



ResorTech Okinawa

DXの手引

第一部 小規模・中小企業の IT ツール活用編

編 沖縄県 商工労働部 IT イノベーション推進課

一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター(ISCO)



これだけ知っていれば、御社でも DX ができる！

- 業績が思うように伸びていない
- ウチの会社、何かムダが多いのではないか？
- DX はどこから、どのように始めて良いか？

と思ったら読む本

目次

はじめに.....	1
(1) なぜ DX が必要か？	1
(2) 沖縄の産業指標	1
(3) 本書の構成.....	3
(4) 本書の対象.....	3
1. 小規模企業の経営課題	4
(1) 小規模企業の経営課題.....	4
(2) 小規模企業の IT ツール導入事例.....	5
(3) 各事例に共通する傾向.....	7
2. 経営の向上を考えよう	8
(1) 会社の能力向上を考える.....	8
(2) どうやって売上を上げるか考える.....	9
(3) どうやって利益を残すか考える	10
(4) デスクワークのムダを考える.....	11
3. 小規模企業の IT ツール導入.....	12
(1) IT ツール導入の進め方	12
(2) 小規模企業と中堅企業の IT 導入の違い.....	13
(3) 全体イメージをつくる.....	14
(4) 導入に向けた取組.....	15
4. DX に向けて	17
(1) DX とは何か？	17
(2) DX の進め方	18
(3) 社長が考えるべきこと	19
付録: 各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版).....	20

はじめに

(1) なぜ DX が必要か？

DX とは一言で言えば、「デジタル技術の活用を前提とした経営変革」です。

沖縄県が、企業の皆様に DX を勧める理由は、企業の「稼ぐ力」を上げることにあります。

沖縄県の「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」では、5つの将来像のうち、「希望と活力にあふれる豊かな島を目指して」において、「県民所得の着実な向上につながる企業の『稼ぐ力』の強化」を基本施策としています。

そのためには、中小企業等の経営基盤を強化して「稼ぐ力」を向上させ、全産業の労働生産性(仕事の価値)を上げることが必要です。DX は、そのための手段として期待されているのです。

将来像3 希望と活力にあふれる豊かな島を目指して

1. 県民所得の着実な向上につながる企業の「稼ぐ力」の強化

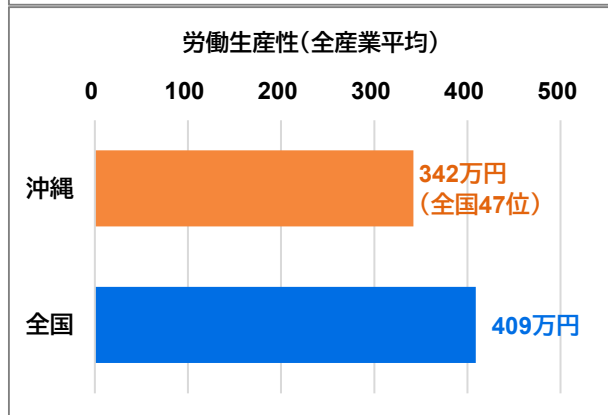
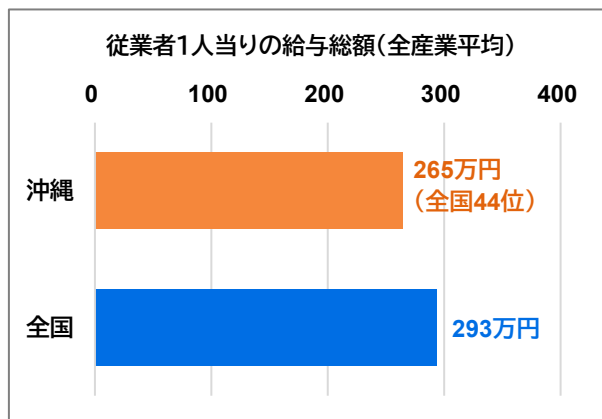
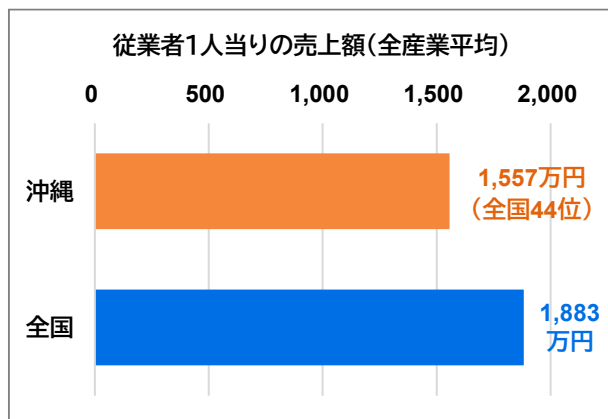
- 全産業における労働生産性の向上
- 地域・産業間連携による「稼ぐ力」と域内自給率の向上
- 中小企業等の経営基盤の強化による「稼ぐ力」の向上

出典:「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」パンフレット(沖縄県 企画部)

(2) 沖縄の産業指標

沖縄の産業全体を見ると、従業員1人当たりの売上額、給与総額、労働生産性(仕事の価値)、いずれにおいても全国で低い順位にあります。

企業の「稼ぐ力」を強化し、県民所得を向上させるためにも、企業の経営力を強化することが必要です。

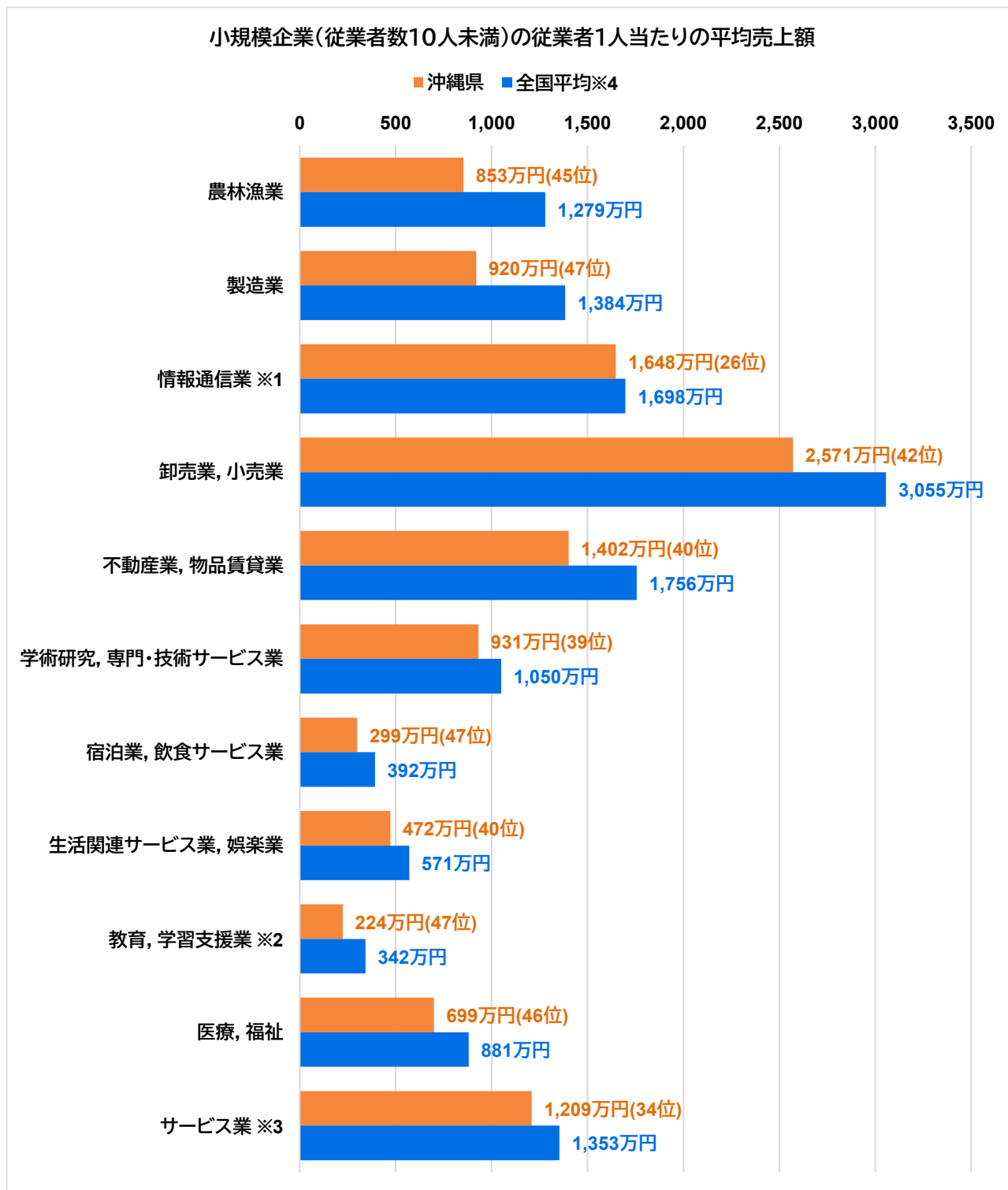


出典:「令和3年 経済センサス」総務省・経済産業省

※「全国」は 47 都道府県の中間値。

※労働生産性は、従業員1人当たりの純付加価値額。

下図は、小規模企業(従業者数10人未満)の従業者1人当たりの平均売上額を産業別に示したものです。全国平均と比べて低い産業が多いことがわかります。



出典:「令和3年 経済センサス」総務省・経済産業省

※1 情報通信業(情報サービス業等)

※2 教育, 学習支援業(その他の教育, 学習支援業)

※3 サービス業(政治・経済・文化団体, 宗教を除く)

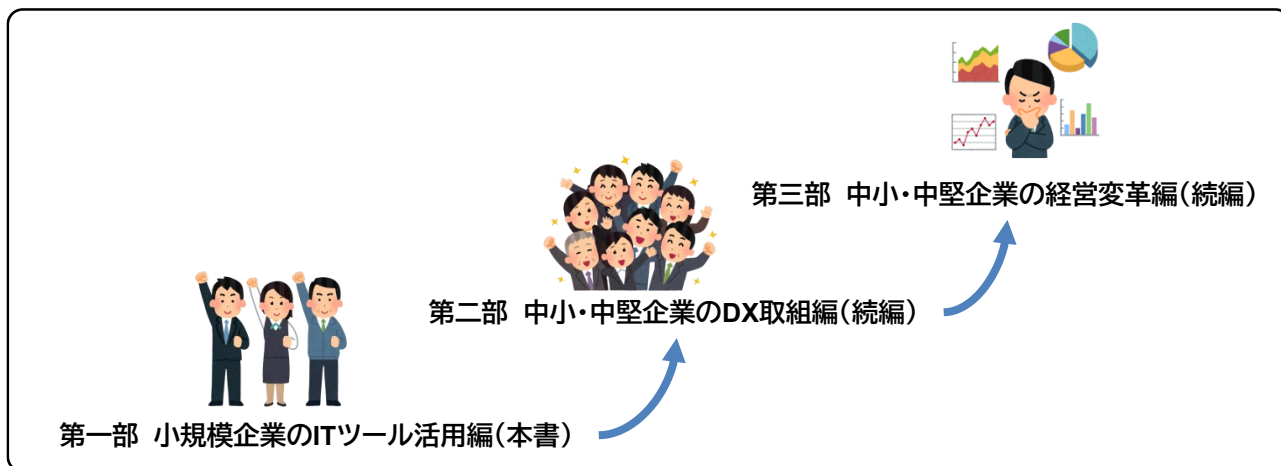
※4 「全国平均」は47都道府県の間値。

(3) 本書の構成

本シリーズでは、次のように企業のDX推進に向けて、段階的に解説します。

- 第一部 小規模企業のITツール活用編(本書)…主にDXの初歩とITツール導入
- 第二部 中小・中堅企業のDX取組編(続編)…企業経営を中心にDXの推進について深堀する
- 第三部 中小・中堅企業の経営変革編(続編)…DXの目標である経営変革について説明

厳密に言えば、ITツール活用だけではDXとは言えません。しかし、本書では小規模企業の生産性向上を目的として、ITツール導入とDXの初歩的な説明について述べています。



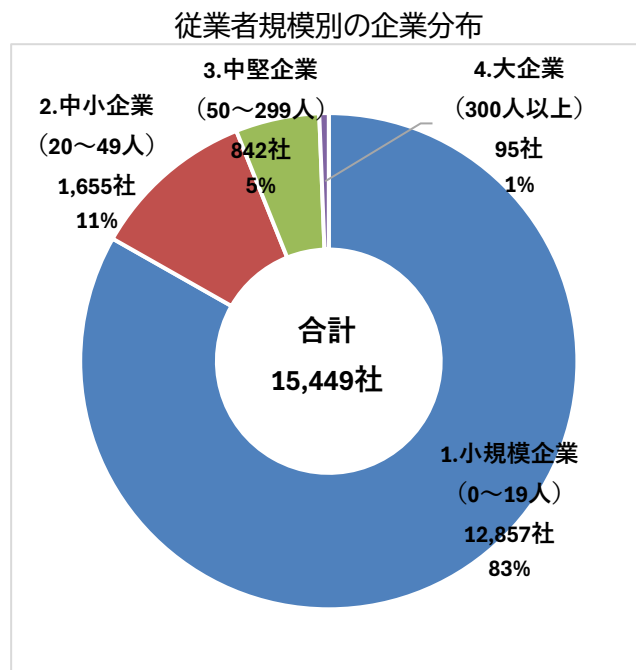
(4) 本書の対象

右のグラフは、沖縄県内に本社がある企業を従業員規模別に示したものです。

沖縄では、従業員規模20人未満の小規模企業が全体の約8割を占めています。

本書は、主にこれらの小規模企業を対象としています。

また、中小企業でもITツールの導入がまだであれば参考にしてください。



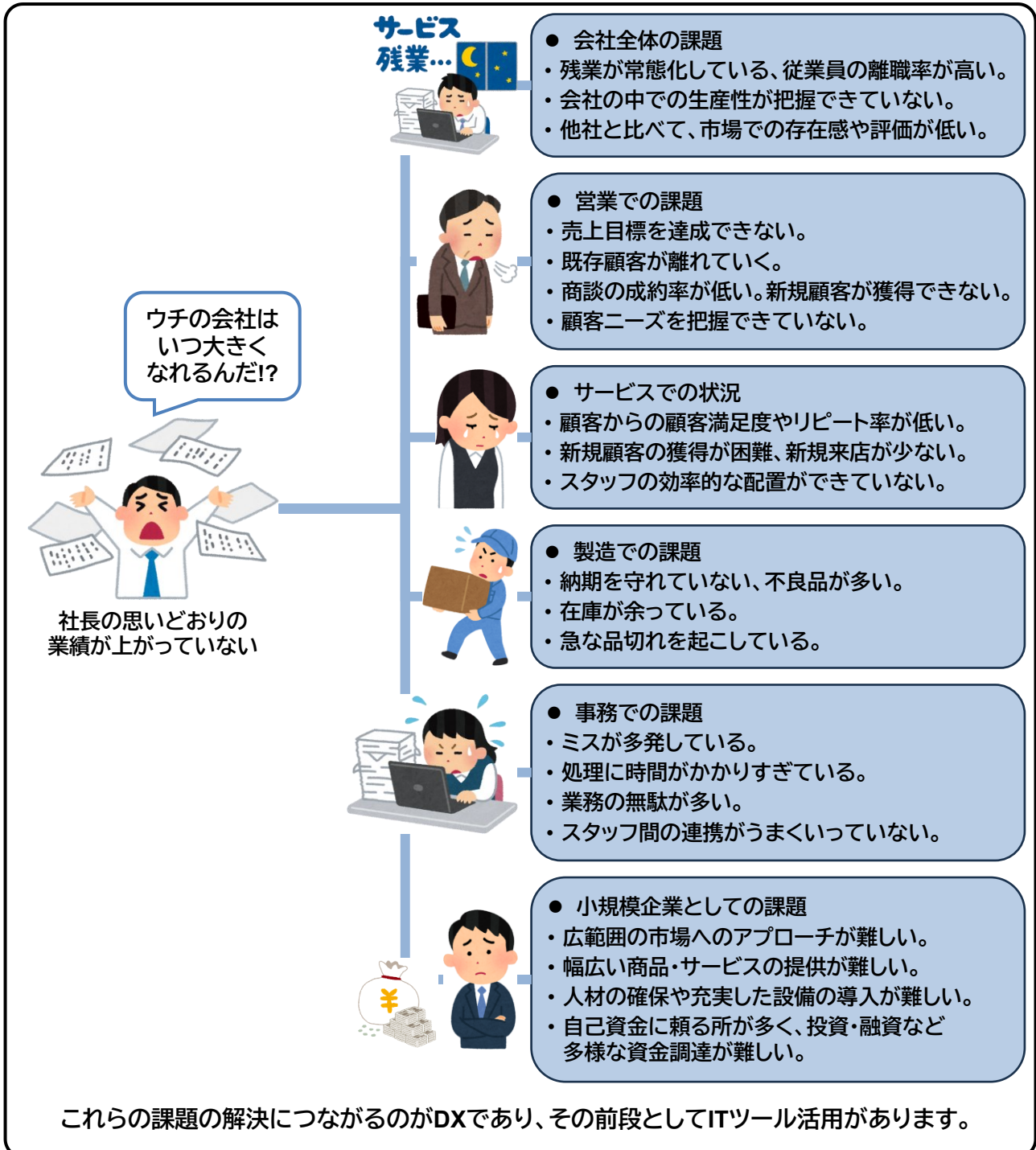
出典:「令和3年 経済センサス」総務省・経済産業省

1. 小規模企業の経営課題

(1) 小規模企業の経営課題

小規模企業を取り巻く経営課題には、売上向上、経費削減、人材確保、能率向上など、様々なものがあります。これらの経営課題の解決につながるのがDXであり、その前段としてITツール活用があります。御社では、これらの課題で困っていませんか？会社は社長の思いどおりの成長を実現していますか？

小規模企業の経営課題の解決にはDX、ITツール活用が必要



(2) 小規模企業の IT ツール導入事例

それでは、小規模企業の IT ツール導入事例を「小規模事業者等デジタル化支援事業」(沖縄県 商工労働部 中小企業支援課)から見てみましょう。ここでは、小規模企業をはじめとする中小企業の IT ツール導入事例が、令和2年度から令和5年度まで全部で30事例収録されています。



そのうち、労働生産性(仕事の価値)が大幅アップした企業の例を見てみましょう。

藤原亮税理士事務所(専門サービス業)「社内業務を IT 化して『人ができる仕事』を強化」※R02 事例集	
導入の背景	顧客数の増加に伴い、繰り返し作業やヒューマンエラーが課題となっていた。
導入の流れ	IT 専任社員の入社を機に、業務のオートメーション化を推進。
得られた効果	日常業務が効率化され、付加価値の高いサービス提供に注力できるようになった。
導入したツール	winautomation
有限会社 リサイクルセンター沖縄(サービス業)「作業時間月 40 時間削減！」※R03 事例集	
導入の背景	ゴミ回収契約依頼から請求までの処理に時間がかかり、ミスも多かった。
導入の流れ	Web 版データベース「kintone」を導入し、業務を省力化。
得られた効果	業務時間が月 70 時間から 30 時間に短縮。顧客満足度も向上した。
導入したツール	kintone

有限会社 沖縄クリーン工業（サービス業）「勤怠管理時間月 3.5 日減」※R03 事例集	
導入の背景	夜間業務や社員増加により、勤怠管理に多くの時間を要していた。
導入の流れ	QR コードで打刻可能な「就業大臣」を段階的に導入。
得られた効果	勤怠データ入力時間が大幅に短縮。移動時間の削減にもつながった。
導入したツール	就業大臣 NX クラウド、大臣スマート打刻サービス
株式会社 崎浜商店（卸売業）「通信時間が 30 秒から 5 秒に短縮」※R03 事例集	
導入の背景	アナログ回線廃止に伴い、発注方法の変更が必要だった。
導入の流れ	B2B forJX-Client を導入し、インターネット回線での発注に移行。
得られた効果	通信時間が大幅に短縮され、発注作業が効率化。回線契約料も削減できた。
導入したツール	EDI-Master B2B for JX-Client
株式会社 屋我ビーチセンター（生活関連サービス業）「売上集計の時間が約半分に」※R03 事例集	
導入の背景	手計算による受付業務でミスが多く、売上集計に時間がかかっていた。
導入の流れ	POS レジとサイトコントローラーを導入し、在庫管理も効率化。
得られた効果	売上集計時間が半減し、販路拡大にも繋がった。
導入したツール	スマレジ、ねっぱん！サイトコントローラー++
神谷荘（宿泊業）「外注費削減、新規事業のヒントにも」※R03 事例集	
導入の背景	コロナ禍での新規ビジネス展開のため、IT 力が必要だった。
導入の流れ	Adobe Creative Cloud を導入し、独学で使用方法を習得。
得られた効果	外注費がゼロになり、新たな収益源も生まれた。
導入したツール	Adobe Creative Cloud
琉球ワークス株式会社（卸売業）「作業時間短縮とミス削減&売上アップ」※R04 事例集	
導入の背景	受注増加に伴い、伝票入力や確認作業の負担が増大していた。
導入の流れ	専門家の助言を受け、BtoB に特化した「Bcart」を導入。
得られた効果	作業時間が短縮され、ヒューマンエラーも減少。営業活動の時間が増加した。
導入したツール	Bcart

いかがでしょうか？小規模事業者でも IT ツールの導入によって様々な成果を挙げていることがわかります。では、令和2年度から令和5年度までの30事例を通じて共通する傾向を次のページで分析してみましょう。

(3) 各事例に共通する傾向

各事例に共通する傾向は何でしょうか？それは、次の5つの点に見えてきます。

■ 全体的に共通する傾向



業務効率化や時間削減に関する事例が多い
情報共有や管理の改善につながっている事例が多い
顧客サービスの向上や満足度アップを目指す事例もある

■ 導入の背景で共通する傾向



手作業や紙ベースの業務による非効率さが課題となっている事例が多い
データ入力や管理に時間がかかり過ぎている問題が多い
人為的ミスやヒューマンエラーの削減を目指す事例が多い
顧客対応や予約管理の改善を目指す企業も複数ある
コロナ禍による業務変化への対応を背景とする事例もある

■ 導入の流れで共通する傾向



多くの企業が専門家や IT 事業者のアドバイスを受けている
ツール選定支援を利用する事例が非常に多い
段階的な導入や試行期間を設ける事例が見られる
従業員の意見を取り入れながら導入を進める事例がある
既存の業務フローの見直しと並行して導入を進める事例がある

■ 得られた効果で共通する傾向



業務時間の大幅な削減が最も顕著な効果として挙げられている
ヒューマンエラーや入力ミスの減少が多く事例で報告されている
リアルタイムの情報共有や可視化が実現されたケースが多い
顧客サービスの向上や満足度アップにつながった例が多い
従業員の負担軽減や、より付加価値の高い業務への時間シフトが実現している
新たな事業展開や販路拡大のきっかけになった事例もある

■ 導入したツールで共通する傾向(ツールのジャンル)



クラウド型の業務管理ツール(kintone など)が多く導入されている
POS システムや在庫管理システムの導入が小売・卸売業で多い
予約管理や顧客管理に特化したツールが宿泊業やサービス業で採用されている
RPA(業務自動化)ツールの導入例がいくつか見られる
会計・給与管理ソフトの導入も複数ある
チャットボットや音声入力システムなど、AI 技術を活用したツールも採用されている

