

ゼロから始めるDX

データをどう活用するか

セミナーレポート

大分県、九州経済産業局、独立行政法人中小企業基盤整備機構九州本部、大分県地域DX推進コミュニティ

2024年2月1日

作成者: (公財) ハイパーネットワーク社会研究所

ゼロから始めるDX

データをどう活用するか

セミナーの概要

「DXの取組を始めたいが何から始めていいかわからない」「データはあるが、どう活用すればいいのか」といった県内中小企業の経営者、DX担当者、金融機関等支援者向けに、データ活用の事例や活用方法、また、データ活用の便利なツールのデモ体験ができるリアルセミナーを以下のとおり開催しました。

日時・場所

令和6年2月1日（木） 13:30～15:50

レンブラントホテル大分 二豊の間（大分市田室町9-20）

プログラム

プログラム	
13:00～	受付開始、展示・相談ブースオープン
13:30	開会・挨拶 ・大分県商工観光労働部 DX推進課長 木部 哲行
13:40～14:20	講演 グッデイが目指す「人のDX」 講師:株式会社グッデイ 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏
14:20～14:30	質疑応答
14:30～14:50	休憩、展示・相談ブース紹介
14:50～15:40	パネルディスカッション <パネリスト> ・株式会社グッデイ 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏 ・株式会社ヤマナミ麺芸社 代表取締役 吉岩 拓弥 氏 ・中小機構 中小企業アドバイザー（スタートアップ） イジゲングループ株式会社 代表取締役社長 鶴岡 英明 氏 <コーディネーター> ・株式会社大銀経済経営研究所 代表取締役 衛藤 健 氏
15:40～15:50	質疑応答
15:50	終了
～16:30	名刺交換会、展示・相談ブース

主催

大分県、九州経済産業局、独立行政法人中小企業基盤整備機構九州本部

共 催

大分県地域 DX 推進コミュニティ

登壇者



講 師・パネリスト

嘉穂無線ホールディングス株式会社 代表取締役社長

株式会社グッデイ 代表取締役社長

株式会社カホエンタープライズ 代表取締役社長

柳瀬 隆志 氏

1976 年生まれ。東京大学経済学部卒業後、2000 年三井物産入社。2008 年ホームセンター「グッデイ」を運営している家業である嘉穂無線ホールディングス株式会社入社。営業本部長・副社長を経て 2016 年 6 月、嘉穂無線ホールディングス株式会社、及び株式会社グッデイ代表取締役社長就任。2017 年 4 月、クラウド活用やデータ分析事業の株式会社カホエンタープライズ代表取締役社長就任。2022 年 2 月「なぜ九州のホームセンターが国内有数の DX 企業になれたか」を出版。2022 年 6 月、第 1 回日本 DX 大賞「大規模法人部門」にて大賞を受賞する等、DX に関する幅広い取組も行っている。



パネリスト

株式会社ヤマナミ麺芸社 代表取締役

吉岩 拓弥 氏

1978 年、別府市生まれ。2004 年、創業者の父が他界し、25 歳の時に 3 店舗のラーメン店を引き継ぐ。味、旨味の開発と 100 種類以上の製麺レシピを積み重ね、7 業態 30 店舗を運営するまで成長。日本の麺文化を後世につなげる使命感のもと、M&A により 8 件の事業を継承し、麺産業に関わる事業の多角化を実施することで、専門食品メーカーを目指している。食品関連としては九州で初の DX 認定事業者となるなど、DX に関して積極的に取り組んでいる。



パネリスト

中小機構 中小企業アドバイザー（スタートアップ）
イジゲングループ株式会社 代表取締役社長

鶴岡 英明 氏

1983年生まれ。大分県大分市出身。父、母、弟と一家全員が起業家。公私共に「あらゆる人がチャレンジできる『世界』をつくる」がビジョン。プログラマーを経て2013年にイジゲン株式会社を創業し、2022年より西日本フィナンシャルホールディングスのグループ会社となり、お客様の経営変革をデジタルとアナログの両輪で伴走している。個人としては、起業家や地元プロスポーツチームの支援がライフワークでもある。



