

支援機関を通じた中堅・中小企業等の DX支援のあり方に関する検討会

2023/12/18

サイボウズ株式会社

渡邊 光



サイボウズ株式会社
パートナー第1営業部 部長

わたなべ

渡邊

ひかる

光

経歴

- 2009年：サイボウズ株式会社 入社
- 2015年：地域営業部 松山営業所 所長
- 2017年：パートナー第1営業部 グループ長 特命担当
- 2021年：パートナー第3営業部 部長
- 2023年：パートナー第1営業部 部長

役割

- 大手パートナー企業と各製品の拡販に向けて従事
- 金融機関とのデジタル化コンサルティングスキームの拡充
- 一般社団法人 DIGITAL CAMP 副代表理事

連絡先

- 080-8117-7160
- hikaru-watanabe@cybozu.co.jp

地方出身者としての思い



- 愛媛県 今治市 出身
- 生まれ育った地域が「消滅可能性都市」に入っていることに愕然
サイボウズで働きながら何か地域貢献できないか思考
- 自分たちだけで、できることは限られている。地域に根強い人たち
(金融機関) と協業をすることで地域企業の役に立てると感じた

サイボウズで働きながら、地域活性・地域貢献がしたい



サイボウズ株式会社

(東京証券取引所 プライム市場 4776)

1997年8月

愛媛県松山市にて3名で創業

本社 所在地

東京都中央区日本橋2-7-1
東京日本橋タワー27F

東京・大阪
松山・名古屋・福岡・
仙台・札幌・広島・大
宮・上海・深圳・ホー
チミン・サンフランシ
スコ・台湾・オースト
ラリア

事業内容

「グループウェア」
の開発・販売・運用

「チームワーク強化メソッド」
の販売

業績

連結売上 **220** 億円
経常利益 9.8 億円
(2022年12月期)

従業員数

連結
969名
(有期雇用含む)

平均年齢

34.5歳

企業purpose

チームワークあふれる社会を創る



チームワークあふれる社会を創る

サイボウズの理念は「チームワークあふれる社会を創る」こと。私たちはその理念に沿ってチームワークを支えるソフトウェアを開発し続けてきました。現在では、中小企業から大企業まで業種を問わず幅広くご利用いただいております。

また、2011年に開始したクラウドサービス「cybozu.com」は順調に発展しており、今ではグループ売上の過半を占めるまでになりました。

しかし、私たちの活動はソフトウェアだけではありません。チームワークあふれる社会を創るために、働き方改革を推進したり、自社メディアで情報を発信したり、地方創生を支援したり、お客様やパートナー様をつなげたり、ありとあらゆる手段を尽くし、社会のチームワーク向上に努めていきます。

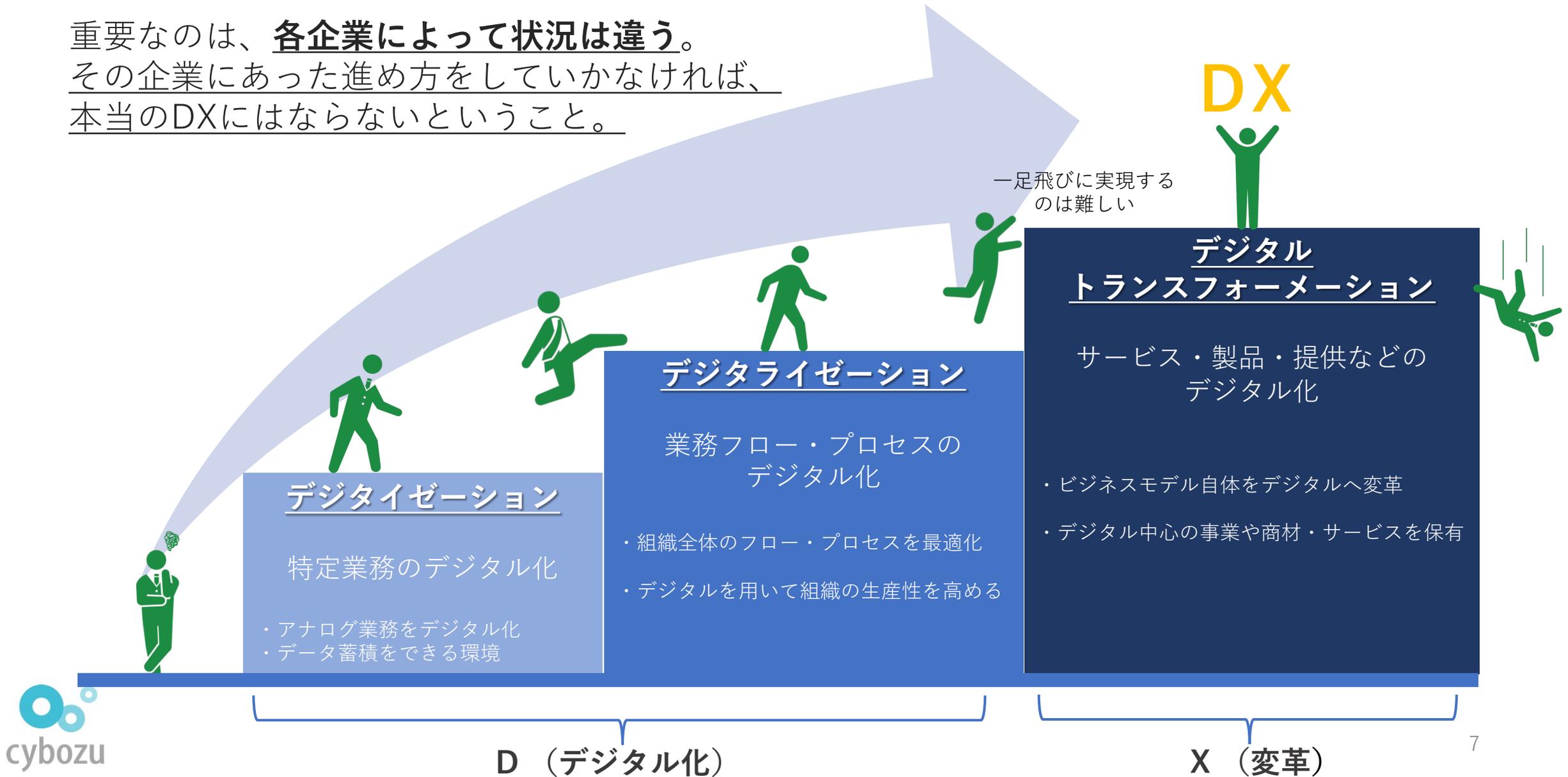
サイボウズはこれからもチームワークあふれる社会を創るため、メンバー一丸となって活動していきます。



