

ITを活用した業務の効率化

東日本大震災による復興活動が行われる現在、個人においても企業においても、IT技術の役割の大きさを感じられているのではないのでしょうか。テレビニュースやラジオ、携帯電話を通じて、瞬時に地震警報が伝達され、その情報伝達によって被害を最小限とするための予防策を取ることが出来ます。また、未だ復旧活動の続く福島原子炉の内部には、ロボットを投入し、私達は原子炉の危険な内部の様子を自宅にいながら見る事が出来ます。

2009年11月にはリーマンショックに端を発した世界同時不況が起こり、2011年3月には東日本大震災が発生するなど、多くの企業では、この数年間で非日常的なことに對しても、経営への舵取りが必要な状況を、否応無しに突き付けられています。

そんな中で、いま最も必要なIT投資とは何なのでしょう？

いま必要なIT投資とは

いま必要なIT投資は、企業によって異なります。ただし、どの企業にも当てはまるIT投資があるとするならば、「情報伝達」のためのIT投資ではないのでしょうか。「情報伝達」のために必要なIT技術を、以下に大別して考えてみましょう。

- ①業務効率化のための投資
例)業務プロセスの見える化、業務の効率化など
- ②データ保護のための投資
例)データセンターの活用、クラウドサービスの活用など
- ③経営分析のための投資
例)顧客分析、市場分析、投資分析、自社の強み弱みを分析など
- ④営業ツールのための投資
例)HP、ブログ、ツイッター、Facebookの活用など

例えば商業やサービス関係の企業であれば、③の顧客情報を整備し、季節ごとの顧客指向、年代別、性別ごとの特徴を掴み、営業戦略に活かすことができます。

また、④のHPが商品カタログの代わりにもなり、ツイッターやFacebookでお客様との結びつきを強めることもで

きます。製造業ではHPと動画で技術力をアピールすることも可能です。

あなたの会社では、どの「情報伝達」が必要でしょうか？

業務プロセスの改善が経営に必要なデータを集める!?

今回は、経営に必要な情報とは「**なにか**」、また、その情報を「**どこから**」、「**いつ**」、「**どのように**」収集し、経営戦略に活用していくか、一緒に考えたいと思います。

◎経営に必要な情報とはなにか

それはやはり「お客様」情報です。企業であれば、自分達の商品がお客様に「選ばれ」、そして「購入」してもらうことで収益を上げます。

お客様はどのようなお客様に「購入」されているか、私達はきちんと把握しておくことが必要です。

つまり、最終的なお客様の「性別」、「年代」、「年収」、「家族構成」、「住まい地域」など属性情報を得ることが、お客様を理解する上で必要です。

◎経営に必要な情報はいつ手に入れるか

お客様と接点がある時です。お客様の属性情報を最も得やすいとされるのは、「ファーストコンタクト」の時です。

逆に、「セカンドコンタクト」以降では、「ファーストコンタクト」時に比べ情報を得にくくなります。初めてご注文を頂けた時、初めて商品紹介の機会を頂けた時、その時が珠玉の機会と考えるべきだと思います。

