

IT ゼロの事業所向け
ハンドブック 2023

DX学校



目次 // table of contents

| | | |
|------------|---------------------------------|--------------|
| 第1章 | あなたの事業所はどのくらい時代遅れか | • • • • P.4 |
| | 状況別の時代遅れ年数 | • • • • P.4 |
| 第2章 | 急激な時代の変化に対応するために | • • • • P.6 |
| | 時代の変化に適応できる事業所に | • • • • P.6 |
| 第3章 | 「DX」とは何？ | • • • • P.8 |
| | はじまりは経済産業省のレポート | • • • • P.8 |
| | ここでいう「DX」は大企業のもの | • • • • P.10 |
| | 「トランسفォーメーション」とは元の形が跡形もなく変化すること | • • • • P.12 |
| | なぜいま「DX」？ | • • • • P.14 |
| 第4章 | 時代遅れのほうが一足飛びに最新にできる | • • • • P.18 |
| | 安心してください。時代遅れの方が劇的にIT導入の成果が出やすい | • • • • P.18 |
| | とても重要な社長の意識 | • • • • P.21 |
| 第5章 | インターネットでできること | • • • • P.22 |
| | 1. 最新情報を手に入れる | • • • • P.22 |
| | 2. コミュニケーションをする | • • • • P.24 |
| | 3. 仕事をする | • • • • P.25 |
| | 4. 実際には体験できない体験ができる | • • • • P.27 |
| | 5. モノもインターネットにつながり始めている | • • • • P.28 |
| | 6. 不老不死が実現する | • • • • P.29 |
| 第6章 | 中小企業は「IT導入補助金」を活用する | • • • • P.30 |
| | IT導入補助金とは？ | • • • • P.30 |
| | IT導入補助金はどうやったら出るのか？ | • • • • P.30 |
| | DX学校はIT導入支援事業者 | • • • • P.33 |

目次 // table of contents

| | | |
|-----|--------------------------------------|--------------|
| 第7章 | IT 導入 5 つの原則 | • • • • P.34 |
| | なるべく多くの従業員が恩恵を受けられるツールを先に導入する | • • • • P.34 |
| | なるべく導入するツールの数を減らす | • • • • P.34 |
| | ツールは SaaS (クラウドサービス) から選ぶ | • • • • P.35 |
| | ツール選びは世界標準 > 日本標準 > 業界標準の順に検討する | • • • • P.35 |
| | まずは社内で完結する部分から導入し、そのあとでお客さまにも影響がある部分 | • P.35 |
| 第8章 | 中小企業の IT 導入の勘所 | • • • • P.36 |
| | 効果を実感しやすいところから IT 化する | • • • • P.36 |
| | 社内のコミュニケーションを変える = 「言った、言わない」をなくす | • • • • P.37 |
| | ウェブ会議をできるようにする | • • • • P.37 |
| | 自社のメール・アドレスをとる | • • • • P.38 |
| | 社内チャット | • • • • P.39 |
| | 手書きをなくす | • • • • P.40 |
| | 手書きのデメリット | • • • • P.40 |
| | データを共有する | • • • • P.43 |
| | テレワーク (在宅勤務、遠隔地勤務) ができるようにする | • • • • P.44 |
| | バックオフィスを IT 化する | • • • • P.45 |
| | 会計システム | • • • • P.46 |
| | 受発注システム | • • • • P.47 |
| | 仕入管理・販売管理・在庫管理 | • • • • P.48 |
| | 勤怠管理・給与計算 | • • • • P.48 |
| | 顧客管理 | • • • • P.48 |
| | 予約システム・集客サービス | • • • • P.49 |
| | 出前サービス | • • • • P.50 |
| | オンライン・ショップ | • • • • P.50 |
| | 宣伝する | • • • • P.51 |
| | Google マップに掲載させる | • • • • P.52 |
| | ウェブサイトを作る | • • • • P.53 |
| | インターネット広告をやってみる (Google 広告) | • • • • P.54 |
| 第9章 | 全国に広がる DX 学校 | • • • • P.56 |

// 状況別の時代遅れ年数 //

事業所にパソコンが導入されていなければ 41 年の時代遅れ
スマートフォンがなければ 15 年の時代遅れ
紙の通帳を使っているなら・・・



PC-9801 シリーズ



Windows 95

1982 年、NEC から「PC-9800」が発売され、それまでマニアの遊びだった「パソコン」がオフィスに導入される「OA ブーム」が訪れました。もし今まだ事業所にパソコンが導入されていなければ、あなたの事業所は 2023 年 - 1982 年 = 41 年の時代遅れです。

1995 年、Microsoft から「Windows 95」が発売されました。この「Windows 95」には、パソコンがインターネットに接続する機能が含まれており、インターネットが急速に普及することとなりました。もし今まだあなたの事業所にインターネットが導入されていなければ、28 年の時代遅れです。

第1章 あなたの事業所はどのくらい時代遅れか



iPhone 3G

2008年、iPhone 3Gが発売されました。最初のスマートフォンです。もしあなたの事業所にスマートフォンが導入されていなければ15年の時代遅れです。

パソコンを使っていても、たとえばExcelやWordを「Microsoft 365」ではなく、CDで供給されるパッケージ版をそれぞれのパソコンにインストールして使っている事業所は6年の時代遅れです。発売元のMicrosoftのOffice製品のパッケージ版の売上が、2017年にサブスクリプションというCDなどを使わない形式に抜かれて、こちらが主流になったからです。

2019年、最大手銀行の三菱UFJ銀行が新規の口座には通帳を発行せず、パソコンやスマホで使う「デジタル通帳」を利用してもらうことを原則としました。もし今まだあなたの事業所で紙の通帳を使っているのであれば、4年の時代遅れです。

時代遅れだとなにかまずいことでもあるのでしょうか？　時代遅れだと、戦いに敗れます。「桶狭間の戦い」では、25,000人の今川義元軍はたった2,000人の織田信長軍に敗れました。織田信長が鉄砲を導入したのに、今川義元はそれと知らず、刀で織田信長と戦おうとし、敗れたのです。これと同じようなことが、あなたのビジネスに起こります。

いまITを手に入れることは、鉄砲を手に入れることと同じです。

// 時代の変化に適応できる事業所に //



時代は大きく変化しています

20世紀の終わり、いまからたった20年前にこんなことは予想できたでしょうか？

- 財布や定期券を忘れても改札を通って電車に乗って取引先に行って
- 道がわからなかったら携帯電話が道案内してくれて
- 打合せにメモ帳やペンを持っていかなくても携帯電話にメモが取れて
- コンビニでも携帯電話をレジにかざすだけで何でも買えちゃうんだよ

どうですか？

今や当たり前のこんな姿を、20年前に聞かされたとしたら信じられたでしょうか？そのくらい、人々の生活はここ20年で激変しているのです。20年を振り返ると大きな変化だけれど、毎日少しづつ変化が起こっているので、気が付かなかったかもしれません。

でも、ひょっとしてあなたのビジネスは、20年間何も変わっていないのではありませんか？営業マンが取引先を訪問して「おすすめ」を紹介する。注文は電話やファックスで受け、これをまとめて仕入れる。契約書や請求書にはハンコが捺してあって郵便で送られてくる。

生活はすっかり効率化しているのに、仕事は全然変わっていない……

// 時代の変化に適応できる事業所に //

このような事業所は、ほんのちょっとしたITの導入で、劇的に業務を効率化できます。今と同じ陣容でこれまで手を付けたくてもできなかった様々なことに着手することができます。

コロナウィルスの感染拡大で急に話題になった「テレワーク」をスタートすることで、営業マンが取引先に移動する時間も費用も、ひょっとしたら営業車も節減して、その分、他のことに時間やお金を使えるかもしれません。

取引先や社内の連絡事項をデジタル化することで「言った、言わない」のトラブルを激減できるかもしれません。

デジタルがゼロか、または導入度合いが低ければ低いほど、この効果は絶大で、急激に成果を出すことができます。

毎日の変化は、これからもっともっと大きくなると言われています。今から10年経ったら、車の運転は全て自動化して、自分が運転する必要がなくなるかもしれません。更にもう10年経ったら、頭の中で「どこどこに行きたいな」と考えただけで、目の前に自動運転車が出てくるかもしれません。ここまで来ると20年後の子どもたちが2020年の車のハンドルを見て「これ、何なの?」と言うかもしれません。そのくらいの大きな変化がありうるのです。

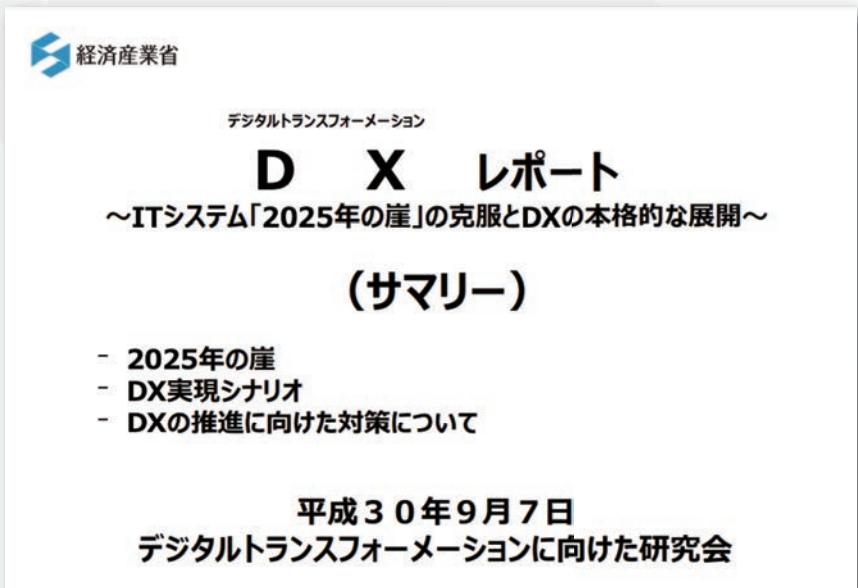
時代の変化の中心にあるのはコンピュータ、ITです。これまで20年間の変化、そしてこれから訪れる変化の中心には常にコンピュータがいて、IT（インフォメーション・テクノロジー）があります。私たちも、少しでも早くコンピュータやITを取り入れて、時代の変化の波に乗りていきましょう。

「もう今になって新しいものなんか導入できないよ」「いやー、なんかパソコンとか苦手で……」。それでも良いと思います。どんどん時代遅れになって連戦連敗して、事業が継続できなくなつて競争から去ればいいと思います。日本は福祉国家です。社員には失業保険が出ます。そのために給与から天引きされてきたのですから。経営者には失業保険は出ませんが生活保護制度もあります。今の日本で餓死することはありません。65歳になれば年金も出ます。それまで生活保護で耐え忍びましょう。

もちろん、それで良ければ……ですが。

第3章 「DX」とは何？

// はじまりは経済産業省のレポート //



みなさんは「DX」という単語をお聞きになったことがありますか？このハンドブックを手にされた多くの方が「『DX』ってなんだ？」と思って検索された方ではないかと思いますので、少なくとも一度や二度は「DX」という単語をお聞きになっていることを前提にお話を進めています。

「DX」という単語が最初に世の中に出でたのは、2018年9月に経済産業省が出した「DXデジタルトランスフォーメーションレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～」¹というものからでした。

¹ 経済産業省が出した「DXデジタルトランスフォーメーションレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～」https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_transformation/20180907_report.html

第3章 「DX」とは何？

このレポートに書かれているのは

- ・既存システムが、事業部門ごとに構築されて、全社横断的なデータ活用ができなかったり、過剰なカスタマイズがなされているなどにより、複雑化・ブラックボックス化
- ・経営者がDXを望んでも、データ活用のために上記のような既存システムの問題を解決し、そのためには業務自体の見直しも求められる中（=経営改革そのもの）、

現場サイドの抵抗も大きく、いかにこれを実行するかが課題となっている

→この課題を克服できない場合、DXが実現できないのみでなく、2025年以降、最大12兆円／年（現在の約3倍）の経済損失が生じる可能性（2025年の崖）。

とした上で、

2025年までの間に、複雑化・ブラックボックス化した既存システムについて、廃棄や塩漬けにするもの等を仕分けしながら、必要なものについて刷新しつつ、DXを実現することにより、2030年実質GDP130兆円超の押し上げを実現。