はじめに

デジタルトランスフォーメーションへの道

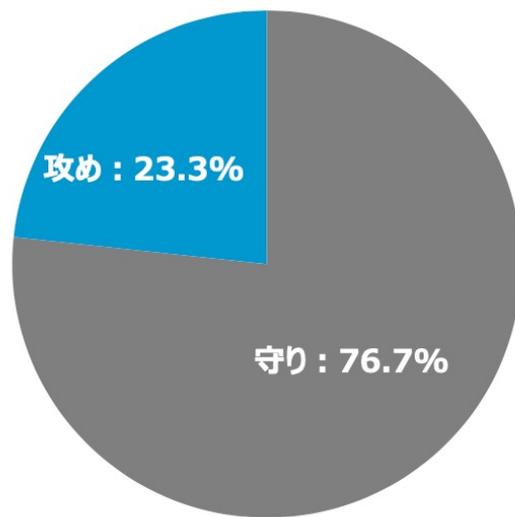
重要なのは、各企業によって状況は違う。
その企業にあった進め方をしていかなければ、
本当のDXにはならないということ。



日本のデジタル投資について

- 日本企業のデジタル投資は約8割が既存システムの維持やコスト削減を目的とした「守り」の投資に集中。米国企業はビジネスモデルの変革や利益・売上増加などの「攻め」のデジタル投資が高い。
- 「守り」のデジタル投資が悪いわけではない。
「守り」から「攻め」を意識した投資へ進んでゆけば良い。

