

(S20007)

「ITCビジネス実践体験と実証活動」調査研究 報告書

2021年3月

ITCイースト東京 分科会4

はじめに

ITCイースト東京は、平成15年(2003年)から活動を開始した勉強会組織で、会員は大手IT企業に所属している方が大半を占めています。

このような背景を踏まえ、分科会4では、ITCイースト東京会員の、それまでの経験とは違う、ITCとして将来の支援を目指す中小企業の困りごとや抱える課題を肌身で感じることで、自らの研鑽の方向性や動機付けを確実なものとする、を狙いとして活動を行っています。

具体的には、分科会4では、中小企業向けコンサルティング活動や中小企業への課題解決の具体策の提案を実際に進めている独立系ITCの協力を得て、分科会4メンバーが将来ITCとして中小企業の支援を通して社会に貢献できるようになるための「実践的な研鑽活動」に取り組んでいます。

【分科会4メンバーの活動参画の想いと期待】

⇒ 解消したい不安について:

- ・何をウリにしたらいいかかわからない
- ・退職後のイメージが描けていない
- ・ITCとして食べていけるのか

⇒ 実践力の向上について:

- ・ITCとして「きも」となるスキルを得たい
- ・経営者が考えていることを「はだ」感覚で知りたい
- ・ITCとして仕事をするにはどのようなスキルが必要か?
- ・ITCとして独立するのに必要なものを実感する

2020年度は、企業内ITCに向けに、ITCビジネスの実践に向けた準備、知識・経験習得と、ITCビジネスを実践するコンサルティング実務の実践体験など、広い範囲の活動を行なった結果をご報告致します。

本活動をテーマ研究・調査活動として承認していただきました、特定非営利活動法人ITコーディネータ協会に感謝いたします。

2021年 3 月 20日

ITCイースト東京 分科会4 事務局

目 次

はじめに

第 1 章 2020年度の取組み.....	- 3 -
1.1 活動テーマと設定の背景	
1.2 中小企業の課題解決に向けて具体的に使える手持ち道具を増やす活動	
1.2 事例の研究、情報の共有、そして知識・スキルを習得する活動	
1.4 中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動	
第 2 章 中小企業の課題解決に向けて具体的に使える手持ち道具を増やす活動について.....	- 7 -
2.1 自動化ツール(RPA)	
2.2 遠隔をつなぐ(Web会議ツール)	
第 3 章 中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動について.....	- 15 -
3.1 居酒屋コンサル実践体験	
第 4 章 分科会4活動内容・取組みテーマ内容の発信について.....	- 18 -
4.1 情報発信の実施状況	
第 5 章 結果と考察.....	- 19 -
付録 参考文献・リンク情報	

第1章 2020年度の取組み

1.1 活動テーマと設定の背景

ITCイースト東京 分科会4では、メンバーである企業内ITCでは、将来の独立系ITCを目指すにあたり、自身の具体的な領域、得意分野が見極められず、企業支援の実践に不安があること、をメンバー共通の課題と認識しています。

また、2019年度「中小企業が抱えるリアルな課題を肌身で感じる活動」にてメンバーが実践した、中小企業の方の抱える困りごとや課題を直接伺い、解決方法例を助言する、という体験を通して、「自分自身の課題」、つまり、企業支援するにあたって、手持ち知識や手持ち道具の不足ということをあらためて認識させられました。

そこで、今年度は、メンバー自身が手持ち道具、得意領域を増やし、スキルを向上させ不安を解消するための具体的な活動を行うことにしました。

中小企業の課題解決支援に向けて、「課題」に対する「解決策」を、自分自身が自信をもって提案できる道具として、まずは自分自身が使いこなせるようになることを目的に、以下のテーマについて、活動を行いました。

さらに、ITCの活動として中心となる、中小企業の課題の原因を分析し解決策を提案するコンサルティングは、机上や他の方の体験談からでは学びにくい部分もあり、本活動では自ら実践体験することで、それまでの経験とは違う、ITCとして将来、中小企業の支援を目指す、自らの研鑽の方向性や動機付けを確実なものとすることを狙いとして、以下の活動を行いました。

取組テーマ：

1. 中小企業の課題解決に向けて具体的に使い示せる手持ち道具を増やす活動

①自動化／RPA

中小企業の労働時間短縮化と業務効率化の解決策

②Web会議ツール：

遠隔でのビジネスを実現する解決策モデル

2. 中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動

・緊急事態宣言などで打撃を受けている業態での集客コンサル業務の「一部実践体験」

1.2 中小企業の課題解決に向けて具体的に使い示せる手持ち道具を増やす活動：活動の柱2

先行ITCは、ITCビジネスの機会を創出し、1の体験の場づくりを行うにあたって、

A. 中小企業向けセミナー企画準備、提案、実施準備、実施

B. 中小企業向けコンサルティング実践準備、実践

が、必要になるが、これらについて、分科会4メンバーが上記A、Bに関連する資料、ツールを提供、または準備する活動を「活動の柱2.」とします。

・分科会4の「活動の柱2.」の活動としては、先行ITCをサポートし、上記A、Bに関連する資料、ツールを提供します。

・また、それらの資料、ツールは、「活動の柱2.」の中の後行ITC自らも、将来、ITCビジネスの機会創出や、ITCビジネスを実践する場合に使用することも想定し作成します。

1.3 中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動：活動の柱3

分科会4メンバーの中の、まだITCビジネスを実践していない後行ITC(企業内ITC等)は、中小企業へのコンサルティング体験の場への参画のために、体験の場の内容に合わせて、準備すべきことを洗い出し準備作業を行ないます。そのITCビジネスの体験の場に参画し「自らの経験を積む」という活動を「活動の柱3.」とします。

