

アプライドナレッジ プライベートセミナー
「企業にソーシャルを！」
2013年6月21日(金)

うちの会社にもソーシャルって関係あるの？

～企業におけるイノベーションとソーシャル活用の課題と対策～

中小企業診断士・ネットワークスペシャリスト
中村 剣
ken_nakamura@myfloater.net
<http://www3.myfloater.net>



中小企業診断士とは

中小企業の経営をアシストする専門家、
それが中小企業診断士です。

中小企業診断士は、中小企業の経営課題に対応するための診断・助言を行う専門家です。「中小企業支援法」第11条に基づき、経済産業大臣が登録する経営コンサルタントの国家資格です。

中小企業診断士は、中小企業の諸問題をあらゆる角度から診断・分析し、発展性のある方向へ企業をアドバイスします。

白書をみてみます



中小企業白書

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/index.html>

情報通信白書

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/index.html>

本日のポイント

- 中小企業こそイノベーションに向いている
- 環境の充実(モバイル革命、ツールの充実)
- ソーシャルにより、**個の力の最大化**と顧客・パートナー・社員との**協働**が促進できる
- まずは、身近なところからやってみる！



イノベーションとは？

INNOVATION



イノベーションの定義

イノベーション

破壊的イノベーション

非連続的な変化
価値次元の転換

持続的イノベーション

技術進歩

