



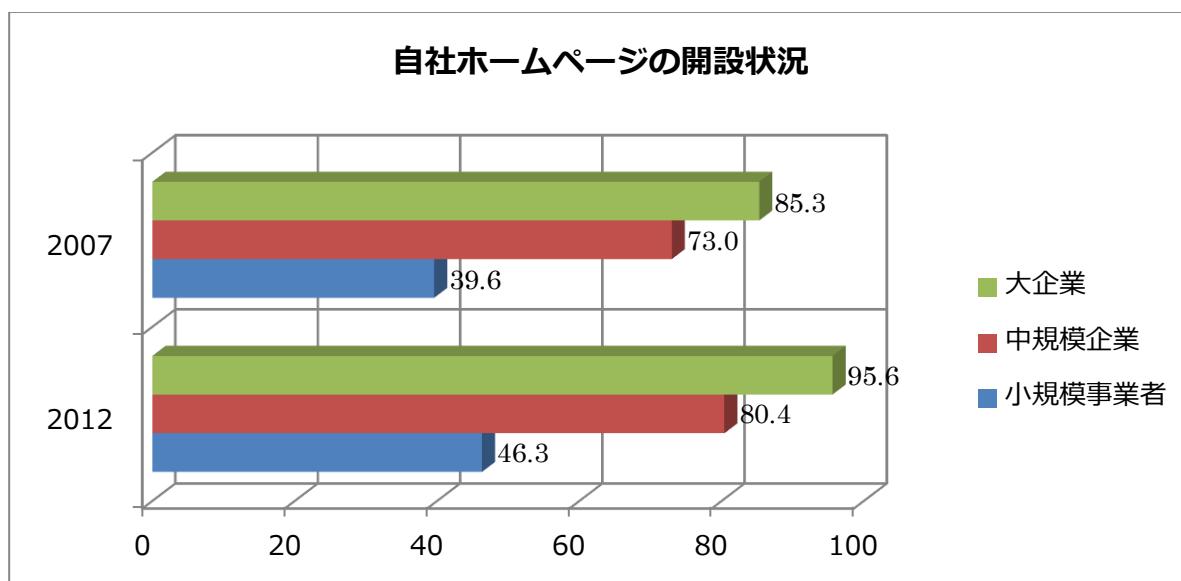
中小企業とIT～情報で勝負する～ (IRSME13004)

平成 25 年 5 月 20 日 三反田 章

■ IT 導入状況の変化

スマートフォンやタブレット端末、クラウドコンピューティング等の技術が浸透しているなかで中小企業においても IT を活用し、取引先の拡大や業務のコスト削減を行っている企業が増えている。4 月 26 日に発表された中小企業白書 2013 年版でも「情報技術の活用」を独立した章として取り上げており注目度の高さがうかがえる。

図表 1 のように 2007 年と 2012 年で IT の導入状況を比較すると、どの規模の会社においても導入の割合は増加している。そのなかで注目すべきなのは自社ホームページ（以下、HP）の開設状況である。大企業、中規模企業においては 2012 年時点でそれぞれ 95.6%、80.4% と非常に高い割合である一方で、小規模事業者においては 46.3% と半数に達していない。