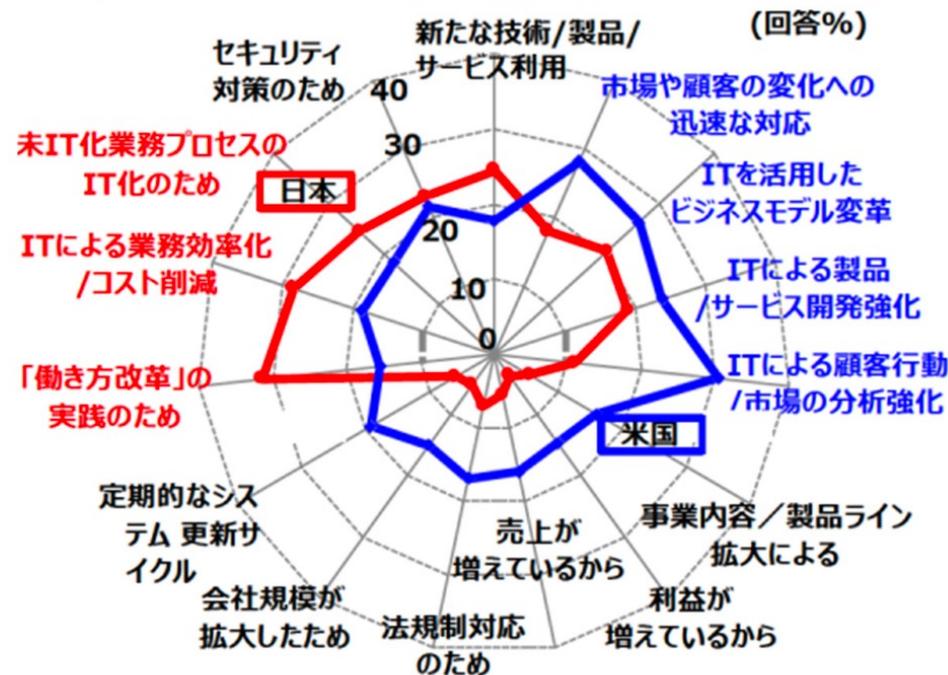
我が国企業のIT予算配分



攻め：ビジネスの新しい施策展開

守り：現行ビジネスの維持・運営費用

IT予算用途の日米比較

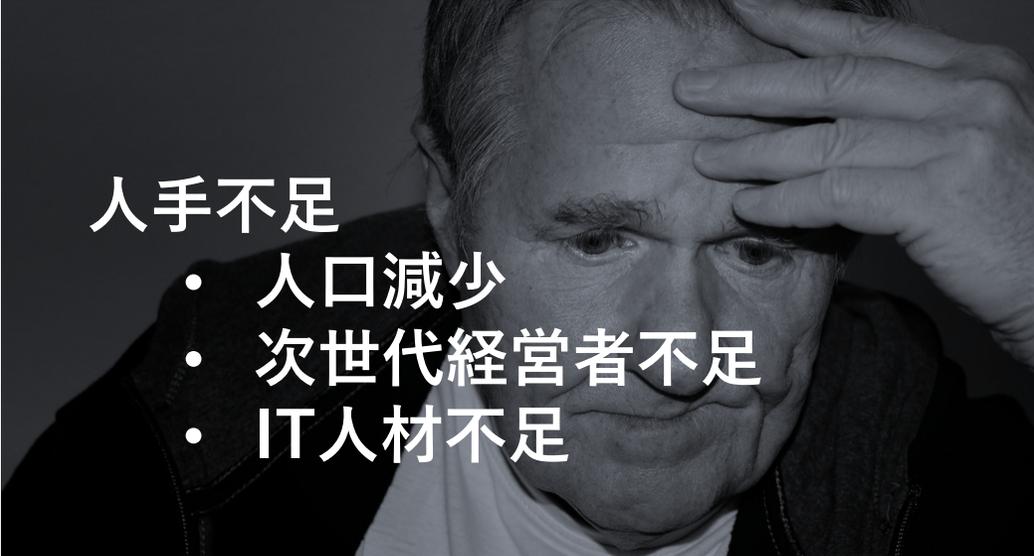


(出所) 一般社団法人日本情報システム・ユーザー協会「企業IT動向調査報告書 2020」を基に作成。

(出所) JEITA/IDC Japan「2020年日米企業DXに関する調査」(2021年1月)を基に作成。

デジタル化コンサルティング取り組む背景

中堅・中小企業に課題は山積み



人手不足

- 人口減少
- 次世代経営者不足
- IT人材不足



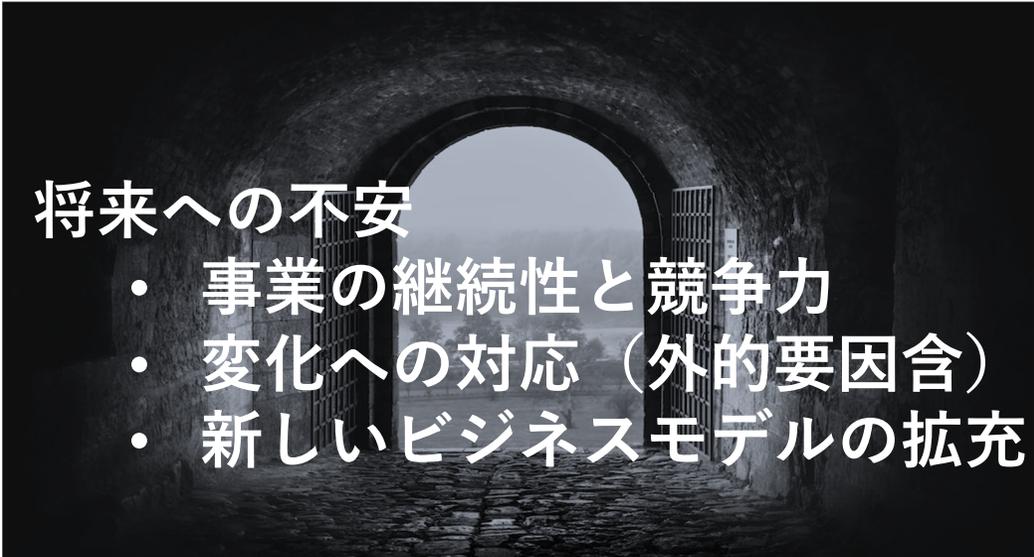
業務効率化

- 生産性向上
- コストカット



エンゲージメント向上

- 社員の定着
- 働きがい（満足度向上）

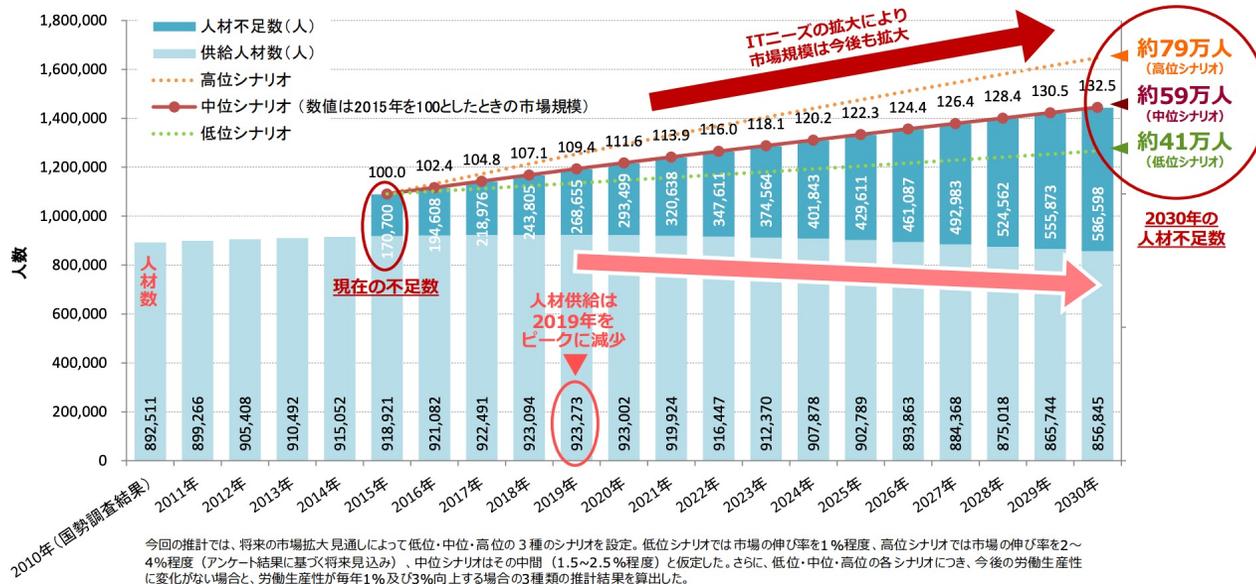


将来への不安

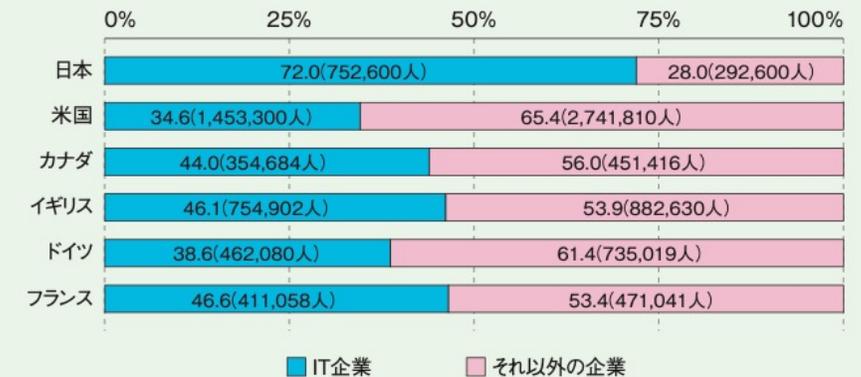
- 事業の継続性と競争力
- 変化への対応（外的要因含）
- 新しいビジネスモデルの拡充