※イノベーションとは、顧客側の価値に劇的な変化が起こることなので、必ずしも高度の技術開発がなくても構いません。

破壊的イノベーション



WALKMAN

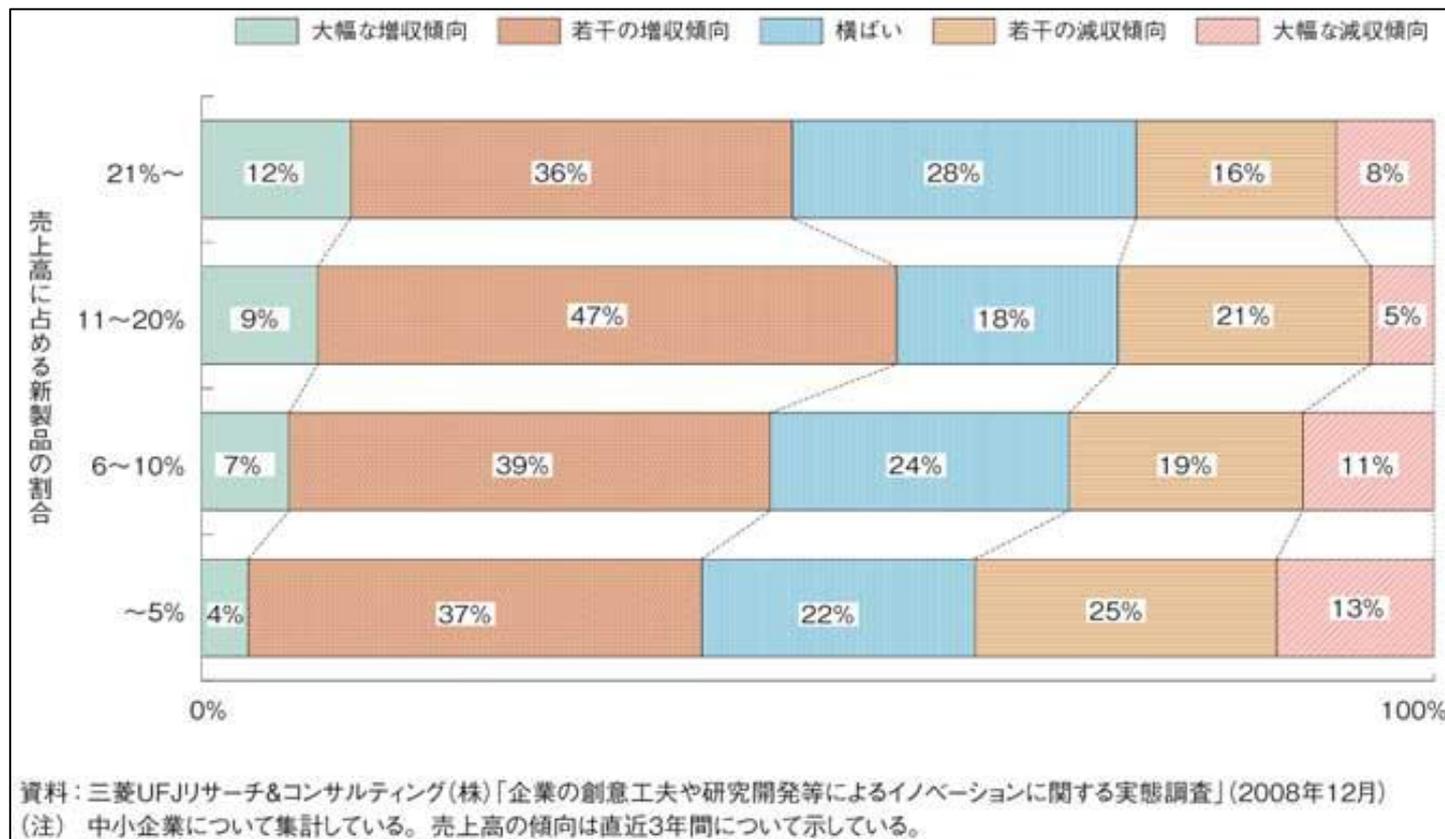


iPod



iTunes

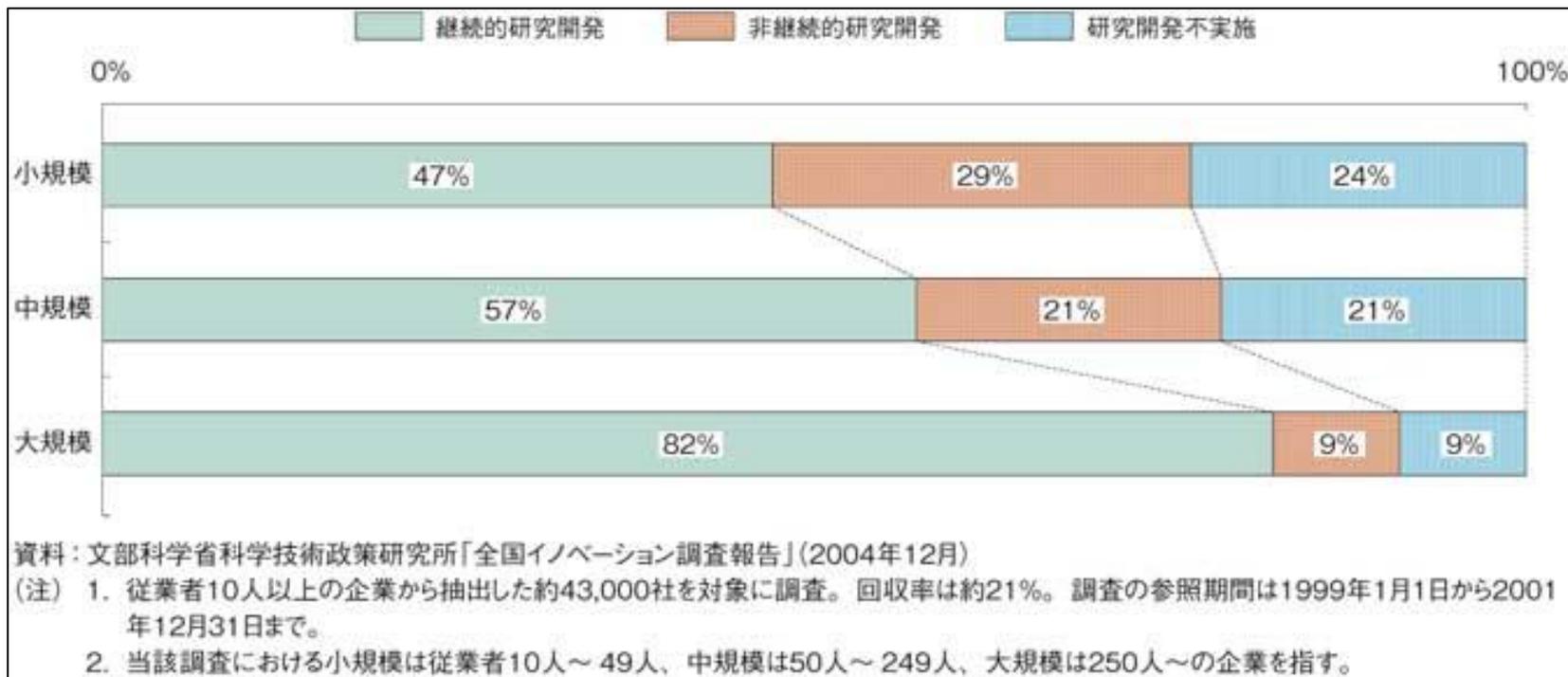
売上高に占める新製品の割合と売上高の傾向



イノベーションを実現し、売上高に占める新製品の比率が一定程度高い中小企業ほど、売上高が増収傾向にある。

2009年版中小企業白書より

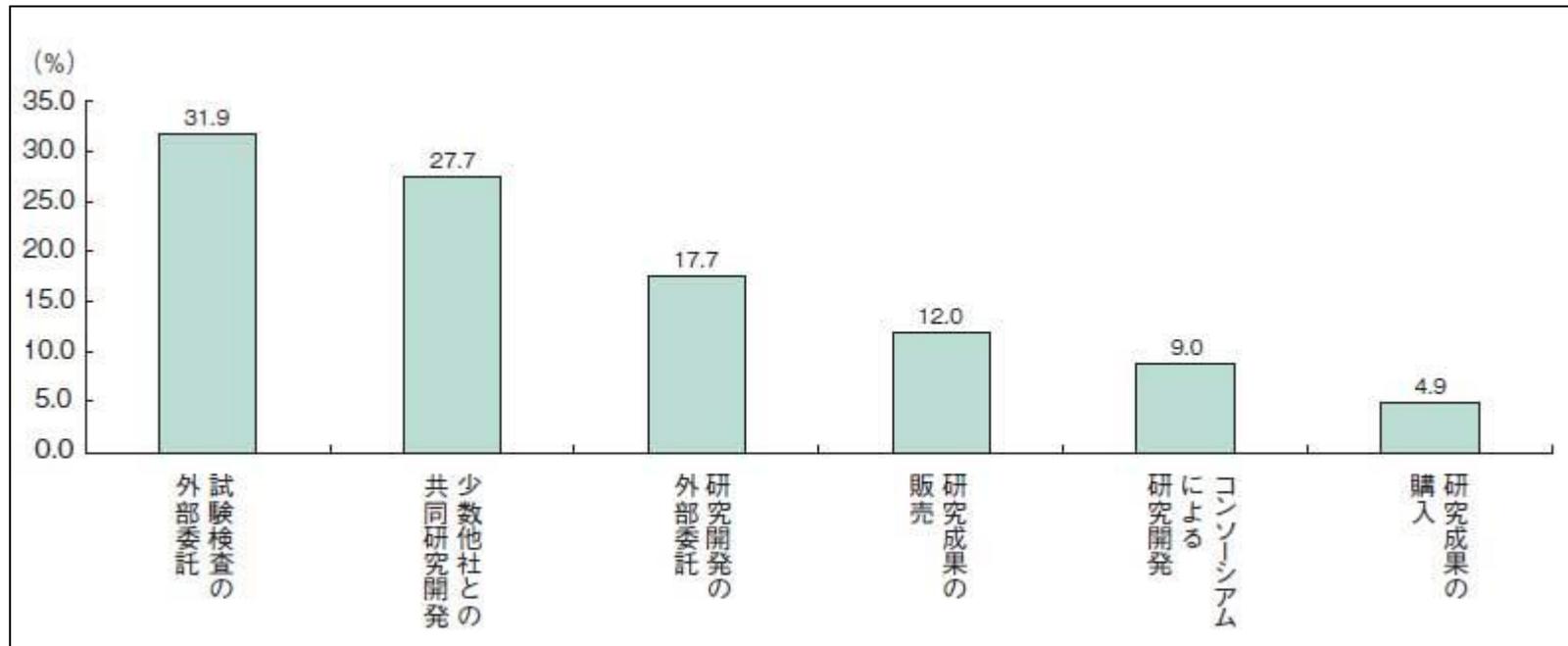
イノベーションの実現に向けて活動する企業における研究開発の実施状況



中小企業では、**非継続的な研究開発**や、**研究開発以外**の手法によって、イノベーションの実現に向けて取り組む割合が高い。

2009年版中小企業白書より

中小企業の研究開発における 外部資源の活用の状況



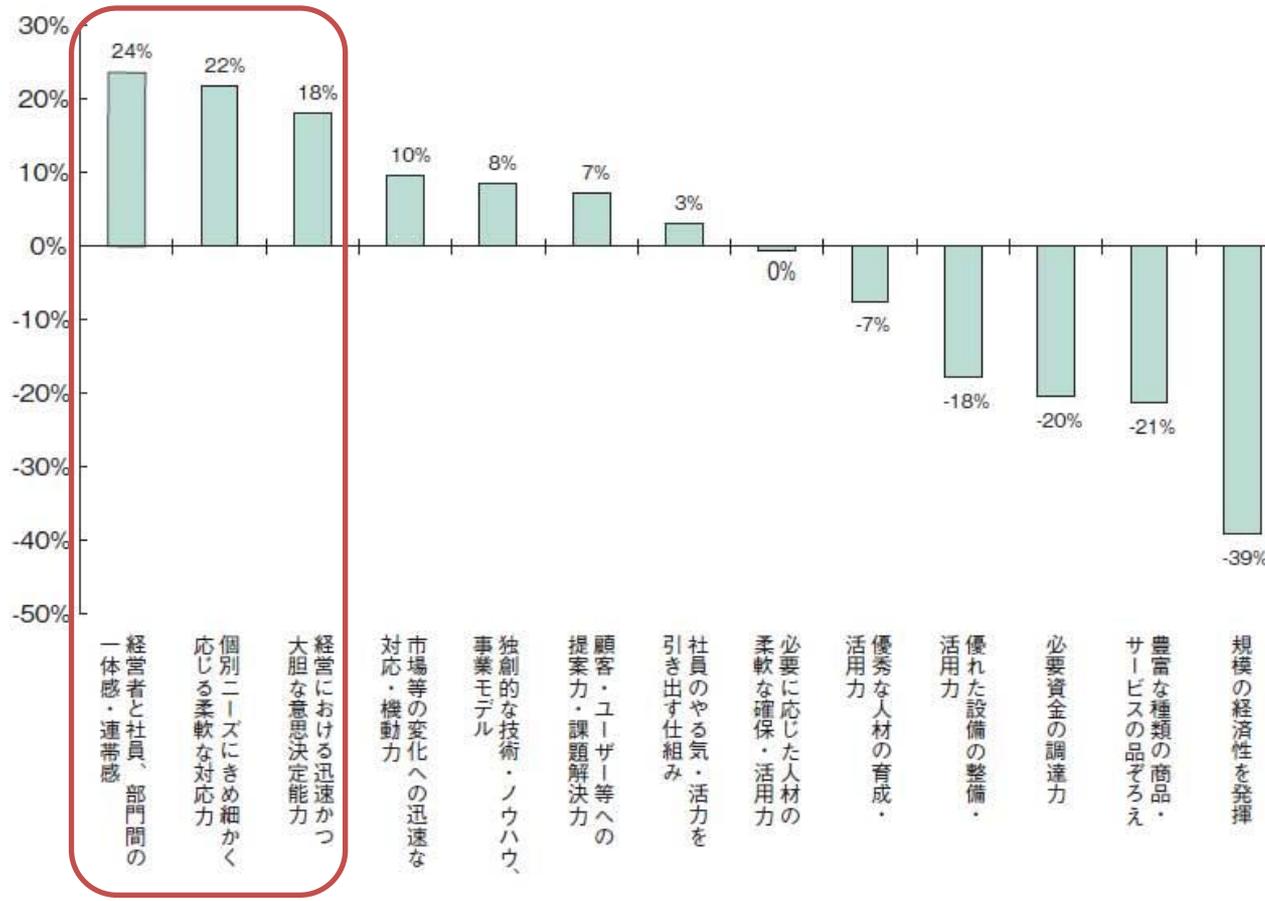
経営資源の限られる中小企業が、保有する技術や知識を有効に活用するため、試験検査の外部委託や、共同研究開発に取り組んでいることが分かる。

中小企業も、外部の主体と連携しながら研究開発活動を行う、いわゆる「オープン・イノベーション」に積極的に取り組んでいる。

2009年版中小企業白書より

中小企業が考える自社の相対的な強み・弱み

～中小企業は、経営者と社員の一体感や、きめ細かく、迅速で、独自のな対応を、自社の強みとして認識している～

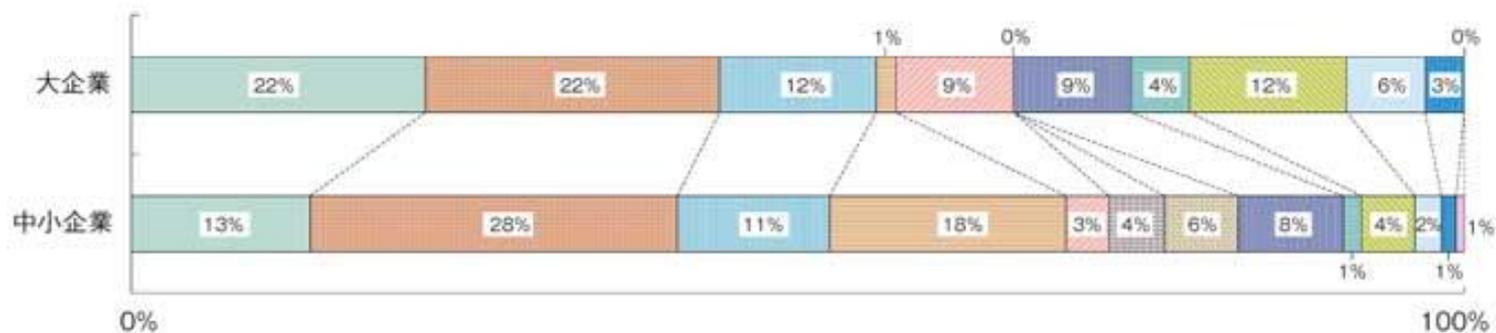
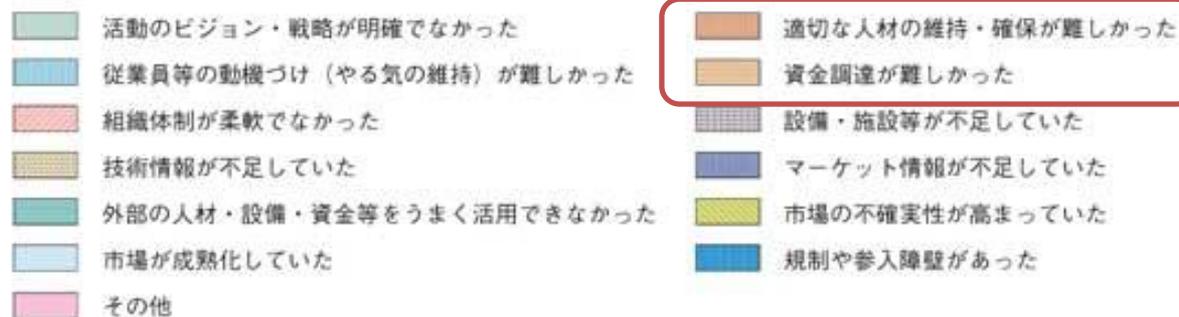