以上を一言で表せば、「小規模・中小企業の IT ツール導入による業務革新と顧客価値向上の加速」と言えます。

- ・ IT ツールの導入を通じて、従来の業務プロセスをデジタルに移行。
- ・ 既存の業務プロセスを根本的に見直し、業務革新を実現(効率化、時間削減、ミス軽減など)。
- ・ 内部業務の改善だけでなく、顧客サービスの向上や満足度アップにつながり、顧客価値向上を実現。
- ・ コロナ禍などの外部要因も影響し、IT ツール導入が急速に進んでいる。

2. 経営の向上を考えよう

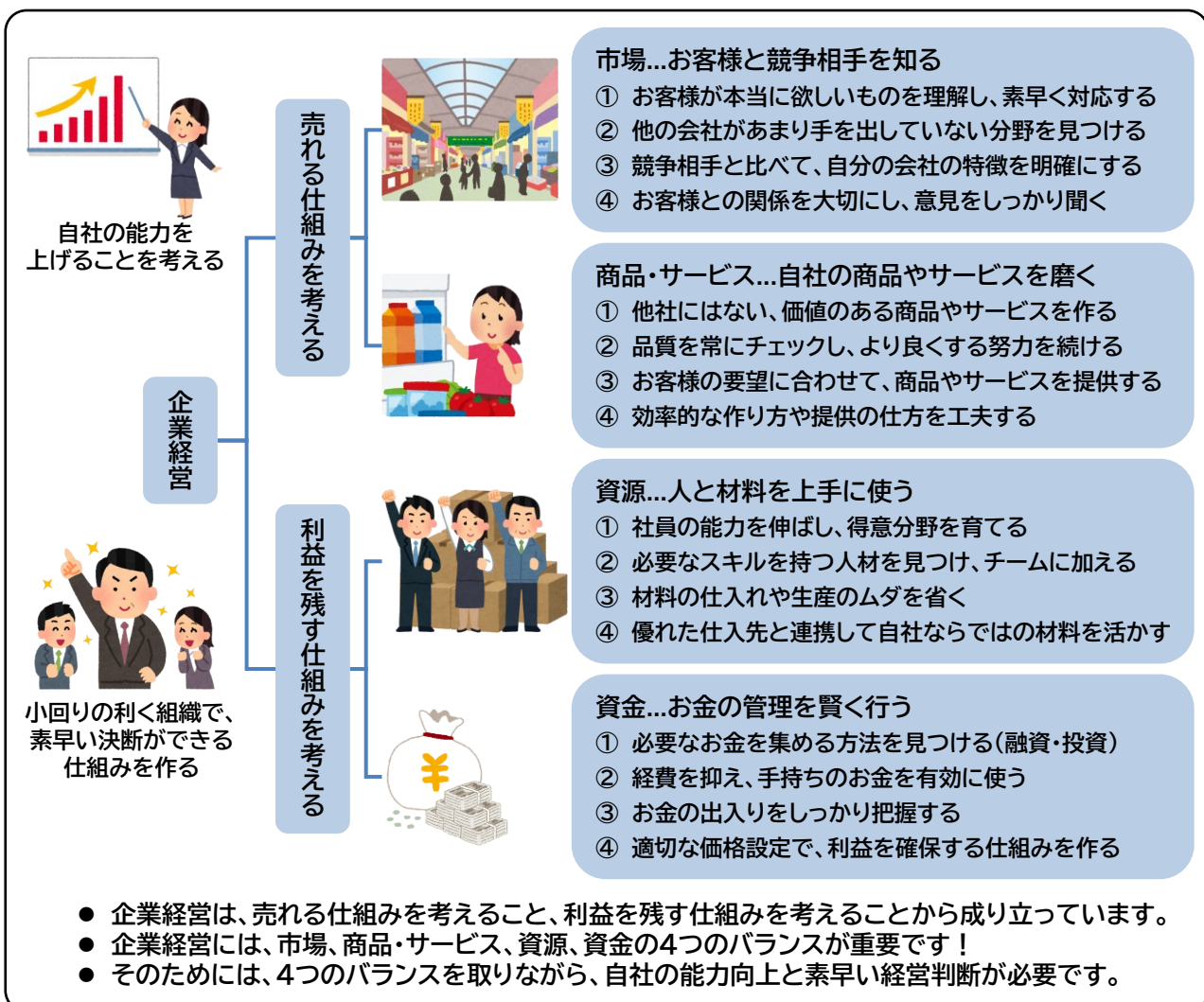
(1) 会社の能力向上を考える

企業経営では、会社の能力を向上させることが最も重要です。それには、次の4つを考える必要があります。

市場	<ul style="list-style-type: none"> お客様のニーズや欲求を深く理解し、競合他社の動向を常に把握することが重要です。 市場調査やお客様の行動分析を通じて、ビジネスチャンスや潜在的な脅威を見極めることが必要です。
商品・サービス	<ul style="list-style-type: none"> 顧客満足度を高めるため、自社の商品やサービスの品質向上に努めましょう。 お客様の期待を超える価値を提供することで、市場での競争優位性を確立できます。
資源	<ul style="list-style-type: none"> 人材と原材料を効率的に活用することが鍵となります。 従業員のスキル向上や適材適所の人員配置、さらに仕入れの最適化などを通じて、生産性を高めることができます。
資金	<ul style="list-style-type: none"> 健全な財務管理は企業の持続可能性に不可欠です。 適切な予算編成、投資判断、そしてキャッシュフロー管理を行うことで、企業の成長と安定性を確保できます。

これらの4つの要素をバランス良く管理し、継続的に改善することで、企業の総合的な能力向上につながります。また、これらの要素は相互に関連しているため、一体的に考えることが重要です。

会社の能力向上は、市場、商品・サービス、資源、資金の4つで考える！



(2) どうやって売上を上げるか考える


売上を上げることは、企業経営の第一歩であり、最も重要な課題です。

売上を上げるには、「お客様を増やす」か「客単価を上げる」しかありません。しかし、沖縄は他県のように県境を越えて市場を拡大することが難しい上に、観光産業など地域密着型のサービス業が多い特徴があります。

そのため、沖縄の市場で売上を増やすためには、お客様のニーズや動向を正確に把握し、チャンスを逃さないことが極めて重要です。


売上を上げるには「お客様を増やす」か「客単価を上げる」しかない！

お客様を増やす




新規客を増やす
(顧客数を増やす)

and
or




リピート客を増やす
(延べ客数を増やす)




そこで、ITツールも使って
お客様の認知を高め、
リピートを促す方策を進める
必要があります

客単価を上げる




たくさん買って頂く
(購買数を上げる)

and
or



高い物を買って頂く
(購買額を上げる)



そこで、ITツールも使って
お客様の購買意欲を刺激したり、
ニーズに合ったアプローチを
進める必要があります

- 沖縄は他県のように県境を越えて市場を広げることが難しい地域です。
- また、観光産業のような地域密着型のサービス業が多い地域です。
- したがって、沖縄の市場で売上を増やすためには、お客様のニーズや動向を把握することが大切なのです。

このような IT ツールが効果的です

MA ツール	EC ツール	SNS ツール
HubSpot CRM 営業・マーケティング・カスタマーサービスを統合した CRM ツール https://www.hubspot.jp/	Amazon 世界最大の EC プラットフォーム https://sell.amazon.co.jp/	Instagram 写真や動画を中心としたビジュアル重視の SNS https://www.instagram.com/
BowNow 顧客開拓や商談創出などマーケティング活動の自動化ツール https://bow-now.jp/	BASE 簡単にネットショップを開設できる日本の EC プラットフォーム https://thebase.com/	X(旧 Twitter) リアルタイムの短文コミュニケーションに特化した SNS https://x.com/
	STORES SNS 連携が容易な EC サイト構築サービス https://stores.jp/	LINE おなじみのコミュニケーションアプリ。企業の顧客コミュニケーションにも https://www.lycbiz.com/jp/
メールマーケティングツール	受発注支援ツール	アンケートツール
SendGrid 高い配信性能と API 連携が特徴のメール配信サービス https://sendgrid.kke.co.jp/	Bcart BtoB の受発注業務を EC 化するクラウドサービス https://bcart.jp/	Google Forms 無料で利用可能なシンプルなアンケート作成ツール https://www.google.com/forms/about/
SMSLINK 携帯電話の SMS への配信ツール SMS は開封率が高い https://smslink.nexway.co.jp/	BtoB プラットフォーム受発注 Web 上で発注・受注ができるツール https://www.infomart.co.jp/asp/index.asp	SurveyMonkey 豊富な質問タイプと高度な分析機能を持つアンケートツール https://jp.surveymonkey.com/
	LOGILESS EC の受注出荷・在庫管理を自動化 https://www.logiless.com/	

(3) どうやって利益を残すか考える

経営では、売上を上げると同時に、利益を残すことを考えなければなりません。

利益を残すには「仕入を抑える」か「出費を抑える」しかありません。しかし、沖縄は離島県であるため材料・商材の輸送費がかかる上、昨今の物価高騰で仕入を安くすることは難しい状況です。

したがって、いかにムダを減らし、利益を確保するかが非常に重要になります。IT ツールを活用することで、業務の効率化や経費削減が可能になります。

利益を残すには「仕入を抑える」か「出費を抑える」しかない！

仕入を抑える



仕入を安くする
(原価を下げる)

and
or



使う分だけ仕入れる
(仕入を適正化する)

→



そこで、ITツールも使って
仕入の適正化を進める
必要があります。

出費を抑える



材料費を抑える

and
or



人員を適正配置する

→



そこで、ITツールも使って
材料費のムダを減らし、
人員も適正配置して、
効率化を進める必要があります。

- 沖縄は材料・商材の輸送費がかかる上、昨今の物価高騰で仕入を安くすることは難しいです。
- したがって、どうやってムダを減らし、利益を確保するかが、とても大事なのです。

利益経営が
大切な理由



少ない手持ちで
大きな実りを



明日の仕入れも安心



息の長い商売の秘訣



お客様に選ばれ
続ける強み

このような IT ツールが効果的です

プロジェクト管理ツール	シフト管理ツール	在庫管理ツール
Trello ボード形式で、タスクを可視化し効率的に管理できるツール https://trello.com/	シフトボード シンプルで使いやすいシフト作成・管理ツール https://shiftboard.jp/	Zaico スマホでバーコードを読み取り、簡単に在庫管理ができるクラウドツール https://www.zaico.co.jp/
Asana チームの作業を一元管理し、進捗状況を簡単に把握できる多機能プロジェクト管理ツール https://asana.com/ja/	TimeTree カレンダー共有機能を持つツールで、シフト管理にも活用可能 https://timetreeapp.com/intl/ja/	POS レジ
Joto 日本製の使いやすいプロジェクト管理ツールで、タスク管理からガントチャートまで対応 https://www.joto.com/	AirShift シフト作成から勤怠管理まで一括で行える総合的なシフト管理ツール https://airregi.jp/shift/	スマレジ POS 機能と在庫管理を統合した、小売・飲食店向けの総合的なツール https://smaregi.jp/
		エアレジ 0円でカンタンに使える POS レジアプリ https://airregi.jp/
		エアレジオーダー お客様が席からスマホでカンタン注文 https://airregi.jp/order/selforder/

(4) デスクワークのムダを考える

すべての業種に共通して見逃せないのが、デスクワークのムダです。

一見、一生懸命仕事をしているように見えても、実は膨大なムダが発生しているおそれがあるのです。

IT ツールを活用することで、このようなデスクワークのムダを大幅に削減することができます。

すべての業種に共通して、見逃せないのがデスクワークのムダ！

	<p>時給2千円の社員が1日2時間 この作業に充てているとすれば... 2千円×480時間＝年間96万円のムダ</p>		<p>時給2千円の社員が1日1時間 この作業に充てているとすれば... 2千円×240時間＝年間48万円のムダ</p>
<p>1. 転記作業のムダ</p> <ul style="list-style-type: none"> 紙の伝票などから入力する作業が非効率的。 同じ情報を複数の書類やシステムに転記している。 	<p>2. コミュニケーションのムダ</p> <ul style="list-style-type: none"> 会議が長時間に及び生産性が低い。 電話や対面、メールでの連絡に時間を取られる。 		
	<p>時給2千円の社員が1日1時間 この作業に充てているとすれば... 2千円×240時間＝年間48万円のムダ</p>		<p>時給2千円の社員が1日1時間 この作業に充てているとすれば... 2千円×240時間＝年間48万円のムダ</p>
<p>3. 情報共有と活用のムダ</p> <ul style="list-style-type: none"> 情報共有がなされていない。 必要な情報を探すのに時間がかかる。 <ul style="list-style-type: none"> これらの合計は、年間240万円。これだけのお金があれば何ができますか？ 一見、一生懸命仕事をしているように見えて、実はとんでもないムダをしているのです。 	<p>4. 業務プロセスのムダ</p> <ul style="list-style-type: none"> 決裁プロセスが煩雑、手戻りが多発。 残業や機会損失、対応の遅れにつながる。 		

このような IT ツールが効果的です

経理・会計ソフト	経費精算ツール	勤怠管理ツール
<p>Freee クラウド型の会計ソフトで、自動仕訳機能や銀行連携が特徴 https://www.freee.co.jp/</p> <p>Money Forward 個人・法人向け財務管理サービスで、多彩な連携機能を提供 https://biz.moneyforward.com/</p>	<p>Staple 領収書のスキャンから申請・承認までをデジタル化する経費精算ツール https://app.staple.jp/</p> <p>楽楽精算 経費精算業務の時間を大幅に削減できる経費精算ツール https://www.rakurakuseisan.jp/</p>	<p>King of Time クラウド型の勤怠管理システムで、様々な勤務形態に対応 https://www.kingoftime.jp/</p> <p>ジョブカン 勤怠管理から給与計算まで一括管理できる統合型人事労務システム https://jobcan.ne.jp/</p>
オートメーションツール	リモート会議ツール	クラウドストレージツール
<p>Power Automate ローコードと AI による自動化ツール https://www.microsoft.com/ja-jp/power-platform/products/power-automate</p> <p>DX Suite(AI OCR) 入力作業が最大 99%削減 https://dx-suite.com/</p>	<p>Zoom 高品質のビデオ会議サービスで、大規模な会議にも対応 https://zoom.us/</p> <p>Microsoft Teams チャット、ビデオ会議、ファイル共有を統合したコラボレーションツール https://www.microsoft.com/ja-jp/microsoft-teams/group-chat-software/</p>	<p>Google Drive ドキュメント共同編集機能も充実 https://www.google.com/drive/</p> <p>Dropbox ファイル同期と共有に特化したクラウドストレージサービス https://www.dropbox.com/</p>
ワークフロー支援ツール	グループウェア	生成 AI ツール
<p>サイボウズ Office 日本製のグループウェアで、ワークフローや掲示板機能を提供 https://cybozu-office.com/</p> <p>Questetra BPM Suite ビジネスプロセス管理(BPM)に特化したクラウドサービス https://questetra.com/ja/</p>	<p>Google Workspace 統合型オフィススイートで、メールやドキュメント作成ツールを含む https://www.g-workspace.jp/</p> <p>Microsoft 365 Office アプリケーションやクラウドサービスを提供 https://www.office.com/</p>	<p>ChatGPT OpenAI が開発した対話型 AI。自然言語処理と生成に優れている https://chatgpt.com/</p> <p>Claude 多様なタスクに対応し、倫理的考慮も組み込まれている https://claude.ai/</p>

3. 小規模企業のITツール導入

(1) IT ツール導入の進め方

小規模企業がITを導入する際には、「4つの優先順位」と「4つのプロセス」が重要です。

■ 4つの優先順位

- ① 売上の向上: お客様のニーズと行動を把握することに重点を置きます。
- ② 利益の確保: 商品の製造やサービス提供のムダを省き、業務効率化を図ります。
- ③ デスクワークの効率化: デスクワークのムダを省き、本業に集中できるようにします。
- ④ 経営判断の改善: 意思決定をより速く、正確に行えるようにします。

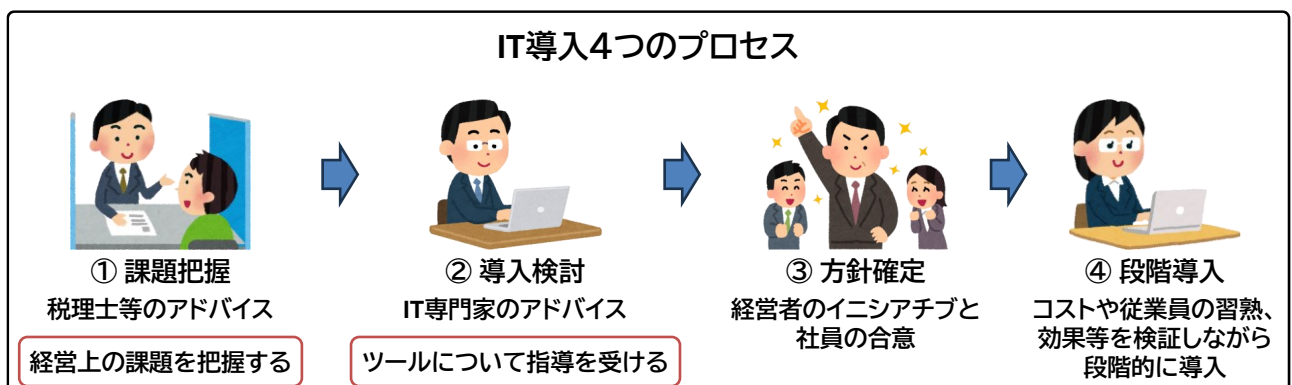
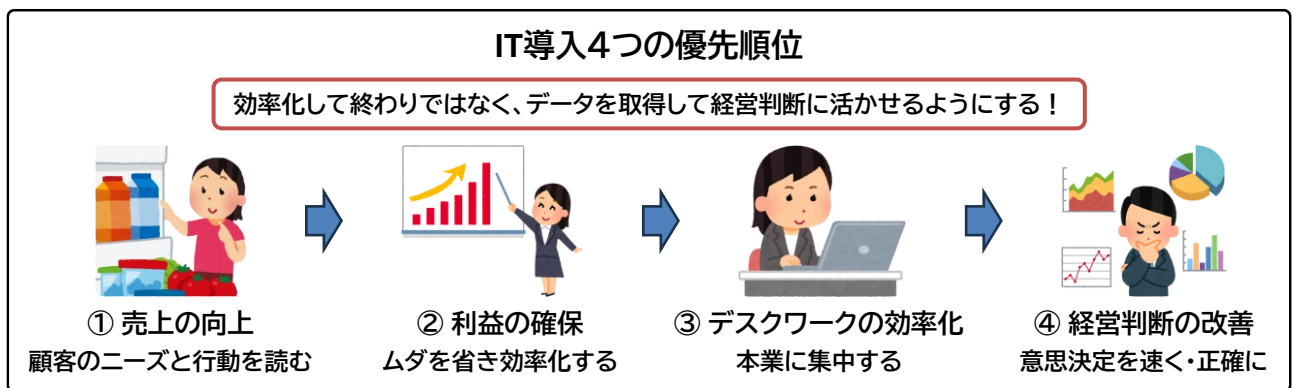
これらの優先順位は、単に効率化を図るだけでなく、データを取得して経営判断に活かすことが必要です。

■ 4つのプロセス

- ① 課題把握: 税理士などの専門家のアドバイスを受けながら、貴社の経営上の課題を特定します。
- ② 導入検討: IT 専門家からアドバイスを受け、適切なツールの選定について指導を受けます。
- ③ 方針確定: 経営者がイニシアチブを取り、社員の合意を得ます。社長の決意が大事です。
- ④ 段階導入: コスト、従業員の習熟度、効果などを検証しながら、段階的にITツールを導入します。

優先順位を決めることで、会社にとって一番大切なことから順番に取り組みます。また、段階を踏んで少しずつITを導入していくことで、費用の負担や失敗のリスクを減らしながら、確実に会社の仕組みを改善できます。

基本は4つの優先順位と4つの導入プロセス！



(2) 小規模企業と中堅企業の IT 導入の違い

ITツールの導入にあたり、何から始めれば良いのか？どれくらいのコストや時間をかければ良いのか？という質問があります。また、事例を見ても「こんな規模の投資はとてできない」という声も聞かれます。

それもそのはず、小規模企業と中堅企業の IT 投資は異なります。小規模企業と中堅企業の IT 導入の違いを見てみましょう。

小規模企業の IT 導入は、現在ニーズ、既製、低予算、短期間！

項目	小規模企業(従業員規模 20 人未満)	中堅企業(従業員規模 50 人以上)
① 目的	小規模企業では、 現在のニーズに焦点を当てた導入 から始めましょう。	将来の成長を見据えた拡張が可能。
② 導入範囲	本書で紹介する 基本的な業務管理ツールに焦点を当てて導入 しましょう。	部門横断的な統合システムを導入することが多い。
③ 予算規模	限られた予算で 低コストのソリューションを選ぶ ことから始めましょう。 もちろん、 無料版から始めてみる こともおすすめします。	より高額で包括的な IT システムに投資できる。
④ 導入プロセス	基本的な業務管理ツール に焦点を当てて導入しましょう。	計画から実装まで長期的なプロセスを要することが多い。
⑤ セキュリティ対策	基本的なセキュリティ対策 を実施しましょう。	より高度なセキュリティシステムを導入する傾向がある。
⑥ データ活用	基本的なデータ管理や簡単な分析 から始めましょう。	ビッグデータ分析や AI を活用した予測分析などを行うことがある。
⑦ IT 専門スタッフ	小規模企業では、専任の IT 担当者を持たないことが多いです。 そのため、 新たに育成するか、外部専門家の力を借りる 必要があります。	IT 部門や専門スタッフを持っている。
⑧ カスタマイズ	まずは、 既製のソフトウェア(特にクラウドサービス) を使用することから始めましょう。	自社のニーズに合わせてカスタマイズできる。

