

秋田県版 DXの手引き

CONTENTS

DXとは、県内事業者の状況	1
DX経営研究所に聞く～DXの進め方～	2
DX戦略事例	7
株式会社田代製作所 宮腰精機株式会社	
デジタル化・DXの取組事例	11
株式会社コニシタイヤ 株式会社あきた創生マネジメント 秋田エプソン株式会社 大館桂工業株式会社	
DXに向けた支援制度	13

はじめに

物価高騰や人手不足への対応など企業経営における課題が山積する中で、デジタル技術の進展が著しい社会の潮流に対応し、国内外における競争力の強化を図っていくためには、DX（デジタルトランスフォーメーション）を進めることが重要です。

県内では、積極的にデジタル投資をしてデジタル化やDXを進めている企業がある一方で、「どのように進めて良いかわからない」という声も聞かれます。

公益財団法人あきた企業活性化センターでは、令和5年度、多くの中小企業のDX認定（経済産業省）を支援してきた株式会社DX経営研究所（本社：東京）に委託し、県内の金融機関や商工団体、IT企業等を対象にDX戦略策定支援勉強会（以下、DX勉強会）を開催しました。

DX勉強会では、県内企業2社をモデル企業とし、2社のDX認定に向けた支援を実施しました。本手引きは、今後、秋田県内の企業や支援機関がDXの考え方を理解し、それを生かして更なる発展につなげていくため、DX勉強会の内容等をまとめたものです。

本冊子が県内中小企業の現場で活用され、各社の発展の一助となることを願っております。

DX(デジタルトランスフォーメーション)とは

経済産業省は、DXの教科書である「デジタルガバナンス・コード 2.0」において、次のようにDXを定義しています。

DXの定義

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

この定義を踏まえると、DXはデジタル技術の活用だけではなく、次の点が重要であることがわかります。

DXのポイント

- ① 製品やサービス、ビジネスモデルを変革すること
- ② 業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土までも変革すること
- ③ 競争上の優位性を確立すること

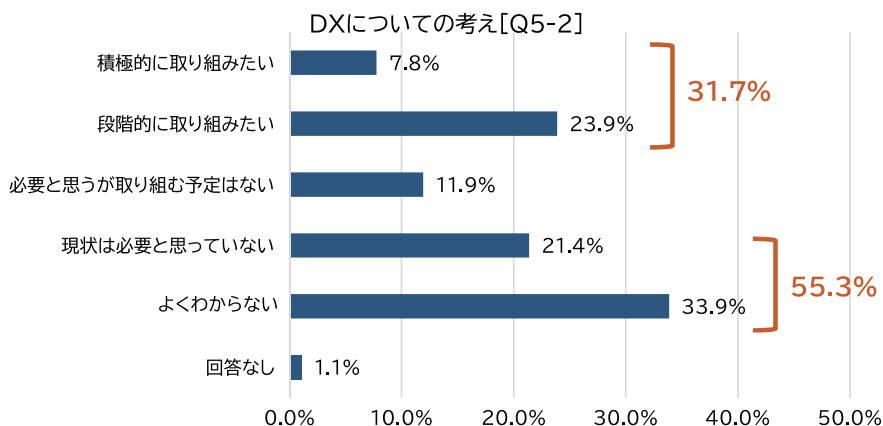
ビジネスや生活のさまざまな場面でデジタルが普及したこの時代において、デジタル技術を活用しない経営戦略は考えられません。しかし、デジタル技術ありきでは、デジタル技術に振り回され、経営の目的を見失うことにもなりかねません。

DXとは、決してデジタル技術を導入するための戦略ではなく、ビジネス環境の激しい変化のなかで、企業が提供価値を見直し、継続して発展し続けるための経営戦略であると言えます。

県内事業者の状況

秋田県が2022年度に実施した「県内事業者のデジタル技術活用実態調査」によると、インターネット環境の整備や税務会計システム、人事給与システムの活用など、業務効率化のためのデジタル技術の活用は進んでいることがわかります。

一方で、DXについては、「DXに積極的・段階的に取り組みたい」という回答が31.7%あるものの、「現状は必要とっていない」「よくわからない」という回答が55.3%を占めており、今後、県内事業者の更なる発展に向けては、DXへの理解や意欲の向上が必要です。



令和4年度県内事業者のデジタル技術活用実態調査報告書(秋田県産業労働部産業政策課デジタルイノベーション戦略室) から引用

DX経営研究所に聞く～DXの進め方～

DXの進め方について、DX勉強会の講師である株式会社DX経営研究所に伺いました。

株式会社DX経営研究所

株式会社DX経営研究所は、2023年4月に2人の共同代表が、「大きな夢を持つ経営者の伴走支援者」を目指して創業しました。



代表取締役

なかお かつよ
中尾 克代

熊本県庁、電子機器メーカーの品質保証部を経て、株式会社DX経営研究所を創設。慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科修了。

- ・経済産業省推進資格 ITコーディネータ
- ・中小企業庁 経営革新等認定支援機関
- ・経済産業省「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」委員
- ・IPA「デジタル人材育成WG」委員 等



代表取締役

しぶや ひろゆき
澁谷 裕以

東京海上日動火災及び東京海上ホールディングスの執行役員IT企画部長、日本取引所グループ（東京証券取引所、大阪取引所）常務執行役CIO、ITコーディネータ協会会長を経て、現職。

