

週刊WEB

# 企業 経営

MAGA  
ZINE

Vol.891 2024.10.8

## ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター  
2024年9月26日号

**東南アジア経済の見通し**  
～輸出の回復とインフレ圧力の緩和により、  
堅調な成長が続く

経済・金融フラッシュ  
2024年9月30日号

**米個人所得・消費支出(24年8月)**  
～年次改定に伴い貯蓄率は大幅上方修正

## 経営TOPICS

統計調査資料  
**全国小企業月次動向調査**  
(2024年8月実績、9月見通し)

## 経営情報レポート

**人材獲得・育成競争を生き残る  
タレントマネジメントの実践法**

## 経営データベース

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:リスクリング  
**リスクリングのポイント  
DX化への対応策**

ネット  
ジャーナル

# 東南アジア経済の見通し ～輸出の回復とインフレ圧力の緩和により、 堅調な成長が続く

ニッセイ基礎研究所

本レポートの文書（画像情報等含む）に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

- 1** 東南アジア5カ国は足元で景気が改善している。2024年4-6月期の成長率をみると、ベトナム（前年同期比+6.9%）とマレーシア（同+5.9%）、タイ（同+2.3%）は輸出の復調により景気に明るさがみえつつある。フィリピン（同+6.3%）は政府支出がけん引役となり景気が改善した。
- 一方、インドネシア（同+5.0%）は1-3月期のGDPを押し上げた選挙関連支出が剥落して小幅に鈍化した。



- 2** 消費者物価上昇率は今年前半は食品インフレや通貨安により上昇傾向がみられたが、概ね安定した推移となった。

当面はこれまでの利上げの累積効果や米利下げ開始に伴うドル安・自国通貨高



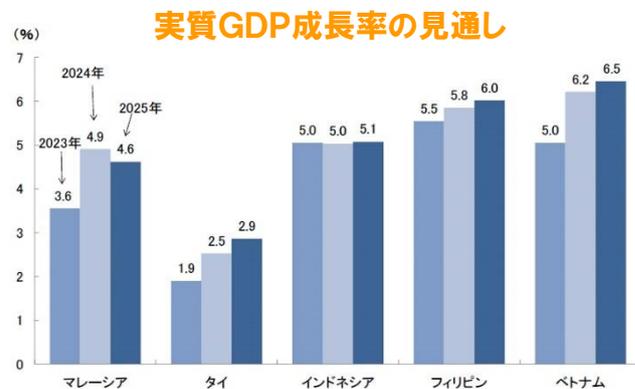
により落ち着いた推移となり、来年は景気回復によりインフレが徐々に加速する展開を予想する。

- 3** 金融政策は米利下げに追随する形で金融緩和を進める国が増えると予想する。

7月以降、米国の利下げ観測により東南アジア各国で自国通貨高が進みインフレ警戒感が和らいでおり、既にフィリピンが8月に、インドネシアが9月に利下げを実施している。今後はタイとマレーシアが年内に、ベトナムが来年1-3月に利下げを開始すると予想する。

- 4** 先行きの東南アジア経済は輸出の回復とインフレ圧力の緩和により堅調な成長が続き、各国の成長率は2025年にかけて概ね上昇傾向を辿ると予想している。

成長率の上昇幅は輸出依存度が高いベトナム、マレーシア、タイで大きくなり、内需主導経済のインドネシアとフィリピンは堅調な成長軌道が続くだろう。



「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」よりご確認ください。

# 米個人所得・消費支出(24年8月) ～年次改定に伴い貯蓄率は大幅上方修正

本レポートの文書(画像情報等含む)に関する著作権は、すべてニッセイ基礎研究所に帰属し、無断転載を禁じます。

ニッセイ基礎研究所

## 1 結果の概要:個人所得(前月比)、 個人消費ともに市場予想を下回る

9月27日、米商務省の経済分析局(BEA)は8月の個人所得・消費支出統計を公表した。個人所得(名目値)は前月比+0.2%(前月:+0.3%)と前月を下回ったほか、上昇を見込んだ市場予想(Bloomberg集計の中央値、以下同様)の+0.4%も下回った。

## 2 結果の評価:年次改定に伴い 貯蓄率は大幅に上方修正

個人消費(前月比)は+0.2%と、大幅な伸びとなった前月から低下した。7月は自動車関連が特殊要因で大幅な増加となっていたため、その反動もあって低下が見込まれていたものの、予想以上の低下となった。



(注) 名目値、季節調整済  
(資料) BEA よりニッセイ基礎研究所作成

## 3 所得動向:自営業者所得、 利息配当収入が減少

8月の個人所得(前月比)では、賃金・給与が+0.5%(前月:+0.3%)と前月から伸びが加速した。一方、移転所得が+0.1%(前月:+0.4%)と前月から伸びが鈍化し

たほか、自営業所得が▲0.2%(前月:▲0.7%)、利息配当収入が▲0.5%(前月:▲0.5%)とマイナスとなった。個人所得から税負担などを除いた可処分所得(前月比)は、8月の名目が+0.2%(前月:+0.2%)と前月並みの伸びとなった。