◎経営に必要な情報をどこから手に入れるか

お客様と営業担当者です。営業担当者は、お客様と接点を持ち、顔を見て、お話をしています。

ここでいう営業担当者は、営業マンでもあり、コールセンターのオペレーターや営業事務担当者も営業担当者としてお客様と接しています。

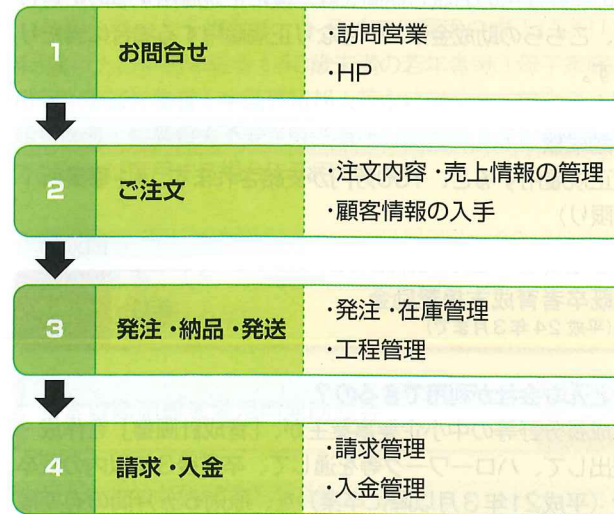
また、HPやツイッターも、会社の顔としてお客様の情報を得ることが出来ます。

◎経営に必要な情報をどのように活用するか

「お客様の情報」を「お客様と接点のある時」に「営業担当者」が、「記憶」を頼りに「情報共有」することは至難の業です。

上述した内容からも、「いつ」、「どこから」といった「手段」については、IT技術の進歩によって機会が増えましたが、「活用」についてはいかがでしょうか？

主に営業活動を、以下の4工程に大別すると、



このような流れになると思います。

会社の規模や業務数、取り扱う商品数などにもよりますが、上記の4工程はその作業量だけで手一杯になり、いわゆる経営に必要な「管理業務」にまで手が回らないケースが多々あります。

更に、営業担当者や発注担当者、在庫担当者や経理担当者など、担当者がそれぞれ別々である場合には、情報伝達や業務連携が煩雑となり、正しく情報を保持できないことも考えられます。

ここで、データ活用ための「仕組み」を考える必要が出てきます。

今回のIT導入が業務プロセスの改善だけで終わるのか、それとも新たな事業展開を見据えての導入なのか、その「仕組み」作りには、IT導入の前にはしっかりとした着地点を見据える必要があることは、言うまでもありません。

仕組みとは、「効果的な情報を得る」ために、「お客様との接点」から得た情報を「効率的に保持」するものであり、目的とは、お客様の「ニーズを見極め」、そして「販路を広げ」、お客様の「満足を得る」ことです。

また、顧客情報を収集し続けることで「季節変動」も捉えることが出来るようになり、自社の強み・弱みを知るばかりではなく、営業活動への足掛かりにもなります。

特に昨今の経済状況下においては、顧客思考も移り変わりが速く、柔軟な判断が求められるのではないのでしょうか。

当然、IT投資にはコストがかかります。また、大規模な変革を望めば望む程、IT投資には膨大なコストが必要となってくる。

現在のこのような状況下で、数年先を見据え、どのような事態にも耐えうる、且つ効率的で効果的なIT投資を行うためには、まず自社に必要な「情報伝達」を整理する必要があります。

業種や会社規模によって、やるべき内容が変わってきますが、共通していえることは、「作業」中心の業務から、考える「仕事」中心の業務に変えることです。

効果的なIT導入より、変身できれば必ず会社の業績アップにつながるはず。

執筆者紹介



藤間公認会計士税理士事務所
株式会社日本財務コンサルタンツ
ITコンサル課
澤井 誠
トウマグループは、企業を「明るく、元気、前向き」にする専門家集団として、経営全般・税務会計IT化支援・人事労務・事業承継・相続・病院医院経営・資産活用等、様々なご相談にワンストップでお応えでき

る体制を整えております。ITコンサル課では、ソフトウェアの導入支援をはじめ、ITを活用した業務効率化や売上向上のための改善指導を実施しております。随時無料相談会開催。お気軽にお問合せください。

NEWS

- 「IT活用・改善に関する相談」藤間公認会計士税理士事務所 ホームページ
Yahooのホームページから「藤間事務所 IT活用」で検索して下さい。
URL: http://www.toma.co.jp/software_it/index.html
- 藤間公認会計士税理士事務所 ホームページ
Yahooのホームページから「藤間事務所」で検索して下さい。
URL: <http://www.toma.co.jp>
- ITに関するご相談は、お電話でもお気軽にお問い合わせ下さい。
TEL: 03-5201-6565