事例を見て「できない！」と考える前に、企業の規模による違いを理解しましょう！

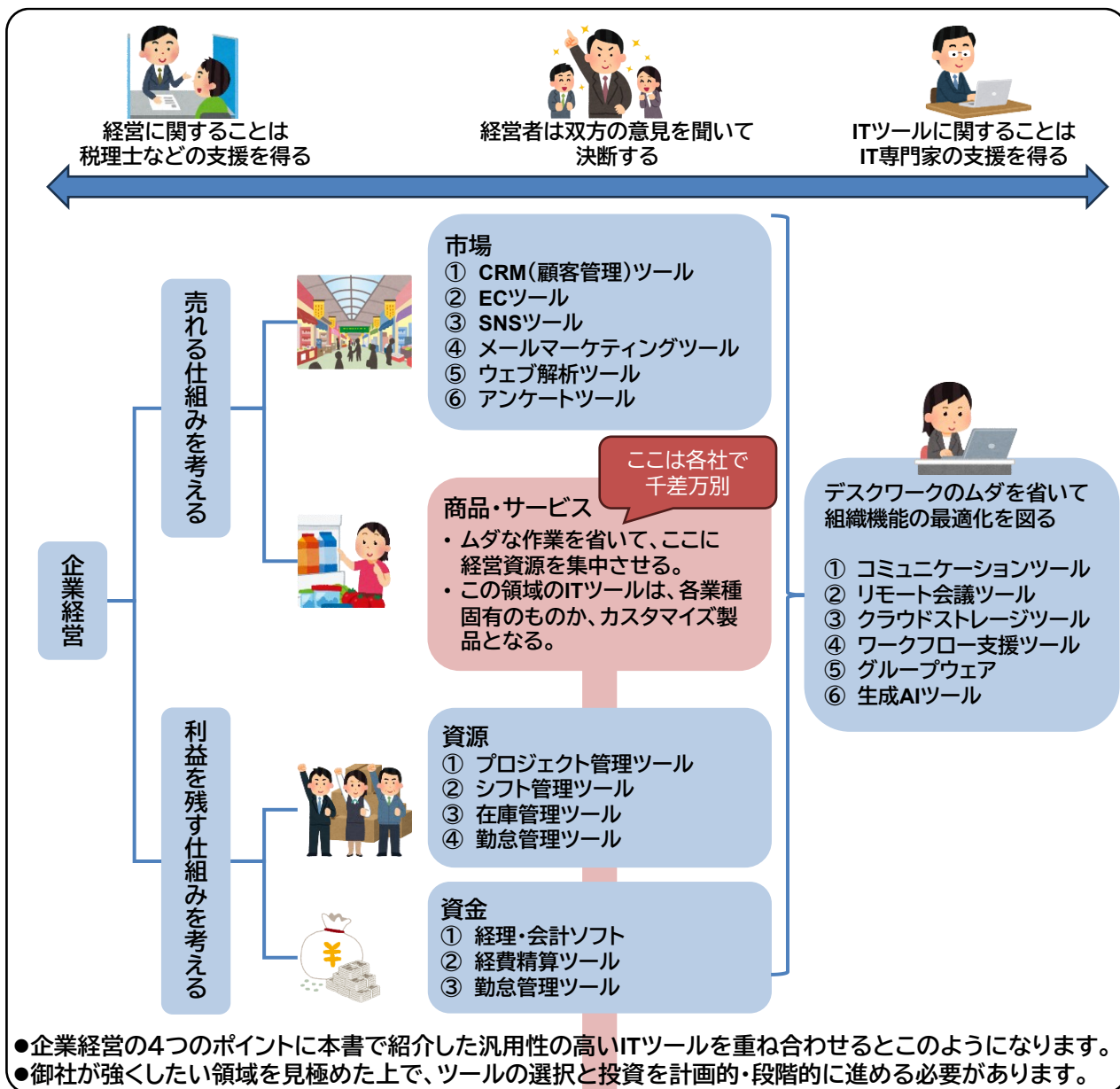


(3) 全体イメージをつくる

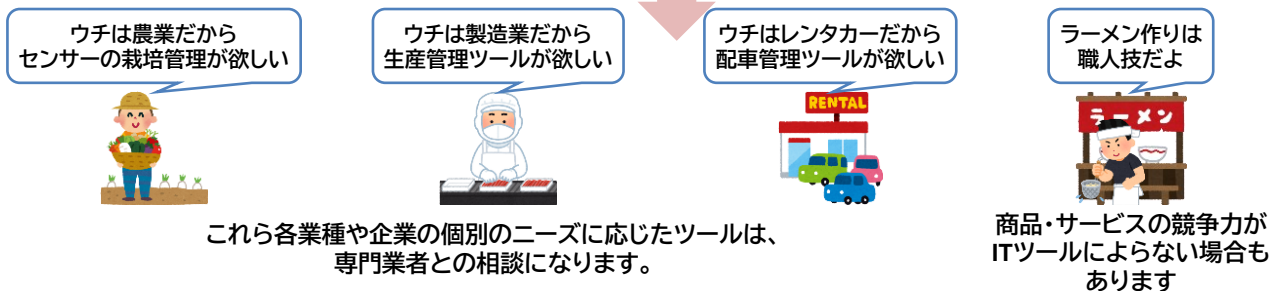
ITツールの導入について、全体イメージを作ってみましょう。

企業経営の4つのポイントに、いままで紹介したITツールを当てはめると、下図のようになります。

市場、資源、資金、デスクワークの部分は汎用性が高いですが、商品・サービスの部分は、各業種や企業で千差万別であることがわかります。商品・サービスに直結するツールは、専門業者との相談となります。



●商品・サービスの部分は、各業種や企業で千差万別となります。



(4) 導入に向けた取組

■ 無料版を使ってみる

無料プランから有料プランへの移行は、以下の4つのポイントを考えます。

有料プランにするかどうかは、社内での必要性和事業の状況をよく見ながら、費用と効果のバランスを考えて決めましょう。外部専門家やサービス提供会社にも相談して、自社に合ったプランを選ぶことが大切です。

無料版を使ってみて、有料版に賢く移行！

- ツールが必要な社員全員が常時使えるか？
- 無料版では、ツールを使える人数が限定されている場合があります。
- 一つのアカウントを使いまわしすることは絶対に止めましょう。

- 無料プランで十分か？
- ツールを使いこなしてくると、無料プランでは機能が足りなくなるかもしれません。
- 無料期間が限定されている場合があります
- もっと便利な機能を使いたいなら、有料プランを検討しましょう。

- 大切なデータを守れるか？
- お客様の情報など、大切なデータを扱うなら、セキュリティがしっかりしている有料プランが良い。
- 無料プランでは、トラブル時にすぐ対応してくれるサポートが無い場合もあります。

- 費用対効果は大丈夫か？
- 無料プランでも十分な場合は、無理に有料プランにする必要はありません。
- 必要になった場合に有料プランに移行すればよいのです。

■ 現場の不安や抵抗に対処する

ITツールの導入にあたり、現場では様々な不安や抵抗があることも考えられます。

新しいものを導入する際には、このような不安や抵抗は当然のことなので、このような現場の懸念を社長の声かけと外部専門家の指導で解決する必要があります。

現場の不安や抵抗には、社長のイニシアチブと専門家指導で対応！

現場の不安や抵抗の原因

1. ITツールが使いこなせない
2. 仕事の変化への不安や抵抗
3. 自分の仕事への影響への懸念



それはこういう声で表れます

- わからないんですけど
- やりにくいんですけど
- 今までどおりでいいんですけど



このように説得しましょう(例)

- 「わからないんですけど」
→ 私も最初はわからなかったよ。少しずつ学んでいこう。わからないところは遠慮なく聞いてくれ。
- 「やりにくいんですけど」
→ 慣れるまでは大変だが、慣れれば仕事が楽になるはずだ。まずは簡単な作業から始めてみよう。
- 「今までどおりでいいんですけど」
→ 今のやり方では、時代についていけなくなる。あなたのスキルアップにもなるから、変わっていこう。



もちろん、外部専門家の支援・指導も受けましょう

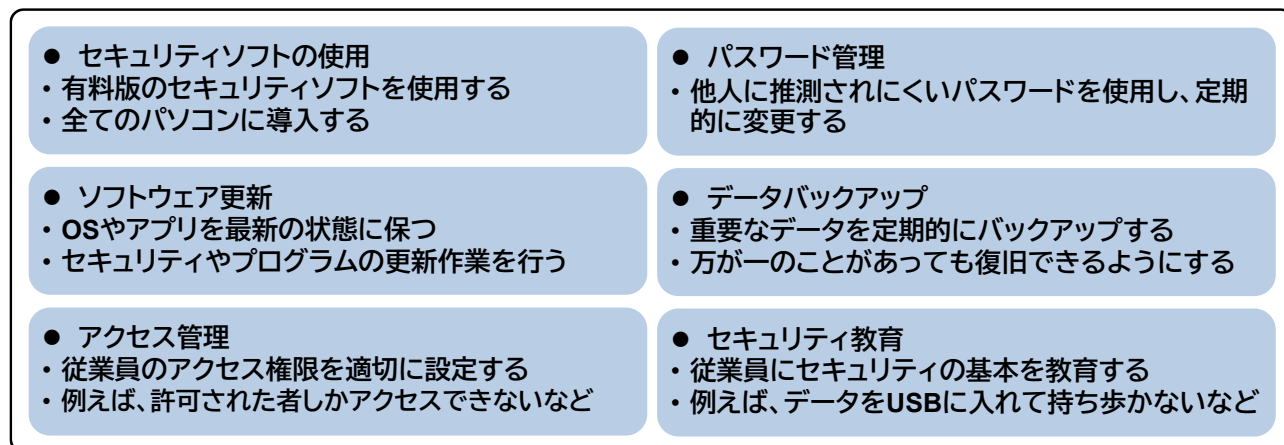
社長のおっしゃるとおりですよ！皆さん頑張りましょう！

■ セキュリティを考える

IT ツール導入にはセキュリティ対策が必須です。セキュリティは「面倒なもの」ではなく、「ビジネスを守る投資」という意識を持つことが大切です。この観点から、ソフトウェアの選択や更新、データ管理、従業員教育などを一貫して行うことが重要です。IT ツール導入時に、専門家の支援・指導も受けましょう。

適切なセキュリティ対策は、単にリスクを軽減するだけでなく、顧客からの信頼向上や、ビジネスの継続性確保にもつながります。

IT ツール導入にはセキュリティ対策が必須！

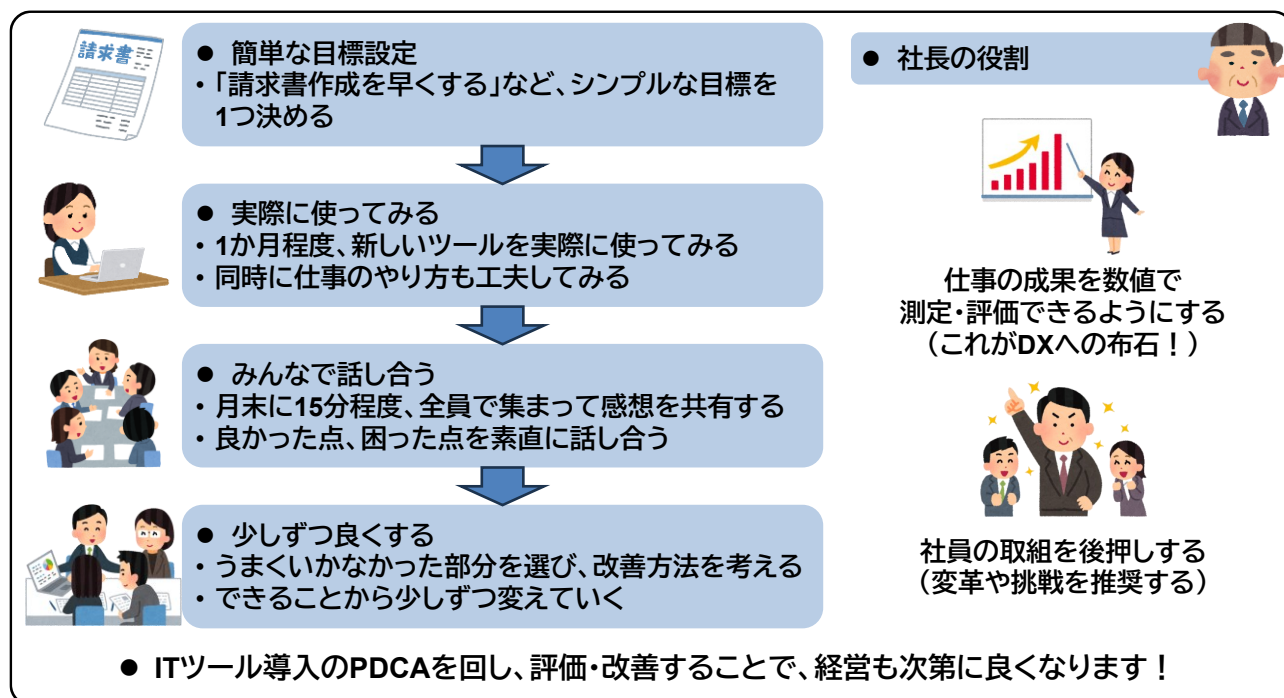


■ PDCA を回して評価する

IT ツール導入の PDCA を回すことで、単にツールの効果を高めるだけでなく、組織の問題発見能力や解決力も向上し、会社全体の成長につながります。

特に重要なのは、社長自身が変革と挑戦を支援する姿勢を示すことです。PDCA サイクルの中で新しい試みや改善案が出た際、それを積極的に評価し、実行を後押しすることで、組織全体の革新的な文化が醸成されます。

IT ツール導入の PDCA を回すことで経営も良くなる！



4. DX に向けて

(1) DX とは何か？

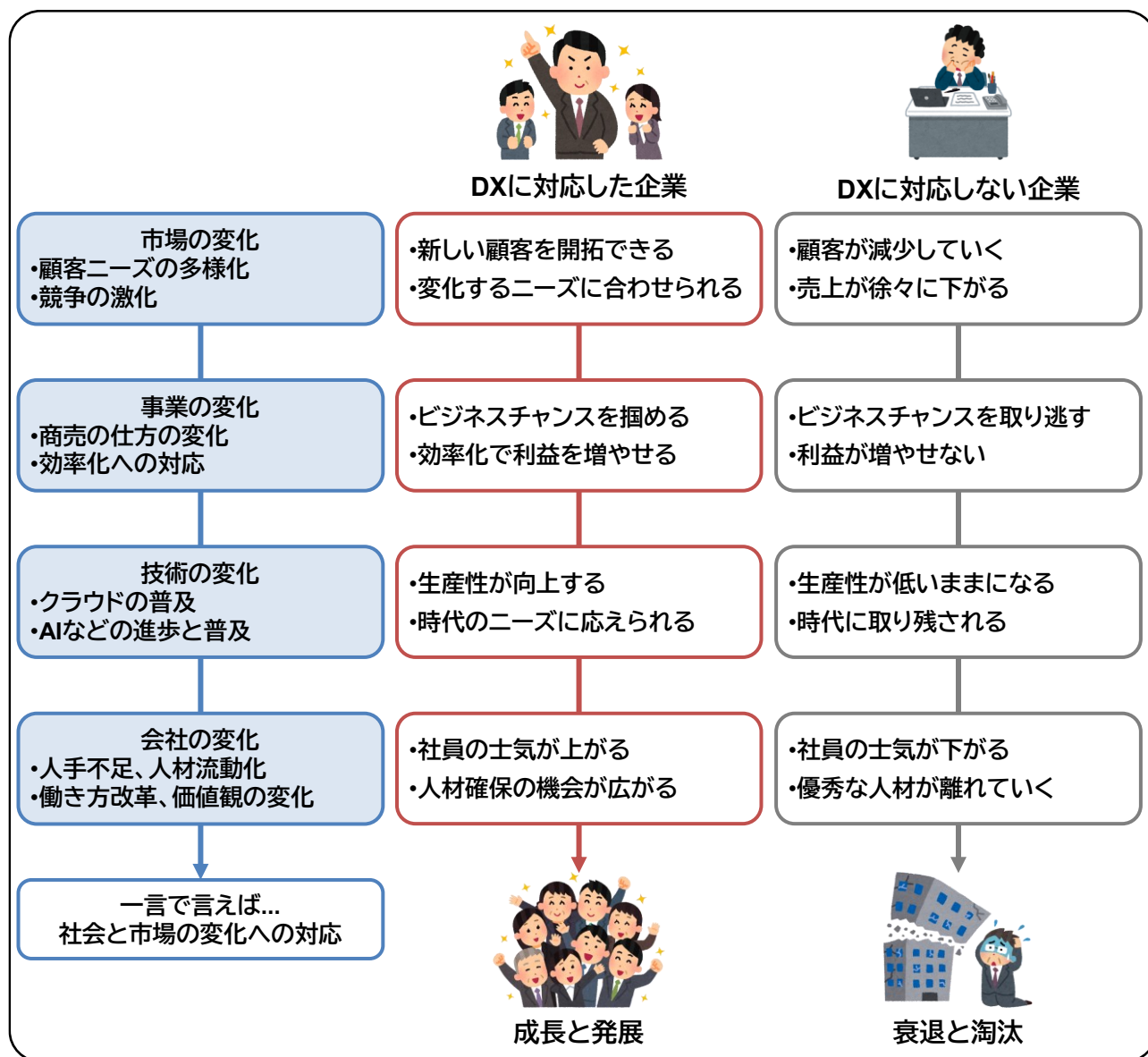
DX の根底にある考え方は、単なる IT 化ではなく、企業経営の変革と進化です。

現在、多くの企業が直面している課題は、市場、事業(ビジネス)、技術、会社(組織)などの急激な変化への対応です。DX はこれらの変化に柔軟かつ迅速に適應するための手段として重視されています。

また、DX は技術導入だけでなく組織文化や働き方の変革も含む、企業の経営変革の包括的な取組であることを理解する必要があります。

このような変化に対応できないと、企業は衰退し、最終的には淘汰されてしまいます。これに対して、変革を目指す企業は成長と発展が期待できるのです。

DX とは社会と市場の変化に対応した経営変革！



(2) DX の進め方

DX を成功させるためには、以下の 4 つのポイントが重要です。

これらのポイントを押さえながら、自社の状況に合わせて DX を進めていくことが大切です。

DX は一朝一夕には達成できません。長期的な視点を持ちつつ、短期的な成果も出しながら、継続的に取り組むことが成功への近道となります。

また、失敗を恐れず、試行錯誤を重ねながら学んでいく姿勢も重要です。

小規模企業であっても、これらのポイントを意識しながら、自社のペースで DX に取り組むことで、着実な変革と進化を遂げることができるでしょう。

DX は、社長の旗振り、全社的な実施体制、外部専門家の活用、段階的な取組



社長のイニシアチブでやるべきこと

1.改善の目的を決めて、みんなで共有する

- ① 自社の状況を把握する。
- ② 改善すべき課題をピックアップする。
- ③ 改善の目的と目標を明確に決める。
- ④ 社員全員で目的を共有し、意志統一する。



社長と社員みんなでやるべきこと

2.今の状況を見直して、できることから始める

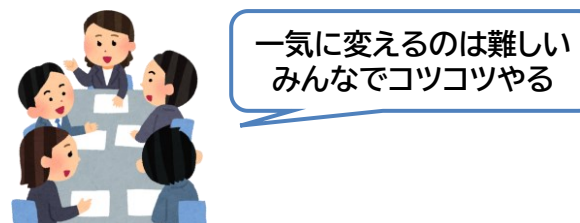
- ① 今の仕事の進め方を見直す
- ② ITツールが使える部分を探す
- ③ 小さくてもいいから、できることから始める
- ④ 社員のスキルアップを応援する



外部専門家を活用するべきこと

3.外部の力を借りる

- ① DXに詳しい人や会社を探す
- ② 行政の支援の活用も考える
- ③ 必要なお金を工面する
- ④ 外部の知恵を借りて、効率的に進める



社長と社員みんなでやるべきこと

4.会社の仕組みを少しずつ変えていく

- ① IT活用に合わせて、仕事の手順を改善する
- ② 同時に無駄な作業を減らし、効率化を図る
- ③ 効果を見た上で新しいツールを導入する
- ④ 社員の意見を聞きながら、柔軟に変化する

(3) 社長が考えるべきこと

DXの推進にあたり、社長が考えるべき重要な点は以下の4つです。

- 自社の現状と課題の把握
- 経営ビジョンの明確化と共有
- 変革に対する柔軟な考え方と姿勢
- リーダーシップと社員の巻き込み

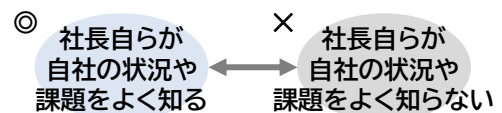
社長自らが自社の状況や課題をよく知り、会社の目指す未来を決め、変革や挑戦に対してオープンな姿勢を持ち、旗を振って社員を巻き込んでいくことが、DX成功の鍵となります

DXは単なる技術導入ではなく、組織全体の変革を伴うため、トップの強力なリーダーシップが不可欠です。社長自身が変革の象徴となり、組織全体を導くことの重要性が強調されています。

社長が考えることは次の4つ！

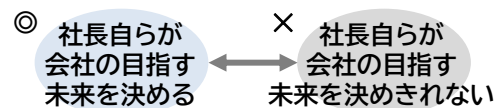
1. 自社の現状と課題の把握

- 自社の強みや弱み、機会や脅威を正しく理解する。
- 業務の非効率な部分や改善すべき点を洗い出す。
- 顧客のニーズや市場の動向を踏まえ、経営課題を明確にする。



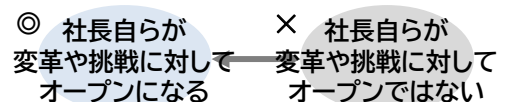
2. 経営ビジョンの明確化と共有

- 自社の目指す方向性や将来像を明確に決める。
- 経営ビジョンを社員全員で共有し、浸透させる。
- ビジョン実現に向けた具体的な目標を設定する。



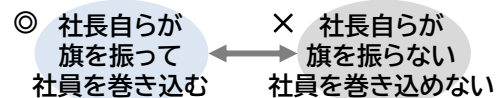
3. 変革に対する柔軟な考え方と姿勢

- 今までのやり方に固執せず、新しい発想を取り入れる。
- 失敗を恐れずに、チャレンジと試行錯誤を繰り返す姿勢を持つ。
- 社員の提案や意見に耳を傾け、柔軟に方針を修正する。



4. リーダーシップと社員の巻き込み

- 社長自らが変革の必要性を発信し、リーダーシップを発揮する。
- 社員の意見に耳を傾け、双方向のコミュニケーションを重視する。
- 社員のスキルアップや意識改革を支援し、変革への参画を促す。



いかがでしょうか？ DXを進めて経営の高度化を目指しましょう。

続編「第二部 中小・中堅企業のDX取組編(続編)」も、ぜひお読み下さい。

付録：各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版)

■ 各種支援のガイドブック

- 中小企業100の支援
[【沖縄県】中小企業 100 の支援 -支援策・補助金ガイド沖縄- \(100support.okinawa\)](#)

■ 相談窓口

- Industlink(インダストリンク)
[沖縄イノベーションマッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- 沖縄県産業振興公社 経営相談
[経営相談窓口 | 沖縄県産業振興公社 \(okinawa-ric.jp\)](#)
- 沖縄県よろず支援拠点
[沖縄県よろず支援拠点 | 経営上のどんなお悩みも無料で何度でも相談・解決！ \(yorozu-okinawa.go.jp\)](#)
- IT 経営サポートセンター(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[IT 経営サポートセンター \(smrj.go.jp\)](#)
- オンライン経営相談「E-SODAN」(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[ハンズオン支援\(専門家派遣\) | 経営にお悩みの方へ | 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 \(smrj.go.jp\)](#)

■ 補助・助成金

- 小規模事業者等デジタル化支援事業(沖縄県)
[小規模事業者等デジタル化支援事業 | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- 沖縄 DX 促進支援事業(沖縄県)
[令和 6 年度「沖縄 DX 促進支援事業」がスタートしました！ | 運営からのお知らせ | 沖縄イノベーション マッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業(沖縄県)
[【補助金申請受付中】令和 6 年度 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業のお知らせ | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- IT 導入補助金(国)
[IT 導入補助金とは | IT 導入補助金 2024 \(smrj.go.jp\)](#)
- ものづくり補助金総合サイト
[公募要領について | ものづくり補助事業公式ホームページ ものづくり補助金総合サイト \(monodukuri-hojo.jp\)](#)

ResorTech Okinawa サイトの支援情報もご覧ください！

- 沖縄県内の IT 導入や DX に取り組む企業の事例を記事や動画でわかりやすく紹介しています。DX 手引の解説動画も掲載中です。
- DX の知識やノウハウが学べるセミナーやイベント情報、補助金などの支援情報が満載です。

<https://www.resortech.okinawa/support/>



 ResorTech Okinawa DXの手引

第一部 小規模企業のITツール活用編

編 沖縄県 商工労働部 ITイノベーション推進課
一般財団法人 沖縄 ITイノベーション戦略センター

2024年9月





ResorTech Okinawa

DXの手引

第二部 中小・中堅企業のDX取組編

編 沖縄県 商工労働部 IT イノベーション推進課

一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター



これだけ知っていれば、御社でもDXができる！

- DXって一体何なのか？
- 県内企業のDX事例が知りたい
- DXのポイントが知りたい

と思ったら読む本

目次

はじめに	1
(1) なぜ DX が必要か？	1
(2) 本書の構成.....	1
(3) 本書の対象.....	2
(4) 本書の読みどころ.....	2
1. DX に取り組む前に	3
(1) 6つの「ない」が示す企業経営の危機.....	3
(2) DX にまつわるよくある質問.....	5
2. 県内企業の DX 取組事例.....	6
3. 事例から見る DX のポイント	10
(1) DX 取組事例の共通点.....	10
(2) DX 取組事例で使われているツール.....	12
(3) DX 取組事例での DX 発展段階	14
(4) DX 取組事例から見るロードマップ	15
(5) DX 取組事例から見る経営変革	17
4. DX 推進のポイントは何か？.....	19
(1) DX 推進のポイント	19
付録：各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版).....	22