## 4 消費動向:前月の反動で 自動車関連が大幅に減少

8月の名目個人消費(前月比)は、サービス消費が+0.4%(前月:+0.3%)と前月から小幅に伸びが加速した一方、財消費が▲0.1%(前月:+0.9%)と前月の大幅なプラスから小幅ながらマイナスに転じた。財消費は、耐久財が▲0.2%(前月:+1.1%)、非耐久財が▲0.1%(前月:+0.8%)といずれも前月からマイナスに転じた。

## 5 価格指数:エネルギー価格は前月比、 前年同月比ともにマイナス転換

価格指数(前月比)の内訳をみると、エネルギー価格指数が▲0.8%(前月:横這い)と前月からマイナスに転じた。一方、食料品価格指数は+0.1%(前月:+0.2%)とこちらは4カ月連続でプラスとなった。

前年同月比は、エネルギー価格指数が▲5.0%(前月:+0.4%)と6カ月ぶりにマイナスに転じた。食料品価格指数は+1.1%(前月:+1.2%)と86カ月連続でプラスとなった。

経済・金融フラッシュの全文は、  
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」  
よりご確認ください。

# 全国小企業月次動向調査 (2024年8月実績、9月見通し)

日本政策金融公庫 2024年9月26日公表

## 結果の概況

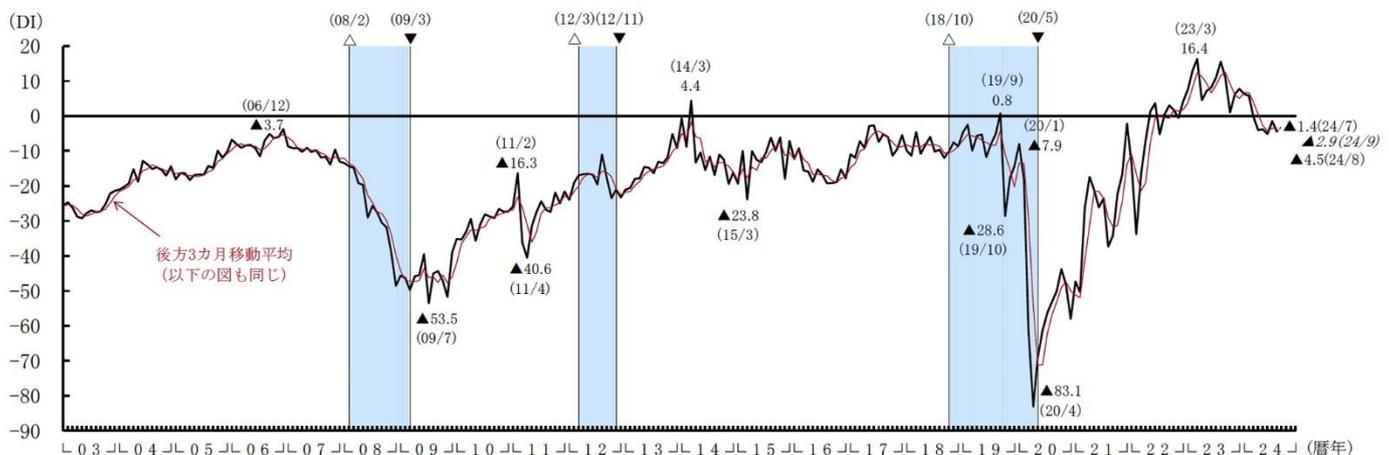
[概況] 小企業の売上DI(8月実績)は、マイナス幅が拡大

### 1 売上

- 2024年8月の売上DIは、7月(▲1.4)からマイナス幅が3.1ポイント拡大し、▲4.5となった。9月は▲2.9と、8月に比べマイナス幅が1.6ポイント縮小する見通しとなっている。
- 業種別にみると、製造業(▲8.8→▲15.7)、非製造業(▲0.8→▲3.0)ともにマイナス幅が拡大した。9月は、製造業で▲6.9、非製造業で▲2.3と、ともにマイナス幅が縮小する見通しとなっている。
- 非製造業では、飲食店と運輸業を除くすべての業種で低下した。9月は、飲食店を除くすべての業種で上昇する見通しとなっている。