コーディネーター

株式会社大銀経済経営研究所 代表取締役

衛藤 健 氏

展示・相談ブース

① 「大分県地域DX推進コミュニティ」ブース

企業のDX化の取組事例の紹介や、DX化の相談受付

② 「大分県」ブース

大分県事業紹介（プロフェッショナル人材活用センター、補助金情報等）やBIツール（Looker Studio）のデモ体験

③ 「九州経済産業局」ブース

九経局おおいたサテライトオフィスの紹介や補助金の情報



参加者

定員50名に対し、91名の参加申し込みがありました。当日の参加者は71名でしたが、各種業界において、DX化への関心が高いことがわかります。

セミナーレポート

開会の挨拶（大分県商工観光労働部 DX推進課長 木部 哲行）

セミナーの開催にあたり、開催にいたった背景や、その目的について、木部課長から挨拶がありました。

本セミナーで示すのはデータを活用したDX化の具体的な道筋

近年は、DXの推進は企業の成長戦略として不可欠です。とりわけデータ分析に取り組んでいる企業は、デジタルツールを活用している企業に比べて、生産性や売り上げの面でプラスに転じるという調査結果が出ています。データ活用は重要なポイントだと考えています。

県内企業からは、データはあるが、どう活用するのかといった声も聞かれます。そこで、本セミナーでは、データ活用の実践的な事例をもとに、基調講演や、パネルディスカッションを通して、DX化への具体的な道筋を示すので、経営に生かすきっかけとしてほしい。



講演：グッデイが目指す「人のDX」

（株式会社グッデイ 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏）

「グッデイが目指す『人のDX』」と題して、株式会社グッデイ代表取締役社長 柳瀬隆志氏による、基調講演が行われました。



入社時は、社内のメールアドレスもなく、ネットもつながっていなかった

ゼロから始めるDXというテーマですが、当社はマイナスからのスタートでした。**新しいことに取り組む風土はなく、ルーティーンワークをこなすことをよとする空気感**でした。デジタル化も遅れており、社内のメールアドレスもなく、ネットもつながっていない状況でした。2008年のことです。ちょうどiPhoneの発売された年です。

新しいことをやろうとしましたが、社員がついてきませんでした。そこで、変革に「待て」がわかりましたので、どれくらい待てばよいか、と聞くと、「少なくとも3年は様子を見てほしい」と言われました。そんなに待つことは当然できませんので、会社の変革はすぐに着手をしましたが、システムに関しては、7年間何もできませんでした。メールアドレスやWebサイトをつくるなどは行いましたが、業務システムの変更など根本的なシステムの変革には手を出せませんでした。

データ活用はBIツールを使うこと

入社から7年後の2015年に2つのツールを導入して、大きく変わりました。

Google Workspace と、**Tableau** です。

中途採用で新たにシステム部長を採用したところ、クラウド上にデータベースを作成してくれました。ただ、それだけでは、データを見てもわからないため、分析ツールとして、Tableauを導入し、使ってみたところ、当社の課題を解決するツールになると思いました。

今回のセミナーは「データをどう活用するのか」がテーマですが、その答えとしては、BIツールを使う、ということだと思います。

2015年以前の働き方は、アナログな働き方だった

当社でも、資料は印刷して配布するという紙文化でした。当時は、100名程度が集まる店長会議では、100ページ程度の資料でしたので、100人分×100ページで1万枚近くの紙を印刷していました。店舗間の情報共有では、売上金の集金の帰りに文書を配布するというのもやっていました。

セキュリティも厳しかったです。ウイルス感染のリスクからUSBメモリも禁止でした。クラウドサービスも情報漏洩の危険性が言われていました。**変えなくてはいけないとは思っていましたが、こうしたほうが良いという決定打がなく、何年も過ぎていきました。**

データは活用していなかったわけではないが・・・

データは使っていないわけではありませんでした。どうやっていたかという、もともとあったデータをシステムからエクセルでダウンロードする。エクセルのピボットテーブル機能などを使って、資料をつくったりしていました。ただし、**深く分析をすると、エクセル作業に慣れていないバイヤーが残業することが多くありました。**バイヤーは、売り場で活躍している人でしたので、商品には詳しいのですが、エクセルに詳しいわけではありません。



残業時間を削減しようとしても、精神論にしかならず、私自身も非常に働きづらい環境だと感じていました。

Google Workspace の導入へ

IT企業と雑談していると、Google Workspace を導入すると悩みの大半は解決できるのではないかと感じました。私自身、個人ではGmailやGoogleカレンダーを使っていましたが、会社として導入すると、思った以上に様々な効率が上がりました。Google Workspace を導入することで何をしたかったかという、アナログな働き方からGoogleのような働き方にしたかったのです。

