

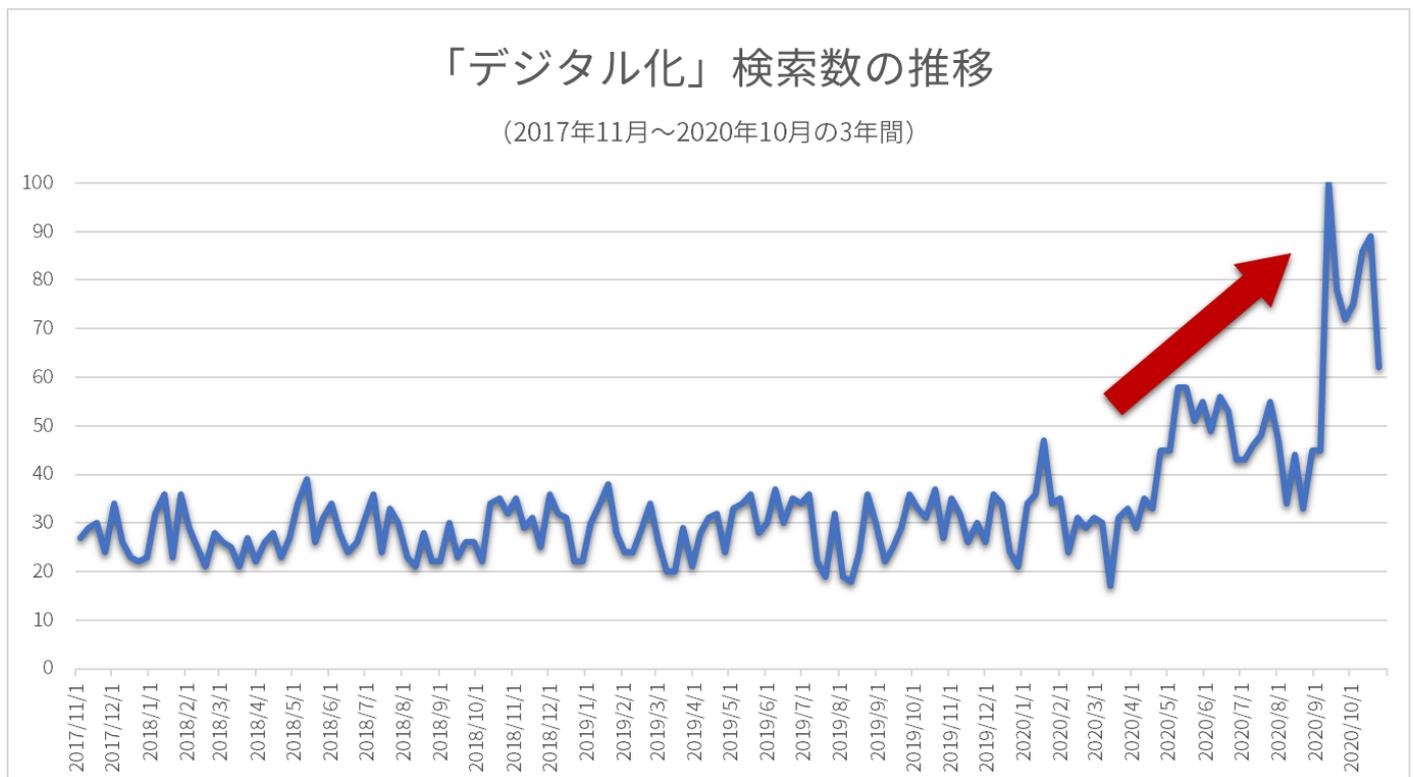
## 第1回

## 創業期にこそ意識したいデジタル化とは？

中小企業診断士 吉田明弘

## 注目キーワード「デジタル化」

2020年は、「デジタル化」というキーワードが本当にいろいろな場面で使われるようになりました。Googleトレンドで「デジタル化」の検索数を調べると、下のグラフのように2020年春ごろから急激に増加し、同年の秋口には以前の2倍から3倍となっています。それだけデジタル化に多くの人が注目していると言えます。