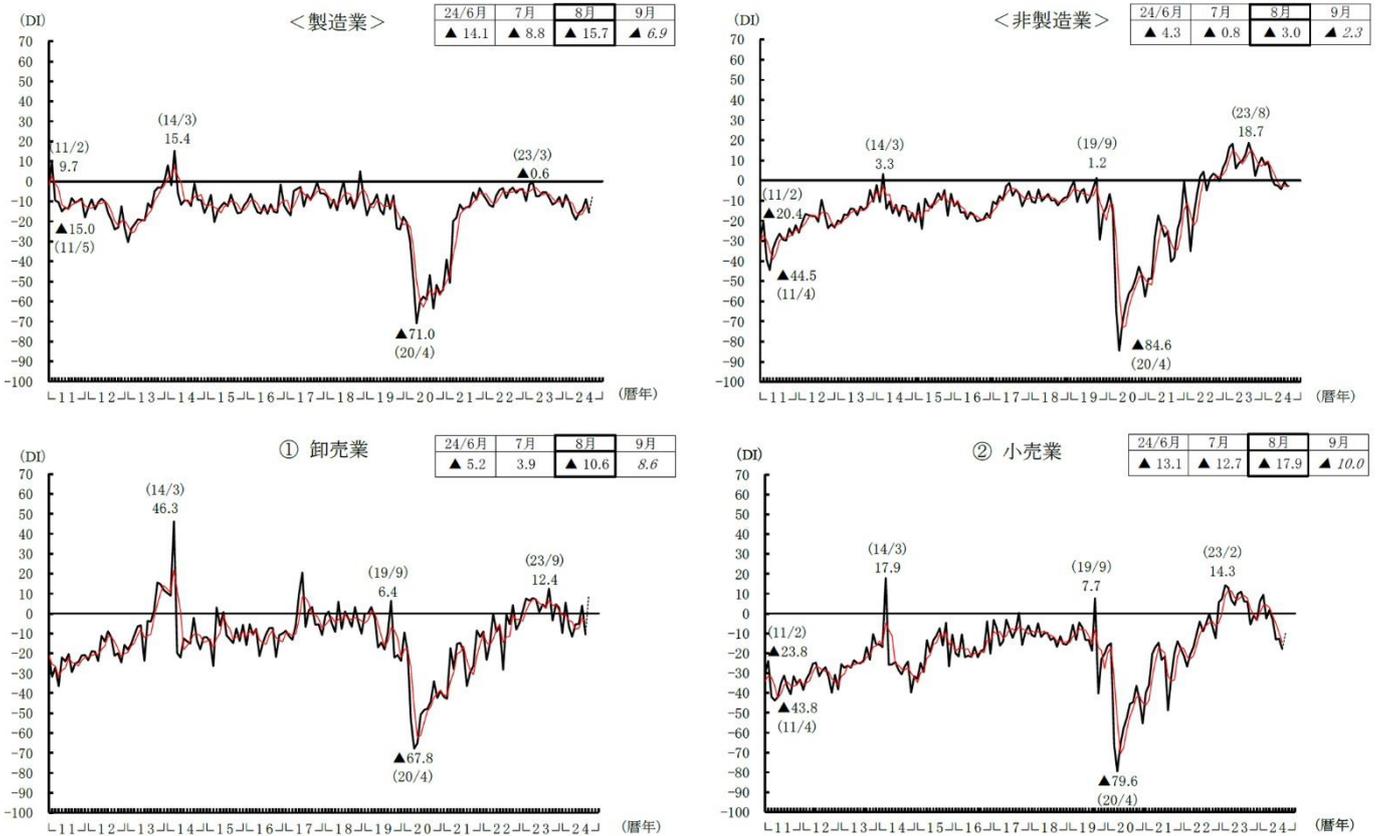
### 売上DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2023 8月	9月	10月	11月	12月	2024 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
実績	15.6	11.0	1.0	6.3	7.8	6.3	5.8	▲0.2	▲4.1	▲3.8	▲5.1	▲1.4	▲4.5	-
見通し	12.8	7.8	4.3	▲1.2	6.0	▲0.5	5.9	0.0	▲0.8	▲0.4	▲2.1	▲6.0	▲5.8	▲2.9



(注) 1. 売上DIは前年同月比で「増加」企業割合-「減少」企業割合  
2. -は実績、---は見通し。斜体は見通しの値を示す。△は景気の上、▼は景気の谷、シャドー部分は景気後退期を示す。(以下同)