- ・経済産業省推進資格 ITコーディネータ
- ・2018年の経済産業省「DXレポート」以来、「デジタルガバナンス・コード2.0」、『中堅・中小企業等向け「デジタルガバナンス・コード」実践の手引き』等の策定委員会委員。
- ・著書『システム開発成功のカギは「オーナーシップ」にありITを経営の力とするために』（日経BP）

DXとは、良い経営のこと

Q 秋田県が2022年に実施したアンケートでは、「DXについて知らない、聞いたことがない」という事業者が約4割を占めていました。まずはDXについて教えてください。

A DXは企業の未来をつくるために、デジタル技術の力もフルに活用して描く経営戦略です。この背景として押さえておきたいのは、今、世界中で「企業とはなにか」について、問い直しが始まっていることです。一時期、アメリカを中心とする経済学・経営学の世界で「企業の目的は高い収益を上げて株主の負託に応えることだ」という考えもありましたが、焦点を利益志向に振り過ぎたこの考え方では、人々を幸福にできないし、「地球の危機」にも対応できないことに世界中が気づき始めました。

経営者が短期的かつ過去の指標である財務指標にばかり捉われていては、明るい未来は築けません。企業は、それぞれ「自社はなんのために存在するのか」のパーパスをよく考え、パーパスを踏まえて、例えば5年後にはどのような会社になりたいかという「経営ビジョン」を描き、その実現に向けて日々活動することにより、社会に貢献していくことが求められています。

経営ビジョンとは、自社が置かれた事業環境の変化を冷静に見据え、健全な危機感を持ち、比較的近

い未来に、これまでの提供価値に加えて、どのような新たな価値を提供し、どのように新たなお客様を確保していくか、という「実現したい近未来」のスケッチです。

このように「パーパス>ビジョン>戦略」と、存在目的を踏まえて、実現したい近未来の姿を明確にし、デジタル技術も生かしながら目標を実現していくこと、そして、そのために未来に向けて人材やソフトウェアといった「見えない資産＝無形資産」にも前向きな投資を継続的に行っていくことが、「良い経営」であり、DX が求めるものです。



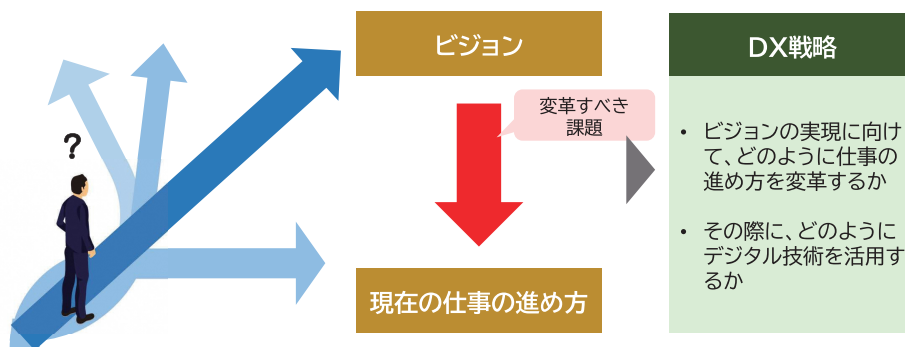
まずは、5年後の未来を思い描く

Q 「関心はあるけれど、何から始めたら良いかわからない」という事業者が多くいます。そのような事業者にアドバイスをお願いします。

A 下図のように「5年後に、このようなお客様に対して、こんな価値を提供できる会社になりたい」という経営ビジョンを描いてから、現在の仕事の進め方を見ると、「この仕事の進め方の延長線上でビジョンが実現できるだろうか」がクリアに見えてきます。

ビジョン実現のためには、今の仕事の何を換え、何を付け加えていく必要があるか、あるいはデジタル技術を活用すればもっと良い仕事の進め方ができるかもしれないと考えることができます。このように「未来からの逆算思考」で考えることによって、現状の積み上げからは得られない、大きな変革への気づきが生まれます。

それが、DX に向けての第一歩です。



DX経営研究所提供(一部加工)

ビジョン構築は、経営者が一人で考えていてもなかなか進まないことが多いと思います。

その際、信頼できる外部の支援者と対話を繰り返すことによって、自社内だけでは気がつかない課題が発見されたり、思ってもみなかった強みの認識につながったりします。

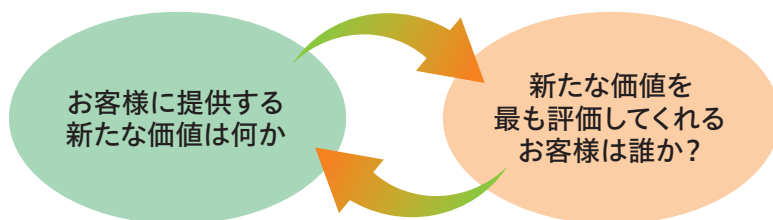
また、新たな価値づくりは、経営者の思いだけではなく、多くのステークホルダー（顧客、関係業者、従業員、株主等）の共感を得ることができて初めて真の価値になります。多くのステークホルダーの共感を得るためには、そのビジョンが生まれた背景、あるいは企業の歴史や DNA として大切にしてきたものをビジョンと結び付けて「ストーリー」として語る事が重要です。DX で重要なのは、意外にも文科系的な、人の心をつかむストーリーであったりするのです。