※グラフ：Googleトレンド (<https://trends.google.co.jp>) データより筆者作成

さて、この「デジタル化」というキーワードですが、創業期のみなさまにとっては、どのような意味を持つのでしょうか。これから、創業期の事業者にデジタル化によって実現して欲しいことについて、お話しします。

## 創業期に大事なこと

みなさまが新しい事業を立ち上げるとき、ターゲットとするお客様のニーズをつかんで、それに適したサービスを提供できているか、ということを探求していかれると思います。そこで必要なことは、より良い顧客体験を創り出す、継続的で迅速な「変化」です。今の時代は、何が正解なのか事前に分からず、分かったと思ってもまたすぐに変化してしまうと言われます。現場で観察される情勢に素早く適応し、意思決定と行動を繰り返していくことが求められます。

デジタル化は、この迅速な変化を実現するための基盤となります。みなさまがデジタル化を取り入れる際には、ぜひ「顧客体験を向上する変化」につながるデジタル化を意識して検討してください。とは言い、変化のためのデジタル化と言われてもイメージがわからない方も多いと思います。以下では、「データ」「ゆとり」という2つのキーワードから、変化を実現するためのデジタル化を説明していきます。

## データから変化を生み出す

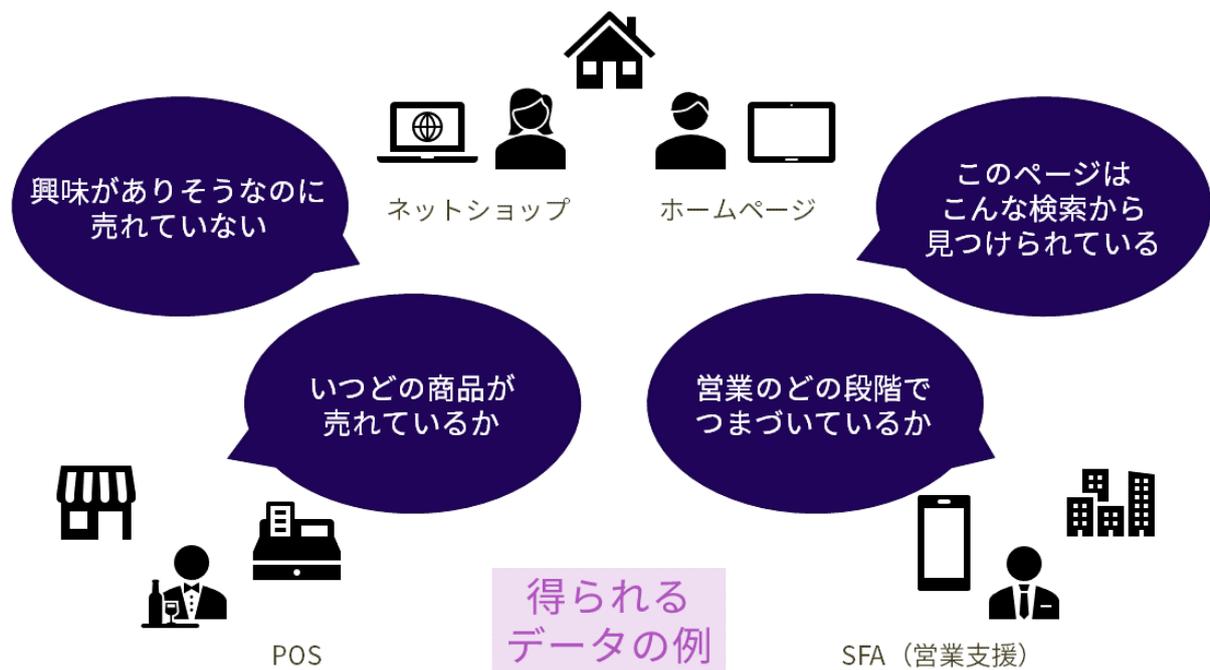
最初のキーワード「データ」ですが、これはお客様の行動に関する知見と言い換えるとイメージがしやすいでしょうか。例えば飲食店では、時間帯ごとであったり、来店客とデリバリー客とであったり、売れている商品の価格帯がどのように違うか、などを把握できれば、よりお客様が欲しているだろう商品を提供できます。また、毎日の天気と商品ごとの販売数を記録すると、雨の日に売れるものが違うことに気づくかもしれません。そのような知見をもとに変化を重ねていけば、みなさまのサービスはもっとお客様に喜ばれて選ばれるものになっていくでしょう。そのために、データを扱うのが得意なコンピューターを活用し、お客様との接点になる部分でデジタル化を進めて、データを蓄積し、変化を生み出すきっかけとします。