としています。

// ここでいう「DX」は大企業のもの //

経済産業省のレポートに書かれている姿は、中小の事業所のみなさんにとって、全く現実感のないものかもしれません



ここに書かれている姿は、中小の事業所のみなさんにとって、全く現実感のないものかもしれません。

大きな企業なら 20世紀にオーダーメイドしたシステムがいまだに動いており、これが老朽化しているけれども、オーダーメイドで作られたものゆえ、これを使い続けたいという要望が社内から上がってきているのかもしれません。

でも、日本の企業の 99.7% は中小企業。中小企業でオーダーメイドしたシステムを使っていて、しかもこれが老朽化している、だなどというのは全く現実離れしていますよね。



日本の企業の 99.7% は中小企業



大企業はわずか 0.3%



第3章 「DX」とは何？

本ハンドブックは、

- ・従業員が、パートやアルバイトも含めて100人くらいまでの企業で、
- ・注文を受けたり、仕入れの発注をしたりするのは、その場で口頭で注文してもらったり、電話やファックスで行っている
- ・会社としては、ITを導入していないか、営業マンがパソコンでExcelを使って表を作ったり、取引先に提出する書類をWordで作ったりする程度
- ・ITで業務が効率化するのは、なんとなくイメージできるが、一体どこから手をつけて良いのかわからない

といった事業所を対象にしています。夫婦と少人数のパートさんで回しているような個人経営のお店や、法人であっても小規模で運営しているような会社です。

このような事業所は、日常業務を回すのが精一杯で、

「もし効率化するのであっても、導入のときに一時的にでも大きな負担がかかるのは困る」

「費用は最小限で抑えたい」

と考えられていると思います。

このような要望に応えていきます。

第3章 「DX」とは何？

「トランスフォーメーション」とは元の形が跡形もなく変化すること

そもそも「デジタル・トランスフォーメーション」の「トランスフォーメーション」とはどういう意味なのでしょうか？



「デジタル・トランスフォーメーション」の「トランスフォーメーション」の意味は、「もとの形が跡形もなくなって新しい形に変わること」なのです。

いまの皆さんのビジネスが幼虫だとしたら、これがサナギとなり、美しい蝶へと変わっていく。これが「トランスフォーメーション」です。

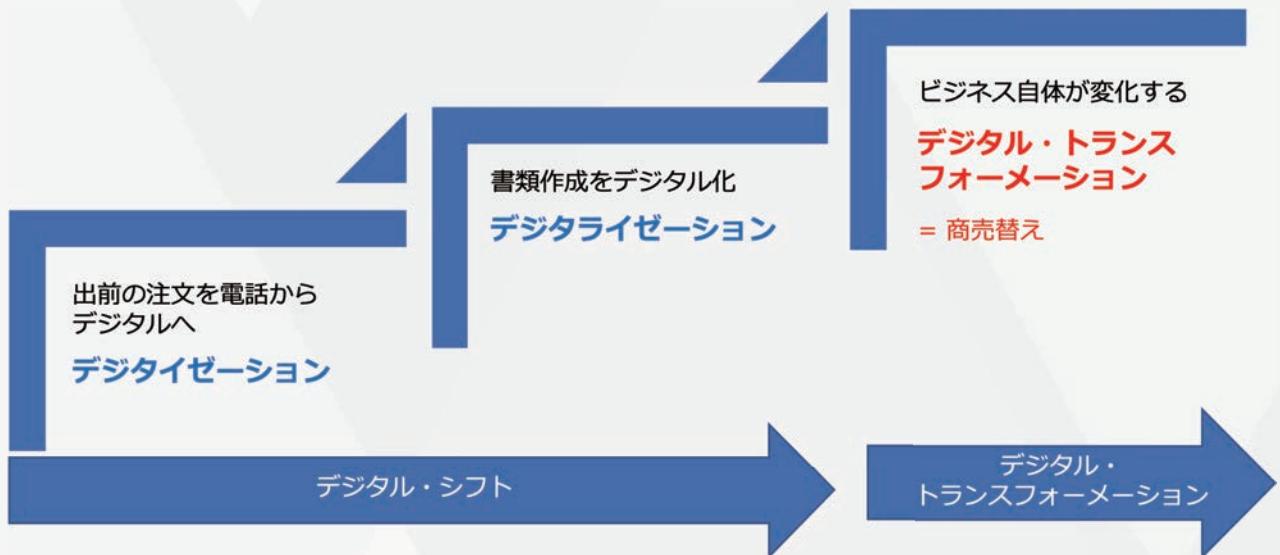
企業の意識調査結果をみると、多くの企業は DX を「業務そのものや、組織、プロセス、企业文化・風土を変革」とまでは思わず、「一部の業務・機能のデジタル化」と捉えているようです。みなさんはこれまでそういう意識ではなかったですか？ 「デジタル・トランスフォーメーション」とは経営のやり方、製品・サービスをデジタル前提で抜本的に見直すことなのです。

でもそんなことを言われてもお豆腐屋さんがいきなり AI 企業になったり、電気工事屋さんが IoT 企業になったりできるわけなんてありませんよね。

経済産業省では、DX への過程を「デジタイゼーション」「デジタライゼーション」「デジタル・トランスフォーメーション」の3段階に分けて説明しています。

第3章 「DX」とは何？

DXとは、ITを使って変化を起こし、売上や利益を伸ばす仕組みを作ること



飲食店に例えましょう。

- ・ **デジタイゼーション**：出前の注文は電話で受けて、店頭で使っているものと同じような伝票に書いている。これをデジタル化する。具体的には「Uber Eats」や「出前館」と契約して、注文はタブレットに入ってくる。この段階が「デジタイゼーション」です。
- ・ **デジタライゼーション**：注文を受けると厨房に「カツ丼 2 丁～～～」と声をかけながら伝票をクリップにはさみ込む。これをデジタル化する。具体的にはファミリー・レストランのように、注文を端末で打ち込むと自動的に厨房に連絡が行く仕組みを導入する。部署をまたいだデジタル化です。この「デジタイゼーション」「デジタライゼーション」の2段階をまとめて「デジタル・シフト」とも言います。
- ・ **デジタル・トランسفォーメーション**：商売 자체が変化すること。言ってみれば商売替えです。具体的な例としては食堂営業ではなくて、自慢のカツ丼を例としてオンラインで販売する「メーカー」に変わること、などです。

一足飛びにデジタル・トランسفォーメーションを進めるのではなく、現在の足元のビジネスからデジタル化、つまりIT導入を進めていこう、ということです。

第3章 「DX」とは何？

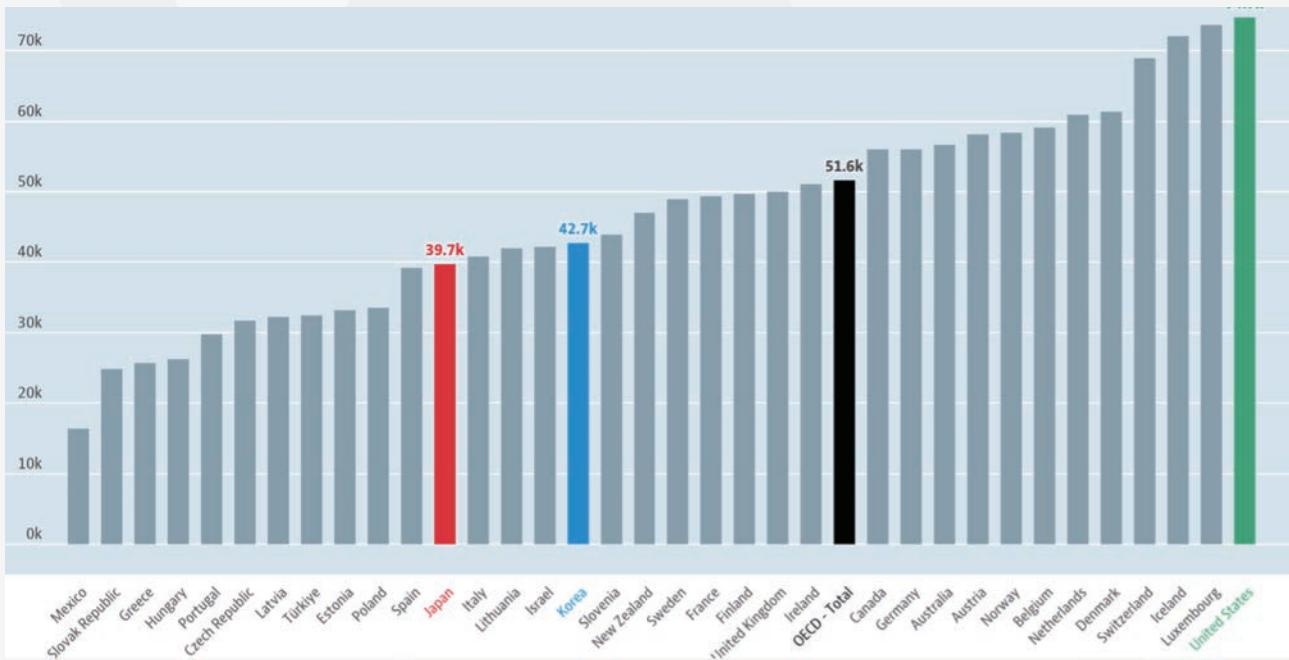
// なぜいま「DX」？ //



経済産業省が「DX デジタルトランスフォーメーションレポート」を発行して、企業にシステムの更新を求めているのは、どういう理由からでしょうか？ 日本の国際競争力は 20 世紀と比べて大幅に低下していて、その大きな理由が情報システムの遅れによる生産性の低さにあることが明らかになってきたからです。

読者の中には「日本は経済大国で、豊かな国だ」と思っている方も多いかもしれません。でも、そんなのはバブルと共に消え去りました。日本が「失われた 20 年、30 年」といって停滞している間に他の先進諸国も途上国も IT の力を借りてどんどん成長していき、日本が置いてけぼりになってしまったのです。

第3章 「DX」とは何？



² このグラフは OECD のデータです。

2018年から2021年の給与所得者の平均給与所得を各国で比較したものです。グラフの右端の緑がアメリカ、真ん中の黒い部分がOECDの平均、左の方の赤いのが日本です。

現在GDP世界1位のアメリカの平均給与所得は約7万4700ドル、2023年1月下旬の為替レートで換算すると約970万円。日本は約3万9700ドルで約516万円。いまの日本の平均給与はアメリカの半分程度なのです。ちなみにお隣の韓国（グラフの青色）は4万3000ドルで日本よりも1割高いのです。これは「給与所得者」の平均給与ですから、イーロン・マスクやビル・ゲイツのような人は含まれていません。ごく普通の人々の給与所得の平均年収です。

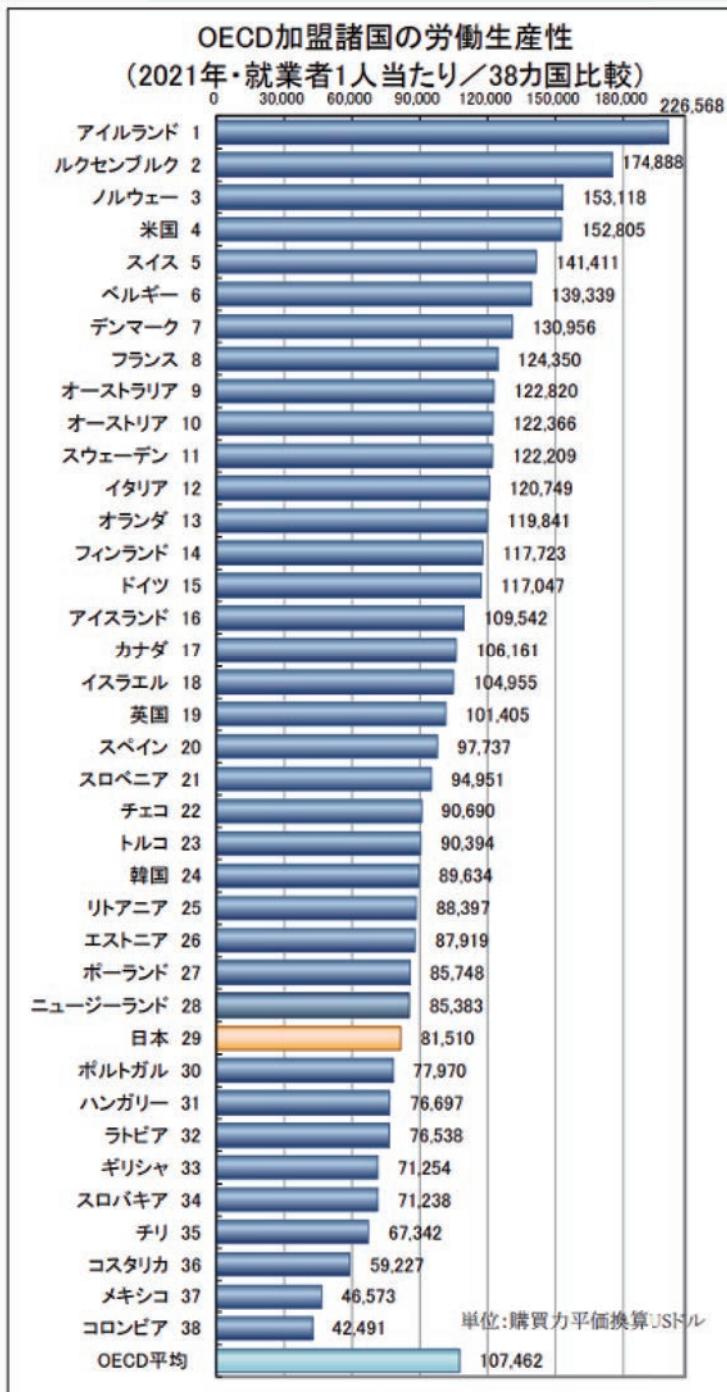
これは2021年までの数字ですから、ウクライナ戦争が巻き起こしたアメリカの年率10%ものインフレと円安もあって、2022年12月現在ではアメリカの給与所得は更にどんどん上がっています。それに対し日本では全く上がりませんから、日本の2.5倍から3倍と見ていいと思います。

