による取引最適化（適正な価格転嫁実現も含む） など

※選択肢に関しては、「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困っている」、「特に課題ではない/困っていない」、「事業に関係がない」の4項目のまま変更しない。

図 1

設問内容:「ITツール／サービスの利用状況について、各項目で最もあてはまるものをお答えください（それぞれ1つ）」

設問番号	設問項目(変更前)	設問番号	設問項目(変更後)
Q3-1	電子ファイルなどの情報を社内で共有できるITツール／サービス（ファイル共有サービスなど）	Q3-1	企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにするITツール／サービス（EDIや受発注管理サービスなど）
Q3-2	販売管理、在庫管理、購買管理などを行うITツール／サービス（販売管理システムなど）	Q3-2	日々の会計処理（売掛、買掛、入金、出金など）を行うためのITツール（会計ソフト・サービスなど）
Q3-3	購買情報や取引情報、決済情報など、顧客情報を一元管理して売上拡大を検討するITツール／サービス（CRMなど）	Q3-3	インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス（インターネットバンキング）
Q3-4	社内コミュニケーションツール（グループウェア・ビジネスチャットなど）	Q3-4	自社のWEBサイトやSNSアカウント
Q3-5	社内会議や商談などをオンラインで実施できるITツール／サービス（WEB会議システムなど）	Q3-5	電子ファイルなどの情報を社内で共有できるITツール／サービス（ファイル共有サービスやタスク管理サービスなど）
Q3-6	生産業務の自動化を実現するITツールや、自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理するITツール（RPAやERPなど）	Q3-6	社内会議や商談などをオンラインで実施できるITツール／サービス（WEB会議システムなど）
Q3-7	日々の会計処理（売掛、買掛、入金、出金など）を行うためのITツール（会計ソフト）	Q3-7	社内コミュニケーションツール（グループウェア・ビジネスチャットなど）
Q3-8	企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにするITツール／サービス（EDIなど）	Q3-8	販売管理、在庫管理、購買管理などを行うITツール／サービス（販売管理システムなど）
Q3-9	現金を使わず支払いができるサービス（キャッシュレス決済）	Q3-9	購買情報や取引情報、決済情報など、顧客情報を一元管理して売上拡大を検討するITツール／サービス（CRMやMAツールなど）
Q3-10	インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス（インターネットバンキング）	Q3-10	現金を使わず支払いができるサービス（キャッシュレス決済）
Q3-11	自社のWEBサイトやSNSアカウント	Q3-11	インターネット上で商品やサービスを売るための通販サイト（ECサイト）
Q3-12	インターネット上で商品やサービスを売るための通販サイト（ECサイト）	Q3-12	インターネット広告
Q3-13	インターネット広告	Q3-13	生産業務の自動化を実現するITツール(RPAなど)
		Q3-14	自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理するITツール（ERPなど）

※選択肢に関しては、「使っている取り組んでいる」、「取り入れてみたが使っていない」、「業務に必要ない」、「使っていないわからない」の4項目のまま変更しない。

図 2

1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について

「1-2-1. 経営チェック項目の改修について」の部分で昨年度のアンケート結果を踏まえた改修を実施した点について記載していましたが、改修前の経営チェックアウトプット画面においても、経営チェック結果に対する具体的なコメントが表示されておらず、アウトプット画面を見た事業者が今後の取り組み方針を把握することが容易ではない態となっていました。

また、規模という観点が表示ロジックに組み込まれていない状態であり、事業者が自社の経営実態と近い事業者の平均データと自社の経営チェックデータを比較できない状態になっていました。加えて、アウトプット画面に関しては事業者と紐づいている支援者も閲覧できる仕様になっていましたが、支援者が事業者のデジタル化を支援する際に参考にてできる情報が少なく、支援設計等の際に経営チェックアウトプット画面を活かせない状態となっていました。

上記の状態を解決するため、今年度経営チェックアウトプット画面においては、「チェック結果に対する具体的なアクション・イメージを記載する改修」、「規模という観点を表示ロジックに追加するための改修」、「支援設計に最低限必要な情報を取得するための改修」の3つの改修を実施しました。また、表示されるコメントについては、事業者が選択した項目に応じて、記載内容が変化するロジックに改修を実施しました。

「夢・ビジョン」画面の改修の方向性について

昨年度のアンケートにおいて、「デジタル化の具体的な取り組み方法がわからない」という回答が多く見受けられましたが、「夢・ビジョン」の改修前の画面では事業者が入力した内容に対するコメントが表示されておらず、経営チェックを実施した後にどのようなアクションを実施すればよいかわかりにくい状態となっていました。そのため、事業者の入力内容を踏まえ、今後のアクションを出力していく機能を実装していくことが必要だと考え、図3のように事業者が記入した夢・ビジョンに対する具体的な取組の方向性をコメントとして表示する改修を行いました。



図3

「経営課題」画面の改修の方向性について

改修前の「経営課題」画面では事業者が課題として感じている内容を一覧化して表示するだけに留まっており、アウトプット画面をみただけでは、どのような IT ツール/システムを導入すれば良いのかがわからず、その後の取り組みをイメージできない状態となっていました。そのため、事業者が自社の課題を解決するために導入すべき IT ツール/サービスを一覧を把握できるようにするため、図 4 のように「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困ってはいる」と回答した課題の解決につながる IT ツール/システムの導入状況を一覧化して表示するようにアウトプット画面を改修しました。

※図 4 のように事業者が「販路開拓」を「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困ってはいる」と選択している場合、「販路開拓」に対応できる IT ツール/システムを一覧で表示し、その導入状況も併せて確認できるように改修しました。

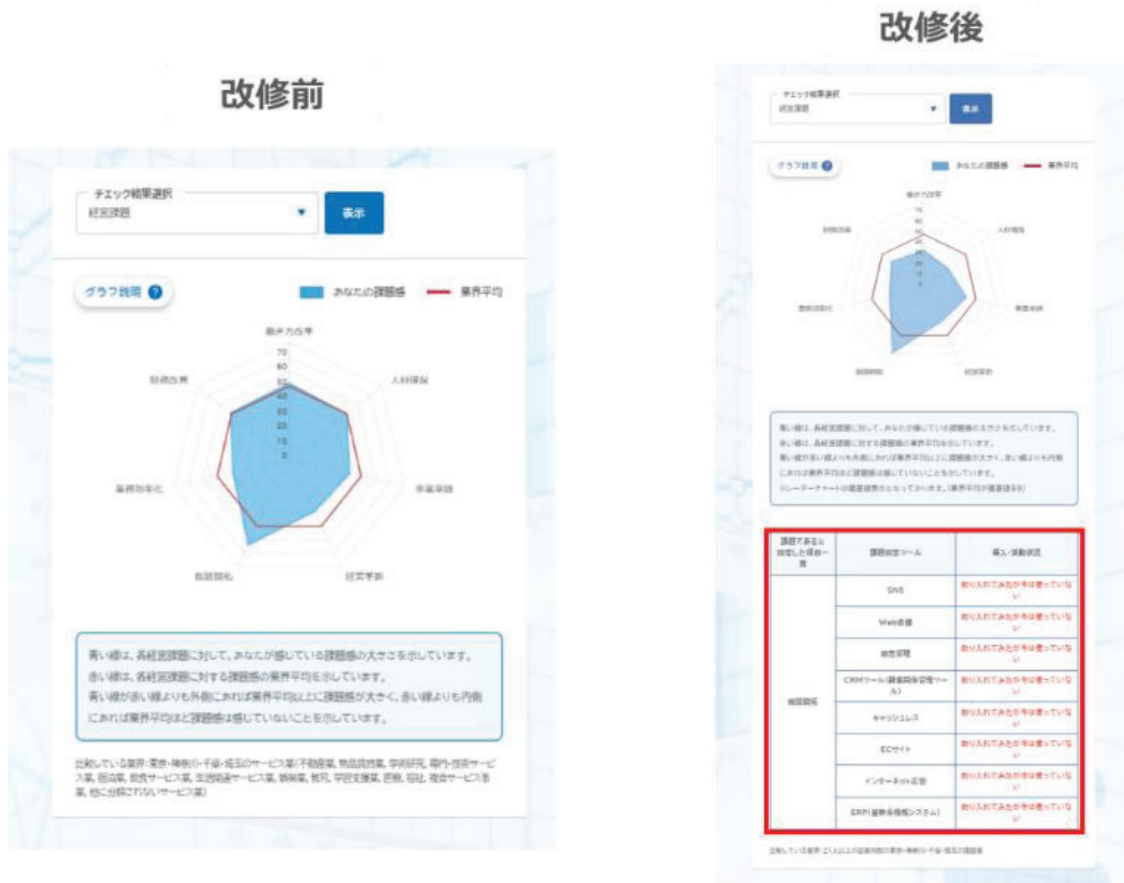


図 4

「取り組むべきことの占有率」画面の改修の方向性

改修前の「取り組むべきことの占有率」画面では取り組むべき課題の占有率が表示されるだけに留まっており、後続支援策の活用などその後どのように取り組みを進めたら良いかを把握できない仕様となっていました。昨年度実施したアンケートで「デジタル化に向けた取り組みは進んでいない・変わらない」と回答した者の回答理由として「デジタル化に対応する社内の体制(人・資金)が不十分であったため」という回答が上位にきていましたので、事業者のデジタル化への取り組みを進めるためには事業者の資金面での課題解消が必要であると考え、「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困ってはいる」と回答した課題に関連する補助金・助成金情報を表示する仕様に改修しました。

※補助金・助成金情報については「みらデジ知恵袋」のページに課題別に補助金・助成金情報をまとめたうえで、各課題のページリンクを経営チェックアウト画面に反映する形で補助金・助成金情報を掲載しました。

また、レーダーチャートで表示している偏差値について、改修前の反映ロジックでは「業種」×「地域」の観点で平均点を算出後、事業者の偏差値を算出するというロジックとなっており、「規模」の観点が反映されていない状態でした。ただ、「小規模事業者」と「小規模事業者以外の事業者」では経営実態が異なることから、事業者のデジタル化を進めるためには、より経営実態が近い事業者の平均データと比較してもらい、デジタル化を身近なものであると感じてもらうことが重要だと考え、「規模」の観点を算出ロジックに反映し、自社の経営実態と近い事業者のデータで経営チェック結果を比較できるような仕様に改修しました。



図 5

「デジタル化推進バランス」画面の改修の方向性

「デジタル化推進バランス」画面では効率的にデジタル化を推進していくため、現在の経営資源の配分状況を表示する仕様となっており、改修前の画面では「インターネット環境」、「予算の確保」、「社内の関心・意欲」、「IT・デジタルの人材確保」の4観点で現在の経営資源の配分状況を表示するアウトプット画面となっていました。ただ、デジタル化推進状況をより詳細に把握するためには上記の4観点に加え、「情報」、「時間」という観点も必要だと考え、「デジタル化検討の時間確保」、「デジタル化に関する情報取得」という項目を追加する改修を実施しました。

※この改修に併せる形で経営チェック Q4 の項目にも「経営者・従業員問わず、デジタル化の検討や推進を行う時間（工数）を確保している」、「他社の成功事例やデジタルサービスに関するセミナーなどデジタル化に関する情報を積極的に収集している」という項目を追加しました。

また、レーダーチャートで表示している偏差値について、改修前の反映ロジックでは「業種」×「地域」の観点で平均点を算出後、事業者の偏差値を算出するというロジックとなっており、「規模」の観点が反映されていない状態でした。ただ、「小規模事業者」と「小規模事業者以外の事業者」では経営実態が異なることから、事業者のデジタル化を進めるためには、より経営実態が近い事業者の平均データと比較してもらい、デジタル化を身近なものであると感じてもらうことが重要だと考え、「規模」の観点を算出ロジックに反映し、自社の経営実態と近い事業者のデータで経営チェック結果を比較できるような仕様に改修しました。



図 6

「デジタル化に必要な Next アクション指標」画面の改修方向性

「デジタル化に必要な Next アクション指標」画面について、改修前の画面では「伴走支援タイプ-情報収集タイプ」、「課題解明タイプ-安定志向タイプ」等のように事業者のデジタル化推進タイプを分類分けして表示する仕様になっていましたが、みらデジでは支援者がみらデジの結果を見て事業者を支援するという考えがあることから、支援者による支援を促進するため、支援者が事業者を支援する際にどのような情報を事前を取得しておけばスムーズな支援を実現できるかを把握する画面にすることで、支援者が提供する支援の質の向上につながるのではと考え、画面の役割を「事業者がデジタル化推進タイプを把握する」という役割から、「支援者が事業者を支援する際に役に立つ情報を把握する」という役割に変更したうえで、画面改修を実施しました。

改修の方向性については、支援者がどのような情報を事前に把握できれば、事業者の求めるやり方での支援提供につながり、結果としてスムーズなデジタル化支援につながるのかを検討した結果、事業者側が求める支援スタイルに関する情報（「最後の意思決定まで支援してほしい」、「必要な情報を提供するところまでに支援をとどめてほしい」等）、事業者のデジタル化のフェーズに関する情報（「解決すべき課題を特定できていない段階」、「解決すべき課題を既に把握している段階」等）等の情報を表示することが重要だと考え、「支援スタイル（伴走支援ニーズ/情報収集ニーズ）」、「デジタル化段階（課題特定フェーズ/課題解決フェーズ）」、「支援の進め方（スピーディーに進めたい/じっくり進めたい）」、「デジタル投資判断（費用重視タイプ/品質重視タイプ）」の4観点で支援設計において最低限必要な情報を収集できるようにアウトプット画面を改修しました。また、この改修により経営チェック Q5 の項目内容をすべて変更する対応を実施しました。



図 7

1-2-3. 事業者向けデジタル化事例について

事業者がデジタル化を推進していくことを促すコンテンツとして、事業者デジタル化事例、事業者向けデジタル化サポートマニュアル(デジタル化を進めていく際に必要な知識などについてまとめたマニュアルです。詳細については P19 を参照ください)などのコンテンツをみらデジポータルサイト上でリリースしましたが、事業者デジタル化事例については図 8 のようにみらデジポータルサイトにある「みらデジ知恵袋」のページから事例紹介ページにアクセスできるようポータルサイトを改修しました。またポータルサイト上で表示する際、事業者が自社の実態と近い事例を探しやすくするため、「課題別」、「業界別」、「ツール別」の 3 観点で事例を表示しました。

また、「4-3. デジタル化に対するモチベーションの向上」の部分で詳細を記載していますが、こちらで表示している事例については、みらデジ経営チェックの「業務で使っている IT ツール/サービス」画面で同業種・同規模の参考事例として表示するように改修しています。

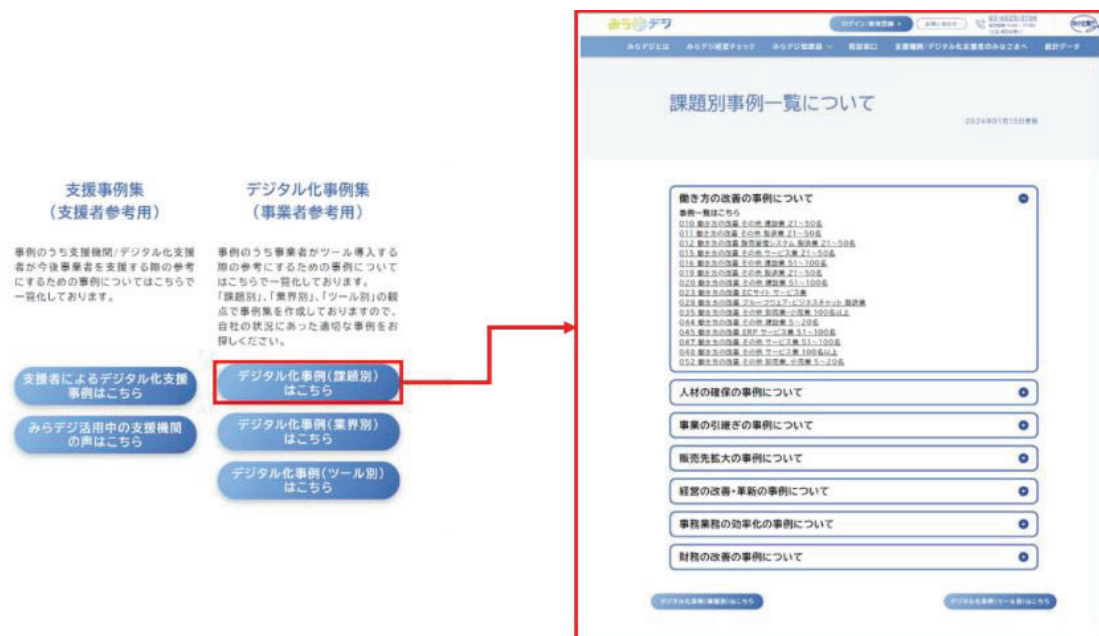


図 8

事例の区分分けの考え方について、課題別の事例については、みらデジ経営チェックの Q2 の選択肢を踏襲する形で「働き方の改善」、「人材の確保」、「事業の引継ぎ」、「販売先拡大」、「経営の改善・革新」、「事務業務の効率化」、「財務の改善」の 7 セクションに分けて掲載し、ツール別の事例については、みらデジ経営チェックの Q3 の選択肢を踏襲する形で「EDI や受発注管理サービス」、「会計ソフト・サービス」、「インターネットバンキング」、「自社の WEB サイトや SNS アカウント」、「ファイル共有サービスやタスク管理サービス」、「WEB 会議システム」、「グループウェア・ビジネスチャット」、「販売管理システム」、「CRM や MA ツール」、「キャッシュレス決済」、「EC サイト」、「インターネット広告」、「RPA」、「ERP」、「その他」の 15 セクションに分けて掲載しました。

また、業種別の事例については、事業者登録の際の登録業種区分を参考に、「農業・林業・漁業」、「鉱業、採石業、砂利採取業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「運輸業、郵便業」、「金融業、保険業」、「サービス業」、「建設業」、「製造業」、「卸売業、小売業」10 のセクションに分けて事例を表示しました。

※以降のページでは、課題別で表示している「働き方の改善」、「人材の確保」、「販売先拡大」、「経営の改善・

革新」、「事務業務の効率化」、「財務の改善」の事例について実際の事例内容を掲載しながら、どのような事例が存在するかを説明していきます。

※「事業の引継ぎ」の事例について現在は存在しない状態ですが、「事業の引継ぎ」に対する相談がみらデジリモート相談には寄せられているので、事業の引継ぎの事例を確認される場合は P105 の「事例 1 製造業の事業者様へのリモート相談」を参照してください。

働き方の改善の事例について

働き方の改善の事例については合計 47 件存在し、サービス業、建設業の事例が多く存在します。図 9 のように、グループウェア・ビジネスチャットを使って、情報解析基盤・コミュニケーション基盤を構築し、勤務場所を選ばずに仕事ができるようになった事例や、図 10 のように VPN 環境を構築することで、自宅や営業先でも社内データにアクセスできるようにし、働き方を改善したという事例が多く存在する傾向になっています。

どこにいても仕事ができ、迅速に動ける・人が助け合える会社を実現／株式会社今野製作所様の事例

事業概要情報

- 事業名称：株式会社今野製作所 (URL: <https://konoe.s.co.jp/>)
- 油圧機器事業：イグナル油圧バックスジャッキ、油圧機器設計製作
- 税金加工事業：グループ会社のシステム開発・構築のデータ・サイトサービス
- エンジニアリング＆サービス事業：多様な分野における、専用道具・治具の個別製作
- 福祉機器事業：福祉機器等の開発・製造販売

(支店) 情報

- 支店名称：株式会社ワイルドIT研究所 (URL: <https://dreaminstitution.com/>)
- 住所：東京都江戸川区東葛西 12-6 カブシビル 2F 従業員数：2名
- IT導入補助金支援事業
- DX推進計画策定のサポート (経営者で多岐の業種あり)
- 最先端技術を知ることが簡単に利用できるような工夫をしています

困っていたこと

【分散した事業所間での情報共有が困難】

- 様々なツールを導入して情報共有を始めたものの機能が設定できない、実用的に合わない、学習が難しい、時間がかかっていた。
- 事業所が複数存在し、社員同士のコミュニケーションがとりづらい環境であった。

解決策

【グループウェアによる情報解析基盤およびコミュニケーション基盤の構築】

- 安価にセキュリティ強化された情報共有及びコミュニケーションの基盤を構築。
- モバイル端末に導入して、迅速に動ける、人が助け合える職場となり、安心感を持って働くことができるようになった。

成果

【勤務場所を選ばず柔軟に仕事ができる体制ができた！】

- 担当業務のコミュニケーションがより円滑・確実になった。
- 工場・事務所、外出先、会社を離れての働きも可能・迅速に可能。
- チャットにより迅速に解決した職場の雰囲気も高まっている。
- 緊急連絡がより迅速になった。(2022年2月の豪雪工務、営業(電話)のとき等)
- 離れた場所にいる社員・サテライトでZoom会議 (Zoom) の活用。
- 社外とのファイルの受け渡し、情報共有のURL共有で安心かつ効率的。

建設業

経営課題：働き方の改善

導入ツール：グループウェア・ビジネスチャット

どこでも仕事ができる体制

社員同士がつながる (社内専用メッセージアプリ)

【デジタル化によって成果を出すことが出来た理由】

- 導入前に課題の整理、目的の設定を確立していたこと
- ビデオチャット、チャット、情報共有、スケジュール共有等組成的な環境でPOCを実践したコミュニケーションを設計できる自由なクラウド導入を行ったこと

図 9

業務効率化の推進／有限会社エーエージェント・カイセの事例

事業概要情報

- 事業名称：有限会社エーエージェント・カイセ (URL: <https://www.aigek-kaisei.com/>)
- 住所：東京都豊島区 従業員数：2名
- 医療従事者専門の保険会社

(支店) 情報

- 支店名称：株式会社カスリユーザーズ (URL: <https://www.fsa.s.co.jp/>)
- 通信コンサルティング事業を中心に情報通信設備・ITなど多岐に渡る分野において企業経営コンサルティングを行い、売上の向上・業務効率化・コスト削減・クラウドサービス導入への利益貢献をしています。

困っていたこと

【事例以外でデータを閲覧できず、確認に余計な費用がかかっていた】

- 事例以外での環境でデータを閲覧することができない状態であり、テレワーク時や営業先でデータを閲覧したい場合、事例所に確認するという作業が発生していた。

解決策

【自宅や営業先でもデータ確認ができるようVPN環境構築】

- いつでもどこでもデータを閲覧することができるよう、サーバーでのデータ管理とVPN環境の構築を実現。

成果

【確認工数削減とデータ消失リスクの低減を実現】

- データもどこでも確認できる環境になり、確認のための問い合わせ工数を大幅に削減。またデータのバックアップ環境を作ることによってデータ消失リスクが低減された。

金融業・保険業

経営課題：働き方の改善

導入ツール：グループウェア

外出先やテレワークでデータが確認できない状態

外出先や自宅でもデータ確認ができるようになった

【デジタル化によって成果を出すことが出来た理由】

- 確認したいデータを事例所に電話して事務の方経由で確認していたが、PCで入力して手帳に確認できるようにすることで、業務も事務もどちらも工数を削減することができた。営業先でも確認ツールとして活用できた。

図 10

経営の改善・革新の事例について

経営の改善・革新の事例については合計 28 件存在し、サービス業、製造業の事例が多く存在します。また、使用されるツールとしては「ERP」が多い傾向となっており、図 15 のように、ERP システムを導入し、情報を一元管理したうえで、管理コストを削減した事例が存在することに加え、図 16 のように販売管理システムを導入し、生産状況の効率化を実現した事例なども存在します。



図 15

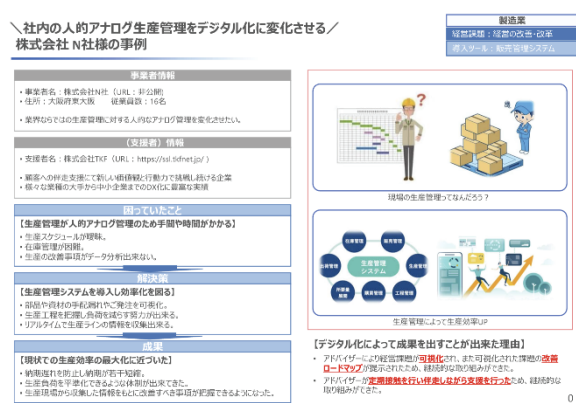


図 16

事務業務の効率化の事例について

事務業務の効率化の事例については合 88 件存在し、サービス業、卸売業・小売業の事例が多く存在します。「RPA」を使用し業務の自動化を実現した事例として図 17 のような事例が存在します。「RPA」を使用した事例以外にも図 18 のようにアナログで行っていた予定管理を一括管理・共同管理する体制を構築することで、データ管理にかかる工数を削減し、業務の効率化を実現したという事例も存在します。

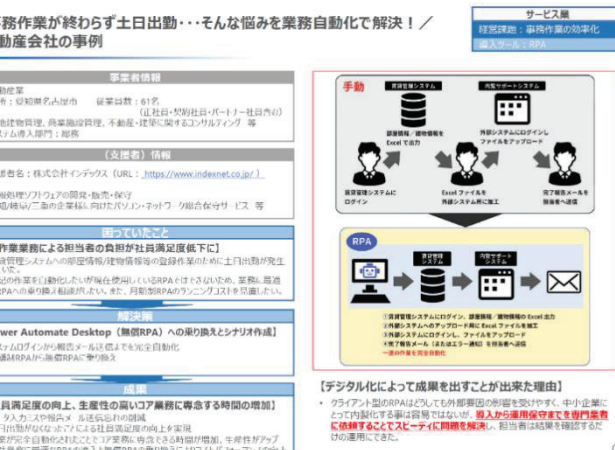


図 17



図 18

財務の改善の事例について

財務改善の事例については、合計 3 件存在し、製造業、サービス業の事例が存在します。図 19 のように、工程管理システムにより、収益状況をリアルタイムで把握したことで、適切な部材検討を実現し、収益改善を行ったケースなどが存在します。

／工程別原価管理・進捗管理を実現する、印刷業向け工程管理ソリューション／ 株式会社須田製版様の事例

事業者情報

- ・事業者名：株式会社須田製版 (URL: <https://www.suda.co.jp>)
- ・住所：北海道札幌市 従業員数：319名
- ・印刷（チラシ、パンフレット、カタログ、ポスター、雑誌など）
- ・製本、宣伝物の企画制作、イベント企画、POP・パッケージ制作、出版編集

（支援者）情報

- ・支援者名：株式会社HDC (URL: <https://hdcweb.lilac.co.jp>)
- ・ソフトウェア開発、システムコンサルティング、システム・ネットワーク設計
- ・IDC（サーバ運用管理サービス）、バックアップ・ジョイント導入サービス

困っていたこと

【生産コスト含め、収益がリアルタイムで把握できない】

- ・各工程でシステムが複数存在し一元管理ができていない。
- ・見積時・受注時・完了時点での原価計算がつかめない為、現時点での収益が把握できていない。

解決策

【「印刷工程管理システム」による業務と情報の統合】

- ・利用しているシステム機能を継承しつつ分散化されたサブシステムを統合させる。
- ・製品単価・社内原価を共通管理し、生産管理により作成された製品群単価を管理する事でリアルタイムな利益の把握を実現。

成果

【時間と部材の活用効率を向上し収益アップ】

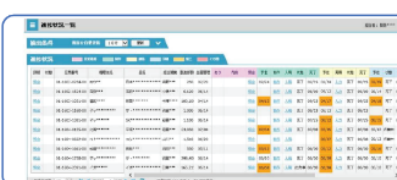
- ・適正な部材検討が可能となり、収益改善につながった。
- ・管理運用の軽減、二重入力の防止を実現した。

サービス業

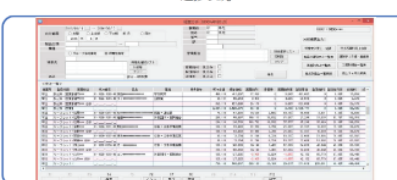
経営課題：財務の改善

導入ツール：その他

進捗状況



経営分析



【デジタル化によって成果を出すことが出来た理由】

- ・営業、生産部門で**案件毎の進捗状況が把握できる**事で、商談中案件の確実な受注につなげる事ができた。
- ・**案件毎の収益がリアルタイムに把握**できるようになり、**必要なタイミングで経営判断が可能**となった。

図 19

1-2-4.事業者向けデジタル化サポートマニュアルについて

事業者がデジタル化を推進していく際は「経営に関する知見」、「業務に関する知識」、「デジタルに関する専門的知識」という複層的な知識に加え、「ツールを販売する IT ベンダー等の対外折衝スキル」、「デジタル化に抵抗感を示すメンバーを説得しながらデジタル化を進めていく社内調整スキル」などが必要となるため、事業者が単独で進めることが難しいケースが多く、事業者のデジタル化を推進していくためには支援機関による支援が重要です。

一方、支援機関はあくまで第 3 者視点のアドバイスを行う機関であり、最終的にデジタル化を主導していくのは事業者自身であるため、デジタル化を推進する際に必要な知識について事業者理解してもらう仕組みづくりの一環として事業者向けデジタル化サポートマニュアルを作成し、「みらデジ知恵袋」のページで公開しました。

本マニュアルのリリースはアンケート実施後の 1/10 時点のリリースとなったため、アンケートでの効果測定はできていませんが、昨年度の報告書で記載されていた課題（「具体的な効果や成果がわからない」、「デジタル化の具体的な取り組み方法がわからない」）に対する対応をまとめたマニュアルであるため、一定の効果が見込めると考えられます。

まず、デジタル化が進んでいない事業者をメインターゲットとしていることから、次のように、『みらデジ』事業の概要を説明しています。

0.『みらデジ』事業の概要

～『みらデジ』式の経営課題解決までの流れ～

『みらデジ』での支援は、課題解決実施につなげる“3ステップ”があります。

デジタル化は「目的」ではなく「手段」という観点から、『みらデジ経営チェック』を通じて事業者が抱える経営課題への気づきを促し、『みらデジリモート相談』や『みらデジポータルサイト』を通じて、課題解決に向けたデジタル化などの取り組みの方向性について提案を行います。『みらデジリモート相談』では、専門家によるアドバイスが電話またはオンラインで無料で受けられます。ぜひご活用いただき、自社の課題解決に活かしてください。



図 20

また、昨年度のアンケート結果を踏まえ、デジタル化による具体的な効果・成果を可視化する仕組みづくりの一環として、事業者向けデジタル化サポートマニュアルにデジタル投資における費用対効果の算出方法を掲載しました。今後は、この費用対効果算出方法を用いることで、「デジタル投資における効果や成果の可視化ができること」を事業者に周知していくことで、成果の見える化につながると考えられます。

次のページ以降では事業者向けマニュアルの章ごとの記載内容について記載していきます。

事業者向けサポートマニュアル 第1章『みらデジ経営チェック』の見方と結果の活用方法

みらデジにおいては「みらデジ経営チェック」、「みらデジ知恵袋」等のコンテンツを活用することで事業者がデジタル化を中心とした経営状態を可視化し、経営に役立つ情報収集、支援機関/デジタル化支援者への支援相談につなげていく流れを想定しています。

このセクションでは「みらデジ経営チェック」の見方について説明しています。

「1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について」にも記載していますが、経営チェックアウトプット画面については、昨年度のアンケート結果を踏まえ、たうで、「チェック結果に対する具体的なアクション・イメージを記載する改修」、「規模という観点を表示ロジックに追加するための改修」、「支援設計に最低限必要な情報を取得するための改修」の3つの改修を実施しました。ただ、アウトプット画面の改修を行うだけでなく、アウトプット画面の正しい見方・活用方法を周知していくことで、事業者のデジタル化推進につながるのではと考え、本マニュアルに経営チェックアウトプット画面の正しい見方・活用方法を記載しています。

このセクションでは各経営チェックアウトプット画面に表示された内容をどのように活用していくのかという経営チェックの活用方法を記載していることに加え、Q1～Q5の経営チェック項目の設問の意図・ポイントなどについても説明しています。

※本セクションにおいて、経営チェックアウトプット画面で得られた情報を踏まえ、課題の見直しができるツールとして、ローカルベンチマーク¹、経営デザインシート²についても紹介しています。

1.『みらデジ経営チェック』の見方と結果の活用方法

-『みらデジ経営チェック』の概要-

本編はコチラ

『みらデジ経営チェック』は、事業者の皆様の経営課題やデジタル化の取組状況を確認し、デジタル化という手段を用いた課題解決に向けて、“気づき”を見つける無料ツールです。結果の見方などでご不明点があれば、是非「みらデジリモート相談」をご活用ください。専門家による解説等をご提供します。

『みらデジ経営チェック』は、5つの設問への回答を通じて経営課題やデジタル化の進捗状況の「可視化」「整理」を行うとともに、課題解決に向けた「ネクストアクション」を提案します。

5つの設問項目

- 経営者としての夢・ビジョンについて
- 経営上の課題について
- ITツール・デジタルサービスについて
- 経営やデジタル化に対する取り組み状況や意識について
- 経営課題への解決方向について



3

図 21

¹ 経済産業省 ローカルベンチマーク https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/sheet.html

² 内閣府知的財産戦略推進事務局 経営デザインシート

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/pdf/siryou01_shoki_design.pdf

事業者向けサポートマニュアル 第2章 デジタル化を進めるべき理由

事業者向けサポートマニュアルの3章以降では具体的なデジタル化の進め方を説明していますが、具体的なデジタル化の進め方を説明する前に、事業者「なぜデジタル化を進める必要があるのか」ということを理解してもらうことが重要だと考え、第2章では「デジタル化を進めるべき理由」を説明しています。

このセクションでは「デジタル技術によってビジネス環境が変わっており、事業者もデジタル化への対応が必須である」というデジタル化を進めるべき理由の説明に加え、「デジタル化を推進する際の主役は自社であるため、外注先にすべてを依存しないこと」というデジタル化を推進していく上で事業者が必要となるスタンス・考え方についても説明しています。また後述の「支援機関向けサポートマニュアル 第2章 4. IT ツール/サービスの費用対効果」の部分で説明している費用対効果算出方法についてもこのセクションに反映することで、事業者が自らデジタル化投資の費用対効果を算出できるようにしています。

2. デジタル化を進めるべき理由

-概要-

本編はコチラ

デジタル技術によってビジネス環境が変わっており、事業者もデジタル化への対応が必須です。

- 既存ビジネスが成り立たなくなるリスクはありますが、事業者の皆様にとってはチャンスもあります。
- まずは、身近にできるデジタル化から少しずつ確実に取り組みましょう。

	デジタイゼーション	デジタライゼーション	DX (デジタルトランスフォーメーション)
概要	アナログで行っていたことをそのままデジタルに置き換えること	デジタル技術を使って、今までやり方を新しい方法に変えてしまうこと	仕事の仕方、組織の在り方、文化等の社会の在り方そのものをデジタル技術によって変えてしまうこと
時期	・～2000年頃	・2000年頃～	・2010年頃～
例	- 紙の資料を電子化する - 訪問営業をオンライン営業に変える - PCに手入力していた作業を自動でデータに変換できるようにする	- ネット技術を利用して、シェアサービスを知る - 商品・サービスの販売経路を従来からサブスクリプション（定額利用）化する	知識・技術者の働き方の意識をインテリジェントな技術と結び、高効率な仕事形態と新しいような組織を構築できるようにする

※デジタイゼーション・デジタライゼーション・DXの概念は、技術進化の異なる段階をそれぞれ示すものであり、必ずしも段階的に進んでいくとは限りません。

あくまでも主役は自社です。

経営者やデジタル化推進の担当者が、自社の経営課題の解決を念頭におきデジタル化の目的を理解して、施策を進めていくことが必要です。

- 経営者の心得として、「現場は必ず抵抗する」という前提で臨みましょう。
- デジタル化推進担当者の心得として、投資対効果が十分にあること、デジタル化のグランドデザインを描き、具体的な体制・予定を経営層に示しましょう。

4

図 22

事業者向けサポートマニュアル 第3章 デジタル化戦略立案のステップ

実際にデジタル化を推進する際の流れとして、「デジタル化戦略を立案し、その後具体的な IT ツール/サービスの導入を検討していく」という流れが一般的なデジタル化推進の流れとなります。

デジタル化戦略を立案する際は「グランドデザインの策定」、「課題の特定」、「対応策の検討」、「継続投資の必要性」と4つのステップで戦略立案を進めていくことが一般的な流れとなります。

このセクションではデジタル化戦略立案におけるそれぞれのステップごとの実施内容を説明しています。

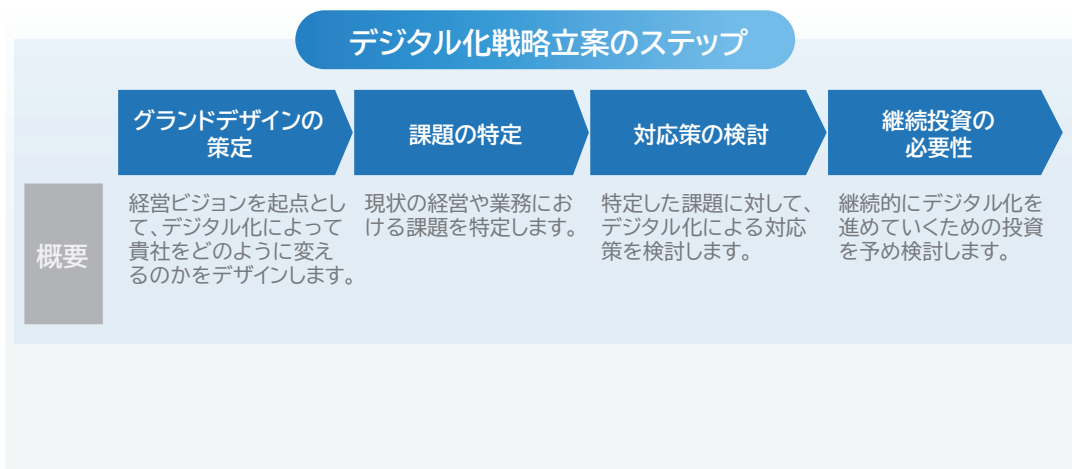
また、「課題の特定」を行う際は自社の業務の棚卸を行ったうえで、どの業務にボトルネックが存在するのかを特定していくことが必要になりますので、業務フローを作成による業務の可視化を行いながら、デジタル化課題を特定していく手順についてもこのセクションで説明しています。

