

【第6回スマート SME(中小企業)研究会】

現場支援実績からの認識と推進加速の要諦
《ディスカッションペーパー》

2019年11月 1日

株式会社リブ・コンサルティング

代表取締役 関 巖



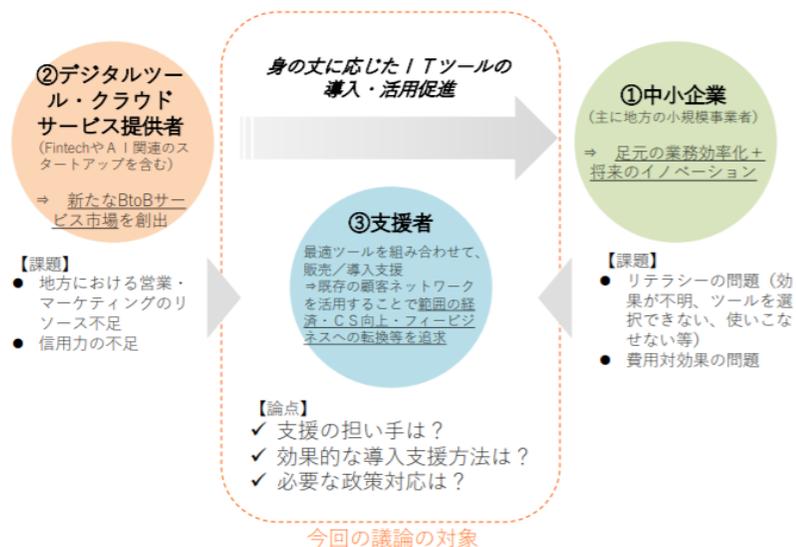
Andrés Iniesta
8

プロフットボール選手
アンドレス イニエスタ

- 中小企業のデジタル化推進は、下記の2項目を共通認識とすることが重要との認識
 - ①取組ステージにおいて差異があり、それを前提とした仕組みが有効であること
 - ②サービス提供者は、中小企業に十分にリーチできていない壁が存在し、それを低減させる仕組みが有効であること

《研究会での論点》

目指すべき社会像と本研究会での論点



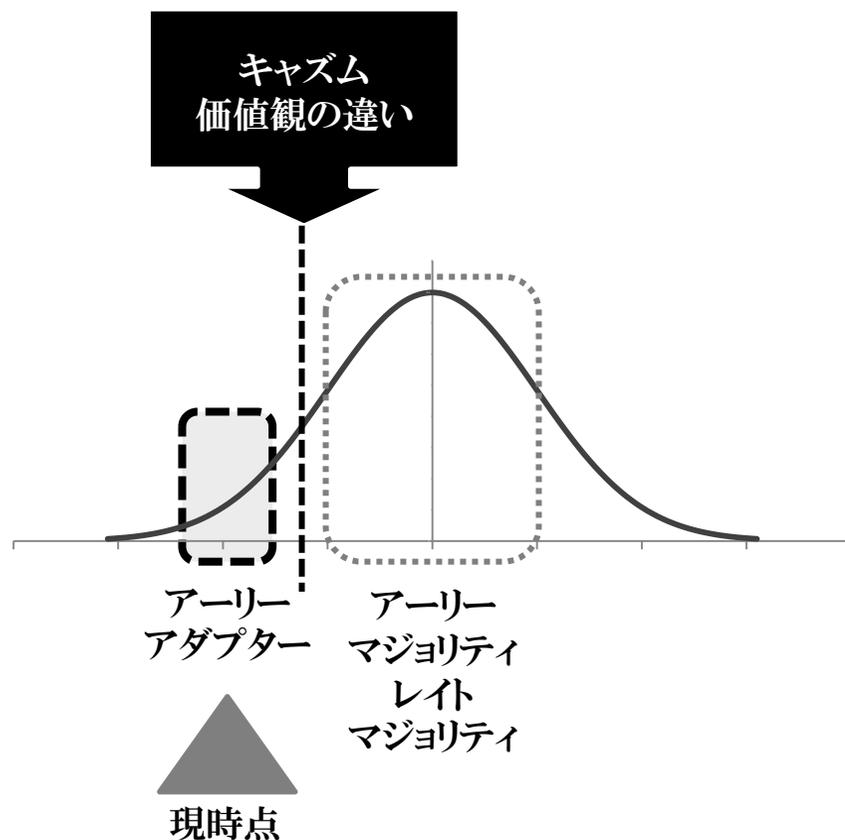
《現場支援から観た検討項目》

- 1 中小企業における仲間での連鎖を活用した推進の仕組み
 - 中小企業のステージをベースとした推進の仕組みが有効
- 2 中小企業とサービス提供者との関係性強化による推進の仕組み
 - ベンチャーのクラウドサービス提供者の中小企業開拓における壁を低減する仕組みが有効

出典) 前回配布、資料2: 討議用資料

- 現場支援実態からは、現状のステージは「アーリーアダプター」との認識
- アーリーマジョリティ以降は、成功企業に同調する傾向が強いため、アーリーアダプターでの成功例およびその利活用した推進の仕組みが重要