例えば日本ではワンコイン500円で食べられるケンタッキー・フライド・チキンの「ケンタ・ランチ」と同じ内容の「KFC Chicken Sandwich Combo」は8ドル79セント、約1200円ですから、このくらいの価格差はあるわけです。

² OECDの「Average Wages」調査結果 <https://data.oecd.org/earnwage/average-wages.htm>

第3章 「DX」とは何？

公益財団法人日本生産性本部という団体は、OECDが取りまとめた「労働生産性の国際比較」というレポートを毎年出しています。



OECD. 公益財団法人日本生産性本部 2022年12月³

3 公益財団法人日本生産性本部 2022年12月 https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/press_2022.pdf

第3章 「DX」とは何？

日本の給与が上がらないのは労働生産性が低いからだというのです。

このグラフは就業者1人あたりの労働生産性を比較したものです。日本は1人あたりでは38か国中29位と低い位置にいます。

日本の労働生産性がここまで上昇しない理由として、IT化の遅れが指摘されています。

なぜこうなってしまったかというと、日本のITシステムが時代遅れになっていることが大きな要因だというのです。このために生産性が向上しないまま2023年を迎てしまったのだ。アメリカやヨーロッパは最新の情報システムが出たびにどんどん新型に乗り換えていったのに、日本の経営者はそうせずに、20世紀から使い慣れたシステムを使い続けていったせいで、ということがわかつてきたのです。

世界中のあらゆる産業において、新たなデジタル技術を利用して、これまでにないビジネスモデルを展開する新規参入者が登場し、ゲーム・チェンジが起きつつあります。しかし、こうした企業が日本には数少ないのです。

政府としては労働生産性を向上させ、世界のゲーム・チェンジの戦いに参加できる企業が育ってほしいとの思いから、このようなデジタル・トランスフォーメーション推進を進めているのです。

これが中小企業でも実現できるように、まずはデジタイゼーション、デジタライゼーションから始めて業務のデジタル・シフトを進めていこうというのがDX学校です。

安心してください。

時代遅れのほうが IT 導入の成果が
劇的に出やすいです。

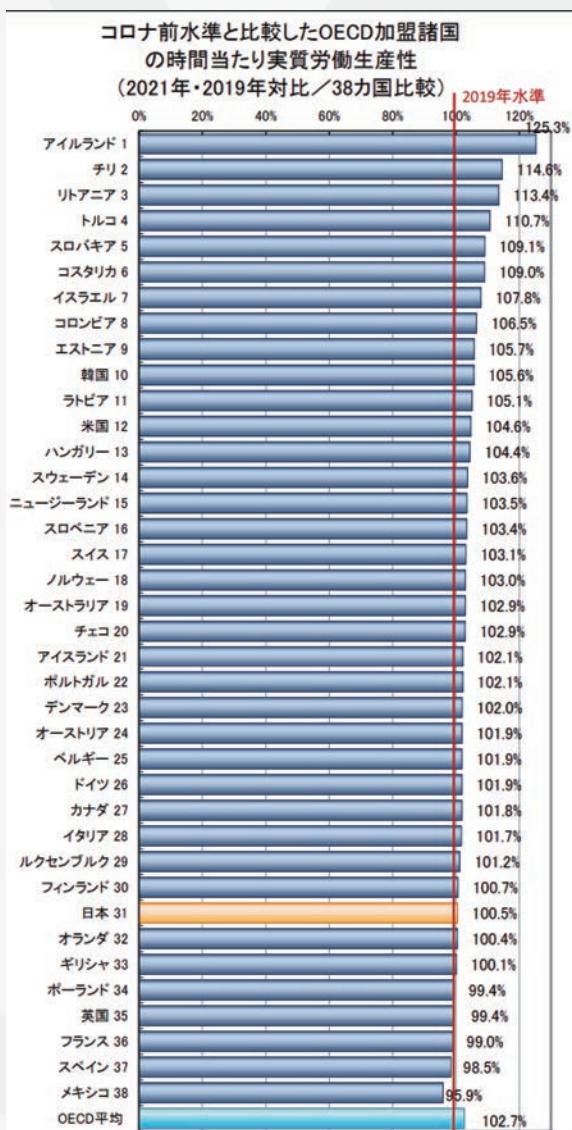


ここまで「遅れている」「時代遅れだ」と言われて気分を悪くなさった方もいらっしゃるかもしれません。

でも、安心してください。時代遅れで、現状「デジタル・ゼロ」の事業所のほうが IT 導入による効率アップの成果が出やすいのです。

前章でご紹介した公益財団法人日本生産性本部のレポートには「コロナ前」と「コロナ後」の労働生産性を比較したグラフも掲載されています。

第4章 時代遅れのほうが一足飛びに最新にできる



公益財団法人日本生産性本部 2022年12月⁴

この上位に入っているのはアイルランド、チリ、リトアニアといった小国ばかりで、アメリカやイギリスといった国は上位にはいません。これらの小国は資金もあまりなく、従来ITがあまり導入されてこなかった国ばかりなのです。

企業も同じで、これまで多額のIT投資をしてきたところはもういまさら生産性向上は望めないけれど、そうでないところは大いに期待できるのです。

4 公益財団法人日本生産性本部 2022年12月 https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/press_2022.pdf

第4章 時代遅れのほうが一足飛びに最新にできる

ITの世界に「リープフロッグ」という言葉があります。「カエル飛び」という意味です。



まったくITを導入してこなかった国や企業がピヨーンと一気にカエル飛びするような有様をこういうのです。

「IT」と言う名の「鉄砲」は、大手企業はもう何年も前に手に入れています。でも、その鉄砲は旧式です。昔のITは今よりも性能が低く遅いのですが、非常に高価なものでした。多額の投資をしてしまった以上、いくら速くて軽々と動いて高性能な新型が出ても、そうおいそれと飛びつけません。ところがいま「ITゼロ」ならば、いきなり最新型です。昔と違ってサーバーなどの大きなハードウェアを買う必要はありません。ExcelやWordといったソフトウェアも買う必要がありません。なぜなら「サブスクリプション」といって、インターネット上にあるソフトウェアを使いたいときだけお金を払って使い、使わなくなればすぐに契約解除できるしぐみが普通になっているからです。

信じられないかもしれません、いま世界のIT最先進国は中国です。中国は20世紀に「ITゼロ」だったので当時の最新型をバンバン導入していき、いまや世界最先端になったのです。アフリカの各国も同じです。電話線も光ファイバーも引かれていないこのような国では小型通信衛星によるインターネットが普及したので、アフリカで携帯電話といえば自動的にスマートフォンです。

ITを導入するのに、早すぎることはありません。サブスクリプション型であれば、使ってみてダメならすぐに他のものに替えることができます。今使っているものよりも良いものが発売されたら、契約を切り替えて良いものに乗り換えれば良いのです。DX学校は言うことがコロコロ変わります。昨日まで最高だったものよりもっと良いものが出たら、そちらをお勧めします。ITというのは、そういう世界なのです。移り変わりがとても早いのです。波に乗って常に最新の効率の良い環境に身を置いてください。

「パソコンが苦手」などと言って座して死を待つか、最初はすこし負担がかかるけれどこの機会に最新のITを導入して波に乗るのか、どちらが良いですか？ その選択は、社長にしかできません。

// とても重要な社長の意識 //



何でも新しいことには抵抗が出てくるものです。

「従来の手作業をやめてITを導入しよう」などと言うと、ほぼ間違いなく先代社長や古参社員に反対されます。「今のやり方でうまくいっているのになんて変えなきゃいけないんだ?」とか「何年もやってきたこの方法を変える意味がわかりません」とか「コンピューターとかスマートフォンはどうも苦手で」とか……。こうした声に勝てないのなら、従来と同じ、昔ながらの方法をこれからも続けて、時代の流れにこれからも取り残されていくしかないとは思います。他の農家がみんな耕うん機を導入して田畠を耕しているのに、自分だけ牛馬を使っているのと変わらない。こうした主張を受け入れてしまって大丈夫ですか? こうした声を説得し、まず導入しやすく成果がわかりやすいところからITを取り入れていくためには社長しかいないのです。

社長も「俺もITとかよくわかんないから」などと言って、若い社員でパソコン好きな人を選んで、その人に任せたりするのが一番いけません。若い社員は、先輩である古参社員に反対されると腰碎けになってしまいがちです。

ここは大変ですが、社長にはITに関する基礎知識を身につけていただくと、「どんな事ができるようになるのか」「その結果、手間が省けるところと逆に丁寧に手間をかけないといけないところ」がわかってきますので、これをもとに「自社ならこういうITを導入したら効率が上がる」「これは実現したいがカネがかかる」「これならパソコンが手放せなくなる」ということを理解して、ITを導入していただきたいのです。

第5章 インターネットでできること

現代のITは、インターネットなくして語ることはできません。現在の生活が20年前からここまで変化したのは、インターネットの普及によるものに他ならないからです。

コンピューター自体は、ずいぶん昔からありました。でも、コンピューター自体はそれほどまで人々の生活を変えませんでした。初期のコンピューターはとても高価で、一般の人がおいそれと買えるものではありませんでした。しかし、量産が可能となって値段が下がると「パソコン・コンピューター(PC)」が手頃な値段で変えるようになりました。これが決定的になった1995年発売の「Windows 95」にはインターネットに接続できる機能が搭載され、これを機に人々の生活が大きく変わったようになったのです。

初期のインターネットの利用法は調べ物メインでした。しかし、最近ではありとあらゆるビジネスやエンタテインメントがインターネット上で展開し、常時インターネットに接続していないと仕事も遊びもできなくなってきたのです。

1. 最新情報を手に入れる

多くの人がイメージするインターネットの使い方は「インターネットのヤホー！で調べてみました」(© ナイツ)という使い方——検索ではないでしょうか。パソコンでブラウザを開き、Googleなどの検索窓のあるウェブサイトを呼び出して、単語を入れて調べる、という、辞書を引くような馴染みのある使い方ですね。

わからない単語を調べたり、取引先のウェブサイトを訪問するためにありかを調べたりするのに便利で、以前は書籍を使って調べていたことのほとんどは、この方法で解決することができるようになりました。

Googleの他にも、Yahoo!やインターネット・プロバイダーのページなどにも検索窓があって検索を利用する事ができますが、Googleに次ぐ、世界利用者数2位のウェブサイトはどこか知っていますか？それは、動画共有サイト「YouTube」です。インターネットに世界中のありとあらゆる情報が集まりすぎて、あまりにも掲載数が増えたため、最初から共有された動画を見たい人はGoogleやYahoo!ではなくてYouTubeのウェブサイトに行ってこの中だけで検索するのです。