3. デジタル化戦略立案のステップ

- デジタル化戦略立案のステップ ～本章の全体像・概要～ -

本編はコチラ

本章では、デジタル化戦略立案について解説しますが、大きく4つのステップで進めていきます。学ぶ内容が多いため、全体像を見失わないように各ステップを意識しつつ進めてください。



5

図 23

事業者向けサポートマニュアル 第4章 デジタル化実践

「第3章 デジタル化戦略立案のステップ」ではデジタル化戦略立案の流れを記載していましたが、「第4章 デジタル化実践」では「システム開発の種類(スクラッチ開発、パッケージサービス/クラウドサービス等)」、「パッケージ/クラウドサービスの活用」、「システム開発の費用感」、「外注の進め方」、「外注先プレイヤーの分類」、「外注時の心構え」としてデジタル化を進めていく際に必要な知識についてまとめています。

※中小企業・小規模事業者向けに販売されているツールの中には SaaS 等のように開発の必要がないツールも多く存在しますが、相見積の考え方や外注時の心構えはどのようなツールを導入する場合でも必要となる内容ですので、事業者が導入するツール内容に合わせて、自社に必要な部分を参照してもらう形にしています。

4. デジタル化実践

- デジタル化実践における基礎知識 ～本章の全体像・概要-

本編はコチラ

本章では、デジタル化実践にあたって理解が必要となる知識を解説します。SaaSなどのツールを導入する場合は必ずしも必要とはならない知識もありますが、相見積の考え方や外注時の心構えはいずれも必要ですので、自社に必要な箇所を習得してください。

デジタル化実践の基礎知識						
	システム開発の種類	パッケージ/クラウドサービスの活用	システム開発の費用感	外注の進め方	外注先プレイヤー分類	外注時の心構え
概要	ゼロからのシステム開発から、既にあるものを利用する開発まで、システム開発の種類についての解説します。	導入コストやスピードの観点で手を付けやすいパッケージ/クラウドサービスの導入の進め方を解説します。	どのような考え方によって、開発費用が決まるのかや、相見積の仕方についての解説します。	システム開発がどのようなステップで進められるのかについての解説します。	外注を行う際にどのようなプレイヤーがいるかを特徴ごとに分類して解説します。	外注を行う際に身に付けておきたい心構えを紹介します。

6

図 24

事業者向けサポートマニュアル 第5章 外注先との契約について

「第3章 デジタル化戦略立案のステップ」、「第4章 デジタル化実践」ではデジタルツール導入時に必要な知識などを説明していましたが、導入するITツール/サービスを決定した後に実施すべき事項として外注先との契約締結業務が存在します。実際にシステムを開発する際は、契約書を作成し、自社・外注先の役割分担や責任範囲を明確化しておくことが重要です。

ITツール/サービスを導入したことがない事業者が契約内容等を正しく理解していない状態で導入を進めてしまい、導入を進めていくタイミングでトラブルが発生するというケースもありますので、本マニュアルにおいては外注先との契約時において、注意すべきこと（「契約の作成時の注意事項」、「契約の種類」、「外注先と自社でそれぞれ発生する義務」等）についてまとめています。

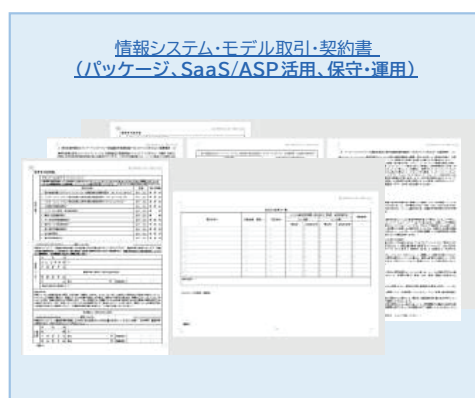
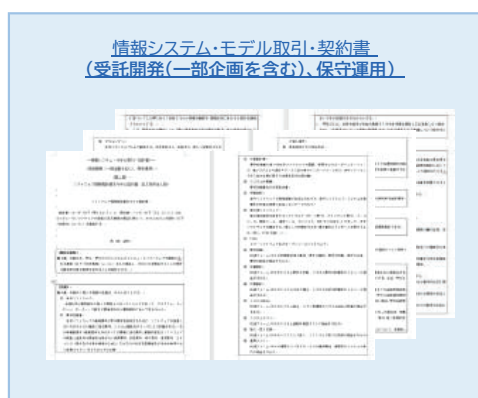
5. 外注先との契約について

-概要-

本編はコチラ

システム開発にあたっては、注文書等で済ますのではなく、必ず契約書を作成すべきです。

- システム開発を行う場合は、契約によって自社・外注先の役割分担や責任範囲を明確にしましょう。
- 準委任・請負といった契約形態の違いや、契約によって生まれる義務を把握し、外注を活用しましょう。



情報処理推進協会『「情報システム・モデル取引・契約書」第二版』
<https://www.ipa.go.jp/ikc/reports/20201222.html>

7

図 25

1-2-5. 支援機関向けサポートマニュアルについて

「1-2-4. 事業者向けデジタル化サポートマニュアルについて」でも記載していましたが、事業者がデジタル化を推進していく際は「経営に関する知見」、「業務に関する知識」、「デジタルに関する専門的知識」という複層的な知識に加え、「ツールを販売する IT ベンダー等の対外折衝スキル」、「デジタル化に抵抗感を示すメンバーを説得しながらデジタル化を進めていく社内調整スキル」などが必要となるため、事業者が単独で進めることが難しいケースが多く、事業者のデジタル化を推進していくためには支援機関による支援が重要です。

一方で、従来の支援機関（「商工会」、「商工会議所」、「よろず支援拠点」、「金融機関」等）は、自機関内にデジタルに対応する知見が不足しており、事業者に対してスムーズな支援を提供できないという状態になっていました。

上記の状況を踏まえ、従来の支援機関に不足しているデジタル化に対応する知見を補うため、事業者のデジタル化を支援する際のフローごとに必要な知識をわかりやすく示し、支援機関の支援機能向上および事業者のデジタル化を推進するためマニュアルを作成し、ポータルサイト上に掲載しました。



図 26

本マニュアルは 3 章構成となっており、第 1 章では「本マニュアルの対象読者と活用方法」、「みらデジ事業の概要」について説明し、第 2 章では「事業者デジタル化支援の全体像」、「支援機関の支援範囲」、「みらデジ経営チェックの見方と結果の活用方法」、「課題棚卸～解決までの流れ」、「IT ツール/サービスの費用対効果」、「みらデジリモート相談の活用」、「支援機関とデジタル化支援者の連携」について説明を記載しています。また、第 3 章では APPENDIX として「事業者のデジタル化の実態」、「デジタル化に必要な基礎知識」、「デジタル化を推進する者としての心得」について説明を記載しています。

※本マニュアルは第 2 章がメインのマニュアルとなっていますので、以降のページにおいて第 2 章でどのような内容を記載しているのか、概要版のスライド内容を掲載しながら説明を記載します。

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 1.事業者デジタル化支援の全体像

支援機関がみらデジを活用し支援を提供してもらう前に、事業者のデジタル化支援の流れについて支援機関と認識共有を行うセクションとなっています。「第2章 1. 事業者デジタル化支援の全体像」以降のセクションでは「支援機関の支援範囲」、「みらデジ経営チェックの見方・活用方法」、「課題棚卸～解決までの流れ」など実際に支援を提供していく際に意識すべきポイントについてまとめていますが、実際に支援を提供していく際に意識すべきポイントを説明する前に、支援機関にデジタル化支援の流れについて理解してもらうことで、後述内容の理解促進につながるのではと考え、第2章の冒頭にこの内容を反映しています。

ここでは「事業者のデジタル化支援の流れ」の全体像の説明に加え、「事業者接点」～「運用」のフローごとにどのような内容を実施するのかについても説明を記載しています。また、みらデジの主な対応領域は「気づき」～「課題設定」であり、「導入計画立案」以降は専門性を持ったデジタル化支援者に連携することで、更なるデジタル化により持続的に稼ぐ力と自己変革力を向上し続けることを目指せることについても記載しています。

2-1. 事業者デジタル化支援の全体像 -概要-

本編はコチラ

『みらデジ』での事業者デジタル化支援は、「事業者接点」～「運用」の7ステップがあります。

『みらデジ』の主な対応領域は「気づき」～「課題設定」ですが、事業者がデジタル化の実装によって、稼ぐ力と自己変革力の向上まで行えるようにするため、「導入計画立案」以降は主に専門性を持ったデジタル化支援者への連携を行うことで、その後も、更なるデジタル化によって、持続的に稼ぐ力と自己変革力を向上し続けることを目指しています。

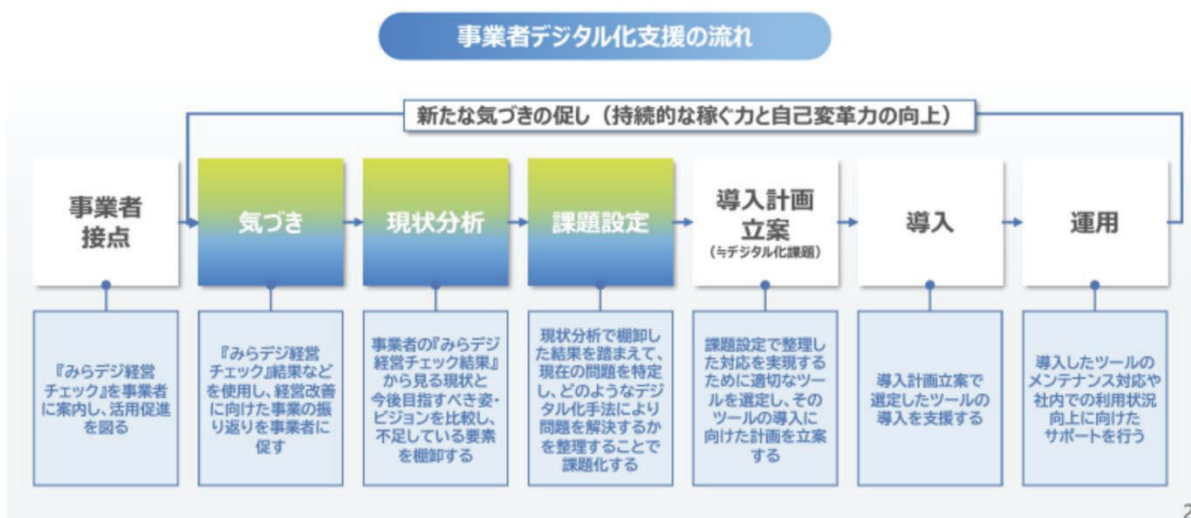


図 27

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 2.支援機関の支援範囲

P25 で記載していた通り、事業者のデジタル化を支援していくには複層的な知見が必要になりますが、支援者により得意分野が異なることを踏まえると、支援者ごとに連携しながら事業者のデジタル化支援を進めていくことが現実的な支援提供方法になるため、支援機関がデジタル化支援者と連携しながら支援を提供していくことを想定し、それぞれの支援範囲について記載しているセクションとなります。

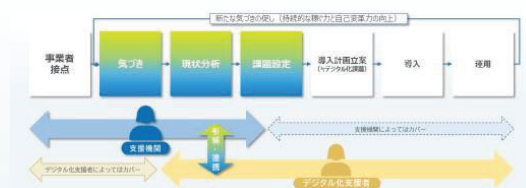
また、支援機関においても機関ごとに得意分野が分かれるケースがあることを想定し、「支援機関がデジタル化支援者に連携するケース」、「支援機関が事業者接点を作り、他の支援機関と連携して課題設定し、デジタル化支援者に連携して支援するケース」、「支援機関が（デジタル化支援者の役割も兼ねて）一気通貫で支援するケース」、「支援機関がみらデジリモート相談を活用し課題設定を行うケース」という4つのモデルケースを作成し、それぞれのケースにおいて「支援機関/デジタル化支援者がどのような役割を担うのか」「デジタル化支援者と連携する際にどのようなポイントに気を付ければよいのか」という点についても説明しています。

2-2. 支援機関の支援範囲 -概要-

本編はコチラ

支援機関に期待する主な支援範囲は、「事業者接点」～「課題設定に必要な前提整理」です。

- 支援機関：
事業者接点、『みらデジ経営チェック』の勧奨、事業者の事業の現状分析、課題設定のための前提整理等
- デジタル化支援者：
デジタル化の専門的な知見を活かし、現状分析を踏まえた適切な課題設定、ITツール導入支援等



支援機関の対応可能範囲や事業者の実情に合わせて柔軟に支援を進めてください（他機関への連携など）。

- 本サポートマニュアルでは、代表的な4つの事業者デジタル化支援のモデルケースを紹介しています。
- 別の支援機関・デジタル化支援者に支援を引き継ぐことやみらデジリモート相談を活用いただきながら支援を実施いただきます。
- 本サポートマニュアルで紹介しているケースは例になりますので、ケースにとらわれず、支援機関の対応可能範囲や事業者の実情に合わせて柔軟に支援を実施してください。（支援方法や連携手法などのご相談もみらデジリモート相談で受け付けています。）



3

図 28

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 3.『みらデジ経営チェック』の見方と結果の活用方法

「1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について」で詳細内容について触れていますが、経営チェックアウトプット画面については昨年度のアンケート結果を踏まえたうえで、「チェック結果に対する具体的なアクション・イメージを記載する改修」、「規模という観点を表示ロジックに追加するための改修」、「支援設計に最低限必要な情報を取得するための改修」の3つの改修を実施しました。ただ、みらデジを正しく使いこなせない支援者も一定数存在する可能性があるため、アウトプット画面の改修を行うだけでなく、アウトプット画面の正しい見方・活用方法を周知していくことで、支援者の支援の質向上ひいては事業者のデジタル化推進につながるのではと考え、本マニュアルに経営チェックアウトプット画面の正しい見方・活用方法を記載しています。

このセクションでは各経営チェックアウトプット画面に表示された内容をどのように活用しながら、支援を提供していくのかという経営チェックを用いた支援方法について記載していることに加え、Q1～Q5の経営チェック項目の設問の意図・ポイントなどについても説明しています。

※本セクションにおいて、経営チェックアウトプット画面で得られた情報を踏まえ、課題の見直しができるツールとして、ローカルベンチマーク³、経営デザインシート⁴についても紹介しています。

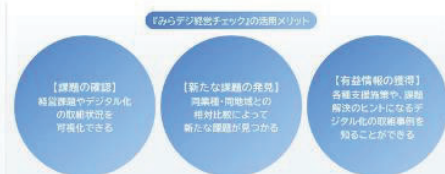
2-3.『みらデジ経営チェック』の見方と結果の活用方法 -概要-

本編はコチラ

『みらデジ経営チェック』は、5つの設問への回答を通じて、同業種・同地域の事業者と比較しながら、事業者の経営課題やデジタル化の取組状況を確認することができるツールです。

5つの設問項目

- Q1. 経営者としての夢・ビジョンについて
- Q2. 経営上の課題について
- Q3. ITツール・デジタルサービスについて
- Q4. 経営やデジタル化に対する取り組み状況や意識について
- Q5. 経営課題への解決方向について



各設問の意図を理解し、「チェック結果を踏まえた支援方法」を参考にすることで、『みらデジ経営チェック』結果を用いた事業者の事業の振り返りがスムーズに行えます。

- Q1. 経営者としての夢・ビジョンについて
【支援方法】ビジョン深耕、ビジョン実現を目的とした支援のきっかけ など
- Q2. 経営上の課題について
【支援方法】課題の優先順位づけ、新たな課題の発見 など
- Q3. ITツール・デジタルサービスについて
【支援方法】導入・運用障壁の振り返り、潜在ニーズの掘り起こし など
- Q4. 経営やデジタル化に対する取り組み状況や意識について
【支援方法】経営課題やデジタル化の取り組み進捗を阻害する要因の洗い出し など
- Q5. 経営課題への解決方向について
【支援方法】事業者のニーズ(支援タイプ)を踏まえた支援、課題解決策の方向性検討や連携先選定 など

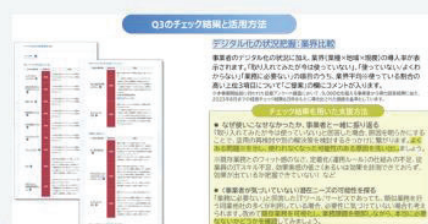


図 29

³ 経済産業省 ローカルベンチマーク https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/sheet.html

⁴ 内閣府知財戦略推進事務局 経営デザインシート

https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/pdf/siryou01_shoki_design.pdf

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 4.課題棚卸～解決までの流れ

P25 で記載している通り、デジタル化を推進していく際は「経営に関する知見」、「業務に関する知識」、「デジタルに関する専門的知識」という複層的な知識が必要になりますが、従来の支援機関(「商工会」、「商工会議所」、「よろず支援拠点」、「金融機関」等)はデジタルに関する課題に対応することが少なく、自機関内にデジタルに対応する知見が不足している状態となっています。

そのため、このセクションでは事業者が抱える課題について、「経営に関する課題を業務に関する課題へ落とし込む方法」、「業務に関する課題を解決する IT ツール/サービスの導入検討方法」の一連の流れを「課題棚卸フレーム」としてまとめており、デジタル化知見が不足している支援機関が知見不足を補う形でデジタル化支援の流れを把握しながら、支援の質を向上させていくことを狙いとしたセクションになります。

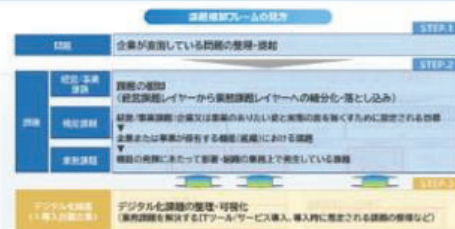
また、このセクションにおいては実際にデジタル化課題を特定する際の参考資料として活用できるように「5 業種」×「4 経営課題」の切り口でデジタル化課題特定する際のケーススタディを記載し、事業者の既存業務の可視化と流れを把握するために役立つ業務フローの作成方法についても説明しています。

2-4. 課題棚卸～解決までの流れ -概要-

本欄はコチラ

課題棚卸フレームを活用することで、デジタル化課題設定までの前提整理が円滑に進められます。

- 経営の問題からデジタル化課題を特定する流れを把握できていると、課題設定のための前提整理時に事業者が納得しやすい説明が可能になります。
- 企業が直面している問題を明らかにし、その問題を解決するためにすべきこと(課題)を、経営課題レイヤーから業務課題レイヤーへ細分化することが、デジタル化課題設定までに必要な前提整理となります。
- 「デジタル化課題の整理・可視化」の主な支援者はデジタル化支援者です。専門的な知見までを保有する必要はありません。



『「みらデジ経営チェック」の経営課題から抽出した4課題』×「主要な業種」のケーススタディを紹介しています。事業者支援時(現状分析～課題設定)に役立ててください。

<みらデジ経営チェック Q2の経営課題>

経営課題:働き方の改善 (対応する問題:業務管理ができない、労働環境が悪い、柔軟な働き方に対応できない等)
経営課題:人材の確保 (対応する問題:人手が足りない、必要なスキルを持った従業員がいない等)
経営課題:事業の引き継ぎ (対応する問題:後継者がいない、後継者の育成が大変、売却先が見つからない)
経営課題:経営の改善革新 (対応する問題:利益率が悪い、過剰在庫や在庫不足になることが多い等)
経営課題:新たな販売先の拡大 (対応する問題:売上が伸びない、既存の販売先が縮小してきた等)
経営課題:事務業務の効率化 (対応する問題:バックオフィス業務のコストが高い、バックオフィス業務が社長の業務リソースを圧迫する等)
経営課題:財務の改善 (対応する問題:キャッシュフローが回らない、売り上げは拡大するが利益は拡大しない等)



図 30

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 5. IT ツール/サービスの費用対効果

中小企業・小規模事業者がデジタル化に取り組む際の課題として、「具体的な効果や成果がわからない」という回答が昨年度のアンケート結果では多く見受けられていましたが、IT ツール/サービスを導入した際の費用対効果算出方法を本マニュアルに掲載し、支援者が事業者を支援する際に「どの程度費用が掛かっているのか」、「どの程度効果が得られている」を可視化できるようにすることで、事業者がデジタル化の効果・成果を理解してもらうことにつながるのではと考え、費用対効果算出方法をまとめたセクションとなっています。

また、このセクションでは導入 IT ツール/サービスの定量効果として「時間や経費の削減」、「売上の向上」の2種類が存在することについて説明したうえで、どのようなパターンであれば、IT ツール/サービスを導入すべきなのかという導入時の判断ポイントについても説明しています。

実際に IT ツール/サービスの導入を評価する際は、このセクションに記載している費用対効果算出方法を参考に定量的な効果を検証していくことが重要ですが、定性的な効果（「RPA などの業務自動化ツールを導入により、単純作業の時間を減らし、付加価値の高い仕事に専念する時間を確保したことで、従業員のモチベーションが向上した」、「チャットボット機能を HP に実装し、顧客の質問にタイムリーに対応できる体制を構築し、顧客の満足度を向上させた」等）についても評価しながら、導入判断や導入後の検証を進めていくことでより経営実態に即した効果検証につながります。また、費用対効果算出方法の「効果」の算出方法については、IT 導入補助金の活用前後の生産性向上状況を検証していく際にも参考にできる内容となっています。

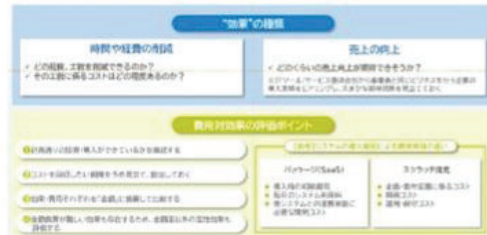
※IT ベンダーから無理な営業を受けてしまった場合などに、IT ベンダーから勧められたツールが自社に適しているツールなのかを調べる際に、費用対効果算出方法が役に立つことが考えられます。

2-5. ITツール/サービスの費用対効果 -概要-

本編はコチラ

導入ITツール/サービスの定量効果は、「時間や経費の削減」「売上の向上」の2種類があります。
費用対効果を試算するには、コスト回収時期の設定、効果の金額換算が必要です。

- ITツール/サービスの導入効果は、「時間や経費の削減」「売上の向上」があります。ITツール/サービスの特性や使い方によっては、両効果が見込まれるケースも存在します。
- 効果と費用を比較するためには、コスト回収時期を設定し、それぞれ「金額」に換算します。
- ITツール/サービスの費用には、主に「導入初期費用」「毎月の利用料」「他のシステムとの連携に必要な開発コスト」などが含まれます。



定量効果・定性効果と費用を比較して、導入判断や導入後の検証を行ってください。

- 費用対効果を試算すべきタイミングは、導入判断だけではなく、導入した後に期待効果が得られているのか、想定以上の費用がかかっていないかを検証する際にも、費用対効果の算出は重要です。
- ミスが減ることの安心感や意思決定速度の向上など、金額換算が難しい定性効果も存在します。定量効果と定性効果を評価したうえで、費用と比較してください。
- なお、グループウェアやネットワーク基盤などのインフラ型のシステムについては、単純に売上額やコスト削減額だけでなく、投資額の売上比率や一人あたり投資額等を用いて評価するケースもあります。

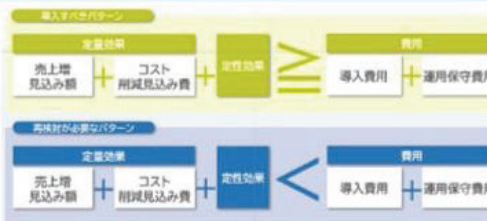


図 31

支援機関向けサポートマニュアル 第2章 7. 支援機関とデジタル化支援者の連携

機関の支援範囲」の部分で支援機関とデジタル化支援者の役割分担について記載していましたが、事業者のデジタル化支援を行う際は、役割分担を明確化させることだけでなく、スムーズな連携を実現していくことも重要になってきます。そのため、このセクションでは支援機関が他の支援者と役割分担を行ったうえで、スムーズに連携していく際に活用できるみらデジの機能やコンテンツについて紹介しています。

現在、みらデジで連携していく際に活用できる機能として「相談履歴機能」が存在するため、「相談履歴機能」を活用する際の記載ポイントを説明していることに加え、支援機関/デジタル化支援者マイページで公開している「地域別支援者リスト」を用いて連携先を探していく際の選定基準（「引き継ぐ支援内容は、連携先の後続支援者にとって得意業務・領域か」、「連携先の後続支援者の支援体制は十分か」等）について説明しています。

2-7. 支援機関とデジタル化支援者の連携 -概要-

本編はコチラ

『みらデジ経営チェック』結果や事業者マイページの「相談履歴」など、『みらデジ』上で取得・記録した情報を、支援機関と後続支援者（支援機関/デジタル化支援者）が相互に連携をしていきます。

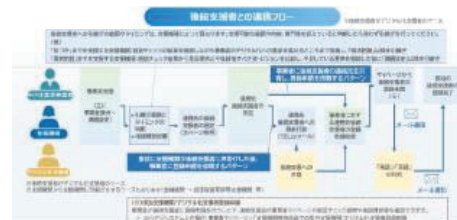
- 後続支援者（支援機関/デジタル化支援者）が支援するために必要な情報を、みらデジシステム上で引継ぎ・連携します。
- 「相談履歴」は支援機関が行った支援やアドバイスの内容を、後続支援者に共有する機能です。事業者との打ち合わせ後、「相談履歴」欄の「事業者の課題」「支援内容」「ネクストアクション」の記入をお願いします。
- 「相談履歴」欄の「事業者の課題」「支援内容」「ネクストアクション」は、本サポートマニュアルの記入例を参考にしながら、具体的かつ漏れなくご記載ください。



「地域別支援者リスト」から後続支援者を選定し、事業者にみらデジシステム「事業者マイページ」から登録申請（※）依頼を行うことで、後続支援者への連携が完了となります。

- 「地域別支援者リスト」は、支援機関が後続支援者（支援機関/デジタル化支援者）を選定するツールです。後続支援者ごとの強み・特徴（対応可能なフローと対応可能領域）と所在地がまとめられており、事業者の状況や引継ぎ支援範囲に応じて本リストから最適な後続支援者を選定してください。
- 後続支援者の選定が完了したら、いずれかのパターンで連携します。
 - ① 事業者の後続支援者の連絡先を共有し、登録申請を依頼する
 - ② 事前に支援機関が後続支援者に声掛けした後、事業者に登録申請を依頼するパターン

※②の場合、選定した後続支援者の体制や担当者スキルの事前確認を推奨



8

図 33

1-2-6. モニタリングレポートについて

昨年度からみらデジポータルサイトでは事業者のデジタル化推進をするためのスキル⁵、支援者のデジタル化支援のケイパビリティ向上のため、「みらデジ経営チェック」に加え、「みらデジ知恵袋」等のコンテンツを掲載してきましたが、今年度からはみらデジポータルサイトが事業者のデジタル化推進、支援者の支援の質向上に関連する情報を提供していくインフラとしての役割を果たすため、モニタリングレポートとして「みらデジ経営チェックの実施データ」、「事業者登録情報のデータ」、「みらデジリモート相談の利用実績データ」、「みらデジ経営チェックの傾向分析データ」をまとめたものをポータルサイトに掲載し、月次で更新する対応を行いました。

※「みらデジ経営チェックの実施データ」、「事業者登録情報のデータ」、「みらデジリモート相談の利用実績データ」については「2-1.今年度の成果まとめ」の部分に掲載していますので、以下のページでは「みらデジ経営チェックの傾向分析データ」を掲載し、その傾向の説明を記載します。

みらデジ経営チェック Q1 の回答傾向について

設問 Q1 では、記述形式で質問を設け、経営者としての夢・ビジョンについて確認しており、多かったキーワードとして、「お客様」、「地域」や「貢献」、「向上」、「目指す」、「取り組む」といった回答や、頻出している「業務」と紐づき出現するパターンとして生産性を意識した「拡大」、「発展」といった回答や、「IT」というワードも見られました。

設問 Q1: 経営者としての夢・ビジョンについて

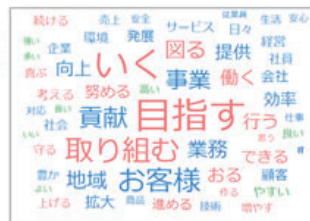
設問内容: 「事業や日々の業務に対する思いや、とくに取り組んでいること、今後に向けた意気込みを教えてください（自由記述）。併せて、最もあなたのお考えに近い思いを、選択肢から1つお選びください。経営者でない場合、一般社員としてお気軽にお答えください。」

Q 具体的に30文字程度でご記入ください。（有効件数 85,752件）

※ 複数記入可能な仕様であり、2023/3/22までは1件につき1〜3回答、以降は1〜2回答あり。

【ワードクラウド】

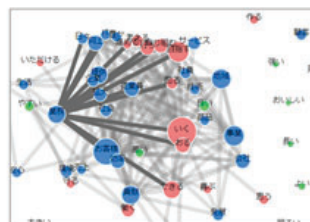
スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさを図示しています。色が品詞に対応しています。



【共起ネットワーク】

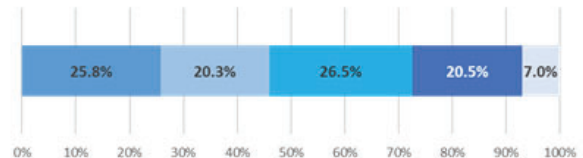
文章中出现する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図。出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度が強いほど太い線で描画されます。

※ 右の画像では「業務」をピックアップしています。



Q 事業や業務において最も重視する思い1つ

※ 上記の自由記述が難しい方は、こちらのみご回答ください。



お客様のくらしや人生を豊かにしたい	25,331	25.8%
地域・社会の持続的な発展に貢献したい	19,901	20.3%
従業員の生活を守り働き甲斐のある環境を提供したい	26,001	26.5%
売上や利益を拡大させ事業を発展させていきたい	20,157	20.5%
自らが納得できる製商品・サービスを提供したい	6,869	7.0%
総計	98,259	100.0%

図 34

⁵ 「デジタル化推進をするためのスキル」とは各種デバイスの基本操作を理解し、IT ツール/サービスの導入に必要なデジタル用語を活用しながら、社内外の関係者を巻き込みつつ、経営課題・業務課題の解決を推進していくスキルのことを表します。

みらデジ経営チェック Q2 の回答傾向について

Q2 では、「働き方の改善」、「人材の確保」、「経営の改善・革新」、「新たな販売先の拡大」、「事務業務の効率化」、「財務の改善」の項目に対して、7～8 割の事業者が「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困っている」と回答しており、多くの事業者がこれらの課題に取り組むべき課題として認識している状態です。一方で、「事業の引き継ぎ」の項目に対しては、「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困っている」と回答した事業者が半分以下にとどまっており、取り組むべき課題として認識している事業者は少ない状態となっています。

※「事業の引き継ぎ」の課題に関して、事業の引継ぎのタイミングでデジタル化を活用した経営改善を進めているケースは少なからずあるので、今後は事業の引継ぎにおいてもさらなる経営改善にデジタル化が有効であることを周知していく必要があると考えられます。

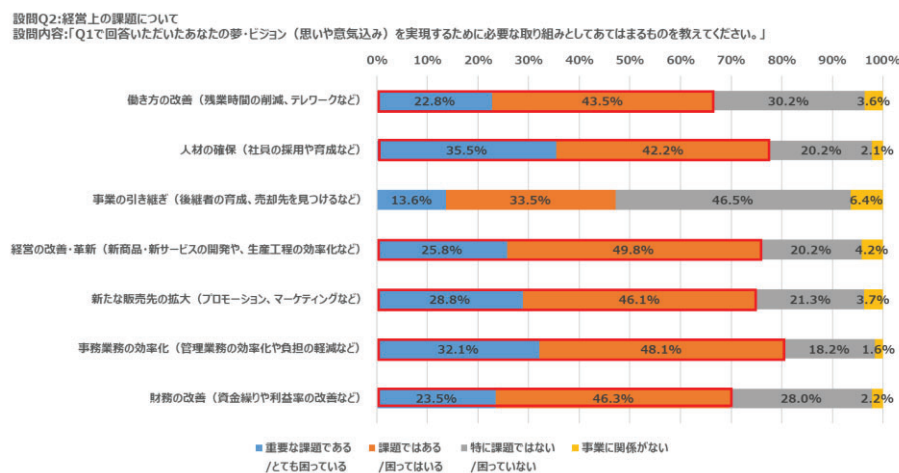


図 35

みらデジ経営チェック Q3 の回答傾向について

Q3 では、「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカウト」の項目に関しては、7 割以上の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答しており、導入率が高い状態となっています。一方で、「定型業務の自動化を実現する IT ツール」、「自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理する IT ツール」の項目に対して、「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答した事業者は 2 割前後にとどまっており、導入率が低い状態です。

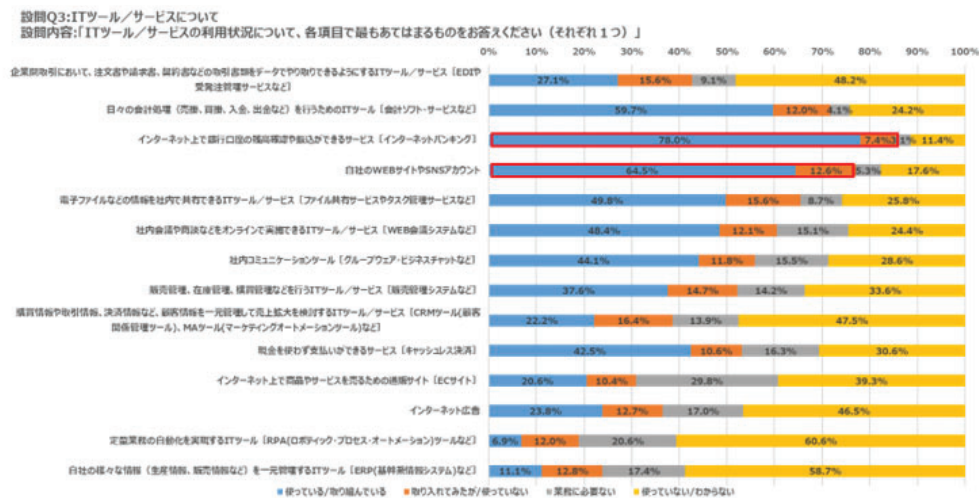


図 36

みらデジ経営チェック Q4 の回答傾向について

Q4 では、「業務上の困りごとを解決するためには、IT ツール／サービスの活用など、デジタル化が有効であると思う」の項目に対して約 9 割の事業者が「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答しており、みらデジ活用事業者の多くがデジタル化の有効性を理解している状態です。

また、「自社のデジタル化が必要だと思う」、「インターネット環境は整っている」という項目については 9 割の事業者が「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答しており、デジタル化の基盤となるインターネット環境については整備が進んでいることがわかります。一方で、「IT ツール／サービスについての知識が豊富な従業員がいる 又は育成中/採用中である」、「デジタル化の検討や推進を行う時間（工数）を確保している」、「デジタル化に関する情報を積極的に収集している」という項目に対して、「あてはまる」、「ややあてはまる」と回答した事業者の割合は 6 割以下となっており、デジタル化の有効性を理解しながらも IT 人材の採用育成、推進時間確保、情報収集を行っていないため、デジタル化を進められない事業者が一定数存在することが考えられます。

設問Q4:経営やデジタル化に対する取り組み状況や意識について
設問内容:「経営判断やデジタル化への対応について、自社の状況や考えについて教えてください。（それぞれ1つ）」

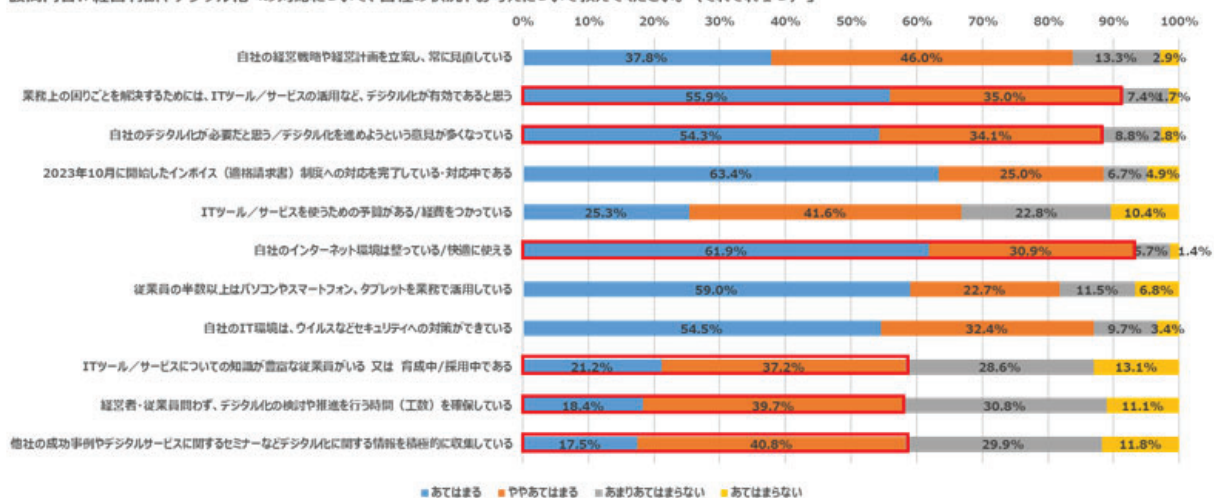


図 37

みらデジ経営チェック Q5 の回答傾向について

Q5 の回答状況について、デジタル化段階に関する項目では、「既に把握している課題をデジタルで解決してほしい」という回答が多く、「課題特定フェーズ」の事業者が多い状態です。また、支援の進め方に関する項目では、「オンラインや電話などなるべく効率的に支援をしてもらいたい」という回答が多く、効率的な支援を望む事業者が多い状態です。また費用/品質に関する項目では、「カスタムメイドではなくとも良いので、なるべく費用をかけずに支援してほしい」という回答が 6 割ほどを占めており、費用を重視する事業者が多くなっています。