### 業種別売上DIの推移(季節調整値)



	2023年	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	2024年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	
製造業	▲0.6	▲7.4	▲7.3	▲5.5	▲5.4	▲8.3	▲11.6	▲10.4	▲7.8	▲12.8	▲6.8	▲10.5	▲16.0	▲19.1	▲15.6	▲14.1	▲8.8	▲15.7	▲6.9	製造業		
金属・機械	▲5.8	▲9.0	▲14.8	▲17.8	▲17.7	▲21.4	▲25.1	▲14.5	▲11.6	▲9.9	▲20.6	▲12.9	▲27.6	▲27.5	▲20.4	▲9.5	▲9.6	▲20.9	2.2	金属・機械		
その他製造	4.5	▲6.2	▲1.4	5.1	5.3	2.2	0.1	▲6.6	▲3.8	▲17.5	1.1	▲1.2	▲4.8	▲12.3	▲12.0	▲18.5	▲8.5	▲12.0	▲13.6	その他製造		
非製造業	18.2	6.0	8.8	9.7	12.7	18.7	13.6	2.3	7.8	11.4	7.7	9.3	1.6	▲2.1	▲2.6	▲4.3	▲0.8	▲3.0	▲2.3	非製造業		
①卸売業	6.4	7.6	7.0	0.7	4.5	2.9	12.4	▲3.5	4.6	2.9	▲9.8	5.4	▲6.5	▲11.6	▲5.4	▲5.2	3.9	▲10.6	8.6	①卸売業		
織・衣・食	11.9	0.6	6.3	15.6	12.5	14.7	26.9	7.8	14.4	2.0	▲4.3	16.1	▲20.2	▲23.0	▲5.9	1.2	2.9	8.4	1.5	織・衣・食		
機械・建材	1.1	11.3	6.2	▲7.2	▲0.8	▲2.3	2.2	▲11.8	▲2.4	2.8	▲15.4	1.1	0.7	▲4.7	▲7.0	▲7.1	4.7	▲20.8	9.6	機械・建材		
②小売業	13.1	6.7	4.3	9.9	11.0	6.1	6.0	▲5.5	▲1.0	▲3.2	6.2	9.4	▲2.5	2.0	▲3.6	▲13.1	▲12.7	▲17.9	▲10.0	②小売業		
耐久消費財	▲21.5	▲21.1	▲14.1	▲22.8	▲18.0	▲12.9	▲15.9	▲28.1	▲3.4	▲32.1	▲12.8	▲11.6	6.4	▲8.3	▲10.4	▲13.5	▲0.2	▲16.1	▲5.0	耐久消費財		
非耐久消費財	19.5	12.1	7.8	16.1	16.4	10.1	10.0	▲1.0	5.6	0.7	9.4	13.0	▲2.5	3.8	▲2.7	▲13.5	▲15.7	▲18.1	▲11.0	非耐久消費財		
③飲食店	58.6	32.6	36.8	27.5	42.1	56.8	41.5	27.6	33.3	53.4	40.7	30.0	29.0	9.6	2.2	8.7	6.2	15.1	1.7	③飲食店		
④サービス業	16.0	1.9	7.2	9.3	5.9	16.0	11.3	3.9	8.0	6.5	▲1.9	11.3	▲5.2	1.0	▲1.3	▲2.8	3.5	▲5.2	▲4.1	④サービス業		
事業所向け	▲2.4	▲3.9	4.2	8.5	▲1.6	3.4	▲3.8	▲4.2	▲9.0	▲10.8	▲9.1	▲4.9	▲15.2	▲4.6	2.1	▲7.1	14.3	▲2.1	▲11.2	事業所向け		
個人向け	20.8	5.2	8.6	9.9	8.1	20.3	16.4	6.6	13.2	10.4	▲1.2	16.6	▲2.4	4.2	▲2.1	▲1.1	0.1	▲5.8	▲2.3	個人向け		
⑤建設業	▲11.9	▲11.0	▲8.9	▲8.2	▲6.9	▲10.5	▲2.6	▲21.0	▲10.4	▲6.0	▲4.6	▲8.8	▲6.7	▲13.8	▲3.1	▲0.9	1.2	▲8.6	▲2.9	⑤建設業		
⑥運輸業	8.8	3.3	▲13.4	▲4.5	▲1.2	5.1	10.5	8.1	4.7	4.4	▲3.7	▲8.1	▲6.4	▲7.9	▲6.0	▲32.6	3.6	12.4	18.7	⑥運輸業		
道路貨物	▲1.3	▲0.4	▲30.2	▲19.9	▲13.5	▲6.7	▲0.7	2.8	1.6	0.1	▲8.5	▲7.8	▲14.0	▲14.8	▲15.1	▲35.5	▲2.5	13.0	20.8	道路貨物		
個人タクシー	59.1	16.2	53.9	66.2	56.0	57.9	50.9	31.9	19.4	35.1	21.9	23.7	34.1	18.6	18.6	▲22.1	31.6	6.2	1.3	個人タクシー		
全業種計	16.4	4.5	7.2	8.2	10.9	15.6	11.0	1.0	6.3	7.8	6.3	5.8	▲0.2	▲4.1	▲3.8	▲5.1	▲1.4	▲4.5	▲2.9	全業種計		

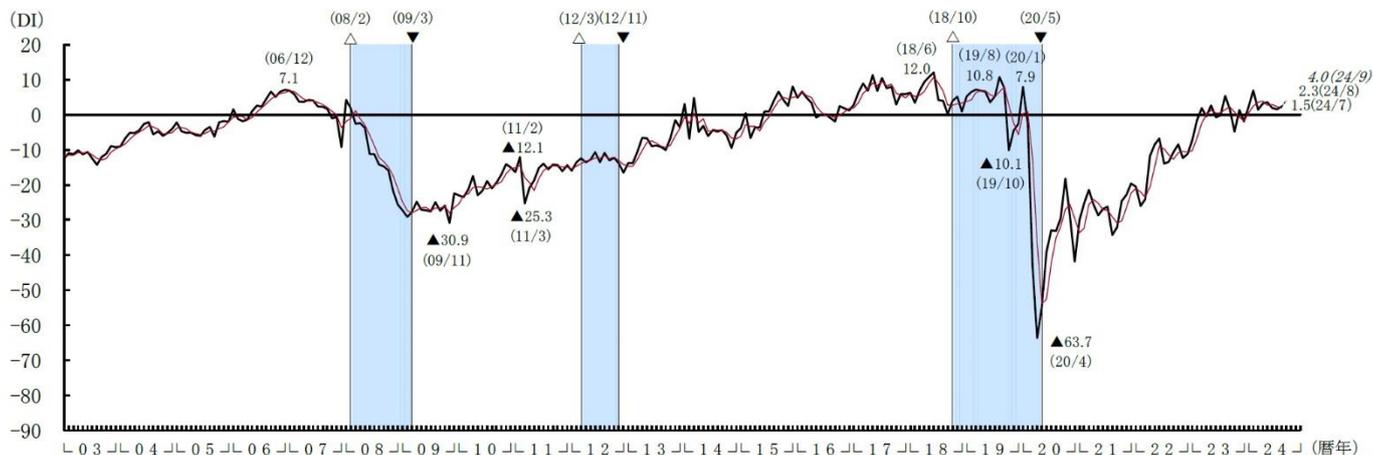
(注) 1. 網掛けは、前月から低下した数値。 2. 季節調整は業種ごとに行っている。