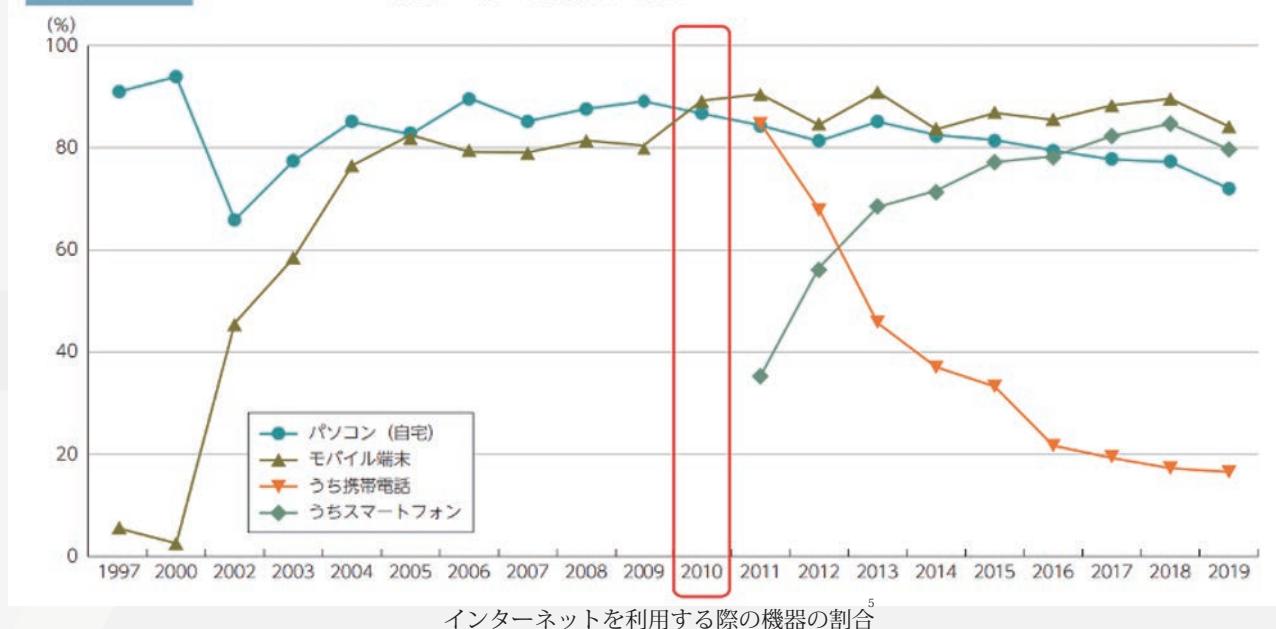
また「ハッシュタグ検索」というのもあります。話題になっていることを、自分の利用しているTwitterの中でだけとか、Instagramの中でだけ探したい人は、探したいキーワードの前に「#」を付けて「#マリトツオ」のように探します。

第5章 インターネットでできること

もしあなたが話題のスイーツを提供するお店の方で、自分のインターネットのウェブサイトを作るのであれば、「マリトッソ」という単語が掲載されており、YouTube や Instagram に投稿した動画や写真にも「# マリトッソ」と書かれていなければ検索している人に見つけてもらえません。なにか行動する時にネットで調べもしないのは、今はもう考えられないことですから、「検索してみても出てこない」お店や商品はこの世にないのと同じなのです。

日本でのインターネット接続の主役は 2010 年からパソコンからモバイル端末に代わっています。モバイル端末とは、iMode などの通信機能をもつガラケーや PHS、スマートフォン、タブレット端末などを総称していますが、2017 年以後はスマートフォンがパソコンを抜き、利用の主役になりました。

図表 1-1-1-6 インターネットを利用する際の利用機器の割合⁵



つまり、「インターネットといえばパソコン」という考え方は、6 年の時代遅れなんです。

5 総務省が毎年発行している「情報通信白書 令和 2 年版」から。このグラフはこの白書の 9 ページから転載しています。 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintoeki/whitepaper/ja/r02/pdf/01honpen.pdf>

2. コミュニケーションをする

スマートフォンが接続の中心になって、何がどう変わったのでしょうか？ スマートフォンは、24時間人々の一番近いところにいます。パソコンは、電源を入れて立ち上がるのを少し待って、ブラウザを起動するまでインターネットには接続できないのですが、スマートフォンは、外出時はもちろん、家にいるときでもいつも傍らにあります。そして、常時インターネットに接続されています。

朝、起きるのは目覚し時計ではなくてスマートフォンのアラームで。「今日は傘を持っていこ
うか？ 靴は雨用でなくて大丈夫か？ お洗濯はできるのか？」などと天気が心配になったら
お天気アプリで。電車の遅れが気になったら乗り換え案内アプリで。このようにインターネット
を使うのは「パソコン」ではなく「スマホ」になりました。

いつも手元にあるスマートフォンですから、コミュニケーションもスマートフォンを使って
行われます。Twitter や Facebook、LINE、Instagram などのアプリです。

「若者の活字離れ」とか言う話がありますが、スマートフォンが当たり前な若者は文字が好き
です。コミュニケーションは、文字が基本です。LINE や Messenger で文字と、時には絵文字
を使ってコミュニケーションします。スマートフォンも「フォン」ですから電話の機能があり
ます。でも、若い人でスマートフォンの電話機能を使っている人は、ほとんど見たことがあり
ません。会話が必要なときは LINE や Messenger の電話機能を使います。これなら電話料金は
かかりません。でも、この機能すらあまり使いません。電話はこちらの都合に關係なくかかっ
てきます。電車で移動中だろうが、授業中だろうが、仕事で重要な会議をしていてもかかって
きてしまいますが、これがスマートフォンでの文字コミュニケーションに慣れた人にとっては
迷惑なのです。自分が迷惑なことは他人にもしないのがマナーですよね。なので、会話をしよ
うとするなら事前に LINE で「電話してもいいかな？」とか聞いてから電話する人が大半です。
ですから、若い人に携帯電話番号を聞いても自分の携帯電話番号を知らない人がとても多いの
です。使わないものの番号は、いちいち覚えていません。

コミュニケーションがスマートフォン中心になり、アプリ中心になると、情報の入口もスマ
ートフォンになります。ニュースも、仕事の情報も、天気予報も、電車の運行情報も、Twitter や
Facebook から来るようになります。テレビも新聞も見る必要なんかありません。いつも同じ
様な傾向の記事に反応していると、アプリが「この人はこの人の投稿に「いいね！」すること
が多い」「この人は地震の情報には敏感に反応する」「この人は自民党の議員の投稿に「いいね！」

第5章 インターネットでできること

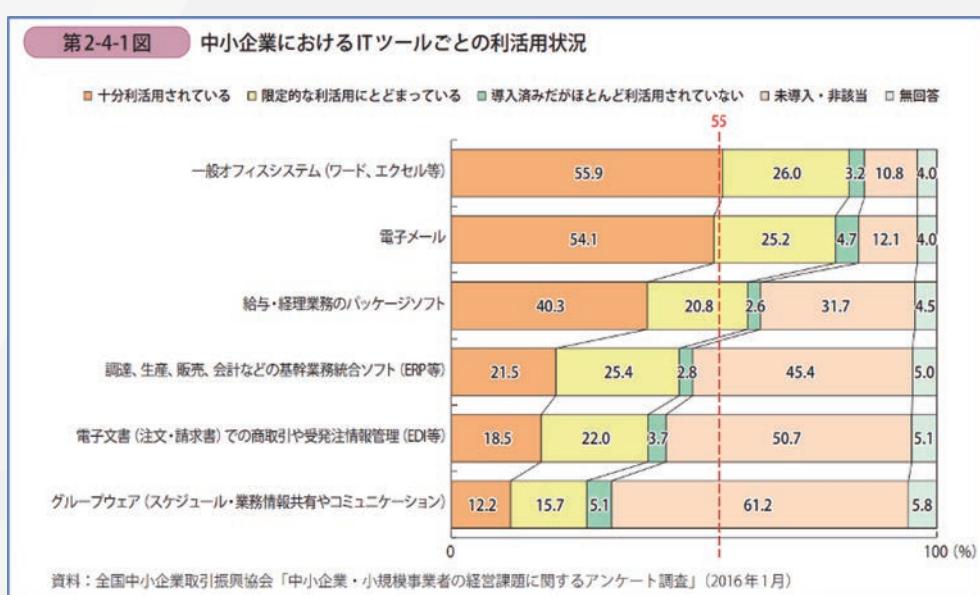
している」などという各人の傾向を把握して、その人が好みそうな記事をどんどん表示し、あまり興味がなさそうな記事は表示しないようになります。つまり釣りが好きな人は釣り関係の記事がどんどん表示されるので、どんどん詳しい情報に接することになります。

あなたがいくら熱い気持ちを込めてあなたの会社の情報をウェブサイトに送り出しても、興味がない人には全く伝わらない一方、あなたの商材に興味を持つ人ならこれまで全く接点のなかった人にでも伝わるのです。「これまで業界誌に広告をいくら掲載しても反応のなかった大手企業から、ネットを通じて引き合いがあった」というような話は珍しいものではありません。業界誌の広告は、広告掲載スペースを買った上で、目立つ広告を制作しなければなかなか目に付きません。また、広告スペースは限られているので、あなたの取扱商品に関する詳細やあなたのこの商品に対する思いまではなかなか表現できません。しかし、インターネットならば文字数やスペースの制約はありません。

誰かが Instagram で「映えるお菓子を探す」→Instagram でハッシュタグ検索をする→あなたの作ったかわいいお菓子の写真を発見する→あなたの Instagram のプロフィール表示からあなたのお店のウェブサイトに行ってあなたのお菓子の詳細を知る→来店してお買い上げ→自分の Instagram に撮影してお菓子の写真をアップする→これが拡散して多くの人が来店してお買い上げ→→→.....というポジティブな循環が期待できるのも、スマートフォンでインターネットを利用する時代の特長です。

3. 仕事をする

仕事もインターネットのため、大きく変化しています。



第5章 インターネットでできること

中小企業でよく使われているITツール1位はWordやExcelなどのOfficeシステムのようですね。WordやExcelはもう何十年も前から、つまりインターネット以前から存在しています。これが最近はインターネットにつながるようになりました。インターネットにつながることによって、自分のパソコンのなかにデータを残す必要がなくなったのです。作業をしたデータはインターネット上の保存場所に保存されます。自分のパソコンを紛失しても中にデータは入っていないので、安心になったのです。

給与計算や経理のソフトウェアもインターネットにつながるメリットがあります。これまで一枚一枚の領収書を見て勘定科目を経理担当者が判断して支払先、金額を入力してきましたが、今は現場で領収書の写真をスマートフォンのカメラで撮って会計ソフトウェアの決まりに従ってアップロードすると、インターネット上の会計ソフトウェアが「××タクシー 1,000円は旅費交通費」「〇〇書店 3,000円は新聞図書費」と自動的に仕訳してくれるので、経理の担当者はこれが適切かどうかを目視でチェックするだけです。

在庫管理ソフトウェアなどは、ソフトウェアを使っている他の会社の方法がインターネットでつながることで集められて、そこからはじき出された標準的なムダのない在庫管理の方法があらかじめ決められているので、自社の在庫管理をこの方法でやると、自動的で効率的な管理ができるのです。

インターネット上でモノを販売するオンライン・ショップ・ソフトウェアは更に簡単です。

- ・ 自社のウェブサイトでまず売りたい
- ・ でも楽天市場やAmazonにも支店がほしい
- ・ 在庫の管理は自社と楽天市場とAmazonのどこで売れても一括して管理したい
- ・ Googleで検索して「ショッピング」のタブをクリックしたら自社の商品も表示されるようにしたい
- ・ Google広告も実施したいが、店頭価格が変わったら即時これが反映されるようにしたい

などといった複雑なことがインターネット上のソフトウェアがまとめてやってくれます。

インターネットにつながることによって、仕事は強烈に効率化して楽になりました。

4. 実際には体験できない体験ができる

いまのコンピューターではまだ実現できないことがいくつかあります。

まず三次元の体験です。パソコンやスマートフォンのディスプレイは平面、つまり二次元です。音楽を聞く時にヘッドフォンをするように、3D用のメガネのようなものをかけて三次元体験をしようという試みは、すでに始まっています。



Meta が発売している「Meta Quest 2」

現在の3D技術では、頭を回す時にまだ動作が不安定で気持ち悪くなってしまう「3D酔い」があるので、これから先どんどん技術が進化して、自然な三次元体験ができるようになるでしょう。

今、パソコンやスマートフォンでは人間の五感のうち「視覚」と「聴覚」しか使えません。残った「触覚」「味覚」「嗅覚」はまだ実用化されていませんが、開発中です。何年か経つと、家電メーカーのウェブサイトに行くと商品を触った感覚が得られ、食品メーカーのウェブサイトでは味が試せ、香水メーカーのウェブサイトでは香りがするようになるかもしれません。