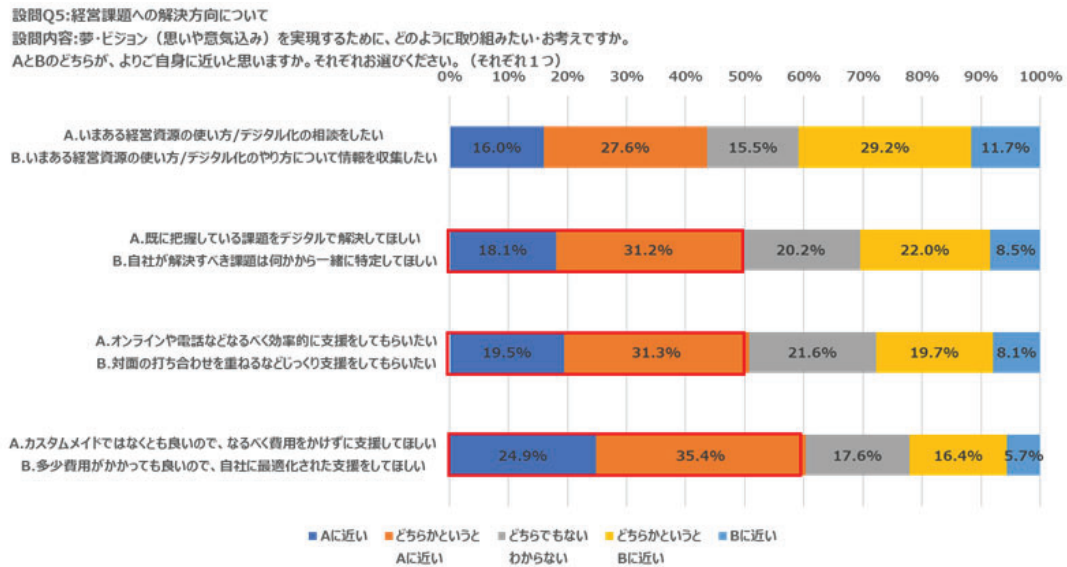


図 38

1-2-7.モニタリングレポートの傾向(業種別)について

農業、林業・漁業の傾向について

Q2で「事業の引き継ぎ」を「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困っている」と回答した事業者は全体だと5割以下となっていますが「農業、林業・漁業」では6割となっており、「事業の引き継ぎ」に取り組むべき課題として認識している事業者が比較的多くなっています。またQ3でECサイトを「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答した事業者は全体の傾向だと3割程度になっていますが、「農業、林業・漁業」の事業者の回答だとでは約5割程度になっています。

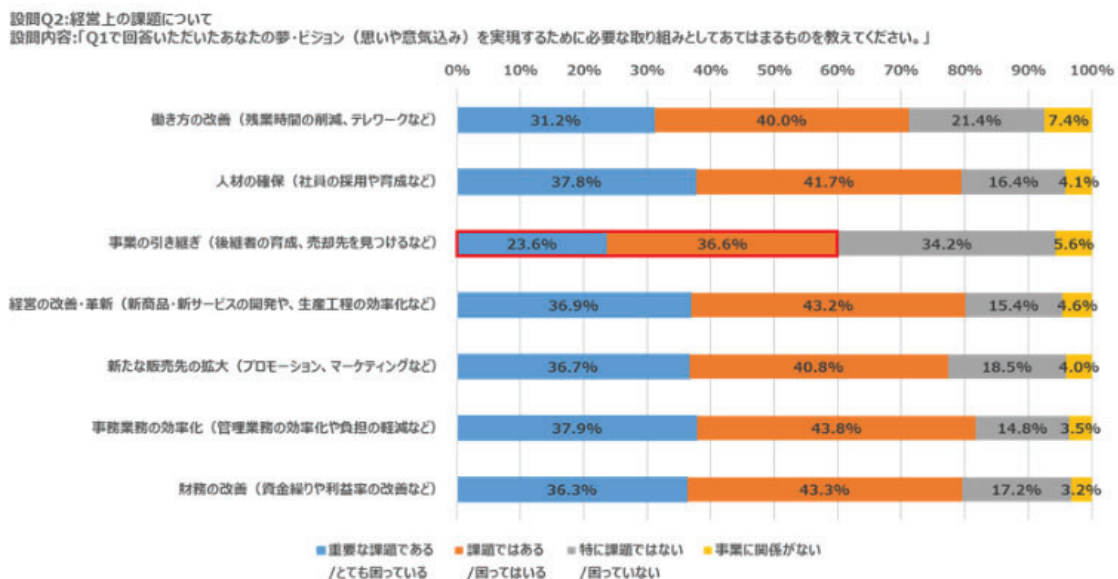


図 39

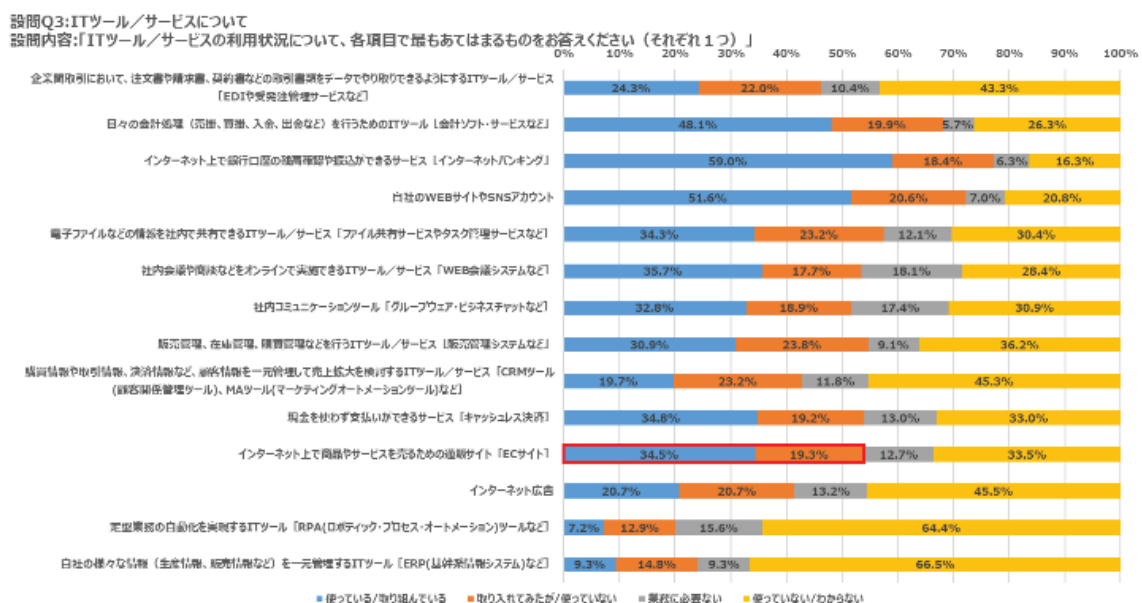


図 40

鉱業、採石業、砂利採取業の傾向について

Q2 では全項目で約 7 割の事業者が「重要な課題である/とても困っている」、「課題ではある/困っている」と回答しており、多くの事業者がこれらの課題に取り組むべき課題として認識している状態です。

設問Q2:経営上の課題について

設問内容:「Q1で回答いただいたあなたの夢・ビジョン（思いや意気込み）を実現するために必要な取り組みとしてあてはまるものを教えてください。」

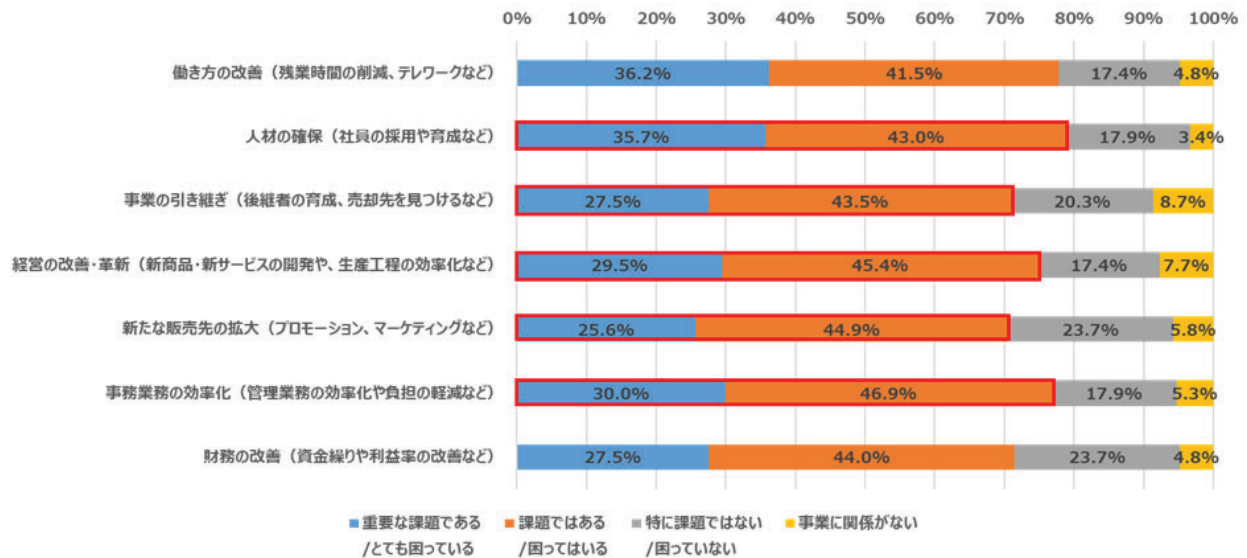


図 41

電気・ガス・熱供給・水道業の傾向について

Q3 の「自社の WEB サイトや SNS アカウント」については、全体の傾向では 7 割以上の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答しており、導入率が高い状態ですが、「電気・ガス・熱供給・水道業」の事業者に関しては、回答率が約 5 割になっており、導入率が低い状態です。

設問Q3:ITツール／サービスについて

設問内容:「ITツール／サービスの利用状況について、各項目で最もあてはまるものをお答えください（それぞれ 1 つ）」

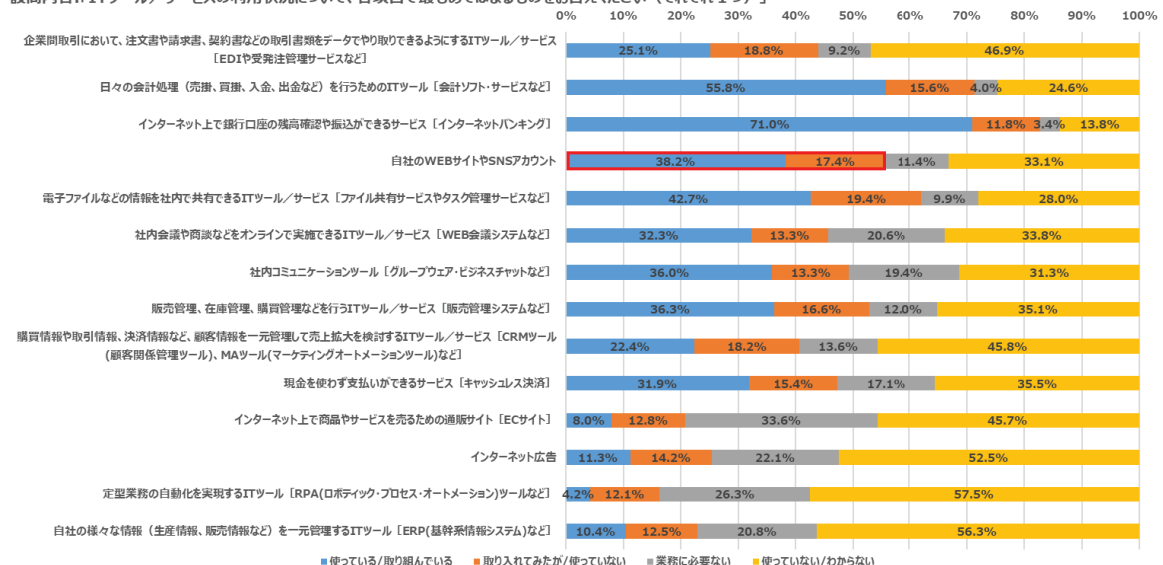


図 42

情報通信業の傾向について

Q3の「企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにする IT ツール／サービス」という項目について、全体の傾向では約 4 割が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しているが、情報通信業では約 6 割が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しており、導入率が高い状態となっています。

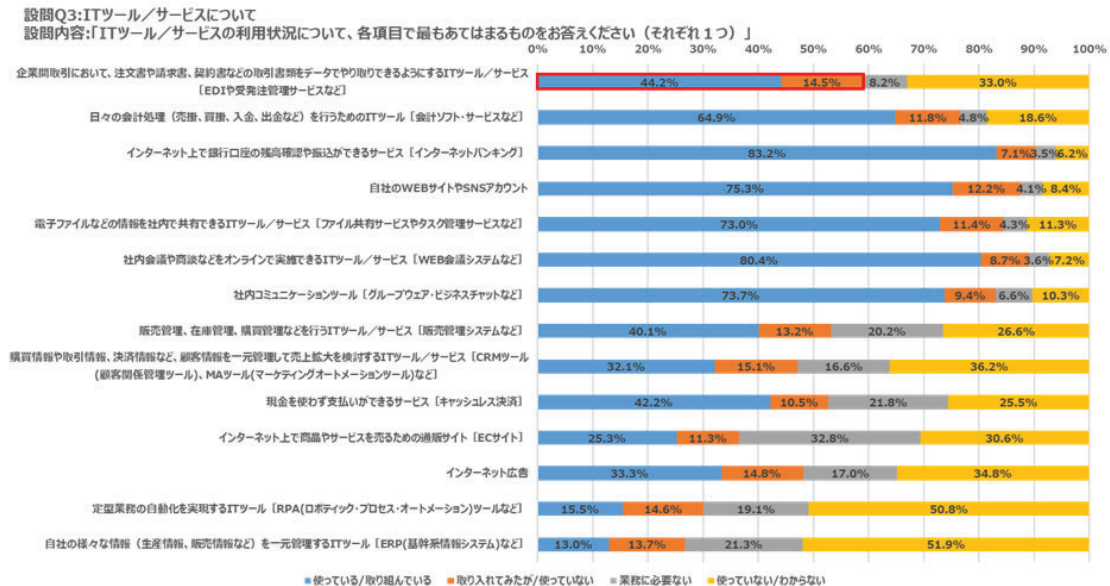


図 43

金融業、保険業の傾向について

Q3の「社内会議や商談などをオンラインで実施できる IT ツール／サービス」という項目に対して、全体傾向だと 6 割程度が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答していますが、保険業では約 8 割

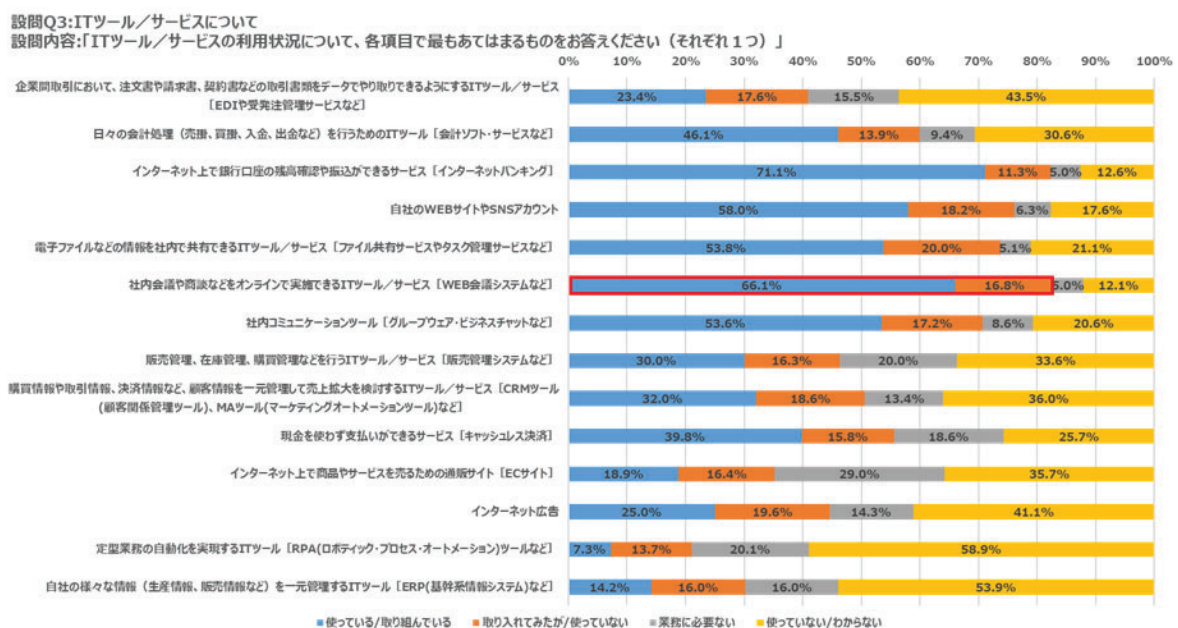


図 44

程度が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しており、導入率が上がっています。

建設業の傾向について

Q5の「カスタムメイドではなくとも良いので、なるべく費用をかけずに支援してほしい」という項目について、全体だと6割程度が「近い」、「どちらかというに近い」と回答しているが、建設業では8割以上の事業者が「近い」、「どちらかというに近い」と回答しており、費用を重視する事業者の割合が高い。

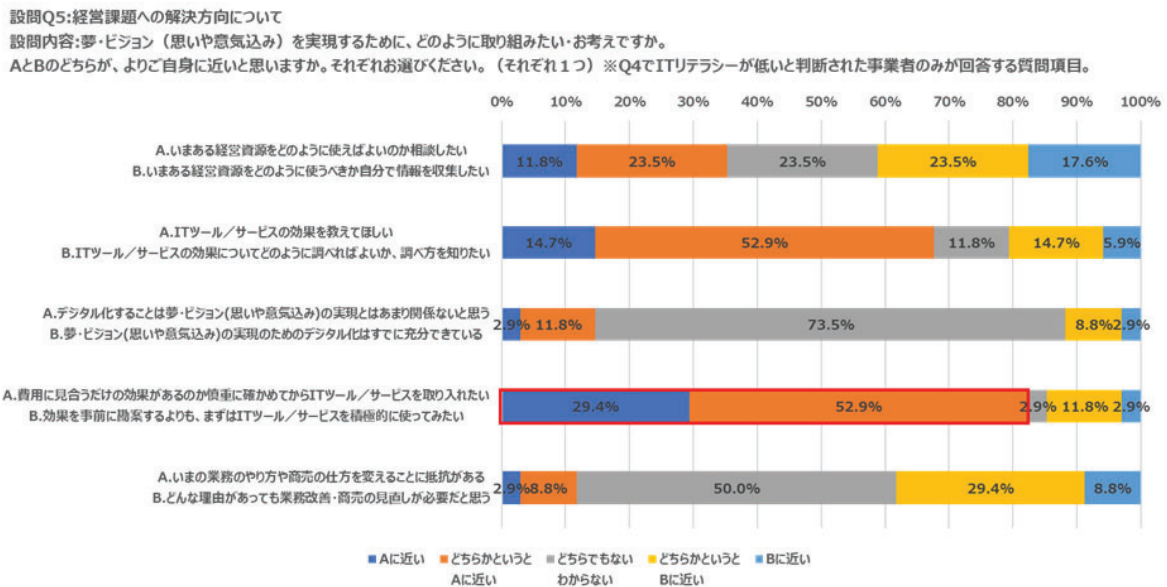


図 45

製造業の傾向について

Q3の「販売管理、在庫管理、購買管理などを行うITツール/サービス」という項目に対し、全体傾向だと5割

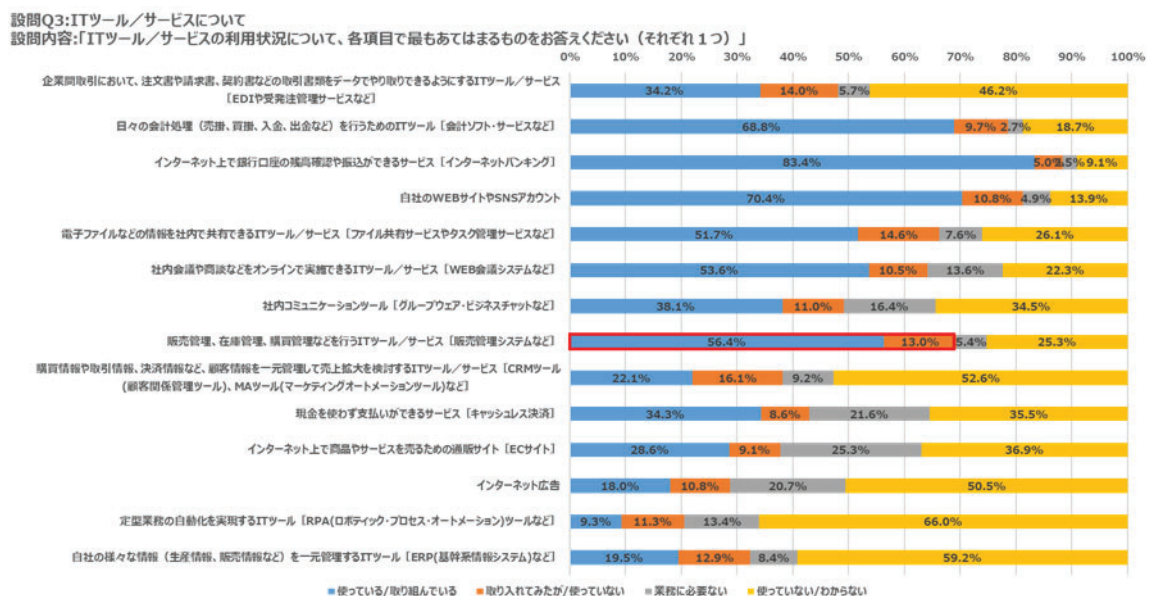


図 46

前後が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答したしているが、製造業では約 7 割以上が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しており、導入率が高くなっています。

卸売業、小売業の傾向について

Q3 の「販売管理、在庫管理、購買管理などを行う IT ツール／サービス」という項目に対し、全体傾向だと 5 割程度の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しているが、卸売業、小売業では約 7 割以上の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しており、導入率が高くなっています。また、「インターネット上で商品やサービス売るための通販サイト」という項目について、全体傾向だと 3 割が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答していますが、卸売業、小売業では約 5 割以上が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しており、導入率が高い状態です。

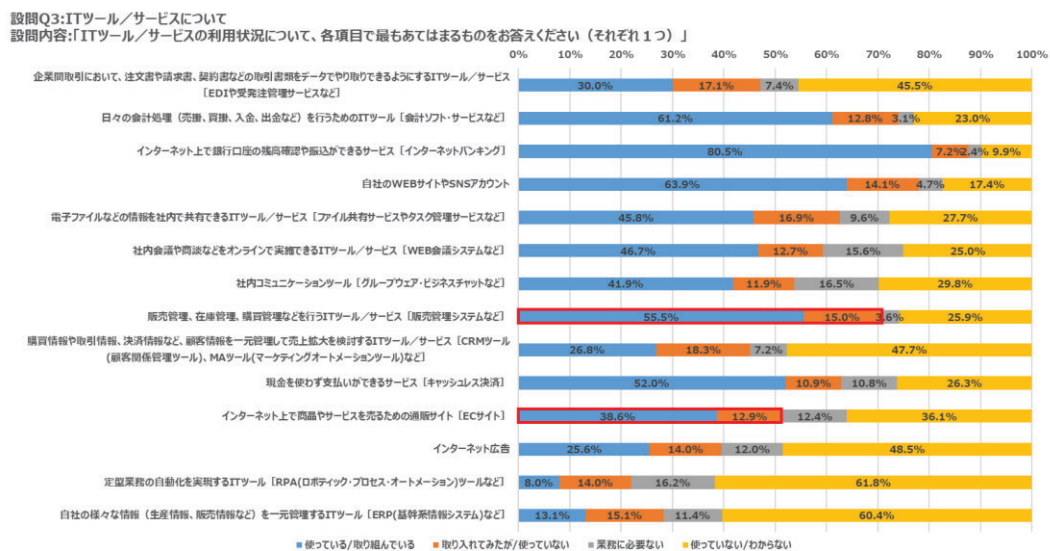


図 47

サービス業の傾向について

Q3 で「現金を使わず支払いができるサービス」を「使っている/取り組んでいる」という項目に対し、全体傾向だと 5 割程度の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答していますが、サービス業では 6 割以上が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが/使っていない」と回答しています。

設問Q3:ITツール/サービスについて

設問内容:「ITツール/サービスの利用状況について、各項目で最もあてはまるものをお答えください（それぞれ1つ）」

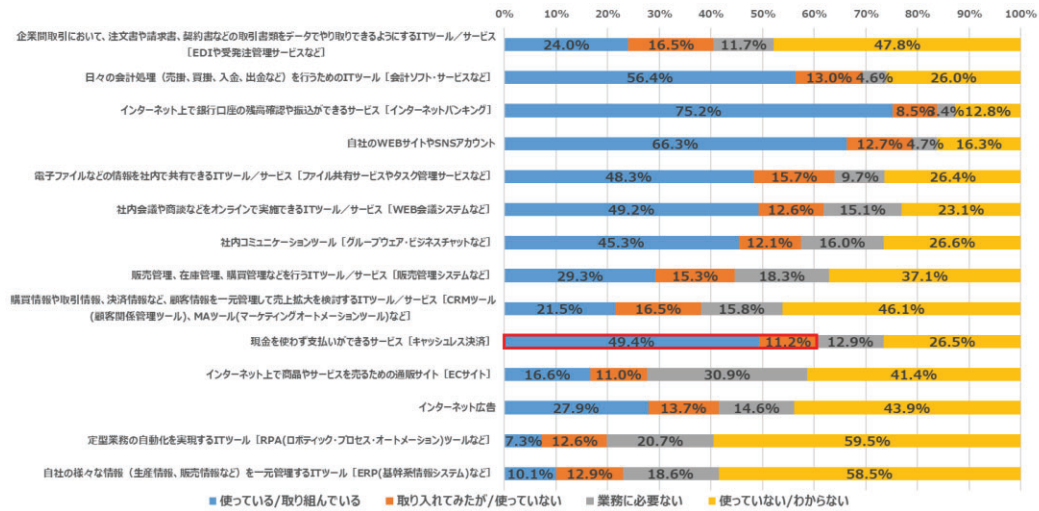


図 48

1-2-8.モニタリングレポートの傾向(規模別)について

301 人以上の傾向について

Q2 について、「働き方の改善」という項目に対し課題であると回答した事業者は、全体傾向だと約 7～8 割程度になっていますが、301 人以上の事業者では 8 割以上が課題であると回答しています。また、「人材の確保」、「事務業務の効率化」について、全体だと 8 割が課題であると回答していますが、301 人以上の事業者では 9 割以上が課題であると回答しています。

Q3 の「企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにする IT ツール／サービス」の項目について、全体の傾向だと約 4 割の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答していますが、301 人以上の事業者に関しては 6 割が導入しており、導入率が高い状態です。また、「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカウント」の項目に関しては、全体の傾向では 7 割以上の事業者が「使っている/取り組んでいる」、「取り入れてみたが、使っていない」と回答していますが、301 人以上の事業者では 8 割以上の事業者が導入していると回答しており、「定型業務の自動化を実現する IT ツール」、「自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理する IT ツール」について「導入している」と回答した事業者は全体だと傾向は 2 割前後に留まっていますが、301 人以上の事業者に関しては 4 割以上の事業者が導入している状態になっています。

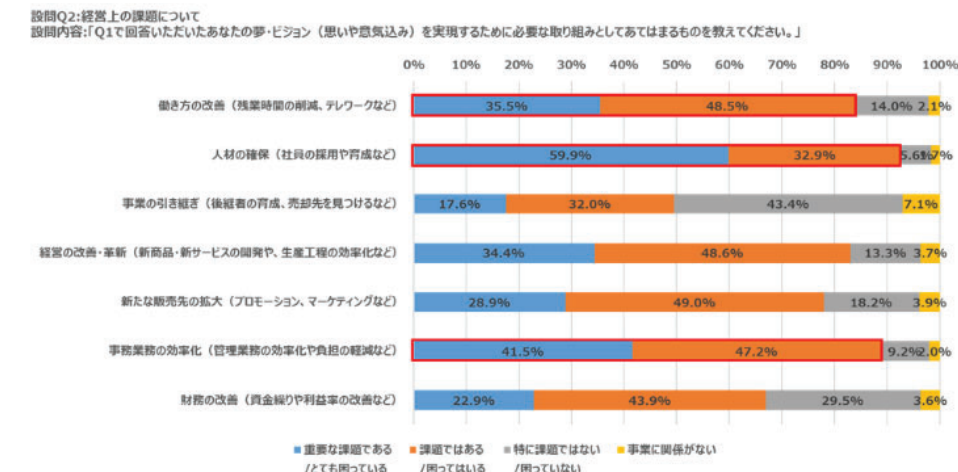


図 49

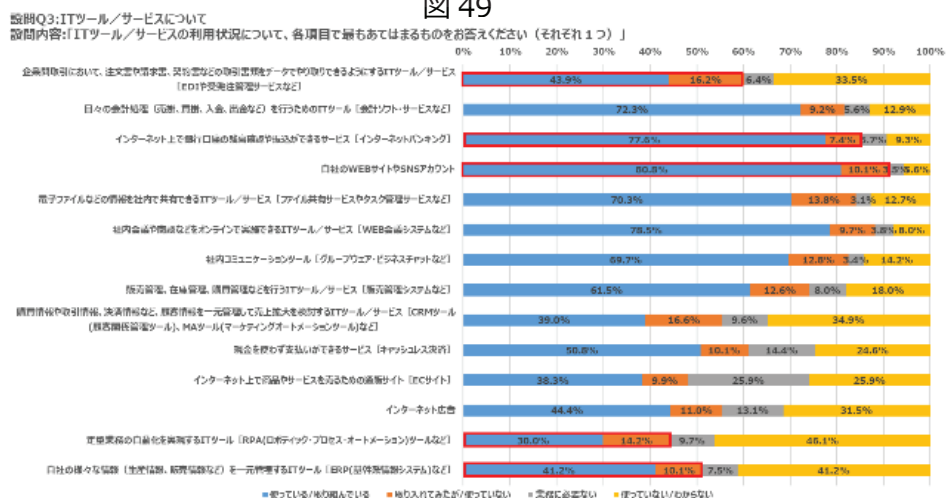


図 50

101 人～300 人の傾向について

Q2 で全体傾向だと約 7～8 割が「働き方の改善」が課題であると回答していますが、101 人～300 人の事業者では 8 割が課題であると回答しています。また、「人材の確保」、「事務業務の効率化」について、全体傾向では約 7～8 割が課題であると回答しているが、101 人～300 人の事業者では 9 割以上の事業者が課題であると回答しています。

Q3 で「企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにする IT ツール／サービス」の項目について、全体傾向だと約 4 割が導入していると回答しているが、101 人～300 人の事業者では 5 割以上の事業者が導入していると回答しており、「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカウント」の項目に関して、全体傾向では 7 割以上の事業者が導入していると回答しているが、101 人～300 人の事業者に関しては 9 割以上の事業者が導入していると回答しています。また「定型業務の自動化を実現する IT ツール」、「自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理する IT ツール」を導入していると回答した事業者は全体の傾向は 2 割前後に留まっていますが、101 人～300 人の事業者では 3 割以上の事業者が導入していると回答しています。

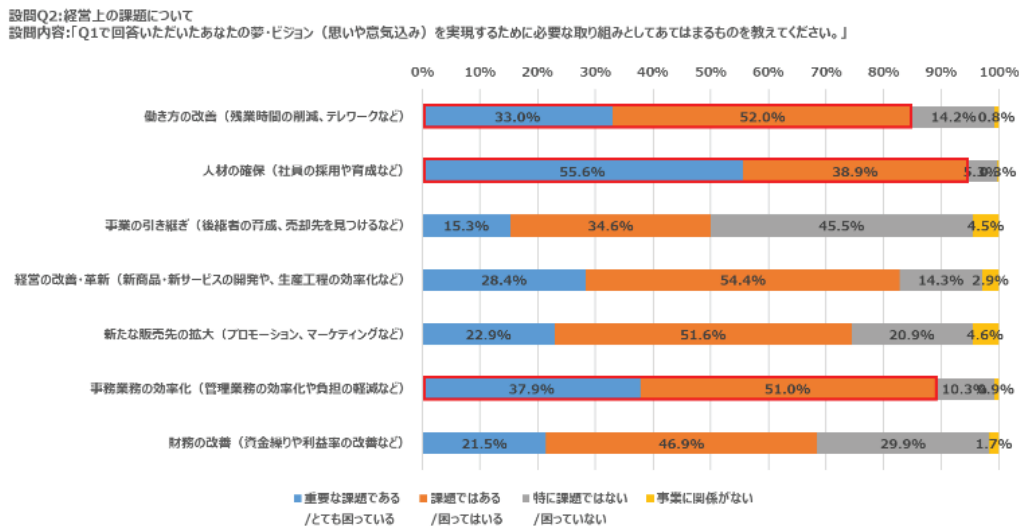


図 51

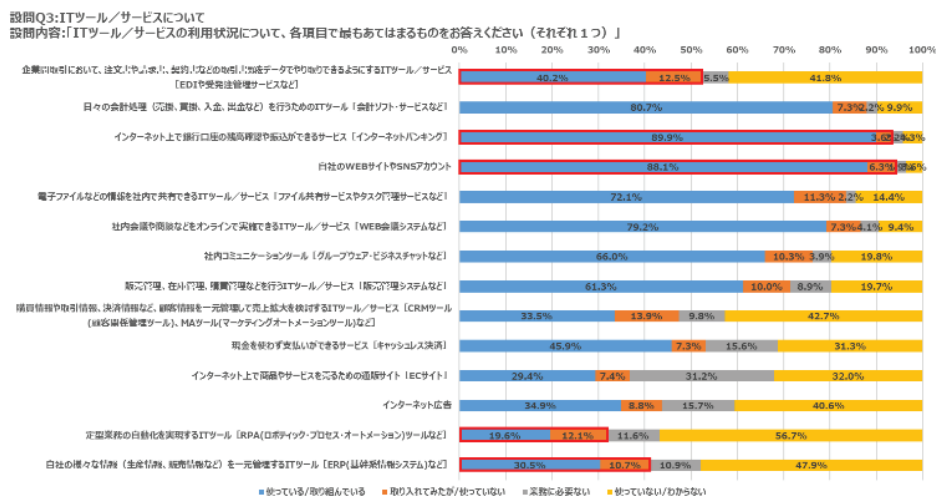


図 52

51 人～100 人の傾向について

Q2 の「働き方の改善」について、全体傾向だと約 7～8 割が課題であると回答しているが、51 人～100 人の事業者に関しては 8 割以上が課題であると回答しています。また、「人材の確保」については全体傾向だと約 7～8 割が課題であると回答していますが、51 人～100 人の事業者に関しては 9 割以上が課題であると回答しています。

Q3 の「企業間取引において、注文書や請求書、契約書などの取引書類をデータでやり取りできるようにする IT ツール／サービス」では全体傾向だと約 4 割が導入していると回答していますが、51 人～100 人の事業者では 5 割以上が導入していると回答しており、「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカウント」の項目に関して、全体傾向では 7 割以上の事業者が導入していると回答しているが、51 人～100 人の事業者では 9 割以上の事業者が導入していると回答しています。

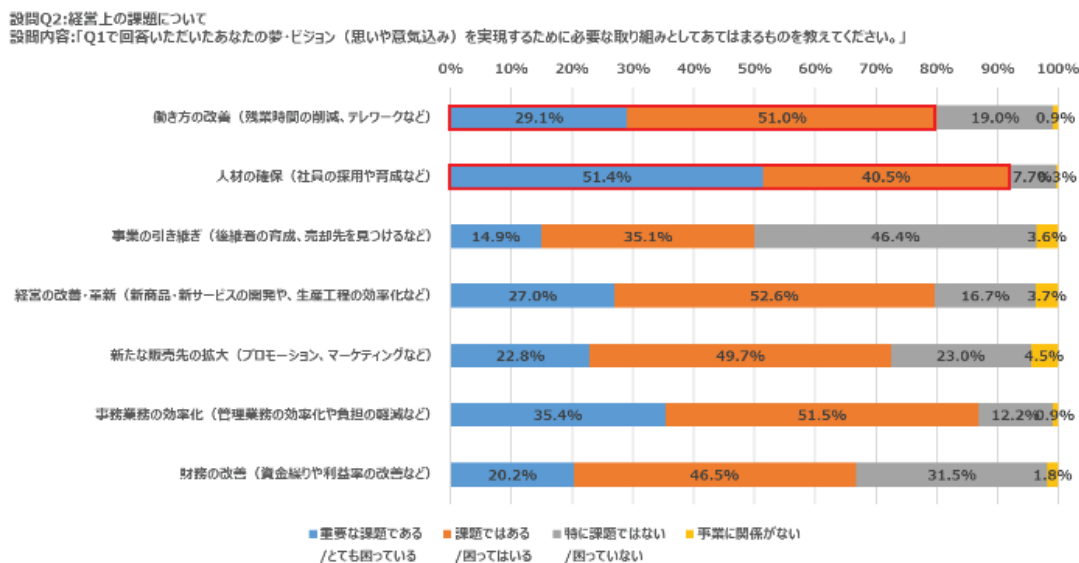


図 53

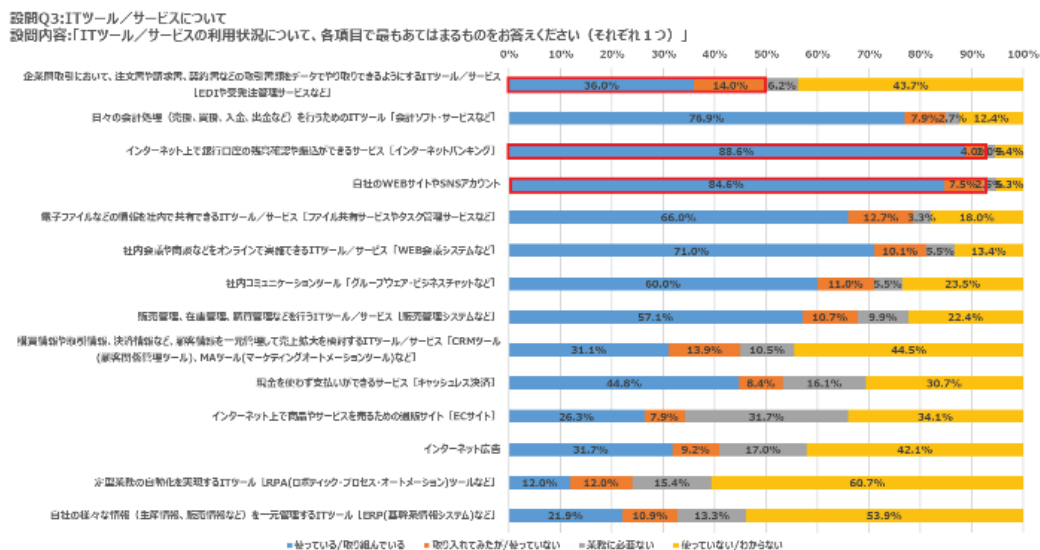


図 54

21 人～50 人の傾向について

Q2 の「働き方の改善」という項目について、全体傾向だと約 7～8 割だが課題であると回答していますが、21 人～50 人の事業者では約 8 割以上が課題であると回答しており、「人材の確保」について、全体傾向が約 7～8 割が課題であると回答していますが、21 人～50 人の事業者では 9 割以上が課題であると回答。