自社の本当の価値とそれを最も評価してくれるお客様とは

Q 経営ビジョンを策定する際のポイントを教えてください。

A ビジョンの中心にあるのは、「比較的近い未来に実現したいお客様への提供価値」と「その価値を最も評価してくれるお客様は誰か」という2点です。

この2点について、考えを深めていくことが経営ビジョンの「軸」になります。



DX経営研究所提供

「価値」について考えてみましょう。例えば、街の八百屋さんに、「お宅のお客さんは誰ですか?」と聞いてみると、「そんなもん、毎日買い物に来てくれる人たちに決まっているじゃないか」と怒鳴られてしまうかもしれません。

しかし、その八百屋さんが今後も発展し続けるために大事にすべきお客様は誰でしょうか。遠くから、自転車に乗ってよく買い物に来てくれるお客様に「うちの何が良くて来てくれるの?」と聞いてみます。そうすると、「お宅のトマトは格別においしいから」とか、「お宅は時々野菜の料理の仕方を教えてくれる」という答えが返ってくるでしょう。すると、「あのトマトはよく知っている農家から直接仕入れているからな」と改めて認識するでしょう。「料理の仕方を教えるのも良いのか。でも、最近、忙しくて新たなレシピを開拓する余裕がないな」と気づいたりします。

そのようにして「うちの価値は、生産者の顔が見えるおいしい野菜を、食べ方も含めて提供するところにあるかもしれない」と思い至るわけです。そして、その価値を評価して、遠くから自転車で買い物に来てくれるお客様こそが、大事にしないといけないお客様であり、彼らの期待に応えるための戦略が必要となります。そこで、未来のために、美味しい野菜を作る農家の開拓やレシピの開発をしなければならない、夜遅くまでつけている帳簿くらいはデジタルで楽に作業ができないかという「戦略」を打とうとするわけです。



このように、日々多忙な業務から一歩引いて、「自社の本当の価値は何か」、「それを最も評価してくれるお客様は誰か」を繰り返し考えることで、他の誰でもない、自社ならではのビジョンと戦略が描かれるのです。

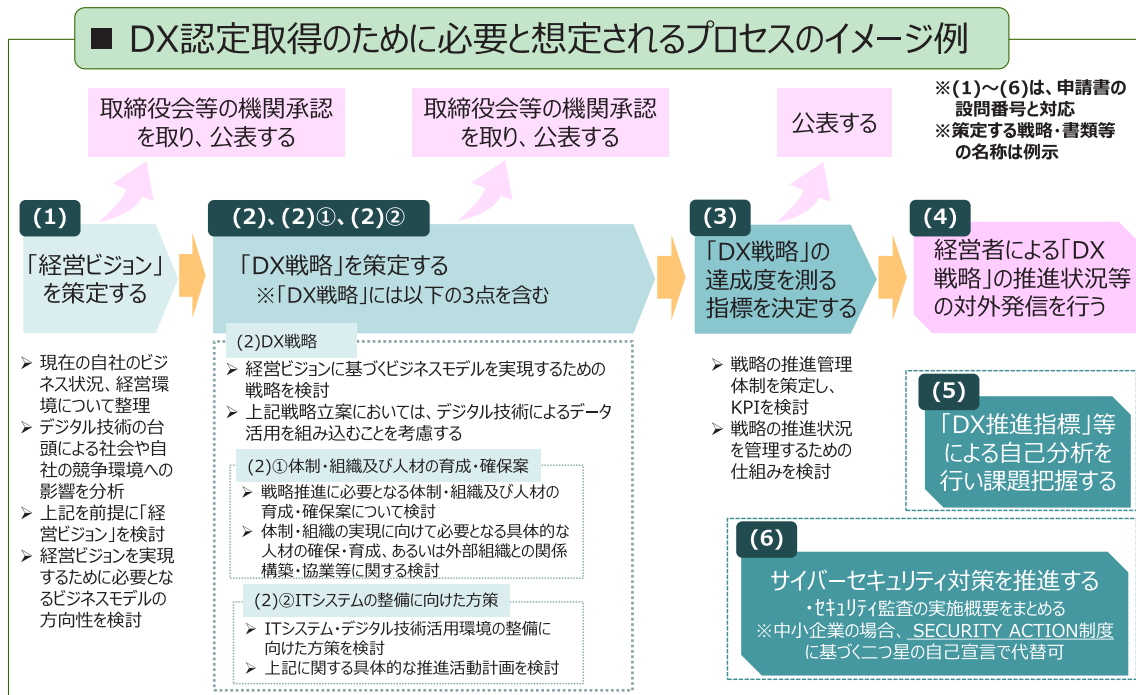
DX認定取得のススメ

Q DX戦略の策定を進めるに当たってはDX認定(経済産業省)の取得を目指すのが良いと聞きましたが、DX認定について教えてください。

A DX認定は、DX推進の準備が整っている“DX-Ready”な事業者を国が認定する制度です。“DX-Ready”とは、ビジョンの策定や、戦略・体制の整備を行って、ステークホルダーと対話をしながらデジタル変革を進めていく準備が整っているということです。したがって、これまでデジタル技術を活用してどういう成果を挙げたかではなく、今後デジタル技術を生かした経営を進め発展してい

