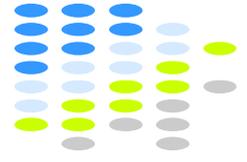


ISマネジメント・レター



コラム

賃金上昇、医療費に消える！

- ◆4月24日、健康保険組合連合会(健保連)が2025年度予算を発表し、大企業の従業員らが入る健康保険組合の平均保険料率が9.34%(前年同期比0.03%アップ)になると発表した。支出増の要因の一つが高齢者の医療費への拠出と言われる。
- ◆日本では、75歳以上が全員入る後期高齢者医療制度は、後期高齢者自身の保険料が約1割、税金が約5割、現役世代からの支援金が約4割となっている。加えて、65~74歳の前期高齢者も、勤め先を退職して自営業者らが中心の国民健康保険(国保)に入る場合が多いことから、健康保険組合などが納付金を支出して国保を支える制度となっている。
- ◆2025年に団塊の世代が全員75歳以上になり、健保組合から後期高齢者医療制度への仕送りが前年度より2.5%増加する。健保連からは「現役世代の負担が重く、高齢者への仕送りの割合が高い傾向が続く。25年度は約3兆9000億円、27年度は4兆円に達する可能性がある」と言う。
- ◆財務省によると、医療・介護の保険給付費は12~23年度に年2.9%のペースで増加してきた。この間の給与の伸びは1.8%にとどまり、給付費の伸びに届かない部分は、健保組合が保険料率の引き上げで穴埋めしてきた。赤字の健保組合も全体の76%に当たる1,043組合に上るといふ。

- ◆中小企業の従業員らが加入する全国健康保険協会(協会けんぽ)の保険料率は平均10%で、これを上回ると、企業は自前で健保組合を運営するメリットは薄れ、保険料率10%が健保組合の解散を検討する目安とされる。
- ◆医療費の増加要因のうち、高齢化などの人口要因は半分で、他は新規医薬品の保険適用や医師・医療機関の増加、診療報酬などの改定などがある。厚生年金の保険料率は17年9月に18.3%で固定化されているので、現役世代の負担を抑えるには医療・介護保険の歳出削減が避けられない。医療費の負担抑制策は、現役世代と同様に窓口負担3割となる後期高齢者の対象者の拡大などがある。しかし、日本医師会は、賃金上昇と物価高騰、医療の技術革新への対応などには診療報酬の引き上げが不可避としている。
- ◆25年の春季労使交渉の賃上げ率は2年連続で5%台の高水準となるが、同時に社会保険料も上がれば効果が薄れていく。賃上げが消費拡大に結びつかなければ、企業の設備投資意欲は高まらない。今後、医療費削減につき、どれだけ医療の効率化が進められるかにかかっている、と言っても過言ではない。

情報源：日本経済新聞 2025/04/24

第23巻第12号
Vol. 273

発行日
2025/05/15

目次:

賃金上昇、 医療費に消える！	1
IT・コンサル、 出社回帰の波 LINEヤフーも順次拡大	1
AIスキル 管理職要件 資格取得 三菱商事、 全社員必須へ	1
《連載 18》 待ったなし！ 中小企業のDX化の スキームと進め方	2

today's

IT・コンサル、出社回帰の波
LINEヤフーも順次拡大

- ◆日本企業で出社回帰の動きが一段と広がっている。アクセンチュアは6月から週5日の出社を原則義務化し、LINEヤフーも順次、出社回数の拡大を求める。フルリモート勤務を推奨してきたIT(情報技術)企業やコンサルティング会社でも対面でのコミュニケーションで生産性を高める動きが広がってきた。
- ◆アクセンチュアは6月1日から、国内約2万7,000人の全従業員を対象に週5日の出社を原則として義務化する。自社の拠点や、サービスを提供する顧客のオフィスなどへの通勤を求める。同社は23年10月から週3日の出社を強く推奨してきた。今回、さらに出社を求める理由について、「対面での面会や交流を通じてスキルをより高められ、イノベーションの創出にもつながる」と説明する。育児や介護など個別の事情がある場合には在宅勤務も引き続き認めるといふ。リモートワークは新型コロナウイルス禍で急速に普及した。ITやコンサル業界はオンライン会議やチャットといったデジタルツールが普及し、パソコンとインターネット環境があれば仕事が完結できる。特に導入が進んできた業界だが、リモートを継続することによるコミュニケーション不足が課題として目立つようになってきた。《後略》