Q3 の「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカун ト」の項目に関しては、全体傾向では 7 割以上が導入していると回答しているが、21 人～50 人の事業者では 9 割以上が導入していると回答し、導入率が高い状態です。

設問 Q2: 経営上の課題について

設問内容:「Q1 で回答いただいたあなたの夢・ビジョン（思いや意気込み）を実現するために必要な取り組みとしてあてはまるものを教えてください。」

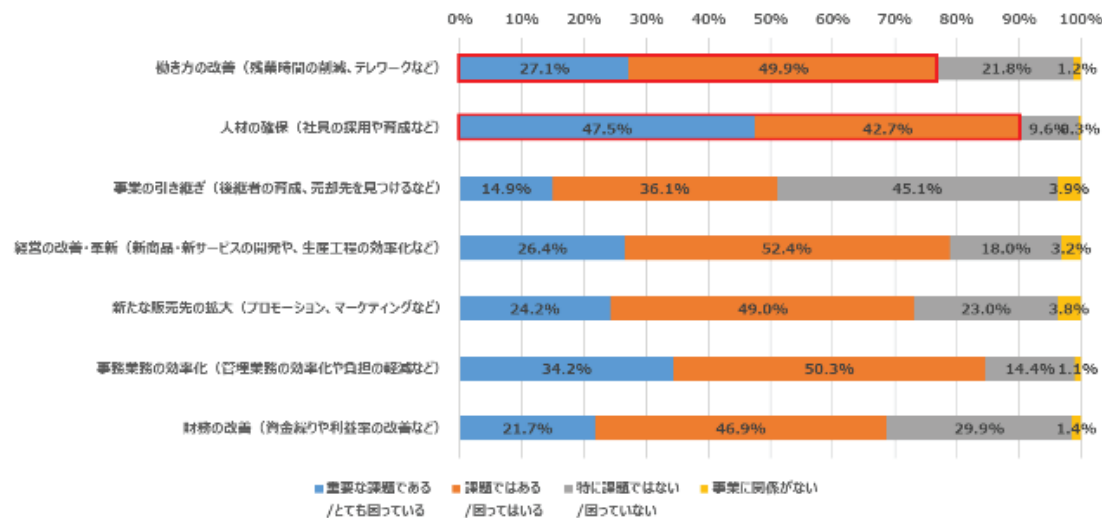


図 55

設問 Q3: IT ツール／サービスについて

設問内容:「IT ツール／サービスの利用状況について、各項目で最もあてはまるものをお答えください（それぞれ 1 つ）」

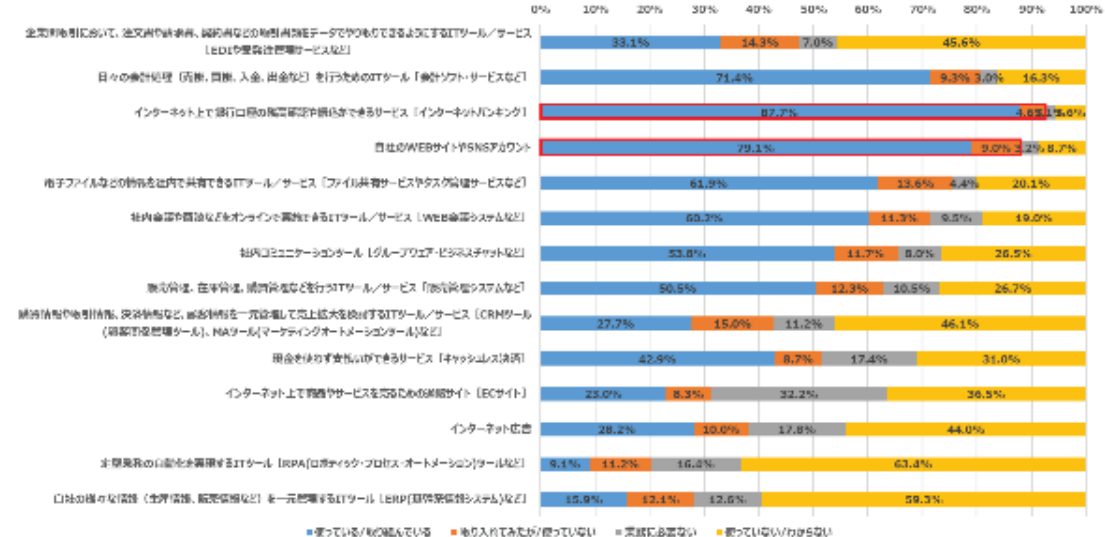


図 56

6 人～20 人の傾向について

Q2 の「働き方の改善」という項目に対し、全体傾向だと約 7～8 割が課題であると回答していますが、6 人～20 人の事業者だと 8 割以上が課題であると回答しています。

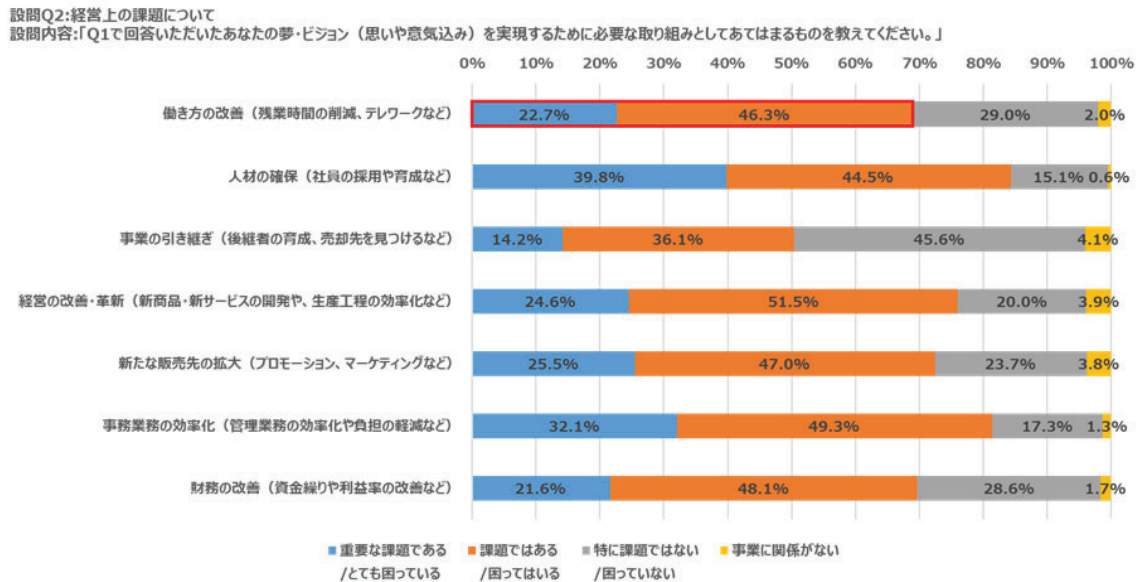


図 57

5 人以下の傾向について

Q2 の「人材の確保」という項目に対し、全体傾向だと約 7～8 割が課題であると回答していますが、5 人以下の事業者では課題であると回答した割合が 7 割以下となっています。

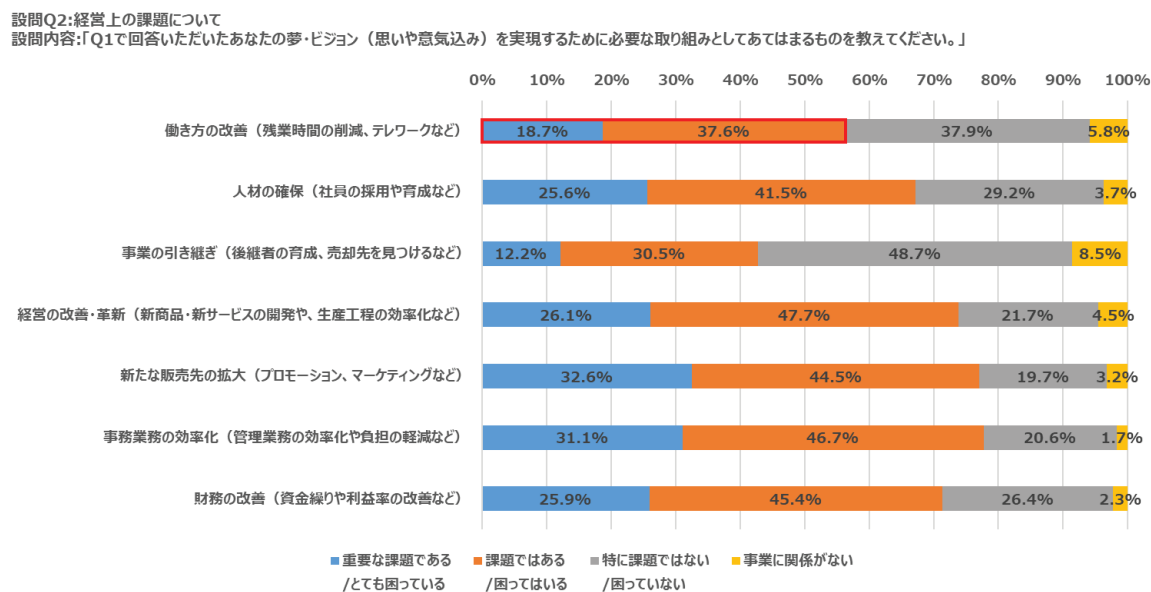


図 58

1 人の傾向について

Q2の「人材の確保」という項目に対して、全体傾向だと約 7～8 割程度が課題であると回答していましたが、1 人の事業者では 7 割以下が課題であると回答している。

Q3の「インターネット上で銀行口座の残高確認や振込ができるサービス」、「自社の WEB サイトや SNS アカун ト」の項目に関して、全体傾向だと 7 割以上の事業者が導入していると回答しており、導入率が高い状態だが、1 人の事業者では約 6 割前後に留まっています。一方、「定型業務の自動化を実現する IT ツール」、「自社の様々な情報（生産情報、販売情報など）を一元管理する IT ツール」について、導入していると回答していた割合が全体傾向だと 2 割前後に留まっているが、1 人の事業者では約 5 割以上が導入している状態となっています。

設問Q2:経営上の課題について
設問内容:「Q1で回答いただいたあなたの夢・ビジョン（思いや意気込み）を実現するために必要な取り組みとしてあてはまるものを教えてください。」

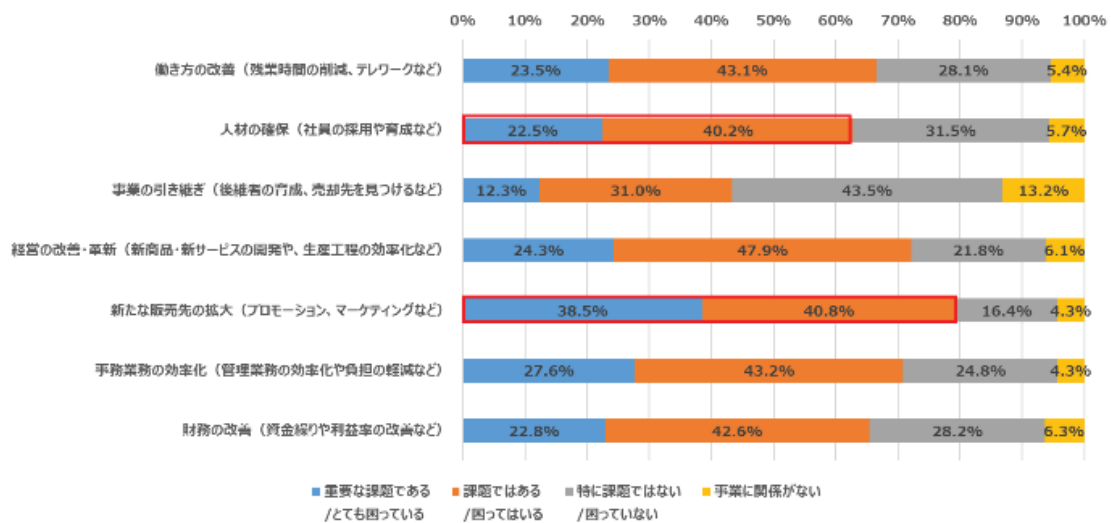


図 59

設問Q3:ITツール/サービスについて
設問内容:「ITツール/サービスの利用状況について、各項目で最もあてはまるものをお答えください（それぞれ 1 つ）」

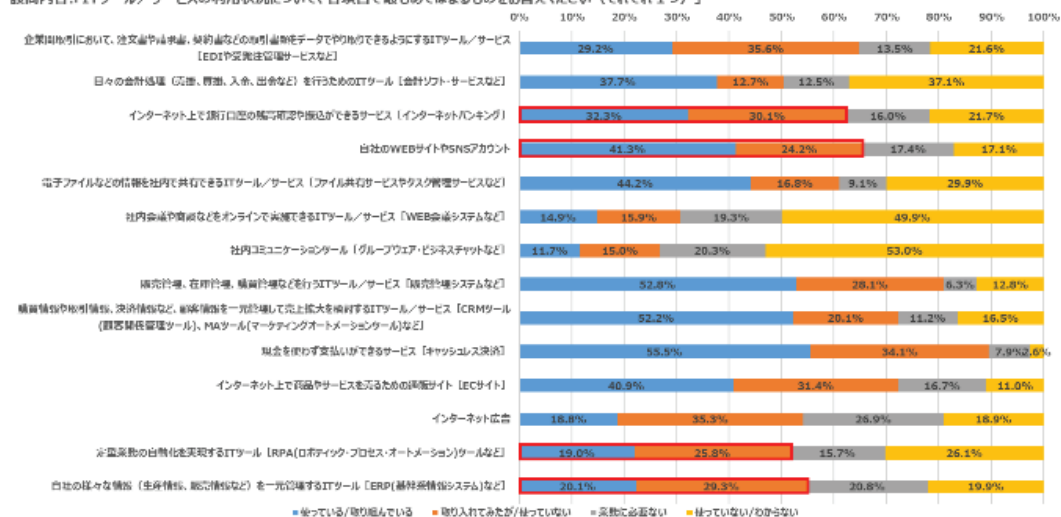


図 60

2. 今年度事業の成果と評価

2-1.今年度の成果まとめ

経営チェック実施数については事業目標 10 万者に対して 121,101 者(累計 128,239 者)が実施し、事業者登録数に関しては、事業目標 5 万者に対して、105,655 者(累計 107,894 者)が登録し、リモート相談実施数については事業目標 500 者中、301 者(累計 721 者)が実施しています。

経営チェック実施数について、小規模事業者 72,616 者(累計 76,746 者)、小規模事業者以外が 48,485 者(累計 51,493 者)となっており、事業者登録数については、小規模事業者 63,743 者(累計 65,200 者)、小規模事業者以外が 41,912 者(累計 41,912 者)となっています。事業開始当初設定した独自 KPI の達成状況については以下の通りです。

- ✓ 支援機関と連携した地域ごとの説明会開催数(50 回以上) : 49 回実施(達成率 98%)
- ✓ サイト訪問者(ユニーク) のみらデジ経営チェック受診率(15%以上) : 25.6%(達成率 170.6%)
- ✓ 中小企業等デジタル化事例作成数(200 事例以上) : 225 事例(達成率 112.5%)
- ✓ みらデジリモート相談に関する満足度(満足・やや満足が 90%以上) : 93.2%(達成率 103.5%)
- ✓ みらデジ経営チェック後、デジタル化への取組が進捗した割合(60%以上) : 49.8%(達成率 83.1%)
- ✓ みらデジ経営チェックの NPS®⁶ (−20 以上) : −48(達成できず)

※NPS®とは回答者に商品・サービスを他社に紹介する可能性について「0〜10」の 11 段階回答してもらい、9〜10 点を付けた顧客を「推奨者」、7〜8 点を「中立者」、0〜6 点を「批判者」と分類していくことで、ロイヤリティを図る指標です。回答者全体で「推奨者」と呼ばれるグループの割合から「批判者」と呼ばれるグループの割合を差し引くことで NPS®を算出するため、マイナスの値が小さいほど推奨者が多いことを表しています。

また支援機関登録数について、事業目標 2,000 者に対して、1,123 者(累計 2,369 者)が登録を行い、紐づけ数については事業目標 8,000 者に対して 107,443 者(累計 107,443 者)の紐づけが存在します。

- ✓ 支援機関向けベストプラクティス事例作成数(30 事例以上) : 20 事例(達成率 66.6%)

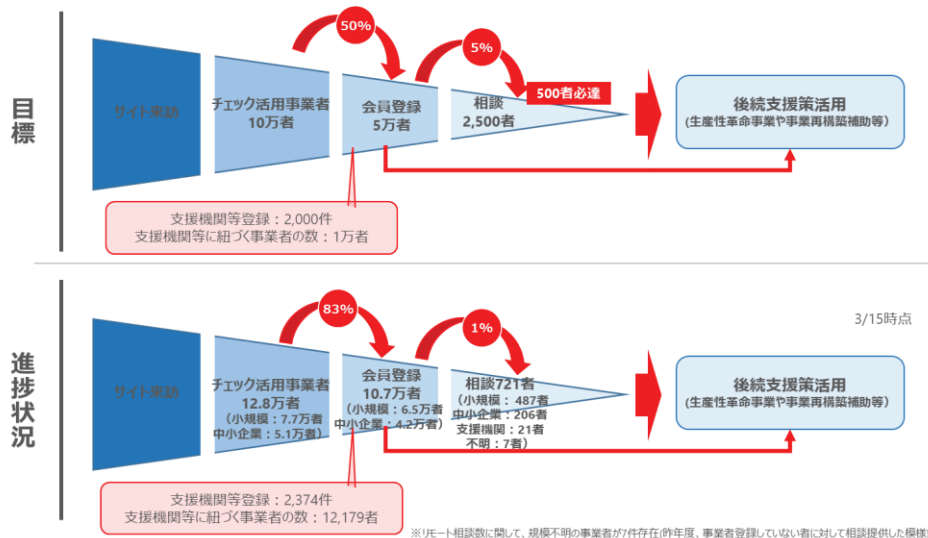


図 61

⁶ ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、ネット・プロモーター・スコア、NPS、そして NPS 関連で使用されている顔文字は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標又はサービスマークです。

月次の経営チェック実施数の推移について

月次の経営チェック実施数に関して、月別の実施数に関しては7月の1.5万件が最大であり、8月は1万件を下回りましたが、9月、10月は1万件を達成する形となっており、約1万件/月のペースで推移しました。

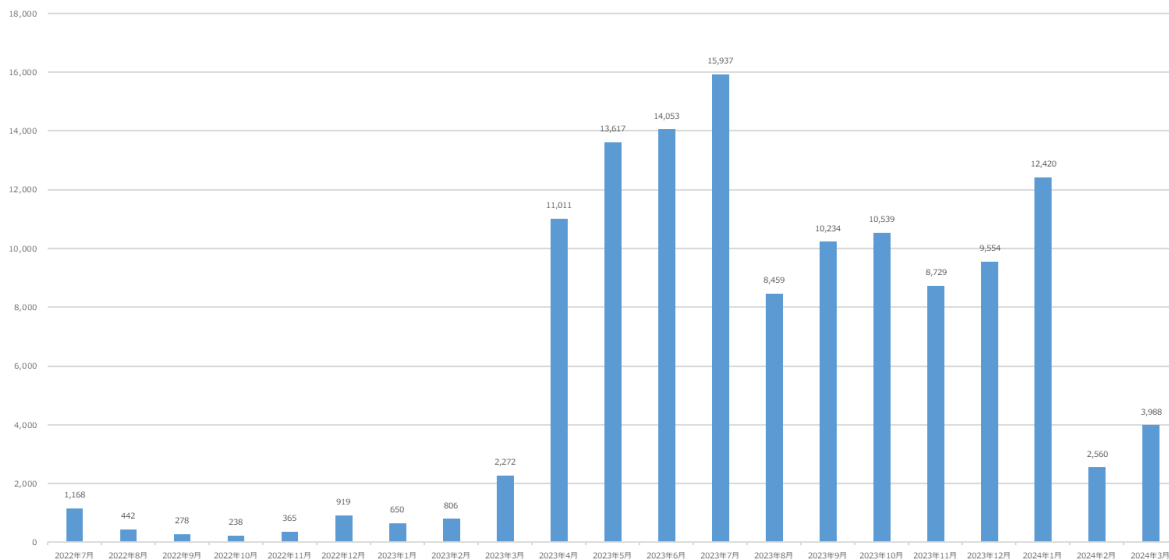


図 62

週次の経営チェック実施数の推移について

週次の経営チェック実施数について、IT 導入補助金事務局の締め切りがある週と無い週により大きな差が出ている状態で推移しています。

※IT 導入補助金の締め切りがある週は約4,000件/週となっていますが、締め切りが無い週に関しては、約1,000～1,500件/週となっている週も存在します。

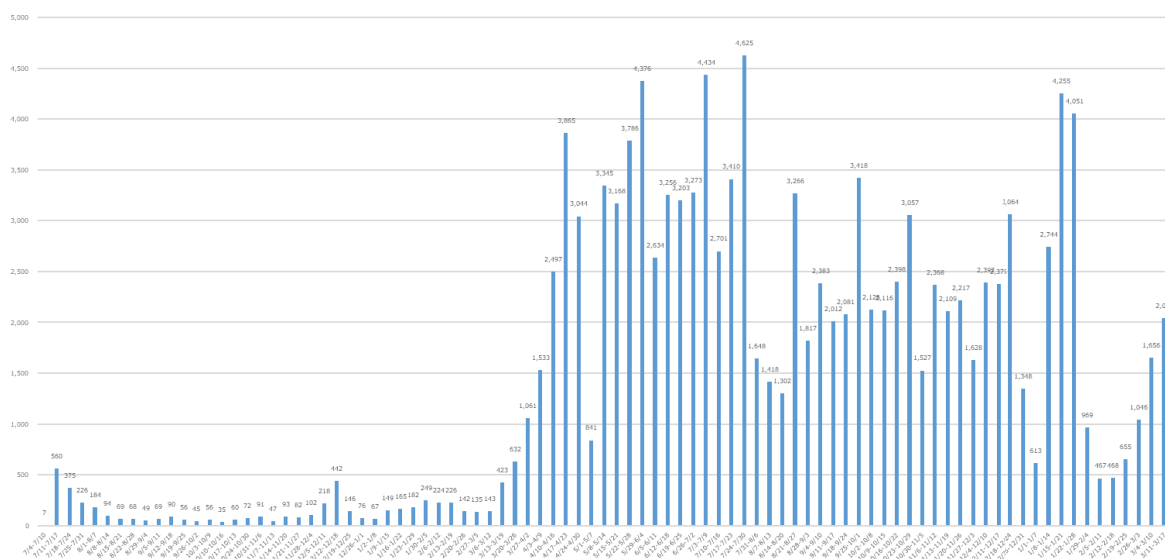


図 63

都道府県別の経営チェック実施数、事業者登録数について

都道府県別の経営チェック実施数については以下の通りです。事業者母数の多さから、東京都、大阪府、愛知県など大都市圏での実施数が多く、事業所数に占める実施割合に関しても、大都市圏が高い傾向となっています。

順位	都道府県	実施数	実施数全体に占める割合	事業所数	事業所数に占める実施割合
1	東京都	23,019	18.0%	413,408	5.6%
2	大阪府	12,348	9.6%	270,874	4.6%
3	愛知県	8,232	6.4%	208,310	4.0%
4	福岡県	7,667	6.0%	135,052	5.7%
5	神奈川県	6,195	4.8%	187,428	3.3%
6	北海道	4,638	3.6%	141,386	3.3%
7	兵庫県	4,531	3.5%	144,748	3.1%
8	埼玉県	4,210	3.3%	161,341	2.6%
9	静岡県	3,934	3.1%	119,807	3.3%
10	千葉県	3,516	2.7%	120,789	2.9%
11	京都府	3,380	2.6%	79,023	4.3%
12	広島県	2,866	2.2%	82,962	3.5%
13	宮城県	2,295	1.8%	59,314	3.9%
14	岡山県	2,117	1.7%	52,368	4.0%
15	岐阜県	2,074	1.6%	70,731	2.9%
16	新潟県	2,040	1.6%	76,136	2.7%
17	長野県	1,910	1.5%	73,189	2.6%
18	茨城県	1,792	1.4%	79,443	2.3%
19	沖縄県	1,753	1.4%	47,105	3.7%
20	熊本県	1,730	1.3%	47,815	3.6%
21	群馬県	1,624	1.3%	64,907	2.5%
22	鹿児島県	1,552	1.2%	49,915	3.1%
23	石川県	1,411	1.1%	40,430	3.5%
24	三重県	1,357	1.1%	51,486	2.6%
合計		128,239	100%	3,578,176	3.6%

図 64

また、都道府県別の経営チェック実施数(ゲストユーザ/登録ユーザ別)に関しては以下になっており、登録ユーザによる経営チェックが経営チェック実施数全体の 84.1%を占めている状態です。特に、東京都、大阪府、愛知県、福岡県、兵庫県、熊本県、滋賀県、香川県、宮崎県等では、登録ユーザによる経営チェック実施割合が 85%を超えています。

順位	都道府県	ゲスト	登録ユーザ	実施合計数	登録割合
1	東京都	3,064	19955	23,019	86.7%
2	大阪府	1,314	11034	12,348	89.4%
3	愛知県	1,004	7228	8,232	87.8%
4	福岡県	929	6738	7,667	87.9%
5	神奈川県	963	5232	6,195	84.5%
6	北海道	1,051	3587	4,638	77.3%
7	兵庫県	604	3927	4,531	86.7%
8	埼玉県	683	3527	4,210	83.8%
9	静岡県	831	3103	3,934	78.9%
10	千葉県	519	2997	3,516	85.2%
11	京都府	596	2784	3,380	82.4%
12	広島県	605	2261	2,866	78.9%
13	宮城県	448	1847	2,295	80.5%
14	岡山県	491	1626	2,117	76.8%
15	岐阜県	310	1764	2,074	85.1%
16	新潟県	406	1634	2,040	80.1%
17	長野県	371	1539	1,910	80.6%
18	茨城県	318	1474	1,792	82.3%
19	沖縄県	287	1466	1,753	83.6%
20	熊本県	207	1523	1,730	88.0%
21	群馬県	302	1322	1,624	81.4%
22	鹿児島県	254	1298	1,552	83.6%
23	石川県	276	1135	1,411	80.4%
24	三重県	224	1133	1,357	83.5%
合計		20,345	107,894	128,239	84.1%

図 65

業種別の経営チェック実施数について

業種別の経営チェック実施数については以下の通り。「卸売業、小売業」、「建設業」、「製造業」、「サービス業（他に分類されないもの）」の割合がそれぞれ 10%を超え高い状態。産業別企業等数の構成割合と比較すると、「宿泊業、飲食サービス業」、「不動産業、物品賃貸業」、「生活関連サービス業、娯楽業」の経営チェック実施数増加余地が多いと考えられます。

業種	実施数	実施数全体に占める割合	事業所数	事業所数に占める実施割合
卸売業，小売業	23,495	18.3%	1,355,060	1.7%
建設業	22,238	17.3%	492,734	4.5%
製造業	13,815	10.8%	454,800	3.0%
サービス業（他に分類されないもの）	13,592	10.6%	346,616	3.9%
学術研究，専門・技術サービス業	10,109	7.9%	223,439	4.5%
宿泊業，飲食サービス業	9,605	7.5%	696,396	1.4%
医療，福祉	8,858	6.9%	429,173	2.1%
情報通信業	5,619	4.4%	63,574	8.8%
生活関連サービス業，娯楽業	5,554	4.3%	470,713	1.2%
不動産業，物品賃貸業	5,478	4.3%	353,155	1.6%
運輸業，郵便業	2,657	2.1%	130,459	2.0%
教育，学習支援業	1,742	1.4%	167,662	1.0%
農業，林業	1,711	1.3%	30,662	5.6%
電気・ガス・熱供給・水道業	1,049	0.8%	4,654	22.5%
金融業，保険業	924	0.7%	84,041	1.1%
分類不能の産業	836	0.7%	-	-
漁業	338	0.3%	3,520	9.6%
複合サービス事業	271	0.2%	33,780	0.8%
鉱業，採石業，砂利採取業	213	0.2%	1,851	11.5%
公務（他に分類されるものを除く）	135	0.1%	39,734	0.3%
合計	128,239	100.0%	5,382,023	2.4%

図 66

都道府県別の事業者登録数について

都道府県別の事業者登録数に関しては以下の通りです。経営チェック実施数の傾向と同じく、東京都、大阪府、愛知県などの大都市圏が上位を占めています、また事業所数に占める登録割合に関しても、大都市圏が高い状況です。

順位	都道府県	登録数	登録者数全体に占める割合	事業所数	事業所数に占める登録割合
1	東京都	19,955	18.5%	413,408	4.8%
2	大阪府	11,034	10.2%	270,874	4.1%
3	愛知県	7,228	6.7%	208,310	3.5%
4	福岡県	6,738	6.2%	135,052	5.0%
5	神奈川県	5,232	4.8%	187,428	2.8%
6	兵庫県	3,927	3.6%	144,748	2.7%
7	北海道	3,587	3.3%	141,386	2.5%
8	埼玉県	3,527	3.3%	161,341	2.2%
9	静岡県	3,103	2.9%	119,807	2.6%
10	千葉県	2,997	2.8%	120,789	2.5%
11	京都府	2,784	2.6%	79,023	3.5%
12	広島県	2,261	2.1%	82,962	2.7%
13	宮城県	1,847	1.7%	59,314	3.1%
14	岐阜県	1,764	1.6%	70,731	2.5%
15	新潟県	1,634	1.5%	76,136	2.1%
16	岡山県	1,626	1.5%	52,368	3.1%
17	長野県	1,539	1.4%	73,189	2.1%
18	熊本県	1,523	1.4%	47,815	3.2%
19	茨城県	1,474	1.4%	79,443	1.9%
20	沖縄県	1,466	1.4%	47,105	3.1%
21	群馬県	1,322	1.2%	64,907	2.0%
22	鹿児島県	1,298	1.2%	49,915	2.6%
23	石川県	1,135	1.1%	40,430	2.8%
24	三重県	1,133	1.1%	51,486	2.2%
25	長崎県	1,109	1.0%	41,793	2.7%
26	滋賀県	1,099	1.0%	34,608	3.2%
27	栃木県	1,048	1.0%	60,058	1.7%
28	大分県	1,024	0.9%	34,711	3.0%
29	山口県	984	0.9%	38,933	2.5%
30	福島県	983	0.9%	58,639	1.7%
31	奈良県	983	0.9%	31,526	3.1%
32	富山県	954	0.9%	34,613	2.8%
33	香川県	902	0.8%	30,883	2.9%
34	富山県	886	0.8%	34,819	2.5%
35	愛媛県	880	0.8%	43,500	2.0%
36	福井県	772	0.7%	29,210	2.6%
37	岩手県	761	0.7%	37,235	2.0%
38	佐賀県	742	0.7%	24,423	3.0%
39	山形県	714	0.7%	38,726	1.8%
40	和歌山県	634	0.6%	34,367	1.8%
41	山梨県	603	0.6%	30,677	2.0%
42	青森県	512	0.5%	39,824	1.3%
43	徳島県	494	0.5%	25,345	1.9%
44	高知県	492	0.5%	24,997	2.0%
45	島根県	425	0.4%	22,167	1.9%
46	秋田県	387	0.4%	33,096	1.2%
47	鳥取県	372	0.3%	16,059	2.3%
合計		107,894	100.0%	3,578,176	3.0%

図 67

業種別登録数の登録件数について

業種別登録数の登録件数については、経営チェック実施数と同様の傾向であり、「卸売業、小売業」、「建設業」、「サービス業(他に分類されないもの)」、「製造業」の割合が高い。また従業員数数別の登録件数では、「5人以下」の小規模事業者の登録が多い状況です。

業種	登録数	登録者数全体に占める割合	事業所数	事業所数に占める登録割合
卸売業、小売業	20,180	18.7%	1,355,060	1.5%
建設業	19,196	17.8%	492,734	3.9%
サービス業(他に分類されないもの)	11,554	10.7%	346,616	3.3%
製造業	10,846	10.1%	454,800	2.4%
学術研究、専門・技術サービス業	8,623	8.0%	223,439	3.9%
宿泊業、飲食サービス業	8,448	7.8%	696,396	1.2%
医療、福祉	7,635	7.1%	429,173	1.8%
生活関連サービス業、娯楽業	4,844	4.5%	470,713	1.0%
不動産業、物品賃貸業	4,840	4.5%	353,155	1.4%
情報通信業	4,574	4.2%	63,574	7.2%
運輸業、郵便業	2,230	2.1%	130,459	1.7%
教育、学習支援業	1,465	1.4%	167,662	0.9%
農業、林業	1,048	1.0%	30,662	3.4%
電気・ガス・熱供給・水道業	777	0.7%	4,654	16.7%
分類不能の産業	640	0.6%	-	-
金融業、保険業	625	0.6%	84,041	0.7%
複合サービス事業	190	0.2%	33,780	0.6%
漁業	110	0.1%	3,520	3.1%
鉱業、採石業、砂利採取業	43	0.0%	1,851	2.3%
公務(他に分類されるものを除く)	26	0.0%	39,734	0.1%
合計	107,894	100.0%	5,382,023	2.0%

従業員数	登録数	登録者数全体に占める割合
5人以下	44,755	44.2%
6人～20人	32,079	31.7%
21人～50人	13,681	13.5%
51人～100人	5,948	5.9%
101人～300人	3,854	3.8%
301人以上	826	0.8%
合計	101,143	100.0%

図 68

リモート相談件数について

リモート相談のテーマについて、図 69 のように「施策・補助金・助成金の紹介」が 178 件と最も多くなっており、次に「IT ツール導入(会計管理)」が 111 件、「その他」が 78 件、IT ツール導入(決済・請求)が 62 件と続いています。昨年実施した 420 件では、「補助金」関連のテーマの相談が 214 件、「IT ツール」関連のテーマの相談が 210 件と上位を占めていました。また、リモート相談に至った経緯については「IT 導入補助金のサイトや IT 導入補助金事務局からの案内」が最も多く、次いで「ポータルサイトを見て」が多い状況です。

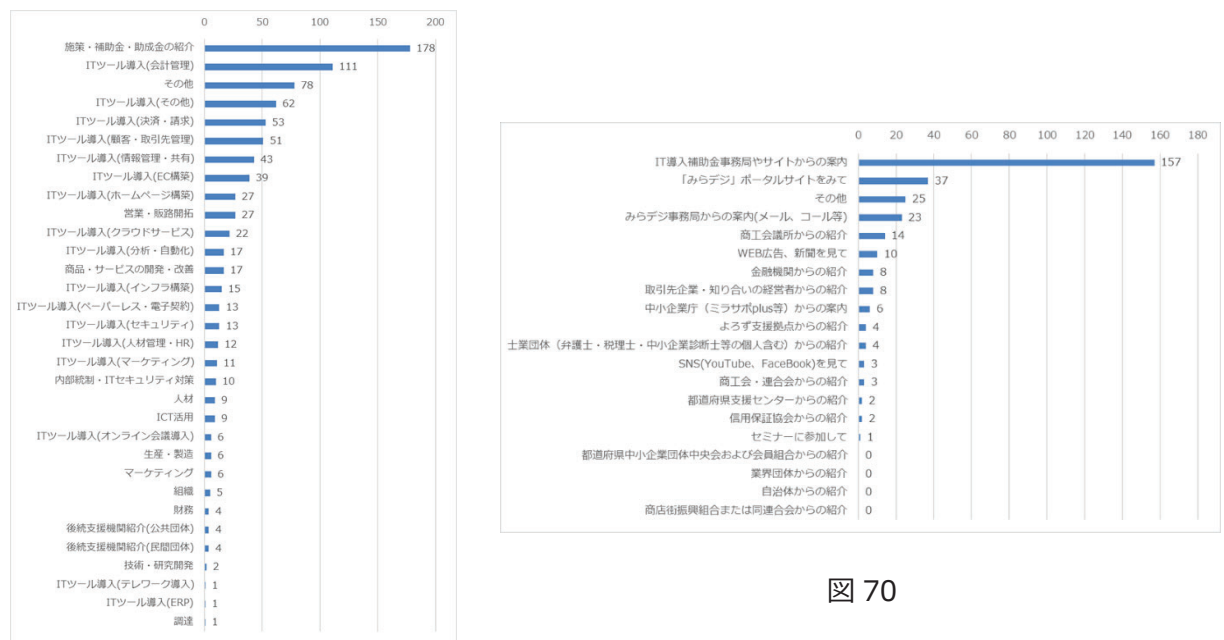


図 70

図 69

支援機関/デジタル化支援者の登録数について

支援機関/デジタル化支援者登録数に関しては、以下の通りです。現在、2,372 件の支援機関・デジタル化支援者登録が存在します。支援機関区分ごとの内訳としては「金融機関(本店・支店合計)」が 776 件と最も多いです。