さまざまな体験が実体験ではなくバーチャルに行えるようになっていきます。旅行は素晴らしい体験ですが、実際に行ってみると天候に恵まれなくて絶景のはずの景色が見えなかったり、寒くってそれどころではなかったりします。バーチャル体験が進化すると、実際に観光地に行くよりもバーチャル体験のほうが天候に左右されないベターな体験になるかもしれません。360度のパノラマが最高の天気のもとで体験でき、吹いてくるそよ風も感じられ、咲いているお花の香りもしてくる……という体験です。

第5章 インターネットでできること

最近の小学生に世界的に流行しているゲームに「フォートナイト」というのがあります。登録プレイヤー数がなんと4億人もいるのです。これは三次元体験ではなく香りも出ませんが、バーチャル空間の中で敵と戦うゲームです。このゲームの特長は、ゲーム空間でコンサート等のイベントが開かれ、参加できることです。トラヴィス・スコットやマシュメロ、アリアナ・グランデ、The Kid LAROI、日本からだと米津玄師や星野源のような一流アーティストのコンサートが、コンサート会場ではなくゲーム空間で行われるのです。トラヴィス・スコットのコンサートには2,770万人もの人が同時参加しました。参加者は、ゲームで使っているアバターという自分の姿でコンサートに参加し、いつもゲームを戦っている対戦相手と一緒にコンサートを見るのです。この世代にはフォートナイトのほうが実際の暮らしそれよりもリアリティを感じられるという人も多いのです。

このように、世の中は変わっていきます。

5. モノもインターネットにつながり始めている

パソコンやスマートフォン、ゲーム機以外にもさまざまな「モノ」がインターネットにつながり始めています。

エアコンをインターネットにつなげておくと、スマートフォンでどこからでも操作が可能です。寒い晩に、駅でスマートフォンからエアコンをONにしておくと、帰るときには部屋が温まっています。

冷蔵庫にはドアを開けるたびに中の写真を撮ってくれる機種があります。この冷蔵庫がインターネットにつながっていれば、中の食材をスマートフォンでチェックして、足りない食材を買ってから家に帰ることができます。

これと同じように、お店のPOSレジと在庫管理システムをインターネットにつなげておけば、在庫がリアルタイムでわかるので、売れ筋商品を欠品させることなく早めに仕入れることができます。

工場製造機械の消耗する部分にセンサーを付けてインターネットにつなげておけば、消耗具合がリアルタイムでどこからでも把握できるので、早めに交換部品を用意することもできるし、また最後の最後まで消耗部品を余すことなく使い切ることもできます。

6. 不老不死が実現する

コンピューターで、不老不死がいずれ実現すると言われています。Apple Watch という、Apple 社が発売している時計には心拍数や心電図を取る機能が付いています。

これが発展して常時身につけている腕時計で体のコンディションをリアルタイムで計測し続ければ、異変がある予兆の段階で対策を取ることができます。投薬の指示などを Apple Watch の通知機能を利用して送ることなどは、早々に実現しそうです。医学は日進月歩で進化していますから、データさえ適切に取れれば不老不死も夢ではないと言われています。

インターネットにつながることによって、これまでにはあり得なかった未来が実現するようになります。

// IT導入補助金とは？ //



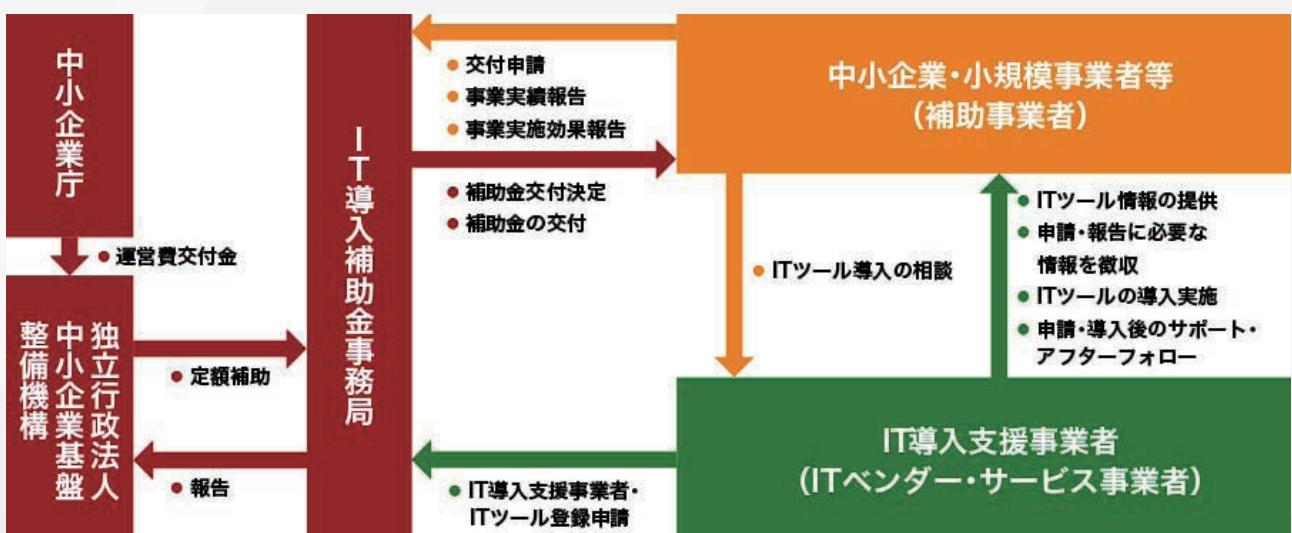
IT導入には、どうしてもお金と手間がかかります。せっかく導入したくても資金が足りずにおきらめてしまうのは、とてももったいないものです。

政府では、こうした事業者のために補助金を出しています。「IT導入補助金」もその一つです。

補助対象となるのはほとんどの中小企業。大企業の子会社や風俗営業など一部は対象外ですが、反社会的勢力が経営に関わっていない限り、NPO法人や組合、個人経営でも申請が可能です。

IT導入補助金はどうやったら出るのか？

IT導入補助金は、中小企業・小規模事業者等が自社の課題やニーズに合ったITツールを導入する経費の一部を補助することで、業務効率化・売上アップをサポートするものです



(https://www.it-hojo.jp/r04_assets/img/overview/overview_img.jpg)

第6章 中小企業は「IT導入補助金」を活用する

注意しなければいけないのは、自分で好きなお店に行ってパソコンやソフトウェアを買ってきても、この補助金の対象にはならないこと。正式な審査を経て登録された「IT導入支援事業者」からパソコンやソフトウェア、導入支援等を購入しなければ対象にはなりません。中小企業のIT導入にあたっては、それぞれの会社に適切なツールを適切なアドバイスのもとに導入する必要があるので、このような仕組みになっているのでしょう。IT導入支援事業者も、補助金のルールに従って支援を遂行する義務があるので、責任を持って販売する必要があります。

支援事業者からの購入であれば、今話題の会計のIT化であれ、ECサイト構築であれ、導入のための社員教育も含めて補助の対象となります。

IT導入補助金には、いくつかの種類があり、

- ・通常枠（A・B類型）
- ・セキュリティ対策推進枠
- ・デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）

という、事業所が単独で申請するものと、

- ・デジタル化基盤導入枠（複数携IT導入類型）

という、商店街のような複数社が共同で申請できる枠があります。

補助額の下限・上限、補助率

| | 通常枠 | | セキュリティ対策 推進枠 | デジタル化基盤導入枠 | |
|----------|--------------------------------|---------------|-----------------|--------------------------------|-------------|
| | A類型 | B類型 | | デジタル化基盤導入類型 | |
| 補助対象経費区分 | ソフトウェア購入費・クラウド利用料（最大2年分）・導入関連費 | | サービス利用料（最大2年分） | ソフトウェア購入費・クラウド利用料（最大2年分）・導入関連費 | |
| 補助率 | 1/2以内 | | 1/2以内 | 3/4以内 | 2/3以内 |
| 上限額・下限額 | 5万円～150万円未満 | 150万円～450万円以下 | 5万円～100万円 | (下限なし)～50万円以下 | 50万円超～350万円 |

ハードウェア購入費用（デジタル化基盤導入類型）

| | |
|-----------|---|
| ハードウェア購入費 | PC・タブレット・プリンター・スキャナー・複合機：補助率1/2以内、補助上限額10万円 |
| | レジ・券売機等：補助率1/2以内、補助上限額20万円 |

第6章 中小企業は「IT導入補助金」を活用する

通常枠は中小企業・小規模事業者等のみなさまが自社の課題やニーズに合ったITツールを導入する経費の一部を補助することで、みなさまの業務効率化・売上アップをサポートするものです。A類型とB類型に分かれ、補助額は最高450万円、補助率は1/2以内です。

セキュリティ対策推進枠は中小企業・小規模事業者等のみなさまがサイバーインシデントが原因で事業継続が困難となる事態を回避するとともに、サイバー攻撃被害が供給制約・価格高騰を潜在的に引き起こすリスクや生産性向上を阻害するリスクを低減することを目的としています。補助額は最高100万円、補助率は1/2以内です。

デジタル化基盤導入類型は、補助額最高350万円、補助率最高3/4以内の枠です。中小企業・小規模事業者等のみなさまが導入する会計ソフト・受発注ソフト・決済ソフト・ECソフトの経費の一部を補助することで、インボイス対応も見据えた企業間取引のデジタル化を推進することを目的としています。この枠に限り、パソコンやレジなどのハードウェアも補助対象となります。

| 種類 | | 複数社連携IT導入類型 | | | | | |
|----------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--|--|--|--|
| 補助額 | デジタル化基盤導入類型の要件に属する経費 | | デジタル化基盤導入類型の要件に属さない複数社類型特有の経費 | | | | |
| | (1) 基盤導入経費 | | (2) 消費動向等分析経費 | (3) 代表事業者が参画事業者をとりまとめるために要する事務費・外部専門家謝金・旅費 | | | |
| | (下限なし) ~350万円 | | 50万円×グループ構成員数 | ((1)+(2))×10%に補助率2/3を乗じた額もしくは200万円のいずれか低い方 | | | |
| | 内、~50万円以下部分 | 内、50万円超~350万円部分 | | | | | |
| 機能要件※1 | 会計・受発注・決済・ECのうち1機能以上 | 会計・受発注・決済・ECのうち2機能以上 | | | | | |
| 補助率 | 3/4以内 | 2/3以内 | 2/3以内 | 2/3以内 | | | |
| 補助上限額 | 3,000万円 | | | 200万円 | | | |
| 対象ソフトウェア | 会計ソフト、受発注ソフト、決済ソフト、ECソフト | | 各種システム※2 | | | | |
| 貢上げ目標 | なし | | | | | | |
| 補助対象 | ソフトウェア購入費・クラウド利用料(最大2年分)・導入関連費 | | ソフトウェア購入費・クラウド利用料(1年分)・導入関連費 | | | | |
| | ハードウェア購入費用 | PC・タブレット等※3:補助率1/2以内、補助上限額10万円 | | AIカメラ・ビーコン・デジタルサイネージ等 | | | |
| | | レジ・券売機等:補助率1/2以内、補助上限額20万円 | | | | | |

※1:該当する機能の詳細はITツール登録要領を参照

※2:対象例(消費動向分析システム、経営分析システム、需要予測システム、電子地域通貨システム、キャッシュレスシステム、生体認証決済システム等)

※3:PC・タブレット・プリンター・スキャナー・複合機

第6章 中小企業は「IT導入補助金」を活用する

複数社連携IT導入類型は、複数の中小・小規模事業者が連携してITツール及びハードウェアを導入することにより、地域DXの実現や、生産性の向上を図る取組に対して、複数社へのITツールの導入を支援するとともに、効果的に連携するためのコーディネート費や取組への助言を行う外部専門家に係る謝金等を含めて支援するものです。

// DX学校はIT導入支援事業者 //



DX学校を運営するディグナは、IT導入補助金のIT導入支援事業者です。

IT導入支援事業者に登録されている会社には、たとえば会計ツールのメーカーなど、特定のソフトウェアを販売する会社が含まれています。このようなIT導入支援事業者を選ぶと、その会社で扱っている製品・サービスの分しか補助が受けられません。たとえばデジタル化基盤導入類型を使ってソフトウェアと一緒にハードウェアの補助を受けようとしても、この会社が扱っていないければ対象外になってしまうのです。

