



明治大学政治経済学 教授
森下 正 氏

組合 活性化アドバイス

デジタル技術を使いこなすためには

最近、DX（デジタルトランスフォーメーション）という用語を耳にする機会が増えた。このDXについて内閣府（2021）『令和3年度 年次経済財政報告』は、「単なるアナログ情報のデジタル化にとどまらず、プロセス全体も…（中略）…デジタル技術を用いて、新たな製品やサービス、新しいビジネスモデルを構築し、ネットとリアルの両面で顧客体験の変革を図ることで価値を創出し、競争上の優位性を確立すること」とし、DXの理想形を示した。

一方、中小企業庁（2022）『2022年版 中小企業白書』は、デジタル化を「段階1：紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態、段階2：アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態、段階3：デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態、段階4：デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態」に区分した。

しかしデジタル化には、ハードとソフトの投資と専門人材の登用が必要となる。中小企業と組合の人材がデジタル技術を使いこなすには、リテラシー教育も必須である。一体どこから手をつければいいのか、疑問が残る、結果的にDXは不要と考える中小企業もある。とはいえ、身近なところで電子マネーが使えるお店も増えた。お店もお客も現金不要、お店にとっては面倒な小銭を用意する手間は省け、売上傳票は自動計算されるので手計算の必要も無い。さらに、お客の属性がわかるので、購買・市場分析にも使える。

したがって、DX導入にあたっては、最初から内閣府によるDXの理想形を追求せず、自分たちが実現したいことから始める必要がある。例えば、業務効率化としては、手間暇かかるデータ入力や仕訳処理の省略、通信費や印刷費の削減などがある。販売促進としては、ECによる販売力強化、SNS

を活用した広告・宣伝活動などもある。加えて、組合員が抱える経営課題の解決といった必要に迫られていることへの対応もあろう。

ちなみに、埼玉県M工業組合（表面処理業者）は、組合員が顧客の要望に対応できない時に生じる機会損失を無くして新規顧客獲得に繋げるために、顧客が求める要望に対応できる組合員を検索できるサイトを立ち上げた。この検索サイトは、組合員の業務の特徴を表面処理の種類、素材、形状のカテゴリーで約3万通りの組合せによる検索を可能とした。その結果、組合員への問い合わせが増加し、受注実績も上がるようになった。さらに、主たる組合事業である共同排水分析も、最新鋭の排水分析装置の導入による分析時間の短縮、組合専従職員の負担軽減の実現に合わせて新システムを開発し、IoTによる分析自動受付や分析結果の即時回答、AIによるデータ集積と分析などを可能とした。

また、佐賀県K協同組合（運送業）は、共同購買をはじめとする多様な組合事業を展開している。中でも情報ネットワーク事業として、2014年度にクラウド運送管理システムを開発し、組合員は乗務員、荷主、車両、経費などの管理に加え、荷物問い合わせや共同購買システムなどの機能が組み込まれ、運送業に必要な業務を統合管理できるようになった。

このようにデジタル技術の活用は、顧客と組合員、組合と組合員との円滑な関係を構築する基盤となり、日常業務で生じていたムリ・ムダ・ムラの排除に繋がっている。つまり、業務プロセス上、絡まって滞留していた人、モノ、カネ、情報の動きや流れを短絡・迅速化し、業務を楽にする絡繰りをデジタル技術で実現したのである。まずは、デジタル技術を使いこなす前提として、自分たちが実現したい改善された業務プロセスを構想することから始めて欲しいのである。