

(講演録)

## パネルディスカッション①

### 『デジタルによる地域企業の生産性向上』

パネリスト：株式会社キャピタルコーポレーション

社会福祉法人FIG福祉会

BIPROGY株式会社

モデレーター：広島大学 経済学部附属地域経済システム研究センター長

村井由香

源良友

白木裕明

鈴木喜久



鈴木：

それでは「デジタルによる地域企業の生産性向上」と題しましてパネルディスカッションを進めていきたいと思っております。

パネリストの皆さまをご紹介します。

株式会社キャピタルコーポレーションから村井由香さま。社会福祉法人FIG福祉会から源良友さま。BIPROGY株式会社から白木裕明さまです。それぞれ順にご発言をいただきまして、その後ディスカッションに入りたいと思っております。まず村井さま、よろしくお願いいたします。

村井：

キャピタルコーポレーションの村井と申します。よろしくお願いいたします。

私は焼き鳥屋さんの社長です。町の焼き鳥屋さんが、デジタルを使ってどのように生産性を向上しているのか、身近な例でお話しさせていただけたらなと思っております。



まず会社の概要ですが、創業は1978年で、現在従業員数43名、この10月に3名社員が入りました。そのうちの1人は神奈川県から来てくれて、1ターンの今頑張ってくれています。

「仕事によって自己を磨き、品質によって会社を伸ばし、事業によって社会に報いる」、この経営理念を社員と共有しています。炭焼雷という焼き鳥屋を現在3店舗、広島市内に本店と新天地店、立町店、そしてこのコロナ禍に、オンラインショップを立ち上げました。

3店舗は、中・四国最大の繁華街の本通から歩いて5分圏内の、ドミナント戦略で展開しています。このドミナント戦略がうちの会社の強みだと思っていたのですが、コロナ禍において、3店舗全部をお休みしなくちゃいけなくなったことが、デジタルを取り入れるきっかけになりました。

2020年、新型コロナウイルス感染症が蔓延しました。緊急事態宣言で、売上がいきなり90%ダウンとなったのが4月。その時思いました、「本当に必要なのですか、あなたの仕事は？」。そのように国から問いかけてられているような気がしました。店を開けても、1人もお客さまが来ない、先が見えない恐怖、必要とされていない恐怖、そしてうちの会社の事業が淘汰されていくのではないかと、そういう恐怖です。今まで炭焼雷という焼き鳥屋で、高い付加価値でお客さまにしっかりとサービスをしようとしてきましたが、その付加価値が否定された瞬間でした。

その時に、「生き残るための7箇条」というものを会社でつくりました。先ほどの菅野町長のお話して

も心理的安全性というキーワードが出ましたが、非常事態だからこそ、心理的安全性を会社でつくろうと。経営者の仕事として、お金を引っ張る、そして方針を決める、雇用を守る、社員の働く場を守る、これが私の仕事だと思っていました。

お客さまが来ない時にどのように私たちは事業を展開していかなければいけないの？という問いかけを、社員と共に一生懸命考えました。お客さまをつくる、会社の仕組みを変える、人を育てる、これがコロナ禍でお店は休んでいる間に私たちがやらなくてはいけないことでした。コロナ禍の逆境をばねに、そこからデジタルを取り入れていきます。

当時考えたのが、会社の維持と発展のこと。補助金、助成金、ゼロゼロ融資とか、各種給付金、支援金、給与支援金等ありました。私の周りの飲食の事業の方も、会社を維持するための助成金、支援金っていうのをたくさん取得されました。もちろんうちも取得しました。

でも果たしてそれだけでいいのかなと思ひ、わが社は事業の発展のための補助金、助成金を積極的に取りにいきました。広島市のテレワーク補助金は、最初飲食業でテレワークなんてすごいハードルがあって関係ないと思っていたのです。どうやってこのテレワークを自社で取り入れていくべきかを、会社の事業を振り返りながら計画していきます。あとは事業再構築補助金、販路拡大補助金でオンラインショップに挑戦していくことになりました。