・この部分の実現が、まさしく、分科会4のミッションの実現になり、分科会4が、よりITCビジネスの実践的な活動に近い活動となり、活動の特徴となります。

・メンバーが先行ITCの体験の場づくりをサポートすることも「活動の柱3.」の活動です。

1.4 事例の研究、情報の共有、そして知識・スキルを習得する活動:活動の柱1

上記1.2の「活動の柱2.」の活動を確実ものにするために、以下を「活動の柱1.」として活動する。

- ・ITCビジネス実践事例の研究
- ・関連情報の共有(メンバー間での情報の共有)
- ・メンバーそれぞれの活動における、知識、スキルの向上

知識、スキル向上の対象テーマとしては、

- ・社会的なニーズから・中小企業支援機関等からのニーズから
 - ・先行ITCがターゲットとしたい中小企業の困りごとから
 - ・中小企業の困りごとへの効果的な近々のソリューションから
 - ・「活動の柱2.」からの要望から
- など、これらから、適宜、選定する。

「活動の柱1.」の活動では、

- ・対象テーマに関する講師招へいによる座学
 - ・対象テーマを、メンバーで分担し、調査、資料収集、資料まとめ、共有保管、報告等
 - ・対象テーマの深堀(ソリューションの実体験等)
- など行い、「活動の柱2.」へのインプットとする。