はじめに

(1) なぜ DX が必要か？

DXとは一言で言えば、「デジタル技術の活用を前提とした経営変革」です。

沖縄県が、企業の皆様に DX を勧める理由は、企業の「稼ぐ力」を上げることにあります。

沖縄県の「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」では、5つの将来像のうち、「希望と活力にあふれる豊かな島を目指して」において、「県民所得の着実な向上につながる企業の『稼ぐ力』の強化」を基本施策としています。

そのためには、中小企業等の経営基盤を強化して「稼ぐ力」を向上させ、全産業の労働生産性(仕事の価値)を上げることが必要です。DXは、そのための手段として期待されているのです。

将来像3 希望と活力にあふれる豊かな島を目指して

1. 県民所得の着実な向上につながる企業の「稼ぐ力」の強化

- 全産業における労働生産性の向上
- 地域・産業間連携による「稼ぐ力」と域内自給率の向上
- 中小企業等の経営基盤の強化による「稼ぐ力」の向上

出典:「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」パンフレット(沖縄県 企画部)

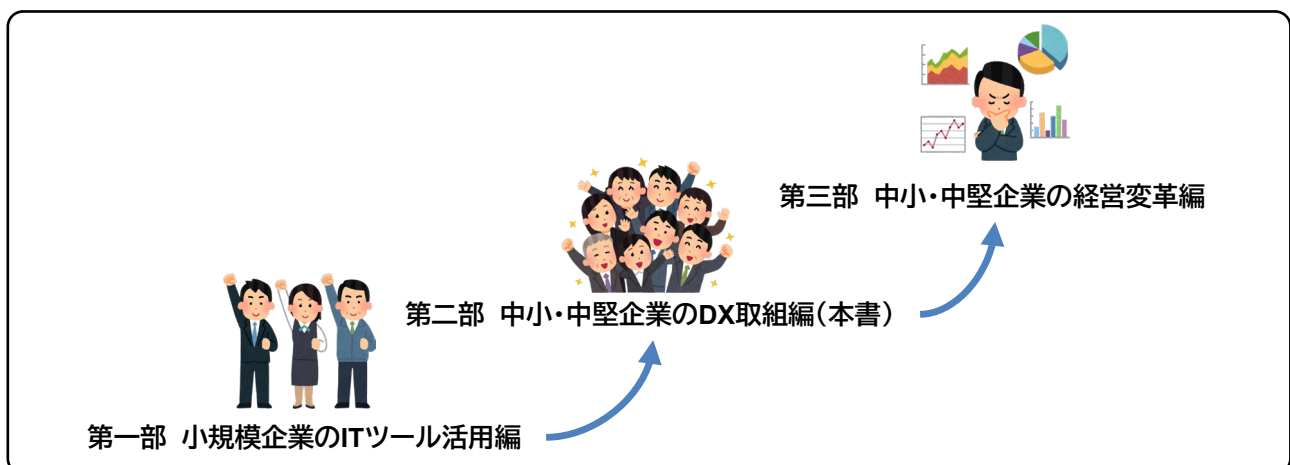
(2) 本書の構成

本シリーズでは、次のように企業の DX 推進に向けて、段階的に解説します。

- 第一部 小規模企業の IT ツール活用編…主に DX の初歩と IT ツール導入
- 第二部 中小・中堅企業の DX 取組編(本書)…企業経営を中心に DX の推進について深掘する
- 第三部 中小・中堅企業の経営変革編…DX の目標である経営変革について説明

第二部では、第一部の IT ツール活用を踏まえて、企業経営の面から DX の推進について解説しています。

第一部と併せて DX 推進の指針としてご活用下さい。



(3) 本書の対象

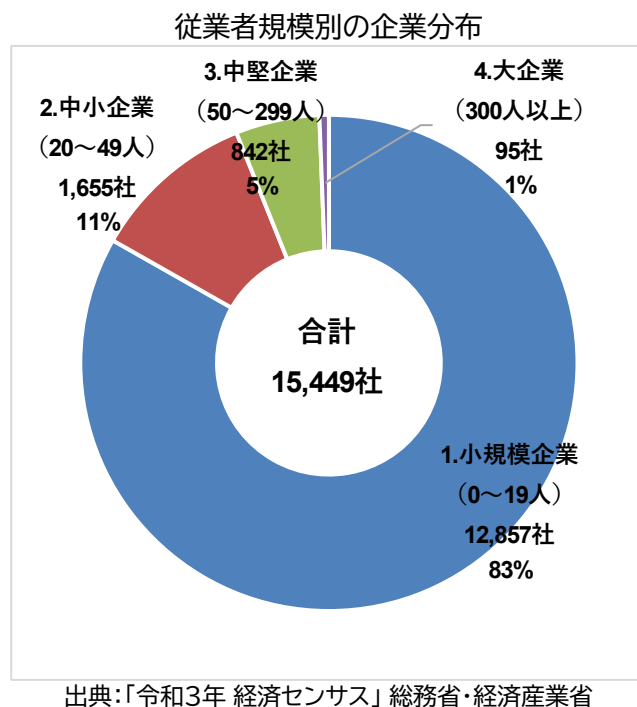
右のグラフは、沖縄県内に本社がある企業を従業員規模別に示したものです。

本書は、県内企業の約 16%に相当する中小企業と中堅企業を主な対象としています。

これらの企業では、IT 部門やスタッフを配置し、自社の状況に合わせたシステムのカスタマイズなども検討される場合が考えられます。

ただし、本書では小規模企業でも取り入れやすい DX やデータ活用の実践事例も多数掲載しております。

経営資源に応じて段階的に取り組める事例も含まれておりますので、企業の規模に関わらず、ぜひ参考にして下さい。



(4) 本書の読みどころ

- 県内企業の取組事例が満載！

私達が DX を勧めていると、「県内企業の事例を知りたい」という要望をよくうかがいます。本書では、県内企業の DX やデータ活用の取組事例の傾向を分析し、DX の推進に必要なポイントがわかるようになっています。本書の「2. 県内企業の DX 取組事例」(6 ページ)、「3. 事例から見る DX のポイント」(10 ページ)をご参照下さい。

- DX の流れがよくわかる！

DX の取組事例とデータ活用の取組事例を軸として、(1)事例紹介^{※1}→(2)共通点の分析→(3)導入ツールの分析→(4)発展段階→(5)ロードマップ→(6)経営変革^{※2}の構成としています。

- DX は時代の流れ！

DX の波は、都市部も地方も、大企業から中小企業まで、押し寄せています。沖縄県内にもその必要性にいち早く気づき、DX の取組を進めている企業が数多くあります。

これらの事例は、貴社の参考となるでしょう。

※1 DX の必要性や基本的な取組は、「第一部 小規模企業の IT ツール活用編」でも紹介しています。

※2 企業の経営変革については、「第三部 中小・中堅企業の経営変革編」でも詳しく解説します。

1. DX に取り組む前に

(1) 6つの「ない」が示す企業経営の危機

企業の皆様に DX の取り組みを勧めていると、「お金がない」「人材がない」「知識がない」「時間がない」「必要がない」といった声をよく耳にします。これに「危機感がない」を加え、ここでは DX 推進を阻む 6 つの「ない」と表現しています。

この考えは、企業経営に重大な影響を及ぼします。

 <p>お金がない</p>	「お金がない」と感じる企業は、国や県の支援を積極的に活用すべきです。投資をしなければお金は生まれません。特に DX はコストではなく、企業の生き残りをかけた重要な投資です。
 <p>人材がない</p>	「人材がない」と悩む企業は、外部の専門家の力を借りつつ、人材育成に取り組むことが必要です。沖縄は、人材能力が競争力の源泉となるサービス産業が多く、優秀な人材を確保できない企業は、AI の脅威に晒される前に淘汰されるでしょう。
 <p>知識がない</p>	「知識がない」と感じる企業は、外部の専門家を活用し、組織全体の知識を高めることが不可欠です。知識をアップデートしない企業で働きたいと思う人はおらず、特にスキルアップを望む若手人材が流出すると、企業の存続は危ぶまれます。
 <p>時間がない</p>	「時間がない」という問題については、DX をプロジェクト化し、計画的に進めることが求められます。時間が足りないのは、DX に取り組んでいないからです。このままでは、時間の経過とともに会社が行き詰まる可能性が高まります。
 <p>必要ない</p>	DX は「必要ない」と考える経営者は、早急に危機感を持つべきです。この考え方が、企業にとって最も大きなリスクとなり得ます。気づいたときには、対応が難しくなっているかもしれません。「地方の中小企業だから必要ない」と考える経営者もいますが、デジタル化や経営環境の変化の波は、大企業も中小企業も関係なく押し寄せてきます。
 <p>危機感がない</p>	さらに、経営に「危機感がない」ことが、すべての問題の根本にある要因です。現状維持に満足していると、知らず知らずのうちに衰退の道を歩んでしまうかもしれません。

このままでは、企業経営に深刻な問題が発生するでしょう。

- **顧客離れの加速:** デジタルサービスに慣れた顧客は、アナログな企業には興味を示しません。
- **競合他社に引き離される危険:** DX に成功した競合が現れると、あなたの会社の存在価値が急速に失われるおそれがあります。
- **人材確保の困難:** デジタルスキルを磨きたい優秀な人材は、DX に消極的な企業を避けます。
- **業務効率の悪化による利益の減少:** 非効率な業務プロセスは、利益を徐々に削っていきます。
- **環境変化への対応不足:** 突然の環境変化に対応できなければ、企業が淘汰されるリスクが高まります。
- **コロナ禍での混乱を思い出してください。** 次に訪れる変化はさらに急激かもしれません。

これらの問題を避けるためにも、経営者は迅速に危機感を持ち、対応を開始することが求められます。

1. 「ない」をチャンスに変える発想

これらの 6 つの「ない」は、実は全て「できない理由」ではなく「変革のきっかけ」として捉え直すことができます。

- 「お金がない」からこそ、効率的な投資計画を立てられる。
 - 「人材がない」からこそ、新しい人材育成の仕組みを構築できる。
 - 「知識がない」からこそ、組織全体で学習する文化を創造できる。
- まさに、ピンチをチャンスに変える転換点なのです。



2. 企業の明暗を分けた実例

かつて、写真フィルムで世界的シェアを誇っていたコダック社は、デジタルカメラの波に乗り遅れ、経営破綻への道を歩みました。

一方、同じ写真フィルムメーカーである富士フィルムは、デジタル化の波を危機と捉えながらも、その技術を活かして化粧品や医療機器などの新規事業に進出。見事な事業転換を成功させました。

両社の明暗を分けたのは、変化に対する危機感の有無と、その対応力の差だったのです。



3. 迷うより踏み出す一歩

DX への第一歩は、これらの「ない」を「ある」に転換する経営判断から始まります。その判断に迷う時間があれば、むしろ小さな一歩を踏み出すことです。

なぜなら、デジタル革新の波は、大企業も中小企業も関係なく、満潮のように確実に、そして止めることなく押し寄せてくるからです。



4. 身近な変化の実感

たとえば、スマートフォンの普及を考えてみましょう。わずか 15 年ほど前、多くの人々はガラケー（従来型の携帯電話）で十分だと考えていました。

しかし、今やスマートフォンなしの生活は考えられないほど、私たちの生活様式は変化しています。企業の DX も、同じような変化の波の中にあるのです。



5. 変革の時は今

デジタル化の波は、誰もが経験したことのない大きな変革の時代をもたらしています。この波に乗り遅れることは、企業の存続にも関わる重大な問題となりかねません。

しかし、適切な時期に適切な一歩を踏み出すことができれば、それは企業の大きな飛躍のチャンスとなるはず。あなたの企業も、その一歩を踏み出す時が来ているのです。



※なぜ DX が必要かは、「第一部 小規模企業の IT ツール活用編」にも掲載しております。ご参照ください。

(2) DX にまつわるよくある質問

1. DX とは何か？



DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、デジタル技術を活用して企業のビジネスモデルを根本から変革し、新たな価値を生み出す取り組みです。これは単なる IT 化にとどまらず、企業文化、組織体制、業務プロセス、顧客対応といった経営の全体を見直し、競争力を向上させることを目指しています。

2. DX と業務効率化の違いは何か？



業務効率化は DX の一部分に過ぎません。DX は単に業務を効率化するだけでなく、企業全体に新たな価値を創出し、競争力を強化する包括的な取り組みです。具体的には、新しい顧客体験の提供や、データに基づいた意思決定、新しいビジネスモデルの創造など、企業全体を変革する要素が含まれます。

3. DX に IT 知識が必須か？



IT の知識は DX の重要な要素ですが、それだけでは成功を収めることはできません。企業のビジネスを深く理解し、技術とビジネスを橋渡しできる人材が必要です。技術を単に導入するのではなく、それを活かして企業の競争力を向上させるためには、ビジネス全体を見据えた戦略的なアプローチが不可欠です。

4. DX は大企業だけの取り組みか？



DX は企業の規模に関わらず、すべての企業に関係する取り組みです。デジタル化や経営環境の変化は、大企業から中小企業まで、また都市部から地方まで、あらゆる場所で一様に進んでいます。むしろ、中小企業はその柔軟な組織構造により、迅速に DX を推進できる利点を持っています。大企業では既存のシステムや慣習が障害となることが多く、中小企業の方がスムーズに新しい取り組みを導入できる場合があります。

5. DX を進める際に導入すべきソフトウェアやシステムは何か？



DX は特定のソフトウェアやシステムを導入すれば自動的に成功するものではありません。DX は経営全体の改革であり、技術的な側面以外にも、組織体制や文化など多様な要因が関わります。そのため、すべての企業に共通する解決策は存在せず、各企業の状況や目標に合わせた柔軟なアプローチが求められます。「これさえ導入すれば成功する」という万能なツールはなく、自社に最適な戦略を立てることが重要です。

6. DX は気軽に進められるのか？



DX は企業全体に影響を与える大規模な変革であり、気軽に取り組むことはできません。しかし、前向きな姿勢を持ち、段階的かつ計画的に進めることで、確実に成果を上げることができます。具体的なステップについては本書で詳しく説明していますので、是非参考にしてください。

次に、県内企業がどのように DX に取り組み、データ活用を進めているのか、実際の事例を紹介します。

2. 県内企業の DX 取組事例

沖縄県内での DX や IT 活用事例を集めたウェブサイト「ResorTech Okinawa」には、県内企業の DX 取組事例が多数掲載されています。その中から、2023 年の事例 11 件を紹介します。

ResorTech Okinawa DX 事例集 https://www.resortech.okinawa/dx_case/



ResorTech Okinawa ResorTech Okinawa	社会福祉法人の介護と健康 月平均訪室回数25%・ 残業3時間減。介護の現場を大きく変えた見守りロボット導入事例	生育に最適な環境システムで解る 収穫量増加・新たな野菜の栽培に組み出す AIで水やりと施肥を自動化・最適化。小さく始めるスマート農業	健診結果を紙管理からデータへ移行。時代にフィットする医療機関へ【友愛会健康管理センター】 健診結果はいつでもどこでもスマホで確認 資料が100%紙になる基幹業務の第一歩	売上1.5倍に導いた、事業承継を機に進めた業務のデジタル化【イカリ消費沖繩】 二行目の新しい書きと 丁寧な印刷で ITツールを導入・活用	RPAをトップの決意と丁寧なプロセスで導入・活用。事務作業19,551時間削減！【沖縄ヤマト】 生まれた技術はお客さまへの対応に 沖縄から全国事務所向への展開も
---	--	---	---	--	---

1. タップホスピタリティラボ沖縄



- うるま市の IT 津梁パーク内に開設された宿泊業の DX 推進のための実証実験施設。
- ロボットや AI などの先端技術を導入し、生産性向上と人材不足解消を目指す。
- 約 60 社が参画し、ロボットのフリートマネジメントシステムや IT 機能を持つドア、非接触レセプション等を実証。
- 宿泊産業全体の DX 推進と技術の実用化を通じて、沖縄の観光産業の発展に貢献することを目指している。

2. 株式会社南都



- 南城市の観光施設「おきなわワールド」を運営する会社が、基幹システム構築により業務をシステム化。
- 団体予約管理の効率化と人手不足対策を実現し、作業時間を大幅に短縮。
- 導入にあたっては、補助金を活用し、現場の声を反映させながら段階的に進めた。
- システム導入により、データに基づいたマーケティングや新商品開発にも着手している。

ここが読みどころ

「以前のおきなわワールドは玉泉洞、王国村、ハブ博物館、ショップエリアの4つで構成され、ショップエリアは無料開放でした。チケットのバリエーションは5種類以上あり、管理が複雑だったんです。チケットを1種類とすることで、多岐にわたっていた販売窓口が整理でき、予約管理に必要な手順が大幅に簡略化され、システム化を後押ししてくれました。」

☞ DXを成功させるためには、単にシステムを導入するだけでなく、業務プロセス自体を見直し、シンプル化することの重要性を示しています。

3. 有限会社仲松ミート



- うるま市の冷凍食品製造業者が、AI 音声認識サービス「Alexa」と業務改善アプリ「kintone」を活用し、製造管理を自動化。
- 生産性向上と人材不足対策を実現し、製造スケジュールの明確化や原材料・包装資材の効率的な仕入れが可能に。
- 補助金を活用し、現場の声を反映させながら段階的に導入を進めた。
- システム導入により、新商品開発や取引先拡大にも成功している。

4. ゼロアグリ導入農家



- 糸満市のきゅうり農家が、AI を活用した自動灌水施肥システム「ZeRo.agri」を導入。
- 土壌センサーと気象データを活用し、最適な水と肥料の供給を自動で行うことで作業時間を大幅削減。
- 導入費用には糸満市からの補助金を活用し、段階的に導入を進めている。
- システム導入により、収穫量増加と品質向上を実現し、台風時の被害軽減にも効果を発揮している。

5. 体験王国 むら咲むら



- 読谷村の観光施設「むら咲むら」が、独自電子マネー「むらさき Pay」を導入。
- 紙クーポンの管理コスト削減と、顧客データ分析によるマーケティング強化を図る。
- 導入前にコロナ禍を利用してバックオフィスのデジタル化を進め、スムーズな導入を実現。
- 約 10%の入場者が利用し、体験コーナーの売上平均が 1 人当たり 500 円程度上昇している。

ここが読みどころ

「デジタル化の目的は業務効率化で従業員の利便性を高めること。大きなストレスをかけてまで画一的に進めるのは本末転倒です。まずは丁寧に説明したり、一緒にやってみたりしますが、どうしても難しい方には従来通りの方法を残しながらゆっくり進めれば良いと思うんです。」

DX推進における従業員への配慮と段階的な導入の重要性を示しています。

6. 株式会社東和



- 宮古島市の自動車販売・整備会社が、日報アプリ「gamba!」導入など DX を推進。
- 業務効率化と従業員の意識改革を実現し、相互理解を深める社内コミュニケーションを活性化。
- 月 1 回の社内勉強会を開催し、従業員の主体性を引き出す工夫を実施。
- 公式 LINE アカウントの活用で顧客とのコミュニケーションも双方向に転換している。

7. 株式会社イバノ



- 食肉加工会社イバノが衛生管理をデジタル化し、年間 2,500 枚の紙記録をタブレット 1 台に集約。
- 県内企業開発のアプリ「ハサップログ」を導入し、現場の声を反映させて使いやすさを向上。
- 金属探知などの記録漏れを防ぎ、業務効率化を実現。
- 高齢従業員でも使いやすいよう細かな改善を重ね、県内企業間の密接な連携でツールを進化させている。

ここが読みどころ

「ITに詳しくないですが、衛生管理業務全般の知識と現場経験のある私のような担当者が外部のベンダーさんと密にやりとりしたからこそ、『現場の人が使えるよう、いかにタップの回数を減らすか』『その上で必要十分な記録が残せるか』という引き算の発想でツール改善のリクエストを出せたのかもしれない』

DX推進における従業員への配慮と段階的な導入の重要性を示しています。

8. 社会福祉法人千尋会



- 南風原町の介護施設が、AI 搭載見守りロボット「眠り SCAN」を導入。
- 訪室回数と残業時間を大幅に削減し、介護スタッフの負担軽減と利用者へのサービス向上を実現。
- 導入には「介護ロボット導入支援事業」を活用し、現場主導の「テクノロジー委員会」を設置して浸透を図る。

ここが読みどころ

「現場を良く知らない上層部が他施設の事例などから導入を決めてしまうと、現場にマッチせず倉庫の片隅で眠らせてしまうことになります。あえて私や金城は参加せず、『おそらく合わないだろう』と結果が見えるような場合でもあえて口を出さず、現場が主体になって話し合い、解決策を探り、経験を積んでもらう場にしました。」

DX推進における現場主導の重要性と、経験を通じた学びの価値を示しています。

9. イカリ消毒沖縄株式会社



- 南風原町の衛生管理専門会社が、事業承継を機に業務のデジタル化を推進。
- 文書管理ツール「DocuWorks」、タブレット端末、BI ツールなど様々な IT ツールを導入。
- 売上 1.5 倍増、人時生産性 1.9 倍増、残業時間の大幅削減など、業務効率化を実現。
- 補助金を活用し、クラウド型勤怠管理システムや AI 搭載ドライブレコーダーも導入している。

10. 株式会社ホクガン



- 物流倉庫に WMS とオートラベリングシステムを導入。
- 仕分け作業時間を 4 時間から 2.5 時間に短縮し、ラベル貼り間違いをゼロに削減。
- 残業時間の大幅削減と週休 2 日制の実現、外国籍スタッフの雇用も可能に。
- 現場の使いやすさとトラブル時のリカバリーを考慮したシステム設計で、維持管理コストも抑制。

11. 沖縄ヤマト運輸株式会社



- RPA を導入して業務を自動化。
- 年間 19,551 時間の事務作業時間削減と顧客対応時間の増加を実現。
- 専門部隊「事務改革課」を設置し、業務の棚卸しと並行して段階的に RPA 導入を推進。
- 正社員登用制度の整備など、従業員の不安解消と意欲向上にも取り組んでいる。

ここが読みどころ

「『何のためにやるの?』という反応も多く、最初は苦労しました。担当者を巻き込んで進められるよう丁寧に話を聞き、営業・人事など5つの部署を約1~2カ月かけて回ったと記憶しています」