【図表 1】規模別・利用形態別の IT 導入状況（2007 年、2012 年） 中小企業白書 2013 年度より作成

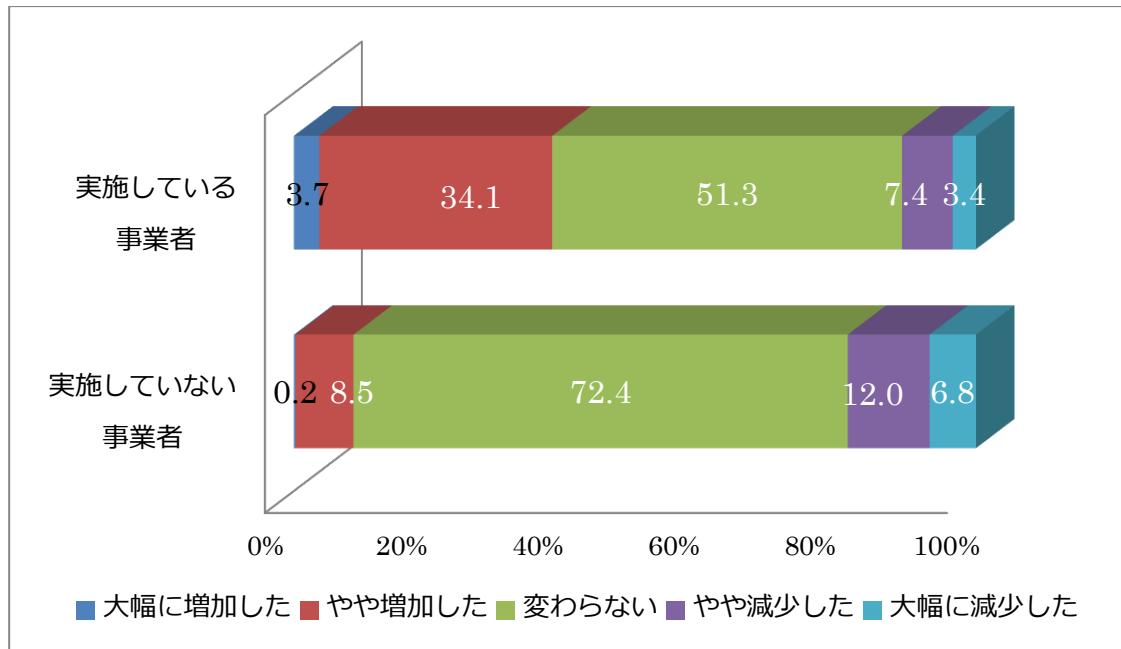
■ 小規模事業者における IT の活用

企業活動を行う上で IT の活用は必須条件になりつつあると感じる。個人でも買い物をする際には、インターネットで商品を検索し比較検討して購買意思決定することが増えた。法人取引においても事前に取引相手の HP を確認し、どのような会社であり、どのような技術を持っているのか情報を得てから本格的な商談に入るという企業は少なくないだろう。企業は自社 HP の開設は名刺代わりとなり、HP の有効活用が取引先拡大につながったという事例も多い。

平成 25 年 5 月 20 日

(IRSME13004) 中小企業と IT ~情報で勝負する~

図表 2 のように、HP を開設している事業者は、開設していない事業者よりも取引先数を増加させた事業者が多いという調査結果も出ている。



【図表 2】小規模事業者の自社 HP の開設有無と販売先数の変化 中小企業白書 2013 年度より作成

■ コストをかけずに IT を活用する

なぜ、小規模企業では HP の開設が進まないのか。

理由を聞くと「導入の効果が分からぬ」「コスト負担できない」という答えが返ってくる。確かに手の込んだ HP を作るとコストがかかる。効果が出るかわからないのであればコストをかけたくないという判断は合理的であろう。しかし反対に、これほど多くの企業が HP を開設するのはなぜだろうか。

HP 開設の主目的は「情報発信」である。多くの企業は HP に会社概要、自社技術、取引先、製品紹介などを掲載している。HP を見に来てくれた人に対して「自社はこんな技術を持っており、こんな製品がありますよ」ということをアピールしているのである。これにより取引先の増加につなげようというものであり、HP がないことによる機会損失を防ごうというものである。

HP は手間がかかると言われているが、現在は HP 以外にも情報発信の手段はある。特にフェイスブックやブログは中小企業経営者が積極的に活用すべきであると考えている。

フェイスブック、ブログのメリットは次の 3 点である。

平成 25 年 5 月 20 日

(IRSME13004) 中小企業と IT～情報で勝負する～

1. 無料でできる

フェイスブックもブログも始めるのも、記事を投稿するのもすべて無料である。費用をかけずに始めることができるのは大きな利点であるといえる。

2. 投稿が簡単

よく HP を開設した後は更新に手間がかかるという声を聞く。確かに操作になれていないければ HP を更新するのは大変である。しかしフェイスブックやブログはパソコンを使わなくともスマートフォンからでも簡単に投稿できる。ちょっとした空き時間で更新することができるのは忙しい経営者にとっては活用しやすい。

3. どのくらいの人が見たかすぐにわかる

フェイスブックであれば何人の人が「いいね！」を押したか、ブログであれば何人の人が見に来たのかすぐにわかる。HP のようにソフトを使って分析しなくとも状況を把握できるため、反響によって投稿内容を変更することもできる。

■ 中小企業は「情報発信」のスピードで勝つ

筆者はこのように、フェイスブックやブログを活用した情報発信については大企業より中小企業に優位性があると考えている。情報は鮮度が命。まったく同じ内容の情報を発信したとしても今日発信するか、明日発信するかでその情報の有用性は全く異なる。大企業が情報を発信するときには様々なフローを経て発信しなければならない。その情報の内容が正しいのか、コンプライアンス上問題がないか十分チェックを受けたうえで発信される。一方で中小企業の社長であれば、仕入れた情報の写真を撮りコメントを書いて 30 秒後にはフェイスブックやブログ上にアップすることができる。

無料で始めることができ、投稿が簡単であり、効果を測定しやすいフェイスブックやブログを活用し、情報の鮮度で大企業と差別化を図るということは中小企業経営者において十分活用できるツールではないだろうか。IT、インターネットと聞いただけで否定的になる経営者も多いが、ただ否定するだけでなく、どのようなものであれば自社で活用できそうか、という視点でこれらのツールを見ていただきたい。(了)