まず、**紙の印刷は禁止しました。**社内向けの理由付けとしては、Google Workspace のライセンス料がかかるので、そのために紙の印刷量を減らすというものです。

社内向けの会議は、ファイルを共有し、端末で確認。**メールの資料添付も禁止**しました。ローカルに資料が残ると、最新がどれになるかわからなくなる。同じクラウド上のファイルを共有すればよいので、リンクだけ送るようにしました。

ドラスティックな変更ですが、**エクセルの使用も原則禁止**しました。Google スプレッドシートはほぼ同等な機能をもっていますので、そちらを使うようにしました。変更の履歴もわかりますし、自動で保存されます。

エクセルは表計算ソフトです。もともと、データ分析には向いていません。大量のデータを入れ込むと、動きが遅くなりますし、メモリが足りなくなることがあります。

予定調整も Google カレンダーを使っていますし、社内の連絡もチャットです。

導入当初は、エクセルが便利といった声もありましたが、数か月すると、スムーズに業務が進むようになりました。また、Google ドライブで検索すればファイルが見つかるので、だれがどのファイルを持っているかなどはなくなりました。

データは Tableau で分析

クラウド上にデータベースはできたのですが、活用ができていませんでした。そこで、IT 企業に Tableau を紹介され、2 週間ぐらいのお試し版をダウンロードして使ってみたところ、簡単にきれいなグラフが描けました。一瞬で分析ができます。

データ分析の人材育成（人のDX）

グラフを描いたからと言って問題は解決するものではありません。私だけ使っても意味がないので、**毎週一回、勉強会を開催**することとしました。各部署の若手メンバーなど10人ぐらい。Tableau の使い方や統計の知識など、1 年間ぐらい行いました。

Tableau を使った分析結果などを店長に伝えると、店長やバイヤーから使ってみたいという声も上がりました。ちょっとずつデータ活用の習慣が根付いていったのです。

「経験と勘」は間違っているわけではない

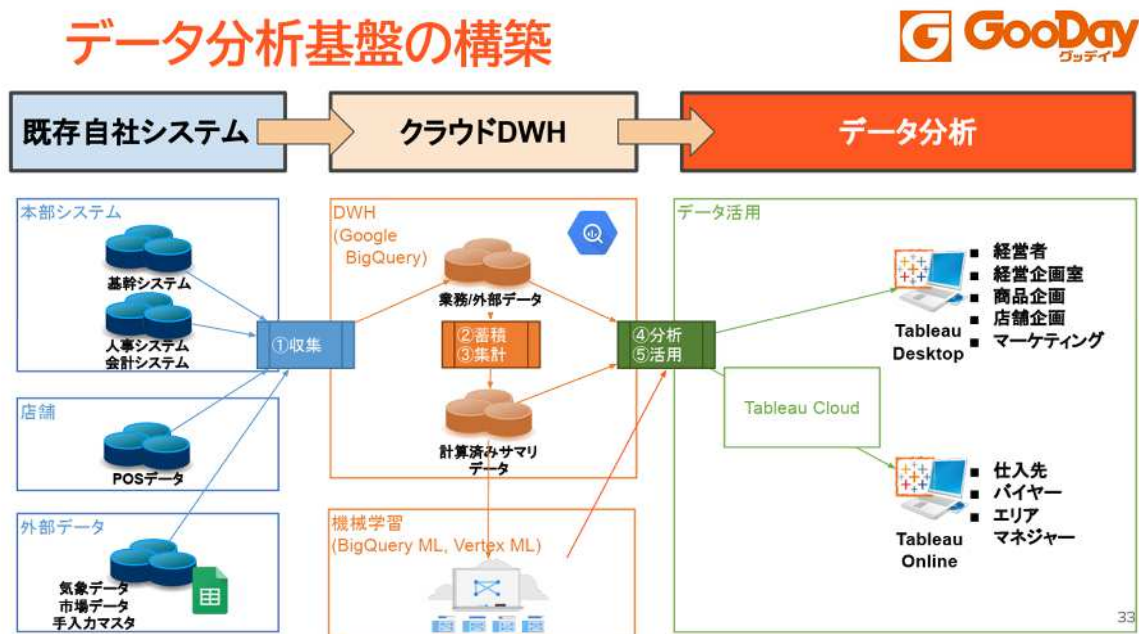
経験と勘は統計的な言葉で説明できます。

たとえば、食品と釘やねじの売れ方は全然違います。釘などは、たまにまとめて購入されることもありますが、食品は平均的に売れます。これは、「確率分布」で説明ができます。また、寒ければ暖房器具が売れるというのは、「相関」です。