DX学校を運営するディグナは特定のソフトウェアを販売する会社ではありません。全国各地のIT導入診断士がそれぞれの事業所の事情を聞き取りし、無理なく導入できて、導入の手間もあまりかかりず、その上で生産性向上が目に見えるそれぞれの事業所に最適なツールをおすすめし、ご案内いたします。また、導入にあたっての社員の皆さんの教育も補助金の対象内でお手伝いします。

第7章 IT 導入5つの原則

さて、我々のDX学校には、IT導入の原則が5つあります。

これは、数多くの中小企業にITを導入してきて得た教訓から定めたものです。

1. なるべく多くの従業員が恩恵を受けられるツールを先に導入する
2. なるべく導入するツールの数を減らす
3. ツールはSaaS（クラウドサービス）から選ぶ
4. ツール選びは世界標準>日本標準>業界標準の順に検討する
5. まずは社内で完結する部分から導入し、その後でお客さまにも影響がある部分を導入する

1. なるべく多くの従業員が恩恵を受けられるツールを先に導入する

多くの企業で、「まずは役員から」とか、「ITリテラシーの高い人が多い部署から」と、「小さく始めて大きく育てる」ことが多いのですが、実は、これが失敗の原因になります。

特に、高齢の古参従業員にITへのアレルギーがあると失敗しやすいのがIT導入なのです。ですから、多くの従業員から「便利になった」「楽になった」などの声が寄せられて社内世論が「IT賛成」になると、こうした人たちの主張も弱まります。

2. なるべく導入するツールの数を減らす

ツールを選定する場合、各担当部署にツールを選ばせることが多いのですが、実はこれにも問題があります。例えば、タイムカードを打刻する勤怠管理ツールはA社製品、これをもとに給与計算をするのはB社製品、会計ツールはC社製品、とバラバラのメーカーの製品を導入してしまう、という例です。

こうなると勤怠データを、給与計算ツールに入力するときに、係員が入力し直し、会計ツールにもまた入力し直すなど手間が減らず、生産性の向上になりません。

また、従業員も複数のツールの使い方を覚えなくてはならなくなります。

ですから、タイムカードから給与明細、帳簿への記帳までが一気通貫で行えるような統合ツールを選ぶことで、なるべく導入するツールの数を減らしようにしています。

3. ツールは SaaS（クラウドサービス）から選ぶ

SaaS は、すぐに導入できて、どうしても自社に合わない場合はすぐにキャンセルできます。

また、標準的で効率的な仕事のやり方を反映して設計されているので、誰でも直感的に使えますし、そもそも費用が安いのです。

セキュリティ面でも、サイバー攻撃を考えると自社でサーバーを立ててそこに重要なデータを保管しておくのは危険極まりませんが、クラウドに保管されるので安心です。

これが SaaS を推奨している理由です。

4. ツール選びは 世界標準 > 日本標準 > 業界標準 の順に検討する

SaaS は 1 製品だけで何でもかんでもできるわけではないので、いくつか導入することになります。

たとえば販売管理ツールで売上が 1 個上がったら在庫管理ツールでは在庫を 1 個引き当てたいわけです。これが自動で連携できるようにするには、各ツール同士がそもそも連携している必要があります。

世界的に人気のある標準サービスほど、連携先が多く、拡張機能も数多く開発されています。

そのため、世界中に利用者の多い世界標準ツール、会計など日本の法律に縛られる領域は日本標準、特定の業界でしか使われていないツールは業界標準ツールを選びます。

5. まずは社内で完結する部分から導入し、

その後でお客さまにも影響がある部分を導入する

まずは社内で完結する部分から導入し、その後でお客さまにも影響がある部分に手を付けていくように推奨しています。

レジをセルフ・レジに変えるとか、受発注システムを導入する前に、まずは自社の社内を固めていきましょう、その方がやりやすい、ということです。

// 効果を実感しやすいところからIT化する //



第7章で述べた5つの原則をもとに

- ・導入するツールを選ぶ
- ・IT導入補助金や地域の補助、助成制度なども活用しながら、必要なツール（ハードウェア、ソフトウェア）を購入する
- ・SaaSの設定を行う
- ・従業員に使い方の教育を行う

という段取りでIT導入を行なっていきます。

「ITゼロ」の事業所であれば、どんなITツールを導入しても業務効率は確実に向上します。

でも、IT導入にあたっては、

- ・導入の手間があまりかからない
- ・効果が目に見えて実感できる
- ・効果が短時間で実感できる

ことが重要です。それは社内の抵抗勢力の声が広がる前に「これ便利じゃないですか」「楽になった」「かっこいい」という印象が社内に広がることが重要だからです。

IT導入について書かれた本やウェブサイトを見ると、経理システムなどをモダンなものにする例がたくさん出てきます。でも、経理や人事、営業管理などは効果を実感できる人が限られている上に、効率向上の効果を感じるまでに時間がかかるのです。ですから、最初に導入するITツールは、

- ・従業員みんなが使えるところから
- ・これまで全く取り組んでこなかったところ
- ・従業員が社外で「うちもこれを導入したんだよ」と自慢できるところ

から、にしましょう。

社内のコミュニケーションを変える = 「言った、言わない」をなくす

■ ウェブ会議をできるようにする



コロナウイルス感染症の感染拡大で一気に話題になったのが「ウェブ会議」です。三密を避けるため、実際に一か所に集まっての会議は避け、会議の参加者は各自自宅やシェア・オフィスなどから会議に参加できるようにする、というものです。会議にはパソコンだけでなくスマートフォンからでも参加できます。

DX学校がIT導入の最初のステップとしてお勧めしているのがこのウェブ会議です。DX学校の個別講義もウェブ会議の仕組みで行われれます。

ウェブ会議は「IT化の象徴」のように報道されていますから、社員の皆さんも「うちも今日から会議はウェブなんだよね」などと社外の人にも言えて、導入の初期段階がスムーズに進みます。

店長はアルバイトのシフトに合わせて「10時から1回、13時から1回、夕方にもう1回」と朝礼を行っていたかもしれません、これがすべて自宅からでも出先からでも行えるので、時間が有効に使えます。

資料をパソコンで作っておけばその画面をみんなで見ながら会議を進めることができます。

ウェブ会議をやってみると、リアルな会議以上に沈黙が耐えられなくなります。何か課題が出て、これに対して全員が考え込んでいるうちに時間が過ぎていくということが減るのですね。

また、上司の顔色もあまりよくわからないので、ご機嫌取りの発言も減るかもしれません。

■自社のメール・アドレスをとる

DX学校が初期に導入をお勧めしているツールの一つにGoogleが提供している「Google Workspace」があります。



Google Workspaceは
各種機能が含まれた
複合ツールです

- ビジネス用メール ··· 「Gmail」
- 共有カレンダー ··· 「Google カレンダー」
- ワープロ ··· 「Google ドキュメント」
- 表計算 ··· 「Google スプレッドシート」
- プрезентーション ··· 「Google スライド」
- アンケート作成 ··· 「Google フォーム」
- クラウド上のデータ保管 ··· 「Google ドライブ」

このツールにログインするにはメールアドレスを使います。このメールアドレスの@以下が「@あなたの会社名.co.jp」とか「@あなたの店名.com」のように共通だと、共有カレンダーやデータなどを利用する場合、共有がスムーズにいきます。たとえば会議の議事録を「Google ドキュメント」で作成して社内で共有したい場合、「@あなたの会社名.co.jp」の人なら全員閲覧可能、とか、全員編集可能、という権限設定がとても簡単にできるのです。



この機に自社（自店）の
メールアドレスを取りましょう。



メールアドレスの取り方は簡単で、設定も簡単です。「これまでインターネットのプロバイダの提供するメールアドレス（namae@color.ocn.ne.jpとかnumber@docomo.ne.jpとか）を使ってきて名刺にも刷ってあるよ」という人も大丈夫。Gmailでは、他のメールアドレスに来たメールも受け取れる設定もできて、会社のメールアドレスからの返信もできます。

■社内チャット

社内コミュニケーションでよく揉めるのは「言った、言わない」です。「そういうニュアンスじゃなかった」とか「こういうつもりで発言した」と言われても、そう聞こえないこともありますよね。

社内のこうした行き違いを少しでも無くすのは、口頭ではなくて、なるべく文字でコミュニケーションして、これを証拠として残すこと。前述のウェブ会議でも録画機能があるものもあり、会議を残しておくこともできるのですが、文字ならもっと簡単です。

このために活用したいのが社内チャットです。

ちょっとした連絡でも、社内チャットで短い伝達を文字で送ることによって、コミュニケーションのミスが減少します。

また、一对一だけではなくて一对多とか、グループ全体への連絡も簡単にできるのもメリットです。

社内チャットが電話や口頭と違って良いのは、他のことに集中している時に話しかけられなくとも良くなること。今の作業が一段落したところで社内チャットを確認すれば良いのです。

手書きをなくす

■手書きのデメリット

ITを導入していない事業所では「手書き」の作業が多いのではないでしょうか？

注文を電話で受け、これを手早く手書きでメモする。



注文をまとめる伝票にこれを清書する。「A商店
だいこん（大）30本、たまねぎ（中）10個」



倉庫では、在庫を黒板に正の字を書いて管理している。「だいこん（大）正正正正」



仕入先に明日の分を発注する前に各商品の発注数を電卓で計算して、集計表を作る。「だいこん（大）はA商店さん30本、B給食センターさん100本、C居酒屋さん10本……合計350本」



経理担当者は日々の売上を顧客ごとに電卓で集計して日計表に転記する。



更に経理担当者は後で会計システムに入力。



月末には当月の売上を顧客ごとにまとめて請求書を作成。封筒に宛名書きをして投函。



第8章 中小企業のIT導入の勘所

こうしてまとめてみると、同じことを何回も手書きで繰り返し書いていますね。これは本当にムダなことですね。同じことを書くのは一度きりにしたい。将来的には注文の集計や会計システムへの入力は自動化したい。こういうビジョンをベースにIT導入診断士はプランを作っています。

「宛名書きが大変、って言ってもうちの場合、毎月の請求先は10か所くらいだから大した手間じゃない」という社長もいらっしゃるかもしれません、毎月住所録を出してきて宛名を書いている社員に「宛名書きはもうしなくて良いようになったよ」と言ってみましょう。おそらく、喜ばれることでしょう。

この際に有用なのが、先ほども紹介したGoogleの「Google Workspace」のような複合サービスです。これに含まれている7つのツール以外にも、Google社以外の多くの会社の製品が連動しているので、これをうまく組み合わせて全体を作っていきます。



また、手書きの回数を減らしてパソコンに入力していくようにするには、入力のしやすいパソコンがあるといいですね。事業所の中はデスクの上のような安定したところばかりではありません。時には店舗を歩き回って入力しないといけないし、倉庫の中を点検しながら入力するようなこともあるかもしれません。でも、デスクに戻った時にはキーボードでじっくり入力したいですよね。

Googleが提唱している「Chromebook」という仕様のパソコンが各社から出ています。



「Chromebook」には、

- ・ ノート・パソコンタイプ。折りたたんで持ち運べる、通常のノート・パソコン。
- ・ コンバーチブル型 2-in-1。タッチ・スクリーンを回転させてタブレットとしても使えるノート・パソコン
- ・ デタッチャブル型 2-in-1。キーボードが取り外し可能で、タッチ・スクリーンを単体のタブレットとしても使えるノート・パソコン。
- ・ デスクトップ・パソコン

の4タイプがあります。たとえばデタッチャブル型 2-in-1 の場合、スマートフォンのように画面がタッチ・スクリーンになっていて、大型のスマートフォンのように立ったまま操作できます。一方、キーボードをカチッと付けて通常のパソコンのようにデスクで落ち着いて操作することもできます。また、セキュリティも万全です。

「Chromebook」は、全国の小中学校の児童・生徒にパソコンを配布する「GIGAスクール」構想で、iPad や Windows を大きく押さえて 43.8% のシェアを獲得しました。⁶



6 MM 総研のニュース・リリース <https://www.m2ri.jp/release/detail/html?id=475>

あと数年で Chromebook を文房具のように使う若者が新入社員として入社してくるのです。鉛筆とノートという手書きからパソコンへの入力、と大きく変わる文房具として考えてみるのもいいかもしれません。