## 2 採算

- 2024年8月の採算DIは、7月から0.8ポイント上昇し、2.3となった。
- 2024年9月の採算DIは、4.0と上昇する見通しとなっている。

採算DIの推移(全業種計、季節調整値)

	2023 8月	9月	10月	11月	12月	2024 1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
実績	5.4	1.6	▲4.8	1.3	▲2.0	2.4	6.9	1.4	3.2	3.6	1.9	1.5	2.3	-
見通し	2.3	5.3	0.3	▲10.2	3.2	▲1.0	6.8	6.8	3.0	1.8	4.5	0.3	1.4	4.0

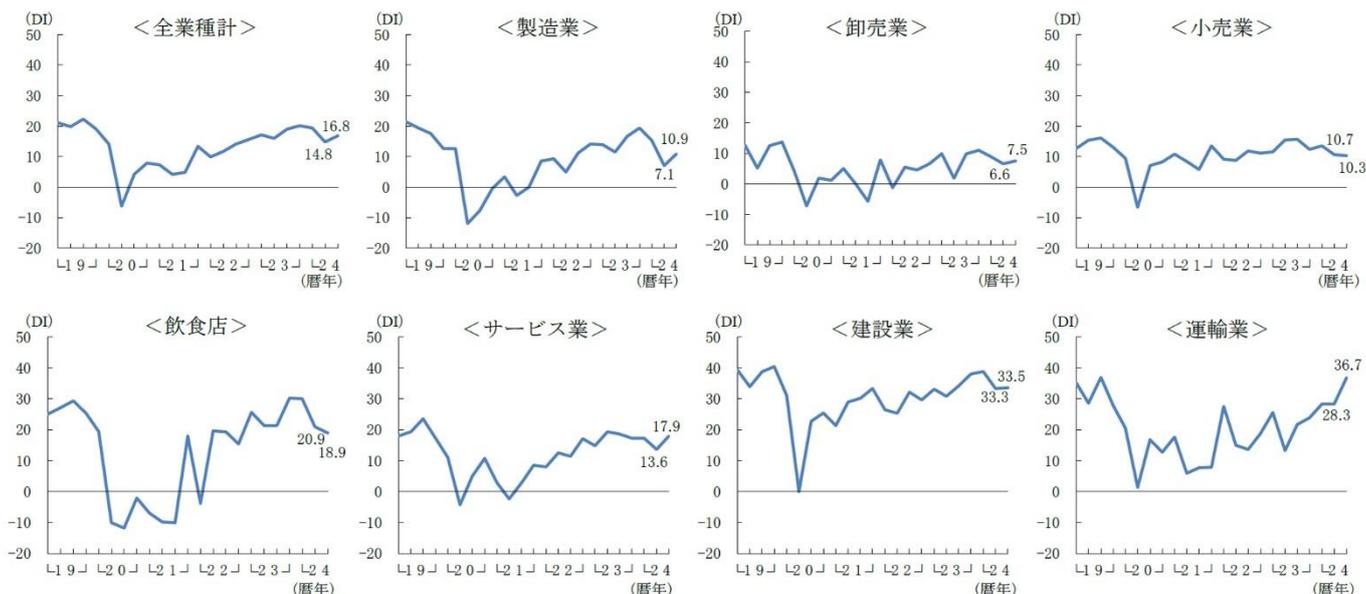


(注) 採算DIは「黒字」企業割合－「赤字」企業割合。

3 雇用

- 2024年9月調査の従業員過不足DIは、16.8となった。
- 業種別にみると、運輸業が36.7と最も高く、次いで建設業(33.5)、飲食店(18.9)の順となっている。

従業員過不足DIの推移



- (注) 1 このところ(3カ月程度)の仕事量からみた従業員数の過不足を尋ねたもの。  
2 従業員過不足DIは「不足」企業割合－「過剰」企業割合。  
3 調査期は、各年の3、6、9、12月。

全国小企業月次動向調査(2024年8月実績、9月見通し)の全文は、  
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



経営情報  
レポート  
要約版



人 事

人材獲得・育成競争を生き残る

# タレントマネジメント の実践法

1. タレントマネジメントとは
2. タレントマネジメント導入時のポイント
3. タレントマネジメントの管理手法
4. タレントマネジメントによる改善事例



## ■参考資料

「タレントマネジメント入門 個を活かす人事戦略と仕組みづくり」(ProFuture 柿沼 英樹 著、土屋 裕介 著)  
『労政時報』第4052号：185社の人事パーソンに聞く「人事の課題と未来」に関するアンケート 他