日本経済新聞 朝刊 25/05/10【13面】

AIスキル 管理職要件
資格取得 三菱商事、全社員必須へ

- ◆三菱商事は2027年度から人口知能(AI)資格の取得を管理職の昇格要件にする。データ分析や業務管理でAIを使いこなす人材を増やす狙いで、いずれは役員を含む5000人超の全社員に資格の取得を義務づける。日本企業で社員にAIスキルを求める動きが本格化してきた。まずは入社8~10年目ごろの課長級に昇格する時期に、日本ディープラーニング協会が運営するAI関連資格の「G(ジェネラリスト)検定」の取得を義務化する。《中略》
- ◆G検定の取得者は深層学習の基礎知識を有し、深い洞察力を持ってデータ分析が出来る能力を持つとされる。試験では、AIに関わる数理・統計知識や法律・契約などの知識が問われ、合格には50時間程度の勉強時間が必要とされている。
- ◆三菱商事は数年かけて経営陣や海外出向者も含めて単体の約5,400人全ての社員に同検定の取得を必須にする方向だ。同社は管理職に英語能力テスト「TOEIC」や簿記で一定レベルの取得を求めている。昇格要件にAI資格も求めるのはIT企業以外では珍しい。《中略》
- ◆クボタは米マイクロソフトと連携し、このほど海外含む全社員約5万2000人に生成AIの使い方などの教育を始めた。《後略》

日本経済新聞 朝刊 25/04/29【1面】

ISマネジメントレター

Vol.273号 2025/05/15

発行人：片岡 俊彦
発行所：イノベーションサポート
福岡市南区大橋 3-16-5-304
〒815-0033

携帯：090-1517-7758 FAX：092(512)6452



e-mail
kataoka@inno-
support.com



URL
http://www.inno-
support.com

雑感:5月「子供の日」を前に、総務省は、外国人を含む15歳未満の子供の数(4月1日時点)が、昨年より35万人少ない1,366万人で44年続けて減少したと発表しました。総人口に占める割合も最低を更新し11.2%と出生数の落ち込みに歯止めがかからず、少子化の進行が改めて浮き彫りになったようです。男子は699万人、女子は666万人、3歳ごとの年齢層別では、年齢が下がるほど少なくなっている。まさに“人口オーナス期”、これからの社会保障は維持出来ていくのか、今国会の焦点の一つである年金改革法案の内容が気になりますね。

★★★★イノベーションサポートのコンセプト★★★★

イノベーションサポートは、戦略実現型人事マネジメントへの変革、組織・人材の開発・活性化の事業を推進・サポートをいたします。

★★★★コンサルティング実績

●経営戦略・ビジョンづくり

- 物流サービス企業/
中期経営計画づくり～
業績管理の仕組み構築
- 広告代理店/
年度経営計画の策定
～業績管理の定着支援

●人事マネジメントシステム構築

- マンションメーカー/
年俸制と目標管理制度
の導入・定着化支援
- 医療機器商社/
人事処遇制度改定と
人事諸制度見直し支援

●研修、セミナー

- 情報システム企業/
次世代ビジネスリーダー養成研修
- 官公庁/「会計 決算書の読み方」研修

ほか

<連載18回>

待たなし!