支援機関/デジタル化支援者	主体名	登録数	全体数	登録率	紐付け事業数
支援機関	農工会、都道府県農工会議合会	273	1,790	15.3%	42
	金融機関(本店・支店合計)	776	—	—	1,174
	金融機関(本店のみ)	196	502	39.0%	—
	金融機関(支店のみ)	580	—	—	—
	農工会議所	187	515	36.3%	210
	認定経営革新等支援機関	119	—	—	8,235
	その他中小企業119登録支援機関である法人、団体	1	—	—	0
	土業団体	32	—	—	3
	都道府県中小企業団体中央会	27	47	57.4%	16
	よろず支援拠点	25	47	53.2%	36
	一般財団法人、一般社団法人、公益財団法人、公益社団法人	36	—	—	12
	都道府県等中小企業支援センター	24	60	40.0%	31
	信用保証協会	18	51	35.3%	6
	都道府県、市区町村等の地方公共団体	14	1,718	0.8%	105
	国家資格者/国家試験合格者	74	—	—	5
	中小企業診断士	48	27,000	0.2%	4
	社労士	0	24,429	0.0%	0
	公認会計士	4	34,356	0.0%	1
	税理士	12	80,495	0.0%	0
	ITストラテジスト試験合格者	2	—	—	0
	システムアーキテクト試験合格者	0	—	—	0
	プロジェクトマネージャ試験合格者	2	—	—	0
	ネットワークスペシャリスト試験合格者	0	—	—	0
	データベーススペシャリスト試験合格者	0	—	—	0
	エンバクトシステムスペシャリスト試験合格者	0	—	—	0
	ITサービスマネージャ試験合格者	0	—	—	0
	システム監査技術者試験合格者	2	—	—	0
	情報処理安全確保支援士試験合格者	1	—	—	0
	基本情報技術者試験合格者	1	—	—	0
	応用情報技術者試験合格者	2	—	—	0
	その他	3	—	—	2
デジタル化支援者	IT導入支援事業者	518	5,262	9.8%	1,960
	スマートSMEサポーター	77	1,385	5.6%	320
	地方自治体が認めた事業者	5	—	—	0
	民間資格取得者	165	—	—	0
	ITコーディネータ	125	—	—	19
合計	DXアドバイザー	40	—	—	3
	合計	2,372	177,657	1.3%	12,179

図 71

都道府県別の支援機関/デジタル化支援者登録数について

都道府県別の支援機関登録数に関して、47 すべての都道府県で登録が存在します。また登録が多い都道府県として、東京都、京都府、千葉県、愛知県が上位を占めている。支援機関登録数については、親子登録している者が存在する都道府県が上位に来る傾向になっています。

都道府県別のデジタル化支援者登録数に関して、東京都の登録が一番多く、242 件存在、次いで大阪府が多く、66 件存在します。

順位	都道府県	登録数	登録数全体に占める割合
1	東京都	205	12.7%
2	千葉県	146	9.1%
3	京都府	146	9.1%
4	愛知県	122	7.6%
5	新潟県	101	6.3%
6	大阪府	82	5.1%
7	徳島県	76	4.7%
8	兵庫県	44	2.7%
9	北海道	43	2.7%
10	神奈川県	42	2.6%
11	岡山県	39	2.4%
12	長野県	37	2.3%
13	静岡県	37	2.3%
14	埼玉県	33	2.0%
15	愛媛県	32	2.0%
16	広島県	29	1.8%
17	三重県	28	1.7%
18	岐阜県	27	1.7%
19	滋賀県	23	1.4%
20	奈良県	21	1.3%
21	福島県	20	1.2%
22	福岡県	19	1.2%
23	茨城県	18	1.1%
24	栃木県	18	1.1%

順位	都道府県	登録数	登録数全体に占める割合
25	山口県	18	1.1%
26	宮城県	14	0.9%
27	長崎県	14	0.9%
28	青森県	13	0.8%
29	山形県	12	0.7%
30	群馬県	12	0.7%
31	香川県	12	0.7%
32	熊本県	11	0.7%
33	岩手県	10	0.6%
34	秋田県	9	0.6%
35	高知県	9	0.6%
36	佐賀県	9	0.6%
37	大分県	9	0.6%
38	石川県	8	0.5%
39	山梨県	8	0.5%
40	宮崎県	8	0.5%
41	鹿児島県	8	0.5%
42	沖縄県	8	0.5%
43	富山県	7	0.4%
44	福井県	7	0.4%
45	和歌山県	7	0.4%
46	島根県	5	0.3%
47	鳥取県	4	0.2%
合計		1,610	100%

図 72

順位	都道府県	登録数	登録数全体に占める割合
1	東京都	242	31.7%
2	大阪府	66	8.7%
3	福岡県	47	6.2%
4	愛知県	40	5.2%
5	神奈川県	29	3.8%
6	兵庫県	26	3.4%
7	埼玉県	24	3.1%
8	千葉県	19	2.5%
9	宮城県	18	2.4%
10	静岡県	17	2.2%
11	京都府	16	2.1%
12	北海道	15	2.0%
13	長野県	15	2.0%
14	広島県	14	1.8%
15	茨城県	10	1.3%
16	岡山県	10	1.3%
17	石川県	8	1.0%
18	長崎県	8	1.0%
19	山形県	7	0.9%
20	福島県	7	0.9%
21	栃木県	7	0.9%
22	富山県	7	0.9%
23	福井県	7	0.9%
24	岐阜県	7	0.9%

順位	都道府県	登録数	登録数全体に占める割合
25	三重県	7	0.9%
26	奈良県	7	0.9%
27	香川県	7	0.9%
28	熊本県	7	0.9%
29	岩手県	6	0.8%
30	新潟県	6	0.8%
31	大分県	6	0.8%
32	鹿児島県	6	0.8%
33	山梨県	5	0.7%
34	山口県	5	0.7%
35	徳島県	5	0.7%
36	愛媛県	5	0.7%
37	滋賀県	4	0.5%
38	宮崎県	4	0.5%
39	秋田県	3	0.4%
40	群馬県	3	0.4%
41	沖縄県	3	0.4%
42	青森県	2	0.3%
43	佐賀県	2	0.3%
44	和歌山県	1	0.1%
45	鳥取県	1	0.1%
46	島根県	1	0.1%
47	高知県	1	0.1%
合計		763	100%

図 73

3. 事業実施アンケートの分析

3-1. アンケート概観

12月時点でみらデジ事業に登録があった78,412者の事業者、1,083者の支援機関、675者のデジタル化支援者にアンケートを送付し、それぞれ下記の回答を得ました。

- ・事業者：10,258者から回答(回答率:13.1%)
- ・支援機関：229者から回答(回答率:21.1%)
- ・デジタル化支援者：181者から回答(回答率:26.8%)。

本アンケートを分析する上で、事業者に関してはデジタル化段階の向上度合いによりセグメンテーションを行い、支援機関/デジタル化支援者に関しては、「気づきの場の提供有無」、「支援の提供有無」、「事業者との紐づけ有無」の合成軸によりセグメンテーションを行いました。

※事業者については、デジタル化段階が2段階以上向上した者を「大成長パターン」、1段階向上した者を「通常進化パターン」、段階が変わらなかった者を「変化なしパターン」、段階が下がった者を「要観察パターン」と定義。

分岐		セグメント	分類方法
デジタル化の取組	成果アリ	大成長 425件	デジタル化段階が3上がった事業者 Q2-Q1=3
			デジタル化段階が2上がった事業者 Q2-Q1=2
		通常進化 4,690件	デジタル化段階が1上がった事業者 Q2-Q1=1
	成果ナシ	変化なし 4,985件	デジタル化段階が変わらなかった事業者 Q2-Q1=0
			デジタル化段階が1下がった事業者 Q2-Q1=-1
		要観察 (事業期間を通してデジタル化段階が 下がったということ) 158件	デジタル化段階が2下がった事業者 Q2-Q1=-2
			デジタル化段階が3下がった事業者 Q2-Q1=-3

図 74

※Q1：みらデジ利用前の自社のデジタル化段階について該当するものを選択ください。

※Q2：みらデジ利用後の自社のデジタル化段階について該当するものを選択ください。

また、支援機関/デジタル化支援者については、気づき・支援を提供し、紐づけを行っている者を「大活躍支援者」、気づき・支援を提供し、紐づけを行っていない者を「要活用促進」、気づきは提供したが、支援を提供しておらず、紐づけを行っている者を「みらデジ上級者」、気づきを与えられなかったが、紐づけを行っている者を「要観察者」、気づきを提供したが、支援を提供しておらず、紐づけを行っていない者及び気づきを提供できず、紐づけを行っていない者を「対

応優先順位下げ」と定義したうえでセグメンテーション分析を行いました。

			みらデジ事業進捗データ	
アンケート結果	事業者への気づき 提供有無	支援の提供有無	事業者紐づけあり	事業者紐づけなし
	気づき提供 (Q1で①、②を選択)	何らかの支援を提供 (Q2で①～⑥を選択)	大活躍支援者 (78件)	要活用促進 (186件)
		具体的な支援提供なし (Q2で⑦を選択)	みらデジ活用上級者 (10件)	対応優先順位下げ (104件)
	気づきを 与えられなかった (Q1で③を選択)	—	要観察者 (経営チェック改善のための示唆) (32件)	

図 75

3-2.事業者向けアンケート結果

みらデジ利用前のデジタル化段階について

みらデジ利用前のデジタル化段階について、デジタル化段階が 1～2 であると回答している者は全体の 7 割程度となっており、当初想定していたターゲット層がみらデジを活用していたことが伺えます。一方で、みらデジ利用後のデジタル化段階については、段階 1～2 と回答している者は全体の 5 割程度になっていました。またみらデジ利用前後でデジタル化段階を向上させた者に関しては 5 割ほど存在しました。

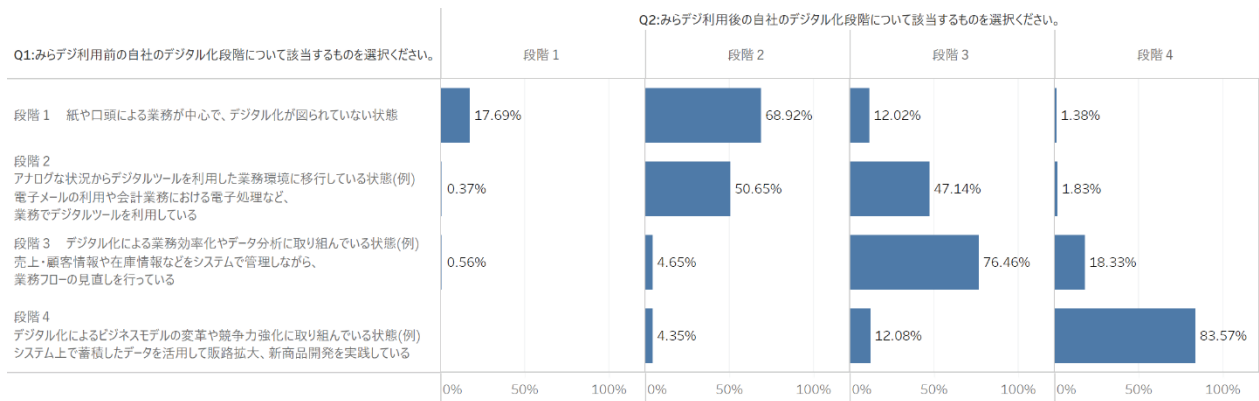


図 76

みらデジを活用したことでの意識の変化について

回答者の 6 割がみらデジ利用前からデジタル化の必要性を認識していたと回答していましたが、その他の 4 割がみらデジによりデジタル化が必要だという気づきが得られたと回答しているため、みらデジ事業はデジタル化の気づきの場の提供に一定の貢献ができたのではないかと考えられます。

Q3:
みらデジを活用したことでの意識の変化について該当するものを選択ください。

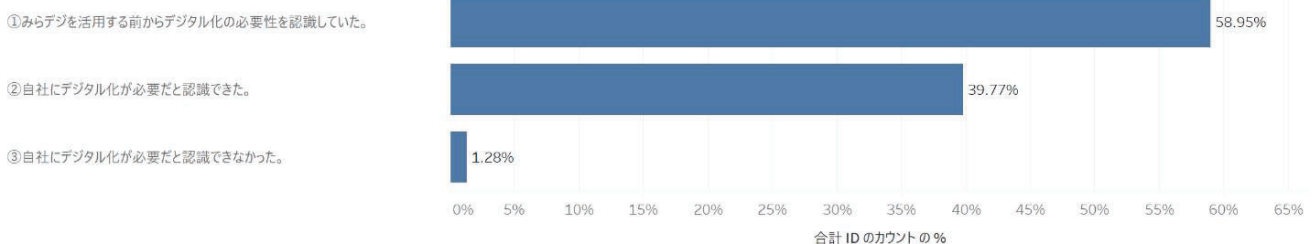


図 77

「気づき」の提供に効果的だった要素について

「気づき」の提供に効果的だった要素については、「みらデジ経営チェックによる自社の状況理解」、「同業他社のデジタル化事例」、「デジタル化支援者による支援」と回答した割合が高くなっています。今年度デジタル化支援者という枠組みを設けたことが気づきの場の提供に寄与していると言えるのではないのでしょうか。

Q5-1: デジタル化の必要性をご認識されたとのことですが、その際に役に立ったものについて該当するものを選択ください。【複数回答可】

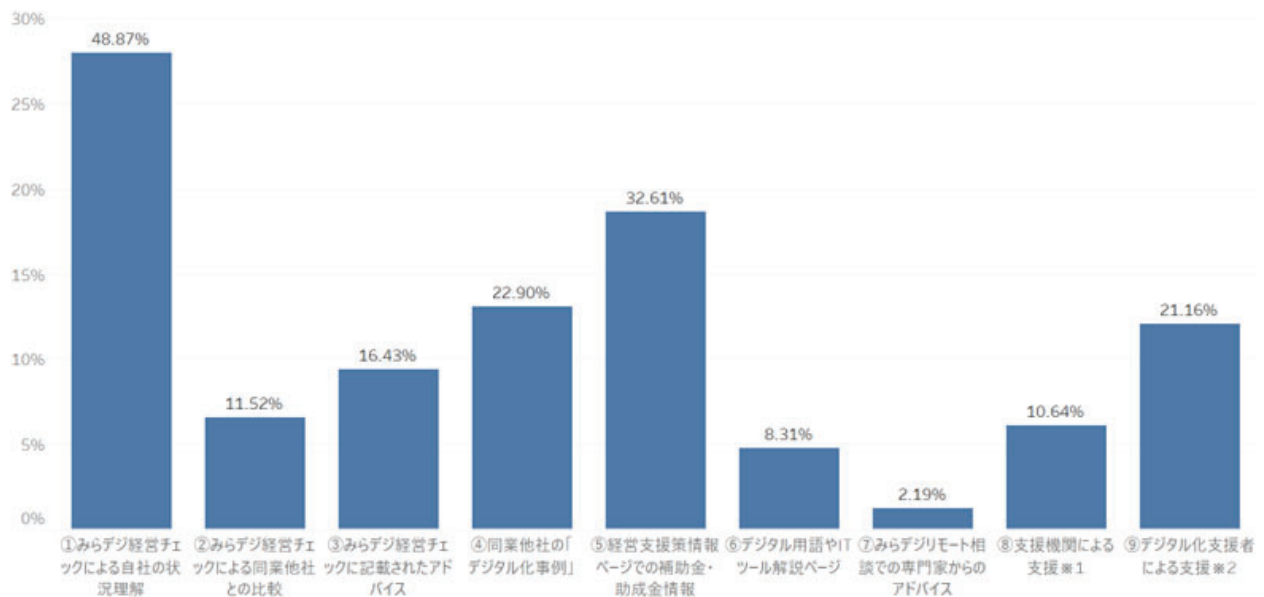


図 78

IT 導入補助金の活用状況について

IT 導入補助金の活用状況について、8 割の事業者が IT 導入補助金を活用し、デジタル化推進を進めている状況となっています。

Q6: IT 導入補助金の利用状況について、該当するものを選択ください。

- ①IT 導入補助金を申請し、システム導入等のデジタル化推進を進めている。
- ②IT 導入補助金を申請していないが、システム導入等のデジタル化推進を進めている。
- ③IT 導入補助金を申請したが、システム導入等のデジタル化推進は進めていない。
- ④IT 導入補助金を申請していない。

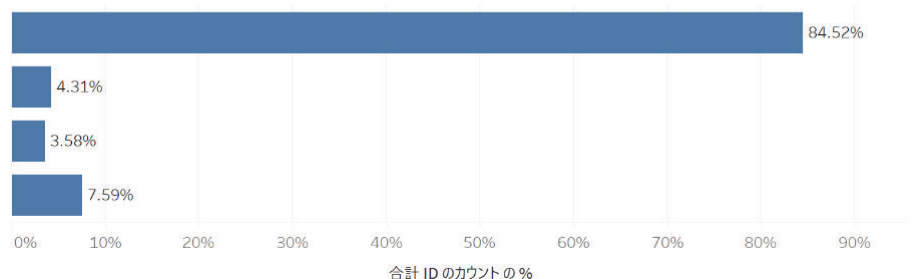


図 79

システム導入後の採用・育成状況について

システム導入後の採用・育成状況について、採用のみと育成のみで比較した際は、採用のみが 8.82%、育成のみが 41.26%となっており、みらデジメインユーザ層におけるデジタル化人材の採用の難しさが表れていると考えられます。

Q7: システム導入後、システムを活用できる人材の採用・育成状況について、該当するものを選択ください。

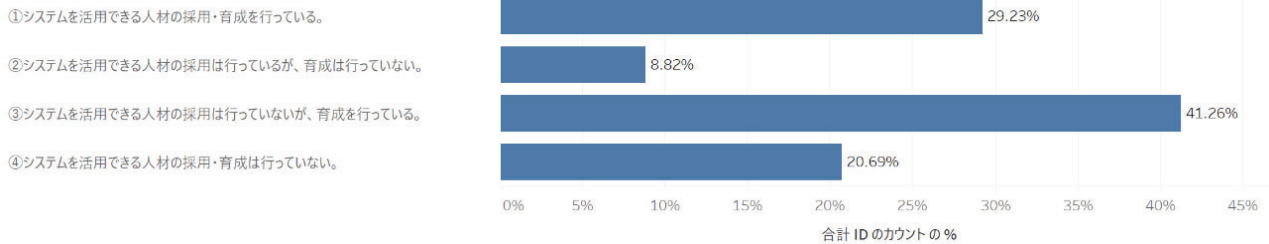


図 80

システム導入後の保守・運用、生産性向上状況について

一保守・運用状況については 8 割が問題なく保守・運用できている状況であり、アンケート回答者の 8 割が問題なく保守・運用できていると回答しているため、みらデジユーザの大多数が保守・運用について問題なく進められていると考えられます。また、生産性向上状況についても 8 割近くが「生産性は 3%以上向上している」、「生産性は 3%以上向上見込み」と回答しており、みらデジユーザの大多数が生産性を向上させられていると考えられます。

Q8: システム導入後の保守・運用状況について、該当するものを選択ください。

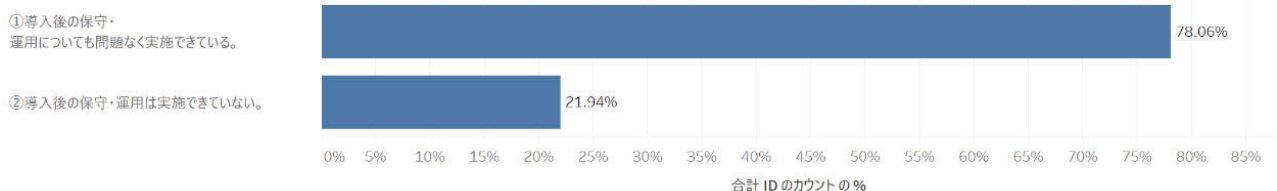


図 81

Q9: システム導入後の生産性向上状況について、該当するものを選択ください。

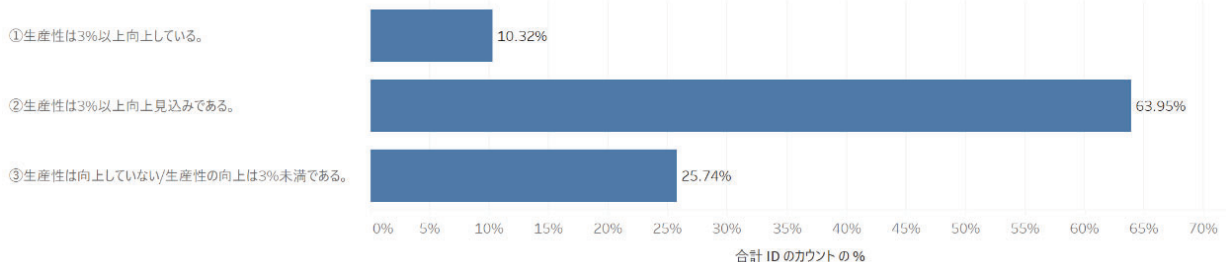


図 82

システム導入時のポイントについて

システム導入時のポイントについて、「自社の経営課題の解決に役立つこと」、「導入・運用コスト以上の売上向上/コスト削減効果が見込めること」、「画面操作などの操作方法がわかりやすいこと」、「IT 導入補助金の対象になっていること」を重視する事業者が多い状態です。

Q10: システムを導入する際、重視するポイントについて、該当するものを選択ください。【複数回答可】(Q10)

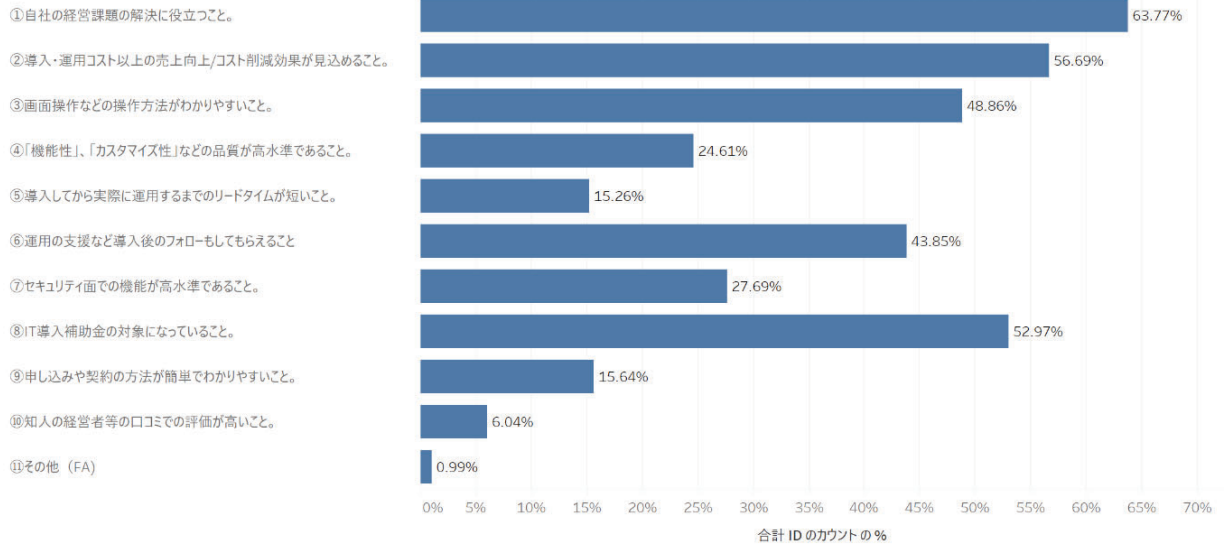


図 83

普段から接している支援者について

普段から接している支援者については「IT 導入支援事業者」、「士業」、「金融機関」が上位を占めています。

Q21: 普段からほととの数値について把握しなすことが多い支援者(支援機関/デジタル化支援者)について、数値するものを回答ください。【複数回答可】(Q21)

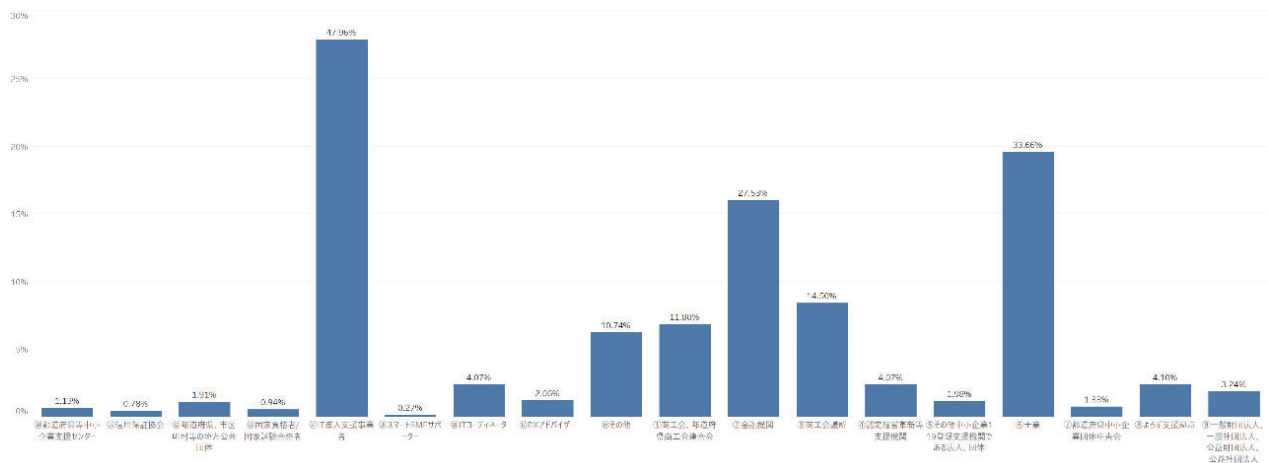


図 84

支援機関又はデジタル化支援者から支援提供有無について

支援機関又はデジタル化支援者から支援を受けたかどうかについて、約半数の事業者が支援を受けており、成長パターンごとの支援状況については、「要観察パターン」、「変化なしパターン」の事業者と比較し、「通常進化パターン」、「大成長パターン」の事業者は支援を受けた割合が 10 ポイント以上高いため、デジタル化段階の向上に対して支援者の支援は、事業者のデジタル化段階の向上に一定の有効性があると言えるのではないのでしょうか。

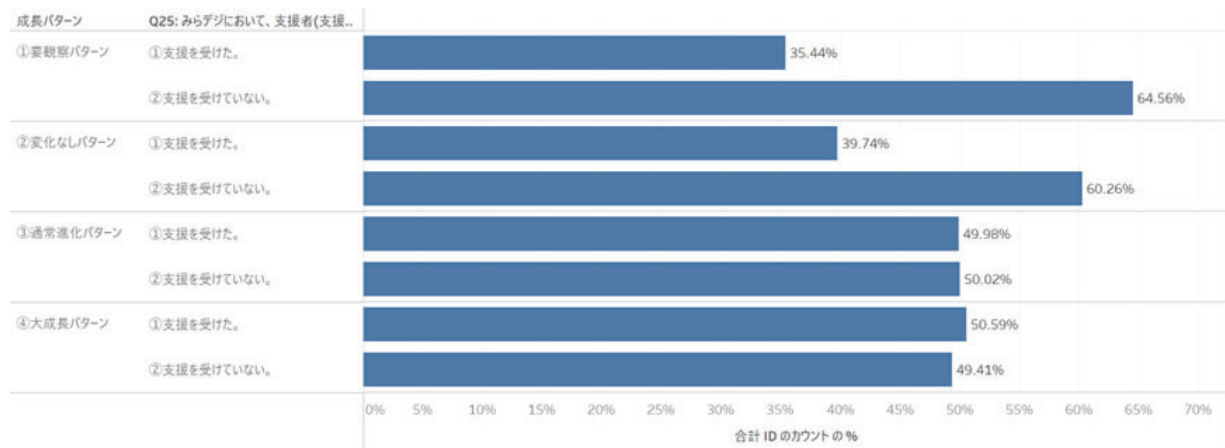


図 85

普段から付き合いのある支援者別の成長度合いについて

普段付き合いのある支援者別の成長度合いについて、「通常進化パターン」、「大成長パターン」の事業者は他のパターンの事業者より、普段から IT 導入支援事業者と付き合いを持っている割合が高い状態です。普段から IT 導入支援事業者にデジタル化に関する相談を行っていく中で、自社のデジタル化推進をするためのスキルを高めながら、システム導入等を進めることで、デジタル化段階を向上させていることが考えられます。

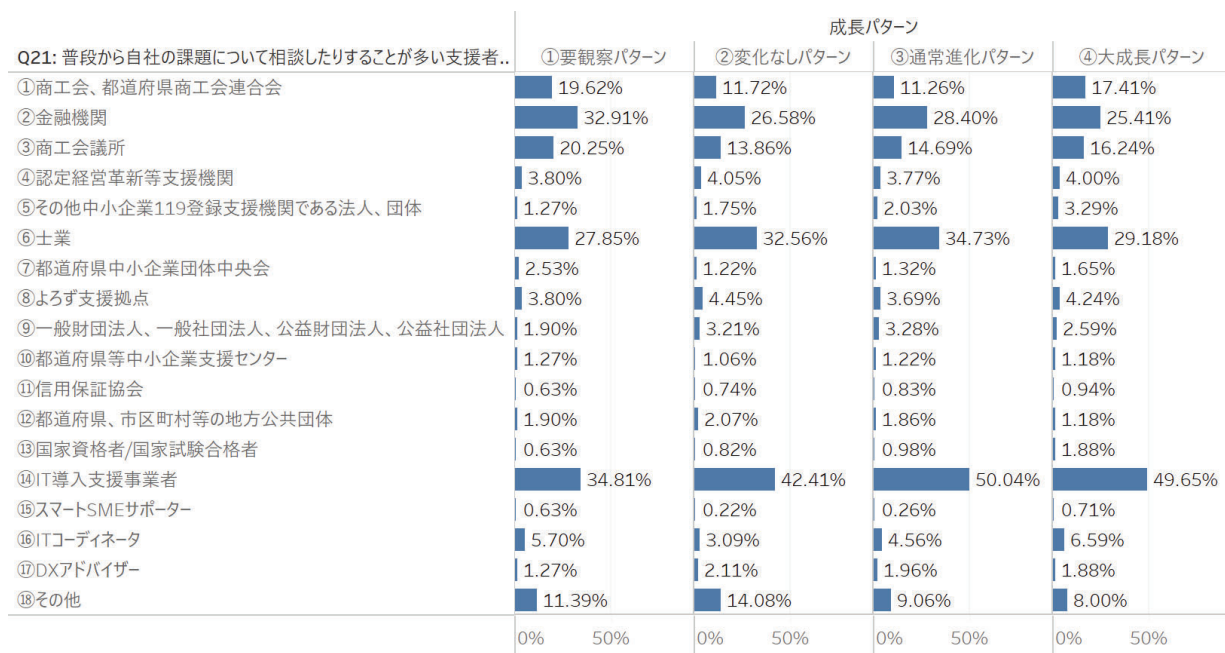


図 86

支援での提供内容別の成長度合いについて

「大成長パターン」の事業者は他のパターンの事業者より「みらデジ経営チェックの使い方・見方を教えてもらった」、「みらデジ経営チェック結果を用いて、自社の現状把握・課題設定を支援してもらった」、「自社の課題に合わせた戦略立案を支援してもらった」と回答している割合が高い状態であるため、みらデジを活用した事業者目線の丁寧な支援が、事業者のデジタル化段階の向上に効果的であると言えるのではないのでしょうか。

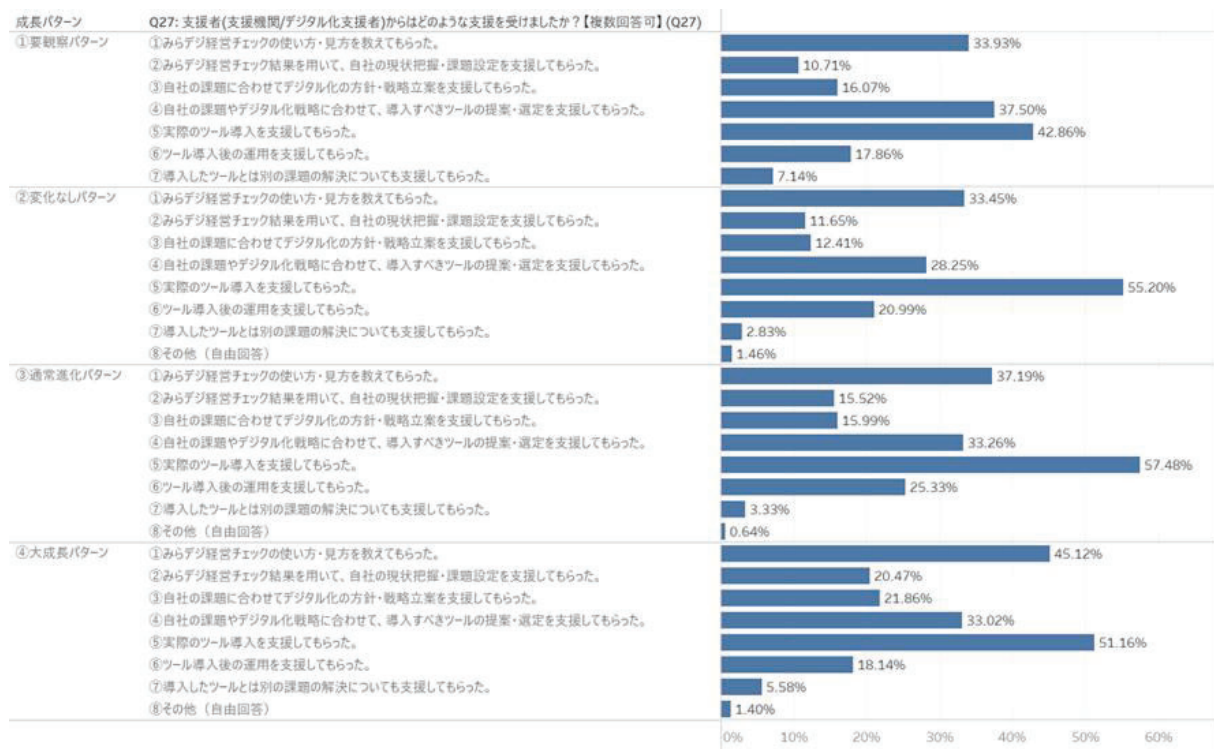


図 87

今後希望する支援について

今後希望する支援については「大成長パターン」の事業者は他のパターンの事業者より「みらデジ経営チェックの丁寧な解説」、「詳細な現状把握支援」、「課題整理・優先順位付け」と回答している割合が高いです。

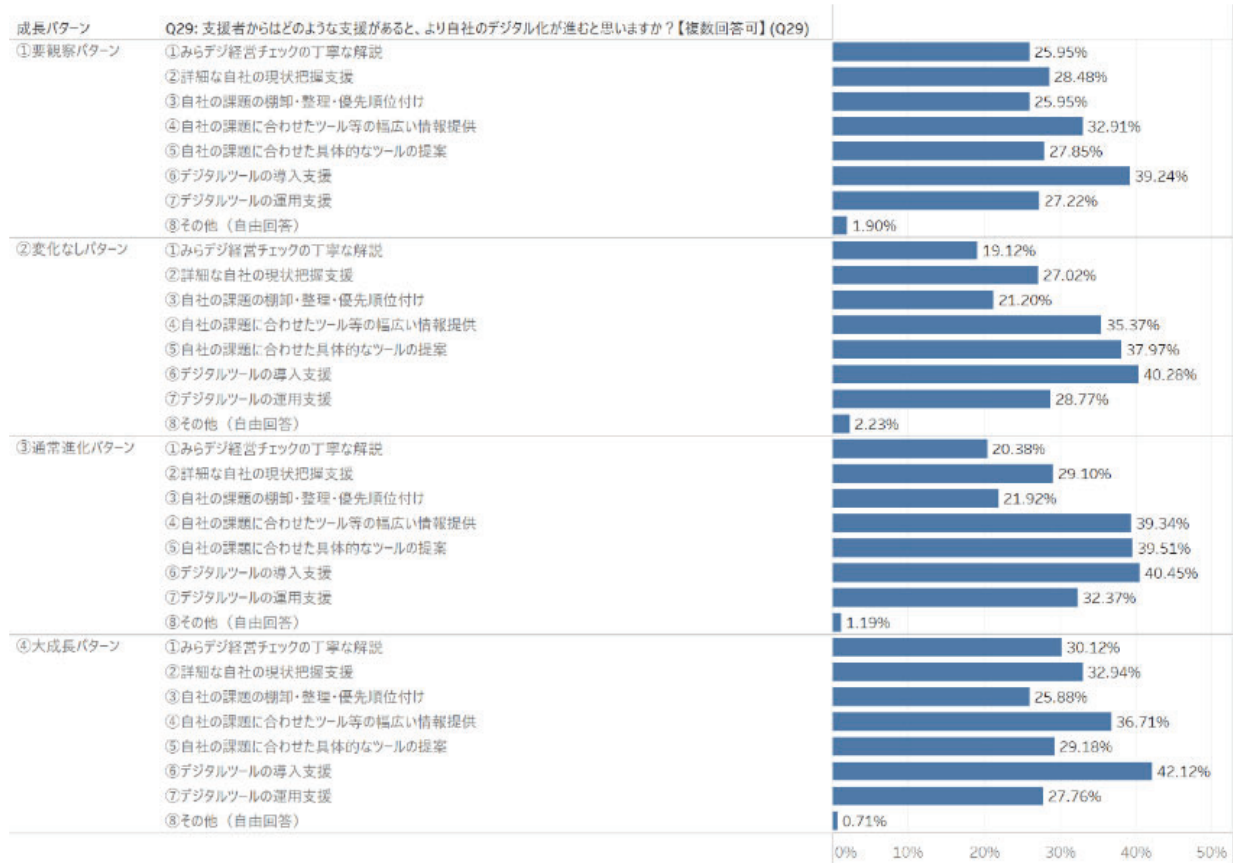


図 88

支援者からの支援以外で希望する支援について

支援者からの支援以外で希望する支援として、「人材育成の研修などの支援」、「専門家派遣制度による支援」を求める意見が多く、事業者が抱える課題として、「デジタル化に関する情報不足」、「人材不足」なども存在することが考えられます。

Q30: 今後、デジタル化を進めるために必要な支援について、該当するものを選択ください。【複数回答可】(Q30)