けるかという将来性が評価されます。

DX 認定申請のプロセスは、下図のとおりですが、経営者が外部の支援者や社員と対話を繰り返しながらこのステップを歩いていくと、実に様々な気づきがあり、自社が目指すべき近未来が明確になります。この申請ステップは、経営の在り方を見直し、自社の未来をしっかりと描き直すための大変良い機会ですから、ぜひ取り組んでみることをオススメします。



DX認定制度 申請要項(経済産業省、独立行政法人情報処理推進機構)から引用

DX 認定制度

「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード 2.0」の基本的事項に対応する企業を国が認定する制度。

https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-nintei/dx-nintei.html
(経済産業省 Web サイト)

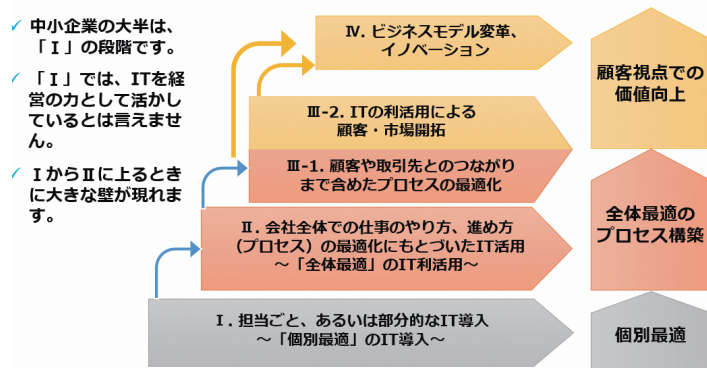
習慣の壁、組織の壁、心の壁を乗り越え、全体最適を実現

Q DX は、パーパス>ビジョン>戦略というステップで考えていく必要があることは良くわかりました。ところで、「デジタル技術も活用する戦略」を考える際のポイントはありますか？

A アメリカの IT 業界には、“Don't pave the cow path.”「牛の歩いたぐちゃぐちゃの道をそのまま舗装しても意味がない。」という金言があります。デジタル技術の力として特筆すべきは、「舗装する力」です。つまり、誰もがその上に乗れば最適な方法で仕事を進めることができる良い道をつくるのが、経営にとってデジタル技術を活用する最大の意味だとも言えます。

しかし、現在の仕事の進め方が、「個別最適」つまり「人によってやり方が違う」という会社は少なくありません。全国の中小企業の大半は、次図のⅠの段階にあります。Ⅰの状態をそのまま「舗装」したのでは、「誰もが同じように良い仕事を進めることができる良い道」になりません。それに、個別最適の状態のまま、様々な IT ツールを導入すると、費用も膨れてしまいます。

デジタル技術（IT）を経営の力にするためのステップ

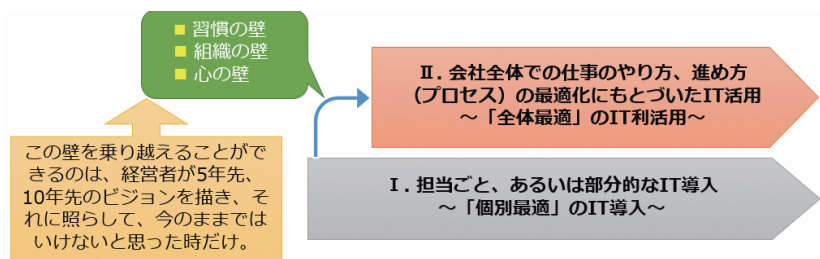


DX経営研究所提供 ※中小企業白書2022にも掲載

実は、経営の力としてデジタル技術を生かそうとしたときに最も大事なものは、Iの状態を脱してIIの「全体最適」の業務プロセスを構築することです。

しかし、IからIIに上ろうとすると、社内にはいろいろな壁が出てきます。「習慣の壁」、「組織の壁」、そして「心の壁」です。「20年間、このやり方でやってきた。なぜ変えなくてはいけないのだ。」という抵抗が必ず現れてきます。これを打破しなければ、全体最適の道は開けません。

この壁を乗り越えることができるのは、「経営者がビジョンを描き、それに照らして、今のままではいけないと思った時」です。経営者が熱く「実現したい未来」を語り、それに多くのステークホルダーが共感し、従業員が奮い立って初めてこの壁を超えることができます。



DX経営研究所提供

組織の構成員が「自分ごと」として関わるのが大切

Q DXの進め方について、分かりやすく教えてくださいありがとうございました。最後に秋田県内の中小企業の方へのメッセージをお願いします。

A 実現したい近未来の姿=ビジョンは、社員全員が同じ方向を目指さなければ達成できません。自分たちの言葉で考え、組織の構成員が皆「自分ごと」として関わり、これまでの仕事の進め方を革新し、結果責任を共に担う覚悟で臨むことができる「学習する組織」にこそ、実現したい未来が近づいてきます。それにより初めてデジタル技術の本当の力が生きてきます。デジタル技術は、全体最適の仕事の進め方を設計し、それが後戻りしないように、誰もがその方法で仕事ができるようにしたいと思った時、初めて威力が見えてくる最強のツールです。