大きな課題～IT人材

- 今後ITニーズは拡大していくが、一方でIT人材は減少し、慢性的な不足状態となる予想。
- 他国と比べても、ユーザー企業にIT人材が少ない。デジタル活用を社内で広げることが、より難しい。



図表1-1-11 IT企業とそれ以外の企業に所属する情報処理・通信に携わる人材の割合(日本、米国、イギリス、ドイツ、フランス:2015年、カナダ:2014年)⁶



参考：独立行政法人情報処理推進機構/IT人材白書 2017

参考：経済産業省/IT人材の最新動向と将来推計に関する調査結果

一方で技術は進化

クライアント/サーバー時代

This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)

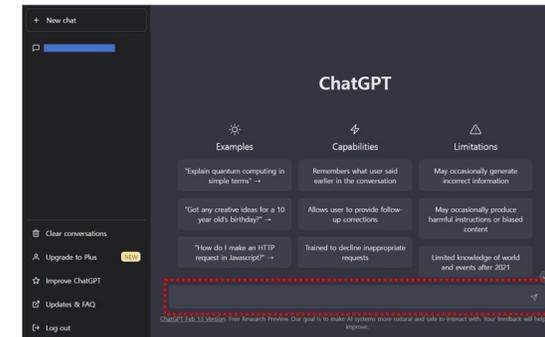


クラウドコンピューティング時代

This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC](#)



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA-NC](#)



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)

1950

1990

2000

2010

2020

メインフレーム時代



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC](#)

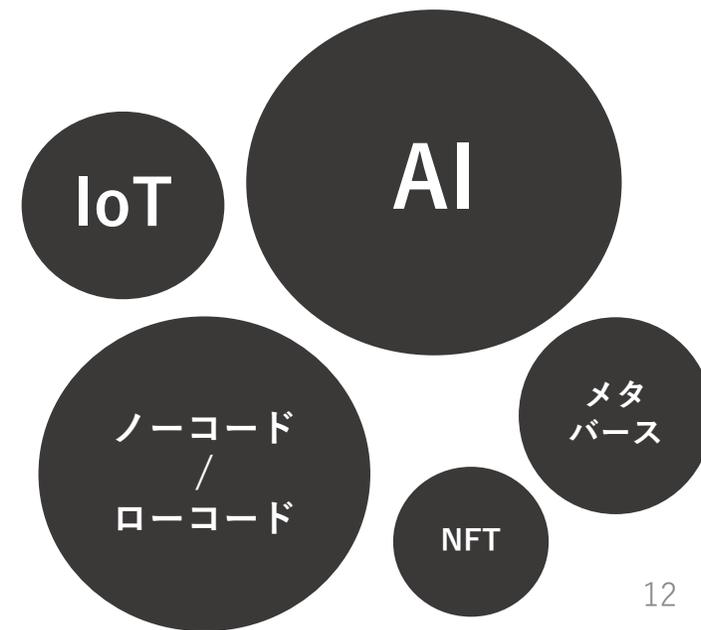
Webコンピューティング時代



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA](#)



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)



DXの上手な進め方points

1

デジタル活用人材

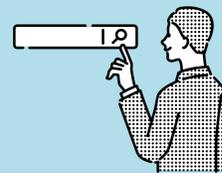
開発や技術を創造する人ではなくデジタルを活用して業務効率化を目指せる人材。



2

スモールスタート

欲張り過ぎず、小さな成功を積み重ねること。まずは身近なノンコア業務から進める。



3

“伴走支援者”の活用

自分たちだけでやるのではなく、第三者からの知見を借りながら、進める。



中小企業が取り組むべきこと

企業が持続的な成長をするために、経営者の意識改革におけるIT活用の「自分ごと化」

- ① IT活用・デジタルシフトを盛り込んだ経営戦略の策定
- ② 年代問わず、全ての従業員のITリテラシーの向上
- ③ IT人材の確保・育成と、若手従業員の活用促進
- ④ ITベンダー・IT専門家・支援機関などの外部専門家支援の活用
- ⑤ 既存業務フローの見直しと、ITを活用する業務の選定
- ⑥ IT導入のスマールスタート
- ⑦ IT活用の継続的な見直しと、日常的な情報収集

参考：東京商工会議所 中小企業のIT活用・デジタルシフト推進に関する意見（概要）

ここに支援内容のヒントがある

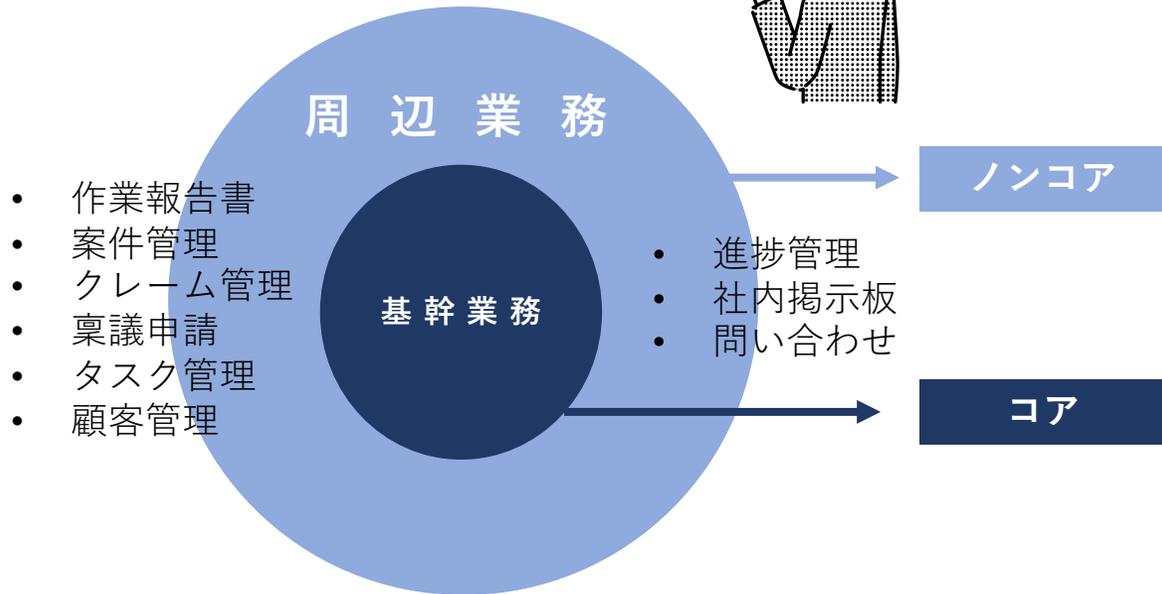
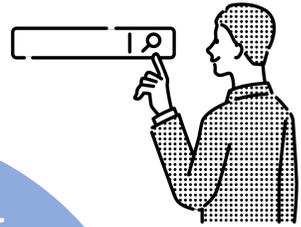
1 デジタル活用人材