- 一体感
- 柔軟性
- 迅速性

2009年版中小企業白書より

イノベーションの実現に向けた課題

①イノベーションの実現に向けて活動している企業における課題



イノベーションの実現に向けて取り組む中で、
人材確保、資金調達、経営戦略等の課題に直面している。

2009年版中小企業白書より

イノベーションのジレンマ

優良企業には、

合理的かつ分析的な投資の意思決定プロセスが整っている

- 顧客ニーズからズレた製品や技術の提案は排除される
- 既存顧客の立場や自分たちの収益構造を前提に新市場を見る
- 事前にフォーマルな正当性を要求される

これらは合理的な判断である

→主要顧客のニーズに合致しない、性能の低い製品等に投資をおこなわない

しかし、破壊的技術の成長スピードは速く、
正しい判断であっても、

いまの状況が**すぐさま過去のもの**となってしまう

と、いうことは・・・？

中小企業こそ、
イノベーションに向いている！



強みを生かす

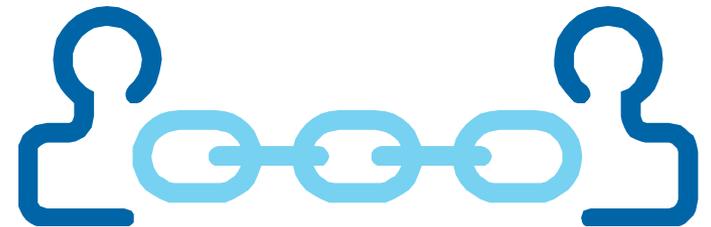
一体感
柔軟性
迅速性



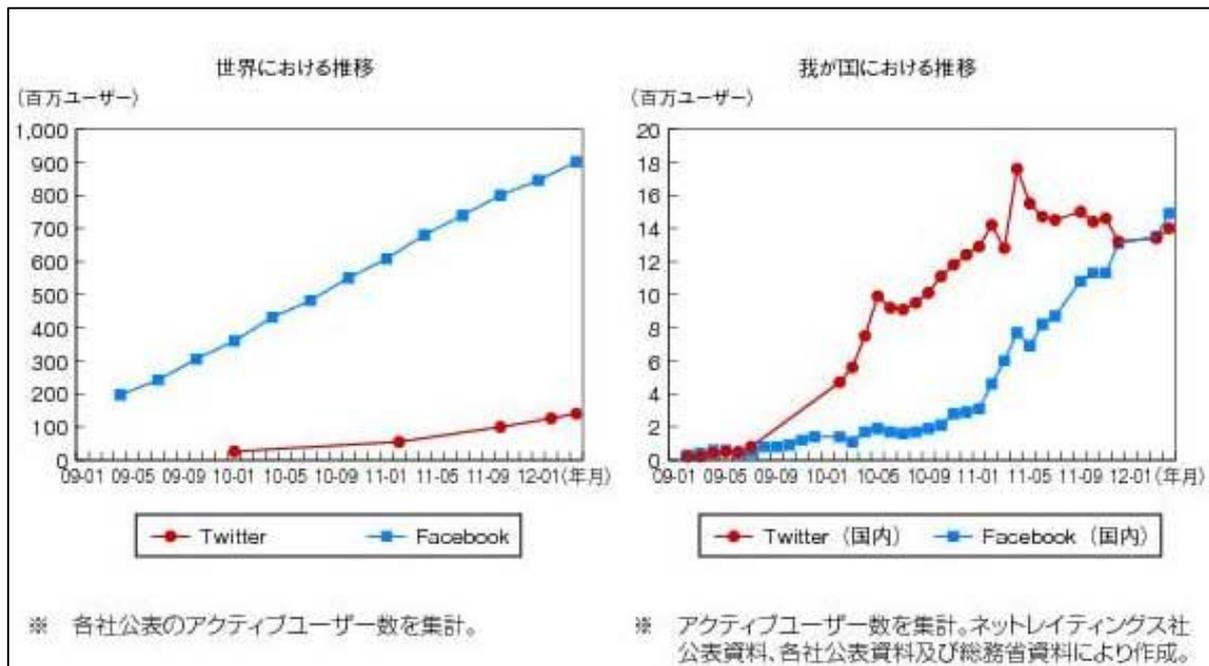
大企業は組織構造上、
イノベーションには不向き

ソーシャルとは？

SOCIAL



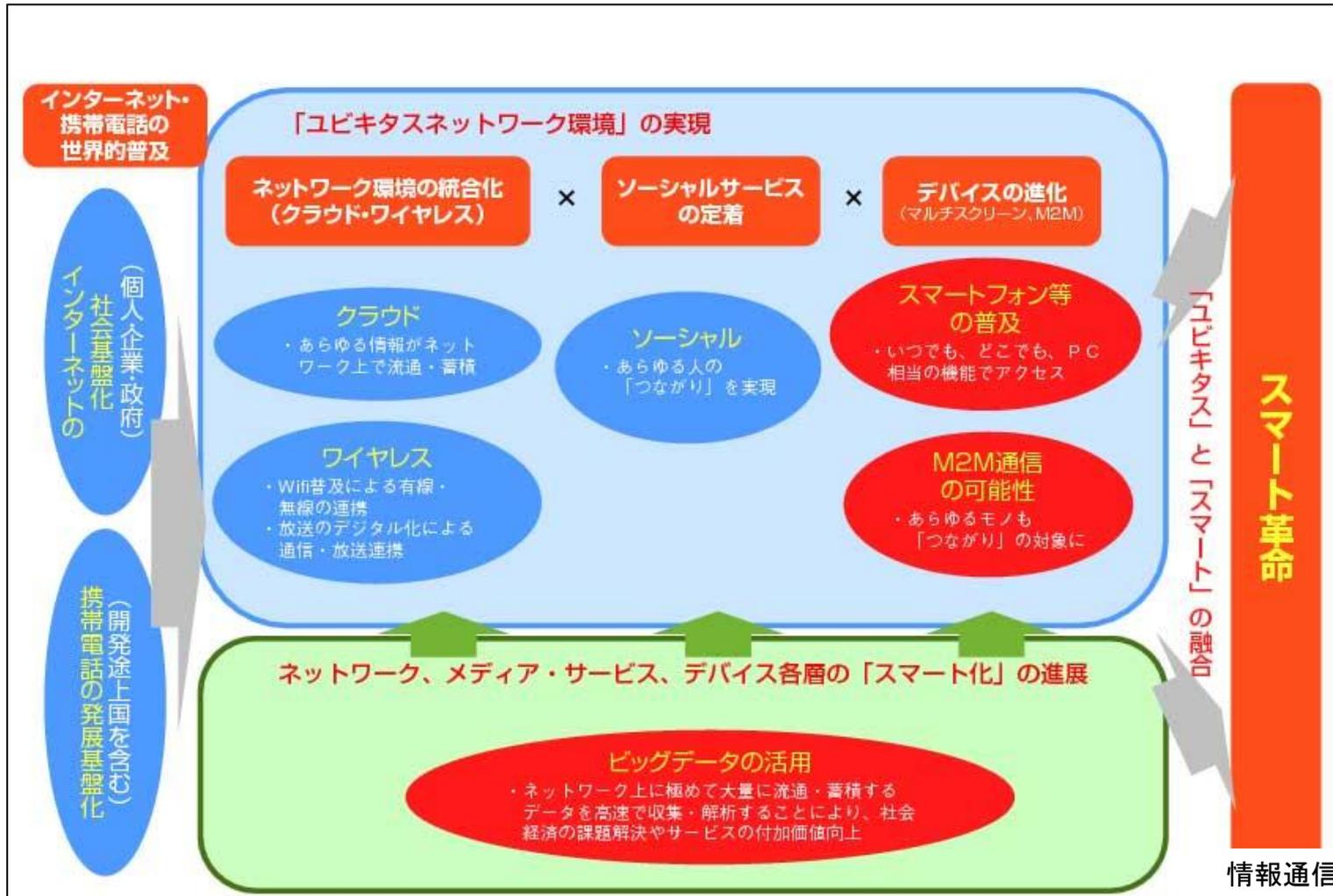
ソーシャルメディア利用者数の推移



情報通信白書平成24年度版より



スマート革命



情報通信白書平成24年度版より

ソーシャル?