外食は、お客さまがお店にいらしてご利用いただく、それが売上につながるのですが、その外食の一つ一つをアンバンドリングして分解すると、中食、テイクアウト、お弁当をお持ち帰りしていただく。内食では、おうちで焼き鳥を楽しんでもらおうと、焼き鳥串の通信販売を考えました。普通の通信販売では面白くないので、そこにサブスクリプションという新しい購入方法も付け加えて、サブスクリプションで焼き鳥の体験を販売する、そういう事業に挑戦していきました。

今お話ししたのは、生産性の分子のほうですね、売上をどう高めるか、ということです。分母のほうも仕事のやり方を変える5ステップということで、まずはコロナ禍の危機感の共有。そしてミーティングを重ねて心理的安全性を確保し、テレワークの補助金で報告書のオンライン化も進めました。クラウド上での目標管理、これ自社でシステムを組み立てて、社内での目標管理をオンラインで共有するようにしました。あとは、製造業が取り組んでいる星取表も取り入れて、効率化とマルチタスク化を目指しました。

先ほど言ったサブスクリプションですが、焼き機と串をセットで届けてお客さまに楽しんでいただきます。オンラインショップにして、売る商品を変えて、売り方を変えて、お客さまを変えて、売る場所を変える。そのような取組みをこのデジタルで進めてきています。

考えたことは隣接異業種にどう取り組んでいくか、ちょっとずつちょっとずつ波及していくかみたいなお話です。現在このお総業製造業と通信販売事業が売上の下支えになっており、コロナ前の売上を超える年商になっています。人時生産性もコロナ前と比較して現在130%、売上の分子が増えた分、そして効率化で分母を減らした結果だと思っています。

政策金融公庫の情報誌にも、わが社の事例が、「中小企業のソコザカラ」として紹介していただいております。駆け足でしたが、わが社の事例を紹介させていただきました。ありがとうございます。

鈴木：

ありがとうございます。続きまして、社会福祉法人FIG 福祉会の源さま、よろしくお願ひいたします。

源：

初めまして、源と申します。

社会福祉法人というのは皆さまあまりよくご存じでないかも知れませんが、社会福祉事業というものがありまして、本来であれば行政がすべき仕事を社会福祉法人に委託することができるという建付けです。昔は措置という形でほぼ収入が約束されていたのですが、平成12年に介護保険が始まりまして、かなりの

競争にさらされている状況です。



今日は DX についてお話をするのですが、社会福祉法人には監査というのがあります。ものすごく記録にうるさいのです。どのような記録かという、入居のお年寄りが1日にどれだけの水分摂取をしたかを常につけないといけません。それから食事の摂取量が何%、主食が何%で副食が何%ってということもです。

その記録を何に使うかという、結局はほとんど使われません。しかも、体重40キロのおばあちゃん、それから60キロのおばあちゃん、2人いらっしやるけれども、行政で指導されるのは1日1,500ccから2,000ccを飲ませてくださいます。何でこんな記録をつけなくてはいけないのかと言いつつ、

必ずしなければならないのでやっています。

実はうちの歴史は長く、平成9年からこの記録をコンピューター化してやってきました。すごく苦い経験がありまして、平成9年に72床の老人保健施設を造りそこで約3,000万円近くかけてペンで入力する端末を導入しました。皆さん平成9年ごろのことは、もうお忘れになっていると思いますが、ワープロが主流で、入力もみんな人差し指でやっていました。女性の年配の方とかは、私はワープロなんか使えませんかと言われる中で導入したものですから、結局どうなったかという、2年も使わないうちに非効率ということでみんなが使わなくなりました。

補助金とかも関わらずに、ものすごくお金をかけて結局役に立たなかったという苦い思い出があるものですから、コンピューターとか DX は気を付けてやらないといけないと思ったのが、もうずいぶん前の話です。それが今どんなことが起きているかという、皆さんも ChatGPT を使われていると思いますが、Excel などにデータで入力したものをまとめてくださいと指令するとすぐ出てくるような、つまりものすごく低コストでいろんなデータをまとめられる時代になりました。

昔だったらプログラムを組む人が会社にはいないとできなかったことを、ほとんどうちの会社でやっています。使っているのはノーコードのアプリで、スマホにインストールして使います。そのプログラムは、素人がすぐ組めるのです。しかも、導入費用は1つのIDあたり月300円で済みます。これと同じようなことをシステム会社に見積りを取ったのですが、800万円と言うところもあれば、2,000万円かかると言うところもある中で、スマホの指示に従って水分量、名前、職員名を当てはめていくだけで出来る。もうそういう時代になってきているということです。