DX推進における現場の理解と協力の重要性、そしてそれを得るためのコミュニケーションの必要性を示しています。

県内企業のDX事例はこの他にも数多くあります。ぜひ「ResorTech Okinawa」サイトをご覧ください！

<https://www.resortech.okinawa/>



ResorTech Okinawa



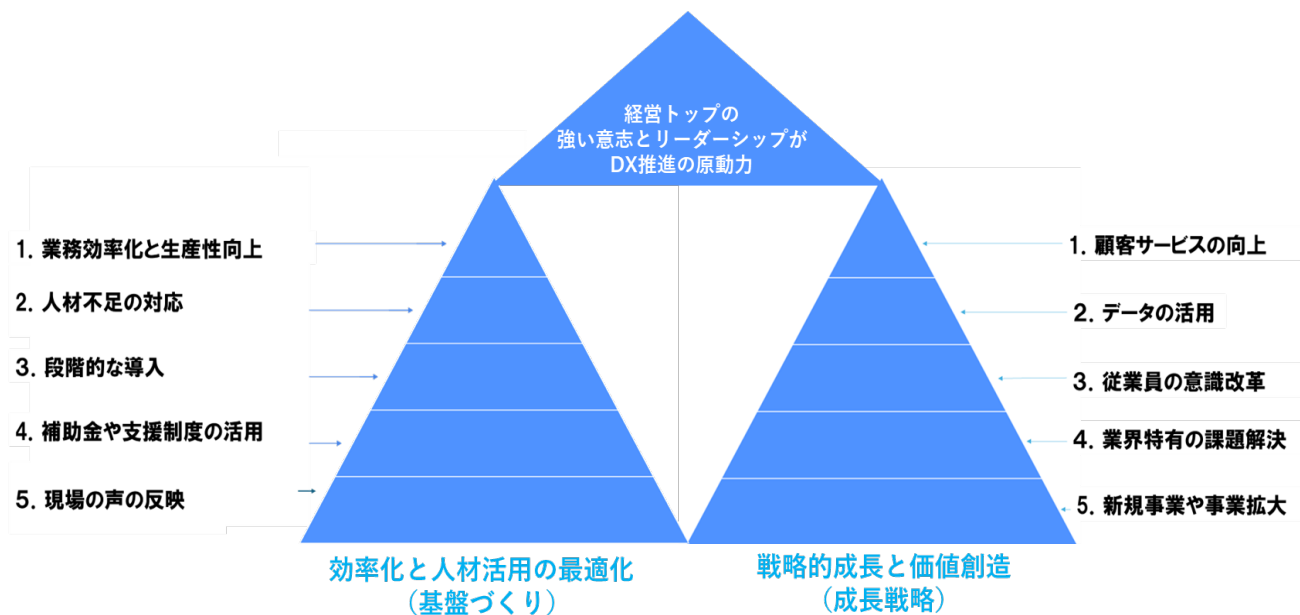
3. 事例から見る DX のポイント

(1) DX 取組事例の共通点

多くの事例企業は、DX が単なるツールの導入に留まらず、業務プロセスの見直しや組織文化の変革を伴う包括的な取り組みであることを示しています。

また、各企業が自社の課題や特性に合わせて、適切なツールや手法を選択していることも特徴的です。

DX は単なる技術導入や効率化ではない！



そして、事例企業の DX の促進には、2 つの側面で顕著な成果が確認されています。

一つは「効率化と人材活用の最適化(基盤づくり)」であり、もう一つは「戦略的成長と価値創造(成長戦略)」です。これらは、企業の持続的成長に向けた不可欠な取り組みとして注目されています。

■ 効率化と人材活用の最適化(基盤づくり)

1. 業務効率化と生産性の向上

各事例では、デジタル技術を活用して業務プロセスを効率化し、生産性向上を実現しています。これにより、従業員一人ひとりの業務パフォーマンスが最大化され、競争力を強化しています。

2. 人材不足の対応

デジタル化を推進することで、多くの事例において人材不足の問題が改善し、限られたリソースで効率的に業務を遂行できる体制を整えています。

3. 段階的な導入

DX 推進においては、全てを一度に導入するのではなく、まずは小規模な試験的導入を行い、成果を確認した上で徐々に拡大していく戦略が採用されています。

4. 補助金や支援制度の活用

国や自治体の提供する補助金や支援制度を活用し、DX 推進のための投資負担を軽減する事例が多く見られます。

5. 現場の声の反映

現場の意見を重視した導入 システムやツールの導入に際しては、現場の従業員からのフィードバックを反映し、実用性や操作性を重視する姿勢が見られます。

企業は、主に内部プロセスの改善と人材リソースの効果的な活用に重点的に取り組んでいます。これらの施策は、組織の基盤を強化し、より効率的で持続可能な運営を実現するための重要な要素となっています。

■ 戦略的成長と価値創造(成長戦略)

1. 顧客満足度のアップ

業務効率化により確保された時間やリソースを、顧客対応の改善や新サービスの開発に積極的に活用し、顧客満足度の向上を図っています。

2. データの活用

デジタル化によって取得したデータを効果的に分析し、経営戦略やマーケティングにおいてデータ駆動型の意思決定を行う傾向が強まっています。

3. 従業員の意識改革

DX 推進により、従業員の業務に対する意識が変わり、日常的な業務からより創造的で戦略的なタスクへのシフトが進んでいます。

4. 業界特有の課題解決

企業ごとに異なる業界特有の課題に対し、デジタル技術を用いた独自の解決策を見出し、競争力を強化しています。

5. 新規事業や事業拡大

DX の導入を通じて、新規事業の創出や既存事業の拡大を加速させ、企業の成長戦略を支援する成功事例が多く見られます。

企業は、DX を活用して新たな価値を生み出し、ビジネスの成長を促進する取り組みに注力しています。これらの取り組みは、顧客志向の業務変革や従業員のスキル向上を推進し、さらに新たなビジネス機会の創出にもつながっています。

これらの共通点から、事例企業では次のような発展が期待できます。



顧客満足度の
アップ

売上が上がる



データを活かした
経営判断

判断に迷わない



従業員の成長と
意欲向上

社員が辞めない



デジタル活用による課題解決

競争力の強化



変化に強く、
成長し続ける企業

会社が続く

(2) DX 取組事例で使われているツール

では、各事例で使用されているデジタルツールを見てみましょう。

1. タップホスピタリティラボ沖縄 <ul style="list-style-type: none"> ロボットのフリートマネジメントシステム IT 機能を持つドア IT 機能を持つカウンター(非接触レセプション) 	2. 株式会社南都 <ul style="list-style-type: none"> 基幹システム構築
3. 有限会社仲松ミート <ul style="list-style-type: none"> AI 音声認識サービス「Alexa」 業務改善アプリ「kintone」 	4. ゼロアグリ導入農家 <ul style="list-style-type: none"> AI を活用した自動灌水施肥システム「ZeRo.agri」
5. 体験王国むら咲むら <ul style="list-style-type: none"> 独自電子マネー「むらさき Pay」 	6. 株式会社東和 <ul style="list-style-type: none"> 日報アプリ「gamba!」 公式 LINE アカウント
7. 株式会社イバノ <ul style="list-style-type: none"> 衛生管理アプリ「ハサップログ」 	8. 社会福祉法人千尋会 <ul style="list-style-type: none"> AI 搭載見守りロボット「眠り SCAN」 クラウド型勤怠管理システム
9. イカリ消毒沖縄株式会社 <ul style="list-style-type: none"> 文書管理ツール「DocuWorks」 BI ツール AI 搭載ドライブレコーダー「DRIVE CHART」 	10. 株式会社ホクガン <ul style="list-style-type: none"> オートラベリングシステム WMS
11. 沖縄ヤマト運輸株式会社 <ul style="list-style-type: none"> RPA(Robotic Process Automation) ツール「Robo-Pat」 	

これらのツール活用の総合的な傾向を分析すると、以下のような特徴が浮かび上がります。

A) 業務デジタル化・効率化

1. スモールスタート可能なツール

- 多くのツールが比較的導入しやすく、段階的に拡張可能な特徴を持っています。
- これは、中小企業でも DX に取り組みやすい環境を提供しています。

2. 業務自動化・効率化の重視

- RPA、オートラベリングシステム、AI 搭載見守りロボットなど、多くのツールが業務の自動化や効率化を目的としています。これは人手不足や業務負荷軽減のニーズを反映しています。

3. クラウドベースのソリューション

- kintone、ハサップログ、クラウド型勤怠管理システムなど、クラウドベースのツールが多く採用されています。
- これにより、場所を問わずアクセスできる柔軟性と、初期投資の抑制を実現しています。

4. 統合型ソリューション

- WMS やオートラベリングシステムなど、複数の機能を統合したソリューションの採用が見られ、業務全体の最適化を目指す傾向があります。

B) 先端技術の積極活用

1. AI と IoT の活用

- Alexa、ZeRo.agri、眠り SCAN など、AI や IoT 技術を活用したツールが多く見られます。
- これらは高度な自動化や予測、最適化を可能にしています。

2. モバイル対応

- gamba! や LINE など、モバイルデバイスで利用可能なツールの採用が見られ、現場での即時対応や情報共有の重要性が高まっていることがわかります。

3. セキュリティとコンプライアンスへの配慮

- DocuWorks やハサップログの導入は、文書管理やコンプライアンス対応の重要性が増していることを示唆しています。

C) 戦略的デジタル変革

1. データ分析・可視化ツール

- BIツールの導入は、データ駆動型の意思決定の重要性が認識されていることを示しています。

2. 顧客接点のデジタル化

- むらさき Pay や公式 LINE アカウントの導入は、顧客とのコミュニケーションや取引のデジタル化トレンドを反映しています。

3. 業界特化型ソリューション

- ZeRo.agri(農業)、ハサップログ(食品衛生)、眠り SCAN(介護)など、特定の業界や用途に特化したツールも多く見られます。これは、各業界の特殊なニーズに対応する必要性を示しています。

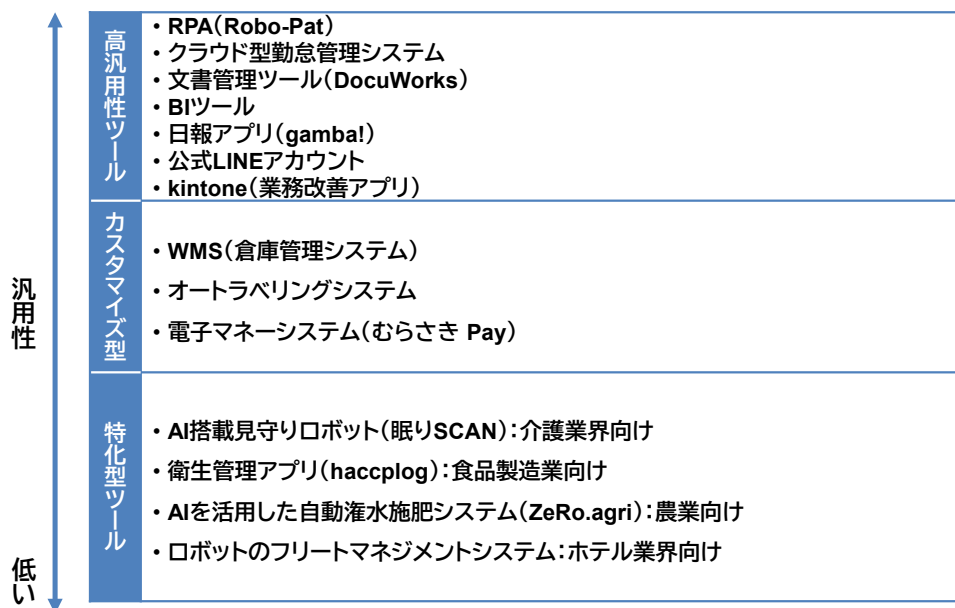
これらの傾向から、沖縄県内の企業が DX を通じて、業務効率化、データ活用、顧客サービス向上、そして業界特有の課題解決に積極的に取り組んでいることがわかります。また、クラウドやモバイル技術の普及により、比較的小規模な企業でも先進的なツールを導入しやすくなっていることがわかります。

これらの傾向を一言で表せば、

「業務効率化と顧客価値創造を両立するための多様なデジタルツールの戦略的導入」

と言えます。

また、これらのツールは汎用性のあるものから企業特有のニーズに応えるものまで幅広く存在しており、以下のように分類できます。



事例企業を見ると、DX 推進にあたり、まず汎用的なツールで基盤を整備し、その上で自社の特殊なニーズに対応する特化型のツールを導入するという段階的なアプローチを取ることが多いようです。

また、汎用的なツールであっても、各企業の業務プロセスやニーズに合わせて適切にカスタマイズや運用方法を調整することで、より高い効果を得られることが、事例から読み取れます。

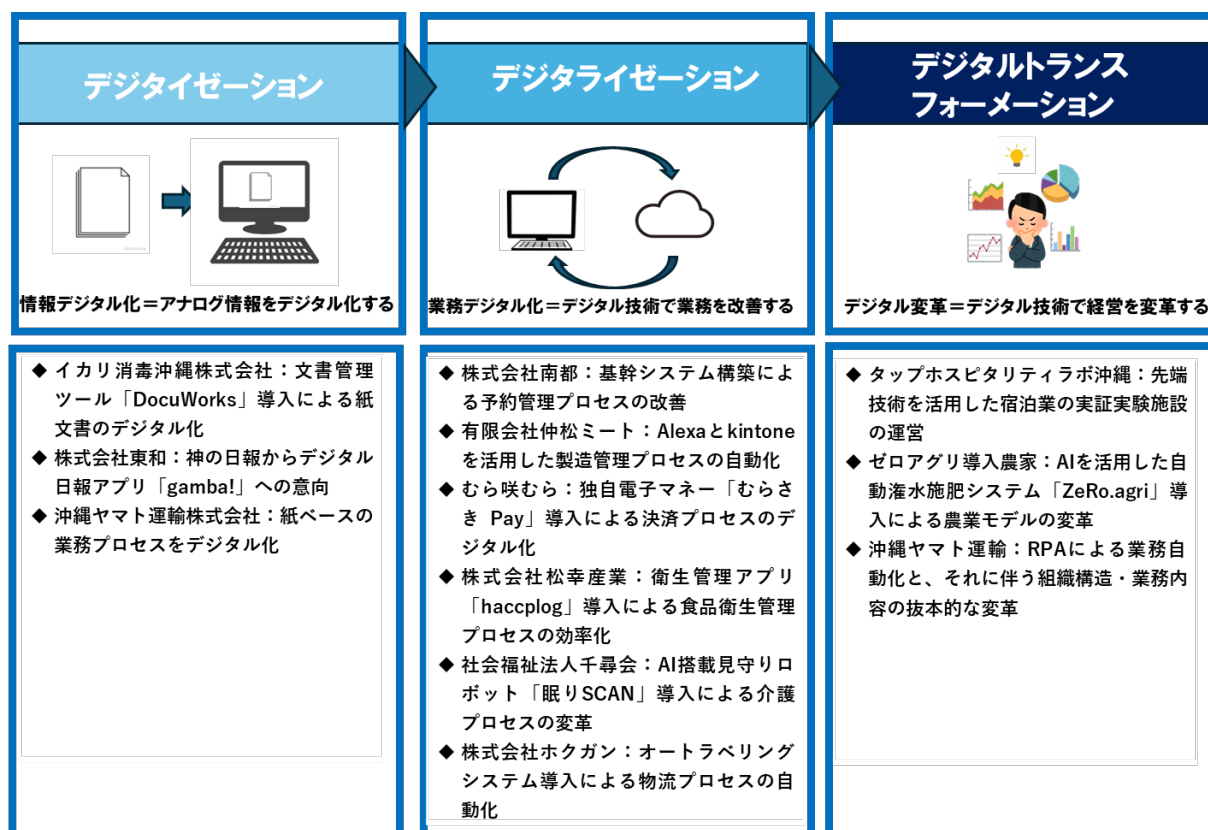
このように、中小・中堅企業の DX に向けたツール導入は多様化しています。これは導入企業のみ知見や判断でできるものではなく、「**専門家や専門業者の支援が不可欠**」です。



(3) DX 取組事例での DX 発展段階

これらの事例を、DX の発展段階である①Digitization(デジタイゼーション=情報デジタル化)、②Digitalization(デジタライゼーション=業務デジタル化)、③DX(デジタルトランスフォーメーション=デジタル変革)の3段階に分けて整理することができます。

多くの企業が業務デジタル化の段階にあり、DX に向けて進みつつある！



この整理から、次のようなことが明らかになりました。

まず、多くの企業は「デジタイゼーション」(情報のデジタル化)の段階を既に完了しています。デジタイゼーションは、すでに多くの企業で達成されているか、あるいはデジタライゼーションの一環として進行中であり、単独の取り組みとして行われることは少なくなっています。

次に、多くの企業は現在「デジタライゼーション」(業務のデジタル化)の段階に位置しています。これらの企業は、既存のビジネスプロセスをデジタル技術を用いて効率化・自動化することに注力しています。

さらに、一部の先進企業はDXの段階に達しつつあります。これらの企業は、デジタル技術を活用して新しいビジネスモデルや価値提供の形を模索しています。

多くの企業は段階的にDXを推進しており、デジタイゼーションからデジタライゼーション、そしてDXへと進化している様子が見受けられます。このことから、事例企業のDXへの取り組みは着実に進展しており、ほとんどの企業が業務のデジタル化(デジタライゼーション)を進めており、その中の一部の企業は既にDXの段階に達していることが確認できます。

今後、より多くの企業がDXの段階へ移行し、新たな価値創造や事業モデルの変革を実現することで、競争力の向上が期待されます。

(4) DX 取組事例から見るロードマップ

事例を整理して、DX のロードマップを見てみましょう。取組の段階、「1. 準備段階」「2. 計画段階」「3. 初期導入段階」「4. プロセス変革段階」「5. ビジネスモデル変革段階」「6. 継続的改善段階」に分かれます。

ただし、多くの企業は複数の段階を同時に進めており、必ずしも順序どおりに進んでいるわけではありません。DXの推進は、型にはまったプロセスではなく、各企業の状況に応じて柔軟に対応することが求められます。



1. 準備段階

まず、準備段階では、企業の経営層からコミットメントを獲得することが重要です。次に、現状を分析し、課題を明確にした上で、DX 推進チームを編成します。加えて、デジタルリテラシー向上のための社内教育を開始することも、この段階で必要となります。

事例：

- ① 沖縄ヤマト運輸株式会社(社長の強いコミットメント)
- ② イカリ消毒沖縄株式会社(事業承継を機に課題を明確化)
- ③ 沖縄ヤマト運輸株式会社(事務改革課の設置)
- ④ 株式会社東和(社内勉強会の実施)

2. 計画段階

次の計画段階では、短期・中期・長期の目標を設定し、DX 戦略を策定します。同時に、優先順位の高い課題を特定し、活用可能な補助金や支援制度の調査も行います。さらに、必要な技術やツールの選定も進めます。

事例：

- ① タップホスピタリティラボ沖縄(DX 推進の全体戦略)
- ② 株式会社ホクガン(仕分け作業の効率化を優先)
- ③ 社会福祉法人千尋会(ロボット導入支援事業の活用)
- ④ 有限会社仲松ミート(Alexa、kintone の選定)

3. 初期導入段階

初期導入段階、すなわち「デジタイゼーション(情報デジタル化)」の段階では、アナログ情報やプロセスをデジタル化し、基本的な IT インフラを整備します。クラウドサービスの導入や、データ収集・蓄積の仕組みの構築も、この段階で行います。

事例：

- ① イカリ消毒沖縄株式会社(DocuWorks による文書管理)
- ② 株式会社東和(従業員への iPad 配布)
- ③ 株式会社イバノ(ハサップログの運用)
- ④ 体験王国むら咲むら(むらさき Pay による顧客データ収集)

4. プロセス変革段階

次に進むのは、プロセス変革段階、つまり「デジタルイゼーション(業務デジタル化)」です。この段階では、業務プロセスを可視化し、再設計を行います。さらに、AI や IoT といった先端技術の試験的導入を行い、データ分析や活用を開始します。また、RPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)などの自動化ツールの導入も検討してみましょう。

事例:

- ① 株式会社南都(団体予約管理プロセスの見直し)
- ② 社会福祉法人千尋会(AI 搭載見守りロボットの導入)
- ③ 体験王国むら咲むら(電子マネーデータによるマーケティング)
- ④ 沖縄ヤマト運輸株式会社(RPA による業務自動化)

5. ビジネスモデル変革

その後、ビジネスモデル変革段階、いわゆる「DX(デジタル変革)」の段階に移行します。この段階では、デジタル技術を活用して新しいサービスや商品の開発を進め、データに基づく意思決定プロセスを確立します。また、デジタルを前提とした組織再編を行い、他社や顧客との連携も強化していきます。

事例:

- ① ゼロアグリ導入農家(AI による最適な水・肥料供給)
- ② 沖縄ヤマト運輸株式会社(事務改革課の常設化)
- ③ タップホスピタリティラボ沖縄(約 60 社が参画する実証実験施設の運営)

6. 継続的改善段階

最後に、継続的改善段階では、KPI のモニタリングと効果測定を行い、新技術のウォッチと導入検討を続けます。従業員のスキル向上や意識改革も継続的に実施し、DX 戦略を定期的に見直し、更新することが求められます。

事例:

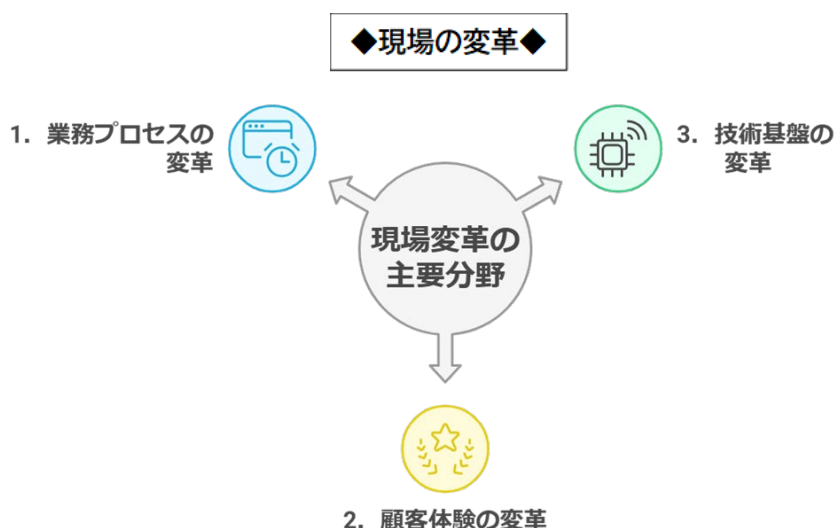
- ① 株式会社ホクガン(仕分け作業時間の継続的モニタリング)
 - ② イカリ消毒沖縄株式会社(AI 搭載ドライブレコーダーの導入)
 - ③ 株式会社東和(定期的な社内勉強会の実施)
- ※ 各事例では、ここまでは述べられていませんが、全ての企業で取り組むべきです。

このように、DX 推進は段階的かつ継続的なプロセスであり、柔軟に対応しながら進める必要があります。

(5) DX 取組事例から見る経営変革

DX 取組事例について、経営変革の観点から共通している事項は次のとおりです。

事例企業では、経営変革を実現しつつある！



1. 業務プロセスの変革

自動化・効率化: 沖縄ヤマト運輸株式会社では、RPA を活用して事務作業の自動化を進め、業務の効率化を図っています。

リアルタイム管理: 株式会社南都は、予約管理をリアルタイムで行うことで、業務の迅速化を実現しています。

予測・最適化: ゼロアグリ導入農家では、AI を活用して最適な水や肥料の供給を行い、農業の生産性を向上させています。

2. 顧客体験の変革

顧客対応の個人化: 体験王国むら咲むらは、電子マネーデータを活用して顧客ニーズを把握し、一人一人の嗜好やニーズ有ったクーポンの配付など、個別対応を強化しています。