mobage

GREE



ゲーム

メディア

ソーシャル

ネット
ワーク

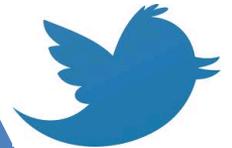
ウェア

ビジネス

広告/宣伝、対顧客

LINE@

facebook



コン
シュー
マー用

「個」が対象



サイボウズLive

chatter
Collaboration Cloud

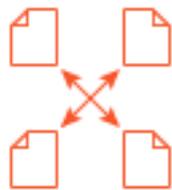
「組織+個」が対象



企業向けソーシャル・ウェア



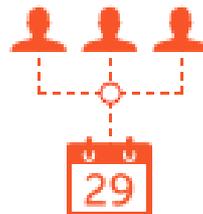
持ち歩けるオフィス



文書共有・管理



電子掲示板



グループカレンダー



タスク管理

一昔前のグループウェアに似ているが、ソーシャル化、クラウドサービス化、モバイルデバイス対応により、いつでもどこからでも利用できるように世代交代した。

→Walkmanよろしくオフィスを持ち歩ける！

社員がプライベートで利用している情報共有サービスやツールの方が、企業向けの情報共有ソフトよりも便利になった！



ソーシャル利用による変化

マーケティング
顧客サービス

既存チャネル
企業主体のメッセージ



ダイレクトに顧客の声を聞けたり、
顧客ごとに最適な宣伝の実施、
商品開発にも反映し、
顧客関係性強化が図れる

製品・サービス
開発

社内で新規アイデア創出
成功体験を前提とした
意思決定プロセス



社内でも広くアイデアを醸成でき、
社外専門家とも協働でき、
開発期間短縮、迅速なアイデアの
具現化が図れる

業務運営
人材開発

eメールと電話
固定的な職場環境
知識のサイロ化



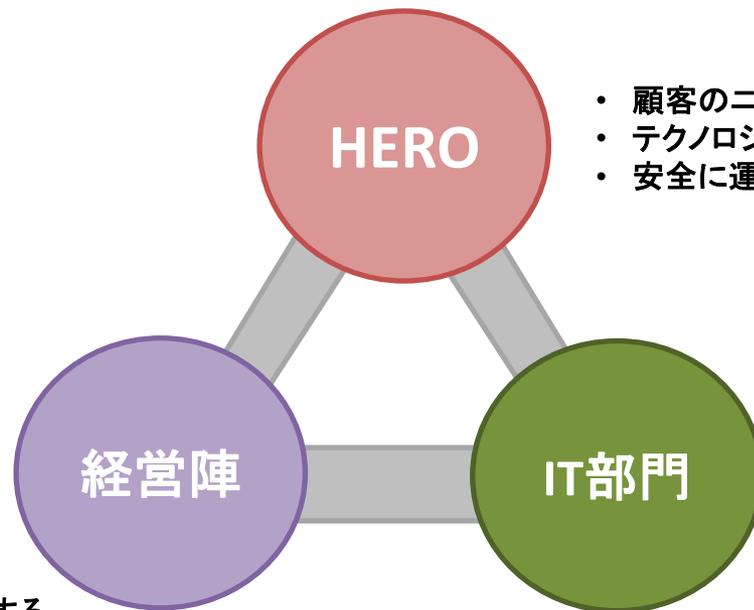
業務の効率化、コスト削減。
場所や時間に縛られずに働ける
環境、多様な意見・考察による

個の力の最大化と 顧客・パートナー・社員との協働の促進

事例1: HEROプロジェクト

HERO (Highly Empowered and Resourceful Operative)
権力を与えられ、問題解決に必要な資源を持つ社員

社員に備わっているITパワーを認め、そのうえで方針を打ち出し、
許容されるコミュニケーションと行動を学ばせて、自社をパワーアップする。

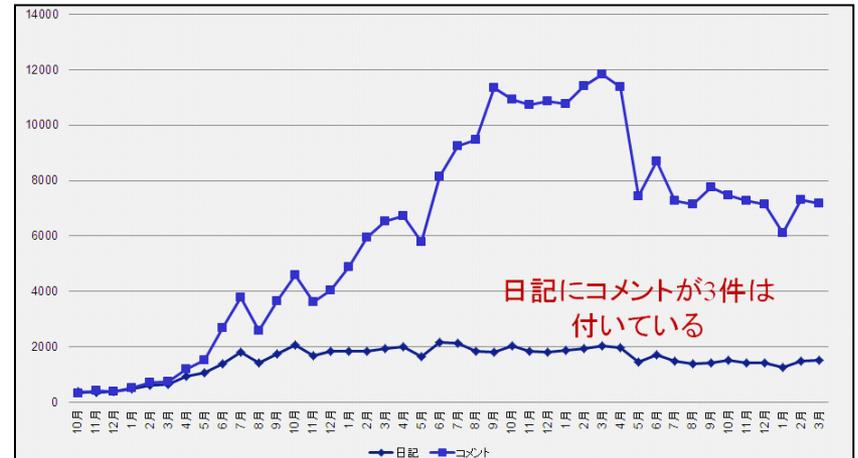
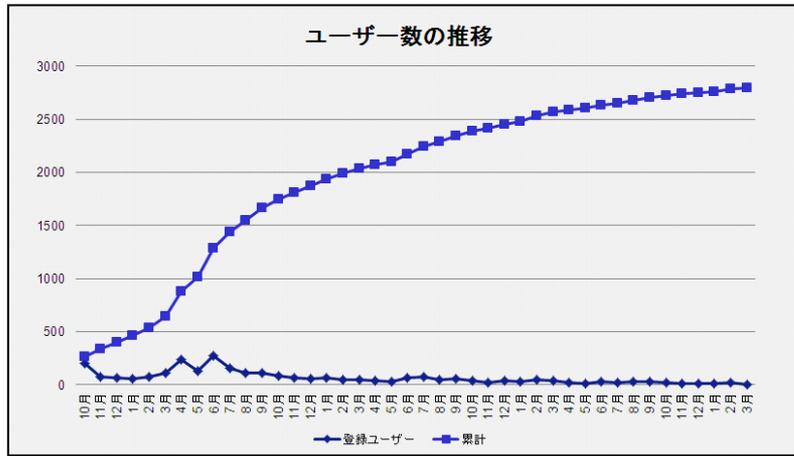


- 顧客のニーズを理解する
- テクノロジーを活用して顧客に対応する
- 安全に運営する

- イノベーションを優先課題とする
- HEROをサポートする
- IT部門と共にリスクを管理する

- テクノロジー面でHEROをサポートする
- ソリューションを拡大する
- リスク管理のためのツールを提供する

事例2: 社内SNS活用



分析装置を制御していた古いPCが壊れてしまい、在庫も無く買換えには億単位のお金がかかる！？

→ 同じPC、うちの部に余ってるよ！

→ 社内に眠っていたPCを入手し、修理により使えるようになった

全社お知らせで集まらないモニターやアンケート募集に対し、メンバーが積極的に参加している

専門のサポートデスクに聞くより、速く解決策が提示される

事例3：ホームページ、SNS

事例 2-4-3：カモ井加工紙株式会社

個人向けの新しい製品の販売のため、 ホームページや SNS を活用している企業

岡山県倉敷市のカモ井加工紙株式会社(従業員202名、資本金2,400万円)は、建築現場や車両塗装で用いられる、工業用の粘着テープを製造・販売する企業である。

同社で取り扱う主な粘着テープは、建設現場等で塗装を行う際、必要箇所以外に塗料が付かないように、塗装面周辺に貼られるものであった。しかし、同社では工業用の粘着テープを、文具や装飾等に使用していた女性顧客のアイデアを取り入れることで、封筒やノート、紙コップ等の日用品を彩る、色彩豊かなデザインの文具雑貨用のテープの販売を2008年に始めた。

同社では、それまでは企業向けが主であったが、個人向けに文具雑貨用テープを販売するため、ホームページやSNSを活用した。ときには、「売り切れていて残念。」「イベントのときの対応が悪かった。」等の厳しいコメントが書き込まれることがあるが、このような評価を真摯に受け止め、業務の改善に役立っている。また、サイトで、顧客が同社の製品を使った作品の写真を投稿するなど、顧客同士で新たな使い方のアイデアを共有し、互いに交流することで、同社の製品を口コミで広げている。

「ITによって事業展開が加速されていることを強く感じた。ITがなくても、人づてに人気広がったかもしれないが、たった5年でここまでの規模の事業になったのは、ITのおかげだった。」と同社の谷口幸生専務は語る。現在、大手SNS上では3万人以上の同社の文具雑貨用テープの国内外のファンがおり、様々な言語でのコメントが寄せられている。製品は、約20の国・地域で販売され、その売上も増加しており、文具雑貨用のテープは同社を支える事業の一つになっている。



文具雑貨用テープ「Mt」

2013年版中小企業白書より

と、いうことは・・・？

上からの目標(わり算 must)



GAP(問題)

can't

- ① 個人の能力を高める
- ② やる気を高める
- ③ やり方を見直す

ソーシャルが強いところ！

下からの目標(足し算 can)