「実現したい未来」に向けて、経営者と従業員が一体となり、組織として取組を進めていただきたいと思います。

株式会社田代製作所

1 企業概要

所在地 秋田県大館市
代表 代表取締役 日景 好範
従業員数 135名 (2023年10月現在)
設立 1988年



本社工場



代表取締役
日景 好範氏

2 田代製作所の特徴

- (1) 高い技術を持つ「木製建具製造、ドア枠・造作部材製造」会社。年間生産量20万本は、日本トップクラス(東日本最大)の供給量。2021年に開催された東京オリンピック選手村の室内ドアをすべて生産した。
- (2) デジタル技術も積極的に活用。工場の従業員にひとり一台タブレットを供し、制作指示書のペーパーレス化(7-8割のペーパーレス化)を実現している。
- (3) 工程完了報告をタブレットで行うことにより進捗管理のリアルタイム把握と共有化を実現、受注から出荷までのリードタイムを約1日短縮した。

3 対話のなかで生まれたDXの方向性

- (1) 堅調に成長している会社であるが、木製建具業界の将来予測を調べると、次のことが明白になった(株式会社野村総合研究所2023年6月公表レポート)。
 - ① 住宅着工戸数 2022年度86万戸 → 2040年度55万戸(2022年度の約6割)
 - ② リフォーム市場 2021年約7.6兆円 → 2040年8兆円台後半
 - ③ 住宅建設技能者数 2020年約82万人 → 2040年約51万人(2020年の約6割)
- (2) これにより住宅着工戸数も住宅建設技能者数も近い将来に6割になる予測があるなかで、力を入れるべきはリフォーム市場であること、しかも、激減する住宅建設技能者の手間を極力省くことができる製品づくりが重要であることが明確になる。
- (3) この予測を踏まえて経営者と対話すると、商社を通したB to B to Cの販売により、最終ユーザのニーズの把握が十分でなかったことが課題であると浮かび上がる。
- (4) そこで、近い将来を想定して、次のようなビジョンとDX戦略を策定した。

4 経営ビジョン

これからも、かけがえのない自然を大切に、「今日より明日、今年より来年」と継続的に品質改善し続ける基本姿勢を堅持しながら、デジタル技術の力をより活かして、最終ユーザ及び大幅な減少が予測される建設技能者の声を的確に把握し、最終ユーザからも積極的に選ばれ、建設技能者からも支持される製品をつくる会社にしていきます。

5 DX戦略

ビジョンの実現を目指して、次の3つのDX戦略を策定した。

【DX戦略①】

最終ユーザーのニーズを的確につかむために、「(仮) ドアを選べるリフォーム・サイト」をつくり、それをもとに新商品開発や提案ができる会社へと変容する。

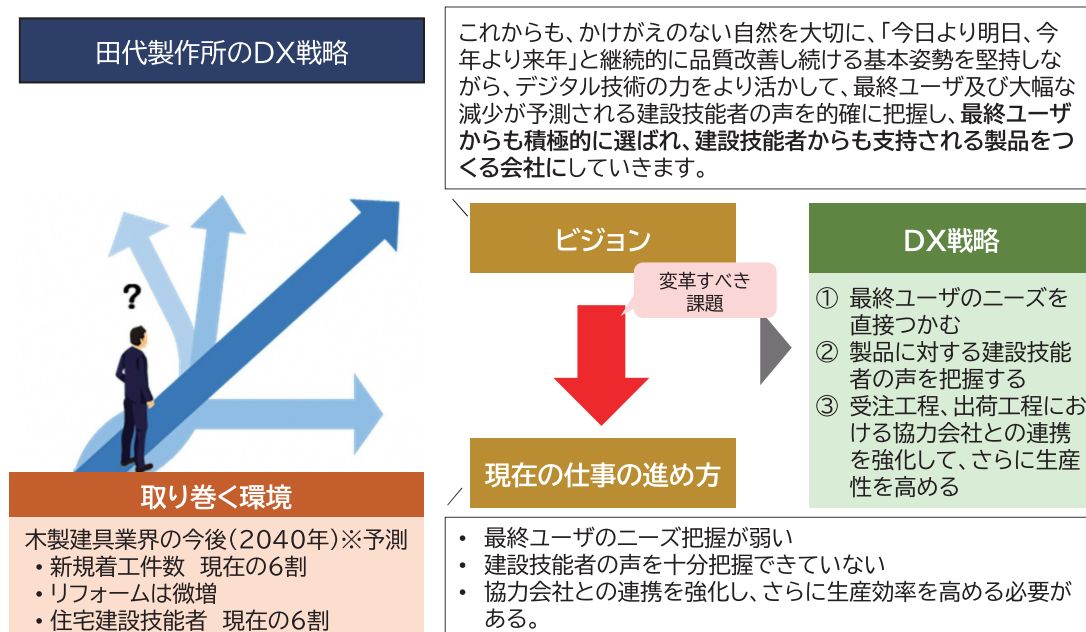
【DX戦略②】

QRコード等を活用した建設技能者の意見収集の仕組みを構築する。

【DX戦略③】

受注工程や出荷工程における関係者との情報のやり取り、及び生産現場と経理等のバックヤード業務との連携を高めることによりさらに生産性を高め、会社全体で最終ユーザーや建設技能者の声により向き合う余力をつくる。

以上の取組を図示すると次のとおり。



戦略策定を支援した株式会社DX経営研究所のコメント

素晴らしい実績をもち堅調に成長している会社です。しかし、木製建具業界の将来は、住宅着工戸数や住宅建設技能者数が近い将来現在の6割になることが予測されており、需要の減少にどう対応するかだけでなく、減少する住宅建設技能者の手間を極力省くことができる製品づくりが重要であるとわかります。この予測を踏まえて経営者と対話すると、最終ユーザーの声を活かした提案が得意ではないこと、建設技能者の声を聞けていないこと等の課題が浮かび上がってきました。このような対話を重ねた結果、この経営ビジョンとDX戦略ができあがりました。