《地方の中小企業のデジタル化ステージ》



《現場支援実績からの成功の要諦》

- ① 地方の中小企業のステージは、アーリーアダプターであり、成功企業創出が重要
- ② アーリーマジョリティ以降の拡大は、成功企業に同調する傾向が強い
- ③ アーリーアダプターの成功企業を推進活動へ取り込む仕組みが有効

デジタル成功企業とは、「デジタル化実施企業」でなく、「デジタル化により経営が効率化を実現した企業」であり、この違いは大きい。

- 中小企業向けアプローチは、BtoCマーケティングアプローチに類似
- 販売フェーズは、アーリーアダプターでの成功例が重要、アプローチはソリューションベースに変化
- 活用フェーズでは『社内デジタル推進者の見極め』が重要
- 支援は、販売フェーズにおけるアーリーアダプターのPR活動への参画、活用フェーズ初期の外部からの支援に係る資金サポート

《成功のポイント》

フェーズ1 販売(普及)

- BtoCマーケティングアプローチに類似
- アーリーアダプターでの『成功例』が重要
- アプローチが徐々にソリューションベース
- アーリーアダプターの成功企業による口コミを利活用することが有効
- コミュニティ・マーケティング、コミュニティ勉強会へ拡大(例: 駆け込み先ベンチマーク企業)

〈Step1〉
成功企業の創出

〈Step2〉
セグメント内への波及

□ ターゲット	アーリーアダプター	アーリーマジョリティー以降
□ アプローチ	課題解決型	<u>ソリューションベース</u>
□ 実施ステップ	診断、課題解決	<u>成功企業の事例適応</u>

フェーズ2 活用

- 初期はインプリ等外部(補助金)を利活用するも、初期以降は社内のデジタル推進者が必要
- 社内のデジタル推進者の見極めが重要
※外部からの永続的なフォローが見込めないため

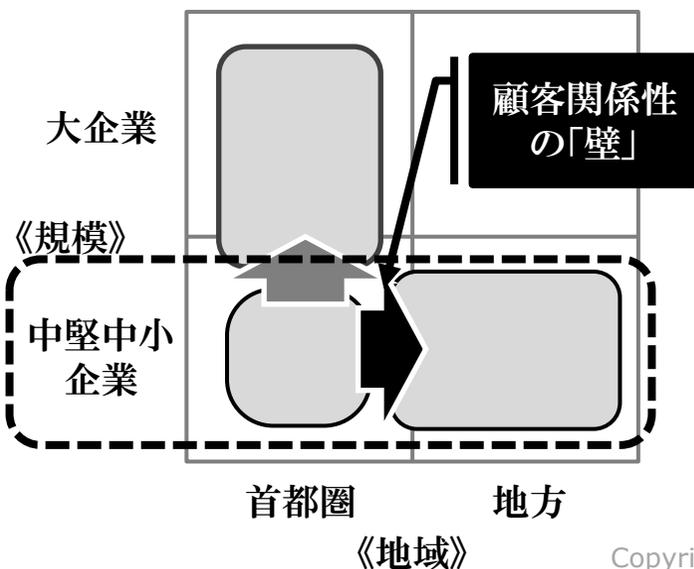
《支援の方向性》

1. 「販売」フェーズにおいて、アーリーアダプター(表彰企業)が推進活動への参画を促進させるインセンティブ制度
 <案>
 A) アーリーアダプターのPR活動を後押しする補助金制度
2. 「活用」フェーズの初期における外部の支援に係る資金サポート
 <案>
 A) 初期のインプリ等に係るコーディネート補助金制度

- 多くのBtoB ITベンチャーは、成長過程で新市場での成長での事業拡大を実施するも、顧客との関係性から壁にぶつかり、成長スピードが鈍化
- 真因は、地方の中小企業における知名度および信用度が低い、関係構築のネットワークがない、等
- 支援は、知名度、信用度のお墨付きの仕組み、関係構築ネットワークの基盤

《成長の方向性》

- 成長の選択肢として未知の市場で事業拡大
 - A) 大企業
 - B) 地方の中堅中小企業
- 地方の中堅中小企業との接点がなく、成長スピードが鈍化



《成長実態と課題》

- 【KSF】
- 地方の中堅企業へのリーチ
- 【実態】
- 地方の中小企業の開拓が進まない
- 【真因】
- 地方の中小企業において、知名度がない、信用がない
 - 地方の中小企業とのネットワークがない
 - 地方の中小企業へのアプローチ方法がわからない

《支援の方向性》

1. 地方開拓、中小企業開拓を容易にすべく、「政府ブランド」の付与（「信用」）
 - 〈案〉
 - A) 全国推進委員（仮称）を設置し、「お墨付き」の付与
 - B) 全国推進委員（仮称）による提携先、事例等の情報提供および構築支援
2. 具体的な地方開拓を実現させるべく、地銀等とのネットワーク構築サポート

中小企業に係るDX利活用による 次代への成長加速にむけて



LiB CONSULTING