ね！
大いに関係
あるでしょ？



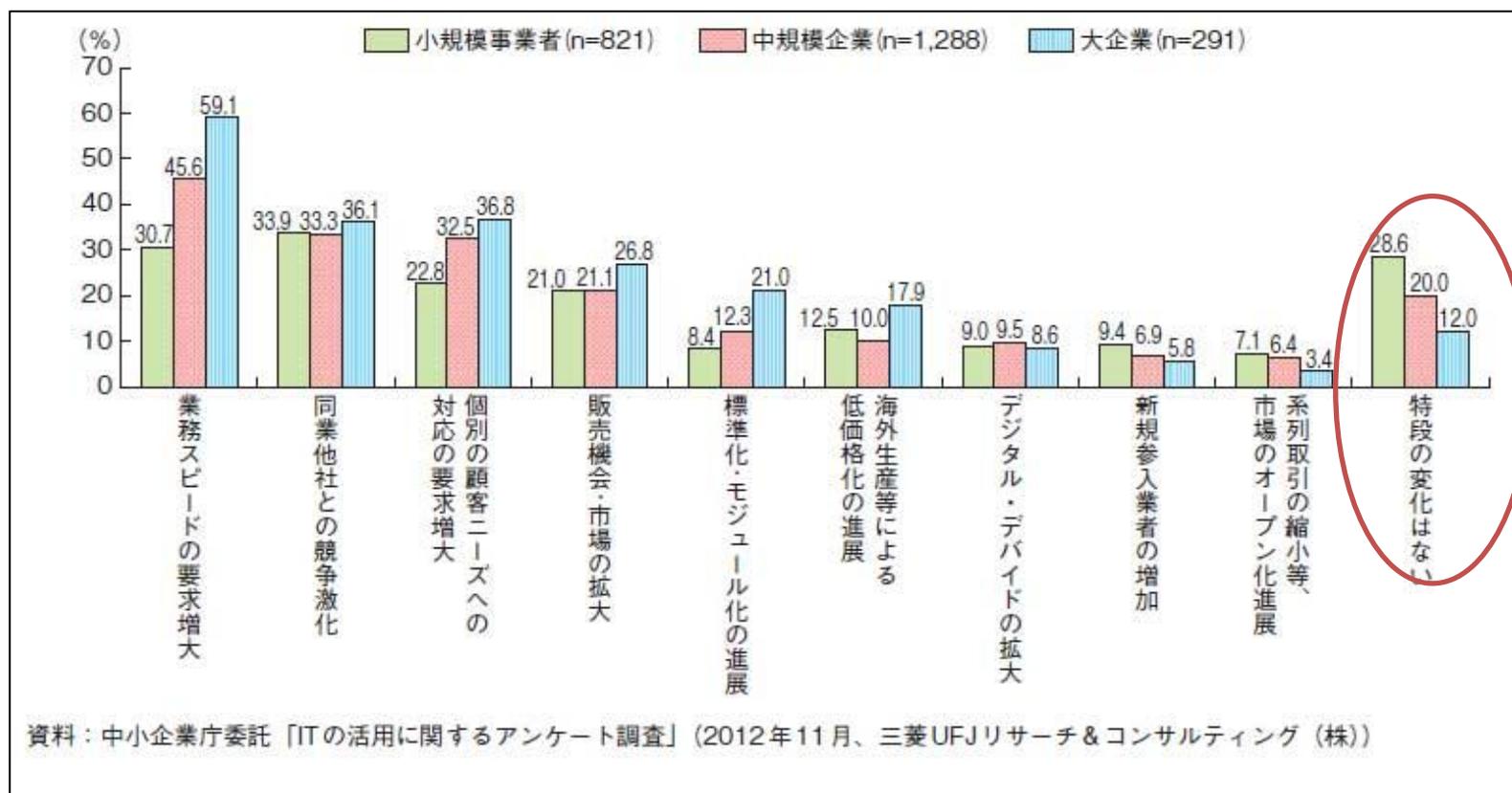
IT導入のジレンマ

DILEMMA



中小企業は時代変化に鈍感？

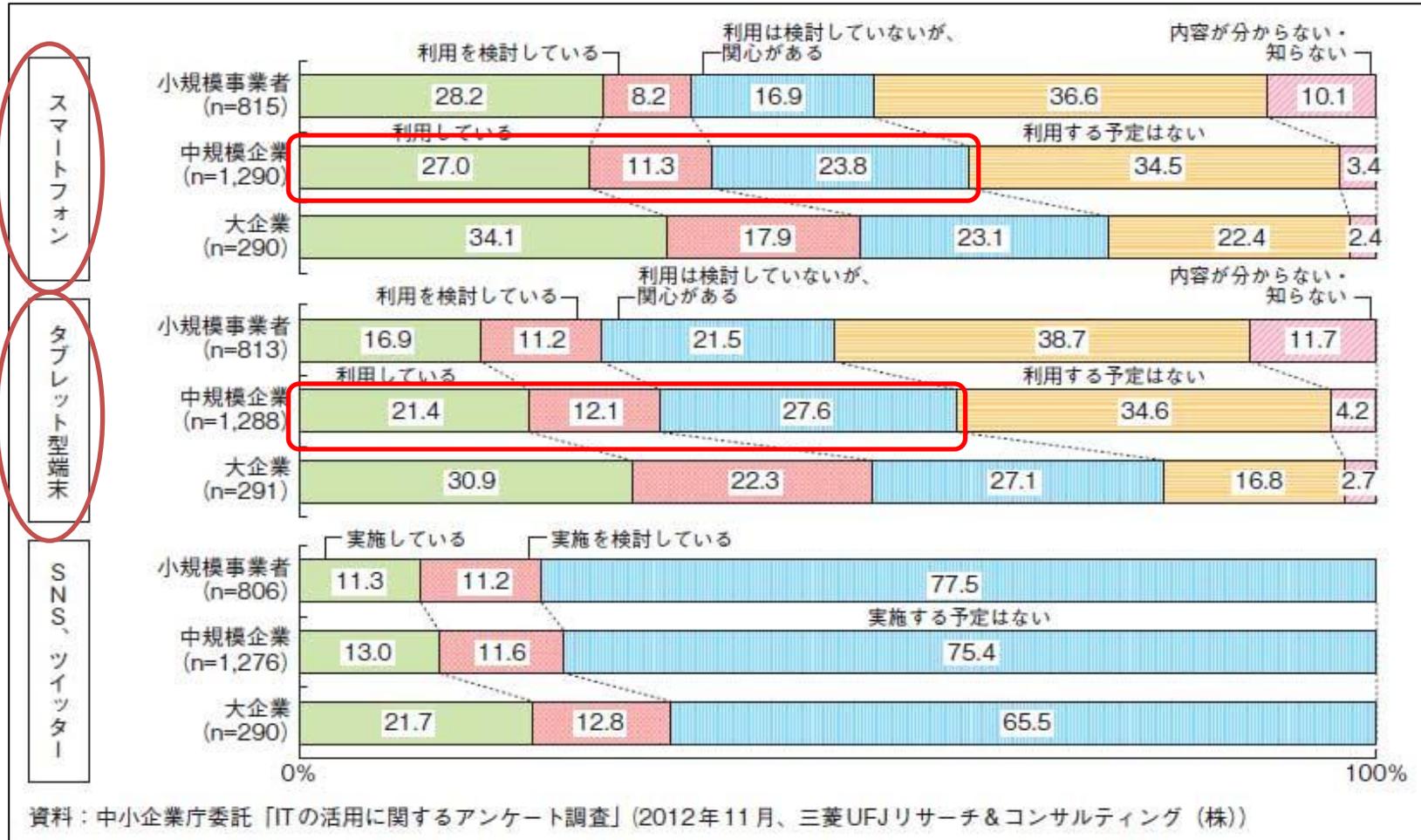
規模別のITの普及に伴う市場や経営環境の変化の内容



ITの普及によって、市場や経営環境には変化がもたらされているが、**変化の感じ方**には、**規模で違い**がある。

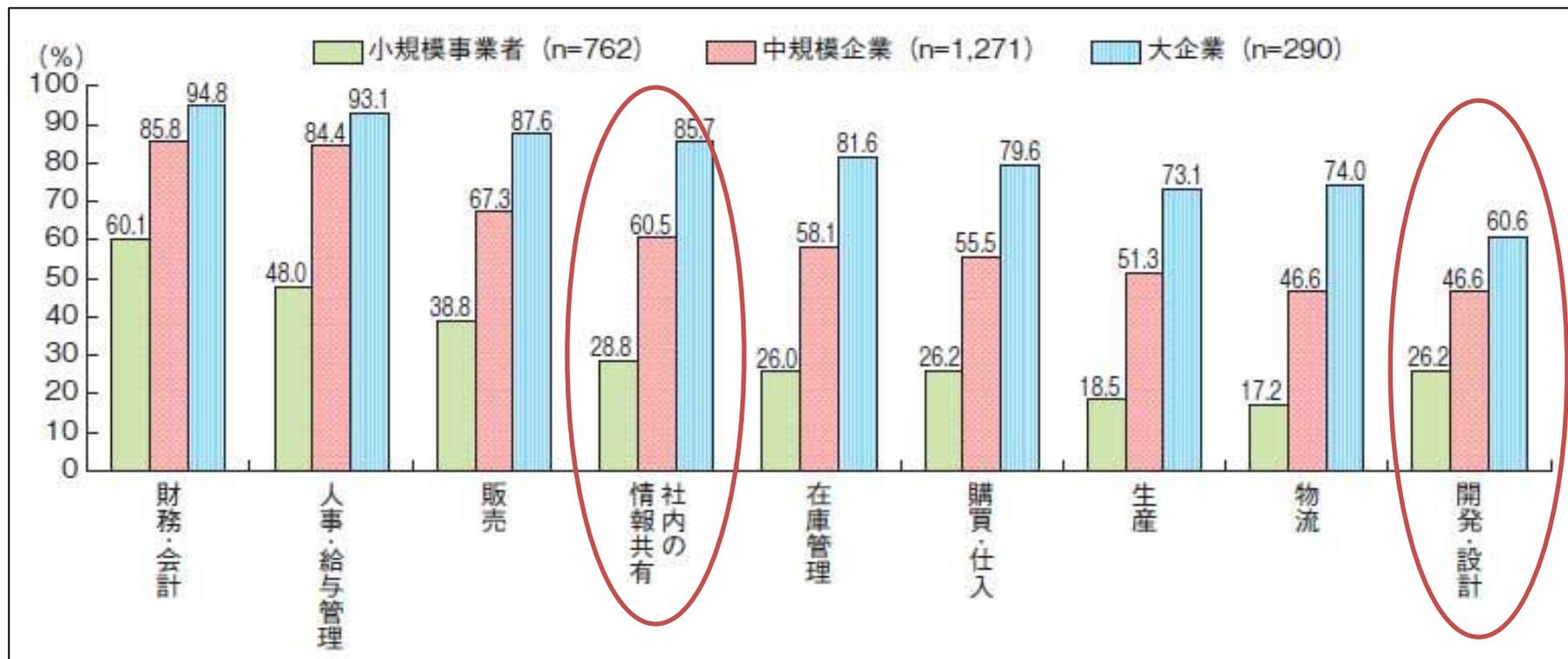
2013年版中小企業白書より

規模別の新しい情報技術の導入の状況



2013年版中小企業白書より