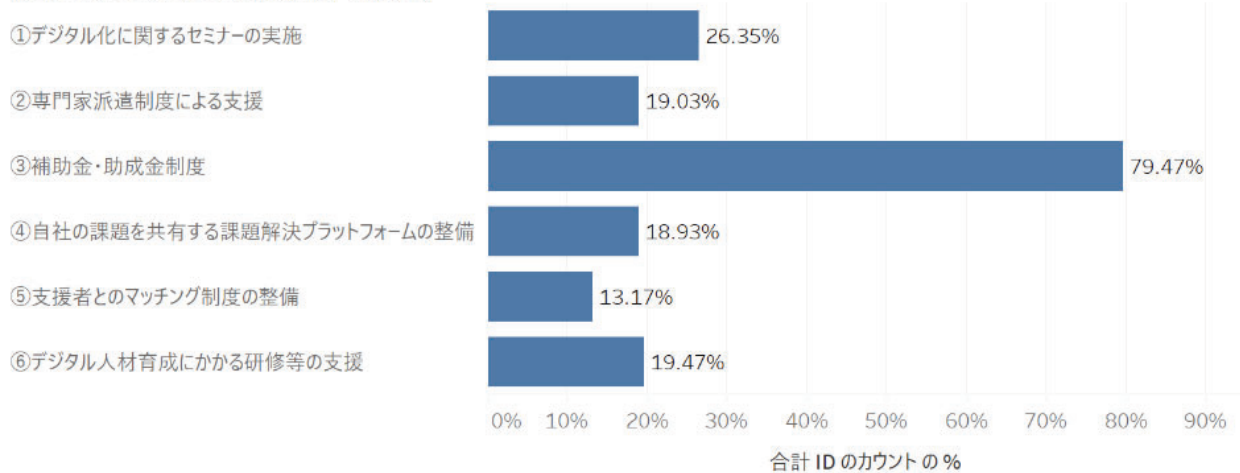


図 89

成長パターンごとの NPS®について

成長パターンごとの NPS®について、「大成長パターン」が-16.4、「通常進化パターン」が-39.4、「変化なしパターン」が-58.7、「要観察パターン」が-49.6 となっており、「大成長パターン」については、ある程度類似性がみられる銀行業界の平均値（-30.4）よりも良いスコアとなっています。

※NPS®とは回答者に商品・サービスを他社に紹介する可能性について「0～10」の11段階回答してもらい、9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類していくことで、ロイヤリティを図る指標です。回答者全体で「推奨者」と呼ばれるグループの割合から「批判者」と呼ばれるグループの割合を差し引くことで NPS®を算出するため、マイナスの値が小さいほど推奨者が多いことを表しています。

算出式：NPS® = 推奨者の割合（％）－ 批判者の割合（％）

また、「通常進化パターン」、「大成長パターン」については、NPS®の選択理由について、「みらデジ経営チェックが参考になったから」、「支援者からの支援が役に立ったから」と回答している割合が高く、支援者からみらデジ経営チェックの丁寧な解説を踏まえ、支援を受けた事業者がデジタル化段階を向上させており、デジタル化段階の向上に伴い、NPS®も向上していると考えられます。

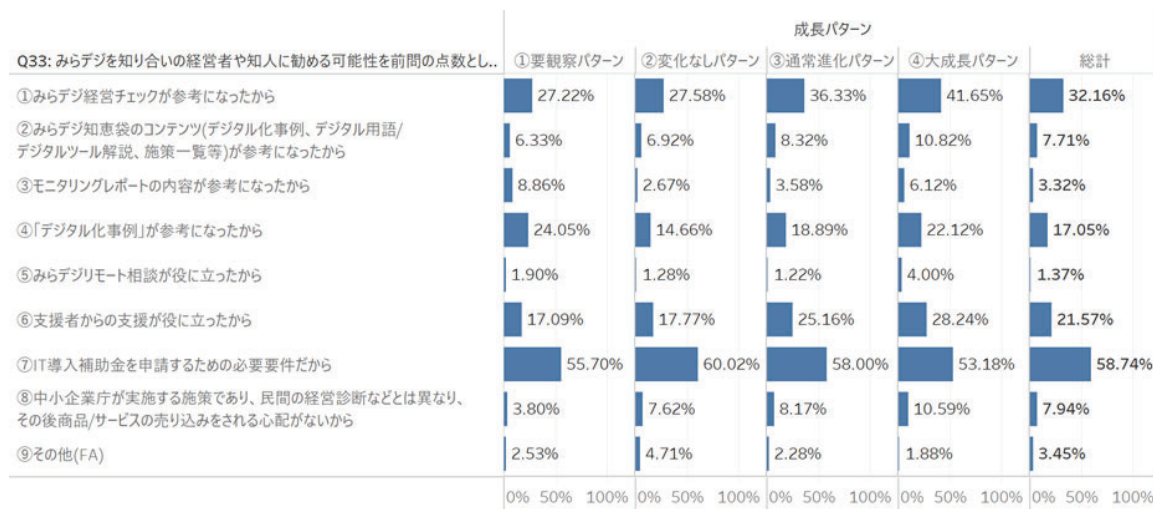


図 90

3-3.支援機関/デジタル化支援者向けアンケート結果

事業者への気づきの場の状況について

事業者への気づきの場の提供について、支援機関と比較してデジタル化支援者の方が、(みらデジ活用前から事業者がデジタル化の必要性を認識していたパターンも含め)デジタル化の必要性を認識させることができた割合が高くなっているため、デジタル化の必要性を認識するためにはデジタル化支援者による支援に効果があると言えるのではないのでしょうか。



図 91

支援者間の役割分担について

支援者間の役割分担については、支援機関がデジタル化フローの前半、デジタル化支援者が後半を担当するというケースが多い一方で、一気通貫して支援したデジタル化支援者も半数程度存在します。



図 92

みらデジで役に立った要素について

みらデジで役に立った要素については、支援機関とデジタル化支援者を比較すると、「自社の状況理解」、「経営チェックに記載されたアドバイス」で 10 ポイント以上の差が開いています。金融機関等の支援機関については自前のチェックツールなどを保有しているケースがあることなどから、支援機関とデジタル化支援者間のみらデジ経営チェックの使いこなし程度については一概には言えないが、少なくともみらデジ経営チェックはデジタル化支援者による支援提供行為に特に効果があったと言えるのではないのでしょうか。

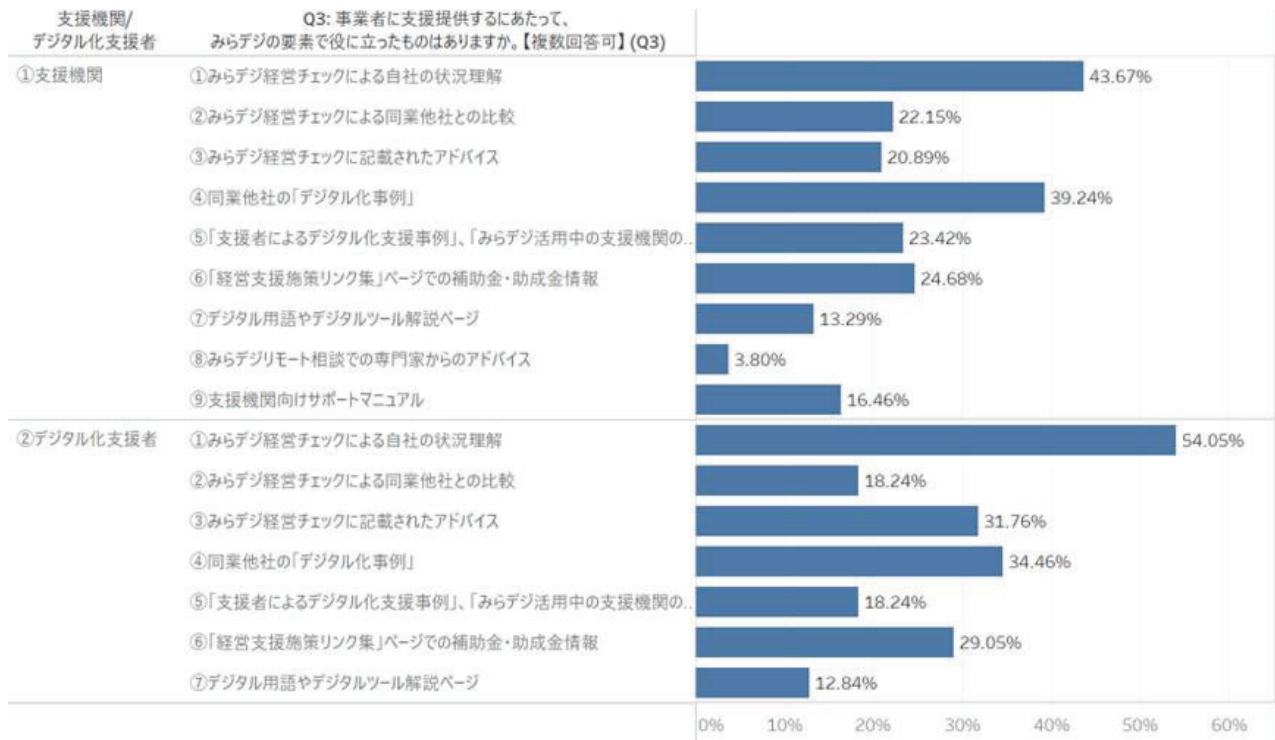


図 93

システム/ツール導入時の重視ポイントについて

システム/ツール導入時の重視ポイントについて、支援機関と比較しデジタル化支援者の方が「事業者の経営課題の解決に役立つこと」だけでなく、「自機関で運用の支援など導入後のフォローができること」、「IT 導入補助金の対象になっていること」と回答している割合が高くなっています。

IT 導入支援事業者は（販売・導入のしやすさという観点からであっても）「経営課題の解決の役に立つ」という本来の目的に加え、保守・運用や事業者の財務状況など中長期的にデジタル化を進めていくという前提でシステムを選定していると言えるのではないのでしょうか。

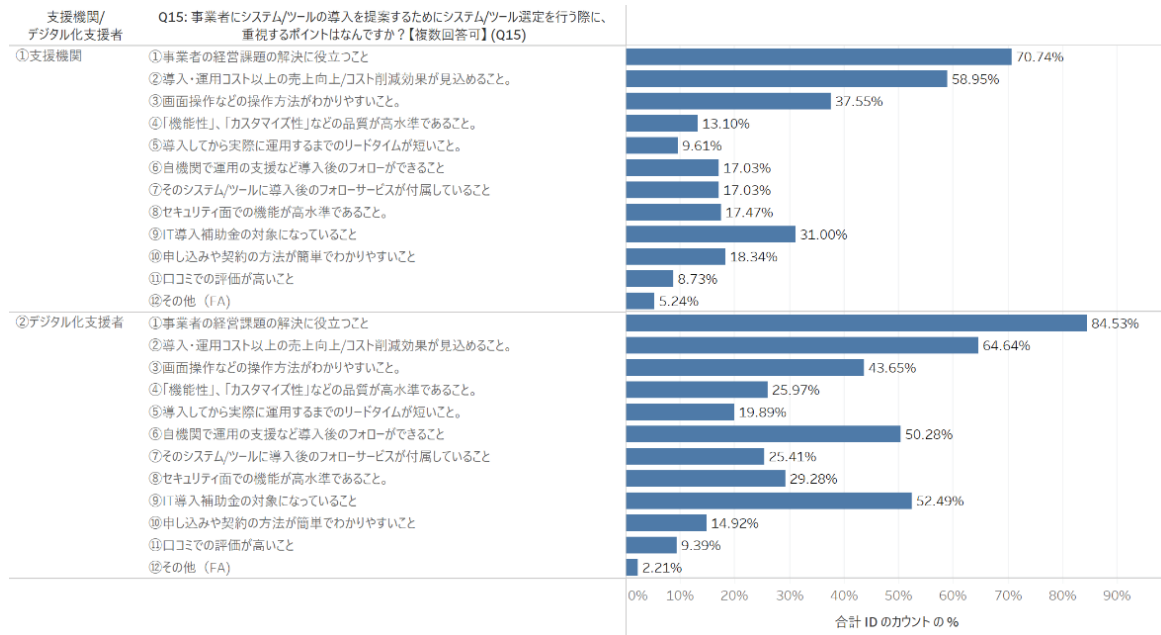


図 94

提案機会・支援機会の増加について

提案機会・支援機会の増加について、支援機関/デジタル化支援者の 41.71%が「支援を提案する機会が増えた」と回答しており、みらデジは支援機関/デジタル化支援者の支援提案機会増加にも寄与していることが考えられます。

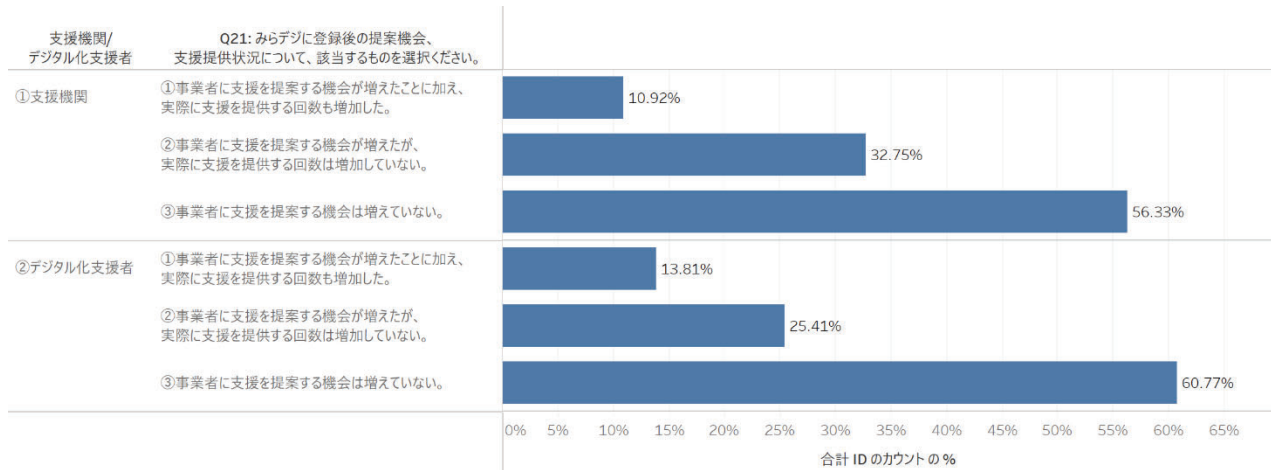


図 95

提案・支援活動全体のプロセスにおける課題について

提案・支援活動全体のプロセスにおいて、デジタル化支援者において、「新規支援先・顧客を開拓することに課題感を感じる人が多い」と回答している者が多いため、デジタル化支援者においては、新規支援先・顧客開拓が重要な課題であると考えられます。

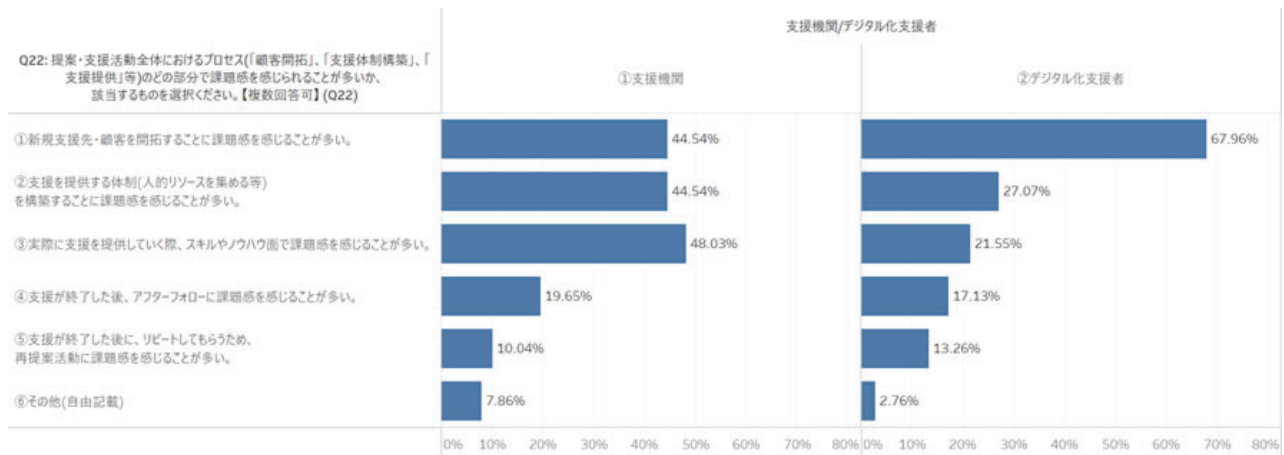


図 96

オンラインでの支援提供状況について

デジタル化支援者について、支援機関/デジタル化支援者の 69.06%がオンラインで支援を提供しているが、支援機関に関してはオンラインの支援を提供している割合が 34.06%に留まっているため、支援機関がオンラインで支援を提供できる状況を整備しつつ、デジタル化支援者が地域の枠を超えて全国的に支援を行っていきける環境を整備していくことが事業者のデジタル化推進のためには重要です。

また、オンラインで支援する際の支援先事業者について、デジタル化支援者の 76.80%が存在する都道府県・地方関係なく、全国すべての事業者にオンラインで支援を提供していますが、支援機関に関してはその割合が 33.33%に留まっています。

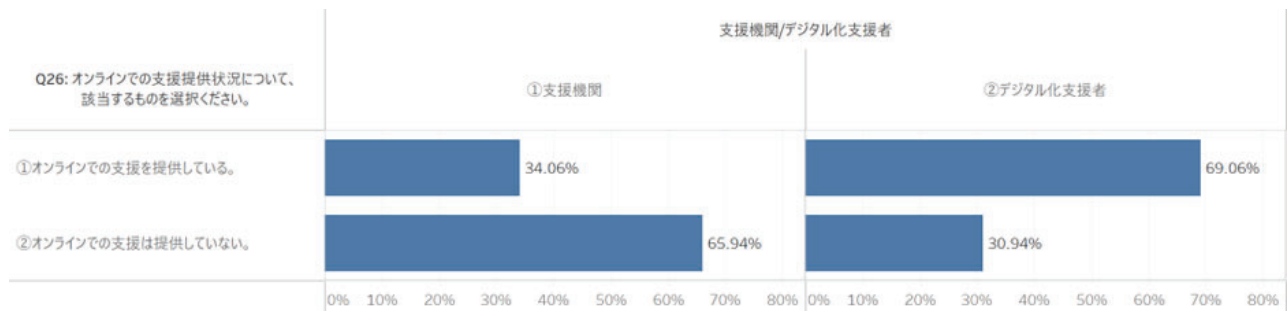


図 97

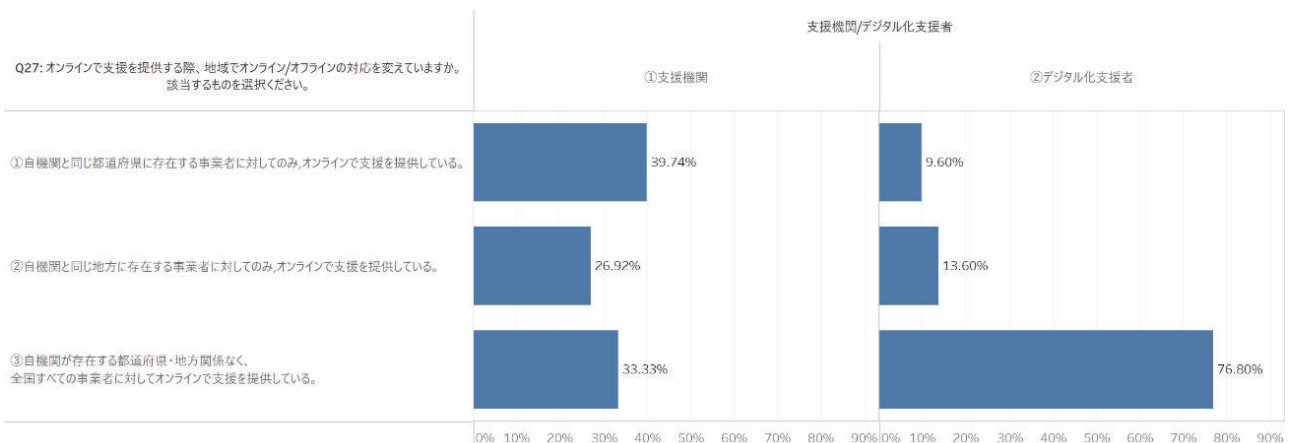


図 98

NPS®について

NPS®については、支援機関が-59.8、デジタル化支援者が-49.2となっており、デジタル化支援者のスコアが低いため、デジタル化支援者の方がみらデジ推奨者が多い状態となっております。

4. 事業者のデジタル化に関して

4-1. 事業者のデジタル化のフローのモデル化

「1-2-5. 支援機関向けサポートマニュアルについて」の部分でも記載していますが、デジタル化を推進していく際は「経営に関する知見」、「業務に関する知識」、「デジタルに関する専門的知識」という複層的な知識に加え、「ツールを販売する IT ベンダー等の対外折衝スキル」、「デジタル化に抵抗感を示すメンバーを説得しながらデジタル化を進めていく社内調整スキル」などが必要となるため、事業者が単独で進めることが難しいケースが多く、事業者のデジタル化を推進していくためには支援機関による支援が重要です。

一方で、支援機関はデジタル化に関する知見が不足しているため、今年度は「デジタル化支援者」という枠組みを設けたうえで、支援機関の連携先としてデジタル化知見が豊富な IT コーディネータや IT 導入支援事業者の事業参画を呼びかけ、図 99 のような事業者のデジタル化を支援する際のフローを作成したことで、フローの前半（「事業者接点」～「課題課題設定」の部分）を支援機関がメインで担当し、後半部分（「現状分析」～「運用」の部分）をデジタル化支援者が担当するという役割分担で事業者のデジタル化を推進する流れを整備しました。

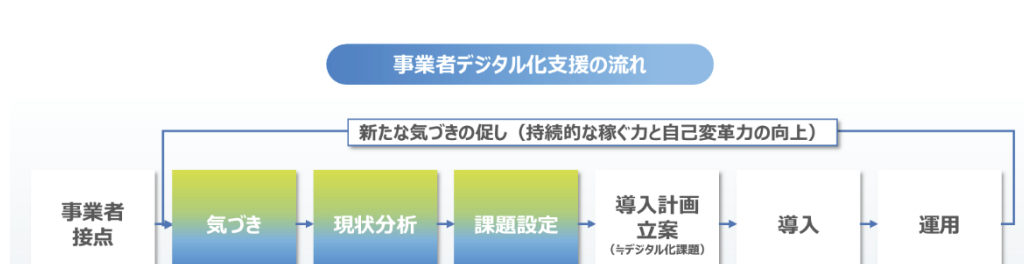


図 99

事業者接点：『みらデジ経営チェック』を事業者に案内し、活用促進を図る部分

気づき：『みらデジ経営チェック』結果などを使用し、経営改善に向けた事業の振り返りを事業者に促す部分

現状分析：事業者の『みらデジ経営チェック結果』から見る現状と今後目指すべき姿・ビジョンを比較し、不足している要素を棚卸する部分

課題設定：現状分析で棚卸した結果を踏まえて、現在の問題を特定し、どのようなデジタル化手法により問題を解決するかを整理することで課題化する部分

導入計画立案：課題設定で整理した対応を実現するために適切なツールを選定し、そのツールの導入に向けた計画を立案する部分

導入：導入計画立案で選定したツールの導入を支援する部分

運用：導入したツールの メンテナンス対応や社内での利用状況向上に向けたサポートを行う部分

4-2. みらデジによる気づきの場の提供

今年度は上記のデジタル化フローの考え方に基づき、「経営チェック実施により気づきを与える」、「支援機関/デジタル化支援者の支援を受け現状分析や課題設定を行う」、「システム導入の際に IT 導入補助金も活用してもらう」という一連の流れを構築しました。

実際、アンケート結果で約 4 割の事業者が「みらデジを通じてデジタル化の必要性を認識した」と回答していることから、上記の流れを構築したことで、事業者に対して「稼ぐ力と自己変革力の向上のためデジタル化が必要である」という気づきを提供することに対して貢献できていると考えられます。また、事業者アンケート結果の「気づき」の提供に効果的だった要素について、他の要素と比べた際に「みらデジ経営チェックによる自社の状況理解」、「デジタル化支援者による支援」と回答した割合が高くなっているため、経営チェック項目・アウトプット画面を改修したことやデジタル化支援者の枠組みを位置付けたことなどがデジタル化の必要性の認識に影響していると考えられる。

アンケート結果からもわかるように、事業者が普段接している支援者のうち、金融機関と答える回答割合が相応に高い（27.4%）ことから、今後金融機関の体制構築を支援していくことができれば、事業者のデジタル化推進にとって効果が表れるのではないのでしょうか。

4-3.デジタル化に対するモチベーションの向上

現在、デジタル化を進められていない事業者はデジタル化で成果を出しているというケースが身近に存在しないため、デジタル化の具体的な取り組みイメージを抱くことができず、デジタル化のためのモチベーションを維持・向上できないという課題が存在すると考えられます。そのため、今年度のみらデジにおいては、事業者のデジタル化へのモチベーションを維持・向上させるための取り組みとして、事業者のデジタル化事例をみらデジポータルサイト上に掲載し、自社と同じ課題を抱える事業者や同業種の事業者のデジタル化事例を事業者が閲覧できるようにしました。

また、事例を掲載する際は「業界別」、「課題別」、「ツール別」等の区分ごとに事例を掲載することで、同業界で同じような課題を抱えている事業者のデジタル化事例を参考にできるようポータルサイトを改修し、事業者が経営チェックを実施した際、自社に導入が必要なツールを導入する際のイメージを膨らませやすくするため、図 100 のようにみらデジ経営チェックのアウトプット画面でも同業種・同規模の参考事例として表示するようにしました。

※事例については「1-2-3. 事業者向けデジタル化事例について」で詳細内容を記載していますので、詳細内容の記載については割愛させていただきます。



図 100

事例の作成については、支援機関/デジタル化支援者に作成協力を要請し、予め事務局で作成したフォーマットに沿って、これまで支援したケースを事例化・提供いただくことで、事務局運営の効率化と実際に役に立つ生の事例の獲得の両立を図りました。また、事例の作成依頼を呼び掛ける際、図 101 のように、「みらデジ知恵袋」のページで「デジタル化事例提供のお願い」というセクションを新規作成し、このページでフォーマットを掲載することに加え、「デジタル化事例を募集する目的」、「事例の使用用途」、「事例を提供するメリット」について説明文を記載しました。

また、支援機関/デジタル化支援者が事例を提供するメリットとして「みらデジ経営チェックの結果で事例を表示する

ことで、自社の情報発信につなげられること」、「他の支援機関/デジタル化支援者に関しても事例を閲覧する可能性があるため、今後のデジタル化推進におけるパートナー作りのきっかけになること」の2点が存在するため、ポータルサイト上でこのメリットを訴求しながら、事例収集を呼び掛けました。



デジタル化事例提供のお願い

現在、みらデジ事務局では支援機関/デジタル化支援者のみなさまが支援されている事業者等のデジタル化事例を募集しております。
 こちらで提供いただいた事例については経営チェック結果で表示させていただくことを予定しておりますので、自社の情報発信につなげることが可能です。
 ※みらデジ経営チェックの結果で、事業者にとって取り組むべき課題とツール導入の事例として紹介します。
 詳細説明をご覧ください。下の「デジタル化事例についての詳細はこちら」ボタンをクリックください。

[デジタル化事例についての詳細はこちら](#)

1. デジタル化事例を募集する目的
 支援機関/デジタル化支援者のみなさまが支援されたデジタル化事例を好事例として数多く蓄積・公開することで、デジタル化が進んでいない事業者がデジタル化の有効性を感じてもらい、デジタル化へのモチベーションを向上させることが今回事例を募集する目的となります。

2. 事例の使用用途
 みらデジ事業ポータルサイト上で事例一覧として掲載し、事業者・支援機関/デジタル化支援者が簡単に閲覧・ダウンロードできるようにします(業種・ツール・経営課題での検索が可能です。)。また、事業者が経営チェックをおこなった際、経営チェック結果に応じてご提供いただいた事例を表示します。

3. 事例を提供するメリット(支援機関/デジタル化支援者にとってのメリット)
 提供いただいた事例についてはみらデジ経営チェックの結果で事業者にとって取り組むべき課題とツール導入の事例として紹介しますので、自社の情報発信につなげることが可能です。
 また、支援機関/デジタル化支援者にも事業者のデジタル化意欲を高めるツールとして事例を使用いただくことを想定していますので、今後のデジタル化推進におけるパートナー作りにもつながる可能性があります。
 詳細に関しては、説明用資料、フォーマットをダウンロードいただきご確認ください。

[デジタル化事例提供のお願い 説明用資料](#) [PDF](#)
[デジタル化事例 作成用フォーマット](#) [PDF](#)

※ご共有いただいた事例の内容によっては、一部修正のお願いをさせていただくケースがございますので、予めご了承ください。(修正が難しい場合は、ご掲載いただけないこともございます)

図 101

4-4.後続支援策の活用促進

昨年度実施したアンケートでは人材や資金などの「リソース不足」により取り組みが進まなかったという回答が多く見受けられていたことに加え、昨年度報告書の「5.今後の支援の方向性」の部分では後続支援策を含む各種支援策を活用することの重要性について「各支援機関がみらデジを含む各種支援策を活用しながら、一気通貫で支援することが重要である」という内容が記載されていました。

上記の内容を踏まえ、今年度はみらデジの後続支援策として活用できる補助金・助成金情報を事業者、支援者に周知していくことで、事業者の資金面でのリソース不足を解消しながら、デジタル化を推進していくという方針の元、みらデジリモート相談で後続支援策として活用できる補助金・助成金情報を積極的に紹介しました。(リモート相談において具体的な補助金・助成金を案内する対応も実施し、今年度リモート相談を実施した 257 者のうち、212 者に補助金・助成金情報を案内しています)

また、「みらデジ知恵袋」で掲載している「経営支援施策リンク集」についてページ内容の改修を行い、昨年度から掲載されている補助金・助成金情報に加え、事業者のデジタル化支援に活用できる補助金・助成金情報を新たに追加し、事業者が自社の課題にあった補助金・助成金を探しやすくするため、課題別に再整理した状態で掲載しました。また、「1-2-2. 経営チェックアウトプット画面の改修について」でも記載していますが、経営チェック Q2 で課題であると回答した課題に関連する補助金・助成金情報を表示する仕様に改修しました(図 102)。

今年度からみらデジ経営チェックの実施を IT 導入補助金の申請要件としたため、みらデジ経営チェックを実施し、課題棚卸を実施したうえで、必要なツールを IT 導入補助金の活用をしながら導入するという流れを構築しました。IT 導入補助金の申請のためにみらデジを活用したという事業者が多く存在することが推測されますが、みらデジの流入経路データでは、IT 導入補助金を申請する目的以外でもみらデジ経営チェックを実施した者が存在し、その中でもみらデジ経営チェックの結果を参考に IT 導入補助金を申請したという事業者も一定数存在すると考えられるため、後続支援策の活用促進という文脈では一定の役割を果たせたと考えられます。

※みらデジ経営チェックを実施した 112,253 者中、みらデジ活用に至った経緯について、「IT 導入補助金のサイトや IT 導入補助金事務局からの案内」、「IT 導入支援事業者からの紹介」など IT 導入補助金の申請に関する項目を選択した者は 71,562 者(全体の 63.8%)存在しますが、上記以外の項目を選択した者についても 40,691 者(全体の 36.2%)存在します。

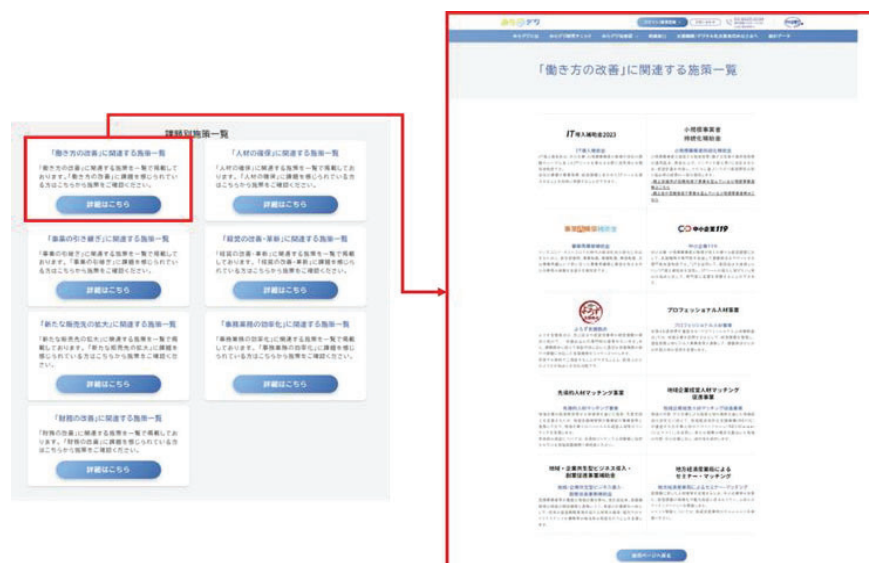


図 102

5. 支援者による事業者のデジタル化支援

5-1. 支援機関を中心とした支援ネットワークの構成

「1-2-5. 支援機関向けサポートマニュアルについて」の部分にも記載していますが、従来の支援機関(「商工会」、「商工会議所」、「よろず支援拠点」、「金融機関」等)は自機関内にデジタルに対応する知見が不足しており、事業者に対してスムーズな支援を提供できないという状態になっていました。一方で、図 103 の今年度アンケート結果からわかるように、事業者のデジタル化については、支援者による支援が重要なファクターとなっていることが判明しています。

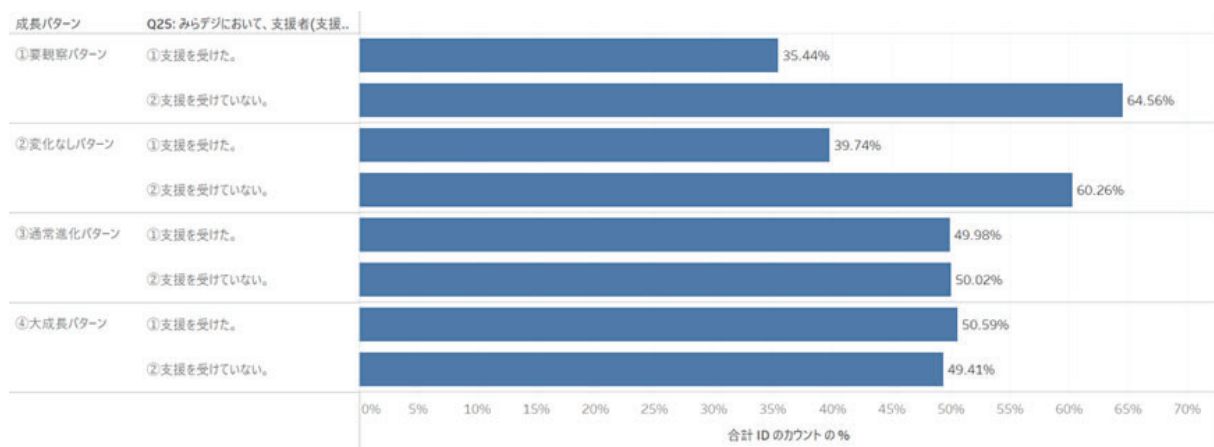


図 103

そこで、今年度においては、支援機関と連携をしたうえで、デジタル化の実務部分(課題設定、IT ツール導入計画立案、導入、運用)の支援実績・キャパシティを保有する民間支援者等を対象とした者をみらデジ事業に呼び込み、デジタル化支援者と位置づけ、昨年度報告書でも言及のあった「各支援機関がオンラインで事業者の課題やツール選定状況等を情報共有しながら、それぞれ強みを活かしつつ、全体として一気通貫で支援できる体制づくり」を進めました。

昨年度事業においては、事業者が同意するみらデジ事業としての利用規約は存在しましたが、支援機関/デジタル化支援者向けの利用規約は存在しなかったため、今年度改めて支援機関/デジタル化支援者向けの利用規約を作成し、利用規約に同意した者がみらデジを活用するようにしました。またデジタル化支援者として今回事業に参画した者については IT 導入支援事業者、スマート SME サポーターなどの民間企業がメインであり、従来の支援機関のような公的主体とは異なり、自社の売上向上のため、本来であれば不必要なツールの導入を事業者に勧めるというケースが発生する可能性があることを考慮し、図 104 のように支援する際の中立性の担保について説明するページをポータルサイトに追加しました。このページではどのような説明であれば、中立性を担保している状態なのかを説明していることに加え、「中立性が担保されていない状態で支援を行っていることが判明した際は、支援機関/デジタル化支援者としての登録を取り消し、中小企業庁にその旨を報告することがあります」という注意喚起文を掲載しています。



図 104

今後は、従来の支援機関(「商工会」、「商工会議所」、「金融機関」、「よろず支援拠点」等)のデジタル化支援に関するケイパビリティ拡充をサポートしつつ、デジタル化支援者の更なる参画増加を図り、みらデジプラットフォーム上での連携がより容易かつ効果的に行えるような基盤整備を行うことで、支援機関とデジタル化支援者がそれぞれ役割分担しながら連携し、事業者のデジタル化を支援していく体制を構築していくことが必要だと考えられます。

一方で、従来の支援機関である「商工会」、「商工会議所」、「金融機関」、「よろず支援拠点」等は事業者のデジタル化支援以外の課題への対応も存在するため、従来の支援機関の負担を増やさない形でケイパビリティ拡充をサポートしていく必要があります。また、監督指針⁷の中で助言活動を行うことが明記されている信用保証協会⁸についても支援機関として活躍する場を提供していきながら、支援ネットワークを拡大していく必要があると考えられます。

⁷ 「信用保証協会向けの総合的な監督指針」の「Ⅱ-2 金融機関との連携等」で信用保証協会は中小企業に対し助言を行うことが記載されています。

⁸ 信用保証協会については、信用補完制度を通じて、中小企業の経営改善・生産性向上（経営の改善発達）を促進するため、「中小企業の経営の改善発達を促進するための中小企業信用保険法等の一部を改正する法律（平成 30 年 4 月施行）」で中小企業者に対する経営の改善発達に係る助言その他の支援（法第 20 条第 2 項第 1 号）を行うことが規定されています。