IT技術が進歩し、プログラミングができる人材やITリテラシーが非常に高い人材でないと、デジタルを使って、業務改善やDXができない状況では無くなった。

これから必要なのは、デジタルサービスを業務に活用し改善や新たな動きができる人材が重要。

2 スモールスタート



確定情報を扱うような基幹業務（コア）から実施するよりも、周辺業務（ノンコア）からスモールスタートし、成功体験を積み重ねることで、より効率よく業務改善やDXに向かうことができる。

それは後に、自発的に業務改善やDXをおこなう意識となり、デジタルの活用が“自分ごと”になる。

3 “伴走支援者”の活用



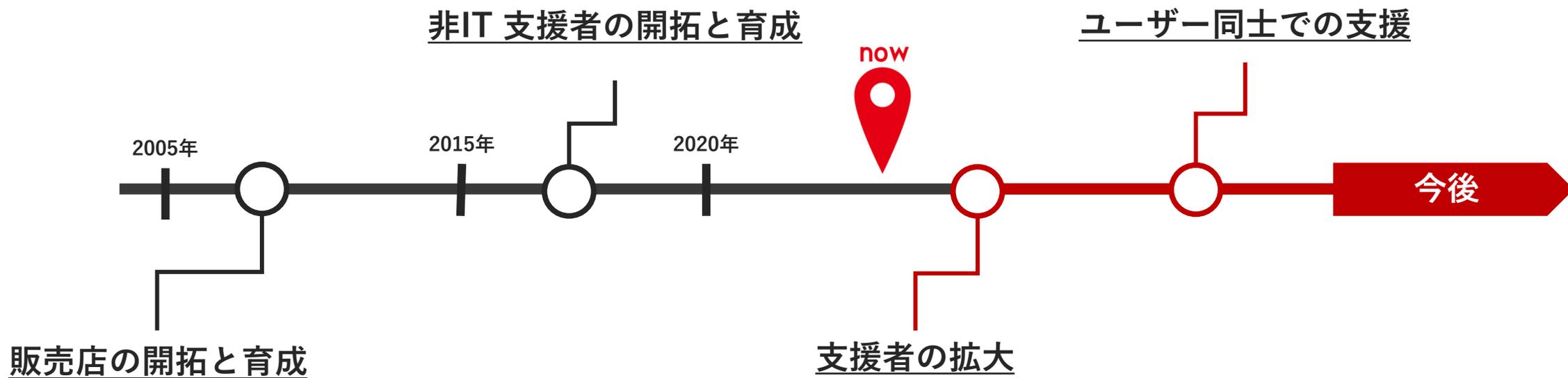
DXという大きな山を登るために、自社だけで進める必要はない。その企業の状況・タイミング・外部環境など多方面からみて、アドバイス等の支援機関を、活用する必要がある。