分科会4での活動方針(4つの柱)について

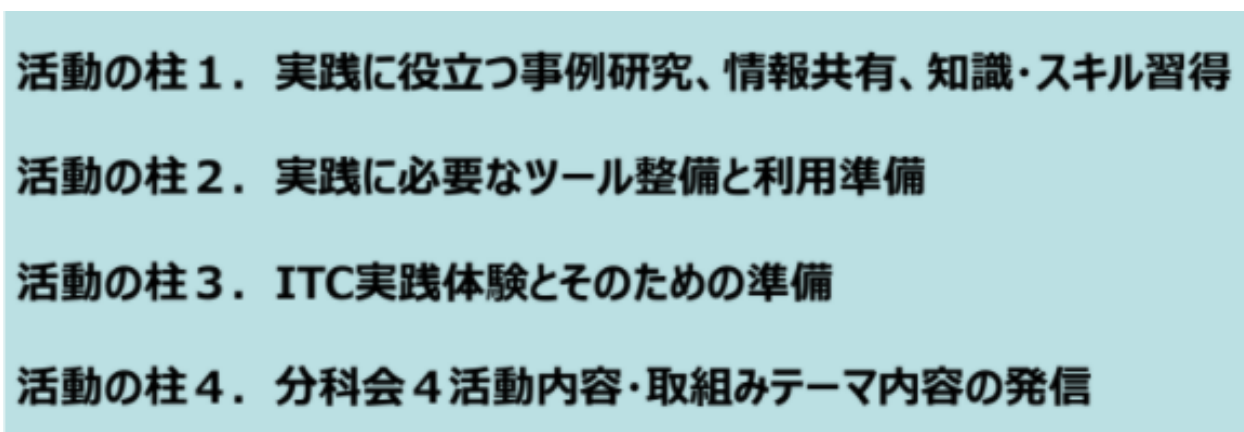


図. 活動の4つの柱

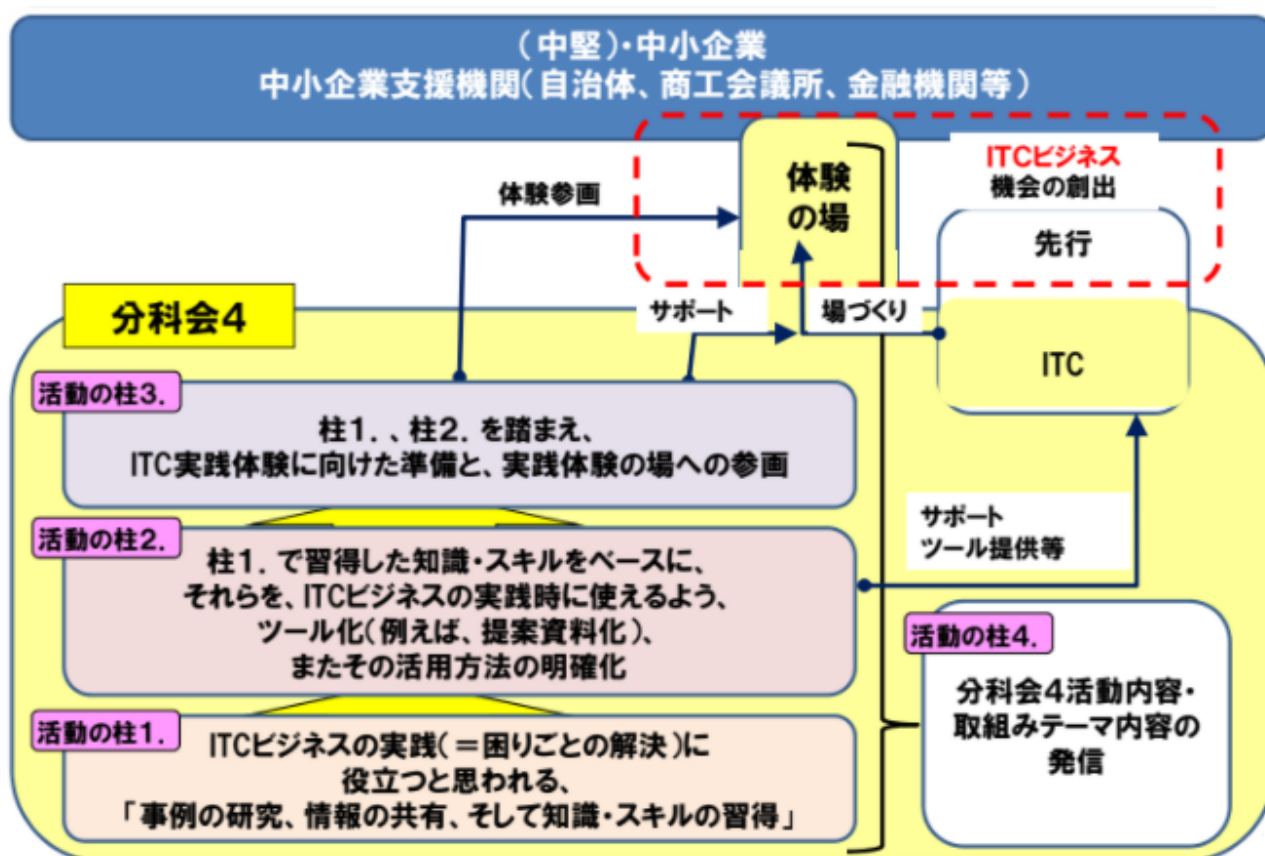


図. 4つの活動の柱の関係

第2章 中小企業の課題解決に向けて具体的に使える手持ち道具を増やす活動について

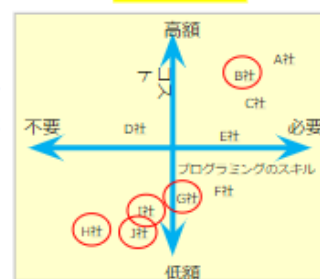
2.1 自動化ツール(RPA)

RPA導入目的は「コストカットだけでなく、働く人々の幸せ、柔軟で幸福度の高い職場作りである」という事業コンセプトに賛同し、ITコーディネータとしての事業として成り立たないものか、という観点で活動を開始しました。

2.1.1 自動化ツールとしてのRPA実習と活用ノウハウの修得

■ 活動内容：

- **2020年4月から、知識習得のみならずRPAを実際に使う・動かすことに注力し、複数メンバーで実践を開始**
 - 各RPAの資料を入手、手分してセミナーに参加し情報収集し**メンバー全員**で共有
 - 実際に自動化のシナリオを作成し、自ら体現してみてもノウハウを蓄積：**4名で実践**
 - **5種類**のRPAに挑戦
 - シナリオ作成数は延べ**20種類**
 - ✓ コロナ感染者推移集計、複数銘柄株価収集、研修アンケート集計
 - ✓ ファイルのアップロード・ダウンロード、交通費精算チェック等
- **RPAベンダーと密に連携し、さらにノウハウを収集**
 - RPAベンダー社長様を招いて分科会4定例会にて勉強会を開催
 - その後もZoomを使って定期的に意見交換を実施：**20回**
- **さらに、中小企業の中でRPAをどう使うか、何に使うことが効果的か、の見極めポイントなども習得**
 - **独自の比較表**を作成、**用途に応じたRPA**を推奨できるようにする
 - 複雑な判断ロジックが入る業務ではなく、**ルールに基づいた繰り返し作業**に向いている
- **課題対策でRPAの活用を中小企業・法人にすすめているITCへも協力**
 - 提案書作成に協力、提案の場にも参画



■ 活動の効果：



2.1.2 シナリオ作成ポイントについて

シナリオ作成におけるポイントも共有し、プロジェクトとしてのスキルアップを図ります。

- ポイント1. はじめはフローの少ない工程シナリオから取組み、ポイントやツールの癖を掴む
- ポイント2. 処理が失敗しないよう、アプリやWEBサイトのポジションや待機時間を意識する
- ポイント3. 関係者でレビューし合い、効率のよいプログラムとする

(1) 少ない行程から取り組む

- ・RPAの導入効果は、特定の業務から取組み効果を測定。
- ・シナリオ作りに慣れていくのがポイント。

(2) 処理が失敗しない様に待機時間を作ること

(処理が失敗する主なケース)

- ・RPAはシナリオ通り動作するが、待機する時間を考えないでどんどん次の処理を実行しまい、特にCPUやメモリなどに負荷が掛かりフリーズ。
- ・WEBサイトやExcelなど関連アプリケーション操作する場合の表示位置や画面を最小化する、しないなどの処理手順と処理時間を考慮。