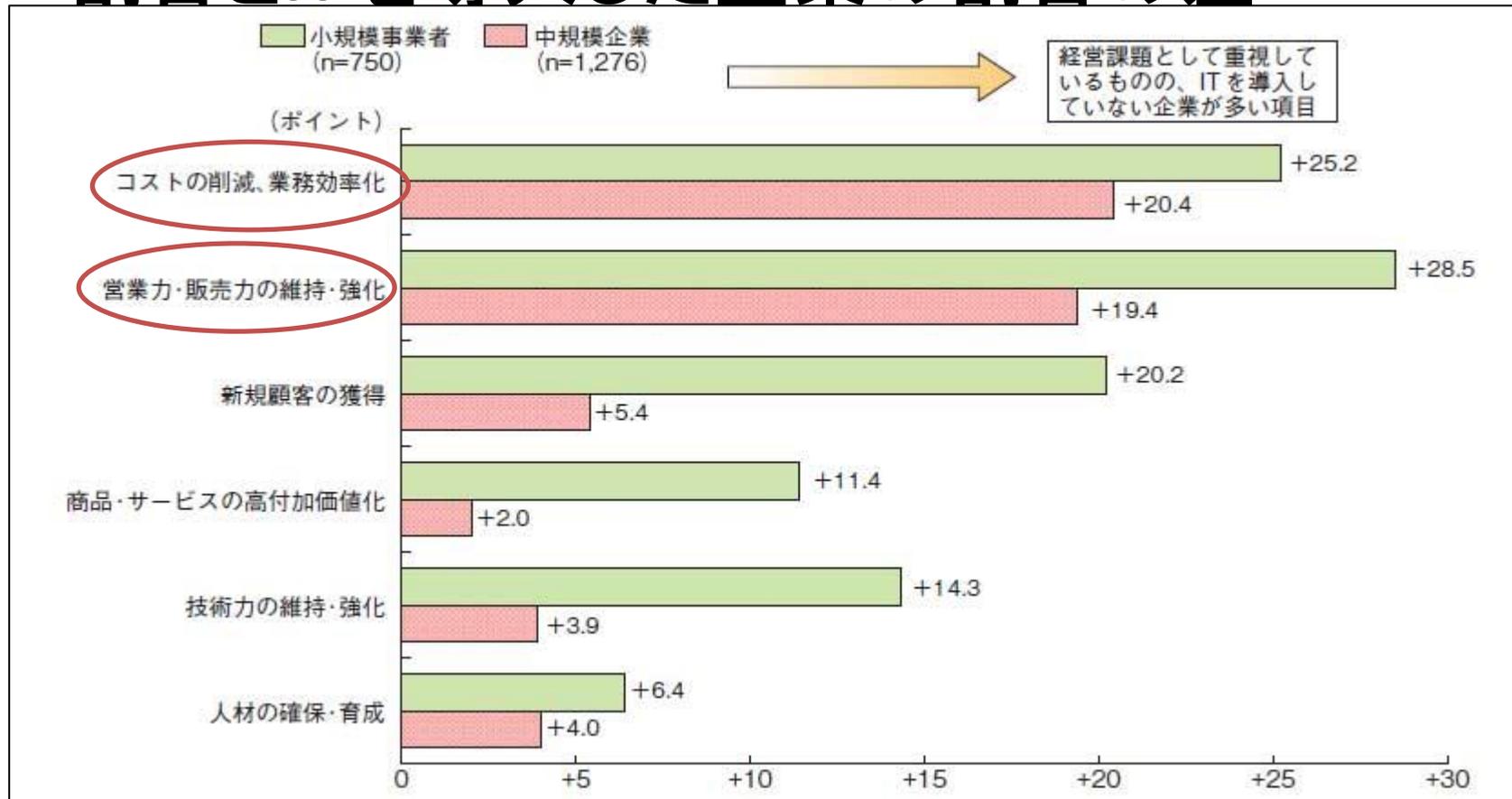
規模別・業務領域別のITの導入の状況



小規模事業者、中規模企業共に、「財務・会計」、「人事・給与管理」の業務領域で、ITを導入していると回答する企業が多い。

2013年版中小企業白書より

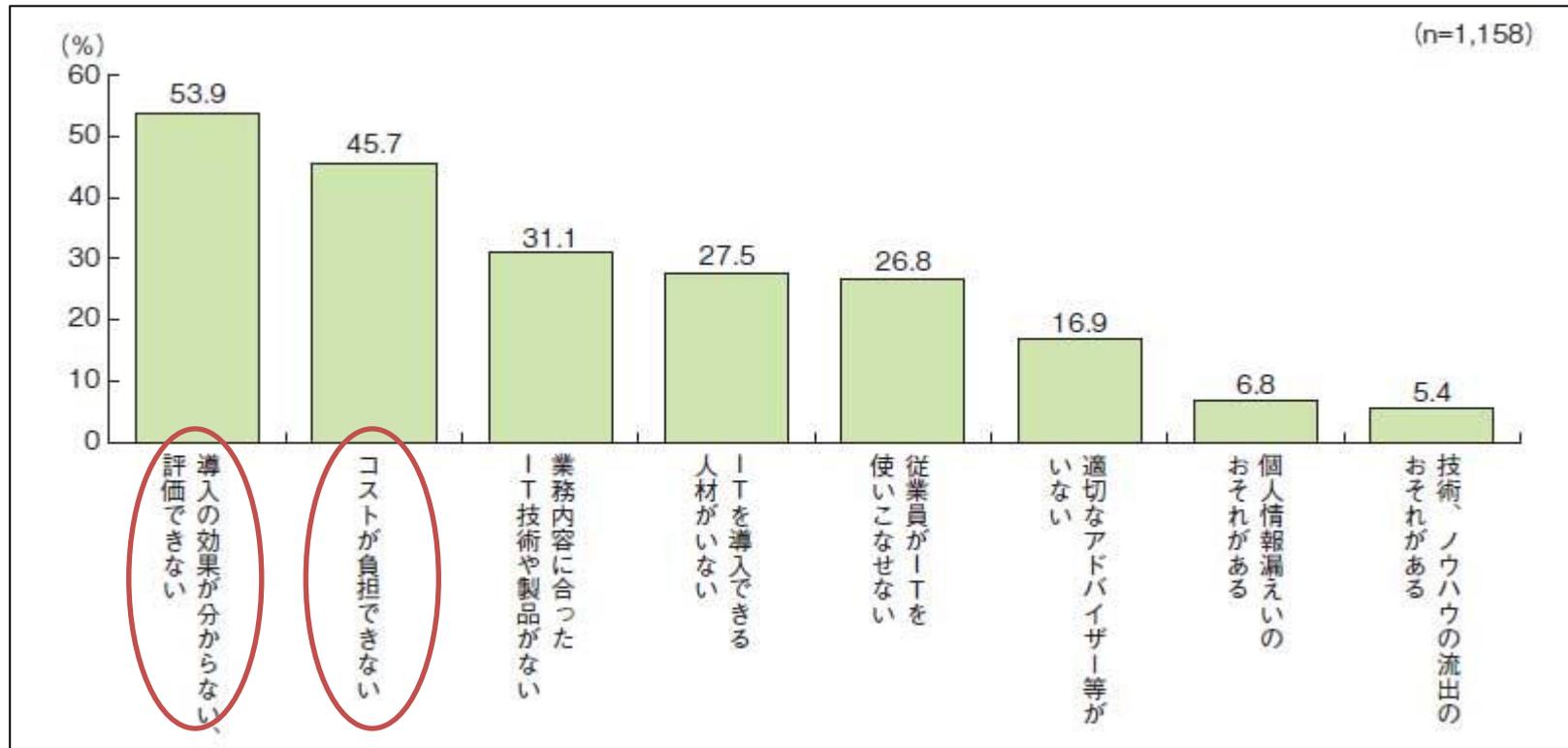
規模別の経営課題として重視している企業の割合とITを導入した企業の割合の差



経営課題として重視しているものの、ITを導入していない企業が多い。

2013年版中小企業白書より

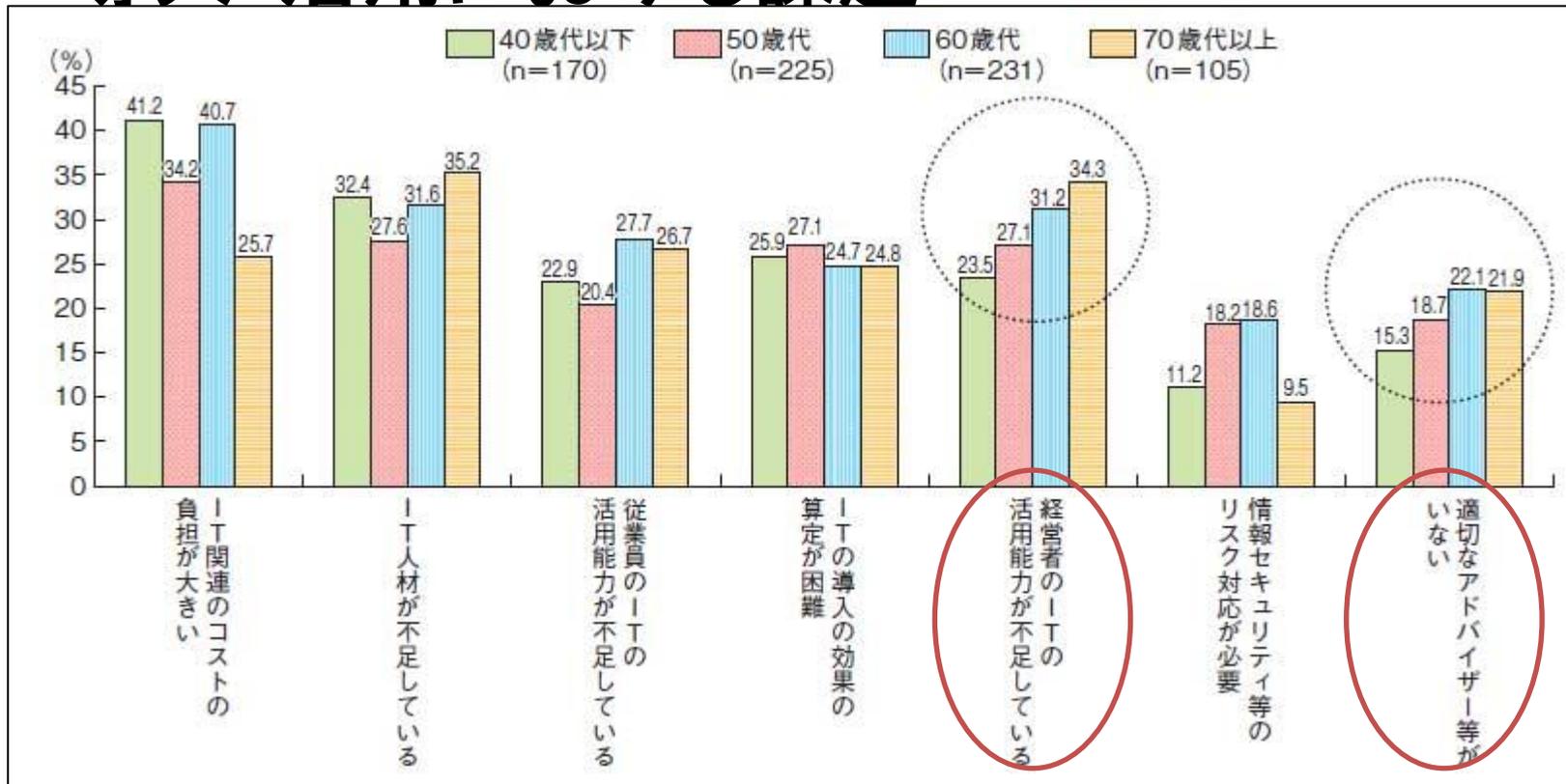
ITを導入しない理由



ITを必要と考えているものの、効果のある具体的な活用方法が分からないため、ITの導入が進んでいない。