こちらも **2** 同様、あくまでも企業自らが改善やDXなどデジタル活用が“自分ごと”になるために伴走をする。

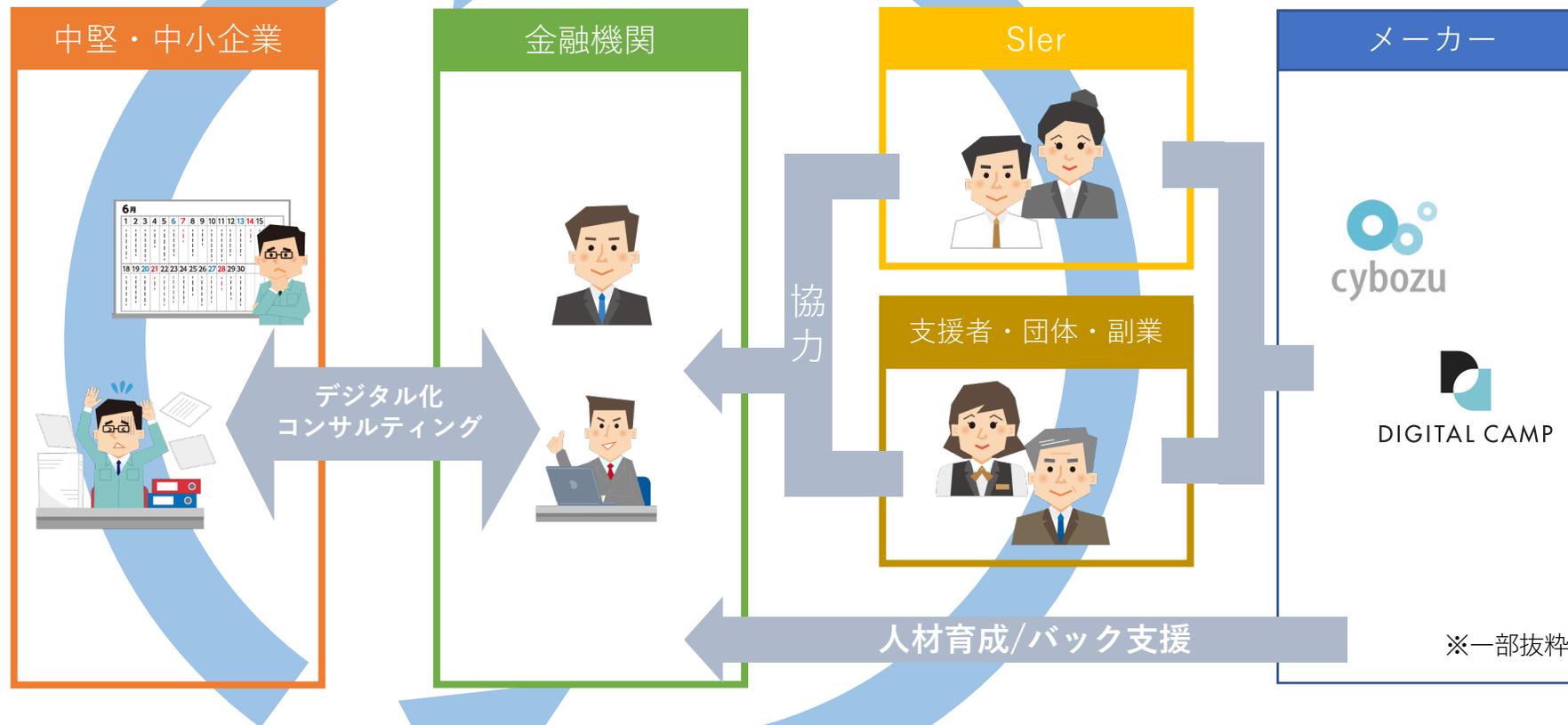
いわば企業におけるパーソナルトレーナーのような存在。

支援の取り組みの現状と課題～今後の方向性

支援者の開拓と育成の変遷

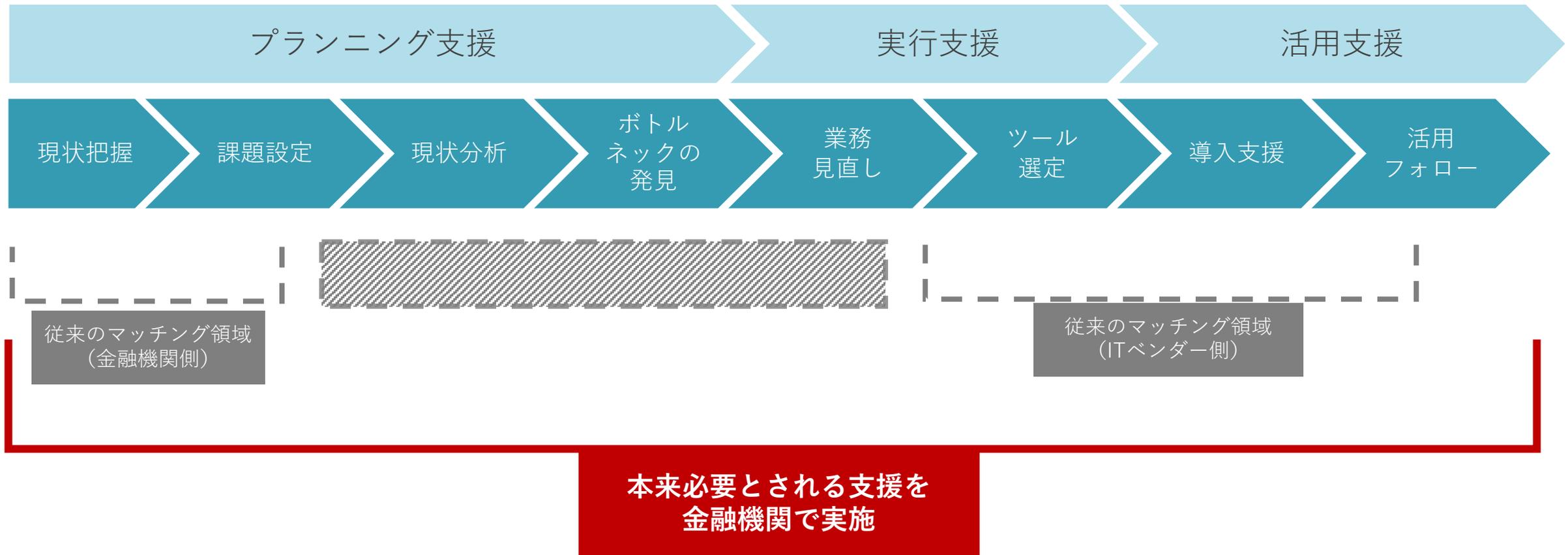


地産地消のDXモデル



- 地元の企業に、地元の金融機関・Slerなど、地元に根強い人たちで一緒に支援する形を目指す。お金が地元で回るようになり地域活性につながる。

金融機関の支援



全体の取り組み状況



- ✓ 約20行の金融機関と協業中
- ✓ 550社以上の中小企業へデジタル化コンサルティングを実施
- ✓ 企業側からも高評価
- ✓ 地域企業でもデジタル活用実績が増加



- ✓ 協業している地区に偏りがある
- ✓ デジタル活用が限定的でDXまで踏み込めていないのも事実
- ✓ コンサルタント人材が少ない
- ✓ 利益重視による負の連鎖
 - 顧客の選定
 - メンバーの疲弊

弊社から見た各社の課題



金融機関の課題

- ✓ **マネタイズの課題**
 - 短期的な利益を求められている
 - マーケットも温まってない状況で厳しい
- ✓ **コンサルタント人材配置の課題**
 - アサイン数が少なく対応が難しい
 - 人事異動によりノウハウが蓄積されない
- ✓ **営業店の興味・関心・意識の課題**
 - 営業店評価としては小さい
 - 勘所がわからない