- ・待機時間は「画像が画面から消えてから実行」など実際の処理を反映することも有効。

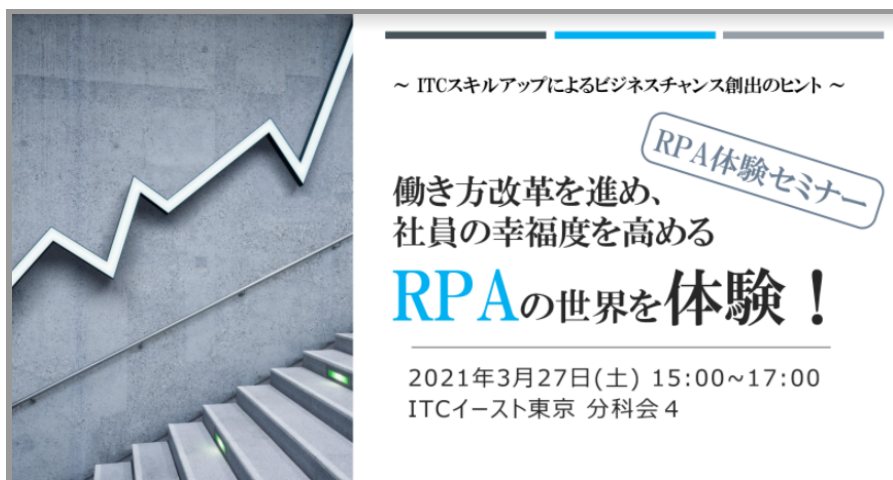
(3)関係者でレビューすること

- ・自分の作ったシナリオの非効率部分の最適化に気付くことができる。
- ・思いもしなかったアイデアより、効率の良いシナリオになる能性がある。

2.1.3 導入効果を示すためのWEBセミナーを実施

RPAが業務効率化や作業時間短縮に有効であることを体感してもらうことを目的としたWEBセミナーを企画・開催しました。(本報告書提出時点では予定)

参考:WEBセミナー開催概要



～ ITCスキルアップによるビジネスチャンス創出のヒント ～

RPA体験セミナー

働き方改革を進め、
社員の幸福度を高める

RPAの世界を体験！

2021年3月27日(土) 15:00～17:00
ITCイースト東京 分科会 4

目次

第一部:～これから始めるRPAの世界～ 知識編 15:00～15:30

1. RPAって何？
2. どんな業務にRPAは向いている？
3. 中小企業におけるRPAの普及状況は？
4. ではRPAは何を選べばいい？
5. 社員の幸福度を高めるRPA
6. Web-EDIへの活用(中小企業共通EDIへの普及に向けて)

第二部:～RPAを動かし、業務の自動化・効率化を体感しよう！～ 実践編 15:30～17:00

1. ミラロボのご紹介
2. シナリオ作成方法のご紹介
3. さあ、シナリオを作ってみよう
 - ① 交通費の検索
 - ・ Excel帳票の作成
 - ・ Excelファイルから発着駅名を抽出、ブラウザで運賃を検索、結果をExcelに転記
 - ② Webからcsvデータをダウンロード
4. Q&A

2.2 遠隔をつなぐ(Web会議ツール)

企業が事業を進める上で、Web会議ツールの導入と活用は、社会的要請も加わり、企業活動において必須条件になっており、会議という特定業務だけでなく、テレワークという観点でのワークスタイル変化が求められていました。

分科会4では、2019年度より、Web会議ツールの導入と活用について取組みを進めていますが、中小企業ではWeb会議ツール導入が進まず、普及には時間を要すると状況判断しています。

2.2.1 中小企業におけるWeb会議ツール・テレワークを評価するための情報調査

▷ツールを評価するためのポイント:

- ・紙を使った業務の見直しをどの様に進めるか。テレワークに向いている、向いていない業務という視点での調査。
- ・対象の中小企業ではどのレベルまで進んでいるかについて、ヒアリング項目、および判断項目に関する調査。
- ・テレワークの基盤である通信環境整備に関する施策からの調査。

2.2.2 Web会議システムの選定と提案について

Web会議システム選定に当たっては、下記事項を考慮して選定・提供する。

- ・導入先企業の既存コミュニケーションツールとの相性と必要な投資価格
- ・利用業務シーンと活用頻度による 使用情報機器と通信インフラ状況
- ・セキュリティポリシー整合、BYOD可否などルールと運用管理レベル
- ・経営者および従業員のITリテラシー などの要素から総合判断が有効

2.2.3 調査結果(抜粋)