データ分析基盤の構築

データを分析するには、基盤が必要です。

当社では、既存のシステムからデータを収集し、クラウドで一元管理をしています。そこに Tableau をつないで、可視化しています。



(柳瀬氏の講演資料から抜粋)

データ人材育成の必要性

せっかくこういった環境をつくっても、使わないと意味がありません。使いこなせる人材の育成を行う必要がありました。

社内でデータ人材育成研修を行っていますが、ポイントは、**知行合一**です。

知識を学んで、賢くなるためではなく、目的は、**実務で使う知識やスキルを学び、日々の業務を楽にすること**です。

具体的には、最近の中学・高校で学ぶようなデータ分析の知識です。この知識を自分たちの業務課題にどう落とし込んでいくかが重要です。

D Xはツールの話ではなく、どうやって変えていくのか

何でもかんでもD Xと言われていますが、D Xは、**デジタルの力を使って企業の変革を行っていく**ということであって、ツールの話ではありません。どうやって変えていくのかの話です。

当社がやりたかったことは、経験と勘で判断するのではなく、データに基づく意思決定を行うこと、人力でやっていたことを自動化すること、情報共有は紙ではなくファイルやチャットで行うこと、コミュニケーションツールとしてデータを可視化したグラフを使うことなどでした。

2008年からの7年間、何もしなかったといいましたが、実際は、企業変革をしようとしても、うまくいかなかったのです。2015年に、Google Workspace と、Tableau を使い始めて、急に変革がうまくいくようになりました。まさに**デジタルを使って企業を変えることができました。**

クラウドとかデータ分析のツールは、3か月に1回、半年に1回とか出てきます。**デジタル人材がいらないと言われますが、おそらく、ここ10年ぐらいで出てきた分野なので、もともといる会社などはほとんどないと思います。**今いる人たちを育成しながら、そういう分野に適合させていくことが重要です。そこで、当社では、勉強会を行ったのです。

現状維持は必ずしも最善策ではない

これをやって何か楽になるのか、など言われがちです。ですが、進むべき方向性が正しくて、それをやれば会社にメリットがあるということをちゃんと実感しながら、メンバーとシェアしていくと、大きなやりがいにつながっていく。

現状維持は必ずしも最善策ではありません。世の中の変化に合わせて、**どの事業に投資すると、自分たちの事業が伸びていくのか。客観的に説明するのにデータ分析が必要だ**と思います。

会場からの質問（抜粋）

Q. Google Workspace の導入はスムーズだったとのことだが、苦労したことはありますか。また、それをどう乗り越えましたか。

A. エクセルを原則使わないというのは、拒否反応がありました。エクセルでないと動かないといった意見が出てきた。そこで、こっちのほうが便利であるという代替手段を用意しました。あとは、賛成派をいかに増やしていくか。部長も賛同して、部下たちに積極的に活用していこうとする方針を出してくれたのがよかったです。

パネルディスカッション：データ活用は何から始めればよいのか？

◆パネリスト

株式会社グッデイ 代表取締役社長 柳瀬 隆志 氏

株式会社ヤマナミ麺芸社 代表取締役 吉岩 拓弥 氏

中小機構 中小企業アドバイザー（スタートアップ）

イジゲングループ株式会社 代表取締役社長 鶴岡 英明 氏

◆コーディネーター

株式会社大銀経済経営研究所 代表取締役 衛藤 健 氏

「データ活用は何から始めればよいのか」というテーマのもと、パネルディスカッションを通じて、データ活用の重要性と実践のための具体的なステップを探りました。



まず、はじめに、パネリストである株式会社ヤマナミ麺芸社 代表取締役 吉岩 拓弥 氏から、自社のDXの取組について、発表いただきました。

（以下、講演内容です）

DXを始めたきっかけ

ヤマナミ麺芸社は、ラーメン業、製麺卸業などをやっています。今は、麺産業の食品メーカーになりたいというビジョンがあります。そういうビジョンを立てたのが7、8年前です。ビジョンの変更により、社員が独立してやめていってしまいました。その頃から新卒採用を始めたのですが、教える人がいなくなりました。そこで、**店舗マネジメントをDX化できないか**と考えました。お客様サービスのDX化は難しいので、まずは、店舗のマネジメント、もしくは、内勤のDX化を行おうと考えました。