話は元に戻りますが、記録にもいろんな種類がありまして、一つはお年寄りに対するいろんなバイタルであるとかそういう記録。これは必ずしないといけないので、ものすごく時間がかかっていました。それをここに書いたものを別の記録に転記するような時代がありましたが、それはITの進化で、1カ所に入力すれば全部が出来上がるようになりました。

ところが、遅れていることもあり、どの職員が誰に対してどんな介護をしたという記録は取れないのです。それを取ろうと思うと職員分のIDを取得して、ものすごくお金がかかります。そこでうちで考えたのは、職員がどのレベルで毎日仕事をしているのかが分かる仕組みにすることで、中古のスマホを1台あたり2万3,000円ぐらいで買って、職員に配りました。特別養護老人ホーム、老人保健施設、有料老人ホーム、全部で15事業やっています、職員が約300人います。それらの職員へそのソフトをこのように使いなさいという説明用のアニメーションビデオも、今はほぼ会社でできるようになりました。

生産性を上げるための諸刃の剣ともいえるのですが、職員の能力を奪ってしまうと生産性が落ちてしまいます。例えばお年寄りの名前と顔が一致するのを全部コンピューターに覚えさせて、それ見るようにしてしまうと、覚えるという能力を奪うことになります。そのため、最初にしようと思ったことは、職員がどのレベルでどの質の高さで介護をしているかというのを、日々記録することでした。食事介護を1日何人しました、時間が何分かかりました、ということです。

介護施設には日勤帯、夜勤、それから遅番、早番があり、そこのチームで仕事をします。だから日勤帯に5人で仕事をする際に、Aさんは20人を介護するけども、Bさんは介護の能力が低くて、10人しか介護ができないことなどは、チーム単位で記録をつけているから記録に残っていないのです。それを個別にちゃんと記録するために、先のソフトを導入したのです。

生産性の一番の向上は、まず記録をしっかり取って、それは記録を残すという目的ではなく、何の業務をどれだけしたかが分かるようなDX、個々の業務履歴の見える化をしました。その上で、介護の時間がかかっている職員に対して、どのような教育プランを立てるかというのをやりまして、その順番をちゃんと経た上で、最終的に業務効率の改善ということで、記録が簡単にできるような仕組みにしていきたいと思います。

職員がソフトに入力すると、全部出てきます。平均値、誰が何分どんな仕事をしたのかが分かって、この人は介護に時間がかかっているから、こういう教育をしましょうという形でうちでは取り組んでいます。

つまり、お金をかけなくてもいろんなことが会社でできる時代になってきているということです。つたない説明でしたが、私からは以上でございます。

鈴木：

ありがとうございました。続きまして、お3方目です。BIPROGY株式会社の白木さま、よろしくお願いいたします。

白木：

BIPROGYの白木でございます、よろしくお願いいたします。



BIPROGYって、なじみがない会社聞こえますが、昨年4月に日本ユニシスという会社が社名を変えた会社です。ディズニールランドやバドミントンなどで名前を聞かれたことがあるかと思います。この後ご紹介するのは、弊社でお手伝いをしました事例となります。石川県の日本一の漆器産地、山中漆器でのイノベーションのDXの取り組みでございます。

皆さまは山中漆器が日本一の漆器の産地だということをご存じないと思いますが、1番が山中漆器、2番が越前漆器、両者が1番2番を競っているようなところなんです。どんな商品を取り扱っているのかというと、これはイノベーションというキーワードにも関係するのですが、皆さんが想像されるのは轆轤を回した木に漆を塗るような伝統漆器ではないかと思いますが、日常使いでは日本人の生活習慣に合わなくなっています。食洗器や電子レンジには使えないため、同じ工程同じ手法で化学塗料を塗った近代漆器が開発されて、日本一の産地を維持しています。

