

④ 事業者のデジタル化

第4回の連載は「事業者のデジタル化」を書いていきたい。まず、地域の現状として、コロナ禍の影響もあり、事業者のデジタル化への関心が非常に高まってきている。実際にホームページや動画の作成、SNSの開設や運営などの依頼が所属法人に多くきている。対面での営業への制限、観光需要の著しい低下、それ

らが長期的になってくることが分かり、事業者は一律に「新しい商売の形」を必死に模索をしている。2011年の東日本大震災の時に強く印象に残っているのは「デジタルが苦手なため、沢山の機会損失をしている」事業者の姿だった。全国だけでなく、世界中から多くの支援が被災地に届いていたが、その実は支援の偏りも大きかった。情報発信としてホームページやSNS、連絡手段としてメールが活用できる事業者へは支援が多く集まっていた。単純であるが「情報があつて、連絡が取りやすい」ところが、支援を受けるためには重要なのである。東日本大震災での経験もあつてか、当時

に比べると、ホームページやSNS、メールを活用する事業者はこの10年で格段に増えたと思う（全体数でいえばまだまだ少ない割合だが）。

事業者のデジタル化への関心は、東日本大震災の時と同様に高まってきているように感じている。しかし、東

日本大震災と今回のコロナ禍で大きく違うのは「求められるデジタル化のレベル」が大きく違うことだ。東日本大震災の時はデジタル化と言っ

この問題の深刻さはコロナ禍がどの程度長期化するかにもかかってくるが、コロナ終息後に人々の生活様式にある程度定着することも予測



ためにEC（通販）や動画、オンライン会議など、より高度なデジタル化に事業者は挑戦をしなければならぬ。しかも、コロナ禍の影響は世界中であるため、「誰かに助けてもらえない、純然たる商売（「競争」として戦っていかなければならぬ」というのが、東日本大震災の時とは雲泥の差で難しさが出てくる。



事業者向けのオンライン会議システム講座の様子。法人職員が講師を担当した

中小企業等事業再構築促進事業を中心に、国や自治体における「事業者へのデジタル化支援あるいは転換」を後押しする制度が増えてくるが、前述の通りの難しさがあつたため「予算があるから解決する」話ではないと思う。

【一般社団法人トナリノ】SAVE TAKATA（セーブタカタ）が前身組織。「あなたの困りごと」を一緒に解決する「地域の相棒」として、ウェブサイトやチラシなど広報物の作成、商品開発や販売など営業活動、デジタル人材の育成など幅広い活動を展開している。事務所は高田大隅のたまご村内のコワーキングスペース「ヤドカリ」。電話番号は47・3287。



執筆者
トナリノ代表理事
佐々木信秋

されるため、しっかりとせよ。事業者のデジタル化は避けては通れない道なのである。事業者は皆、誇りを持って商売をしているし、そんな事業者が私は好きだ。この未曾有の苦境を乗り切るために、あらゆる知恵を絞り、事業者と共にデジタル化を推進したい。