2013年版中小企業白書より

小規模事業者の年齢別のITの導入・活用における課題



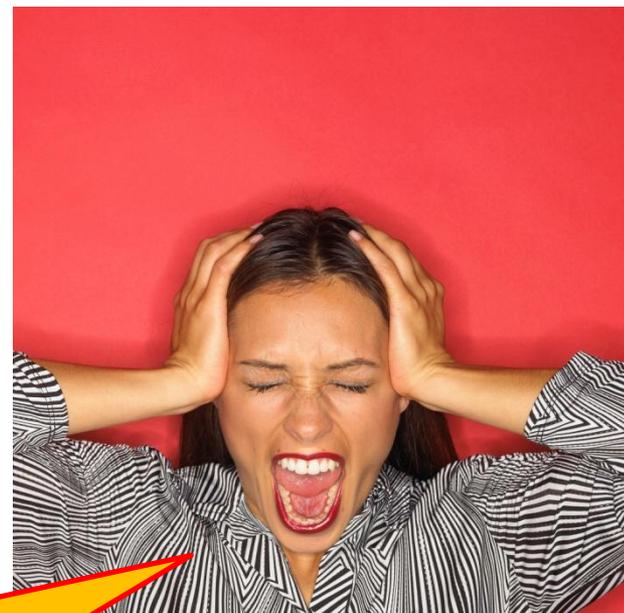
小規模事業者では、ITの導入・活用において経営者の果たす役割はより大きく、導入の促進の要になる。経営者自身の活用能力向上への取組等により、導入が進むことが期待される。

2013年版中小企業白書より

IT導入のジレンマ

ITを導入して
経営課題解決はしたいが・・・

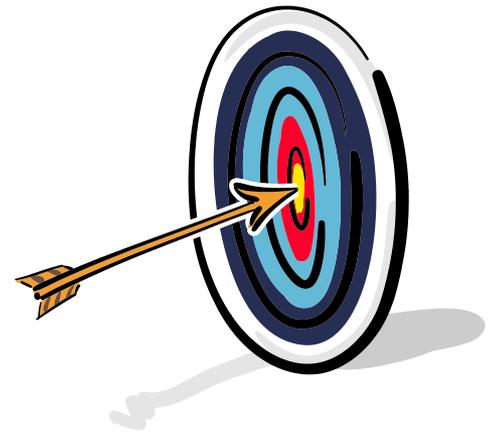
- ①導入の効果がわからず、評価できない
- ②コスト負担が厳しい
- ③経営者自身のIT活用能力不足