まず始めたのは、「探す時間を減らす」

DX化のプロセスとしては、①探す時間を減らす ②目次をつくる（カテゴリー別）③関連資料をリンクでつなげる ④調べやすい仕組みにする というプロセスで考えました。

ある統計資料では、1年間に仕事をしている時間の中で、ものを探す時間は、150時間とか200時間とか言われています。当社で探す時間を時給換算すると、年間1800万円です。

そこで、**Google Sites** で、**必要な資料の一元管理**を行いました。Googleドライブの場所をすべて貼り付けました。

仕事の棚卸

内勤の業務は、8割が繰り返しの仕事。そこで、毎日やっていること、毎週やっていることを、項目、手順、時間、マニュアル、Chatworkへのリンクなどで管理するようにしました。そこから、GoogleのLooker Studioで事業進捗の見える化を行いました。

RPA Robo-Patも活用。夜10時以降の社員がいない時間に、RPAが動いています。

結果、どうなったか

以前に比べ伝票の数は、約1.8倍に増えたのに対し、経理の労働時間は減り、大きな成果を出しました。

オープン前のチェックリストはやったぶり？

ラーメン店は、オープン前の準備が非常に重要です。オープン前には、チェックリストで準備を行っていくのですが、マネージャーが来るからという理由でチェックをするなど、本来の目的をなしていませんでした。

そこで、Google フォームを導入しました。これで、だれがやったのか、丸見えになります。検証したのですが、25%しかやっていなかったのです。

もちろん、気持ちはわかります。チェックリストを使うのは開店前の忙しい時間ですから。そこで、すべて社内で公開するようにしたら、すぐに50%になりました。

ところが、タブレットをひたすら連打していたことがわかりました。朝やらなきゃいけないチェックも夕方に行っていたり。これでは、意味がありません。

そこで、アラートの仕組みをつくりました。11時オープンなのに、オープン以降にチェックをすると、お知らせされます。そうすると、どの店舗が運営上不安かもわかるようになります。店舗もそういった気づきにつながっていきます。

成果は出なくても、人のせいにしない

そもそもですが、私の基本的な考えは、うまくいかない場合は、人のせいにはしません。**仕組みで考えるようにしています。人をせめても全体の問題解決にはならないと思います。**いきなり、100点を目指そうという考えは、我々の中にはありません。100点を目指そうとすると、なかなか行動ができないからです。ですので、まずはやってみよう。不満が出れば、仕組みを変えれば良いと考えています。

組織に合ったツールを

あまり高度なものを使わないようにしています。**全員、少なくとも、社員の8割ぐらいが使えるものにして**います。生産性から成果というものに結びつかないからです。

一度、高額なソフトを入れたことがあります。ところが、全部、英語になっていて、誰も理解できなかったのです。ずいぶんと高かったのですが、半年ほどで捨てました……。



次に、中小機構 中小企業アドバイザー（スタートアップ）である、イジゲングループ株式会社 代表取締役社長 鶴岡 英明 氏にDXの取組支援について発表いただきました。

（以下、講演内容です）

課題解決はエンジニアだけではない

創業して、今年で11年目となります。2022年に西日本銀行のグループ会社になり、お客様のビジネスそのものをデジタルで支援することを行っています。

他にも、中小機構のアドバイザーも行っております。イジゲングループでは、エンジニアだけではなく、ビジネス系のコンサルタントやデザイナーなどがバランスよく在籍しております。地方に行けばいくほど、企業様の課題はかなり多様になっています。そこで、エンジニアだけでは解決できない問題を、ビジネスコンサルタントと一緒に初めて解決できることもあります。



中小企業におけるICT活用やDX化は経営課題？

中小企業白書のデータですが、経営課題のランキング1位は、人材不足です。ICTの活用やDXは課題に思っていない。ですが、このランキングにICT活用やDXの単語が出てくることはナンセンスです。もはや、ICTの活用は必須になっていて、あくまで手段です。人とデジタルは必ずセットになっています。