DX化のポイントですが、基本的にはさまざまな形態でDXの取り組みを、かれこれ6年、7年お手伝いさせていただいています。まずやりたいって人だけ集めて有志による生産現場での生産性向上の取り組みです。注文を取ってきても生産が追いついてないと販売機会を失うことになってしまいますので、産地の方々とお話をした時に、まず生産のほうを安定させようということで。その時に、山中漆器の組合の場合250ぐらいの団体のため、全員でやるとなるとなかなか始まらないということがありましたので、やりたい人、有志を集めて法人格をつくりました。

この時に、先ほどの菅野町長の話ともつながるのですが、石川県の北國銀行さんが最初に音頭を取られています。それと、地域ぐるみの取組みに仕立てるという意味では、こちらは総務省の補助金を使っています。総務省、石川県、地元の加賀市、それらの取りまとめは当社がコーディネートをし、北國銀行さんは自行のお客さまだけじゃない、複数の事業者の取りまとめをするというところから始めて、ここで成果を出しながら、次は売るほうをやろうということでブランディングを始め、今年で4年目となっています。

す。

さらに、ここまでは団体の取組みだったのですが、これからは個社を支援しようということで、組合から企業の方々に支援する、こんな流れで継続的な取組みをしています。これは見方をバリューチェーンに変えた時に、安定供給と需要増加の両立です。デジタル化により BtoC というビジネスモデルをつくりましたが、これも収益増にもなると思います。データを活用したデジタルマーケティングも進めているところです。

今日のテーマは生産性の向上ですが、始まりは北國銀行さんが産地の個社の課題を聞いて回られて、有志を募って勉強会から始められました。途中から当社や地元の IT ベンダーなどが参加して、生産性向上プロジェクトなるものを立ち上げて、私が総務省に駆け込んで補助金を活用して取り組んだものでございます。

伝統産業に限らず、分業になっているところでは皆さん同じことを言われると思います。現に石川県では日本一の建機メーカーがございませぬ。その会社のサプライチェーンの中でもこの仕組みをご利用いただいています。これは経済産業省の補助事業を使いましたが、分業になっていけば課題は一緒です。山中漆器では、分業がアナログの電話とファクス、口頭で伝えるような非常に効率の悪い商流でした。それを業務ソフトとクラウドを利用して、工程管理や受発注の仕組みに置き換えております。そういう意味では、IT、DX としては難しいことはやっていません。非常に簡単なことです。ファクスの用紙が散乱している状態から、高齢者の方が多いので、タブレットで使いやすいような UI/UX を心掛けました。

それから、総務省の事業を使いましたので、KPI をつくりました。毎年それぞれの分業工程における生産性の向上という係数面で何時間の削減になったというところを、総務省に報告してきました。

副次的な効果としては、これまで生産現場で効果を出してきましたので、次のステップは販売で、それは組合の事業として始めたところです。ブランディングは今年で4年目で、組合のホームページの刷新から始まっていろいろなデジタル化を進めてきています。経済産業省の伝統産業補助金という5年間使える補助金があるのですが、コロナ禍の時期に始めたので結構交渉させていただいて、本来はリアルな展示場が対象のところコロナの影響でリアルにはできないということで、デジタルでの展示場で認めてもらいました。デジタル化するので BtoB のビジネスだけじゃなくて、BtoC も可能になるので、オンラインショップを立ち上げています。

なおかつ、仕組みができたのですが、消費者に認知していただかなきゃいけないというようなことで、Instagram の開設をしたりとか、ブランディングに沿った商品の開発なども取り組んでいるところでございます。私からは以上になります。ありがとうございます。

鈴木：

ありがとうございます。生産性の向上といいますが、三者三様、さまざまな形で取り組まれているという事例もご紹介いただきました。生産性の向上は、そもそもどのような側面で生産性が向上されたのか、付加価値が上昇しているのか、労働分配が減少しているのか、あるいは資本効率が高まっているのか、さまざまな局面があると思います。

最初に村井さま、コロナ禍の中で多くの飲食店が非常に困られて、弁当販売や持ち帰りは多くの店で見られたと思いますが、それが通販であるとかサブスクまでいかれた。さらには、従業員の働く内容も変わってきたということでしたが、どうしてそこまで踏み込んだのかということに関しまして、何か見解がありましたらお願いします。