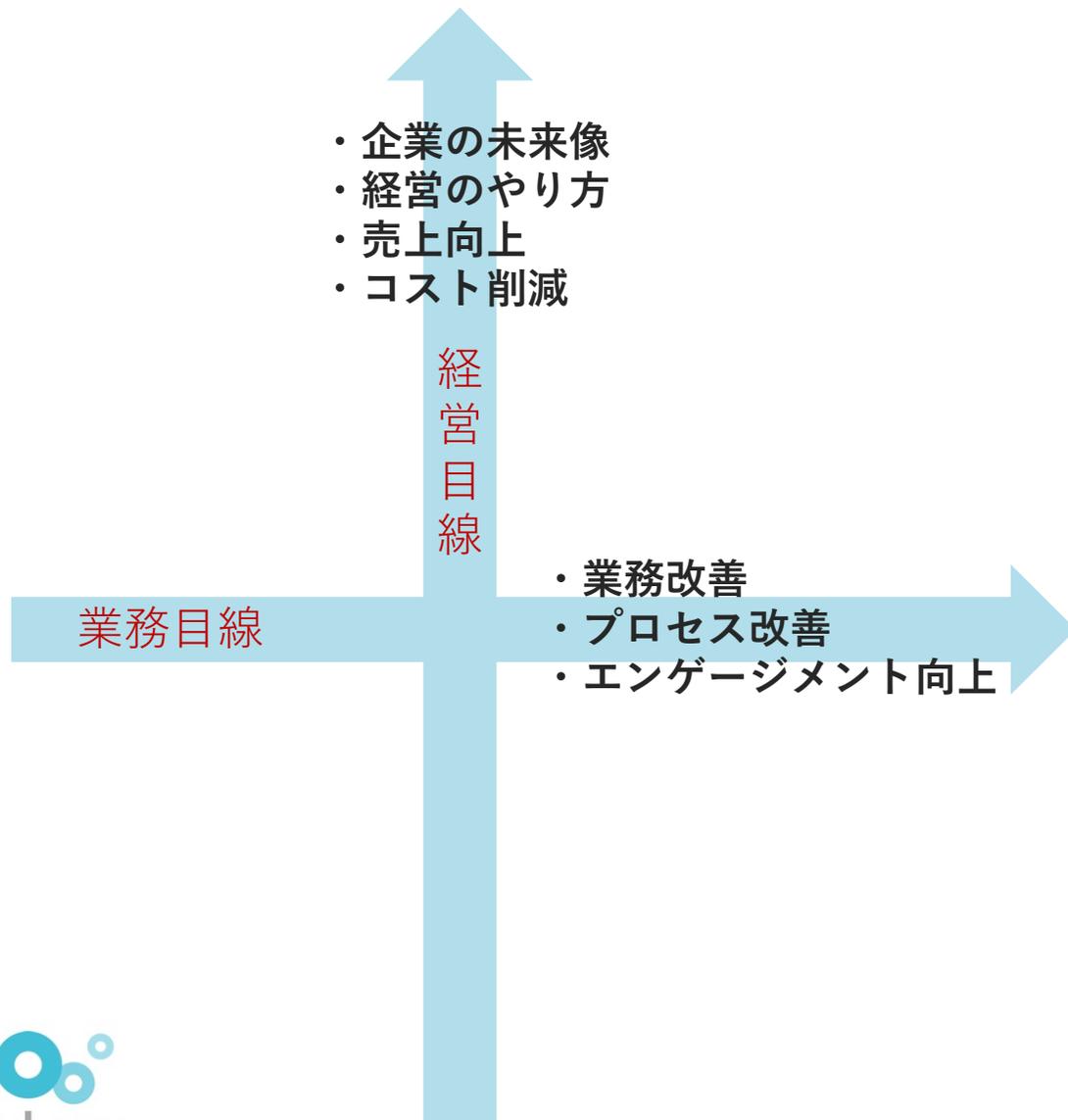


企業の課題

- ✓ **デジタル化コンサルティングに対する投資欲が少ない**
 - デジタル技術の必要性は感じている
 - コンサルティングに対する費用対効果が不明確
- ✓ **補助金が限定的**
 - IT導入補助金はじめ色々な補助金はあるが限定的で汎用的に利用が難しい
- ✓ **高価なコンサル費用の支払いが難しい**
 - 金融機関が短期的な利益を求めると、企業側に皺寄せが出てしまう

支援人材として求められる・考えている点及び育成について

支援者に必要な目線



「業務目線」と「経営目線」の両軸で企業支援を行うことが重要と考えてます。

DXというのは、業務・組織・プロセスだけでなく企業文化や風土の変革をして競争上の優位性を確立する必要があります。

そのため業務目線だけでなく、その企業が「将来どうなりたいのか」を軸に置きながら支援をするために、経営目線と両方必要です。

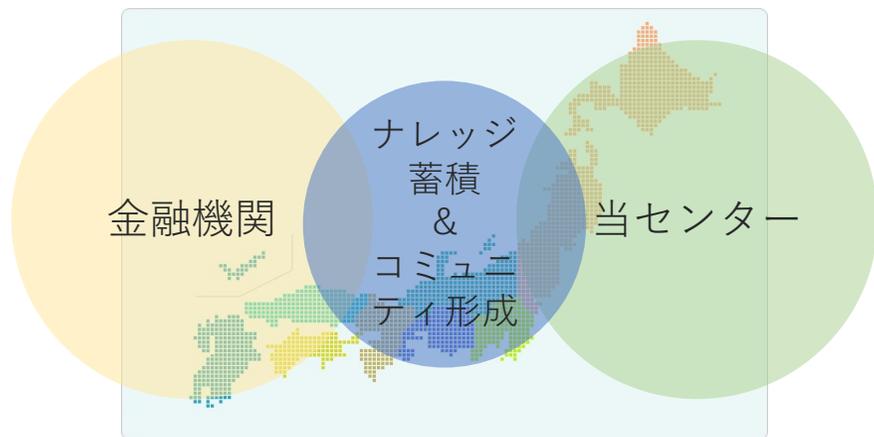


- 独立した部署もしくはチーム
- 3名以上のコンサルタント（+マネージャー）
- ITパスポート/ITコーディネータ等の資格取得
- コンサルティング業務の範囲・プロダクトは絞った形でスタート