5-2.支援ネットワークの拡大・拡充

「5-1 支援機関を中心とした支援ネットワークの構成」の部分において、今年度からデジタル化の実務部分の支援実績・ケイパビリティを保有する民間支援者等を対象とした者をみらデジ事業に呼び込み、デジタル化支援者と位置づけた点について記載していますが、より多くのデジタル化支援者が事業に参画することが、支援ネットワークの拡大・拡充につながるため、デジタル化支援者のメインとなる IT 導入支援事業者に関しては、IT 導入補助金事務局から一斉メールでオンライン説明会に参加を呼びかけるというアプローチを実施しました。また IT コーディネータに関しては、IT コーディネータ協会から一斉メールを送付することで、みらデジ事業への参画を呼び掛けました。

また、昨年度と同様に従来の支援機関に関してもセミナーを実施しながら支援ネットワーク参画のためのアプローチを進めていきました。また、セミナー等で配布するチラシについて、今年度からみらデジ経営チェックを実施することが IT 導入補助金の採択要件になったため、図 105 のように IT 導入補助金の採択要件になったことをメインに訴求するバージョンを作成し、周知活動を実施しています。

※今年度においても、昨年度に引き続きセミナーを実施し、合計で 43 件実施していますが 31 件が支援機関に係るセミナーとなっています。P80～83 にてその内容の一部を記載します。



IT導入補助金申請前の必須ツール

無料 **みらデジ** **経営チェック**

「みらデジ」は、「みらデジ経営チェック」を活用することで、あなたの会社のデジタル化を中心とした経営状況を可視化し、経営に役立つ情報収集や支援機関への実際の支援相談につなげるポータルサイトです。デジタル化によりあなたの会社の明るい未来をサポートします。

「みらデジ経営チェック」の実施はIT導入補助金の申請要件となります

IT導入補助金2023では、「みらデジ」における「みらデジ経営チェック」を実施することがIT導入補助金の申請要件となっております。

IT導入補助金の申請を検討されている事業者の方は、gBizIDプライムを利用し、みらデジにて事業者登録を行ったうえで、みらデジ経営チェックを実施ください。

みらデジ式“経営チェック”の活用方法は、裏面をチェック！

中小企業の経営課題、「みらデジ」が一緒に解決します！

STEP 1 まずはお気軽に「みらデジ経営チェック」を受けてみませんか？

「みらデジ経営チェック」は、経営課題を解決に向けた気づきを導き出すためのツールです。まずは、あなたの会社の経営課題や、デジタル化の進捗状況をチェックしましょう！

STEP 2 「みらデジ経営チェック」の結果をもとにデジタル化をツールサポートします！

「みらデジ経営チェック」の結果をもとに、経営課題を解決するためのツールサポートを行います。また、経営課題を解決するためのツールサポートを行います。

STEP 3 デジタル化の方向性が定まったので、補助金などの支援施策や成功事例の情報を探したい！

デジタル化の方向性が定まったので、補助金などの支援施策や成功事例の情報を探したい！

みらデジを利用した中小企業の声

みらデジの経営課題サポートを使い、多くの中小企業がデジタル化の新たな一歩を踏みだしています！

お問い合わせフォーム

<https://check.miradigi.go.jp/s/contact>

電話番号 03-6825-3104 受付時間 9:00～17:00 (土・日・祝・年末年始を除く)

みらデジ事務局

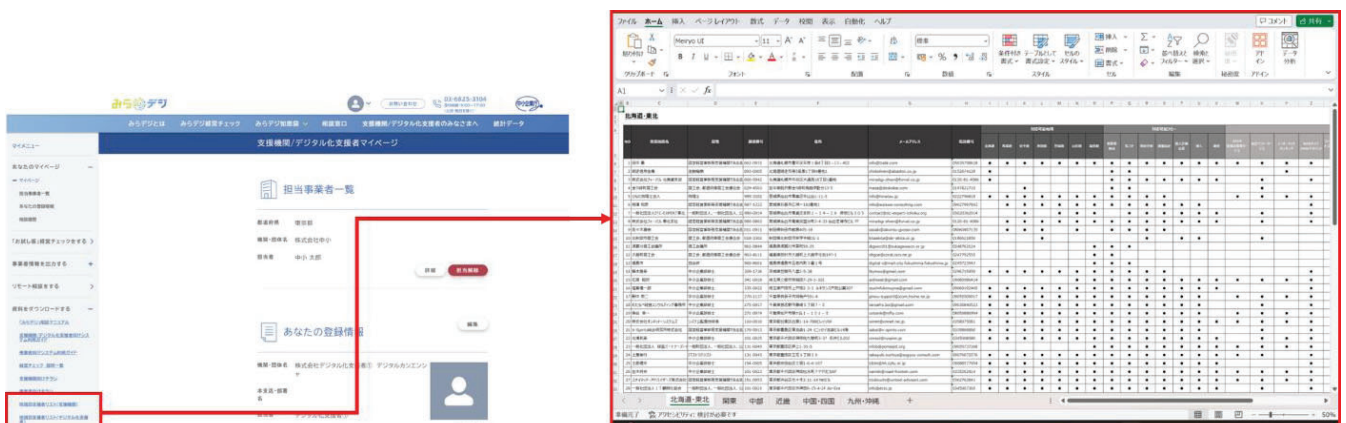
図 105

また、みらデジを通じた支援者間の連携基盤として、みらデジ経営チェックのアウトプットの改修に加え、複数の支援者で共同閲覧し、支援状況を共同で記載・管理できる機能を実装しました。併せて、前年度事務局が実装した親子登録機能についても今年度においても活用し、金融機関を中心に9者が親子登録機能を活用している状態となっています。また支援ネットワークの拡大状況を定量的にモニタリングできるようにするため、図106のように2つ以上の異なる支援機関と紐づいている事業者を中心に形成されている支援機関同士の組み合わせの数を算出し、定期的にその状況をモニタリングできる体制を整備しました。

		支援機関												デジタル化支援者					合計
		商工会、都道府県商工会連合会	金融機関	商工会議所	認定経営革新等支援機関である法人、個人	その他中小企業119登録支援機関である法人、団体	士業団体	都道府県中小企業団体中央会	よろず支援拠点	一般財団法人、一般社団法人、公益財団法人、公益社団法人	都道府県等中小企業支援センター	信用保証協会	自治体	国家資格取得者	IT導入支援事業者	スマートSMEサポーター	地方自治体が認めた事業者	民間資格取得者	
支援機関	商工会、都道府県商工会連合会	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	金融機関	1	16	12	5	0	0	3	2	0	1	2	1	0	2	0	0	0	45
	商工会議所	0	12	4	3	0	0	4	2	2	3	2	0	0	15	0	0	0	47
	認定経営革新等支援機関である法人、個人	0	5	3	52	0	0	0	1	0	1	0	0	0	6	6	0	0	74
	その他中小企業119登録支援機関である法人、団体	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	士業団体	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	都道府県中小企業団体中央会	0	3	4	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	9
	よろず支援拠点	0	2	2	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	7
	一般財団法人、一般社団法人、公益財団法人、公益社団法人	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	都道府県等中小企業支援センター	0	1	3	1	0	0	2	2	0	1	1	0	0	1	0	0	0	12
デジタル化支援者	信用保証協会	0	2	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
	自治体	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	国家資格取得者	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	IT導入支援事業者	0	2	15	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	5	0	0	40
	スマートSMEサポーター	0	0	0	6	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5	0	0	0	12
デジタル化支援者	地方自治体が認めた事業者	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	民間資格取得者	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
合計		1	45	47	74	0	0	9	7	2	12	5	2	0	40	12	0	0	256

図 106

加えて、支援機関/デジタル化支援者による連携を促すという目的のため、みらデジ事業に登録した支援機関/デジタル化支援者のデータベースを参考に図107のような地域別支援者リストを作成し、支援機関/デジタル化支援者のマイページ上で公開しました。リストに掲載する「対応可能地域」については、オンライン支援などにより自機関が存在する地域以外の事業者についても支援できる支援者がいることを考慮し、複数の対応可能地域を選択できる仕様にみらデジシステムを改修することで、支援機関/デジタル化支援者にとっての利便性を向上させました。



The image shows two screenshots from the MiraDigi system. The left screenshot displays the '担当事業者一覧' (List of Assigned Businesses) page, which includes a search bar and a list of businesses. The right screenshot shows a detailed regional support list, which is a table with columns for business name, address, phone number, email, and a grid of checkboxes indicating support availability across various regions (e.g., 北海道, 東北, 関東, etc.).

図 107

【事例 1 全国設備業 DX 推進会】	
主催者情報	全国設備業 DX 推進会
対象者	約 1300 組合 60000 社の会員
実施日	2023 年 6 月 28 日（水）《第二部》の一部 16：00～16：25
▶主催者の問題意識・ニーズ ・設備業会において、積極的にデジタル化を進めていくべきだと考えている。 ・協会としても EDI 関連において経産省とともに検討していた経緯もあり、継続してデジタルを活用した業界 DX を促進していくべきだと考えている背景がある。	
▶セミナー実施内容 会場：ソラシティカンファレンスセンター「Hall WEST」およびオンライン 1. 経済産業省 中小企業支援策 経済産業省 中小企業庁 経営支援部 経営支援課 遠藤 隆（オンライン） ・中小企業のデジタル化実態 ・経済産業省における中小企業の施策 2. みらデジに関する説明会の実施 みらデジ事務局（株式会社フォーバル） 今西 了一 ・「みらデジ」概要の説明 と現状 ・ 登録方法と活用方法 全国設備業 DX 推進会 第 8 回 定時総会 の中で、2 部において、各会報告とともに、DX 推進会の推進役を中心とした参加者に対してみらデジの説明会を実施。 ・総会の中での活動報告とともに、会全体で注目する「みらデジ」と「ChatGPT」の 2 つのテーマでの時間がとられた。 ・全国中小企業団体中央会の振興部からも 2 名も参加されており、支援機関の促進者とのつながりも形成できた。	
▶成果（得られた示唆・今後の方向性等） ・このセミナーに加えて、実践の推進として、8 月に全国設備業 DX 推進会が開催する展示会にて、当日ブースを提供するので「みらデジ」の経営チェックの体験会を実践してほしいという依頼があり、継続して取り組んでいただけることとなった。 特に、説明会で理解し実践にまで落とし込む必要性はあるが、会員の社長の傾向として、理解しただけで止まってしまう経営者が多いとのこと。一方で、直接言われたら素直に実施して声を掛け合って進める傾向があるので、大変だけれども、伴走していただいて進めていただいたほうが良いとのご意見をいただいたことから、ご意見に合わせて対応していく方向となった。	

【事例 2 北上信用金庫】	
主催者情報	北上信用金庫
参加者	役職員 18 名
実施日	2023 年 7 月 10 日（木）
▶主催者の問題意識・ニーズ ・北上信用金庫として、全役職員を対象に DX 人材育成に乗り出す方針であり、コロナ禍において収益力改善できていない中小企業の支援に向けて、北上市の DX アドバイザー資格者を有する卸業・コンサルティング業を行うアベヤス社と連携を進めて研修を続けている中で、みらデジ事業を始めとした施策を紹介いただきたい	
▶実施内容 経済産業省 中小企業庁 経営支援部 経営支援課 遠藤 様より ・中小企業のデジタル化実態 ・経済産業省におけるみらデジ事業を始めとした中小企業の経営支援施策について コロナ関連の低利融資も終わり、中小企業の経営支援の必要性が増していることから、北上信用金庫より、「取引先の中の中小企業にとってもデジタル化による課題解決は大きなテーマであること」が示された。 そして、経営上の相談に乗るために職員の知識を深めていく必要があるが、育成にはある程度の期間が必要なため、その間の実際の支援者として、外部企業（北上市のアベヤス社）と地域内での連携による支援を進めていく方向性が示された。	
▶成果（得られた示唆・今後の方向性等） ・今回の説明会の、前段階の 6 月 23 日の岩手日報にて、「DX 人材の育成に力」と題した研修の様子が掲載されている中で、『中小企業のデジタル化を支援するポータルサイト「みらデジ」支援機関の 1 つ』として紹介されており、北上信用金庫他、地域の事業者に向けた、みらデジの活用性を示唆いただいている。 ・コロナ関連の低利融資も終わり、中小企業の経営支援の必要性が増す中、北上信用金庫からは、取引先の中の中小企業にとってもデジタル化による課題解決は大きなテーマであり、経営上の相談に乗るために職員の知識を深めていきたいという点と、北上市のアベヤス社と地域による支援を進める方向で検討を進めることが示された。	

【事例3 島田掛川信用金庫】	
主催者情報	島田掛川信用金庫
参加者	事業者 42社
実施日	2023年9月5日（火）～9月6日
▶主催者の問題意識・ニーズ ・「みらデジ」体験会に参加した事業者と体験会に参加していない事業者のリモート相談の活用では、体験会に参加された事業者の方がリモート相談につながっている実績がある。みらデジを案内するならより活用してもらえる形で紹介したので、事務局に協力してほしい。	
▶体験会の実施内容 みらデジ事務局（株式会社フォーバル） 山下麻衣子 ・「みらデジ」概要の説明と現状 ・登録方法と活用方法の体験実施 ITリテラシーが低い方も参加されていたが、みらデジ事務局メンバーが横について実施。事業者登録から経営チェックの実施までを体験いただく形で進めることができた。 また、事業者登録をされなかった方も登録の際の注意点についてのメモを取るなど、熱心にご参加いただく様子が見られた。 併せて、社員と一緒にご参加の方に関しては、みらデジ経営チェックの実施後に、レポート結果を経営者と社員が一緒になって確認している様子が見られた。体験時間内でも講師の呼び止めがあり、終了後に個別に質問をいただくなど、体験会へ積極的に参加いただいている様子が3会場すべてで感じ取れた。	
▶成果（得られた示唆・今後の方向性等） ・事業者登録 30社、経営チェック 28社、支援機関紐づけ 7社 ・9月6日の静岡新聞にて、体験会実施の様子が掲載される ・商工会議所様との連携で案内の周知、掛川会場においては財務省 東海財務局 静岡財務事務所様もご見学いただき、地域の支援ネットワークでの展開となった。	

【事例4】第20回 総務・人事・経理 week 秋 2023

出展展示会：第12回働き方改革 EXPO

期間：2023/9/27(水)～9/29(金)10:00～18:00 ※最終日は17:00まで

会場：幕張メッセ（ホール1～5）

主催：RX Japan 株式会社

▶展示会概要

- ・対象者：企業・官公庁・学校・病院のバックオフィス・経営者
- ・「DX推進支援」「ペーパーレス」「AI・RPA ツール」「オフィス改革」などのサービスを紹介するDX・働き方改革に特化した展示会
- ・出展社と来場者の間で直接商談・相談が可能

▶実施内容

対象者：事業者（中小企業経営者または経営幹部）

事前告知：対象者にメール送付、みらデジポータルサイトに告知

実施内容：みらデジ詳細説明、経営チェック支援、事業者登録支援、チラシ配布

- ・経済産業省、中小企業庁『みらデジ』としてブース出展
- ・展示会開催前に支援機関、デジタル化支援者に対して出展のご案内メール送付とみらデジポータルサイトへ事前告知を実施
- ・来場者に対しての声かけ、チラシ配布時、みらデジについてのご案内、説明を行い、興味を持った方に対してはブースでの経営チェックを実施
- ・出展企業や来場支援機関候補に対して、支援ネットワーク構築のため事業への参画を依頼

▶実施結果

チラシ配布 410 枚（事業者向け 366 枚、支援機関向け 44 枚）

みらデジご案内 175 社

- ・ブースに立ち寄った来場者に詳細を説明することでみらデジに興味を持ち、チラシ配布や名刺交換に至る事業者は多い印象。
- ・情報収集のために説明は聞くも、時間を要すると感じるのか、経営チェックや事業者登録まで完了する来場者は少なかった。
- ・来場者が総務・人事・経理担当社員が多かったからか、みらデジの認知度は低かった。
- ・支援機関/デジタル化支援者からの知名度はあったものの、大手ベンダーのみらデジに対する興味は薄い印象。

5-3. 支援者による支援の活発化促進

「5-2. 支援ネットワークの拡大・拡充」では、支援ネットワークの拡大・拡充のため、支援機関/デジタル化支援者に実施したアプローチ方法について記載していましたが、実際に事業者のデジタル化を促進していくためには、支援機関/デジタル化支援者がみらデジ事業に参画した後にみらデジ経営チェック等を活用しながら、支援を活発化していくことが重要になります。

支援者による支援を活発化するために、各支援者のみらデジ活用メリットを踏まえながら、各支援者に期待する役割を整理することが重要になるため、以下のようにメリットを整理しました。

- ✓ 商工会、商工会議所、よろず支援拠点、金融機関等の支援機関：みらデジを活用し、マニュアルや事例を参考にすることで、自機関のデジタル化支援に関するケイパビリティを向上させるというメリットが存在することに加え、IT 導入支援事業者や IT コーディネータ等のようなデジタル化領域の課題に対応できる支援者と連携できるというメリットが存在。
- ✓ デジタル化支援者：みらデジを活用することで、顧客開拓機会につながるというメリットが存在。

上記のメリットを踏まえながら、各支援者に期待する役割について、支援機関の中でも主に「商工会」、「商工会議所」、「金融機関」、「土業」等のように普段から事業者と接点を有している支援機関に関しては、支援ネットワークに事業者を呼び込む役割を期待し、「よろず支援拠点」「認定経営革新等支援機関」等のような経営課題領域の支援を得意とする支援機関に関しては、主に「現状分析」、「課題設定」の部分を支援する役割を期待し、デジタル化支援者に関しては、主に「導入計画立案」「ツールの導入」、「運用」の部分を支援する役割を期待する形で事業を進めました。

各支援者には主に上記のような役割を期待しながら、デジタル化支援に関するケイパビリティを向上させるため、「支援機関向けサポートマニュアル」、「支援者によるデジタル化支援事例」などのコンテンツを新規リリースすると同時に、支援設計の際に必要な情報を取得できるように経営チェック改修を行いました。また、支援機関の支援の活発化を促進する活動の一環として、リモート相談で支援時に支援機関が抱える課題や悩みなどについて相談を受ける機会を提供しました。具体的には「支援機関のデジタル化や経営相談」に対応したケースや「事業者に対する支援方法」に関する相談に対応したケースが存在します。加えて、支援活動の中でみらデジに登録されている支援者であることを証明できるよう、みらデジ事業のロゴについても使用を許可しました。

※上記の役割に該当しないケースも存在するため、上記役割はあくまでも典型例として整理しています。

5-4. 支援者同士の連携促進

今年度はデジタル化支援者という枠組みを設置し、支援機関-デジタル化支援者が連携しながら事業者のデジタル化を推進していく体制を整備しましたが、事業者の相談履歴について、昨年度は相談履歴を記入した支援機関以外の支援機関は閲覧できない状態でしたが、今年度は事業者に紐づいているすべての支援機関/デジタル化支援者が事業者の相談履歴を閲覧できるよう、みらデジシステムを改修しました。この改修により支援者同士で事業者が抱えている課題を共有しながら、連携していく体制を整備しました。

※相談履歴の支援機関/デジタル化支援者の公開については「個人情報の保護に関する法律第五章」に基づき、みらデジのプライバシーポリシーの「3.利用目的」記載されている利用目的に沿った形で公開しているため、事業者から承諾を得ている状態での公開となります。



図 108

みらデジ事業に登録している支援機関/デジタル化支援者のうち、地域別支援者リストへ「掲載を許可する」とマイページで回答している者に関しては、地域別支援者リストに掲載し、支援機関/デジタル化支援者マイページでリストを公開することで、支援者が連携する基盤を構築しました。

地域別支援者リストには「支援機関/デジタル化支援者名」、「属性」、「郵便番号」、「住所」、「メールアドレス」、「電話番号」、「対応可能地域」、「対応可能フロー」、「対応可能領域」の情報を掲載しています。

地域別支援者リスト掲載情報

メール②支援者リスト掲載用

XXXXX

※入力がない場合、メール①のアドレスが自動反映されます。

電話番号②支援者リスト掲載用（ハイフンなし・半角数字）

XXXXX

※入力がない場合、電話番号①の番号が自動反映されます。

登録情報の支援者リストへの掲載について

☒ 支援者リストへ掲載する

※こちらにチェックを入れている状態だと、支援者リストに登録情報を掲載いたします。支援者リストへの登録情報掲載を希望されない場合は、チェックボックスからチェックを外してください。
※地域別支援者リストは毎月更新予定です。情報を変更した場合、変更後の情報は次回更新時の支援者リストの最新版に反映されます。

図 109

5-5.支援ネットワークの現状

支援ネットワークを活用した支援について、今年度事業では成功モデルとなるような事例が複数存在したため、「みらデジ知恵袋」内で支援者によるデジタル化支援事例を掲載するページとして「支援者によるデジタル化支援事例について」というページを新規作成し、このページで事例を掲載しました。

支援者によるデジタル化支援事例については、デジタル化フロー(「事業者接点」～「運用」)のどの部分を担当したのかという情報や支援を提供する際にどのような工夫を行ったのかという情報をわかりやすくまとめるように作成しており、デジタル化フローの全体像やフローごとの実施内容を理解してもらったうえで、事例を閲覧してもらう方が事例内容の理解促進につながると考え、同じページ内に「支援者によるデジタル化支援事例の見方」という事例の見方を説明するセクションについても作成しています。

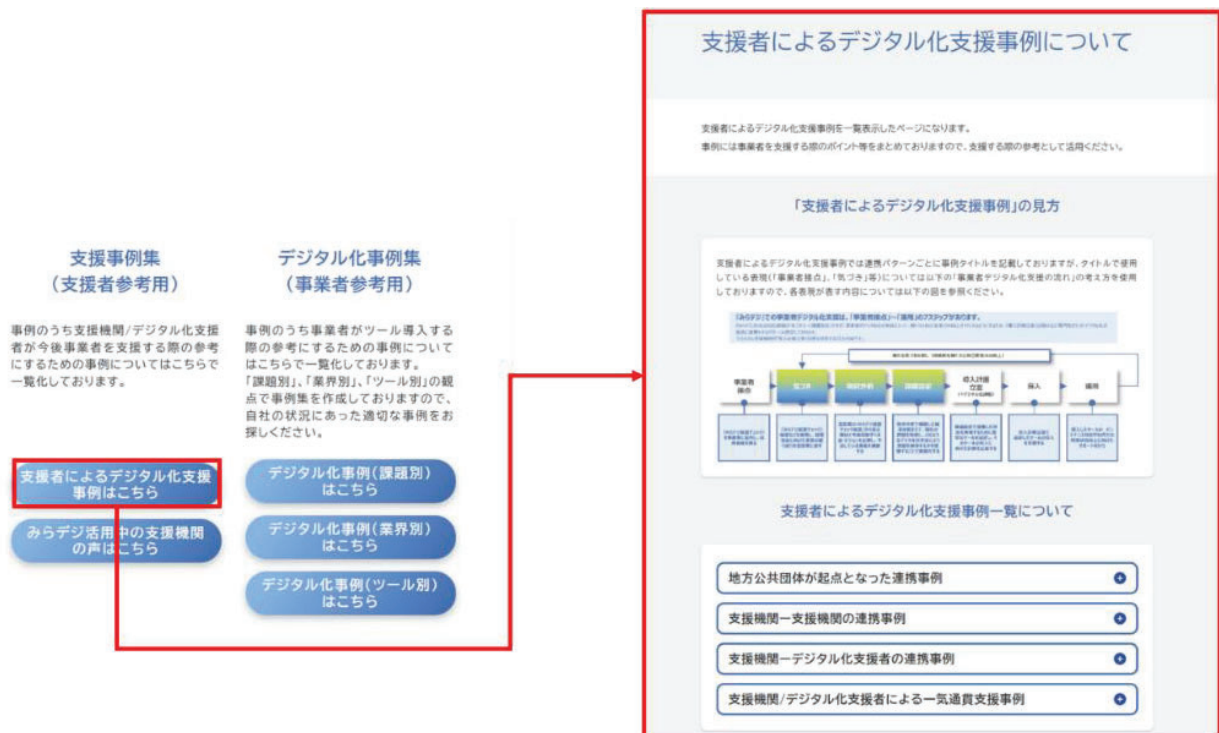


図 110

また、支援者によるデジタル化支援事例の作成などを行うにあたって、事務局から支援者約 70 者にヒアリング・面談を実施しました。ヒアリング・面談で事務局が収集した声や意見をまとめると、現状としては下記の解決すべき論点が存在すると考えられます。

- A) (金融機関等で) 事業者デジタル化支援を行う専任組織がない又は専任組織はあるが人的リソースが足りていないケース
- B) デジタル化課題に対応できる担当者が存在しておらず、外部と連携もできていないケース
- C) 組織としての支援方針と現場の担当者レベルが認識している支援方針に乖離があるケース
- D) 担当者のスキルにより支援提供の質が異なり、一定の質が担保されていないケース

今年度の事務局事業として、D)の論点に対応するものとして、担当者の支援スキルの平準化を目的とし、支援機関向けサポートマニュアルや地域別支援者リストのコンテンツをリリースしましたが、その他の課題については、来年度以降の課題として取り組む必要があると思われます。

また、A) B) の両方の論点に関わってくる問題として、支援者、事業者の両サイドにデジタル化人材が不足しているという問題が存在しますが、図 111 のように、「中小企業白書 2021 年度版⁹」でも報告されていますが、中小企業の半数程度は「デジタル化の取組全体を統括できる人材」、「IT ツール・システムを企画・導入・開発できる人材」、「IT ツール・システムを保守・運用できる人材」を確保できていない状態であり、中長期的な観点を踏まえると支援者、事業者の両サイドにおいて、デジタル化を推進できる人材を育成していく必要性があると考えられます。

一方、「6.来年度以降の事業者デジタル化支援への示唆 支援者と事業者のマッチング」の部分で後述しますが、民間事業者でデジタル化支援をできる者も存在するため、公共事業に登録されている支援者情報、事業者情報を一元管理し、データベース化していき、支援者と事業者のマッチングを促進することで、事業者のデジタル化を推進することも効果的だと思われます。

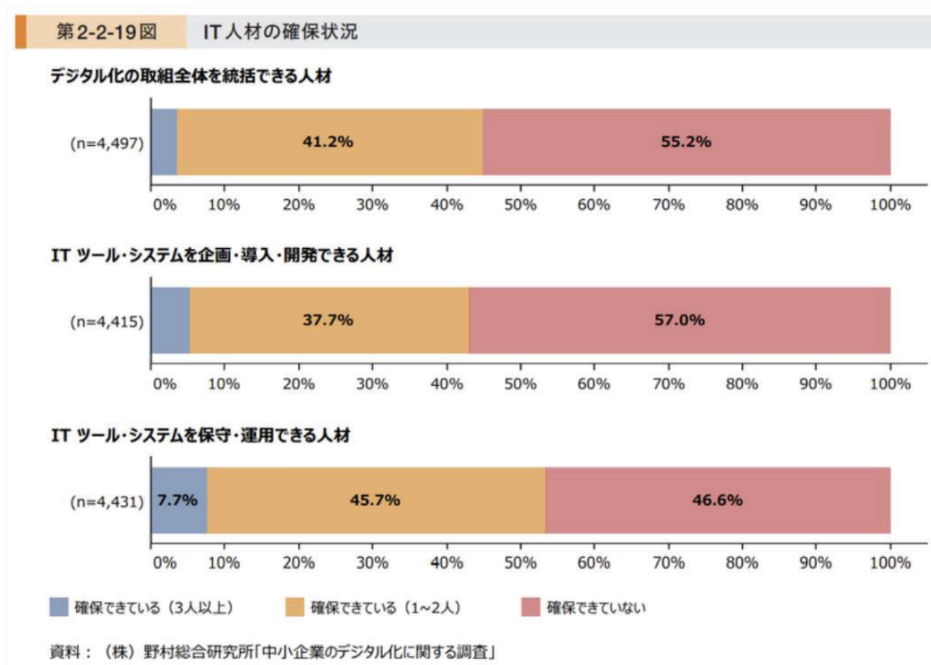


図 111

⁹ 中小企業庁「2021 年版中小企業白書」p201

5-5-1.地方公共団体が起点となった連携事例

地方公共団体が起点となった連携事例として、3 件の事例が存在します。社会的信頼度の高い地方公共団体が事業者接点の役割を担うことで、事業者からの信頼を得たうえでデジタル化を進められるというメリットが存在することに加え、地方公共団体に不足している機能をみらデジや地域の支援機関/デジタル化支援者が補足することで、スムーズな支援を実現していることが考えられます。

今後、事業者のデジタル化支援を行う際は、社会的信頼度の高い地方公共団体を巻き込みながら(場合によっては地方公共団体が実施する事業と連携しながら)、地方公共団体に不足している機能をみらデジや地域の支援機関/デジタル化支援で補うことで、地域全体を巻き込んだデジタル化支援を実現できると考えられます。

東京都と IT コーディネータが連携した支援事例

図 112 のように東京都と IT コーディネータが連携したうえで、事業者のデジタル化支援を行った事例が存在しますが、この事例においては、信頼度の高い行政機関(東京都)が事業者接点を担いつつ、現状把握や課題設定においてデジタルの専門性の高い IT 導入支援事業者や IT コーディネータが後半部分の支援を担当するという役割分担で支援を提供しています。この事例においては信頼度の高い行政機関が支援の起点づくりを行ったことが、事業者のデジタル化の成功につながったのではと考えられます。

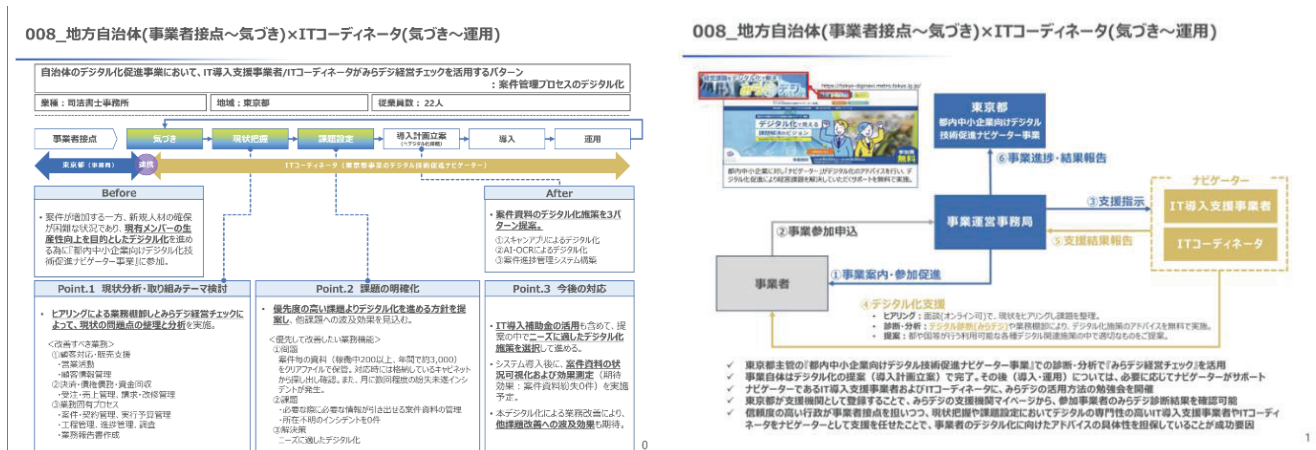
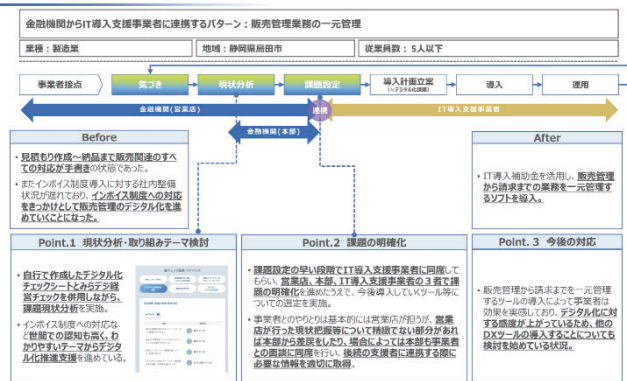


図 112

金融機関と IT 導入支援事業者が連携した支援事例

図 117 のように金融機関と IT 導入支援事業者が連携したうえで、事業者のデジタル化支援を行った事例が存在します。このケースにおいては既に事業者と接点がある金融機関の営業店が「事業者接点」～「課題設定」の役割担う形で支援を提供していましたが、IT 導入支援事業者との連携を行う際は、必要に応じて金融機関の本部も事業者との打ち合わせに参加し、金融機関の営業店と IT 導入支援事業者の調整役を担うことで、スムーズな連携を実現している事例となっています。

012_金融機関(事業者接点～課題設定)×IT導入支援事業者(課題設定～運用)



012_金融機関(事業者接点～課題設定)×IT導入支援事業者(課題設定～運用)

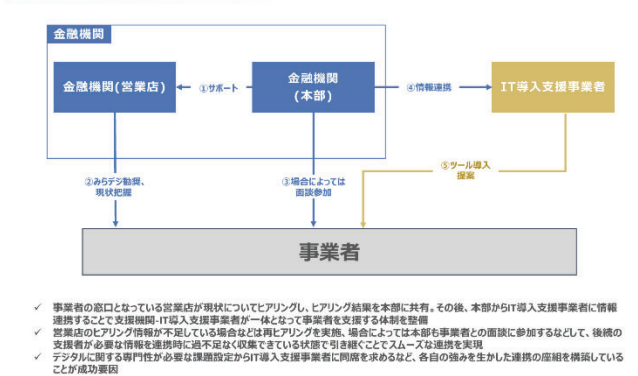


図 117

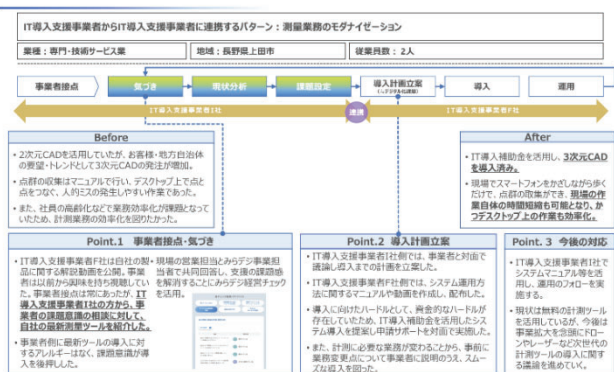
5-5-5.デジタル化支援者－デジタル化支援者が連携した支援事例

IT 導入支援事業者と IT 導入支援事業者が連携した支援事例

図 120 のように IT 導入支援事業者と IT 導入支援事業者が連携したうえで、事業者のデジタル化支援を行った事例が存在します。「事業者接点」～「課題設定」については、事業者と接点が高い地場の IT ベンダーである IT 導入支援事業者 I 社が担当し、「導入計画立案」～「運用」の部分に関しては自社でツールを開発・販売している IT 導入支援事業者 F 社が担当するという役割分担により事業者のデジタル化支援を行った事例になります。

本事例のように、デジタル化支援者同士でも得意領域等が異なる場合、連携して支援していくことが考えられますので、同様の事例が増えてくる可能性が高いです。

018_IT導入支援事業者(事業者接点～課題設定)×IT導入支援事業者(導入計画立案～運用)



018_IT導入支援事業者(事業者接点～課題設定)×IT導入支援事業者(導入計画立案～運用)

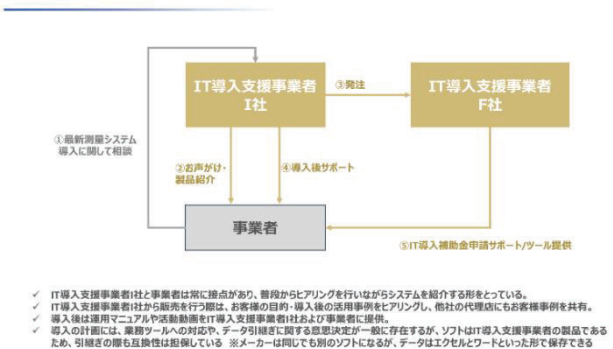


図 120

6. 来年度以降の事業者デジタル化支援への示唆

6-1. 支援ネットワーク構築に関する今後の進め方

今年度においては、支援機関に加えて、デジタル化支援者という枠組みを設定し、それぞれが連携して事業者支援を行うためのシステム改修を行うことで、みらデジ事業の中で一貫して事業者支援を行う基盤を構築しました。みらデジ経営チェックでは、事業者に対して「Q1 経営者としての夢・ビジョン」を聴取したうえで、その後の間で現在事業者が認識している経営課題を聴取するという形をとっており、「経営者としての夢・ビジョン」を最初に聞くことで、潜在的な課題を洗い出すことにもリーチできるよう設計しています。また、みらデジ経営チェック内容を事業者マイページに保存できる仕様になっていることから、事業者が事業環境の変化やデジタル技術の革新に対応していく中で、定期的に経営チェックを実施し、初回に保存した Q1 の内容を踏まえ自社の課題を棚卸しするというサイクルを継続することで、持続的な稼ぐ力と自己変革力の向上につながると考えられます。また、みらデジを活用した事業者の経営課題・事業課題・デジタル化課題の把握を支援機関にスムーズかつ効果的に実施してもらうためのノウハウ集として、支援機関向け事業者デジタル化支援サポートマニュアルの作成を行いました。

「3-2. 事業者向けアンケート」の「普段から接している支援者について」では「土業」、「金融機関」が事業者と普段から接点を持っていることが示されていましたが、事業者と接点が多い「土業」、「金融機関」については、事業者との普段の会話の中で事業者の状況を把握・分析し、潜在的な経営課題に気づきを提供する機会が多く存在します。また普段から事業者との付き合いが深い商工会、商工会議所については「(今後のビジネス環境は)IT を活用していくことが前提のビジネス環境になること」を伝えていくことは、「気づきの場の提供」という役割において大きな役割を果たせる可能性が高いと考えられます。一方、5. 5のとおり、事務局による複数の支援者へのヒアリングの結果から、現状は下記の解決すべき論点が存在しているため、下記論点に対する対応策についても検討していく必要があります。

- A) デジタル化課題に対応できる担当者が存在しておらず、外部と連携もできていないケース
- B) (金融機関等で) 事業者デジタル化支援を行う専任組織がない又は専任組織はあるが人的リソースが足りていないケース
- C) 組織としての支援方針と現場の担当者レベルが認識している支援方針に乖離があるケース