中小企業のDX(デジタルトランスフォーメーション)化のスキームと進め方

Chapter 3 DX時代の開発手法

4. 利用者作成のポイント

1)仕様書作成の手順

デジタル化におけるシステムの仕様書は、解決したい業務システムごとに作成します。仕様書は、システムを開発するための設計図です。業務システム上の課題を、具体的にどのようなプロセスに置き換え、どのような機能で解決していくのかをまとめます。ビジネスプロセスから課題をあぶり出し、ユーザーの行動を基に効果的な解決策を模索します。そうすることでユーザー目線の機能の設計につながります。

デジタル化では、従来のシステムの仕様書以上にユーザーの行動に合わせたアイデアを考えることが重要になります。システム視点の仕様書で開発を進めようと、ユーザーに価値が伝わらず利用されないシステムとなってしまいます。

2)UXとDXとの関係

ここでしっかりと考えなければならないのがUXです。これはユーザーエクスペリエンス(顧客体験)、一歩進んで「顧客が体験する価値」と捉えることもできます。DXの文脈で使う場合は、「デジタル化により、ユーザーが持続的に享受する価値」のことです。「持続的」というのがポイントです。一般的に、価値は時間の経過とともに薄れていくものです。一方、データは時間とともに増え続けます。このデータ価値を変え続けていくということが「持続的」の意味になります。

例えば、Amazonのレコメンド機能がまさにこれです。これは数あるAmazonのUXのほんの一部ですが、その人の購入履歴や閲覧履歴を分析して、おすすめ商品を提案してくれます。Amazonを使えば使うほどデータが溜まり、よりニーズに合致した商品を進めてくれるというわけです。データを活用したUX×DXの好循環ともいえるでしょう。

このように、ユーザーに対して常に新しい価値を提供できれば、自然とビジネスにつながり、売上も増えていくでしょう。DXを実現させていくためには、UXを最大限に考慮する必要があるという、文脈につながっていくの

です。

5. カスタマージャーニーマップを

開発に活用する

1)課題を解決して使い易いシステムへ

会社の業績を左右する重要な業務システムが使いづらいと、データが集まらず、DXの実現は難しくなります。そのため、売上に関わる業務システムは、操作性が良いことはもちろんのこと、効率よく業務をさばける機能が備わっていることが重要で

です。操作性については、例えば、半角数字を入力しなければいけないフォームなら、自動の入力モードが半角に切り替わるだけでも入力効率が上がります。また、ページの更新が遅いなら、コードを見直したり、サーバーやネットワーク回線を増強したり、といった対応が考えられます。細かい部分ですが、小さな不便が積み重なるとユーザーの不満は高まります。それだけでなく、全角と半角が混在しているとデータ運営上も支障が出ます。業務システムの企画を行う際は、ユーザーの不満となっている課題を解決し、データのインプットとアウトプットの動線まで考えることが大切です。

2)ユーザーの行動から課題を見つける

ユーザーが業務を行っているときの行動を注意深く観察することで、本当に困っている課題が発見できます。マーケティングでよく使うツールに「カスタマージャーニーマップ」というのがあります。ターゲットがどのような体験をしながら自社の顧客になるかをチャートで表したものです。

どんな商売でも、まずは顧客との接点をつくり、顧客に興味を持ってもらわないといけません。そして、興味を持ってもらったから、来店してもらい、商品を実際に体験し、気に入ってもらったら購入に至るといったストーリーが描けます。このようなストーリーごとに顧客の行動や自社の対応を想定し、実際の施策に役立てるのがカスタマージャーニーマップです。

カスタマージャーニーマップの基本イメージ

ペルソナ	都内で働く彼氏のいる29歳の女性、美容に対する意識が高く20時以降は夕食を食べない			
ステージ	認識	検討と評価	購入	購入後
シーン	探す	予約	来店	再訪問を検討
行動とタッチポイント	美容サイトで検索 	予約する 	シャンプー&カット 	誰かに伝える
心情	・会社帰りに寄りたい ・デート前に予約したい ・おしゃれな美容師さんにカットしてもらいたい	・口コミで評価を確認 ・サロンの評価を知りたい	・おしゃれな美容師さん ・私の髪質につき、親身にアドバイスをくれる	・髪を褒められてうれしい ・気持ち良くデートできた ・もっと髪を見てもらいたいののでSNSに上げる
課題	・同じようなサロンが多く差別化ポイントがわからない	・美容サイトでは把握できない情報が多く、SNSを利用してもらう	・待ち時間が長い ・カウンセリングは事前にはやりたくない	・自分の仕上がりを誰かに伝えたいが、気づいてもらえない