(1)テレワークに必要なこと

通信インフラ、情報通信機器、電話、遠隔会議システムが必要。

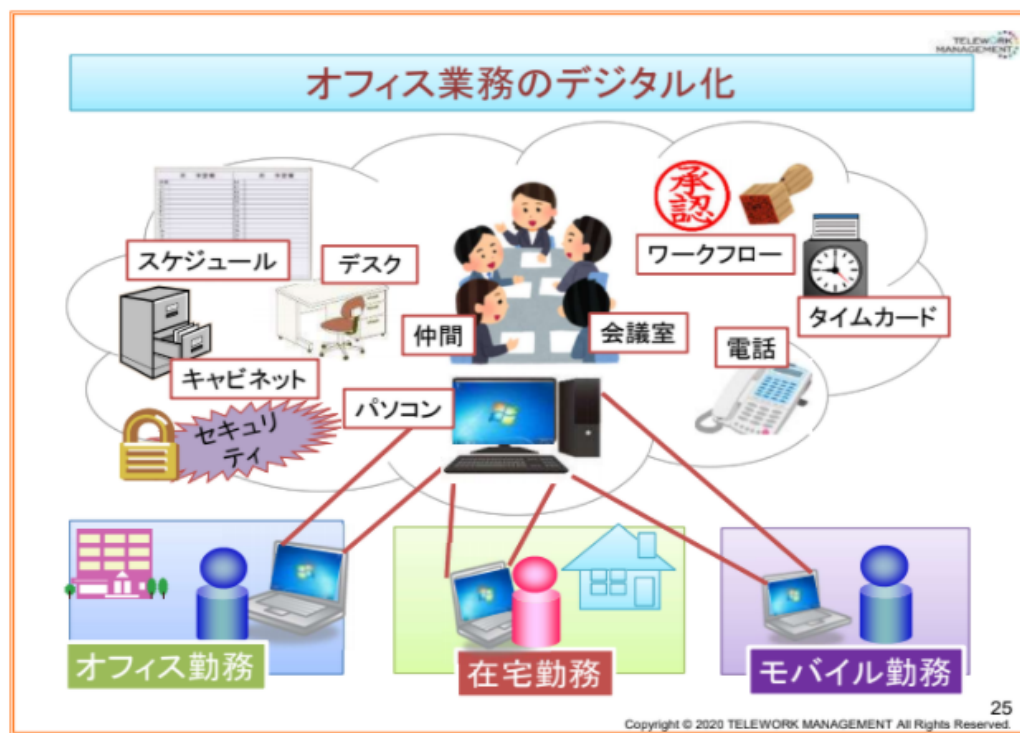
日本テレワーク協会HPより

通信インフラ	在宅勤務では、個人契約の通信インフラを活用するケースが多く追加費用が発生しないため、費用負担はしない企業が多い
情報通信機器	テレワークを実施するために必要となるICT環境にはいくつかのパターンがある (1) 通常のP CとV P N(Virtual Private Network)システムを利用する (2) シンククライアントP C (ハードディスクがないため、データが残らない) とシンククライアントサーバを利用する (3) 通常のP Cに認証用U S Bキーを差して、仮想シンククライアント環境を構築するなど (1)～(3)のいずれも、情報通信ネットワークのセキュリティは一定程度、確保されているが、一般的に(1)、(3)がイニシャルコストが低額。 (3)は、在宅勤務やモバイルワークで、ハードディスクを搭載している一般のP Cであっても、認証用U S Bキー1本で、当該P Cにデータを残さないため、①と比較して、よりセキュリティが高い。
電 話	会社支給の携帯電話を利用、個人の携帯電話の請求先を会社と個人に分ける、ソフトフォンを使う、などの方法がある。 内線にかかってきた電話を携帯やPCのソフトフォンで受信することも可能。
遠隔会議システム	テレビ会議システム、Web会議システム、電話会議システムなどがある。Web会議システムは、クライアントPCにソフトを搭載する必要がないので、利便性が高い。

コロナ禍の状況で必要にせまられてなんとかテレワーク実施しているが、できない業界（美容院、保育園、製造業、外食業など）は休業している。コロナが落ち着いたときにどう世界になっているのか？

(2)テレワークのための業務デジタル化

ペーパーレス、コミュニケーション・情報共有・ワークフローなど業務のデジタル化が必要。



(3)Web会議システムについて

Web会議システム一覧 一般社団法人 日本テレワーク協会資料より抜粋

No	製品名	比較項目				
		1会議室あたりの最大接続数	表示可能な参加者映像数	価格(税別)	所要導入工程	特徴
1	V-CUBE ミーティング/ (株)バイキューブ	50	20	初期費用55,000円 月額110,000(10ID) 円～	5営業日	導入実績5,000社以上
2	WebEx Meeting Center/シスコシステムズ 合同会社	500	7	初期費用21,500円 月額35,100円/5ID～	標準納期約 1ヶ月	14日間の無料トライアル 可能
3	Meeting Plaza/NTT テクノクロス(株)	128	128	初期費用30,000円 月額10,000(5ID)円 ～	申込書受理 後3営業日以内	14年間で4,000社以上の 実績。14日間の無料ト ライアル可能
4	LiveOn/ジャパンメ ディアシステム(株)	20	20	初期費用156,000円 (2拠点) 月額6,000円 (2拠点)～	約3営業日 以内に納品が 可能	14日間の無料トライア ル可能
5	Zoom/Zoom Video Communications, Inc.	500	25	初期費用 50,000円 月額 47,000円/10ID ～(参加者は無料)	10営業日	日本総代理店:NECネッ ツエスアイ(株) 1ヶ月間の無料トライア ル可能
6	CaféX Meetings (コネ クト・ライブ) / CaféX Communications, Inc. (楽天コミュニケーションズ ㈱)	25	6	初期費用:無料 月額費用: 1,950円 / ユーザ	1週間～2週 間	インストールなし、ブラ ウザのみで利用可能 モバイル対応、録画機 能等
7	Skype for Business/日 本マイクロソフト(株)	250 ※無料版 Skypeでの ビデオ会議 は10名	5	月額220円/ユーザ 月額600円/ユーザ (3名以上の会議)	即日	Office 365 の一部とし ても提供 1ヶ月間の試用が可能
8	Google ハングアウト/グーグル 合同会社	10	10	コンシューマ版無料	即日	無料で利用が可能

※全ての製品でタブレット対応が可能。

(4)2020年度第1回ITCイースト東京セミナー において成果を発表

新しいコミュニケーション手段を、中小企業の課題解決に向けて具体的に使い示せる手持ち道具として増やした活動の効果について、下記セミナーで報告しました。

- ・日時:2020年11月16日(月) 12:30～16:30
- ・講演:「コロナ禍での社会的構造変化と我々ITCのビジネス機会～2045年の妄想とITCとしてすべき事～」
- ・講師:ITコーディネータ 米津 博之 氏 (ITCイースト東京)

■ 活動内容 :

- ・ 3月に入り、外出自粛でF2Fでの会議が難しくなる中、新しいコミュニケーション手段を活用できるように分科会4として模索し始めた
 - **Zoomセミナーの企画と実施**
 - 当初、集合セミナーを企画していたが、外出自粛により急遽オンラインセミナーへ切り替えて準備・実施
 - ホスト機能など基本的なZoom機能を習得
 - **分科会4の定例会をZoomにて実施**
 - Zoomのセキュリティ確認、安全運用のノウハウ・スキルと合わせて、Zoom会議特有の運営ノウハウも体得
 - **各種Web会議ツールを体験**
 - Zoom、Teams、Webex、HangoutMeet、Chatwork、etc.
 - 費用対効果・画質・音質・通信負荷・使い勝手を評価