人材に対する支援が増えている

大きく2つの事業領域で企業への支援を行っています。経営・事業に関するご支援と、人材に対するご支援です。今は、人材に対する支援の割合が増えてきています。

経営変革をしていく中で、課題を深掘りしていくと、人の課題に行きつきます。その課題をテクノロジーによって解決していくところにかなりフォーカスしています。例えば、人事評価制度や採用戦略の作成、人材育成を一緒に行ったりしています。ほかにも、社外のビジネスグランプリの伴走支援や、アイデアの実現やマーケティングなど、ずっと伴走支援できるのが強みです。

レコーディングダイエットのほうが成功しやすい！可視化の重要性

企業によって、DXは千差万別です。今日のセミナーテーマは、「ゼロから始めるDX」ということで、できるだけ、こういった企業さんも使える、汎用性をもったソリューションを紹介します。

まずは、データ活用の第一歩ですが、たとえば、ダイエットの話。レコーディングダイエットのほうが成功しやすいのです。つまり、経営に置き換えると、やはり、**数字を見れたほうが、経営が改善しやすい**ということです。

つまり、**現状の可視化の必要があり、ひとつは人と組織の可視化が重要だ**と考えています。

① エンゲージメントサーベイ

会社と従業員のつながりを可視化したものです。たとえば、会社のビジョンをどれぐらい理解しているかとか、会社の経営戦略をどれぐらい理解しているかとか、会社の人事制度でどれぐらい納得しているかなどを定量的に数字で表します。仮に、経営戦略計画の納得度がEになっている。であれば、どうやって、C、Dにもっていくのかというところを考えなくてはいけない。**経営戦略の浸透度はなかなか見えないので、見える化しておくことは重要です。**

② 採用力診断

人材を獲得できる能力はどれぐらいあるのかというも、同じように可視化します。例えば、強みが明確に出てきたとしたら、その強みを求職者の方にアピールするようなランディングページをつくったり、採用ピッチ資料をつくるといったことが可能です。

次に、**経営の状態の可視化**です。

いろいろなツールがあります。入口として活用しやすいのは、例えば、GoogleのLooker Studioかなと思っています。

数値化すること、指標化することの意味

数値化、指標化することで、こういうデータをとっておくべきだったということが課題として出てきます。たとえば、工場を経営している場合、数値化した際に、ではここに温度の指標を作成したほうがよい、なら、こういうセンサーを取り付けなければならないという話や、どういうセンサーがいいのかといった議論ができるようになります。

まずは、土台をつくる

KPIを設定して、目標を達成するため、まずは、土台をつくること、「ゼロから始める」では大事なかなと思います。そうすることで、PDCAをなんとなく回すのではなく、定量的に測って回していくのが重要だと思っています。



柳瀬社長のコメント

- 吉岩社長の取組は、自分たちのやりたいことの実現にデジタルを使ってどうフォローアップしていくのか
- 鶴岡社長の取組は、他の企業への仕組みとしてどう落とし込むのか
- 参加者の方で、BIツールの使いこなしに意識が行ったのかもしれませんが、実は、自分たちの会社の課題は何か、どうやって解決するのかといったほうが難易度は高い



ディスカッションの前に、コーディネーターである株式会社大銀経済経営研究所 代表取締役 衛藤 健氏より、参加者の申し込みの際に行ったアンケート分析結果の説明がありました。



申し込み状況 (1月28日時点)