顧客接点の多様化: 株式会社東和は、LINE を利用して顧客とのコミュニケーションを強化し、接点を増やしています。

サービスの質向上: 社会福祉法人千尋会は、AI 見守りシステムを導入し、個別ケアの質を向上させています。

3. 技術基盤の変革

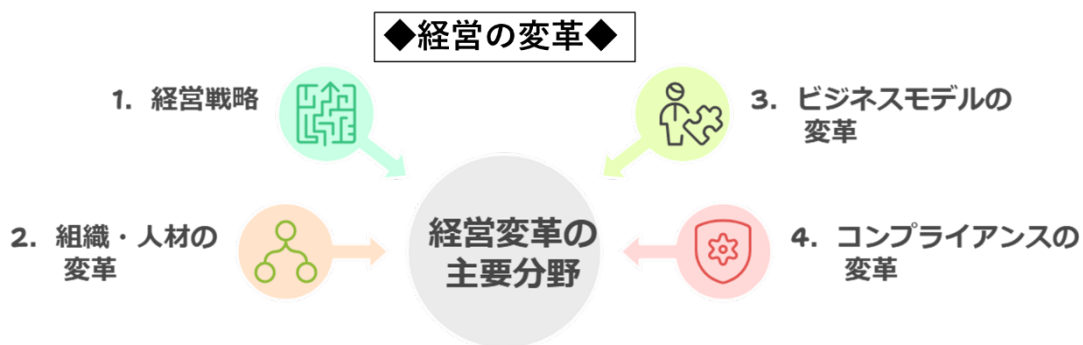
クラウド化: 株式会社イバノは、クラウドベースのハサップログを導入し、業務の効率化を図っています。

IoT 導入: 社会福祉法人千尋会では、センサー技術を活用した AI 見守りシステムを導入し、リアルタイムでの見守りを実現しています。

データ分析基盤: イカリ消毒沖縄株式会社は、BI ツールを活用してデータの可視化を行い、意思決定の質を向上させています。

これらのことから、DX が単なる技術導入や業務効率化ではなく、経営のあらゆる側面に影響を与え、企業全体を変革する取り組みであることがわかります。

また、各企業が自社の状況や課題に応じて、これらの変革領域の中から優先順位をつけて取り組んでいることが読み取れます。これらの変革が相互に関連し合い、全体として企業の競争力強化や新たな価値創造につながっているとと言えます。



1. 経営戦略の変革

データ駆動型意思決定: 体験王国むら咲むらは、電子マネーデータを活用してマーケティング戦略を策定し、データに基づく意思決定を行っています。

顧客価値の再定義: 社会福祉法人千尋会は、AI 見守りシステムを通じて介護サービスの質を向上させ、顧客価値を再定義しています。

2. 組織・人材の変革

デジタル人材育成: 株式会社東和は、社内勉強会を通じてデジタルスキルの向上を図り、デジタル人材を育成しています。

組織構造の変更: 沖縄ヤマト運輸株式会社は、DX 推進のために専門部署「事務改革課」を設置し、組織の柔軟性を高めています。

働き方改革: イカリ消毒沖縄株式会社は、デジタル化を進めることで残業時間を削減し、業務効率化を実現しています。

3. ビジネスモデルの変革

プラットフォーム化: タップホスピタリティラボ沖縄は、宿泊業の DX 推進を目的とした実証実験プラットフォームを構築しています。

協業モデルの構築: タップホスピタリティラボ沖縄は、60 社が参画する協業モデルを構築し、相互のシナジーを生み出しています。

4. リスク管理・コンプライアンスの変革

品質管理の高度化: 有限会社仲松ミートは、AI を活用した製造管理を導入し、品質管理の精度を向上させています。

セキュリティ強化: 具体的な事例は明示されていませんが、DX に伴い、セキュリティ強化は必須です。

コンプライアンス強化: 株式会社イバノは、HACCP に対応した衛生管理システムを導入し、コンプライアンスの強化を図っています。





このように、事例企業は現場と経営の両面での変革を進め、持続可能な成長を目指しています。

4. DX 推進のポイントは何か？

(1) DX 推進のポイント

各事例をまとめると、DX 推進のポイントは以下のように整理することができます。

DX の取組を組織面と実行面、実践的アプローチと戦略的アプローチに分けて見ると、社内でのやるべきことや、各領域の主な担当者が明確になります。効果的な DX 推進には、現場の実践と経営の戦略をバランスよく組み合わせ、組織と実行の両面から取り組むことが重要です。

		実践的アプローチ (現場視点)	戦略的アプローチ (経営視点)
主に経営視点 ↑	組織面 (人・文化・体制)	1. スキルと体制 <ul style="list-style-type: none"> 人育成と確保 デジタルスキルの向上 外部専門家の活用 現場の意見集約と反映  主に経営幹部や外部専門家を充てる	3. ビジョンと文化 <ul style="list-style-type: none"> 目的の明確化 経営層の決意 変革を受け入れる文化醸成 競争力維持の認識と共有  主に経営者がイニシアチブを取るところ
	実行面 (業務・技術・運用)	2. ツールと運用 <ul style="list-style-type: none"> 適切なツールの選択と導入 データの収集と活用 セキュリティ対策の実施 日常業務の効率化  主に現場が取り組むところ	4. 計画と評価 <ul style="list-style-type: none"> 中長期的なDX推進計画策定 KPIの設定と継続的な改善 全社的な進捗の可視化と評価 新規事業創出の検討と決定  全社一丸となって進める
		主に現場視点 ←	主に経営視点 →

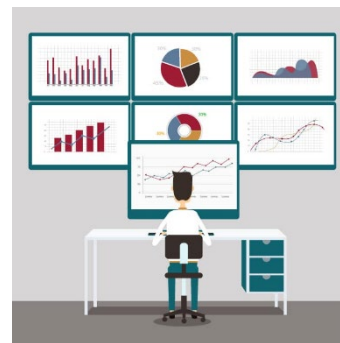
1. スキルと体制 (実践的・組織面)

- 現場レベルでのデジタルスキル向上と、それを支援する体制づくりを行います。
- 社内で DX を推進するため、従業員向けのデジタルスキルトレーニングを計画・実施します。これにより、DX の実行に必要な基本的な知識と技術を従業員に浸透させます。
- まず、専門的知見を持つ DX 推進チームを編成し、プロジェクトをリードすることも検討してみましょう。
- 支援体制の強化のため、必要に応じて外部の専門家を活用するのも良いでしょう。



2. ツールと運用 (実践的・実行面)

- 現場のニーズに合ったデジタルツールを選択し、効果的に導入・活用します。
- IT ツールの選定は、現場のフィードバックを基に実施し、操作性や実用性を確認した上で進めましょう。
- 日々の業務データを収集・活用し、具体的な業務効率化とセキュリティ強化を図ります。
- データの収集と管理を効率化し、日常業務の中でのリアルタイム活用を推進します。これにより、迅速な意思決定が可能になります。



3. ビジョンと文化 (戦略的・組織面)

- 経営層が DX の全社的なビジョンを明確に示し、それを支える組織文化を醸成します。
- 経営層により従業員に目標を明確にする定期的な社内説明会などを設け、ビジョンの共有を試みることも重要です。
- また、ビジョンの共有だけでなく、成功事例を紹介し、DX の重要性を全社的に理解してもらいます。
- それにより、DX の重要性を全社で共有し、変革を前向きに受け入れる環境を整えます。



4. 計画と評価 (戦略的・実行面)

- 経営層主導で短期・中期・長期計画を策定し、PDCA を取り入れ、適切な KPI を設定します。
- 結果を定期的に評価しながら、KPIに基づいた計画の進捗状況を確認していきます。
- 全社的に進捗を可視化・評価し、必要に応じて戦略の調整も重要です。
- 新規事業創出も含めた戦略的な判断を行います。



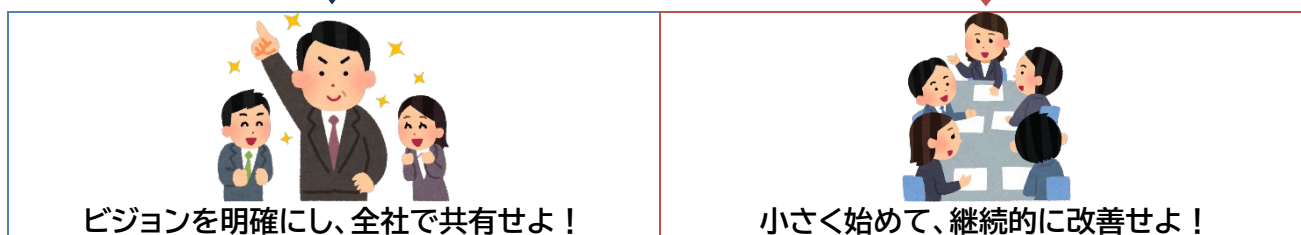
その上で、DX 推進を効果的に進めるためには、戦略と実行の両面からバランスよく取り組むことが求められます。

【DXの本質】

デジタル技術を活用して、ビジネスモデルや組織文化を変革し、競争力を高めていく継続的なプロセスです。単なるIT導入ではなく、企業全体の経営変革を目指すものです。

DX推進の2大取組は、戦略と実行！

戦略的取組	実行的取組
これらの取組は、DXの方向性を定め、組織全体の変革を促進する要件です。	これらの取組は、実際のDX施策の実施と、それを支える基盤に関する要件です。
1. 全社的アプローチ	1. 人材と体制の整備
<ul style="list-style-type: none">経営層によるビジョンの明確化と推進組織文化の変革と全社的な理解・協力	<ul style="list-style-type: none">デジタルスキルを持つ人材の育成・採用DX推進のための専門チームや体制の構築
2. 長期的視点の維持	2. 段階的かつ継続的な実行
<ul style="list-style-type: none">短期的な成果と長期的な変革のバランス新規事業創出を含めた戦略的判断	<ul style="list-style-type: none">小規模なプロジェクトから開始し、成功体験を積むPDCAサイクルによる継続的な改善
3. 評価と最適化	3. データ活用の強化
<ul style="list-style-type: none">適切なKPIの設定と進捗の可視化データに基づく戦略の見直しと最適化	<ul style="list-style-type: none">目的を明確にしたデータ収集と分析データに基づく意思決定と業務改善
4. 顧客中心のアプローチ	4. 適切なツールとテクノロジーの選択
<ul style="list-style-type: none">顧客データの分析によるニーズ理解データを活用した製品・サービスの改善	<ul style="list-style-type: none">業務ニーズに合ったデジタルツールの導入セキュリティを考慮したシステム構築
5. 組織横断的な取り組み	5. 外部リソースの活用
<ul style="list-style-type: none">部門間の連携強化データと知見の共有促進	<ul style="list-style-type: none">外部専門家やパートナーの活用業界動向や最新技術の継続的な学習



DXの推進にあたっては、組織面では経営層がビジョンを明確に示し、全社的に共有しながら組織文化を変革し、デジタルスキルを持つ人材の育成や専門チームの構築が必要です。

実行面では、現場のニーズに合わせたツール導入、日常業務におけるデータ活用、PDCAサイクルによる継続的な改善が不可欠です。全社的なアプローチにより、顧客中心の戦略と外部リソースの活用を組み合わせ、DXを段階的に進めていくことが、競争力を高め、持続的な成長を実現する鍵となります。

まとめとして、「ビジョンを明確にし、全社で共有し、小さく始めて継続的に改善する」という姿勢がDX推進の成功を導く基本原則です。

付録：各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版)

■ 各種支援のガイドブック

- 中小企業100の支援
[【沖縄県】中小企業 100 の支援 -支援策・補助金ガイド沖縄- \(100support.okinawa\)](#)

■ 相談窓口

- Industlink(インダストリンク)
[沖縄イノベーションマッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- OKINAWA DPF(沖縄オープンデータプラットフォーム)
[ODPF 問い合わせページ](#)
- 沖縄県産業振興公社 経営相談
[経営相談窓口 | 沖縄県産業振興公社 \(okinawa-ric.jp\)](#)
- 沖縄県よろず支援拠点
[沖縄県よろず支援拠点 | 経営上のどんなお悩みも無料で何度でも相談・解決！ \(yorozu-okinawa.go.jp\)](#)
- IT 経営サポートセンター(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[IT 経営サポートセンター \(smrj.go.jp\)](#)
- オンライン経営相談「E-SODAN」(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[ハンズオン支援\(専門家派遣\) | 経営にお悩みの方へ | 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 \(smrj.go.jp\)](#)

■ 補助・助成金

- 小規模事業者等デジタル化支援事業(沖縄県商工労働部中小企業支援課)
[小規模事業者等デジタル化支援事業 | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- 沖縄 DX 促進支援事業(沖縄県商工労働部 IT イノベーション推進課)
[令和 6 年度「沖縄 DX 促進支援事業」がスタートしました！ | 運営からのお知らせ | 沖縄イノベーション マッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業(沖縄県文化観光スポーツ部観光振興課)
[【補助金申請受付中】令和 6 年度 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業のお知らせ | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- IT 導入補助金(中小企業庁)
[IT 導入補助金とは | IT 導入補助金 2024 \(smrj.go.jp\)](#)
- ものづくり補助金総合サイト
[公募要領について | ものづくり補助事業公式ホームページ ものづくり補助金総合サイト \(monodukuri-hojo.jp\)](#)

ResorTech Okinawa サイトの支援情報もご覧ください！

- ◆沖縄県内の IT 導入や DX に取り組む企業の事例を記事や動画でわかりやすく紹介しています。DX 手引第一部の解説動画も掲載中です。
- ◆DX の知識やノウハウが学べるセミナーやイベント情報、補助金などの支援情報が満載です。



<https://www.resortech.okinawa/support/>

 ResorTech Okinawa DXの手引

第二部 中小・中堅企業のDX 取組編

編 沖縄県 商工労働部 IT イノベーション推進課
一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター

2025年1月





ResorTech Okinawa

DXの手引

第三部 中小・中堅企業の経営変革編

編 沖縄県 商工労働部 IT イノベーション推進課

一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター



これだけ知っていれば、御社でも DX ができる！

- DX はひと通りわかった
- DX にも取り組み始めている
- しかし、さらに経営を変革させたい

と思ったら読む本

目次

はじめに.....	1
(1) なぜ DX が必要か？.....	1
(2) 本書の構成.....	1
(3) 本書の対象.....	2
(4) 本書の読みどころ.....	2
1. 経営変革とは何か？.....	3
(1) なぜ、経営変革が必要か？.....	3
(2) 経営変革も4つの要素で考える.....	5
(3) 経営変革は何をすれば良いのか？.....	6
2. 経営変革を考える.....	8
(1) コロナ禍に見る観光産業の経営変革(事例分析).....	8
(2) 経営変革の実現方法(事例分析).....	10
(3) 経営改革の例示ストーリー.....	14
3. 御社の経営変革 必要度&進捗度チェックリスト.....	16
(1) 経営変革の必要度チェックリスト.....	16
(2) 経営変革の進捗チェックリスト.....	17
付録: 各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版).....	19

はじめに

(1) なぜ DX が必要か？

DX とは一言で言えば、「デジタル技術の活用を前提とした経営変革」です。

沖縄県が、企業の皆様に DX を勧める理由は、企業の「稼ぐ力」を上げることにあります。

沖縄県の「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」では、5つの将来像のうち、「希望と活力にあふれる豊かな島を目指して」において、「県民所得の着実な向上につながる企業の『稼ぐ力』の強化」を基本施策としています。

そのためには、中小企業等の経営基盤を強化して「稼ぐ力」を向上させ、全産業の労働生産性(仕事の価値)を上げることが必要です。DX は、そのための手段として期待されているのです。

将来像3 希望と活力にあふれる豊かな島を目指して

1. 県民所得の着実な向上につながる企業の「稼ぐ力」の強化

- 全産業における労働生産性の向上
- 地域・産業間連携による「稼ぐ力」と域内自給率の向上
- 中小企業等の経営基盤の強化による「稼ぐ力」の向上

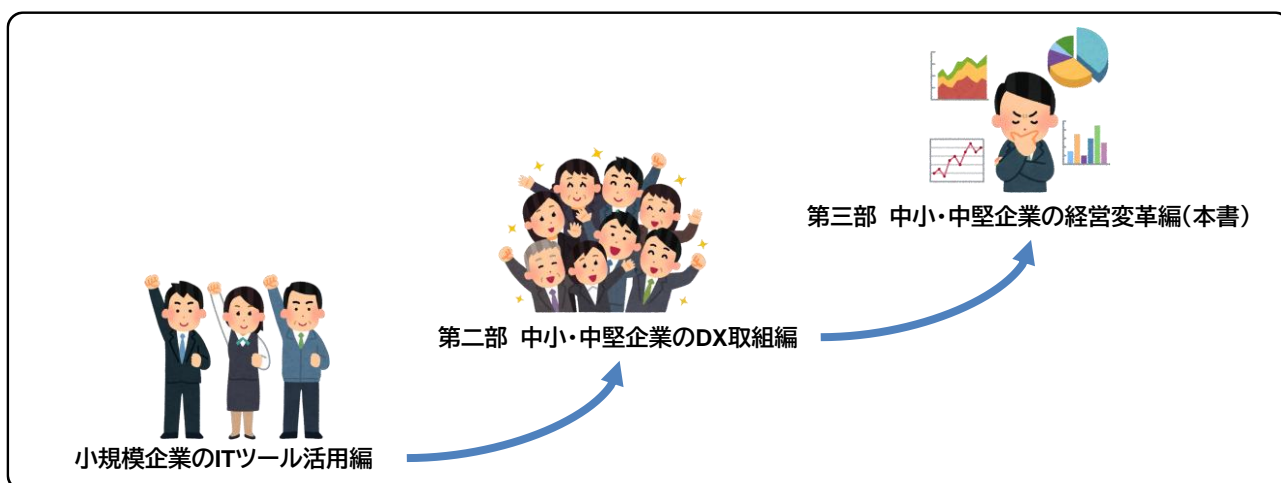
出典:「新・沖縄21世紀ビジョン 基本計画」パンフレット(沖縄県 企画部)

(2) 本書の構成

本シリーズでは、次のように企業の DX 推進に向けて、段階的に解説します。

- 第一部 小規模企業の IT ツール活用編…主に DX の初歩と IT ツール導入
- 第二部 中小・中堅企業の DX 取組編…企業経営を中心に DX の推進について深掘する
- 第三部 中小・中堅企業の経営変革編(本書)…DX の目標である経営変革について説明

第三部では、第一部の IT ツール活用と第二部の DX の取組を踏まえて、経営変革について解説しています。第一部、第二部と併せて DX 推進の指針としてご活用下さい。



(3) 本書の対象

右のグラフは、沖縄県内に本社がある企業を従業員規模別に示したものです。

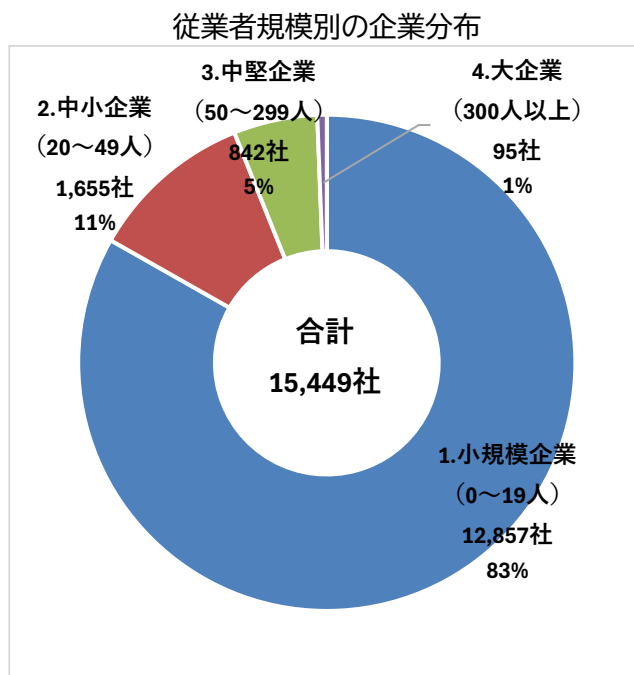
本書は、県内企業の約 16%に相当する中小企業と中堅企業を主な対象としています。

経営変革は、もはや大企業だけのものではありません。むしろ、規模に関係なく、全ての企業が向き合わなければならない課題となっています。

その理由は、私たちを取り巻く経営環境が大きく変化したからです。かつては「地方だから」「中小企業だから」という言葉で済んでいたことが、もはや通用しない時代になってきています。

本書では、このような変化の時代に対応するための具体的な取り組みを紹介しています。IT やデジタル技術の活用は、その重要な要素の一つですが、決してそれだけではありません。

変化の波は、確実に私たちに押し寄せています。この波を乗り越え、次の時代を生き抜くための指針として、本書をご活用ください。



出典:「令和3年 経済センサス」総務省・経済産業省

(4) 本書の読みどころ

1. 経営変革の本質的な理解

本書は、DX を単なるデジタル技術の導入ではなく、「デジタル技術を活用した経営変革」として捉えています。企業の「稼ぐ力」を上げることを最終目標に、経営全体の変革を説明しています。

2. コロナ禍を通じた変革の具体的な学び

沖縄の観光関連産業を具体例に、危機を経営変革の契機として捉える視点を提供しています。「量から質への転換」「数の経営から利益経営」への移行といった、危機を乗り越えるための具体的な戦略を示しています。

3. 企業経営の 4 つの要素による体系的アプローチ

市場、商品・サービス、資源、資金の 4 つの要素から経営変革を包括的に捉えるフレームワークを提示しています。一つの要素だけでなく、全体のバランスを考慮した変革の重要性を強調しています。

4. 規模や地域に関わらない普遍的な変革の必要性

経営変革を「大企業だけ」「都会だけ」の話ではなく、中小企業や地方企業も同様に求められていることを示しています。顧客の期待、人材の流動性、価格と価値の透明化などの観点から、変革の必要性を説明しています。

1. 経営変革とは何か？

(1) なぜ、経営変革が必要か？

■ 変わっていく経営環境





近年、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。顧客のニーズは急速に多様化し、新しい競合の参入により競争は激化の一途をたどっています。また、デジタル化への対応は、どんな企業も避けては通れない課題となっています。

さらに、人材面では熟練社員の高齢化や若手の採用難、働き方改革への対応など、企業内部の課題も山積しています。これらの変化に伴い、人材の確保も従来以上に困難になってきました。

このような状況下で企業が生き残り、発展していくためには、従来のやり方を見直し、新しい時代に適応した経営の仕組みを作っていく必要があります。

つまり、経営変革は、もはや選択肢ではなく、企業存続のための必須の取組となっているのです。

経営変革は企業存続のための必須の取組！（こんな状況はありませんか？）

市場 	【顧客】 <ul style="list-style-type: none"> ・人口減少と高齢化による需要の縮小 ・地元の固定客の高齢化 ・若い世代の地域外での購買行動の増加 ・近隣の大規模商業施設への顧客流出 	【競合】 <ul style="list-style-type: none"> ・大型店の出店による地域商店街の衰退 ・同業者の廃業増加による業界の弱体化 ・ネット通販との価格競争 ・地域における協力企業の減少
商品・サービス 	【商品・サービス】 <ul style="list-style-type: none"> ・長年変更していない商品・サービス構成 ・在庫管理や仕入れの非効率さ ・主力商品の利益率低下 ・新商品開発の遅れ 	【価格】 <ul style="list-style-type: none"> ・仕入価格や光熱費の上昇 ・価格転嫁の難しさ ・値引き要請への対応 ・適正な利益確保の困難さ
資源 	【固定費的な資源】 <ul style="list-style-type: none"> ・設備の老朽化 ・店舗・工場の修繕費用の増加 ・IT投資の遅れ ・遊休設備の維持負担 	【人材・働き方】 <ul style="list-style-type: none"> ・熟練社員の高齢化 ・若手従業員の確保難 ・家族従業員への依存 ・休暇取得の難しさ ・賃金アップの難しさ
資金 	【調達】 <ul style="list-style-type: none"> ・運転資金の確保 ・設備更新資金の不足 ・担保となる資産の減価 ・事業承継時の資金需要 	【回収・運用】 <ul style="list-style-type: none"> ・支払いサイトの長期化 ・固定費負担の重さ ・季節による資金需要の変動 ・余剰資金の不足