村井：

まず心理的安全性を担保し、危機感を全社で共有しました。このままだとうちの会社つぶれる、本当にあと3カ月後、資金ショートするみたいなことまで社員に話しました。そこで、本当に売れる商品って

何？みたいな問いに対して、社員から、テイクアウトで商品を持ちたいです、オンラインショップをやりたいですっていうふうに、私が主導ではなく彼らが考えました。社員が声を上げてくれたものを、挑戦していくのが経営者の仕事です。気が付いたらオンラインショップを始めていました。



鈴木：

ありがとうございます。また、働き方自体も、店舗で働いていた方がそれ以外のこともやる、仕事の多角化といいますか、それでスキルもアップもされたのでしょうか。

村井：

コロナ前と比べると働く時間数は本当に減ってきています。その分、マルチタスクで、個々の仕事の質を高めていけることを、このコロナのおかげで逆に私たちは学べたかなと思います。

鈴木：

ありがとうございます。次に源さま。最初はソフトウェアの導入ということから考えられていたところが、それをどこまでされるのかという中で、個々の従業員の方の働き方をデータベース化する、それが大きかったのではないかと思います。それも教育のためのデータ構築で見える化されたものを活用して教育をされ、そしてそれが直接的生産性の向上につながられている、そういうことでよろしいでしょうか。

源：

そうですね。これにはやはり順番がありまして、職員の能力はすぐに分かりますが、その施設長やリーダーが日勤帯の一括りでどんな仕事をしているのかは見ていませんでした。どの職員がどのレベルで仕事をしているかまで把握ができてなかったということがまず分かり、個々の職員の能力が数値で出てくることによって、やはりこの職員にはこのような教育をしないとイケないという流れになると同時に、経営者であるわれわれは、施設長も今まで見ていなかったということに初めて気づき、そこから効率化を進めている状況です。

9月から始めましたので、今データをいろいろまとめている状況です。そこで良いことは、今までは業者にソフトを組んでもらったりしていましたが、ここを変えてほしいとかの改善がタイムリーにできませんでしたが、今は内部で、時間を計るだけならいちいち何をしたかよりもこれに対してこれだけ何回やってどれだけ時間かかったというデータだけあればいいんじゃないか、そのほうが記録はもっと効率化できるよ、みたいなことも分かってきました。

介護職員は手袋をしますので、手袋で入力するともすごい時間がかかるという職員がいたりします。また、私どもにはカンボジアの技能実習生が20人いますが、日本語は話せるのにその発音をスマホが認識しないというようなことも起きて、それも今少しずつ改良しています。効率化でいうと、能力を明らかに



できたということが良かったと思います。

鈴木：

データを教育面に生かせるところが、まさにDXなのだと思います。さらにそのデータ、あるいはその集計した情報を、全社員といえますか管理される方皆さんも共通のデータを、情報を持たれるようになると、今度は会社の管理システムであるとか、全体の教育システム、事業の仕方まで今後は踏み込んで変わる、ビジネスモデルが変わっていくということもお考えでしょうか。

源：

そうですね、やはり順番です。うちの中では、とにかく順番抜かして何かやると失敗するよって言っています。まずやるべきことがあって、理想としてはたくさんの方が全部できて、記録もさっと出てくるのが一番いいのしょうけれど。それをやる前にやはり段階を踏んでやらないとうまくいかないと思っています。将来的にはその入力したデータをご家族に見せて、どの職員がいつどんな介護をしたかが分かるようになります。

一方で、それでご家族が毎日見られるかと言えば、見られないのではないかと思います。外部からはこれがあったら便利だって言うでしょうが、実はあまり必要ないことが多いと思います。市販のソフトは、全部その機能を使おうと思うものすごくスキルが必要です。だからそれはあまり必要ないなとは思いますが、簡単にできるのがいい。だから将来には極端に言うと、眼鏡をかけて介護をすると、毎日の介護記録が全部映るような、そのようなものがあると思っています。

鈴木：

ありがとうございます。白木さん、この取り組まれた、ご紹介いただいた事例は、そもそも最初に個社ではなくて面的な取組みだから始めることができた。参加された方も、全体がやっているからということで参加できたのかと思いますが。そうしたプロセス、それは最初からそういうようなアプローチというものがあつたのでしょうか。