## データを生み出すデジタル化

具体的には、店舗であればPOSレジを導入して販売データを蓄積していくことで、いつどの商品が売れているかということ、感覚ではなく数値として知ることができます。もちろん、ネットショップでも同様に販売データを分析することができますし、POSレジとネットショップを連携すれば、リアル店舗とネットとの違いも分析できるでしょう。

また、お客様にみなさまの事業をお伝えするホームページからは、どのページがどれだけの人に関連されたか、というデータが取れます。それにより、どのような情報発信がお客様に興味を持たれやすいか、を知ることができ、顧客体験を向上していく指針となります。

対事業者の営業であっても、営業担当者が商談などの記録を残すときに、SFA（営業支援アプリ）を活用していれば、どの段階で止まっている案件が何件あるのかなどが、見えやすくなります。何かお客様が求めている支援を提供しきれていない、という気づきが得られるかもしれません。



## 何事も変化を意識して

それでは、このようなデジタル化を進めるにあたっては、どのようなステップで何に注意していくべきでしょうか。大きくは以下のようなことに気を配って欲しいと思います。

### ①事業の軸を再確認

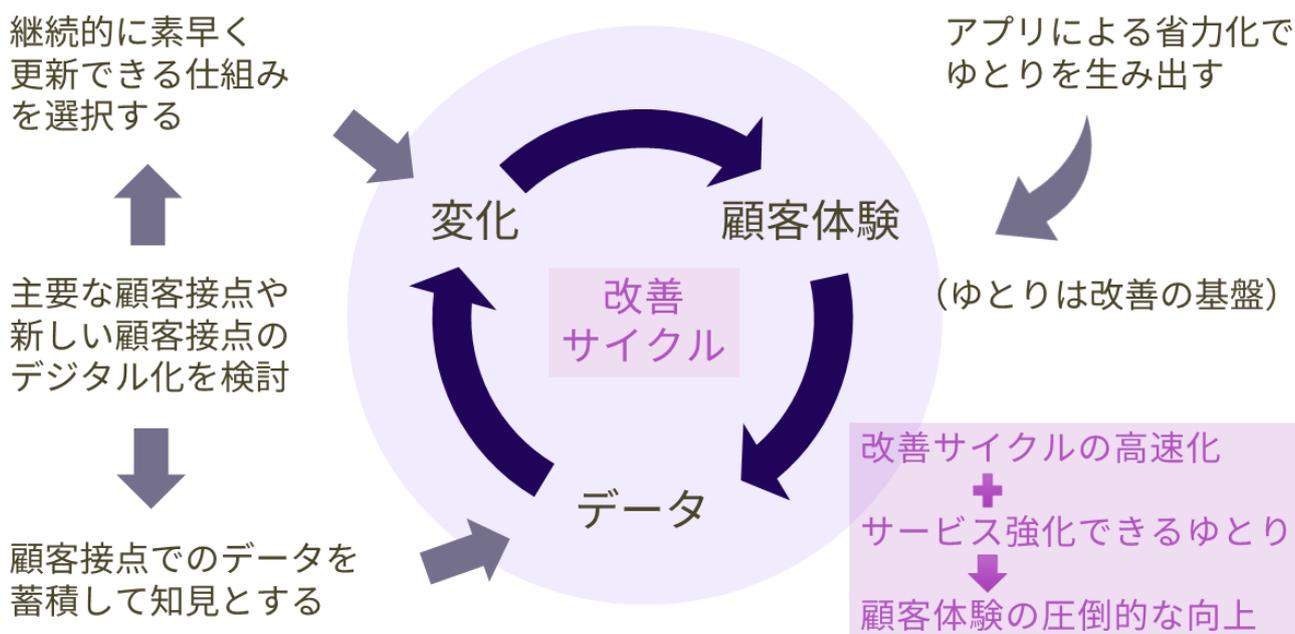
まず、みなさんの事業が「なぜ」「誰に」「何を」「どのように」提供したいと考えているのか、これを再確認しましょう。特にホームページなどは、それによって発信する情報も大きく変わります。どこを目指して変化していくのかという軸がないと、変化の際にふらついてしまいます。