A)の論点については、今年度作成した地域別支援者リストの拡充及び周知の徹底を図ることで、自機関のケイパビリティのみによらない他の支援者と連携した事業者支援の仕組みを整備していくことが必要だと考えられます。また、各支援機関に対して、それぞれが事業者のデジタル化支援を行うことのメリットやみらデジ上での連携を支援する仕組みについて改めて事務局から支援機関に丁寧に説明・明示すること、支援機関-支援機関、支援機関-デジタル化支援者といった連携の構築を事務局として積極的に支援することも効果的だと思います。

B) の論点については、他機関との連携を促進していくことに加え、本業ではないが事業者支援を行う専門組織を創設し事業者支援を行っている金融機関等の先進的な事例を詳細に分析し、成功要因や事業者支援を行うことの経営上の理由等を精緻に棚卸したうえで、これらの先進的な事業者の協力を仰ぎながら、みらデジ事務局として事

業者支援の専任組織がない支援機関に対してセミナー等を実施しながら周知を徹底していくことが必要だと考えられます。

また、「2023 年版中小企業白書・小規模企業白書 概要版¹⁰」の「【3-⑩】中小企業・小規模事業者の共通基盤（伴走支援）」(図 121)において、「支援ノウハウの蓄積ができている組織ほど、伴走支援を十分に支援できる傾向にある」という内容が報告されていましたが、事業者のデジタル化支援という文脈においても、支援を提供しながら支援ノウハウを蓄積していくことで、支援を十分に提供できる体制やスキルを構築していくことができるのではと考えられます。

そのため、「専任組織はあるが人的リソースが足りていないケース」においては、人的リソースの確保と並行しながら、デジタル化支援ノウハウを蓄積することを目的として支援を提供し、支援の質を向上させていくことも重要であると考えます。

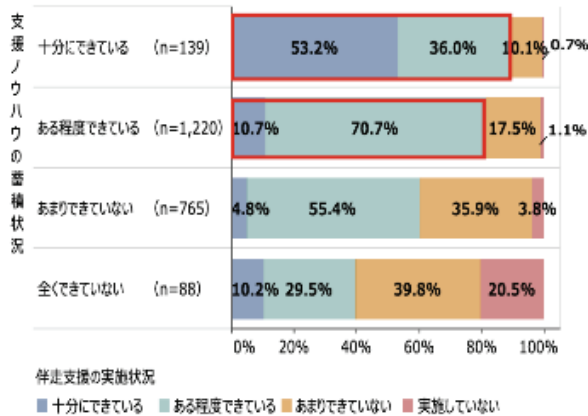
¹⁰ 中小企業庁「2023 年版中小企業白書・小規模企業白書 概要版」p50

【3-⑩】中小企業・小規模事業者の共通基盤（伴走支援）

- ① 伴走支援の取組を進展させるためには、支援ノウハウの蓄積が重要。
- ② 実際に、ノウハウの形式知化を図り、支援機関内の相談員の能力向上に取り組みながら、伴走支援を実施している支援機関も存在。

図1 支援ノウハウの蓄積ができていない支援機関ほど伴走支援を実施できている

支援ノウハウの蓄積状況別に見た、伴走支援の実施状況

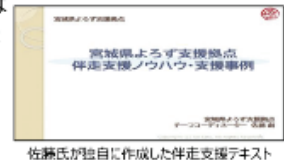


資料：（株）野村総合研究所「中小企業支援機関における支援能力向上に向けた取組等に関するアンケート」（2022年12月）

図2 ノウハウ蓄積による支援能力向上の事例

宮城県よろず支援拠点（宮城県仙台市）

- 宮城県よろず支援拠点は、全14名のコーディネーターが一丸となって、事業者への支援を行う支援機関。
- チーフコーディネーターの佐藤氏は、事業者支援の手法が属人的であり、体系化されていないことに課題を感じ、2021年から伴走支援手法の形式知化に取り組んだ。
- 具体的には、「対話と傾聴」による事業者理解フェーズから課題設定・解決フェーズまで、伴走支援の各フェーズにおいて必要となるスキルや実践すべき事項を整理し、2022年には誰でも同じ品質で支援対応ができる体制を構築した。



佐藤氏が独自に作成した伴走支援テキスト

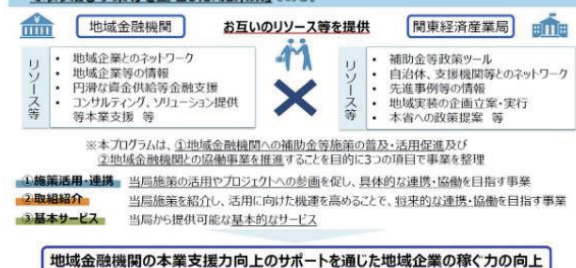
図 121

また、関東経済産業局の地域金融機関との連携プログラム 2023(図 122)のように、地域金融機関と関東経済産業局が連携して、お互いのリソース等の提供により、地域企業の経営課題の解決及び経営力向上等を支援し、地域企業の稼ぐ力の向上に加え、地域経済の活力維持を目指す連携プログラムも存在します。

「地域金融機関との連携プログラム」(※)とは

※以下、「金融連携プログラム」という。

- 関東経済産業局では、地域金融機関を「地域企業の稼ぐ力の向上」の協働パートナーと位置づけ、地域金融機関と連携し、地域企業の経営課題の解決及び経営力向上等を支援する。
- 本プログラムは、地域企業の稼ぐ力の向上を図るために、地域金融機関と当局が連携して取り組む事業等を整理した「施策集」である。



④データ活用支援人材の育成

地域経済部 デジタル経済課
048-600-0284

- 関東経済産業局では、令和3年度から自治体・地域金融機関等と連携し、各地域の中小企業を対象にデータ活用人材の育成支援を行い、地域企業のDXを推進。
- 今後は、地域金融機関の職員等の支援人材を対象にノウハウを展開することで、地域金融機関等と連携した地域企業のデータ活用・DXの更なる普及・展開を目指す。

データ活用・DX支援者育成プロジェクト（仮）

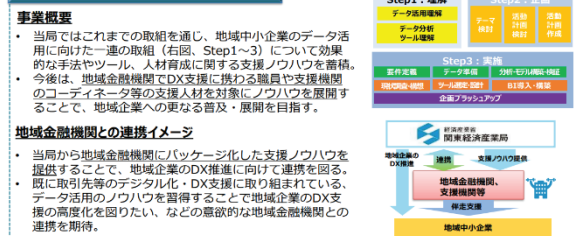


図 122

※この施策は「デジタル化リソースが全く存在しない組織」、「デジタル化リソースは一定数存在するが、数が不足している組織」の両方に対応する施策であると考えられるため、A の論点にも効果的な施策であると考えられます。

C)の論点については、当該組織の意向や現状を踏まえ、同様の属性の組織でうまく人事・評価制度等を変えながら組織方針と現場担当者のインセンティブを調整しているケースなどを紹介する等の取組を事務局として行うことが

一案として想定されます。

島田掛川信用金庫では、職員が新しいことに積極的に挑戦していく風土を広めていくため、みらデジ経営チェックでヒアリングを行い、さらにデータが管理できるよう事業者のみらデジの利用者登録を促した職員に対しては、営業成績として評価するという体制を構築し、職員のモチベーションが向上したというケースも報告されているので、このような事例を紹介していくことが必要だと考えられます。

引き続き、みらデジ事務局が構築する支援ネットワークへの参画を多くの支援機関・デジタル化支援者に求めつつ、並行して上記 A)B)C)といった論点についても対応を行うことが重要だと思われます。

また、特に人材や情報が不足している中小企業においては、独力でデジタル化、またその先の DX まで推進するのは難しく、支援機関による支援が重要になります。そのため、経済産業省では、2023 年 11 月より、中小企業も含め、中堅・中小企業等に対する DX 支援の在り方を検討するため、「支援機関を通じた中堅・中小企業等の DX 支援の在り方に関する検討会」（座長：三谷慶一郎 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所 主席研究員 エグゼクティブ・コンサルタント）を開催し、議論を重ね、その議論を「支援機関を通じた中堅・中小企業等の DX 支援の在り方に関するガイドンス」（以下、「本ガイドンス」という）として取りまとめました。

本ガイドンスは、支援機関が中堅・中小企業等に対して DX 支援を実施する際に考慮すべき事項について、「DX 支援の背景・目的」、「中堅・中小企業等の DX の現状」、「DX 支援の考え方・方法」、「支援機関の連携」、「DX 支援人材の在り方」を中心に解説しています。

6-2. 支援者と事業者のマッチング

デジタル化による経営課題の解決を通じた「稼ぐ力と自己変革力の向上」にあたっては、単に経営課題に即したデジタルツールを導入するだけでは足りず、導入後に事業者が当該ツールを使いこなせる状態を目指す必要があり、中長期的に伴走支援を行うことが重要だと考えられます。

今年度のみらデジ事業においては、「地域別支援者リスト」を作成することで、支援機関が事業者の状況・ニーズに合わせてその他の支援者を紹介できる環境の構築を図ったことに加え、みらデジリモート相談において事業者に対して支援者の選定の仕方・ノウハウを提供するなどの取組を実施しました。

また、事業者が自ら支援者に支援を求めるための機能としては事業者マイページ上からの支援者に対する紐づけ申請機能が存在しますが、現状では元々関係性のある支援者への紐づけ申請を行うケースが多く、みらデジ経営チェックの結果を踏まえた新たな支援者へのアプローチについては別の仕掛けが必要だと考えられます。

事業者のデジタル化による経営課題の解決を推進するため、中長期的な伴走支援を行う支援者とのマッチングを実現するにあたっては、みらデジ及び IT 導入補助金等によって経営課題の棚卸と必要なデジタルツールの導入を行った事業者に対して、みらデジ事務局から経営チェックの再度の実施を通じた継続的な振り返りや支援機関による伴走的な対話を推奨するだけでなく、中小企業基盤整備機構が行うハンズオン支援（専門家派遣）等の企業の成長・挑戦を支援する事業とも連携を行うことで、デジタルツールを導入した事業者に対してみらデジ等を基盤とした中長期的な支援の活用を促す等の取組が必要だと思われます。

中小企業基盤整備機構が行うハンズオン支援（専門家派遣）¹¹では、売上拡大・生産性向上等の目標達成、様々な経営課題の解決を目指し、専門家を一定期間継続して派遣する「専門家継続派遣事業」、IT を活用した課題解決や IT 導入の検討、実際の IT 導入・運用などに対してアドバイスを行うと共に、企業内の CIO

（Chief Information Officer）候補者の育成を支援する「戦略的 CIO 育成支援事業」、企業の抱える特定の課題（技術・経営・マーケティング等）について、経営実務の経験が豊富なアドバイザーを派遣し、課題解決や社内人材の育成を支援する「経営実務支援事業」、新商品・新技術・新サービスについて、新たな市場への手がかりを掴むとともに、販路開拓力の向上を目指す「販路開拓コーディネート事業」等のメニューから、事業者の経営課題を踏まえた支援の提案を受けられるようになっています。

また、中小企業基盤整備機構が行うハンズオン支援（専門家派遣）以外で現存するマッチングを行う公共事業として、「地域 DX 促進活動支援事業¹²」が存在します。この事業では図 123 のように、地域企業の DX 実現を支援するため、地域の産学官金が参画する支援コミュニティを立ち上げ、地域企業の DX 実現に向けたサポート（地域企業の課題分析・戦略策定の伴走型支援、地域企業と IT ベンダー等とのマッチング支援等）を実施していくことになっていますが、このような施策と連携しながら支援者と事業者のマッチングを促進していく人材が必要だと思われます。

¹¹ 中小機構 ハンズオン支援(専門家派遣) <https://www.smrj.go.jp/sme/enhancement/hands-on/index.html>

¹² 経済産業省 地域 DX 促進活動支援事業 https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/dxcommunity/dxcommunity.html

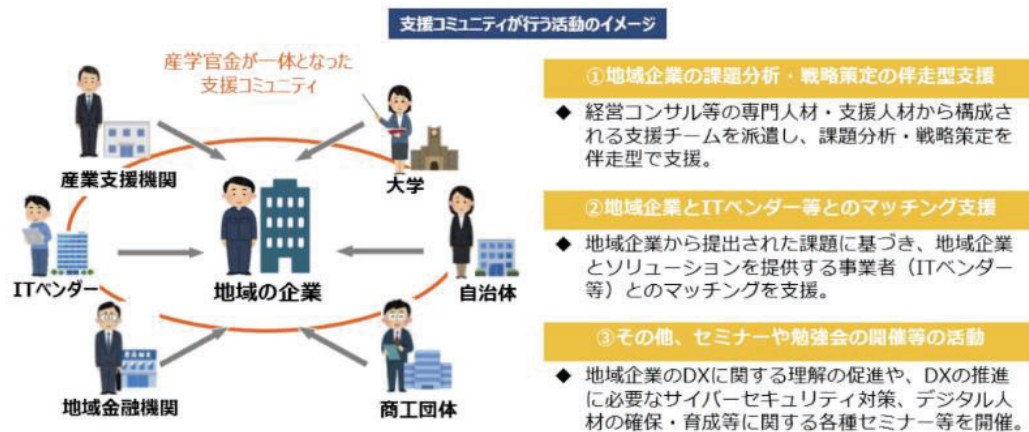


図 123

6-3.事業者・支援機関のコミュニティ

今年度事業を行っていく際に、事業者は他社の成功事例を把握できておらず、デジタル化を成功させるための知見が少ないケースが多いため、成功するための知見が欲しいという意見が存在しました。

今年度のみらデジ事業においては、事業者のデジタル化成功事例を支援者から募り一定のフォーマットで整理したうえで、みらデジ経営チェックの結果に応じてアウトプット画面で同業種・同規模の参考事例として表示することで、他社の知見を提供するを行いました。また、同事例をポータルサイト上に掲載することで、他業種の事例についても必要に応じて事業者が能動的に取得できる環境を整備しました。

今年度行った取組は事務局から事業者に対しての一方向の情報提供となりますが、更なるデジタル化の推進には事業者自身が問題意識をもってデジタル化に向けた取り組みができるような環境が必要であり、事業者や支援機関がインタラクティブに意見交換ができるプラットフォームの存在も重要になってくるのではないのでしょうか。

このプラットフォームについては、オンラインに限らず、支援機関が所属する協会等を対象とした事業者デジタル化業務の実態に関する座談会や意見交換会などを事務局等が主導して行うことなどによって、事業者支援ノウハウの共有を図ることも重要だと考えられます。

また、みらデジ事業では事業者が担当支援機関を紐づける機能に加え、担当支援機関が事業者の相談履歴を閲覧することができますが、紐づけ機能や相談履歴のデータを閲覧する機能を実装しながらコミュニティを構築していくことで、事業者-支援機関での課題・意見の共有を活発化できると考えられます。

6-4.デジタル人材のさらなる育成について

事業者がデジタルツールを活用しながら、持続的な稼ぐ力・自己変革力を向上させるためには、事業者のデジタル化推進をするためのスキル¹³向上が重要です。事業者のデジタル化推進をするためのスキルが向上することで、「ここからアプリ¹⁴」の活用促進につながるという側面も存在します。また、事業者のデジタル化推進をするためのスキルだけでなく支援機関のデジタル化支援ケイパビリティを向上させ、支援の質を向上させていくことも、事業者の持続的な稼ぐ力・自己変革力向上につながると考えられます。

事業者のデジタル化推進をするためのスキル向上に関して今年度事業では、「1-2-4.事業者向けデジタル化サポートマニュアルについて」でも記載していましたが、今年度はデジタル化を推進する際に必要な知識(「経営に関する知見」、「業務に関する知識」、「デジタルに関する専門的知識」)に加え、「ツールを販売するITベンダー等の対外折衝スキル」、「デジタル化に抵抗感を示すメンバーを説得しながらデジタル化を進めていく社内調整スキル」を事業者身に付けてもらう仕組みづくりの一環として事業者向けデジタル化サポートマニュアルを作成し、「みらデジ知恵袋」のページで公開しました。

事業者のデジタル化の循環を通じた持続的な稼ぐ力と自己変革力の向上のためには、デジタル人材のさらなる育成が必要となりますので、中小機構等が実施する人材育成施策と連携するなど引き続き人材育成に関する取り組みを行っていくことが重要です。

中小機構では中小企業の持続的な成長のため、全国9カ所に中小企業大学校を設けており、中小企業経営者や経営幹部等に対し、自社が抱える経営課題の解決につながる実践的かつ現場に即した研修を実施しています。全国各地の中小企業大学校で2024年度中に提供する研修のうち、「DX・デジタル化の進め方」に関する講座も開催予定となっていますので、今後はこのような講座を事業者に案内することでデジタル人材のさらなる育成につながるのではないかと考えられます。

また、中小機構の本部には「人材育成オンライン相談窓口」が設置されていることに加え、地域本部には人材育成を目的とした研修制度が存在しますので、中小機構の人材育成施策を事業者に案内していくことも人材育成につながると考えられます。

さらに、支援機関のデジタル化支援ケイパビリティ向上の観点で、「1-2-5.支援機関向けサポートマニュアルについて」にも記載している通り、今年度のみらデジでは従来の支援機関(「商工会」、「商工会議所」、「よろず支援拠点」、「金融機関」等)に不足しているデジタル化に対応する知見を補うため、支援機関向けサポートマニュアルをリリースしました。

上記で記載している通り、事業者がデジタル化を進めていく際は、様々な知識・スキルが必要となり、事業者単独では進めていくことが難しいケースも多いため、引き続き支援機関に対しても人材育成に関する取り組みを行っていくことが事業者のデジタル化を通じた持続的な稼ぐ力・自己変革力につながると考えられます。

中小企業大学校では都道府県、都道府県等中小企業支援センター、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会、信用保証協会等の支援機関の担当者等を対象にした「中小企業支援担当者向け研修」を提供していますので、支援機関担当者にこちらの研修を案内することで支援機関のさらなる支援能力の向上につながると考えられます。

¹³「デジタル化推進をするためのスキル」とは各種デバイスの基本操作を理解し、ITツール/サービスの導入に必要なデジタル用語を活用しながら、社内内外の関係者を巻き込みつつ、経営課題・業務課題の解決を推進していくスキルのことを表します。

¹⁴「6-7.他の公的支援策との連携・合流」の部分でも記載していますが、「ここからアプリ」には自社の課題を入力しながら、その課題に適したツール情報を閲覧するという機能は存在しないため、一定以上のリテラシーを有する事業者向けのツールとなっています。

6-5.みらデジ事業のデータ基盤の活用

今年度事業の成果と評価のとおり、今年度の本事業においては、事業者登録数 106,046 件と相当規模の事業者の属性データ、経営チェック結果データ、相談履歴データを取得することができました。

今年度においては、みらデジと同領域の施策である IT 導入補助金にみらデジ登録事業者データの連携を行いました。また、IT 導入補助金事務局の審査業務効率化のため、IT 導入補助金事務局のシステムとみらデジシステムの API 連携を行ったことに加え、事業者ツール導入後の状況変化の把握をみらデジを通じて確かめてもらうという一連の流れを構築するため、IT 導入補助金採択後の事業者に対して、IT 導入補助金事務局から 2 回目のみらデジ経営チェックの利用を促すメールを送付してもらうなど、データ連携を契機として互いに協力し合う体制を構築しました。今後については、106,046 件の事業者登録数を活用し、デジタル化領域以外の他の領域の支援に広げていくことも重要だと考えられます。なお、デジタル化領域にあっても、デジタルツールの保守・運用を支援し「稼ぐ力と自己変革力の向上」を実現するため、保守・運用版のみらデジ経営チェックのようなツールを構築することも重要と考えられます。また、今後も公的事業における事業者を始めとしたステークホルダーのデータを蓄積していき、領域問わず過去のデータを活用しながら事業を推進していくことで、より効果的な事業展開を図ることができると思われます。本事業においても、「3.事業実施アンケートの分析」で記載している通り、今年度実施したアンケートでは 1 万者以上の事業者から回答を得ることができましたので、そのアンケートデータについてもデータ基盤として有効活用できると考えます。

活用用途ですが、例えば IT 導入補助金において、導入したツール等が事業者の生産性向上に寄与しなかったケースも存在する中、本事業の事業者向けアンケートの「システム導入後の保守・運用、生産性向上状況について」を活用し、事業成果を評価するためのデータ基盤に組み込むことで、ツール等の導入による事業者の生産性向上状況を検証することも可能になると考えます。

※事業者向けアンケートの「システム導入後の保守・運用、生産性向上状況について」において「回答者の 8 割が生産性を向上させることができた/向上見込みである」との結果が得られている。

6-6.みらデジリモート相談等専門家相談の改善

みらデジリモート相談については、現時点では今年度 301 件実施をしており、リモート相談を実施した者の満足度は 93.2%と概ね好評をいただいています。また、今年度はリモート相談の Web 予約フォームを実装し、フォーム内に希望日時、相談内容を事前に記載してもらう流れにすることで、リモート相談の対応における日程調整業務、専門家アサイン業務の効率化を図り、専門家がリモート相談業務に集中できる環境を整えました。

一方で、「みらデジに何を相談していいかわからない」、「どこまで相談できるかわからない」といった声がコールセンターに寄せられており、それを解決するために、リモート相談でよくあるご相談をポータルサイトへ掲載し理解を深めてもらうこと等を検討していくことが必要だと考えられます。また、専門家の対応品質の測定や改善点を確認するために、リモート相談実施後に毎回、事業者アンケートによる専門家対応の評価を行うなどの検討が必要であることに加え、リモート相談を受けた事業者がその後どのようなアクションを行ったか、事業者のデジタル化促進に繋がったかなどを確認する方法の検討が必要だと思われます。

なお、今年度仕組み上できなかったこと及び事業者からあった要望があった下記の事項についても検討が必要だと考えられます。特に、実際に IT ツール導入などのデジタル化を進めるには、事業者が IT ツールを選べないという声も存在することから、支援機関/デジタル化支援者への取り次ぎ等が可能か、必要かも含め検討していくことが重要です。

- ・対応可能時間（平日 9:00～17:00）以外でのリモート相談の実施
- ・支援機関/デジタル化支援者への取り次ぎ
- ・特定の商品/サービスの紹介
- ・対面での経営相談の実施
- ・予約が必要ないリアルタイム相談の仕組み（支援者が事業者と打ち合わせをしている最中にリアルタイムで使えるコールセンター or オンラインチャット など）

※また、次のページ以降では今年度実施したリモート相談内容一部を報告する形で記載しています。

【事例 1 製造業の事業者様へのリモート相談】	
業種 印刷・同関連業 所在地 埼玉県 従業員数 6 人～20 人 資本金 1,000 万以上～5,000 万円未満 延べ相談回数 1 回	
▶リモート相談に至った経緯 ・埼玉県信用保証協会様（支援機関）よりご相談 ①みらデジ経営チェック結果について解説やアドバイスが欲しい。 ②将来的には事業の多角化を検討しており、新規参入する際の業界傾向や成長している分野などあれば知りたい。特に建設業関連の情報を詳しく教えてほしい。 ③印刷業から他業種に参入し多角化に成功しているケースを紹介してほしい	▶課題 ・多角化等に向けて自社の強みなどを整理し、その強みを事業と紐づけ、業績改善する課題 ・長期的には事業承継にむけた社内体制の構築、経営理念やビジョンなど会社が向かう方向性を明確にしたいという課題
▶聞き取った現状 ・現状の縮小傾向にある市場の状況 ・将来 3 代目に引継ぐことを考えたときに、縮小傾向にある印刷業だけ行っていていいのかとのお悩み	
▶支援内容 ＜事業の多角化について＞ ・事業再構築補助金の事例や他社事例を紹介しながらアドバイス。成長分野については、政府の骨太方針の紹介、事業再構築補助金の成長枠リストをご紹介。新たな事業を展開するにあたって、「自社の強みの整理整頓の実施」、「市場調査と競合調査の実施」、「リスクや課題の明確化とその解決方法の検討」、投資にあった費用対効果の検討し、事業計画づくりをアドバイス。加えて自社の強みの整理不足のため、クロス SWOT 分析等を用いることで強みを生かした事業展開ができることをアドバイス。 ＜事業承継（親族内）について＞ ・会社がどう進みたいかを明確にする“経営理念やビジョン”の策定を勧める。それらに基づいてどのように承継していくかを検討していくことをアドバイス。	
▶ネクストアクション ・多角化に向け、自社の強みなどを整理するとともに、顧客が抱えている課題や求めているサービスについても整理し、自社の強みを活かすことで新たな顧客価値を提供できる可能性を模索する。事業の多角化については、自社の強みがどのように転用でき、その市場規模、キャッシュポイント、提供価値を考察し事業達成のためのリスクや課題を洗い出す。その解決方法を明確にするとともに、投資対費用効果をみたうえで事業として成り立つ可能性があるか腰を据えて考える。	

【事例 2 金融、保険業の事業者様へのリモート相談】	
業種 保険業（保険媒介代理業，保険サービス業を含む） 所在地 岩手県 従業員数 1 人 資本金 1,000 万円未満 延べ相談回数 1 回	
▶リモート相談に至った経緯 ・税理士からの紹介	▶課題 ・リモート商談の最適なツールについて（ソフト・ハード選び） ・補助金情報
▶聞き取った現状 ・保険事業で訪問や対面を中心で行っているが、紹介などが増えてくる事と地域性から移動等を考えるとリモート対応も必要になるので、パソコンの選び方も含めてアドバイスが欲しい ・申請できる補助金があれば教えてほしい ・移動範囲が岩手県でなく隣接県である、事業によっては移転も検討	
▶支援内容 <ツール導入について> ・リモート対応に活用できる、オンラインツール（ZOOM、Google Meet、Microsoft Teams、Slack、Skype）には様々なものがあることを説明し、各ツールの特徴の説明を実施 ツールについて検討する事とともに、特に場所によってはインターネット（モバイル端末や通信ネットワーク環境）も重要な事を説明しキャリア（ネット事業）情報を提供 <移転について> ・移転目的の補助金は無いが移転する事から必要な補助金等の情報としてミラサポ、J-Net21 と経営相談窓口としてよろず支援拠点を紹介	
▶ネクストアクション ・まず、すぐにできることとして、現状の改善を進めるために、リモートツールの選択、ネット環境の検討から実施して頂く事を提案	

【事例 3 学術研究，専門・技術サービス業の事業者様へのリモート相談】	
業種	学術研究，専門・技術サービス業
所在地	東京都
従業員数	1 人
資本金	1,000 万円未満
延べ相談回数	1 回
▶リモート相談に至った経緯 ・売上拡大や業務効率化について、事業者が悩んでおり、その解決策の模索のため	▶課題 ・売上拡大（営業手法） ・業務効率改善 ・ツールの選定方法
▶聞き取った現状 ・医療機器企業の許認可支援を行っており、新型コロナの影響で受注数減少のため、新規顧客の開拓に取り組んでいる ・手法としては手作業で約 1000 件の分類わけを行い、DM でコンタクトし、web ミーティングを経て対面の商談という流れ。ただし手作業なので IT で作業の効率化するためのアドバイスをしてほしい ・MA ツールの選定方法や活用方法がわからない	
▶支援内容 <業務効率改善について> ・MA ツールは自動でリストからメール送信する仕組みやリストの抽出、最終的、結果の分析から優先顧客のピックアップする機能があるため、効率と使い勝手を検討にいれることをアドバイス <売上拡大（営業手法）について> ・活用方法として、ある程度文面のテンプレートを何種類かあらかじめ作成しておき、同一のリストでも文面を変更することで再度アプローチをしていただきたいとアドバイス ・商談としては、アポ取得、訪問、商談、成約と各フェーズがあるので、しっかりとそれを意識しつつ案件ごとに管理することをアドバイス <ツールの選定について> ・現在の作業からシステムによって効率したい範囲や要件をまとめつつ、それらの要件に対応したシステムをまずは探すことをアドバイス ・また、無料版やお試し期間を活用してみて、自社に合うかどうかを確認することをアドバイス	
▶ネクストアクション ・ツールの選定 ・文章作成 ・管理表の作成	

【事例 4 教育、学習支援業の事業者様へのリモート相談】	
業種 教育、学習支援業 所在地 神奈川県 従業員数 1 人 資本金 1,000 万円未満 延べ相談回数 1 回	
▶リモート相談に至った経緯 ・教室の習い事の運営がアナログ管理 ※Word や Excel にて数字を入力し、電卓で計算。Excel で管理するにも複数のシートで同じことを繰り返し、作業効率が悪い。予約管理がアナログなので改善したい ・どこまで構築できるのか、どのように進めていけばいいのかわからない ・IT 導入補助金を検討しているが他にも利用できる補助金があれば教えてほしい	▶課題 ・作業の効率化 ・予約管理のデジタル化 ・補助金の活用
▶聞き取った現状 ・現状の作業の管理方法と IT スキルについて ・予約システムの現状とツールの選定状況について ・IT 導入補助金の支援内容の理解について	
▶支援内容 ＜予約システムの導入について＞ ・まずは現状のヒアリング。現在、直接やり取りによって管理している予約を、デジタル化しシステムの導入を希望されていたので、IT 導入補助金の検索画面からの予約システムの検索方法と、実際の活用事例は、みらデジ成功事例のサイトから予約システムの成功事例をご案内し、検索の際の探し方と実際の導入準備についてアドバイス。 ・IT スキルがあり導入支援は必要なくツールのみで導入を検討しているとのこと、まずは検索したツールの中から自身でツールを実際に検証してみたうえで、導入支援事業者を選定する方法をアドバイスし、補助金を活用する手順についてもご案内。 ＜他の補助金について＞ ・現在小規模事業者持続化補助金については申請済みで、IT 導入補助金以外の補助金を検討されていたため、業務改善助成金についても活用出来そうだったためご案内。 ・補助金の検索方法や支援事業者探し方についてアドバイス。	
▶ネクストアクション ・ツール検索をおこない検証してみたうえで申請するツールを選定する ・業務改善補助金について申請可能か確認する	

【事例 5 教育、学習支援業の事業者様へのリモート相談】	
業種	教養・技能教授業
所在地	沖縄県
従業員数	1 人（別途、委託契約講師が数名在籍）
資本金	1,000 万円未満
延べ相談回数	1 回
▶リモート相談に至った経緯 ・経営チェック結果レポートの解説 ・今後どのようなアクションが取れるかのガイドをしてほしいとのこと	▶課題 ・経営チェック結果の見方がわからない ・業務効率化、リソース不足 ・補助金、助成金の活用方法について
▶聞き取った現状 ・みらデジ経営チェックの結果の意味、活用方法がわからない ・経営しているダンス教室の依頼が増加しており、一人では対応できない状況である ・業務効率化も具体的に、どのような策を講じれば良いかがわからない ・補助金や助成金の利用方法について	
▶支援内容 <経営チェック結果の見方について> ・アンケート回答結果で表示された円グラフなどの画面を共有し、自社の現状課題の目安である点を伝え、更に円グラフの下部にある URL をクリックすることで、補助金やよろず拠点などの情報が集約されたページに移動できることを示した。相談窓口や補助金検索時間の軽減ができることをお伝えし活用を促した。 <業務効率化、リソース不足について> ・業務効率化を図ることで、リソース不足を軽減することが可能。具体例として、出張教室でのダンス指導を毎回のリアル現場指導の内、1～2 回、オンライン指導を取り込み(幼児教室は除く)、移動時間や準備時間を削減し、空いた工数を別の教室開催に活用する。 ・委託契約の講師との打合せは、オンライン利用を主とし、双方の移動時間、要する準備、後片付け時間を削減し、空いた時間を教室開催に活かすことをアドバイスした。 <補助金、助成金の活用方法について> ・事業計画書を作成し、いつ・何をするかを決め、それに基づいて補助金や助成金の活用を検討することを推奨。但し、補助金や助成金ありきで計画立てをしないことが重要。 ・非常に数多くの補助金や助成金制度がある為、情報収集の時間を定期的に設けて、運営思案、検討素材の一つとして活用することもアドバイス。	
▶ネクストアクション ・毎週水曜日、朝 30 分、補助金などを始め、テーマを決めて様々な情報検索の時間を設ける ・現状ある補助金や助成金の公募概要を取得し、ガイドマニュアルなどに記載されている文言慣れや要件理解に役立てる ・オンライン会議(例:zoom など)システムの利用料金を調べ、導入の検討をする	

6-7.他の公的支援策との連携・合流

今年度のみらデジ事業は同じデジタル領域の公的支援策である IT 導入補助金との連携を行いながら、10 万者の事業目標を達成しました。みらデジ経営チェックは公的主体が提供するオンラインの事業者向けデジタル化支援ツールですが、類似の特徴をもったツールとして中小企業基盤整備機構が提供する「IT 戦略ナビ¹⁵」や「ここからアプリ¹⁶」が存在します。

みらデジは事業者が経営チェックを通じて、課題を整理していくことで、自社に導入が必要なデジタルツールを把握することができるに加え、ポータルサイト上でデジタル化事例を閲覧することで、デジタルの方法や具体的なデジタルツール名についても把握できるという特徴があります。そのため、みらデジは「自社の課題を解決するためにどのようなデジタルツールを導入すればよいかわからない」、「必要なデジタルツールは把握しているが、具体的にどのようにツール導入を進めればよいかわからない」という問題を抱える事業者をメインターゲットとした施策となっていますが、「自社の課題を解決するためにどのようなデジタルツールを導入すればよいかわからない」という問題については、「IT 戦略ナビ」でも必要なツールの棚卸しを行うことができ、「必要なデジタルツールは把握しているが、具体的にどのようにツール導入を進めればよいかわからない」という問題については、「ここからアプリ」の事例を閲覧することで、具体的な導入イメージを膨らませることが可能であるため、今後は「みらデジ」、「IT 戦略ナビ」、「ここからアプリ」のそれぞれの長所を踏まえ統合させていくことで、効果的且つ効率的なデジタル支援を提供できる可能性があります。

「IT 戦略ナビ」は図 124 のように業種を選択したうえで、自社の経営課題を選択し、課題ごとに解決したい問題点を入力することで、自社の課題解決に必要なデジタルツールが提示されるという仕様になっています。



図 124

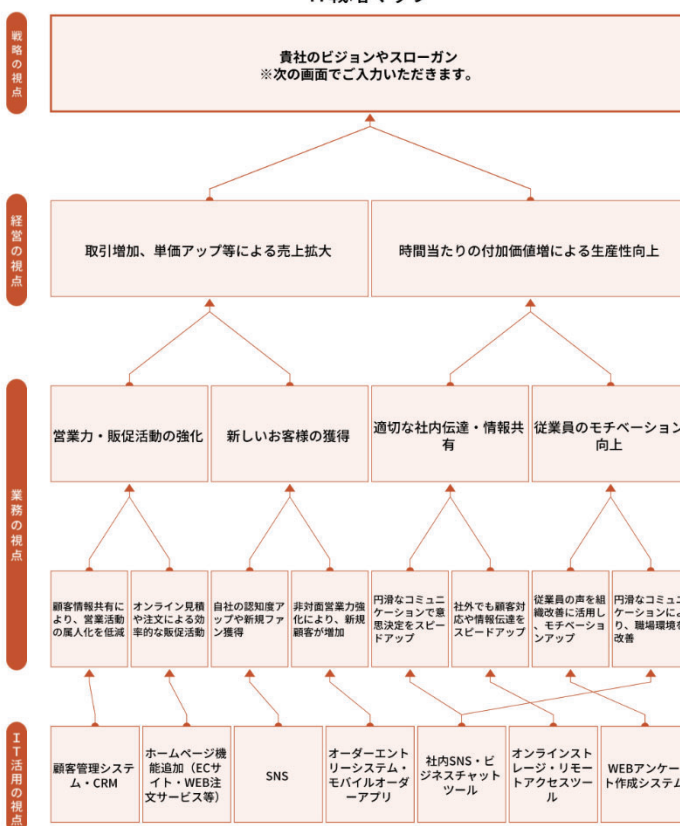
「IT 戦略ナビ」で提示されるデジタルツールはデジタルツールの総称（販売管理ツール、営業管理ツール など）であり、具体的なツール名については提示されてない仕様になっていますが、最後まで回答を続けることで、図 125 のような「IT 戦略マップ」が表示される仕様となっており、この「IT 戦略マップ」により、「経営レイヤーの課題」、「業務レイヤーの課題」、「デジタル化レイヤーの課題」を一覧化した状態で確認できるという長所が存在します。

¹⁵ 中小機構 IT 戦略ナビ <https://it-map.smrj.go.jp/>

¹⁶ 中小機構 ここからアプリ <https://ittools.smrj.go.jp/>

IT戦略ナビ

IT戦略マップ



2024/02/22 16:28作成

図 125

また、「ここからアプリ」は事業者が自社の課題を入力しながら、その課題に適したツール情報を閲覧するという機能は存在しませんが、「業種」、「目的」別で具体的なアプリ(ツール)を検索でき、活用イメージについても「業種別」、「目的別」、「支援者別」で事例を検索できる仕様となっていることに加え、図 126 のように詳細に記載されたツール導入事例が 200 件以上掲載されているため、事業者がデジタル化のイメージを膨らませるのに非常に効果的なサイトとなっています。



図 126

また、「みらデジ」と「IT 戦略ナビ」、「ココからアプリ」の大きな違いとして、「みらデジ」には事業者や支援者がみらデジシステム内に情報を登録し、サイト内に経営チェック情報や支援者への相談履歴情報などを保存できる仕様になっていますが、「IT 戦略ナビ」、「ココからアプリ」には事業者や支援者が情報と登録する機能が存在しないということが違いとして存在します。

「似たようなツールが錯綜していてわかりにくい」といった金融機関等支援機関からの声も踏まえ、今後支援者等がより事業者支援にあたって活用しやすい支援策として整理を行う必要があるため、みらデジの従来の事業者・支援機関登録や連携等の機能も保持しつつ、これらの支援策と連携又は合流を行うことで、事業者は一つのプラットフォーム上でデジタル化に関する気づきから、自社の経営課題を解決するために適した具体的なツール名までを得ることができるようになると考えられます。また、既に連携している IT 導入補助金とも合わせて、一気通貫で事業者のデジタル化支援を行うことができるようになることで、事業者のデジタル化の循環を通じた持続的な稼ぐ力と自己変革力の向上を果たせるようになるのではないかと考えられます。

二次利用未承諾リスト

令和4年度補正事業環境変化対応型支援事業最終報告書

令和4年度補正事業環境変化対応型支援事業（デジタル化診断事業）

株式会社フォーバル

[illegible]