- 社会人 5年目以上
- 法人営業経験あり
- デジタルに関する興味ある
- 若手の抜擢

DIGITAL CAMP

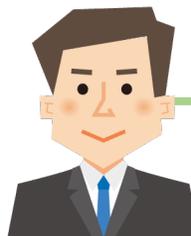


受入れ実績：25行/85名以上

※2023年12月現在



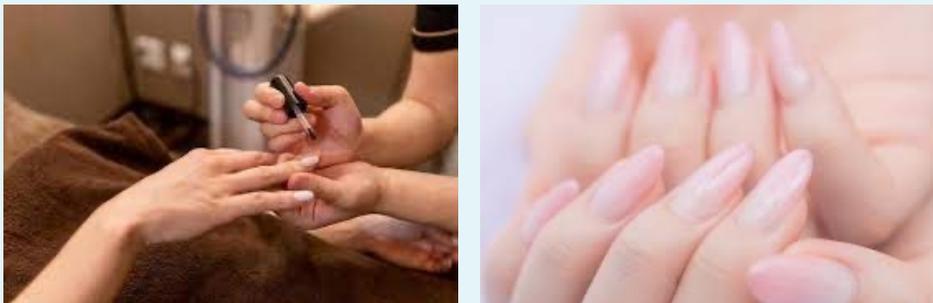
- 入行：4年目（高校卒）
- 前業務：店舗窓口
- IT経験：なし
- 現状：提案の幅が広がって、お客様の役に立てる喜びと必要性を感じている



- 入行：8年目（文系大学卒）
- 前業務：法人営業
- IT経験：なし
- 現状：金融機関こそが、この業務を行う必要があると、使命感を持って取り組んでいる

DXを推進した中小企業事例

A社：サービス業



- ✓ 業務内容：ネイルサロン等の経営
- ✓ 従業員数：30名弱
- ✓ 店舗数：複数あり

As-Is

- 顧客カルテがバラバラに存在
 - ✓ 施術内容やパーソナル情報の把握に時間がかかる
- 顧客を待たせることや、顧客にあった施術が提案できない

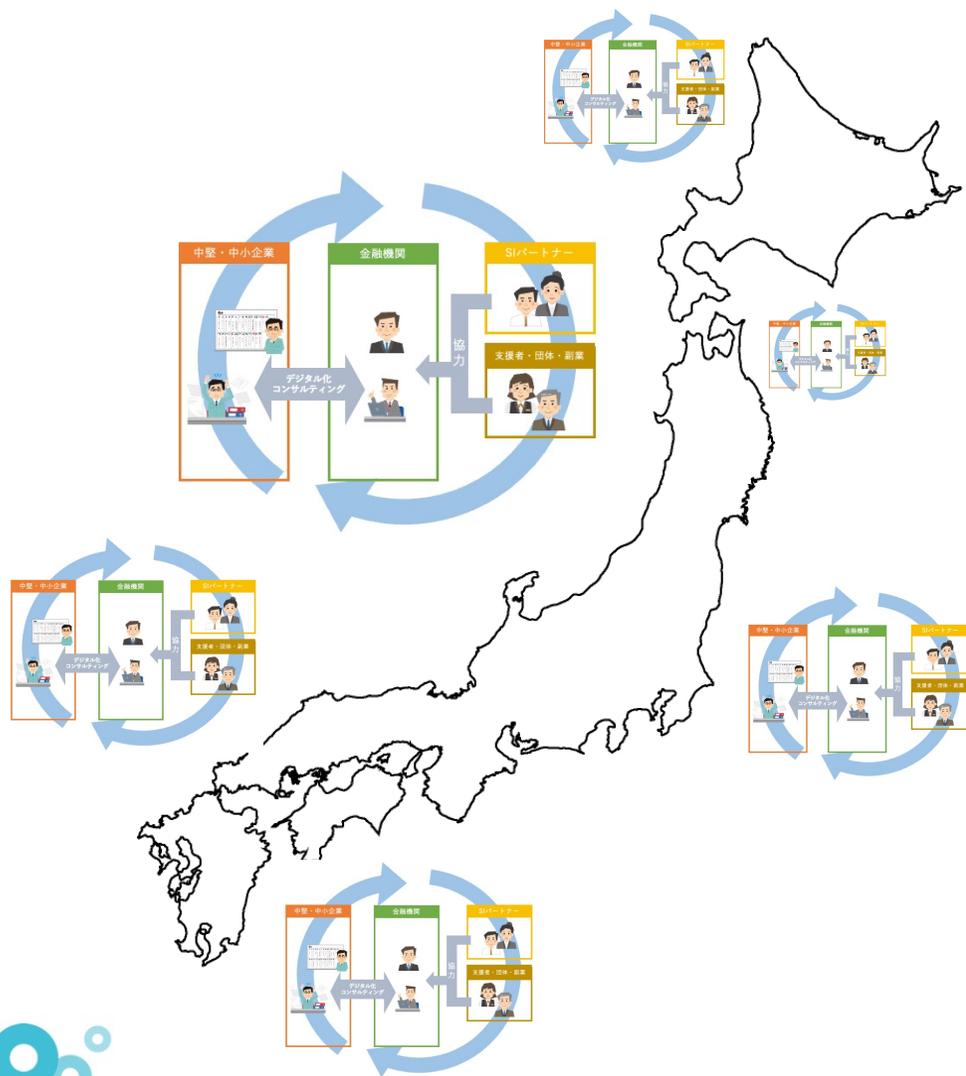
To-Be

- 顧客カルテを一元管理
 - ✓ 各拠点で共有でき、素早い対応が可能
- 顧客の好みにあった提案ができるように
- 顧客カルテに連動してその他の業務を一気通貫に

本検討会において期待すること

検討会への期待と要望

- ✓従来のビジネスマッチングとは違い、課題設定・BPR・活用・定着まで伴走して支援を行う**コンサルティング**が必要であることをガイドラインに明記いただきたい。
- ✓デジタル化コンサルティングは地域にとって必要不可欠でそれを支援することは地域金融機関にとって、いわば**“本業支援”**であることを断言いただきたい。
- ✓地域の中堅・中小企業が**“ちょっと”**頑張れば、実現できるデジタル化とDXモデルを発信していただきたい。
- ✓中堅・中小企業がよりDXを進めるための汎用的な補助金をご検討いただきたい。



✓ 支援できる方の増加と教育

- 日本全国の各地に伴走できる支援者を配置

✓ DX認定企業の増加

- 企業体質の良い企業を増やし日本を元気に

✓ コミュニティ形成

- ユーザー同士が支援し合えるように
- 支援者同士がノウハウ共有できるように

日本中に“地産地消のDXモデル”を創り、日本中の中堅・中小企業がデジタル活用を通して業務改善とDXに取り組めるようにしたい。

DX支援を通して魅力ある企業と地域の実現を目指す。