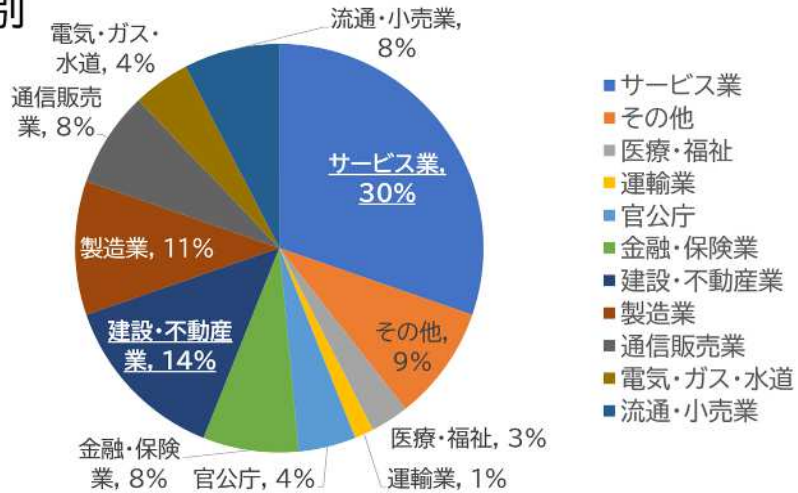
サービス業(コンサル等)が最も多い。次に、建設不動産業の申込が多かった。

■ 申込者数 ■ 業種別

87人

■ 申込事業者数

66

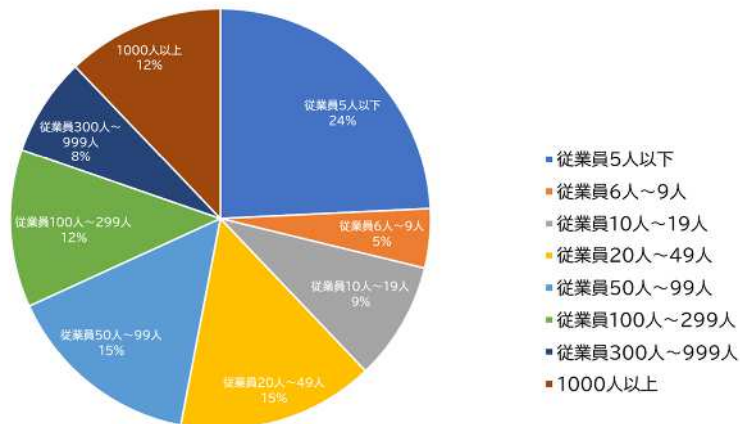


コンサルといったサービス業の方々のデータ活用の関心が高いと思われる。また、建設業界での人手不足などにより、DX化が進んでいることから、建設・不動産業界の関心も高い

申し込み状況 (1月28日時点)

企業の規模に関わらず、お申込みいただいている状況

■ 従業員数別



特に大きな偏りがなく、幅広く申し込みいただいている状況

DXの取り組み状況 (1月28日時点)

中小企業白書をベースに、DXの取り組み状況を調査

中小企業庁「2022年版 中小企業白書」より

段階4	デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態 (例) システム上で蓄積したデータを活用して販路拡大、新商品開発を実践している
段階3	デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態 (例) 売上・顧客情報や在庫情報などをシステムで管理しながら、業務フローの見直しを行っている
段階2	アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態 (例) 電子メールの利用や会計業務における電子処理など、業務でデジタルツールを利用している
段階1	紙や口頭による業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2022/chusho/b2_3_2.html

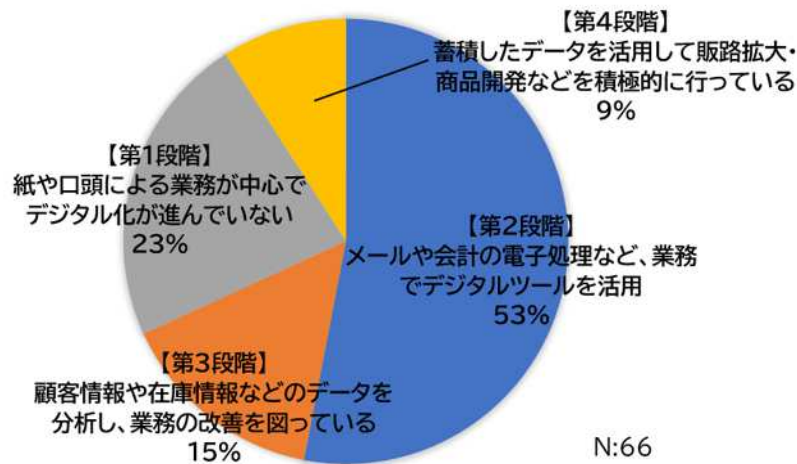
■質問項目

段階4: 蓄積したデータを活用して販路拡大・商品開発などを積極的に行っている
段階3: 顧客情報や在庫情報などのデータを分析し、業務の改善を図っている
段階2: メールや会計の電子処理など、業務でデジタルツールを活用
段階1: 紙や口頭による業務が中心でデジタル化が進んでいない

中小企業白書をベースに、どの段階にいるのかについてアンケートを行いました

DXの取り組み状況 (1月28日時点)

申込者のうち、第2段階が半数。第1段階が約2割となっており、第1段階と第2段階が7割を超える。



第1、第2段階が約7割の状況でした

申込者からの質問・コメント

データ活用に向け課題があれば記載してください。

(例:適切なツールが分からず使いこなせない、自社内のどこにデータがあるのかわからない など)