# 1

## 企業経営情報レポート

# タレントマネジメントとは

最近、人事の分野で「タレントマネジメント」というワードをよく耳にします。

タレントマネジメントとは文字通り、社員が持つ能力を把握し、適材適所の人材配置や人材開発を行うことです。

これまでは、社員数の多い大手企業のための人事管理手法であるように捉えられていましたが、今後は中小企業であっても予想される労働人口減少の中で生き残るために、このタレントマネジメントを取り入れた「正しい人事管理」が求められます。

そこで今回は激化する人材獲得・育成競争を生き残り、成長していく会社であり続けるために、人への投資を効率的に行うタレントマネジメントについて解説します。

### ■ タレントマネジメントとは

タレントとは、社員の持つ「能力・スキル」のことをいいます。そして、能力を正しく活用して組織の成果を生み出せるように管理することがタレントマネジメントです。

これまで会社の経営に差を付けるのは優秀な人材であり、優秀な人材を獲得することこそが会社の使命であるかのように考えられてきましたが、会社が期待するような優秀な人材は非常に稀な存在であり、ましてや労働者を取り合う環境下において、それはより困難な状況になってきたといえます。

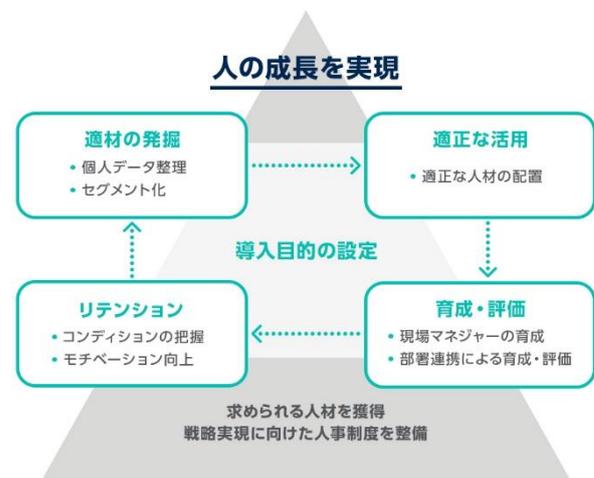
そのようななかで、タレントマネジメントの考え方は、優秀な人材ありきではなく、「会社の強みを作り出す仕事（キーポジション）の担い手となる社員を重点に管理する」という方法であり、会社が核とする仕事に優秀な人材を配置することで、会社をより効率よく機能させるというものです。

タレントマネジメントによって、社員一人ひとりの能力を把握し、その能力を発揮できる適正配置を行います。

これにより、能力の発揮度合いを評価し、適正処遇を実現させることができるようになるため、社員の意欲向上やリテンション（定着）の効果が期待できます。

それらを経て、成長した社員には次のステップへの配置が可能になるという基本サイクルの構築を目指します。

### ■ タレントマネジメントの基本的サイクル



資料：パーソル総合研究所ホームページ

# 2

## 企業経営情報レポート

# タレントマネジメント導入時のポイント

### ■ タレントマネジメント導入の基本ステップ

タレントマネジメントでは、組織の戦略実現に必要な適材適所を常の実現して行くこととなります。ここでは、そのために必要な準備と実践のポイントについて解説します。

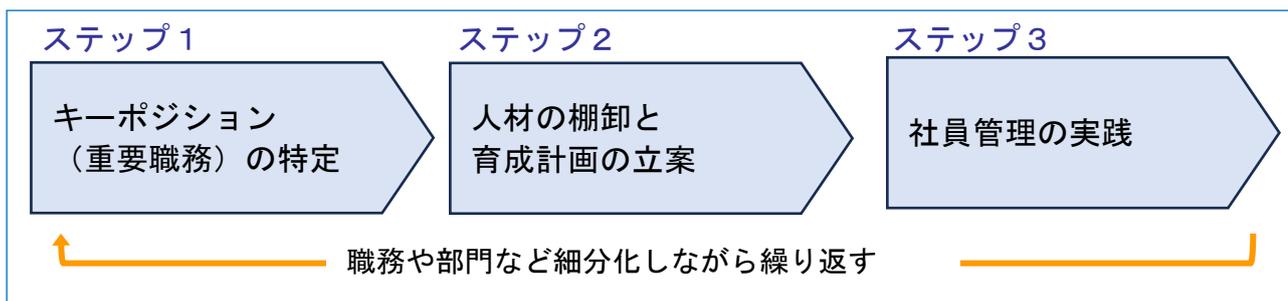
タレントマネジメントの導入は3つのステップで進めていきます。

まずは会社が自社の強みを構築するために必要不可欠なキーポジションはどこであるのかを特定します。そのうえで、現在の人材の配置状況や能力を確認し、キーポジションを担う人物に備わっている能力（コンピテンシー）の特定と後任に必要な経験や育成計画を立案します。

そして、適材適所の配置転換とあわせて考えるべき人事施策を検討します。これらを職務や部門において細分化しながら繰り返すことで、全社員のタレントマネジメントが可能となります。