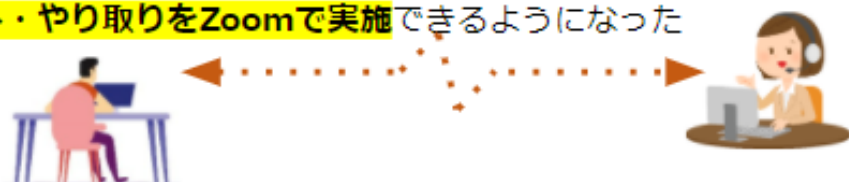
■ 活動の効果：

- セミナーのZoom運用は初めてだったが**Zoomの知識、運用テクニックとも向上し**、良い経験ができた



- 今回、またその後も含めてのzoomの利用で個人的な**Zoom活用のレベルが上がり**、支援企業への提供サービスが増えたことは個人的にも今回の活動に関わって良かった

- 支援企業様との**サポート・やり取りをZoomで実施**できるようになった



- 中小企業様向けの「はじめてのテレビ会議（Zoom）の体験」と題して、**Zoom体験セミナーを提案**できた



- 適切な参加人数、照明、マイク音量、発言方法、資料共有方法などWeb会議の運用を通じて**Web会議のノウハウを取得**できた



図. セミナー資料より抜粋

第3章 中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動について

3.1 居酒屋コンサル実践体験

3.1.1 コンサルティング実践体験の目的とスコープ

先行ITCにてコンサルティングを受託している居酒屋様について、集客のためのコンサルティング業務の一部を実践体験する。

▷目的とスコープ

- ①対象の居酒屋様における現状HP、SNSを見て、SEO対策、SMO対策について提案。
経営や財務改善ではなく、HPへのアクセス数を増やすことのみの範囲とする。
- ②具体的には、課題の抽出・整理、取り組み順序・優先の検討・提案、解決案の検討・提案、結果の評価・分析、新たな課題の抽出・整理等を行なう。
- ③先行ITCにてコンサルティング先と調整し、改善への取り組みを実施。
- ④取り組み結果の収集可能な対策結果(情報)について、先行ITCよりフィードバックを受ける。
対策前と対策後の結果を評価するには最低一か月を要する見込み。
- ⑤時間的制約の範囲内で上記を繰り返す。

3.1.2 取組みの方向性

実際のコンサルテーション先を想定した、下記テーマについての提案施策を参加メンバーで持ち寄り、選定した提案内容を実際に実施してみることで、実践体験としての機会を共有する。

- (1)Webマーケティング
- (2)SEO対策、MEO対策
- (3)Googleアナリティクスより傾向分析
- (4)SNS活用プロモーション

3.1.3 取組み時点でのお客様状況と課題

- ・オーナー夫妻の顔写真、店名由来、Facebookリンクも当初なく感染防止徹底宣言も含めて追加した。さらに、料理メニューの整理やつぶしたくないお店のYoutubeリンク、ドリンクメニューも追加している。
「侍」と「撫子」はオーナーと奥様ではなく男性、女性のお客様を例えている。オーナーは歴史好きである。
- ・お弁当サイトも別にある。メインサイトはWIXだが、ドメインが別(ameba)になっていて、こちらも手直しをしている。集客手段の組み込みが必要。
- ・Instagram、Twitter、ブログもあるが、ブログはあまり更新されていない。
- ・9月から通販サイト(stores)を開始、お弁当の売上をすでに超えた。ある程度の売上りカバリーにはなっている。今後の集客をどうするかが課題。
- ・HP以外に食べログもアクセスが取れるのではないかとGoogleアナリティクスである程度は分かるが、オーナーとしてはあまり期待はしていない。検索で引っかかる流れ、HPそのものの強化、改善、SNSでHPに呼び込むことを考えている。
- ・本居酒屋のオーナーも、自店の商売のこと、集客のこと、いろいろ考え実践しており、そこはプロですから、その業界や業種、事業・商売の経験のないITCよりは、ずっと経験もありアイデアもあります。共通して弱い部分は、ITの利活用です。

3.1.4 参加メンバーからの提案

- ・Googleで様々なキーワードで検索してみた。キーワードによって検索結果が異なる。
所在地／居酒屋／タルタルなどだとトップ画面に出てくる。上位にGoogleマップとの更なる連携ができるのではないかと。キーワードを埋め込む、間接検索、ホームページに誘導するためにも必要になるようだ。
- ・GoogleでのMEO対策。
- ・目標値を設定し改善効果の分析を進める。
- ・アクセス状況の把握やHP改廃での変化を見ている。どこからアクセスしたかGoogleアナリティクスで分析。
- ・ツイッターからの流入がないので検証してみてもどうか？
⇒ Google.com Google.co.jp は検索から流入している、GoogleMAPからの流入も確認する。
- ・検索の部分強化する。写真を増やす、コメントを増やす、検索結果を上位に表示するなど効果がある。
- ・新着情報なども積極的に拡散する。新着はfacebookなどのSNSで発信する。