サービス業

生成AIとデータ分析

データが様々なツールに分散しており、一本化していない。

医療・福祉

チームビルディングに並走したデータベース開発のスタッフ、パートナーの必要性

建設・不動産業

データの分析・活用方法を学びたい。

データの有効活用

どの分野でDX化が有効になるのか、優先順位はどうすればいいかわからない。

DXについて知識を身に付けたいと思っている。

申込者からの質問について、パネリストの方にお聞きします。

Q. チームビルディングに並走したデータベースの開発のスタッフ、パートナーの必要性とは(=パートナーをどうやって探すべきか)

【鶴岡社長】

中小機構に相談してみると、地域に応じたパートナーをご紹介いただけると思います。地域の金融機関に相談しても、ビジネスマッチングのご支援もしているので、いいパートナーを紹介いただけると思います。

Q. どの分野でDX化が有効になるのか、優先順位はどうすればよいのか。

【柳瀬社長】

一番身近な問題から始めてよいと思います。たとえば、マラソンをするのですが、スマートウォッチで、月間で走った距離などデータを取っています。4時間を切るためにどのような方法をとるのか、といったことが重要かと思います。最後は忍耐ですが。

【吉岩社長】

100点を目指さないことです。また、プロジェクトを立ち上げて、一緒に勉強することを行っています。

【鶴岡社長】

ビジョンのためにどういう仕組みがいるのかといった考え方が重要です。これを考えると、やるべきことは見えてくると思います。

Q. 紙の顧客カードや営業資料など、過去の資料はどう扱っていけばよいのか。

【柳瀬社長】

難しいですね。当社でも大量の紙のデータを倉庫に保管しています。ただ、費用対効果は見なくてはいけない。紙の資料が将来につながるものがあれば、デジタル化するでしょうが、費用だけかかるのであれば、破棄してもよいと思います。

最初から、Google フォームでデータを取るなどが重要ですね。

会場からの質問

Q. ボトムアップ型の改善プロジェクトなどの事例があれば教えてください。

【柳瀬社長】

当社では、ダッシュボードは社員が作成しており、日々、データの分析を行っています。分析は、仮説・検証が大事です。たとえば、ポテトチップを買っている人の客単価は、上がるのか下がるのかというテーマで分析をしています。

ポテトチップを安売りで100円ぐらいで販売している場合。平均は客単価2000円以上なのですが、ポテトチップスひとつだけ買って帰る人の客単価は100円となります。そうすると、客単価は下がると思いますが、実際は、平均の客単価が1.5倍になったりする。安売りしたら客単価は下がりそうですが、実際は違うということがあります。

【吉岩社長】

アルバイトの声から拾う改善で言うと、食材の発注ですね。間違いたくないから怖い、発注したくないという声があったとしたら、あとから修正がきく仕組みをつくる。ですので、どちらかという、ボトムアップによるシステムの提案よりは、困っていることを拾い上げて改善していく、というボトムアップをやっています。

【鶴岡社長】

DXは変革なので、トップの関与は必須だと思っています。トップが方向性を示して、メンバーを動かすというのが必要だと思います。

Q. DXをやっていく中で、お客様などの個人情報の取扱いについて、セキュリティの在り方について教えてください。

【鶴岡社長】

セキュリティの厳しさの中でも、どういう風に共有していくのか、というのは重要だと思います。

【吉岩社長】

社員の-googleアカウントは、こちらがアカウントを外してしまうと、社内データは見られない状況になります。また、Chatworkは、基本的には、当社をやめたらログインができない環境となりますし、業務のやり取りでLINEは禁止しています。

【柳瀬社長】

当社では、個人が特定できるものは、分析用とは別のデータベースをつくって、何人かしか入れません。その個人情報と売り上げで分析を行う場合は、元データを加工して、分析しています。個人情報には、かなり気を使っています。



まとめ

最後にお三方から、一言ずつ、「データ活用は何から始めればよいのか？」に対するアンサーをいただきました。

【柳瀬社長】

目的が重要で、データ分析は手段です。とはいえ、どういう手段があるのかわからないと、目的も難しい。まずは、**簡単に使えるデータ分析ツールの本を買ってきて、手を動かしてみる。自分でやってみることです。**

【吉岩社長】

探す時間を減らすこと。そこからデータ分析が出てくると思います。

【鶴岡社長】

人と向き合うことが大事。社員とどうしたいのか、一度、言語化してみてください。