以下ステップごとに詳しく解説します。

### ■ タレントマネジメントの実践段階モデル



### ■ ステップ1 キーポジション(重要職務)の特定

タレントマネジメントは、その会社のキーポジションを特定することから始まります。キーポジションとは、組織の戦略や目的の達成に貢献する重要職務をさします。

キーポジションは職位の高さによって決定されるものではなく、業種や業態によってさまざまであり、あらゆる職務が対象となる可能性を持っています。

例えば、高級飲食店では、高級な雰囲気演出と高級な食事を提供することが求められるため、ホールスタッフやシェフがキーポジションとなり得ます。

一方で、ファストフード店では、提供までの速さと価格の安さを実現することが求められるため、スタッフを効率よく管理する店長がキーポジションとなり得ます。役職や階層ではなく、自社が実現している差別化の要因となる職務を特定することが重要なのです。

また、個人のパフォーマンスが組織成果に大きく表れる可能性がある職務や人材育成の費用対効果が大きい職務もキーポジションとして考えられます。

キーポジションは、組織の中で複数存在しうるため、会社全体から部門、チームへと組織を細分化しながらそれぞれのキーポジションを特定していくことで整理しやすくなります。

# 3

## 企業経営情報レポート

# タレントマネジメントの管理手法

### ■ システムの活用

タレントマネジメントの運用は、人事情報があって初めて可能になります。人事情報を一元管理するツールには様々なものがありますが、最近では HRM（人材管理）システムが普及してきており、このシステムを活用することで、タレントマネジメントを円滑に進めることが可能となっています。

タレントマネジメントで必要となる代表的な情報は、個人の基本情報や保有能力、キャリア志向などです。社員一人ひとりの情報を活用しやすい状態で管理することは、個人のキャリア促進や組織全体の人事戦略を策定することにつながります。

ここでは、タレントマネジメントに必要な人事情報を確認しつつ、どのように使用していくのかを紹介します。人事情報は、「人事賃金情報」「人材育成情報」「組織情報」の3つのカテゴリで管理することで、人事情報の把握、人材育成の計画、組織方針の見直しのそれぞれで役立つ情報として運用することができます。

### ■ HRMシステムで実現できること

- データの収集と一元管理
- 人材配置の可視化
- 効果的な人材開発
- 社員のモチベーションの継続的観測

### ■ システムの管理情報項目例



### ■ 社員の様々な履歴が分かる人事賃金情報

人事賃金情報として、入社日、家族構成、経歴といった基本情報や、人事評価、実績、賞与実績、年収実績など賃金の情報を確認します。個人の能力だけではなく、賃金情報を合わせて管理することで、担当する職務内容と付加価値のバランスを確認することができます。

人材の棚卸の際には、キーポジションとして活躍する人材の能力と経験、賃金情報を特定しておくことで、後任者の育成計画の立案とともに、今後の処遇を想定することで、人件費を管理することができます。

# 4

## 企業経営情報レポート

# タレントマネジメントによる改善事例

### ■ タレントマネジメントで生産性向上を実現したA社事例

A社概要	事業内容	運送会社	社員数	約500人
------	------	------	-----	-------

A社は全国に拠点がある運送会社です。当初は拠点ごとにエクセルや紙ベースで社員情報を管理していました。

社内統一のデータベースがなく、どのような経歴の社員がどのような業務についているのかが把握できていない状況にあり、人材に適した配置転換を実施できていませんでした。

そこで、タレントマネジメントの導入を目指し、まずはタレントマネジメントシステムに個人情報を集約した人事データの一元化を行いました。そのうえで、情報の一部を社員に開示するところから始めました。

#### (1) 取り組みによる効果

タレントマネジメントシステムを活用したことによって、社員同士のコミュニケーションが活発化しました。システム導入により、社員同士の基本情報が閲覧できるようになったことで、他拠点の対面したことがない社員の情報も知ることができるようになりました。

また、お互いに人間性を知り合うことで親近感を持てるようになり、コミュニケーションが促進され人間関係が構築されるようになりました。これらにより、拠点間の貢献意欲が高まり、会社全体の生産性向上にもつながりました。

#### <タレントマネジメント導入時のポイント>

- 自社の目的に合ったタレントマネジメントシステムの選定
- タレントマネジメントシステムを活用した社員情報の共有

#### (2) 今後の活動

今後は、タレントマネジメントシステムを活用した、人材発掘に取り組んでいく予定です。

従来のエクセルや紙ベースでの管理にはなかったデータベースの高い検索性を生かして、さまざまなパターンで人材を探していくことを計画しています。

具体的には前職・経験・スキルとパフォーマンスの高さの相関関係を見出し、人材配置や採用において自社に適した人材活用を検討しています。

また、組織のポジションをシステムで可視化することで、キャリアモデルや個人のキャリアプラン形成にも役立てていくことを予定しています。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:リスクリング

# リスクリングのポイント

中小企業におけるリスクリングの  
ポイントについて、教えてください。

日本の課題として、人口減少や高齢化に伴う労働人口の減少や、地方と都市部、あるいは大企業と中小企業との間のデジタル格差、そしてデジタル人材不足が指摘されています。このような背景において、「リスクリング」という言葉が注目されています。