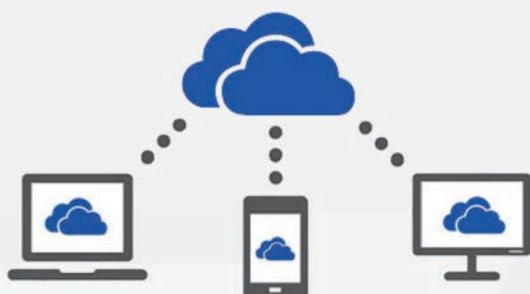
データを共有する



Google Workspace には「ドライブ」という、作成したデータを自分のパソコンだけではなくてクラウド上に保存する機能があります。これは「ビジネス・スタンダード」という最も一般的なプランで一人あたり 2TB まで保存できる便利な機能です。

誤って消してしまったファイルを復元できる機能とか、社内をチーム分けしてそれぞれ別でファイルを管理するとか、事業所に求められるさまざまな機能が盛り込まれています。

デジタル化したデータは、共有することで価値を出し、生産性を向上させます。営業担当者が受注したデータを加工して経理担当者が使い、それをさらに加工して経営指標に落とし込む、といったことが可能になるのです。



テレワーク（在宅勤務、遠隔地勤務）ができるようにする



社内のコミュニケーションがデジタル化し、手書きが減り、データを共有することができるようになると、いよいよテレワーク（在宅勤務、遠隔地勤務）ができるようになります。テレワークは、ウェブ会議室システムを導入すればできるようになるというものではなく、これだけの事柄が必要です。

テレワークのメリットは、どこにいても仕事ができること。自宅でも出先でも仕事ができるということですね。社長がいつも事業所にいなくても会社が回るようになります。これがテレワークの第一目標です。

次いで、通勤やお客様訪問の時間が節約できること。ミーティングとミーティングの間に移動時間がいらなくなるので、時間が効率的に使えます。

ウェブ会議にしてもデータの共有にしてもインターネットを使うので、インターネット環境は会社で揃える必要があります。しかし、テレワークが実現すれば通勤の交通費や移動の交通費、場合によっては営業車の台数も節約できるので、インターネット環境の費用を支払っても節減できる経費は大きいのです。

バックオフィスをIT化する



「バックオフィス」とは管理部門です。経理や勤怠管理など間接部門のことを指す言葉です。

現場以外の全体を指しますので、たとえばどんな業種でも必要な管理システムとして、会計システムや受発注、仕入れ管理、在庫管理、販売管理といった「モノの管理」、勤怠管理や顧客管理といった「人の管理」があります。また、宣伝をして自社を広く知ってもらうことも必要です。

さらに、たとえば飲食業なら予約システム、「ぐるなび」などの集客サービス、「Uber Eats」や「出前館」のような出前サービスといった外部サービスとの連携があります。

テレワークができるようになるまでが「ステップ1」とすると、ここからが「ステップ2」になります。

業務がIT化すると、画期的に効率が向上します。IT化に取り組んだら、なんとかこの「ステップ2」も成功させたいところです。

ここでの注意点。それは「自社の特殊性」には目をつぶって、標準化された製品を選び、もし今の業務が標準化された製品と違っているようであれば、自社の業務プロセスを変えるべきなのです。

企業はそれぞれ違います。他と同じことを同じようにやっているだけでは、標準的な企業にしかなりません。しかし、こういった業務システムは、できれば世界標準、難しければ日本標準、または業界標準を選び、業務プロセスも合わせて変えていきましょう。

第8章 中小企業のIT導入の勘所

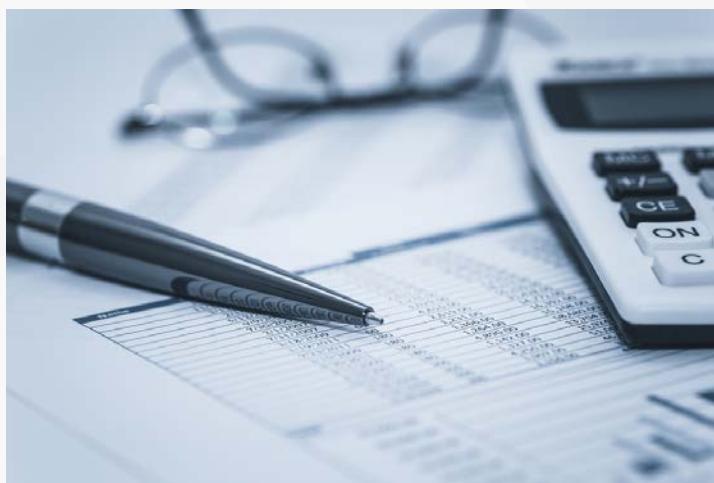
たとえば、会計の仕訳は貴社独自の勘定科目があって、仕訳に便利だったかもしれません。しかし、これからクラウド会計システムを使うのなら、メーカーがもともと準備した勘定科目を利用したほうが、機能をフルに使えます。

例えば在庫の管理方法で標準システムとは違う方法をとっているかもしれません。しかし、これからのIT化は複数のサービスを組み合わせて行っていくので、在庫管理を独自の方法でやっている限り、Googleなどの提供するシステムのちょっとした仕様変更にも対応できず、そのたびにオタオタすることになりかねません。

業務システムの導入にあたって、一番の難所がここなのです。

このような問題も、IT導入診断士と相談しながらやっていきましょう。IT導入診断士は、ただアドバイスをするだけではなくて、貴社と並走します。

■会計システム



最新の会計システムは、取引銀行の口座と自動的に連動します。銀行とインターネット・バンキングの契約をし、ログインを会計システムからもできるようにしておくと、銀行口座の入出金は自動的にシステムに取り込まれます。

仕入れの支出や売上の記帳は、銀行経由である限り自動化します。

また、同様にクレジットカード会社のシステムとも自動的に連動できます。「経費は常にこのクレジットカード」と1枚決めておけば、小口の交通費やガソリン代、会議費などもすべて自動的に会計システムに取り込まれます。もしこのクレジットカードを使って経費ではない個人の支出を支払ってしまった場合は会計システムから除外すればいいのです。

「世界標準」の中心地アメリカでは、社員に法人クレジットカードを渡して経費はこれで精算し、小口現金は使わないので「標準」です。日本ではあまり一般的でないクレジットカードでの経費精算が普通になっているのです。最新の会計システムは他にもAmazonやモノタロウ、モバイルSuicaなどとも連携します。

さらに、仕訳はAI（人工知能）によって自動的に行われる所以、経理担当者はこれを修正すれば良いだけです。たとえば社員の給料と立て替えた経費とを一度に支払った場合「勘定科目=給与」と出てくるので、これを分割して「給料はいくら、未払金（立替経費）はいくら」とするだけが経理担当者の作業です。システムによっては会計システムが給与計算システムや現金の立替経費精算システムと連携していて、これらも自動的に仕訳してくれるしくみもあります。

さらに、このような会計システムを利用すると2024年から施行される電子帳簿保存法に準拠して、紙の書類は必要ではなくなっています。

■受発注システム

日本標準の中小企業向け受発注システムに「中小企業共通EDI」があります。「EDI」とは「Electronic Data Interchange」の略で「電子データ交換」という意味です。このシステムは中小企業庁が実施している事業で、利用料は無料です。ファックスや電話で行われる受発注を中小企業庁の定めた規格に沿ってインターネットで行おうという事業です。中小企業庁の行った実証事業では、受発注企業が共に約50%程度の業務時間削減効果が見られることが確認されています。



第8章 中小企業のIT導入の勘所

ある衛生用品の卸売会社の例では、1日1,300枚のファックスによる注文を電子化して、60%程度の業務時間の短縮を可能にしたそうです。

さらに進んだ例では、請求書を廃止して、このEDIを経由した金額は自動的に支払われるようとした例もあります。ここまで導入が進むと、更に業務時間が短縮されます。

■仕入管理・販売管理・在庫管理

「モノの管理」です。注文に応じて仕入れをし、いったん在庫にして、これを販売する。この一連の流れを管理します。モノの流れにはお金の流れも連動していますから、多くのシステムが会計システムと連動しています。

「まずは会計だけの導入だが、後ほどこのようなモノの管理も連動させたい」ということであれば、会計システムを選ぶ際にこの点も考慮しておくと、機能追加だけでモノの管理も可能となります。



■勤怠管理・給与計算

社員やパート・アルバイトの勤怠管理という「中の人の管理」も会計システムとの連動で実施が可能です。時給制のアルバイトのタイムカードをIT化すると、所得税などの給与計算まで人手を使わずに計算してくれます。

■顧客管理

効率化が進んで社内の資源に余裕が出てきたら、いよいよ「攻め」のときです。新規顧客を開拓したり、これまで扱ってこなかった商材をテストしてみたり、という段階ですね。

既存のお客様に関して、これまで営業担当者が「このお客様にはこういう傾向の新商品が出たら持って行き試してもらう」という経験則で対応してきたと思います。これからは受注の数量や金額、頻度などを分析して、これまでの経験を数値で裏付けることで、更に効果的な営業活動ができるようになります。

第8章 中小企業のIT導入の勘所

また新規顧客の開拓に関しては、営業担当者が行った「電話」「メール」「訪問」「反応」などのコンタクトの記録をもとに、最良のタイミングで上司が訪問したり、新商品の提案をしたりできるようになります。

20世紀型のマーケティングは「こんな商品があります、いいです、使ってみてください」という、一種押し付け型の方法でした。大手メーカーはテレビで商品の広告を大々的に展開して、販売店にはそのタイミングで山積みをさせていました。

21世紀のマーケティングはちょうどこの逆で、お客様の数は少なくとも個性的な商品を「勝手に好きになってもらい、自然と常用するようになる」という方法に変わってきました。このような考え方をベースにした顧客管理ツールが、現在の主流です。

■予約システム・集客サービス

飲食店や宿泊施設、理美容などのサービス業の予約は、電話からネットへとどんどん移行しています。お客様も、集客サイトでいくつかを比較してから「これだ」と思ったお店に予約を入れるのが普通になってきました。先行している企業は、予約システムを自社で開発していましたが、いまや予約に関しても様々な会社が良いサービスを提供しています。

予約システムに関しては、業界標準のものを選びましょう。

たとえば美容業界では「ホットペッパービューティー」とか「ミニモ」など複数の集客システムがあります。飲食なら「ホットペッパーグルメ」や「ぐるなび」など多数あります。美容師Aに「ホットペッパービューティー」から予約が入った時間帯は「ミニモ」などからの予約は自動的にブロックしないと、ダブル・ブッキングになってしまいます。こうした業界独自の状況への対応がいちばんうまく反映されているのが、業界標準のシステムなのです。

予約システムを使って従来の手書きでの予約をIT化で見える化すると、さらに効率アップが可能です。これまでなんとなく「早番」「遅番」と決めていたアルバイトのシフトの必要人数が曜日ごと、時間ごとに分析できて効率化できたり、お天気状況によるキャンセル率を見て仕入れを調整したり、ということができるようになります。

■出前サービス

2020年のコロナウイルス感染症感染拡大で一気に話題になったのが「Uber Eats」や「出前館」などの出前サービスです。店舗での飲食に自粛要請がかかり、これに対応するものとして各店が積極的に導入するようになったのです。これにより、お客様は「Uber Eats」などのリストを見て、行ったことのないお店からも出前を頼むことができるようになったので、デリバリー専門で客席のない、宅配ピザ屋さんのようなお店の運営もできるようになりました。

このサービスも、予約サービス同様、お客様の動向の分析に使うことができます。単に売上の向上だけではなくて「次の手」を考える非常に良いサービスです。



■オンライン・ショップ

物品販売にはいまやオンライン・ショップが欠かせません。それも「Amazonで売れば十分」、「制約が多い楽天市場やAmazon、ZOZOTOWNではなくて、何が何でも自店舗」などというシンプルな時代ではなくなってしまいました。

自店舗を起点に、楽天市場、InstagramのShopNow、Amazonマーケット・プレイスを連携し、さらにこれにGoogleショッピング広告を効果的に実施する、というくらいのことをしないと数あるオンライン・ショップ同士の戦いにはなかなか勝てません。オンライン・ショップは全体としてはこれからますます伸びていきますが、その中で「楽天市場」「ZOZOTOWN」などの日本製のショッピングモールは、Amazonなどの世界標準ショッピング・サービスに勝って生き残っていけるかどうかは現時点ではなんとも言えません。なので、特定のプラットフォームに依存せず、流行り廃りの流れに身軽に乗っていける軽々とした経営を目指したいものです。

■宣伝する

インターネットの普及により「広告」の概念が大きく変わりました。「広告」とは、読んで字のごとく「広く告げる」ものでした。広告を実施するには、テレビ広告にせよ新聞広告にせよお金がかかるし、そもそも「広く告げる」ものだから自社の製品やサービスに全く興味のない人にも「告げて」しまう。効果がどのくらいなのか明確に測定する手段もなかったので、本当に効果が出ているのかどうかわからないけれど全く実施しないとお客様が来なくなる、というようなものでした。