### ②顧客接点のデジタル化を検討

お客様をより深く知り顧客体験を向上するためのデジタル化ですので、その接点となるところでデータを蓄積できないか検討してください。ネットショップなど、オンラインの新たな接点を増やし、お客様が自らの状況に合ったサービス体験手段を選べるようにするのも良いでしょう。

### ③自分で運用できる仕組みづくり

ホームページやネットショップでは、見栄えのデザインを重視して、業者に作ってもらうことも多いと思いますが、必ず変化を意識して、自分で変更や情報発信が可能ないようにしましょう。今は、インターネットにつながるパソコンが1台あれば、簡単かつ安価に自分でホームページなどを作れるサービスがあります。これから長く事業を続けていくつもりであれば、最初だけ専門家にサポートしてもらっても、更新は自分でしていくことをオススメします。お客様をつかんでいくために、小さく、速く、何度も変化していくには、外部に委託していると追いつかないからです。



## ゆとりを生み出す

最後に、もうひとつのキーワード「ゆとり」についてもお話しさせていただきます。多くの人は忘れてしまいがちですが、変化のためにはゆとりがとても大切です。日々の業務に忙殺されていると、先のことを考える余裕がなくなりますよね。観察したり、検討したり、準備したり、といった、変化のための行動には、時間的、精神的なゆとりが必要です。難しいことは重々承知していますが、ぜひ、ゆとりの確保を意識してください。

そのためには、負荷を減らすようなアプリの導入も早めに検討しましょう。次の表では、みなさまの作業負荷の軽減が見込めるアプリの例を示しています。

負荷の軽減が見込める作業	対応するアプリ
従業員や関係者とのコミュニケーション	・ ビジネスチャット ・ グループウェア
勤務時間等の管理	・ 勤怠管理アプリ ・ シフト管理アプリ
書類の作成・管理	・ 請求書類発行アプリ

## より詳しい情報を得るには

次回に詳しくご紹介しますが、「ここからアプリ」というサイトでは、中小企業や小規模事業者のお役に立てるアプリや、その活用方法などを紹介する記事や動画が掲載されています。ぜひ参考にしてください。

**ITプラットフォーム「ここからアプリ」(独立行政法人 中小企業基盤整備機構)**

<https://ittools.smrj.go.jp/>

### ◆プロフィール◆

#### 吉田 明弘



1978年神奈川県生まれ。中小企業診断士。

ソフトウェア開発会社に17年間所属し、組込みシステム開発、印刷会社の生産性向上のためのシステム開発や要件定義を中心に、多くの開発プロジェクトに参加する。開発以外にも様々な業務に関わり、自社の新規事業企画、新人研修、営業なども担当した。企業のIT利活用と不可分である経営に関しても学び、2016年に中小企業診断士の資格を取得。その後独立し、中小企業のIT利活用や研修などに携わっている。現在、中小機構の中小企業向けIT導入支援サイト「ここからアプリ」運営にも関与。