## (1)政府主導の「リスクリング」

「リスクリング」という言葉は、もともと職業能力の再開発、再教育という意味合いで使われてきた言葉です。この言葉は、最近メディア等でよく耳にするようになりましたが、特にきっかけとなったのは、岸田元首相が所信表明演説の場で、「個人のリスクリングの支援に5年で1兆円を投じる」と表明したことです。

その場では、わが国の持続的な成長のため科学技術・イノベーションやスタートアップ、脱炭素、デジタル化に重点を置くと提示したうえで、構造的な賃上げの実現に向け「賃上げと労働移動の円滑化、人への投資という3つの課題の一体的改革を進める」と強調していました。

## (2)中小企業におけるリスクリングの3つのポイント

<p>①実践を通じて スキルを磨く</p>	<p>人員が限られている中小企業では、実践を通じて社員の能力を高める必要性があります。例えば、新たに導入したシステムを使った顧客管理方法をシステム会社の指導のもと、実践的に習得するような機会を設けることです。また、社内DX化を進めるにあたって、社内プロジェクトを立ち上げ、そのプロジェクトへの参画を通じて新たなデジタル技術を習得させる方法も有効です。</p>
<p>②経営者から社内DX化 の必要性を発信する</p>	<p>中小企業では、経営者の発言や行動、姿勢が組織全体に大きな影響を与えます。そのため、経営者から社員に対して、全員がデジタル技術を学ぶ必要性を発信したり、経営者自身が学ぶ姿勢を見せることは、リスクリングの大きな推進力となります。ITツールの利用に対して抵抗する社員もデジタル技術を学ばざるを得ない雰囲気を作る必要性があります。</p>
<p>③社員のレベルに合った リスクリングの 機会をつくる</p>	<p>若手社員は、すでにITツールに触れる機会が多く、DX化に対してあまり抵抗感を示すことは少ないと考えられますが、高齢のベテラン社員の中には、ITツールに使い慣れていない社員も多く存在します。</p> <p>社員数の限られた中小企業では、社内DX化を特定の社員のみで推進しても、その効果が限定的になります。全員のスキル向上を図るために、社員一人ひとりのITスキルの棚卸を行い、レベルにあったリスクリングの機会をつくる必要があります。</p>

ジャンル:人事制度 > サブジャンル:リスクリング

## DX化への対応策

企業が取り組むべきDX化への  
対応策について解説してください。

DXとは「デジタル・トランスフォーメーション」を略した言葉で使われており、今では普通に目にする言葉になりました。

「トランスフォーメーション」という言葉には、単なる改良や改善を超えて、根本から作り替えること、という意味合いが含まれています。

### (1) 中小企業でも急がれるDX化のねらい

一般的には企業がAI、IoT、クラウド等のデジタル技術を活用して事業課題を解決したり、新たな顧客価値を生み出したり、最終的にビジネスモデルの転換を実現することを意味することが多いようです。

中小企業の課題として、人材不足や業務効率化の遅れなどが挙げられており、DXに取り組む中小企業は増えていますが、その背景にはデジタル技術の発展により、比較的高度な技術を安く使えるようになってきていることや、デジタルでできることが急速に増えていることがあります。

これは同時に、デジタル技術を活用して新しいサービスの提供や新たなビジネスモデルを構築しようとする競合他社もいると考えられ、先んじて取り組むべきテーマであるともいえます。

### (2) DX化に向けて避けて通れない社員の「リスクリング」

中小企業がDX化を実現するためには、まずは、社員への丁寧な説明が必要です。自社の変革は、大企業以上に社員の不安や抵抗が大きくなる傾向があります。なぜ自社にDX化が必要となっているのか、その背景や自社および社員へのメリットを丁寧に説明した上で、社員にリスクリングが重要であることを理解してもらう必要があります。また、中小企業がDX化への取り組みにあたっては、中小企業向けパッケージシステムが普及しており、自社にあったものを選択すれば、大きな開発コストをかける必要性は少ないと考えられます。

### (3) 社員全体へのリスクリングの必要性

一般的には、社内のDX化に向けて、高度なデジタル技術を駆使できるシステムエンジニアなどのIT人材の確保が必要になると言われますが、このような専門人材を確保するだけではDX化は困難です。DX化によって、すぐに仕事内容が変わらない人もいるかもしれませんが、将来的に多くの社員がデジタル技術を使いこなせるようになれば、企業としても一層の生産性向上につながります。よって、DX化を進めていくためには、システム構築ができるIT人材の確保だけで良いということではなく、社員全員がデジタル技術を駆使できるようになるためのリスクリングが必要といえます。

## 週刊 WEB 企業経営マガジン No. 891

---

【著 者】日本ビズアップ株式会社

【発 行】税理士法人 森田会計事務所

〒630-8247 奈良市油阪町456番地 第二森田ビル 4F

TEL 0742-22-3578 FAX 0742-27-1681

---

本書に掲載されている内容の一部あるいは全部を無断で複写することは、法律で認められた場合を除き、著者および発行者の権利の侵害となります。