白木：

そうですね、実はそこが大切なポイントです。基本このサプライチェーンで何かをやる、これを展開すべくいろんなところでお話しをしていますが、そのことが一番の課題になります。というのも、皆さんライバル同士の企業なんです。それなのになぜ一丸となれたのかというと、やはり産地の課題を銀行さんが拾ってこられて、これはもう個社では解決できない状態になっている。ある分業の工程がなくなってしまうようなことになったので、これはみんなで取り組まないといけないということになって話し合いが始まったのが一つのポイントでした。



最初は有志の7社を集めて、いろいろな勉強会をやりました。事業を立ち上げる時には13社集まっていたいています。あと、実際職人さんも入られていて、クラウドのサービスを使い始めた時には50社ほどの事業者さんになりました。これを5年間、今6年目ですが使い続けています。そこで成果を出したので、次はブランディングを、それではこれは組合全員でやろうと、組合のみなどで話し合うというようなことができてきました。それはひとえに、課題を発掘してこられて、いろんな勉強会とかをされた北國銀行さんのご努力によるところが大きいと思います。

鈴木：

ありがとうございます。個社ごとの展開になっていった時に、データを活用してというお話でしたけれ

ども、そのあたりもう少し詳しく。

臼木：

生産面では、みんなが同じクラウドサービスを使うので隣の人に単価を見られたくないという課題がありました。これは単価が見られない仕組みにしました。

ブランディングでは、組合での取組みとしていますが、個社でもフリーのソフトがいろいろ出ているので、各社でECサイトを立ち上げてもらって、分からない人がいたらできる会社がお手伝いするような、そんな輪ができています。まずデータが入ってくるようになります。データが入ってくると Google アナリティクスとかで可視化ができます。その後 Instagram も各社で立ち上げています。Instagram では、有効なコピー文や写真の品質などの勉強会を数回にわたり実施しました。

鈴木：

ありがとうございます。そのような技術さまざまに取り組み、通信面は必要不可欠なものではあるかと思いますが、いわゆる DX 的なことは必然であったのか。業務上で使うパソコンとあとネットワークやホームページ程度あれば良かったのか、あるいは、より IT を導入することによって、できなかったことがほんとにできるようになったのかということ、皆さま順番にお一言いただけたらと思います。

村井：

たぶん DX と言うと、私たちがかなり難しく考えがちです、中小企業の経営者は。ほんとにうちの会社できるのか、みたいところから始まるのです。うちの会社は危機感を共有してできるところからやっています。あと、戻らないっていう覚悟でやり続けています。

鈴木：

ありがとうございます。源さま、いかがですか。

源：

DX をするには大事なことがあって、それはやはり理念があると思います、最初に。例えばうちには特養の入所者が112人おられますが、新入社員は112人の顔と名前を一致させようと思ってもまず無理です。昔はどうしたかと言うと、それをユニットに分けて、この20人はあなたの担当です、だから覚えなさいとやっていました。するとどうなるか言うと、職員も個別に分けないといけないから不要な職員数が必要になってしまいます。その時代と比べると112人のデータがあるほうが、この人は何に注意して介護すれば良いかが分かるので、効率が良くなります。

しかし理念がないと、DX を使って効率化されると、本来だったら職員が覚えれば済むことを、端末に出てくるから覚えなくなってしまう。われわれの業界で悪い例を挙げると、極端な大手の介護事業所では時間ごとに指令がメールで飛んできます。何時に、何号室に行きなさい。次はこの人のこの介護をしなさい。だから判断も何もいらないのですが、お年寄り拒否したりします。私は風呂に入りたくないとか。

そうすると、ものすごく職員はいらいらしてストレスが溜まって、離職率が高くなるようなことになります。だから、何をするにしても、その結果どうなるかということを考えながらやらないといけないのだと思っています。

鈴木：

ありがとうございます。臼木さま。



臼木：

DXは必然なのか、そうでないのか、両方あると思います。ただし、入口はやはり課題解決から入るのかなと思います。経産省の方には怒られるかもしれませんが、IT補助金だけをばらまくのではなく、課題解決をするために何をやるのか、ITはあくまでも道具、ツールでしかないのです。