宮腰精機株式会社

1 企業概要

所在地 秋田県大仙市
 代表 代表取締役社長 宮腰 亨
 従業員数 205 人 (2023 年 4 月現在)
 設立 1981 年



国見工場の組立現場



代表取締役社長
宮腰 亨氏

2 宮腰精機の特徴

- (1) ビジネスフォーム印刷機、ラベル印刷機等のオフセット印刷機的设计開発・製造。グループ会社である(株)ミヤコシ、(株)宮腰デジタルシステムズ、宮腰機工(株)がそれぞれの強みを生かしながら印刷機の開発・製造・保守まで幅広く展開している。
- (2) 中小企業庁『2009 年明日の日本を支える元気なモノ作り中小企業 300 社』、ISO9001 認証取得など、技術力及び提案力の高さとオーダーメイドの高品質なものづくり企業として定評がある。
- (3) 競合メーカーとの競争に打ち勝つために、世界初オフセット印刷 AI ソフト (yaless AI) を開発し、損紙 (ヤレ) の 3 割減を実現。ヨーロッパをはじめ国内外の印刷現場に納入し好評を得ている。

3 DX 支援の方法と DX 戦略立案の道筋

- (1) 宮腰精機は、印刷機のトップメーカーであり、「yaless AI」の開発も行っているが、情報収集及びヒアリングにより、以下のような課題が明白になった。
 - ① 主要顧客である印刷業界は、ペーパーレスやデジタル化の波を受け、紙の印刷は減少の一途をたどっており、脱炭素や脱溶剤等の環境配慮の対応も迫られている。
 - ② 現場における人材確保、技術承継が大きな課題である。
 - ③ システムにより拠点間の情報共有は図られているが、オーダーメイド型の受注生産のために図面や仕様書は紙媒体での運用が多い。
- (2) 宮腰精機の強みは、蓄積されたノウハウを活かした提案力やグループ全体でオーダーメイドのアナログ印刷機からデジタル印刷機までについて、設計から部品加工、組み立て、保守と対応できる一貫した体制である。
- (3) この強みを活かして、経営層の思いを生かしながら、宮腰精機の「実現したい未来 = ビジョン」を、従業員もワクワクして「自分ごと」としてとらえられるようなストーリーにすることを心がけて、経営者と擦り合わせながら、経営ビジョンと DX 戦略 (案) を策定した。

4 経営ビジョン

私たちは、印刷業界をコアとして広く社会の発展に貢献し、デジタル / アナログの双方で最適なソリューションを提供できる唯一無二の企業を目指します。

主力であるビジネスフォーム (BF) / データ・プリント・サービス (DPS) 市場に加え、生活市場への貢献を行い、今まで培った技術、経験をもとに新しい市場への継続的な新開発を行い、メイドインジャパンにこだわって、日本の優れたテクノロジーを世界中に発信してまいります。

5 DX戦略

ビジョンの実現を目指して、以下のDX戦略を策定した。

【DX戦略①】

「yaless AI」印刷機の販売強化支援

【DX戦略②】

製造現場の生産性向上、情報共有の強化

【DX戦略③】

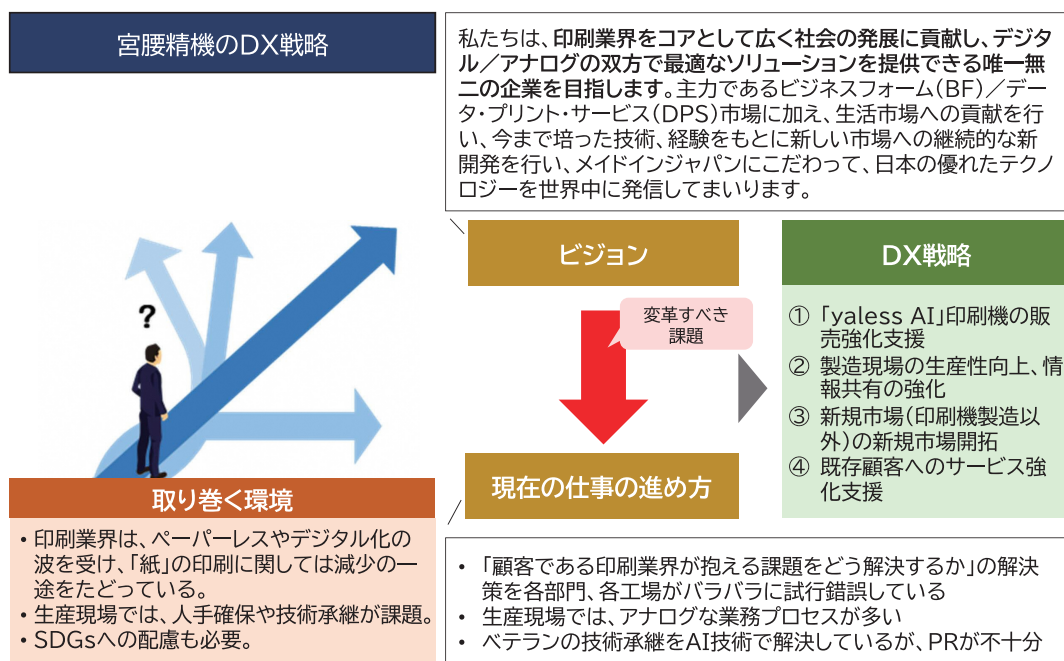
新規市場（印刷機製造以外）の新規市場開拓

【DX戦略④】

既存顧客へのサービス強化支援

創業当時（1981年）の印刷機がまだ動いている、高級印刷の本場イタリアで絶賛された「yaless AI」印刷機を秋田発で世界に提供しているミヤコシならではの戦略となっている。このDX戦略はグループ会社宮腰デジタルシステムズも一緒に推進していく。