3.1.5 改善効果と目標設定状況について報告

- ・評価期間は 2020年11月～2021年1月
- ・12月までのセッション数もユニーク訪問数の目標値に対する改善効果について分析結果を報告。
 - ・メインホームページアクセス: 前月から減少、一昨年は微増していた:減少分析まで出来ていない
 - ・ユニーク訪問数: 前月から落ち込んでいる:こちらも理由が不明
 - ・お弁当サイト: ほぼ平気並み 特に改善できていない
 - ・お客様より、コロナの緊急事態宣言より夜の営業は難しく店舗来店でなく通販サイトの補強したい、との要請を受けている。
- ・1月での状況報告。
 - ・各項目で昨年同時期より数値は改善しているものの、目標未達や12月度より下がっているものもあり、コロナ禍での要因把握は難しい状況にある。

3.1.6 参画メンバー振り返り

- ・居酒屋コンサル:勉強になった。検索されやすいようにするSEO対策初めて。
HP改善以外のコンサルの範囲として、全体的にどこまでやっていたのかも知りたかった。
- ・非常に良い体験の場をいただきありがとうございます。
- ・ホームページの改善提案はNES在籍中も経験することがなく、非常に良い機会でした。
- ・未経験の分野だったため、eラーニングで知識を習得し、皆さまに展開できたことは良かったと思います。
- ・CTR、直帰率、離脱率、referral、ページビュー数とページ別訪問数の違い、ユーザー・新規ユーザー・セッションの違い等、専門用語はやや記憶から薄れているため、再度確認しておきたいと思います。
- ・各種データをご提供いただきましたが、母数が少ない点とコロナ禍の影響で前月や前年対比が難しかったことは残念でした。(PDCAサイクルを考える上で)
- ・ホームページの改善を専門にしている業者もあり、かなり専門的な知識と経験が必要であることを感じました。ITCの役割として専門業者を紹介することも一つの手法だと思います。
- ・実践という意味では、テーマが具体的で、データも本物でしたので、非常に良かったと思います。
- ・実際に提案された資料やユーザーとの議事内容なども共有いただくことで、さらに実践体験度は増すかもしれません。究極はアシスタントとして同行する。
- ・Googleアナリティクスやサーチコンソールの画面を直接見てみたい気がしました。
- ・HP追及したい。自分なりにどうやったらいいかとめていきたい。実践で助けられることをやってみたい。
- ・居酒屋コンサルにもう少し入り込んでやればよかった。
- ・あまり協力ができていなくて申し訳ないです。

第 4 章 分科会4活動内容・取組みテーマ内容の発信について

4.1 情報発信の実施状況

(1) ITCイースト東京 2021年度総会において、分科会4活動状況を報告しました。

(2) 下記セミナーを企画・実施しました。

- ・日時: 2020年11月16日(月) 12:30～16:30

- ・講演: 「コロナ禍での社会的構造変化と我々ITCのビジネス機会～2045年の妄想とITCとしてすべき事～」

- ・講師: ITコーディネータ 米津 博之 氏 (ITCイースト東京)

- ・日時: 2021年3月27日(土) 15:00～17:00

- ・テーマ: 無料！オンラインセミナー 働き方改革を進め、社員の幸福度を高める「RPA体験セミナー」

- ～ ITCスキルアップによるビジネスチャンス創出のヒント ～

- ・講師: ITコーディネータ 米津 博之 氏 他 (ITCイースト東京)