ところがインターネット広告は、検索ボックスの中に「IT導入補助金」と言葉を入れた人に関連業者さんの広告が表示されるのです。



この広告は「IT導入補助金」を探している人にしか表示されません。全くムダがないのです。費用も、実際に広告をクリックした回数だけ請求されるしくみなので、ただ広告を見ているだけでは請求されないので。その結果、費用も月に5,000円とか1万円とかの少額から実施できるようになりました。最初に決めた金額を使い果たすと表示されなくなるだけなのです。これだと、駅前でティッシュを配ったり住宅地でポスティングしたりするよりも安価で効率的な広告ができ、小さな事業所にも広告が身近な存在となりました。

逆に「お昼なんだけど、ラーメンが食べたいな。このへんにラーメン屋さんはどんなのがあるのかな？」とスマートフォンを取り出す人にとっては、検索して出てこないラーメン屋さんは存在しないも同然なのです。

Google マップに掲載させる

Google で検索すると、そのキーワードで広告が実施されていれば広告が表示されますが、広告の出稿がない場合はスマートフォンには Google マップが表示されます。インターネットでは、まずここに表示させることがスタートです。

たくさんのお客さんに来てほしいお店だけでなく、事務所でもそうです。商談で来てくださる人が駅から Google マップの道案内を見て来てくださることも多いと思います。この方々のためにも、Google マップに事務所が掲載されていることが重要です。

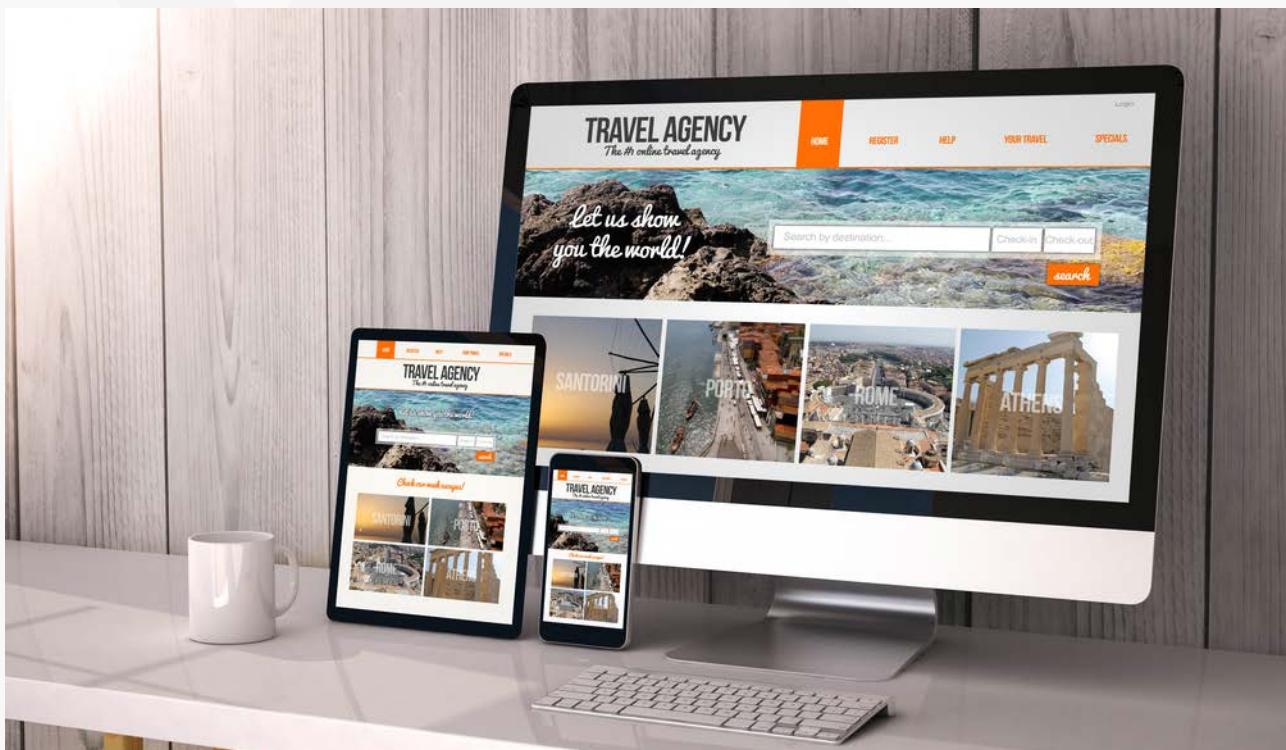
このためには「Google ビジネス プロフィール」という無料のサービスを利用します。

パソコンかスマートフォンから https://www.google.com/intl/ja_jp/business/ にアクセスします。



ここから Google の ID、パスワードでログインして、必要な項目を記入するだけで完了、という簡単なものです。これだけで Google マップはもちろん、社名（店名）で検索した時の検索結果画面にも表示されることになります。

ウェブサイトを作る



「Google ビジネス プロフィール」を登録するとウェブサイトの URL (アドレス) の入力を求められます。まだウェブサイトを作っていないのならここは空欄でも登録できるので安心してください。

でも、簡単でも良いので、ウェブサイトはあったほうが良いですよね。Google マップでチェーン店の店舗をみつけてウェブサイトを見るとその場所のお店の情報ではなくてチェーン本部のウェブサイトが表示されて、なんか悲しい気持ちになることがあります。そのお店独自の情報は、ほんの少しだけでも良いので欲しいところです。

ウェブサイトの基本は「私たちはこういうお店」「お問合せはこちら」の2点です。最低、これだけあれば良いのです。もちろん、取扱商品の詳細がわかったり、美容院であれば技術者全員の顔写真くらいは見られたりするようにしたいところですが、それはおいおい考えていきましょう。

ウェブサイトを作るのにも、簡単なツールがいくつもあります。ウェブサイトのアドレスにあたるドメイン設定などは、IT導入診断士がお手伝いしますので、簡単なページからスタートしてステップアップしていきましょう。

インターネット広告をやってみる (Google広告)

自店のウェブサイトができたらインターネット広告が実施できます。広告には「オンライン・ストアで買ってもらう」「予約を入れてもらう」などの目標がありますが、まずはウェブサイトを見てもらって自店のことを知ってもらうことからスタートしましょう。

検索キーワード連動の広告にはGoogleの他にYahoo!もありますが、まずはGoogleから始めましょう。「Google ビジネス プロフィール」の「自社のビジネス情報の確認と管理」画面から広告を作って出稿することができます。

わずか数分で広告を掲載

企業のオフィス

広告 · <http://ent-mktg.jp/>

エンタテインメントマーケティング株式会社
- 最高なサービスを提供します。

お手続きは簡単です。手順ごとに詳しくご説明します。予算は自由に設定できます。料金をお支払いいただくのは、広告がクリックされたときのみです。 [詳細](#)

今すぐ開始

どんなキーワードで広告が表示されるようにするのか、と、どんな広告文を表示させるのか、というのは非常に重要です。来てくださるお客様はあなたの店でどんなことを実現したいのか、を想像しながら作っていくのです。

第8章 中小企業のIT導入の勘所

検索されるキーワードは、そのキーワードで月に何回くらい一般の人が検索しているのかがわかるしくみになっています。「ラーメン」なら月に何回、「ラーメン 六本木」なら何回、「ラーメン 六本木 とんこつ」なら何回、とわかるわけです。人気のキーワードは検索回数も多いのですが、その分すぐにクリックされて毎月の予算をすぐに使い果たしてしまいます。また、人気キーワードほど1クリックあたりの広告費も高くなるので、自店の予算とにらめっこしてどのキーワードを選ぶかを決めます。

広告文は、あなたが理想とするお客様に向けて、その人が思わず来店したくなる文になると嬉しいですね。あなたのお店が大盛り自慢ならラーメンのボリュームが伝わる文、淡麗なスープが自慢であればあっさりした感じが伝わる文を、といった調子です。

最近はGoogleのAI（人工知能）が投入されて、AIが広告文を自動でいくつか作り、それを競わせて一番クリック数の多かった広告文を残すのです。一つはボリューム重視、もう一つはあっさり重視、最後の一つはお値段重視、といった具合です。GoogleのAIはリンク先であるあなたのウェブサイトから言葉を拾い、自動的に広告文を作ります。この結果、あなた自身は「あっさり」がうけると思っていたのに、検索ユーザーの人気は「ボリューム」だったり、と、市場の状況も知ることができます。

広告も、IT導入診断士があなたと並走して作り上げています。

DX 学校は全国各地に展開しています。

各地の IT 導入診断士が、企業の IT 導入に並走します。



第9章 全国に広がる DX 学校

北海道

| 学校名 | エリア |
|------|--------|
| 札幌東校 | 北海道札幌市 |
| 釧路校 | 北海道釧路市 |

東北

| 学校名 | エリア |
|-------|----------|
| 八戸校 | 青森県八戸市 |
| 仙台中央校 | 宮城県仙台市 |
| 仙台校 | 宮城県仙台市 |
| 秋田中央校 | 秋田県秋田市 |
| 福島校 | 福島県福島市 |
| 会津若松校 | 福島県会津若松市 |
| 郡山校 | 福島県郡山市 |
| いわき校 | 福島県いわき市 |
| 二本松校 | 福島県二本松市 |

関東

| 学校名 | エリア |
|-------|----------|
| 佐野校 | 栃木県佐野市 |
| 宇都宮校 | 栃木県宇都宮市 |
| 前橋校 | 群馬県前橋市 |
| 高崎校 | 群馬県高崎市 |
| 秩父校 | 埼玉県秩父市 |
| 川口校 | 埼玉県川口市 |
| 丸の内校 | 東京都 23 区 |
| エンゼル校 | 東京都 23 区 |
| 日本橋校 | 東京都 23 区 |
| 八王子校 | 東京都八王子市 |
| 立川校 | 東京都立川市 |
| 横浜校 | 神奈川県横浜市 |
| 横浜中央校 | 神奈川県横浜市 |
| 川崎校 | 神奈川県川崎市 |
| 藤沢校 | 神奈川県藤沢市 |

中部

| 学校名 | エリア |
|--------|---------|
| 高岡校 | 富山県高岡市 |
| 金沢校 | 石川県金沢市 |
| 岐阜市校 | 岐阜県岐阜市 |
| 名古屋中央校 | 愛知県名古屋市 |
| 津校 | 三重県津市 |

近畿

| 学校名 | エリア |
|---------|--------|
| 草津校 | 滋賀県草津市 |
| 龍安寺校 | 京都府京都市 |
| 京都洛南校 | 京都府京都市 |
| 大阪中央校 | 大阪府大阪市 |
| 堺市中百舌鳥校 | 大阪府堺市 |
| 神戸校 | 兵庫県神戸市 |

中国

| 学校名 | エリア |
|----------|--------|
| ヤマタ鳥取校 | 鳥取県鳥取市 |
| 岡山市中央校 | 岡山県岡山市 |
| 岡山 J&C 校 | 岡山県岡山市 |

四国

| 学校名 | エリア |
|-------|---------|
| コダテル校 | 愛媛県八幡浜市 |

九州

| 学校名 | エリア |
|---------|----------|
| 北九州小倉校 | 福岡県北九州市 |
| 福岡東校 | 福岡県福岡市 |
| 福岡博多校 | 福岡県福岡市 |
| 竹下リリアル校 | 福岡県福岡市 |
| 行橋校 | 福岡県行橋市 |
| 佐賀市校 | 佐賀県佐賀市 |
| 有明支縁校 | 長崎県長崎市 |
| 諫早校 | 長崎県諫早市 |
| 熊本校 | 熊本県熊本市 |
| 天草校 | 熊本県天草市 |
| 鹿児島みらい校 | 鹿児島県鹿児島市 |
| 姶良霧島校 | 鹿児島県姶良市 |

沖縄

| 学校名 | エリア |
|-------|--------|
| 沖縄電子校 | 沖縄宜野湾市 |
| 浦添校 | 沖縄県浦添市 |
| 糸満校 | 沖縄県糸満市 |

DX学校

IT ゼロの事業所向けハンドブック 2023 年 3 月改訂

DX 学校（株式会社ディグナ）<https://dx.school>

お問い合わせ・ご質問・ご感想・ご相談は以下までお寄せください

 info@dx.school (24 時間受付)