導入に
踏み込めない！

対策

MEASURES



自らが使ってみる

経営者自身がITの活用能力を向上

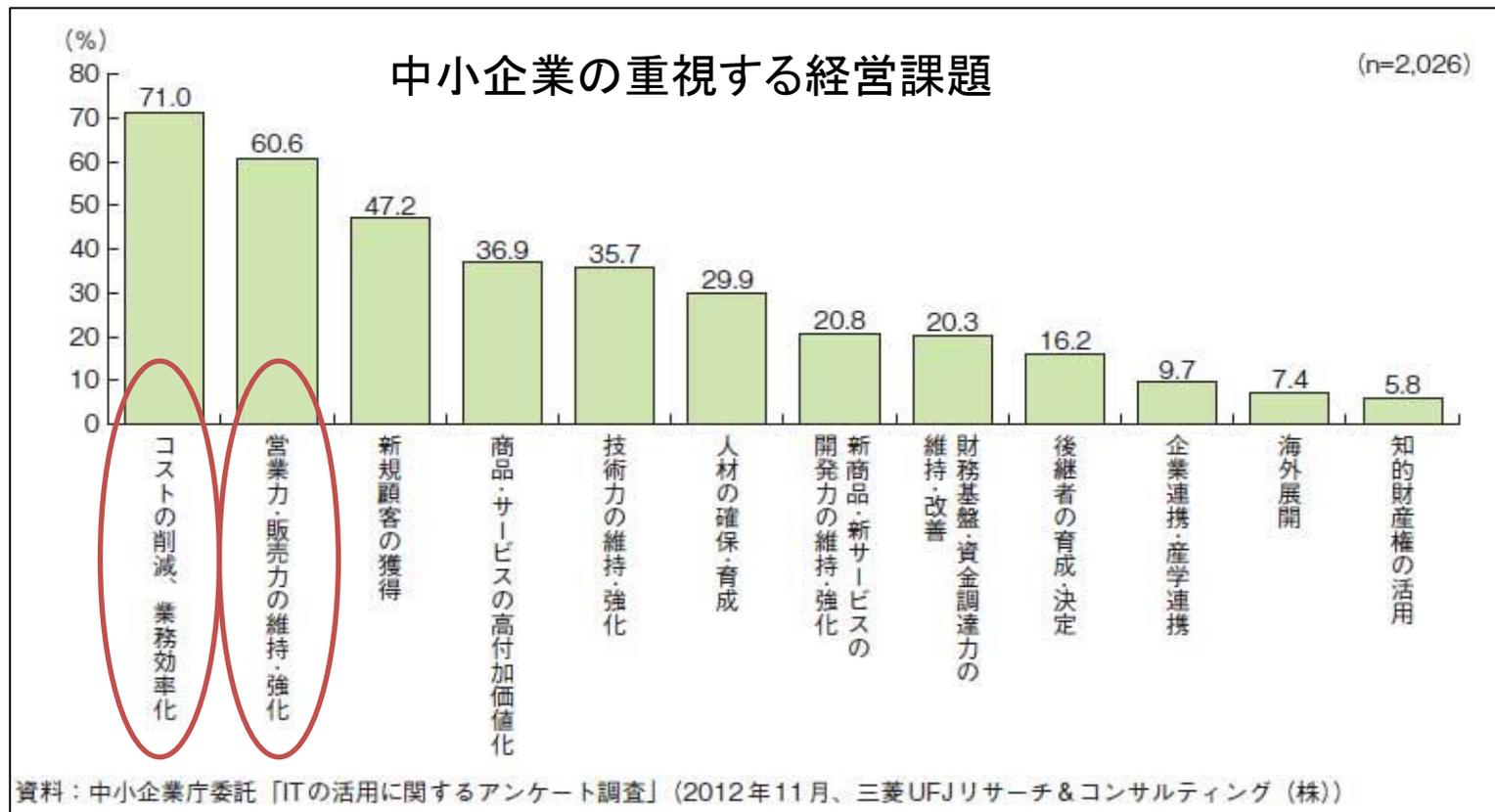


聞いてみる

- 先行導入企業へのサイトビジット
- 信頼できるベンダー
- コンサルタント



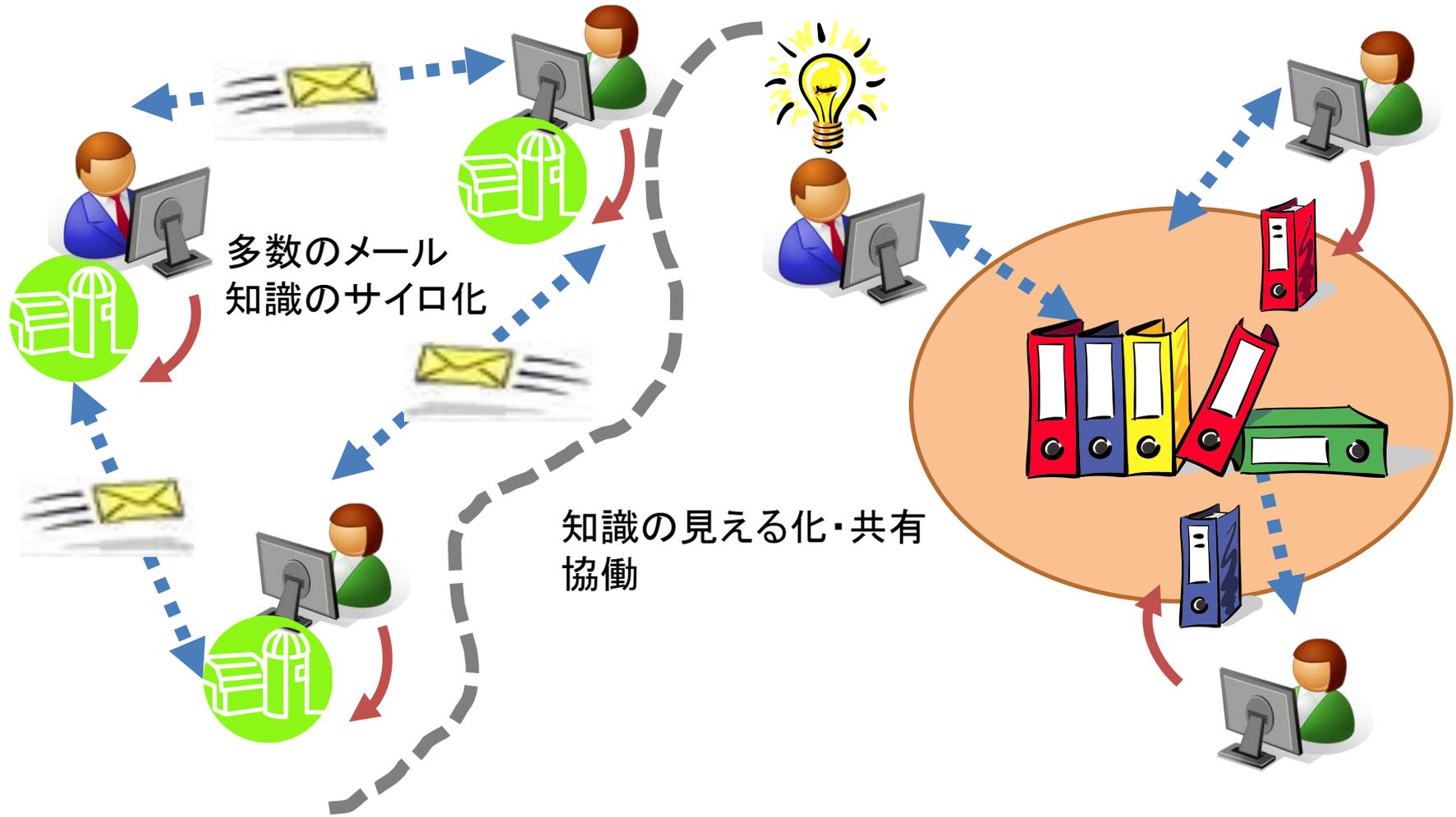
重点課題に適用する



7割超の企業が、「コストの削減、業務効率化」を重視しており、最も多い。次いで、「営業力・販売力の維持・強化」や「新規顧客の獲得」を経営課題として重視する企業が多い。

2013年版中小企業白書より

コストの削減・業務効率化



営業力・販売力の維持・強化



会社に戻ってからの
日報作成
必要資料調査

参照・共有・ディスカッション

出先からの
資料参照、日報入力
仲間との情報共有



社内SNSでの社員スキルの活用



「うん…」



わからない事があって
仕事がうまく
いかないんだ。

そしたら
社内の専門家に
聞けばいいんだよ！

そんな時は、
社内SNS
だよ！



専門的な知識を持つ
人を検索できるから
きっとアドバイスして
くれる人が見つかるよ！



政府の支援策

■ IT 活用促進資金～コストの負担への対応

中小企業が、ITを導入するために必要な設備等の取得に係る設備資金、また、ソフトウェアの取得・制作やデジタルコンテンツの制作、上映等に係る運転資金の融資を、株式会社日本政策金融公庫が行っている。

貸付対象	中小企業者
貸付用途	情報技術（IT）やデジタルコンテンツ技術の活用等、情報化投資に必要な設備、建物、運転資金（人材教育費用、コンサルタント費用を含む。）等
貸付利率	(1) 電子計算機等情報化を構成する設備等：特別利率① (2) 上記のうち基幹業務、電子商取引（電子入札含む。）、電子タグ、及びデジタルコンテンツに情報技術（IT）を活用するもの（被制御設備、関連建物、構築物を除く。）（*）：特別利率③ (3) （長期）運転資金のうち人材教育費用等：特別利率① (4) その他情報化投資に必要な資金：基準利率 （*）中小企業事業については、特別利率②
貸付期間	設備資金：15年以内、運転資金：5年以内（特に必要と認められる場合は7年以内）
貸付限度額	中小企業事業：7億2,000万円（うち長期運転資金2億5,000万円） 国民生活事業：7,200万円（うち運転資金4,800万円）

■ 戦略的CIO 育成支援事業～IT 人材の不足への対応

中小企業のIT経営に十分な知見と実績がある専門家を派遣し、ITを活用した経営戦略の策定等のアドバイスを行うとともに、企業内のCIO候補者を育成するため、独立行政法人中小企業基盤整備機構が戦略的CIO育成支援事業を実施している。

対 象	部門間、企業間の連携等、比較的高度なITシステムを導入することにより、経営課題の解決・経営革新を計画的に実施しようとする中小企業者。
支援内容	中小企業者に専門家を派遣。専門家は、CIO候補者が下記のプロセスを主体的に実施する際にアドバイスをを行い、経営戦略に基づくIT化や、CIO候補者の育成をサポートする。
費用負担	16,700円/人・日（専門家派遣に要する謝金の1/3相当額）
派遣期間	支援内容により3か月～1年間程度
専 門 家	CIO経験者、中小企業診断士等、中小企業のIT経営に関し、十分な知見と実績がある専門家。

総理指示 (平成25年1月25日 第3回日本経済再生本部)

(イノベーション／IT政策の立て直し)

- ・内閣府特命担当大臣(科学技術政策)は関係大臣と協力して、課題解決志向を重視した研究開発を推進する**科学技術・イノベーション立国**を実現するため、総合科学技術会議の司令塔機能の抜本的強化を図ること。これにより、**世界で最もイノベーションに適した環境**を整え、世界から最高水準の人材が集積するような社会を実現すること。
- ・また、情報通信技術(IT)政策担当大臣は関係大臣と協力して、省エネ社会の実現、遠隔医療の実現、自宅で働ける環境の整備等幅広い分野でIT技術が活用される**世界最高水準のIT社会**を実現するべく、IT政策の立て直しを検討すること。

再び、本日のポイント

- 中小企業こそイノベーションに向いている
- 環境の充実(モバイル革命、ツールの充実)
- ソーシャルにより、**個の力の最大化**と顧客・パートナー・社員との**協働**が促進できる
- まずは、身近なところからやってみる！

