

(別紙2)

3. 助成対象事業の成果（結果）

【事業名】事業名のほか、A事業①②、B事業の別も記入してください。

A② しまねDX推進事業

【目的〈課題認識、方向性、目標、事業実施計画等〉】

(1) 課題認識

県内のDXの動きはというと、しまね地域DX拠点事業を立ち上げ、DX計画を伴走するモデル事業を行うなど、DX推進への啓発事業を行っているものの、当地域としては、まだまだデジタル技術をツールとしてDXを進める（企業変革としてデジタルを活用する）中小企業はほとんどいないのが実態であった。その分析において、理由の1つが、DX推進の基礎となる社内のデジタル化自体が県内ではまだまだ進んでいないことがあげられ、これこそがDX推進の大きな課題と認識した。

(2) 方向性

県事業構想全体の中で、「しまねDX推進事業」及び「島根県地域DX拠点事業」を重要な事業と位置づけ、第1歩としての既存業務のデジタル化を進めデータに基づく意思決定ができる環境構築などDXに向けた土台づくりなくしてDXは進まないという浮彫りになった課題から、当事業「しまねDX推進事業」においてはデジタル活用の意識啓発セミナー・勉強会、経営者向けの相談会実施、デジタル導入に向けた専門家による伴走支援を行うことにより、県内企業のDX推進の土台づくりを推進することを目的とした。

令和3年度から5年度までの3年間で実施した「デジタル導入を1つの目標とする」という最終到達目標をデジタル化に置くのではなく、ビジネス変革に目標を置きパッケージで各ステージに応じた支援を事業構築する中で、当事業を近い将来の社内DXへの基盤・土台づくりと明確に位置付け、当事業が島根県全体のDX推進の大きな役割を担う。

(3) 目標

①直接的成果目標：事業活用による付加価値増企業 20社

中小企業の経営者のデジタル活用の意識レベルを引き上げることによりDX推進に向けた基礎を固める、土台づくりを成果とし、成果指標を相談・専門家派遣企業のデジタル導入による付加価値（人件費、減価償却費、営業利益の計）増とした。

②間接的成果目標：当事業を活用したDX推進企業の創出 3社

(4) 実施計画

【事業の内容】

①セミナー・勉強会の開催

デジタル導入による業務効率改善、生産性向上、マーケティング活用など、経営者の意識や実務者の活用視点で短期的変革を促す部分と中長期的にデジタルを活用して企業変革を促すセミナーを開催。

②IT経営相談会

IT導入の専門資格を有するITコーディネータが、毎月2回、県内企業のITに関する困りごとや、ITツールの選定などのデジタル化、DX推進の土台づくりに向けた相談に対応する相談会を実施。

③Webマーケティング相談会

Webマーケティングに関する専門家が、毎月2回、県内企業のWebを活用した自社商品・サービスの認知拡大や販売促進に関するお困りごとなどに対する相談会を実施。

④デジタル導入に向けた専門家派遣の実施

県内企業のデジタル化のモデルとなる取組みについて、デジタル導入に向け専門家を派遣し、経営革新や業務改革につながる戦略的なデジタル導入に向けたアドバイスを伴走支援。

伴走支援内容：・課題の整理、デジタルでの業務改革に向けた方向検討・目的の明確化
・デジタル導入範囲、導入ツールの検討
・社内運用体制の整備、運用人材の育成支援

【成果（結果）〈実施事業の内容・実績、実施した結果生まれた新たな課題等〉】

（１）事業内容・実績

① セミナー・勉強会の開催

DX推進の基礎となるデジタル導入による業務効率改善、生産性向上の視点、また、Webマーケティングの基礎・活用といった、経営者の意識や実務者の活用視点で企業変革を促すセミナーを開催した。

セミナー勉強会開催回数： 5回

総受講者数： 153名

No	開催日	開催形態	受講数	開催内容
1	7/25	On-line	35名	明日から始められるDX実践方法 ～小さく始めて大きく育てるデジタル戦略～
2	8/28	会場	19名	webマーケティングの基本 ～顧客接点の最適化～
3	10/24	会場	23名	webマーケティングの基本 ～これから始めるWeb解析～
4	12/12	On-line	22名	未曾有の人手不足への対応策 ～選択肢としての「デジタル化」～
5	2/6	On-line	54名	業務の属人化への対応策 ～「デジタル化」の有用性～

② IT経営相談会

IT導入の専門資格を有するITコーディネータを2名配置し、毎月2回、県内企業のデジタル活用の困りごとや、システム検討、ツール選定などのデジタル化、DX推進の土台づくりに向けた相談に対応する相談会を実施した。

相談会数：15回

相談件数：21件

③ Webマーケティング相談会

Webマーケティングに関する専門家を1名配置し、毎月2回、県内企業のWebを活用した自社商品・サービスの認知拡大や販売促進に関するお困りごとなどに対する相談会を実施した。

相談会数：15回

相談件数：22件

④デジタル導入に向けた専門家派遣の実施

県内企業のデジタル化のモデルとなる取組みについて、デジタル導入に向け専門家を派遣し、経営革新や業務改革につながる戦略的なデジタル導入に向けたアドバイスを伴走支援し

た。

専門家派遣事業数： 20社

専門家派遣回数： 128回

(2)実施した結果生まれた新たな課題等

ビジネス変革に目標を置きパッケージで各ステージに応じた支援を事業構築する中で、当事業を近い将来の社内DXへの基盤・土台づくりと明確に位置付け事業実施した。その結果、専門家派遣実績も20社となるなど、社内DXへの基盤・土台づくりを県内に浸透・根付かせる事業の1つとして寄与した。一方で、事業者意識が高い事業者と、そうでない事業者とで、事業効果に差が生じてしまう点が浮彫りになった。

【評価〈目標の達成度〉、数値の検証等】

(1)目標と実績まとめ

①直接的成果目標達成度

事業活用による付加価値増企業 実績なし（令和7年3月時点）

②間接的成果目標達成度

当事業を活用したDX推進企業の創出 3社

(2)評価

直接的成果目標達成は、事業報告時点では実績として表れていないものの、間接的成果目標として掲げた「DX推進企業の創出」については、3件を創出した。

いずれも、企業経営者並びに担当者の意識レベルが非常に高く、業務課題の洗い出し、可視化、分析の内製化などの社内体制が構築され、当事業の専門家助言・知見の共有により、社内DXがより加速していくと考えられるものである。

逆に言えば、「実施した結果生まれた新たな課題等」でも述べたが、企業経営者並びに担当者の意識レベルにより、専門家派遣を実施した効果（社内ノウハウ・体制として専門家の助言を受けてデジタル・DXを推進する力）が短期的には得られなかった案件も少なからずある。そういった企業のデジタル意識の底上げを、どういう支援を組立て、いかに行っていくか課題もある。

【今後の進め方〈波及効果を含めて〉をどうするのか】

当事業を通じて、企業のデジタル活用の経営者意識レベルを引き上げ、将来的なDX推進の基礎固め、土台作りを実施してきたが、一足飛びに経営者意識の全体レベルが引き上がるものではなく、この行動を県施策の中で重要な施策と位置付け、継続実施していくことが重要となる。

具体的には、当事業によるDX推進企業の好事例を横展開していくことや、しまね地域DX拠点、デジタル導入の県施策等と連携して、業務課題の洗い出し、可視化、システム導入等の一連のデジタル化プロセスの伴走支援を行っていく。