以上の取組を図示すると次のとおり。



戦略策定を支援した株式会社DX経営研究所のコメント

宮腰精機は、印刷機のトップメーカーであり、損紙（ヤレ）低減や技術伝承のために「yaless AI」という世界初のソフトを開発し、ヨーロッパに輸出するほどの会社です。「もうすでにDXができていないか？」と思ったのが第一印象です。情報収集すると、主要顧客である印刷業界は、ペーパーレスやデジタル化の波を受け、紙の印刷に関しては減少の一途をたどっていることや、人材確保、技術承継の難しさも大きな課題であることがわかってきました。

対話でわかったのは、同社の強みは、印刷業界が抱える課題の解決提案力やグループ全体でオーダーメイドのアナログ印刷機からデジタル印刷機まで、設計から部品加工、組み立て、保守まで対応できる一貫した体制を整えている点でした。経営者層の思いを生かしながら、宮腰精機の実現したい未来＝ビジョンを、従業員もわくわくするような「自分ごと」としてとらえられるようなストーリーにすることを心がけ、ご一緒にDX戦略を作り上げました。

事例1 小売・サービス業

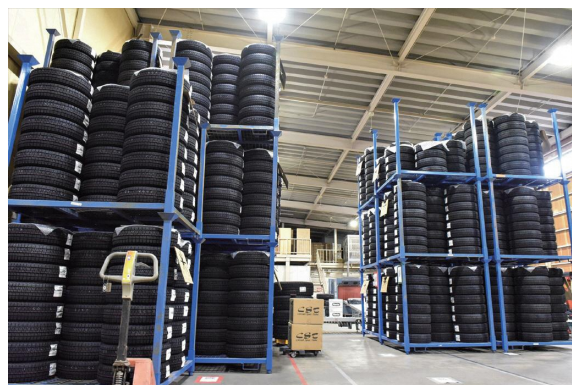
株式会社コニシタイヤ

DX セレクション 2023 優良事例選定企業

ハンディターミナル導入で正確な在庫管理と顧客対応強化を実現

インタビュー相手／

取締役 本社営業部 部長 佐川 純 様



— 導入したデジタル技術

基幹システムを導入し、受注から取付け作業、支払いまでの一連の情報を一元管理できるようにしました。

また、ハンディ端末を導入し、納品やピッキング作業（注文が入ったタイヤを倉庫から取付工場に運ぶ作業）、出荷などを効率化しました。さらに、RPAの活用により、モール型 EC サイトへの出品作業を自動化しました。

— 導入効果

事業所に戻らなければならなかったこれまでのシステム入力作業を現場で行うことができるようになり、在庫状況や作業の進捗状況のリアルタイムな更新・共有が可能になりました。

特に効果が得られたのがピッキング業務です。繁忙期には7～10名で1日6時間程度かかっていましたが、今はその半分以上の人数で、作業時間も3時間程度で終わることができるようになりました。

取組について詳しくは <https://digital.pref.akita.lg.jp/casestudy/p20220621170646>

事例2 介護・福祉業

株式会社あきた創生マネジメント

TOHOKU DX大賞2022 支援部門優秀賞受賞企業

労働人口減少を見据えたデジタルツールの導入「使いこなす」ことを目指した価値ある歩みを展開

インタビュー相手／

代表取締役 阿波野 聖一 様



— 導入したデジタル技術

ケア記録ソフト、コミュニケーションツール、インカム、見守りロボット、電子サイン、Web会議ツール、Web会議録、研修記録、勤怠管理、人事評価、会計、書類クラウド管理など、多くのツールを導入しています。基本的には〈紙を無くすこと〉をベースとしています。

労働人口の減少が著しい状況の中、効率的に業務を遂行するため、積極的にデジタル技術を活用しています。

— 導入効果

手書きでの記録作業は手間がかかりますが、ケア記録ソフトでは、動画や写真も載せられるので、利用者様の食事量や歩行の様子が気になった際などに、ポケットからスマートフォンを出して手軽かつ正確に記録・共有できています。

また、ご家族へ情報共有する際、以前は手書きの記録からいつどこで何があったかを探するなど大変な作業をしていましたが、キーワード検索ですぐに確認できるようになり、業務の時間短縮につながっています。