■ 経営変革は大都市や大企業の話か？

経営変革と言うと、「それは大企業だからできること」「それは都会だからできること」と言われることがあります。しかし、今やその考え方は通用しなくなっています。

1. 顧客のサービス品質と価格への期待

- 沖縄観光の進展で、県外や海外からの顧客が増え、これらの顧客は母国や県外と同等のサービスを求めるようになっていきます。
- 沖縄に戻った県内の顧客も、県外で最高のサービスを体験した結果、同じ品質のサービスを求めることが当然になっています。
- 同様に、顧客はネットで全国の価格や品質を比較し、「沖縄だから仕方ない」「沖縄だから割高で当たり前」では通用しなくなった時代に入っています。
- 現在、沖縄に求められるのは、県外並みの価格や品揃え、あるいはそれ以上の付加価値です。

2. 人材の待遇への期待

- 若手社員は、大手企業の働き方改革やキャリア支援を知っています。
- 転職サイトで、より良い労働条件の企業を簡単に見つけられます。
- 「中小企業だから待遇は控えめ」では、優秀な人材は確保できません。

3. ビジネスチャンス

- 大手企業は地方での事業展開を強化しています。放っておけば、地域の市場は大手に取って代わられるおそれもあります。
- 逆に、デジタル化の進展によって、県内企業も全国市場に進出するチャンスが生まれています。
- デジタルツールやオンラインプラットフォームを活用することで、沖縄など地方の企業も全国市場で競争できるようになったのです。

4. 経営の革新

- 経営環境や価値観・技術の変化で、従来の商習慣や経営手法が通用しなくなっています。
- 顧客との関係づくり、社員との関係も、新しい形が求められます。
- 「うちは昔からこうだから」では、生き残れない時代となりました。

つまり、かつての「それは都会の話」「それは大企業の話」「沖縄は独特だから違う」は、もはや言い訳にならない時代になりました。

顧客も従業員も、全国と同じ品質のサービスや待遇を求めているのです。

これらの環境変化に対応できない企業は、規模や地域に関係なく、選ばれなくなるおそれがあります。

(2) 経営変革も4つの要素で考える

■ 4つのポイントに合わせた経営変革の例

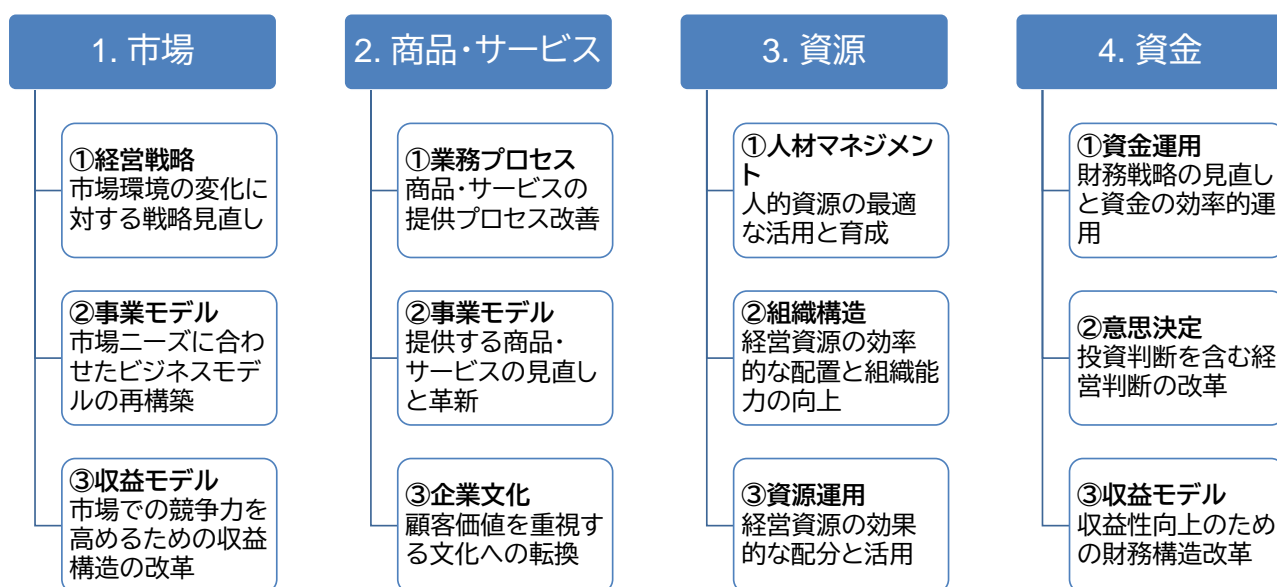
経営変革とは、端的に言えば、「市場の変化を読み取り、それに対応できる商品・サービスを提供できるよう、社内の人材・設備(資源)と資金を最適に組み直していく」取組です。

大切なのは、何か一つだけを変えるのではなく、会社全体のバランスを取りながら、一歩ずつ着実に改革を進めていくことです。

では、経営変革はどのような基準で考えれば良いのでしょうか？企業経営は市場、商品・サービス、資源、資金という4つの要素で考えられます。

経営変革も、これら4つの要素をバランスよく、かつ相互の関連性を考慮しながら、持続的に進化させていく取組です。大切なのは、一つの要素だけを変えるのではなく、全体として調和のとれた改革を目指すことです。

企業経営の4つのポイントに合わせた具体的な取り組みを体系的に整理してみましょう。



各領域について説明すると…

1. 市場に関する改革

- ①経営戦略:例えば、デジタル化が加速する中で、オンラインビジネスの強化を決断するような状況です。
- ②事業モデル:例えば、「サブスク」の移行など、収益の上げ方そのものを変えることです。
- ③収益モデル:前章の「ビジネスモデルの変革」に見るような、利益の出し方を根本的に変えることです。

2. 商品・サービスの改革

- ①業務プロセス:例えば、受注から配送までの無駄な工程を省くなど、提供方法を効率化することです。
- ②事業モデル:既存商品のリニューアル、全く新しいサービスの追加など、提供価値そのものを変えることです。
- ③企業文化:「作りたいものを作る」から「顧客が求めるものを作る」という考え方への転換など、組織の価値観を変えることです。

3. 資源の改革

- ①人材マネジメント:例えば、新しいスキルを持つ人材の採用や、既存社員の再教育など、人材力の強化です。
- ②組織構造:部署の統廃合や、意思決定の権限移譲など、組織の動かし方を変えることです。
- ③資源運用:設備投資の優先順位付けや、遊休資産の活用など、持っているものを最大限活用することです。

4. 資金に関する改革

- ①資金運用:例えば、余剰資金の投資方針の見直しや、運転資金の調達方法の変更など、お金の使い方を最適化することです。
- ②意思決定:投資の判断基準を明確化や予算配分の優先順位の変更など、判断の仕方を変えることです。
- ③収益性モデル:例えば、低収益部門の切り離しや、高収益事業への経営資源の集中など、企業全体の収益構造を改善することです。

(3) 経営変革は何をすれば良いのか？

■ 経営変革のための4つの基礎練習





経営変革を目指しても、「明日から何をすれば良いのか」という実践的な指針がないと現場は動きません。

経営変革の「基礎練習」として、以下の4つの日々の習慣を紹介します。

この4つの基礎練習は、「シンプルで具体的な行動指針」「短時間でも継続できる」「誰でもできる」ものです。

これらの習慣を身につけることで、前述のフレームワークで示した経営課題に対する「感度」が自然と高まっていきます。まさに、経営変革という大きな目標に向かうための「筋トレ」のような役割を果たします。

誰でも毎日できる、経営変革のための基礎練習！

<p>1. 「数字を見る」習慣</p> 	<p>【具体的な行動】</p> <ul style="list-style-type: none">・毎朝15分、昨日の売上を確認する・週初めに先週の経費状況をチェックする・月初めに前月の利益状況を把握する	<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none">・問題の早期発見につながる・経営感覚が養われる・具体的な対策を考えるきっかけになる
<p>2. 「現場を歩く」習慣</p> 	<p>【具体的な行動】</p> <ul style="list-style-type: none">・毎日30分は現場に立つ・従業員と短く会話する時間を作る・気づいたことをメモする	<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none">・現場の実態がわかる・従業員との距離が縮まる・小さな改善のヒントが得られる
<p>3. 「お客様の声を聴く」習慣</p> 	<p>【具体的な行動】</p> <ul style="list-style-type: none">・毎日1件は顧客の声を直接聞く・クレームやフィードバックを必ずチェックする・競合の動きを確認する	<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none">・市場の変化を肌で感じられる・商品・サービスの改善につながる・競争力の維持・向上に役立つ
<p>4. 「書き出す」習慣</p> 	<p>【具体的な行動】</p> <ul style="list-style-type: none">・毎日5分、気づいたことを書き出す・週末に今週の振り返りを書く・月末に来月やるべきことを書き出す	<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none">・思考が整理される・行動の優先順位がつけやすくなる・進捗管理がしやすくなる

■ 基礎練習が経営改革と DX の土台となる理由

日々の基礎練習は、経営改革と DX の本質的な目的である「事実(データ)に基づく意思決定」「顧客価値の継続的な創造」「組織全体の変革力の強化」につながっています。

① 経営改革と DX の本質

経営改革や DX の本質は、単なる「テクノロジーの導入」ではありません。その本質は…

- 事実に基づく意思決定の仕組み作り
- 顧客価値の継続的な創造
- 組織全体の変革力の強化

にあります。

② 4つの基礎練習とその真の意味

以下の表は、4つの基礎練習がどのように経営改革・DXの実現を支えているのかを示しています。

一見すると単純な日々の行動が、実は経営改革と DX に必要な「組織の体質改善」と「変革への準備」を着実に進める役割を果たしているのです。

事実を重視する習慣、現場を理解する姿勢、顧客の声に耳を傾ける文化、そして学習する組織づくり。

これらの基礎があってこそ、本当の意味での経営改革と DX が実現できるのです。

経営変革には「事実」と「実践」を積み上げる！

基礎練習	具体的な行動	本質的な意味	経営改革・DXとの関係
1. 数字を見る	• 毎日の売上、経費、利益をチェック	• データに基づく経営判断の習慣化	• データによる経営の土台作り • 「感覚」から「データ」への進化
2. 現場を歩く	• 毎日30分は現場で過ごし、会話する	• 実態把握と課題発見の習慣化	• 改善ポイントの発見 • 真に必要なデジタル化の特定
3. お客様の声を聴く	• 毎日1件は顧客の声を直接聞く	• 市場ニーズの把握と変化への対応	• デジタル投資の方向性確認 • 新しいビジネスモデルのヒント発見
4. 書き出す	• 毎日5分、気づきをメモする	• 経営課題の整理と共有の仕組み化	• 組織的な知識管理の基盤 • 改善・改革のPDCA確立

③ この取り組みがもたらす3つの効果

この基礎練習は、経営変革に対し次の効果をもたらします。

- 変革の持続性確保…日常的な小さな改善の積み重ね、全社的な変革マインドの醸成
- 組織能力の強化…データに基づく判断力、変化への適応力
- 投資効果の向上…真に必要な投資の見極め、現場の受容性の向上

特に、「投資効果の向上」では、

- 「数字を見る」ことで、どの業務にコストがかかっているのか、どこに非効率があるのかが見えてきます
- 「現場を歩く」ことで、実際に困っている業務や改善すべきポイントが具体的に分かります
- 「お客様の声を聴く」ことで、本当に価値を生む投資か判断できます
- 「書き出す」ことで、投資の優先順位づけに必要な情報が蓄積されます

これらの習慣なしには、いくらテクノロジーを導入しても、真の経営改革や DX は実現できません。

ご紹介した基礎練習は、デジタル時代における「経営の筋トレ」なのです。

2. 経営変革を考える

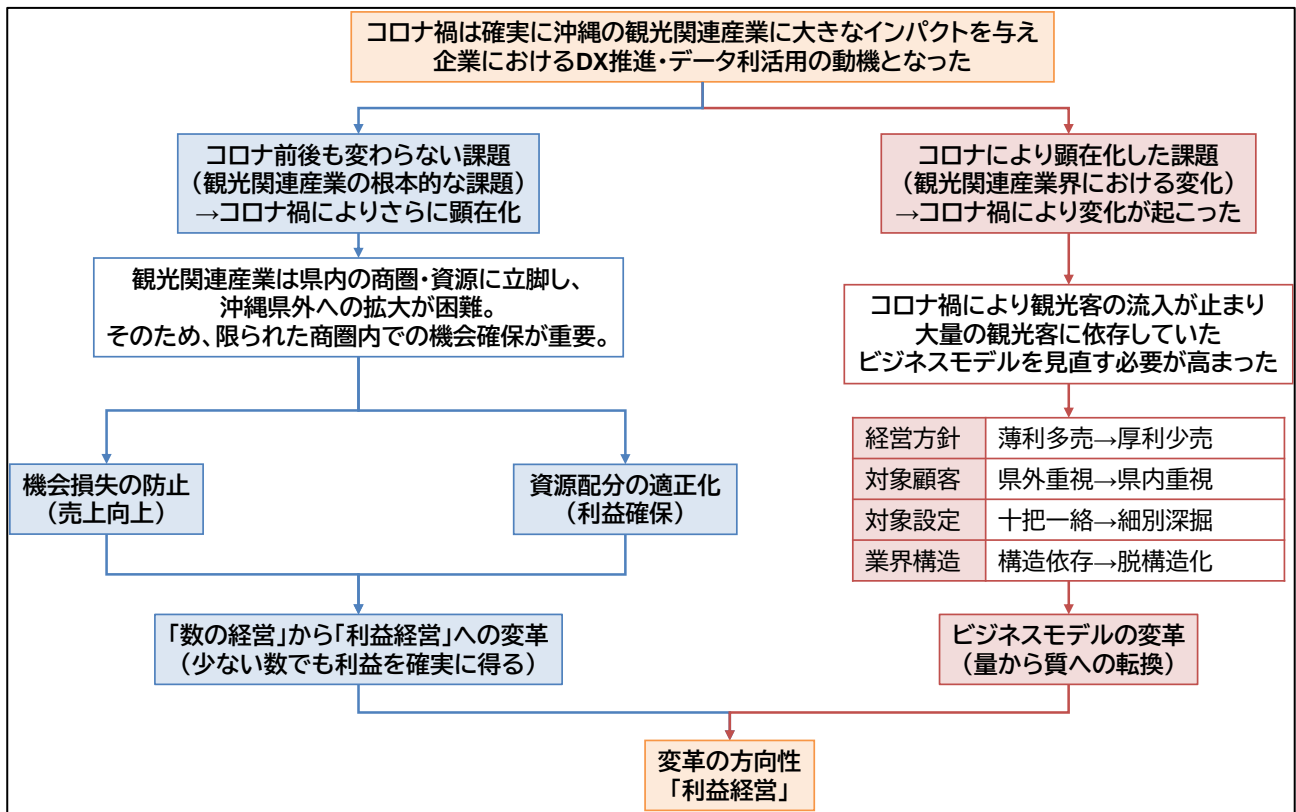
(1) コロナ禍に見る観光産業の経営変革(事例分析)

■ コロナ禍で顕在化した課題と変革

沖縄県内で、経営変革の必要性が如実に顕れた事例は何でしょう？

最近では、新型コロナウイルス感染症の流行が挙げられます。この時、沖縄県内の観光関連業界は経営変革を迫られました。この変革は、大きく二つの側面から捉えることができます。

コロナ禍の下で、県内の観光業界にはこのような課題と変化が顕在化した！

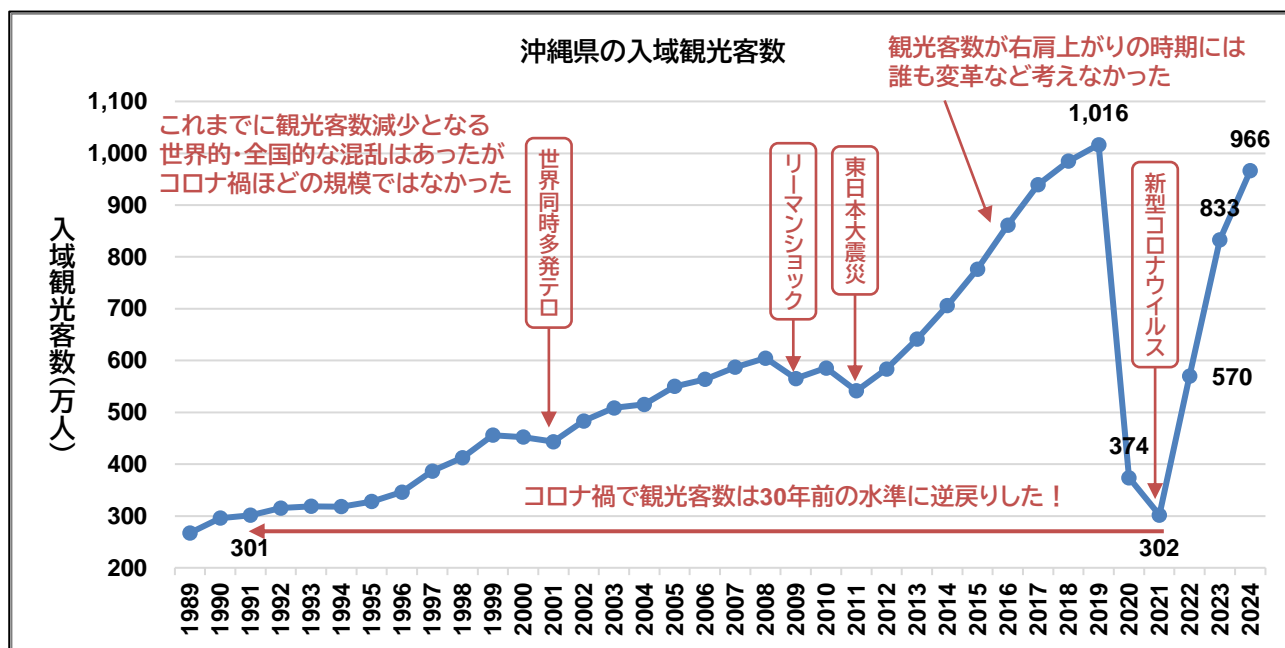


一つは、観光関連産業が従来から抱えていた根本的な課題への対応です。観光産業は、県内の商圈や資源に立脚しており、沖縄県外への拡大が困難という特徴があります。そのため、限られた商圈内での機会損失防止と資源配分の適正化を通じて、「数の経営」から確実な利益確保を目指す「利益経営」への変革が求められました。

もう一つは、コロナ禍により顕在化した課題への対応です。観光客の流入停止により、大量集客に依存したビジネスモデルの脆弱性が露呈しました。これを機に、経営方針を薄利多売から厚利少売へ、顧客対象を県外から県内重視へ、さらに対象設定を十把一絡げから細別深掘りへと転換する「量から質への転換」が進められました。

これら二つの変革は、一見異なる方向性に見えますが、実際には「利益経営」という共通の目標に向かっています。すなわち、「量的拡大の限界を認識しつつ、質的向上を通じて持続可能な経営を実現する」という、観光関連産業における本質的な経営変革が進められているのです。

■ コロナ禍が沖縄の観光産業に与えた影響



沖繩県の入域観光客数の推移を見ると、これまでも世界同時多発テロ(2001年)、リーマンショック(2008年)、東日本大震災(2011年)など、世界的・全国的な混乱による観光客数の減少を経験してきました。しかし、これらの影響は一時的・限定的なものにとどまり、長期的には増加傾向を維持してきました。

2019年には過去最高となる1,016万人を記録するなど、右肩上がりの成長を続けてきた沖縄観光。観光客数が増え続けるこの時期には、恐らく多くの事業者が誰も経営変革など考えていなかったのではないのでしょうか。「今日の損失は明日の増収で十分カバーできる」と考えていたからです(事業者談)。

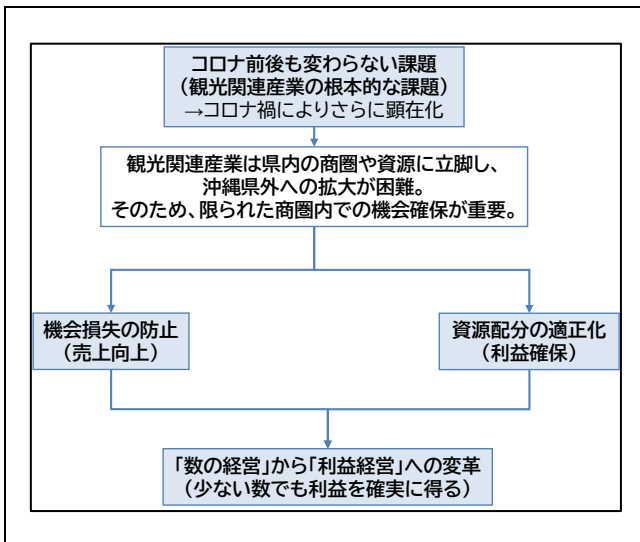
しかし、2020年からの新型コロナウイルス感染症の流行により観光客数は急激に減少し、2020年にはわずか302万人と30年前(1991年)の水準にまで逆戻りする事態となりました。この減少幅は過去の危機をはるかに上回るものでした。

その後、徐々に回復の兆しを見せ、2024年には966万人まで回復していますが、この経験は沖縄の観光関連産業に大きな教訓を残すことになりました。観光関連事業者が、これまでの「量」を重視した観光ビジネスから、より持続可能な観光のあり方を模索する契機となったのです。

この事例を見るだけでも、経営変革の重要性が見て取れます。観光関連産業の経営者の中には「一度変革に着手したら、もう昔のやり方には戻れない、戻りたくない」と明言する方もいらっしゃいます。

(2) 経営変革の実現方法(事例分析)

■「数の経営から利益経営」への変革(分析)



では、前項の「数の経営から利益経営」の変革について詳しく見ていきましょう。

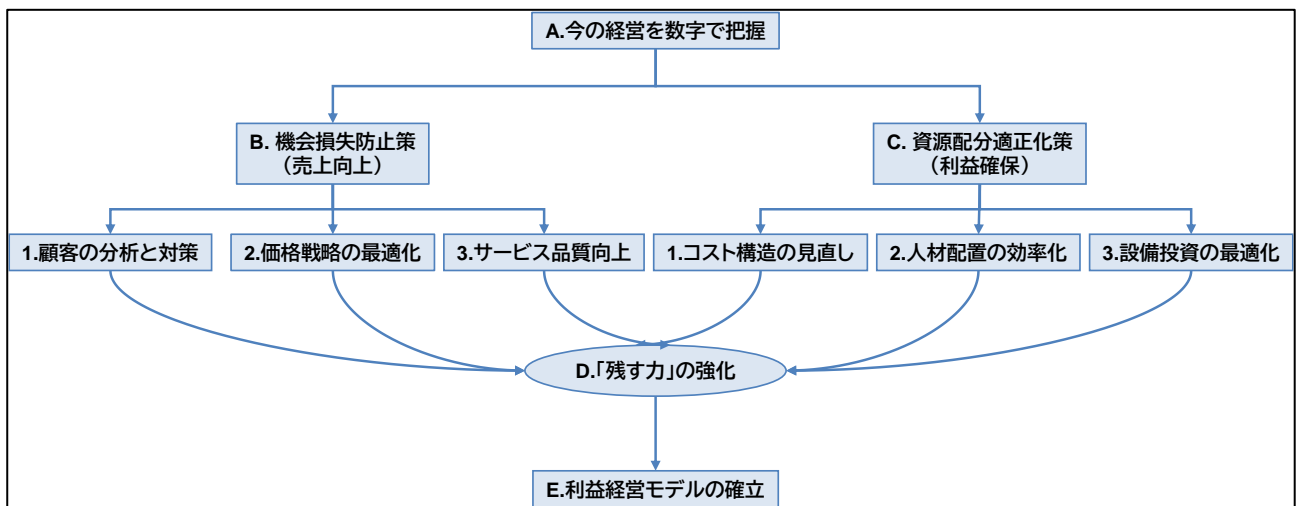
まず大切なのは、「たくさん売れば良い」という考え方から「利益を確実に残す」という考え方への転換です。そのためには、まず経営の現状を数字でしっかりと把握することから始める必要があります。