第5章 結果と考察

5.1 結果と考察

今年度は「RPA活用」・「テレワーク」と「居酒屋コンサル実践体験」の3つのテーマに取り組む活動を行なった。

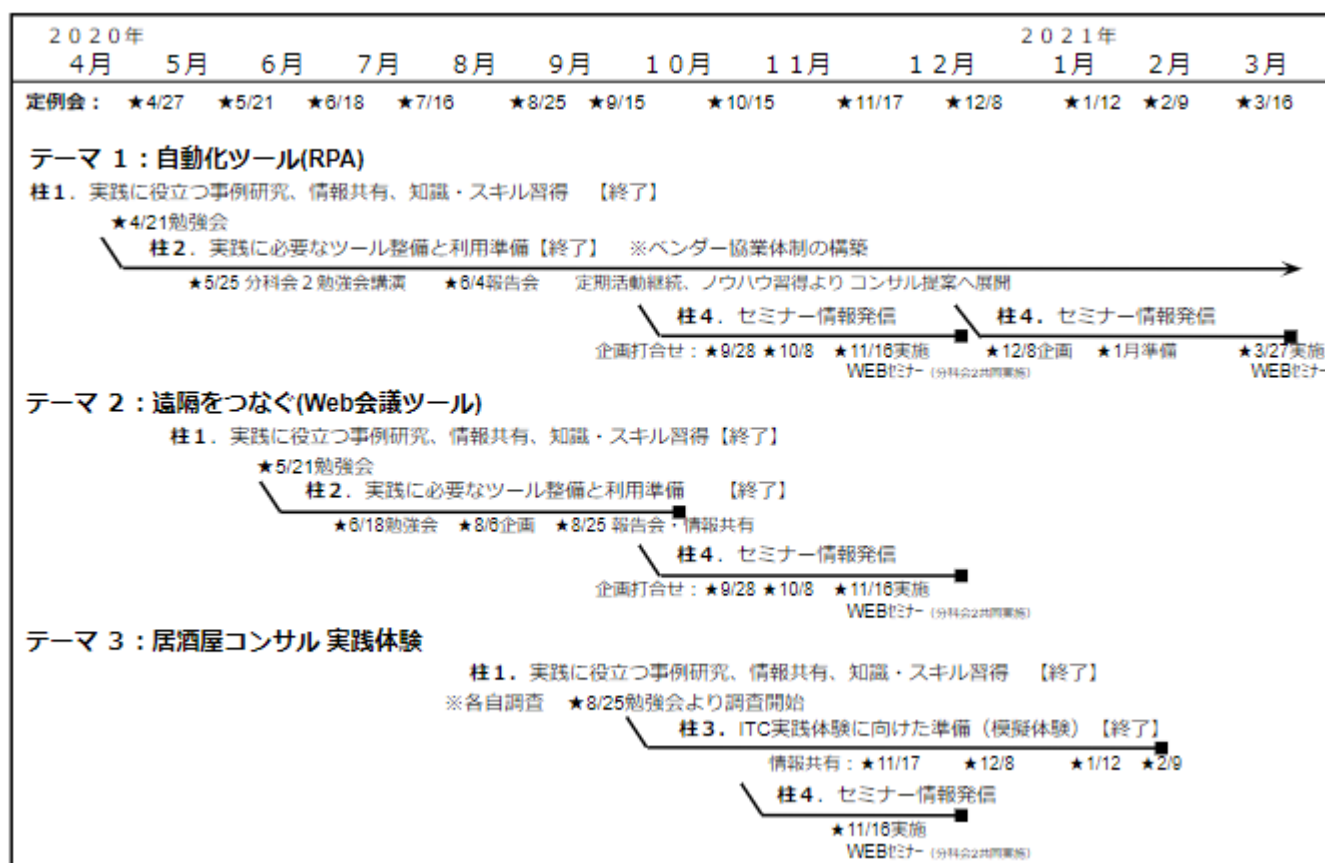


図. 活動結果

(1)「課題」に対する「解決策」を参加メンバーが使いこなせるようになる、という活動結果

「RPA活用」については、分科会4メンバーの接触をきっかけに、RPAベンダーとの連携が図れたことが大きく、無料のトライアル活用を通して、RPAの知識、活用のノウハウ、実体感を得て、分科会4内独立系ITCメンバーとの、RPA提案の機会、連携RPAベンダーのユーザーサポートへの協力、さらには、RPA体験セミナーの企画・運営ができるレベルに至った。

「テレワーク導入」については、各メンバーの持ち寄り情報も多く、柱1. の実践に必要な知識習得を何回か行い、分科会4内に蓄積・共有が図れた。また、ZOOMによるオンラインコミュニケーションを分科会4で実践することにより、メンバー個々でもツールを活かした新しいスタイルでの活動を実現した。

この活動から、先行ITCにて、ZOOMテーマのセミナー企画を作成し、ある自治体に持ち込み提案を行なった。また、11月ITCイースト東京のセミナーで発信した分科会4活動の成果の一つにZOOM活用も盛り込んだ。

(2)中小企業の課題の解決策の提案を体験する活動

分科会4メンバーの希望者にて、「ある居酒屋さんのHPのアクセス改善コンサル」の実践体験について、コロナ禍で大打撃を受けた飲食業への支援を視野に、柱1. ～柱3. まで一貫して取り組んだ。

「Webマーケティング」、「SEO/MEO対策」、「SNSを使ったプロモーション」のテーマで各位の持ち寄り情報から知識習得を図り、分科会4内での共有・蓄積が進んだ。

(3)活動の総括

自主的な能力開発に努め、ITCビジネスへの取組み準備を進める企業内ITCに対し、ITCビジネスの実践に向けた準備、知識・経験習得と、コンサルティング実務実践体験の場の提供する、分科会4の目標について一定の成果を上げることができたと評価しています。

中小企業の皆様が直面する環境変化に適応することを踏まえ、分科会活動を継続して参ります。

以上

付録 参考文献・リンク情報

(テレワーク関連)

テレワーク、メールしか使えない6割超 デル系調べ

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO62276160U0A800C2X20000/>

- ・テレワークを実施した企業の6割超がメール以外の業務システムに接続できていない等、課題も浮き彫りに。
- ・従業員宅から社内システムに安全に接続するにはVPN(仮想私設網)機器やサービスが必要となる。IT予算が限られる企業では思うように投資できず、社外からの利用を諦めた可能性がある。

「テレワークの実施状況に関する緊急アンケート」調査結果を取りまとめました

～緊急事態宣言発令以降テレワーク実施率は67.3%と急増～ 東京商工会議所調査は2020年6月17日が最新

<https://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=1022366>

「オンライン会議の比較」

<https://www.businessinsider.jp/post-215720>

「新型コロナウイルス感染症への対応に関するアンケート」調査結果より

<https://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=1021764>

～テレワークを実施している企業は26.0%、実施検討中は19.5%～

・以下調査結果サマリー(HPより引用) 調査結果の主なポイント

1. 感染拡大防止の取組状況

- テレワークを「実施している」企業は26.0%、「実施検討中」は19.5% ⇒調査結果P5
- 実施検討中の企業は、全体に比べ従業員規模別では「50人以上300人未満」、業種別では「商業」「サービス業」の割合が高く、施策の展開にあたってはこうした実態を踏まえていくことが必要。 ⇒調査結果P6
- 時差出勤は56.5%、休暇取得奨励は46.3%の企業が実施。
61.9%の企業では、会議中止や出張自粛等、その他の対策も自主的に実施。 ⇒調査結果P7～9

2. テレワーク実施を検討するにあたっての課題

- 現在テレワークを実施していない企業では、「テレワーク可能な業務がない」場合を除き、
①社内体制の整備 ②パソコン等ハードの整備 ③セキュリティ確保 が課題。 ⇒調査結果P10～11