取組について詳しくは <https://digital.pref.akita.lg.jp/casestudy/p20220527151157>

事例3 製造業

秋田エプソン株式会社

TOHOKU DX大賞2023
業務プロセス部門優秀賞受賞企業

社内データの一元管理の仕組みを構築
データマネージャー育成による問題解決活動の定着化

インタビュー相手／
生産技術部 効率化推進G 大和 真人 様

— 導入したデジタル技術

データベースやBIツールなどにより、断片化・個別最適化されていた社内データの共有化と、データの一元管理の仕組みの構築に取り組みました。

また、生産管理工学からデータの見方・扱い方を学び、DXにも関連するデータ分析の知見を得るため、秋田県立大学の嶋崎 真仁教授との産学連携により、データ活用による品質管理等を実践できる人財育成プログラムを設立しました。



— 導入効果

社員が、統計学やプログラミングを用いて工程不良の分類や要因推定の自動化ができるようになりました。また、数値データによる証明や現象裏付けの考え方が浸透してきたと思います。

また、Microsoft Power BIによるデータ集計業務の自動化により、休日のタイミングや深夜でもデータが最新版に更新されるため、効率化されたほか、集計作業の属人化を防止する効果も出ています。

取組について詳しくは <https://digital.pref.akita.lg.jp/casestudy/p20220326093319>



事例4 建設業

大館桂工業株式会社

「kintone」で実現するリアルタイム共有と
業務効率化

インタビュー相手／
総務課 安彦 千奈 様

— 導入したデジタル技術

紙で運用していた勤怠管理や受注管理、休暇申請などの効率化・可視化を、「kintone」を活用し、自社でクラウド型業務アプリを作成しました。

「kintone」は、プログラミング未経験でも簡単かつ直感的な操作でシステム化を実現できるため、日々アプリ作成を進めながら機能を理解し習熟することが可能です。また、自社でアプリを作成したことで、業務変更に対応し、修正やメンテナンスも容易に行える環境となっています。



— 導入効果

勤怠管理では、現場から事務所に戻らずに、勤怠情報を入力できるようになりました。入力した内容は、自動的に集計されるため、1週間程度かかっていた入力作業が、数回のクリックで終わるようになりました。

受注情報の入力から回覧、そして決裁までがアプリ内で一貫して行えるようになったことで、台帳の記入が不要になったほか、受注データを知りたいときに、すぐ調べることができるようになりました。

取組について詳しくは <https://digital.pref.akita.lg.jp/casestudy/p20240114132241>



デジタルガバナンス・コード実践の手引き2.0

デジタルガバナンス・コード 2.0 は、経済産業省が、企業の DX に関する自主的な取組を促すため、デジタル技術による社会変革を踏まえた経営ビジョンの策定・公表といった経営者に求められる対応を取りまとめたものです。

デジタルガバナンス・コード実践の手引き 2.0 では、デジタルガバナンス・コードの実践に向けて、各項目について、DX に取り組む企業の事例を参照しながら、その趣旨や取り組み方をわかりやすく解説しています。

デジタルガバナンス・コード2.0(経済産業省Webサイト)
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dgc/dgc.html

デジタルガバナンス・コード実践の手引き2.0(経済産業省Webサイト)
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-chushoguidebook/contents.html



DX推進指標

DX 推進指標は、経営者や社内の関係者が DX の推進に向けた現状や課題に対する認識を共有し、アクションにつなげるための気付きの機会を提供するものです。

DX 推進指標 自己診断フォーマットを活用することで、DX 推進指標として定められた各項目について自己診断することができます。また、自己診断フォーマットを IPA (独立行政法人情報処理推進機構) に提出することで、ベンチマークレポートを取得することができます。

DX推進指標のご案内(IPA Webサイト)
<https://www.ipa.go.jp/digital/dx-suishin/about.html>



中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン「SECURITY ACTION」制度

中小企業の情報セキュリティ対策ガイドラインは、情報セキュリティ対策に取り組む際の、(1) 経営者が認識し実施すべき指針、(2) 社内において対策を実践する際の手順や手法をまとめたもので、IPA (独立行政法人情報処理推進機構) が公開しています。

「SECURITY ACTION」は中小企業自らが、情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度です。SECURITY ACTION の宣言が申請要件となっている補助金もあります。

中小企業の情報セキュリティ対策ガイドライン(IPA Webサイト)
<https://www.ipa.go.jp/security/guide/sme/about.html>

SECURITY ACTION(IPA Webサイト)
<https://www.ipa.go.jp/security/security-action/index.html>



秋田県DX推進ポータルサイト AKITA DeX

秋田県では、秋田県 DX 推進ポータルサイト AKITA DeX (アキタ デックス) で、デジタル化・DX 取組事例、補助金情報、セミナー情報などを発信しています。



<https://digital.pref.akita.lg.jp/>

公益財団法人あきた企業活性化センター

公益財団法人あきた企業活性化センターでは、様々な支援メニューを活用して、企業の皆様、創業を志す皆様のお手伝いをいたします。ご相談をお待ちしております。

- ワンストップで総合的・専門的な一貫支援を行います。
- 起業から技術開発、販路拡大まで幅広いご相談に応じます。
- 融資、補助金、専門家派遣、事務所スペースの提供など、集中的な企業支援を行います。
- 民間での豊富な経験を持ったアドバイザーが対応します。



あきた企業活性化センターWebサイト <https://www.bic-akita.or.jp/>

発行者 公益財団法人あきた企業活性化センター
制作協力 株式会社DX経営研究所

発行者所在地・連絡先

〒010-8572 秋田県秋田市山王三丁目1-1

TEL:018-860-5610 E-mail:soudan@bic-akita.or.jp

初版 令和6年2月発行