この経営変革は、大きく分けて二つの方向から取り組みます。一つは「機会損失を防ぐ」こと。もう一つは「資源配分の適正化」です。

これらの取り組みを通じて「残す力」を強化し、最終的に利益を重視した経営モデルを確立することを目指します。

以下の図は、この経営変革の全体像を詳細化したものです。それぞれの要素について、具体的に見ていきましょう。

経営変革で「残す力」を強化しよう！



A. 今の経営を数字で把握…まずは数字で現状を正確に把握する



- 商品やサービス別の利益率を計算し、どの商品でどれだけ儲かっているかを把握
- 固定費(家賃・人件費等)と変動費(仕入・材料費等)の割合を整理し、最低限必要な売上額を算出
- 時期別・時間帯別の売上データから、繁閑の波を数値化

B. 機会損失防止策(売上向上)



1.顧客の分析と対策…顧客の特徴と行動パターンを分析する

- 予約データや売上データから、常連客の利用頻度、購入単価、好みのサービスを分析
- 新規の顧客がリピーターになる割合と、その要因を特定
- 最も収益に貢献している顧客層を見つけ出し、その顧客に合わせたサービス開発



2.価格戦略の最適化…需要に応じた適切な価格設定で収益を最大化

- 繁閑期での価格差をつけ、閑散期の集客と繁忙期の利益確保を両立
- 平日・休日、時間帯による価格変動の仕組みづくり
- 高付加価値商品と普及価格帯商品のバランスを取った品揃え



3. サービス品質向上・・・顧客満足度を数値化し、継続的に改善

- 顧客アンケートを点数化し、満足度の推移を測定
- 苦情やクレームの内容を分類し、優先的に改善すべき項目を特定
- スタッフの接客レベルを数値評価し、研修テーマを設定

C. 資源配分適正化策(利益確保)



1. コスト構造の見直し・・・経費の中身を細かく分析し、ムダを省く

- 主要な経費項目について、売上に対する適正比率を設定
- 仕入先の定期的な見直しと、発注ロットの最適化
- 業務内容の棚卸しを行い、外注化が有利な業務を特定



2. 人材配置の効率化・最適化・・・売上と人件費のバランスを取る

- 時間帯別の必要人員数を算出し、シフト作成に反映
- 繁忙期は派遣やアルバイトで補完し、固定費を抑制
- スタッフの多能工化により、人員配置の柔軟性を確保



3. 設備投資の最適化・・・必要な投資と回収計画を明確にする

- 設備の修繕・更新計画を定期的に作成
- 新規設備導入時は、売上増加額または経費削減額を試算
- リース活用による初期投資の抑制を検討

D. 「残す力」の強化・・・売上と利益の両立を図る



- 部門別・商品別の粗利率を毎月チェック
- 高収益商品の開発と販売強化
- 経費削減と客単価向上の数値目標を設定

E. 利益経営モデルの確立・・・PDCA サイクルを回す



- 月次で重要な経営指標をチェックする仕組みづくり
- 収支計画と実績の差異分析
- 従業員との定期的な目標と実績の共有

実践のポイント

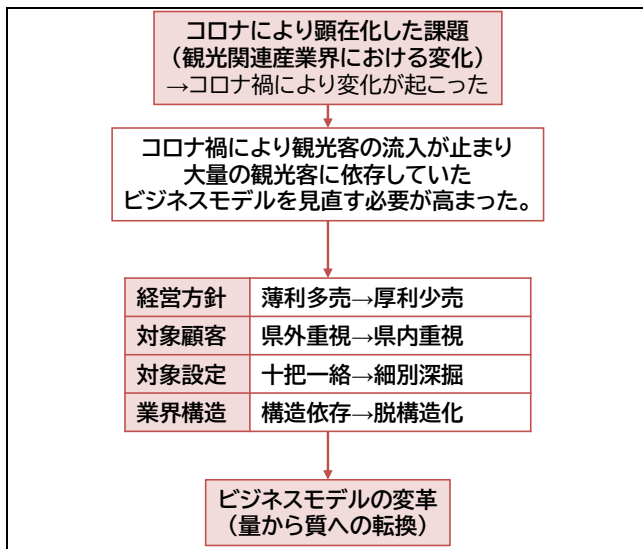


1. まずは現状把握からスタート
2. できることから順番に着手
3. 効果を数値で確認
4. 成功事例を社内で共有
5. 定期的に見直しと改善を実施

この中で最も大事なことは、「A.今の経営を数字で把握・・・まずは数字で現状を正確に把握する」です。
このために、本シリーズ第一部や第二部で述べた取組が必要なのです。

これらの取り組みを通じて、「どれだけ売上があるか」ではなく、「どれだけ利益が出ているか」を重視する経営への転換を図ります。

■ ビジネスモデルの変革(分析)



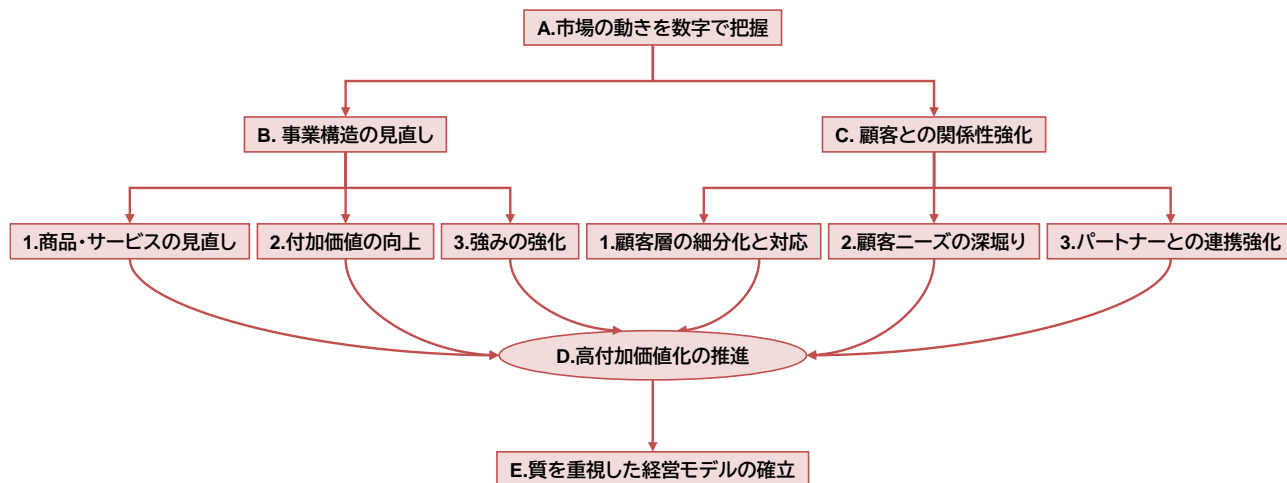
では、次に「量から質への転換」について詳しく見ていきましょう。

まず大切なのは、「大量の顧客に来ていただいて薄利でも稼ぐ」という考え方から、「価値のあるサービスを提供して適正な利益を確保する」という考え方への転換です。そのためには、まず市場の動きを数字でしっかりと把握することから始める必要があります。

この経営変革は、大きく分けて二つの方向から取り組みます。一つは「事業構造の見直し」。もう一つは「顧客との関係性強化」です。これらの取り組みを通じて「高付加価値化」を推進し、最終的に質を重視した経営モデルを確立することを目指します。

以下の図は、この経営変革の全体像を詳細化したものです。それぞれの要素について、具体的に見ていきましょう。

経営変革で質重視の経営を確立しよう！



A. 市場の動きを数字で把握…今、何が起きているのかを理解する



- 顧客のニーズや行動の変化を数値で確認
- どんな客層がどんなサービスを選んでいるかを分析
- リピート率や客単価の推移を把握

B. 事業構造の見直し



- 商品・サービスの見直し…提供する価値を再検討する
 - 現在の商品・サービスの強みと弱みを分析
 - 顧客の評価が高いものを伸ばす
 - 新しい需要に対応した開発を行う



- 付加価値の向上…顧客の満足度を高める要素を追加
 - サービスの質的向上につながる要素の特定
 - スタッフの専門性や技術力の向上
 - 顧客の期待を超える新しい価値の提供



- 強みの強化…自社の優位性を伸ばす
 - 現在評価されている要素を更に磨く
 - スタッフの得意分野を活かす
 - 他社との差別化につながる要素を強化

C. 顧客との関係性強化



1. 顧客層の細分化と対応…顧客一人一人を理解する

- 目的や好みによる顧客層の分類
- それぞれの層に合わせたアプローチの開発
- 特に注力すべき顧客層の選定



2. 顧客ニーズの深掘り…より深い理解と対応を行う

- 顧客との対話の機会を増やす
- 潜在的なニーズの発見
- 個別の要望への柔軟な対応



3. パートナーとの連携強化…外部との協力で価値を高める

- 相互補完できるパートナーの発掘
- 新しいサービスの共同開発
- 地域全体での価値向上

D. 高付加価値化の推進…質的向上を実現する



- より高い価値の提供による満足度向上
- 適切な対価の確保
- 持続可能な事業モデルの構築

E. 質を重視した経営モデルの確立…新しい経営の定着



- 価値提供と収益確保の両立
- 長期的な信頼関係の構築
- 持続的な成長基盤の確立

実践のポイント



1. 市場の変化を常に意識する
2. 顧客との対話を重視する
3. スタッフの意識と能力の向上を図る
4. 段階的に取り組みを進める

この中で最も大事なことは、「A.市場の動きを数字で把握…今、何が起きているのかを理解する」です。ここでも、本シリーズ第一部や第二部で述べたDXが必要となります。

これらの取り組みを通じて、「大量の顧客に来ていただいて薄利でも稼ぐ」という考え方から、「価値のあるサービスを提供して適正な利益を確保する」という質を重視した経営への転換を図ります。

(3) 経営改革の例示ストーリー

では、以上の考え方をストーリーで考えてみましょう。

■ 土産物店の経営変革

国際通りにある土産物店「DX 商店」では、観光客が回復する中で、コロナ時の業績低迷を教訓に経営改革に取り組むことにしました。

この経営改革は、二つの視点から進めることとしました。

一つは「数の経営から利益経営への変革」。これは、今までの「とにかく売上を上げる」という考え方から、「確実に利益を残す」という考え方への転換です。

もう一つは「量から質への転換」。これは、「たくさんの顧客に来ていただいて薄利でも稼ぐ」という考え方から、「価値のあるサービスを提供して適正な利益を確保する」という考え方への転換です。

現状を見ると、売上の 7 割を占める定番商品の箱菓子は粗利率が 10%程度に留まっており、価格競争の影響で収益性は低下傾向にあります。一方で、顧客の様子を見ると、地元の食材や製法にこだわった商品への関心が高まり、商品の背景やストーリーを重視する傾向も出てきています。

また、個人の顧客が 6 割を占めるようになり、SNS での情報収集をきっかけに来店されるケースも増えていきます。

このような状況を踏まえ、DX 商店では、「利益を確実に確保できる経営体質づくり」と、「顧客により高い価値を提供できる事業構造への転換」、この二つを同時に進めていくことにしました。



コロナ禍での苦い経験を教訓に、経営改革に取り組むことに



粗利率はわずか 10%。価格競争で収益性が低下



顧客のニーズも変化。今までどおりにはいかない



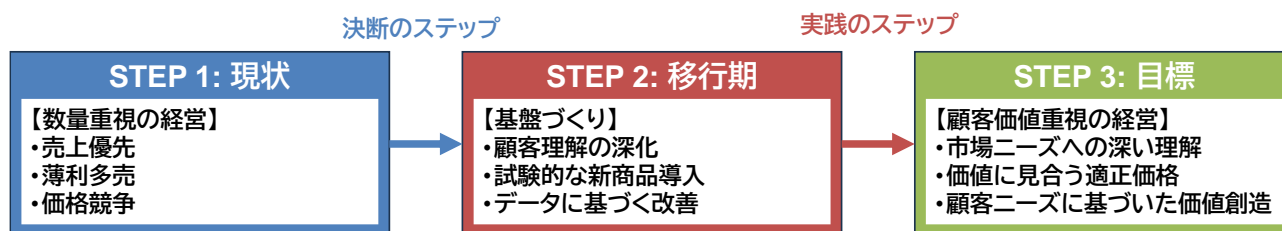
「とにかく売上」から「確実に利益を残す」経営へ
「大量・薄利」から「価値ある商品で適正な利益」へ



二つの改革を同時に推進

- ・利益を確実に確保できる経営体質づくり
- ・より高い価値を提供できる事業構造への転換

以下の表は、この二つの視点からの経営改革の取り組みを整理したものです。



これらの二つの視点は、別々のものではありません。むしろ、相互に補完し合いながら、二つの大きな転換を実現します。

一つは、「顧客の数や売上の規模」で測っていた経営から、「一つひとつの商品でどれだけ利益を残せるか」を重視する経営への転換です。もう一つは、これまでの「観光客向けの土産物店」という事業構造から、「地域の価値ある商品を贈答シーンで提供する専門店」という新しい事業構造への転換です。

この二つの変革を同時に進めることで、持続可能な経営モデルの確立を目指します。

このストーリーは、「数の経営から利益経営へ」「量から質へ」という転換の方向性を示すと同時に、その実現には事業構造自体の抜本的な変革が必要であることを示しています。

3. 御社の経営変革 必要度 & 進捗度チェックリスト

まずは、「今、御社に経営変革が必要かどうか」をチェックしてみましょう。

以下のチェックリストを使えば、自社の現状を簡単に把握でき、次に進むべき方向性が見えてきます。

たった5分で、御社の未来への第一歩を踏み出せます！

(1) 経営変革の必要度チェックリスト

1. 市場環境の変化

- ①. 自社の売上がここ3年間で横ばいまたは減少している。 はい いいえ
- ②. 競合他社の新しい取り組みや成長に危機感を感じる。 はい いいえ
- ③. 顧客のニーズが以前と比べて変化していると感じる。 はい いいえ

2. 自社の内部状況

- ①. 自社の商品やサービスの魅力が顧客から十分に評価されていないと感じる。 はい いいえ
- ②. 社員が「現状維持で良い」と考えている雰囲気を感じる。 はい いいえ
- ③. 社内での意思決定が遅い、または非効率だと感じる。 はい いいえ
- ④. ITやデジタルツールの活用が進んでいない。 はい いいえ

3. 自社の財務状況

- ①. 利益率が年々低下している。 はい いいえ
- ②. コスト削減のために苦しい決断を迫られることが増えている。 はい いいえ
- ③. 資金繰りに余裕がない、または将来的に不安を感じる。 はい いいえ

4. 顧客満足度と市場での評価

- ①. リピーターや常連客が減少している。 はい いいえ
- ②. 顧客からのクレームや要望に迅速に対応できていない。 はい いいえ
- ③. 自社のブランドや商品が市場で目立たなくなっている。 はい いいえ

5. 経営者自身の意識

- ①. 自社の将来像や目標が明確でないと感じる。 はい いいえ
- ②. 周囲のアドバイスや提案に耳を傾ける余裕がない。 はい いいえ
- ③. 現状維持のままでは危険だと感じているが、何から始めれば良いか分からない。 はい いいえ

■スコアの評価

- 「はい」が0～3個：変革の必要性は低い可能性があります。ただし、将来のリスクを見据えて定期的に見直しを行いましょう。
- 「はい」が4～8個：経営変革を検討すべき段階です。特に具体的な課題がどこにあるかを特定し、少しずつ改善を始める必要があります。
- 「はい」が9個以上：経営変革が緊急課題です。このまま放置すると競争力を失うリスクが高まります。専門家の支援や社内改革プロジェクトの立ち上げを検討しましょう。

(2) 経営変革の進捗チェックリスト

経営変革に取り組んだら、以下のチェックリストを、前半(基礎固め)と後半(実行・モニタリング)の2段階で確認しましょう。

■前半(基礎固め)

目標: 自社の現状を把握し、明確なビジョンと優先順位を設定する。

得点: 「はい」2点 「部分的にできている」1点 「いいえ」0点 10項目(満点 20点)

1. 現状把握	得点
① 自社の強み・弱みをリストアップしましたか?(例: 製品力、コスト競争力)	
② 市場や競合の状況を調査しましたか?(例: 市場シェア、競合の動き)	
③ 顧客からのフィードバックや意見を収集しましたか?(例: クレーム、要望)	
④ 社員からの意見や現場の課題をヒアリングしましたか?	
2. ビジョンと目標設定	得点
① 3~5年後の目標を具体的に設定しましたか?(例: 売上 10%増)	
② 目標達成のための数値指標(KPI)を決めましたか?(例: 顧客満足度 80%以上)	
③ 全社員で共有できるシンプルなビジョンを作成しましたか?	
3. 優先順位の選定	得点
① 取り組むべき課題の中から、最優先事項を決定しましたか?	
② 高インパクト・低リソースで実現可能な施策を選びましたか?	
③ 短期(3~6か月)、中期(1~3年)、長期(3年以上)の計画を分けましたか?	
合計	

■前半(基礎固め)の得点評価

15~20点: 非常に良好(準備万端)

- 経営変革の基礎がしっかりできており、次の段階に進む準備が整っています。
- 後半(実行)にスムーズに移行し、短期目標の達成を目指してください。

10~14点: 良好(基礎は比較的安定)

- 全体的に進んでいますが、一部で不足が見られます。特に顧客や社員からのフィードバックが不十分な場合が多いです。
- スコアが低い部分(例:顧客の声の収集や目標設定)を優先的に補強してください。

5~9点: 改善の余地あり(注意)

- 基礎固めが十分ではなく、このままでは実行段階で失敗するリスクがあります。
- 特に「現状把握」の取り組みに集中してください。
- 自社の強みや課題が曖昧な場合、外部の支援を受けることを検討してください。

0~4点: 緊急対応が必要(危機的状況)

- 経営変革の準備がほとんどできていません。このままでは現状維持すら難しいです。
- 最優先で「現状の把握」と「目標設定」を進めてください。
- 外部の専門家を活用し、短期的に計画を策定する必要があります。

■後半(実行とモニタリング)

目標: 計画を実行し、進捗をモニタリングしながら柔軟に改善する。

得点: 「はい」2点 「部分的にできている」1点 「いいえ」0点 9項目(満点 18点)

1. 実行	得点
① 優先施策を具体的な行動計画に落とし込みましたか？(例: 新商品の開発)	
② 必要なリソース(人材、資金、時間)を確保しましたか？	
③ 経営変革をリードする担当者やチームを任命しましたか？	
2. 組織の巻き込み	得点
① 社員に目標や計画を説明し、意義を共有しましたか？	
② 社員の不安や疑問に対して丁寧に説明し、対話を行いましたか？	
③ 成果が出た場合、社員を適切に評価・称賛していますか？	
3. モニタリングと改善	得点
① 設定した数値目標(KPI)の達成度を定期的に確認していますか？	
② 実行した施策の効果を分析し、改善ポイントを見つけていますか？	
③ 必要に応じて計画を柔軟に見直し、新たな行動計画を作成しましたか？	
合計	

■後半(実行とモニタリング)の得点評価

15～18点:非常に良好(実行力あり)

- ・ 計画が適切に実行され、モニタリングと改善が進んでいます。
- ・ 引き続き進捗を確認しながら、さらなる改善や新しい目標を設定してください。

10～14点:良好(安定的な実行)

- ・ 実行が進んでいますが、モニタリングや組織の巻き込みに課題がある可能性があります。
- ・ 社員との連携を深め、施策の成果を共有する取り組みを強化してください。

5～9点:改善の余地あり(注意)

- ・ 実行やモニタリングが不十分で、成果が十分に出ていない可能性があります。
- ・ 特にモニタリングの仕組みを整備し、計画の見直しを定期的に行ってください。
- ・ 担当者やチームの役割分担が明確か確認してください。

0～4点:緊急対応が必要(危機的状況)

- ・ 実行やモニタリングがほとんど行われておらず、計画が形骸化している可能性があります。
- ・ 優先施策を絞り、小さな成功体験を積むことを目指してください。
- ・ 社内の意識改革を最優先で進め、計画の再構築を検討してください。

■前半と後半の得点を比較する

- ・ 前半の得点が後半を上回る: 実行段階に課題があるため、計画の実行力やモニタリングを強化する。
- ・ 前半と後半の得点が同等: 全体的にバランスが取れており、着実な進捗が可能。
- ・ 前半の得点が後半を下回る: 基礎固めが不十分なまま進めている可能性があるため、計画を再確認する。

■取組のポイント

- ・ 前半だけ先に取り組む: 現状把握と目標設定が終わるまでは、実行に移らない。
- ・ 定期的に振り返る: 前半の基礎固めがしっかりできているか、都度確認する。
- ・ スコアが低い方(前半・後半)の取り組みに集中し、バランスを整える。
- ・ 小さな一歩を大切にす: 「完璧な計画」を作るより、まず1つでも実行することを重視する。

付録：各種支援・相談先・補助金一覧(2024 年度版)

■ 各種支援のガイドブック

- 中小企業100の支援
[【沖縄県】中小企業 100 の支援 -支援策・補助金ガイド沖縄- \(100support.okinawa\)](#)

■ 相談窓口

- Industlink(インダストリンク)
[沖縄イノベーションマッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- OKINAWA DPF(沖縄オープンデータプラットフォーム)
[ODFP 問い合わせページ](#)
- 沖縄県産業振興公社 経営相談
[経営相談窓口 | 沖縄県産業振興公社 \(okinawa-ric.jp\)](#)
- 沖縄県よろず支援拠点
[沖縄県よろず支援拠点 | 経営上のどんなお悩みも無料で何度でも相談・解決！ \(yorozu-okinawa.go.jp\)](#)
- IT 経営サポートセンター(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[IT 経営サポートセンター \(smrj.go.jp\)](#)
- オンライン経営相談「E-SODAN」(独立法人 中小企業基盤整備機構)
[ハンズオン支援\(専門家派遣\) | 経営にお悩みの方へ | 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 \(smrj.go.jp\)](#)

■ 補助・助成金

- 小規模事業者等デジタル化支援事業(沖縄県)
[小規模事業者等デジタル化支援事業 | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- 沖縄 DX 促進支援事業(沖縄県)
[令和 6 年度「沖縄 DX 促進支援事業」がスタートしました！ | 運営からのお知らせ | 沖縄イノベーション マッチングサイト | インダストリンク \(industlink.jp\)](#)
- 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業(沖縄県)
[【補助金申請受付中】令和 6 年度 沖縄県観光事業者収益力向上サポート事業のお知らせ | ISCO \(isc-okinawa.org\)](#)
- IT 導入補助金(国)
[IT 導入補助金とは | IT 導入補助金 2024 \(smrj.go.jp\)](#)
- ものづくり補助金総合サイト
[公募要領について | ものづくり補助事業公式ホームページ ものづくり補助金総合サイト \(monodukuri-hojo.jp\)](#)

ResorTech Okinawa サイトの支援情報もご覧ください！

- ◆沖縄県内の IT 導入や DX に取り組む企業の事例を記事や動画でわかりやすく紹介しています。DX 手引第一部の解説動画も掲載中です。
- ◆DX の知識やノウハウが学べるセミナーやイベント情報、補助金などの支援情報が満載です。



<https://www.resortech.okinawa/support/>

 ResorTech Okinawa DXの手引

第三部 中小・中堅企業の経営変革編

編 沖縄県 商工労働部 IT イノベーション推進課
一般財団法人 沖縄 IT イノベーション戦略センター

2025年2月