これは山中漆器の理事長がよく講演で話されるのですが、DXは後ですよと言われます。ただし、ブランディングではオンラインショップやInstagramはみんなでやろうと言っています。それは、周りの行動が変わってきているからです。取引先や消費者が変わってきているので、それを今やらないと置いていかれるので、そこでは必然になる。ただ、見方としてはやはり課題解決のために使っている、そんな感じですよ。



鈴木：

ありがとうございます。最後になりますが、デジタルを使ってさまざまな取組みを皆さまされてこられました。そして生産性向上につながっているところですが、その直接の生産性向上、効率化ということ以外に、その一連の取組みで、副次的あるいは副産物っていうものが何かありましたらご紹介いただければと思います。

村井：

先ほど言われたように、あくまでデジタルは手法であるうちの会社も思っています。新しい取組みに若干拒否感を持つ、バイアスがかかってしまう私たちが、オンラインショップを始めることによって、「オンラインショップ成功したね、じゃあ僕たちはその気になれば何だってできるかもしれない」というような、そういう前向きな考えを持つ社員が非常に増えてきました。

あるいは、うちの会社の10年ビジョンとか、中期ビジョンとかで、まちづくりの視点が入ってきたのがうれしいなと思っています。ほんとにコロナで人通りがなかった、これっていずれ来る10年後、100年後の広島のような未来のようだ、その危機意識で、じゃあ私たちが今の仕事をどう延長していったら人が増えていくのだろう、その課題解決に取り組む社員たちになってきたように思います。デジタルに向けていろんな挑戦をして良かったなと思っています。

鈴木：

ありがとうございます。源さまもお願いします。

源：

いろいろ気付いて変えるよりも、世の中のほうが早く動いていて、ChatGPTが入ってくると、今まで業者さんに投げて高い金額でやってもらっていたのが、できるようになるとか。そういう意味では、ものすごく変化をしやすい。これをちょっとやってみようとか、このDXの手法を使ってみようとかが現場でいろいろできるようになってきたのは、すごくいいことだと思います。

DXでいうと契約書も、お年寄りのご家族には、何枚も署名してもらっていましたが、それも電子署名にしました。それから請求書も簡単に管理できるようにしましたし、年末調整などはもう皆さんもやっておられると思いますが、QRコードを読み込んでする形です。それから、うちは会社の中にコンビニやクリニックがありますが、それももうデジタルで精算ができます。

そういった中でも、先ほど少し言いましたように、人間の能力は失わないように、機械に使われないようにしないといけないというのは、心掛けています。今後もそれを心がけていきたいと思っています。

鈴木：

ありがとうございます。では白木さま、よろしくお願いします。

白木：

やはり対話が生まれることかなと思います。それが起こってくると、今度は自分ごとに変わってくるのではないかと。私が今回ご紹介した取組みはみんなでやっていて、個社が自分のことだけを考えてもしょうがなくて、組合として産地のためにどうするっていうこと。ただ、そのためには、成果を見せながら進めなければいけない。皆さんも言われたように、スモールスタートで少しずつでも成果を出すと、多くの人に賛同してもらえます。

生産現場のことでいうと、例えば職人さんが今まではファクスを見て請求書を起こして持って行っていたのが、受発注のシステムに代わりましたので、請求支払いのデータができています。職人さんに一番メリットがあります。そのような効果が出て、職人さんから「みんなこれ何で使わないんだ」みたいな、盛り上がり日々生まれて順番などいろいろあると思いますが、そのような対話で広まるっていうところも大切なのだと思います。

鈴木：

ありがとうございます。おおむね時間になってまいりました。



広島大学では、令和7年4月の受け入れで、ソーシャルデータサイエンスプログラムという、大学院のプログラムの開講を用意しております。

そのプログラムの中では、実際に経済活動をしている現場に、いかにそうしたデジタルであるとかデータサイエンスというものを導入できるかということなどを教育していくというプログラムですが、その中で、実際に企業さん、あるいは組織の中で、実例というのをそれぞれのご担当の方に来ていただいて講義していただくという講義を、授業を用意しておりますので、ぜひその際にまたご登壇いただきまして、大学院のほうでもいろいろご紹介いただけたらなと願っております。

本日はどうもありがとうございました。では皆さま、また。