



IT導入をサポートする専門家情報

ITコーディネータ 活動最前線

経営とITの両方がわかる専門家、ITコーディネータ。地域で数々の支援事例を生み出す一方でさらなる普及に向けては課題もある。ITコーディネータ協会への取材を元に、現在の姿を追う。

2008年2月に最終結果が発表される経済産業省の表彰事業「中小企業IT経営力大賞」。400社以上の応募企業のうち、ITコーディネータ（ITC）が関与した企業は30%近くを占めるという。

資格制度がスタートして7年が経ち、ITCが企業経営者から一定の評価を得ている証だ。大きな経営改革やシステム導入には1、2年

を要する。数年前からの地道な活動が数値となって実を結び始めたと言えるだろう。

全国から報告される成果 小規模企業のサポートも

ITコーディネータ協会の業務開発・広報グループでは、独立系のコンサルタントとして活躍するITCの動きをこう分析する。

「従来から高い知名度を持つ方に限らず、幅広い活動報告が各地から上がってくるようになった。良い仕事をするITCが着実に増えているという手ごたえを感じる」

小規模企業での活躍も最近の特徴だ。過去に本誌で紹介した事例でも、200

ITコーディネータとは？

- ・経済産業省推進資格
- ・ITと経営の両方がわかる専門家
- ・「IT経営」推進の担い手
- ・現在の資格取得者約7000人
 - 独立したコンサルタント
 - ITベンダー内でスキルを活かす
 - 企業内で情報化を推進する

ITコーディネータ協会 業務開発・広報グループメンバー



▲高橋真治氏



▲中塚一雄氏



▲那波幸光氏



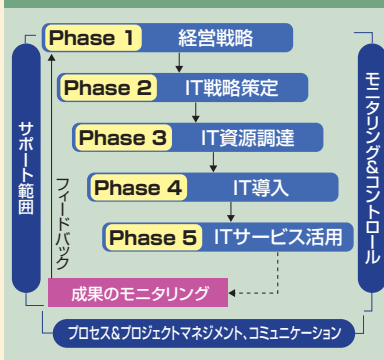
▲山川元博氏

表面的な課題解決ではなく 本当に必要なITを探す

では、「ITCらしさ」とは何なのだろうか。

7年夏号掲載の千代田漬物や旭鉄筋は従業員20人前後、次項で紹介する杉尾自販は4人という規模だ。小規模企業の支援では、特にマネジメントの仕組みづくりに力を発揮している。

ITコーディネータが支援する範囲



ITコーディネータ協会では、「ITCプロセス」という、経営戦略の立案から実行まで一貫した支援プロセスを身に付けていること」と説明する。特定の考え方や手法を押し付けることなく、企業の現状や成熟度に合ったITを選び、会社に馴染むようサポートしていく。

IT導入で失敗を招きやすいのは、表面に出ている課題解決だけを考えると安易にシステムを入れるケース。

経営課題は互いに関連し、また優先順位もあるので、全体像を整理してからITを入れるのがあるべき姿だ。つまり「顧客企業がまだ気づいていない本質を見極める」のがITCの真骨頂なのである。

地域活動推進の役割も 課題は認知度

2007年は、IT経営キャラバン隊の活動を通じ、商工会議所などの支援機関と連携して地域のIT活

用気運を高める活動を行ってきた。国の施策を地域に浸透させるためのネットワーク作りも、ITCに求められる大きな役割だ。

IT経営キャラバン隊は、本年2月でプロジェクトを終了するが、実

いよいよITは中小企業施策の中核に プレイヤーとして期待高まるITC

ITCの活用による経営革新事例が各地で聞かれるようになりました。

下田 ITCを活用した経営者の方々からは「こんな良い制度はない」との声をいただいています。

経済のグローバル化への対応においても新ビジネスの創造においても、もはやITは不可欠な存在になりました。IT活用にあたり、経営者の思いを理解して体系づけ、企業の文化やIT成熟度に応じた取り組みを提案できるのがITCの特徴です。

ただ、認知度はまだまだ。協会とし

て課題意識を持っています。

具体的には何を？

下田 ITCを新商品に例えるなら、新商品拡販の有効な流通経路開拓です。その一つが、企業を束ねる機関である商工会議所や中小企業支援センターなどの支援機関、金融機関へのアピールです。こうした機関で「IT活用ならITコーディネータ」と認知していた

ただ、認知度はまだまだ。協会として課題意識を持っています。

国は施策との関わりはいいがですか。

下田 中小企業の「IT経営」を推進する主要プレイヤーという位置づけは

かなり定着してきました。さらに平成20年度からは、中小企業庁の施策においてITCが大きなテーマになってきます。とりわけ小規模企業

ITコーディネータ協会 下田邦典専務理事に聞く (文中敬称略)

や非製造業のIT化支援、具体的には、「中小企業経営革新プラットフォーム整備事業（SaaSなど）」の推進などで、ITCの活躍が期待されています。

他に戦略的CIO育成支援事業や中小企業IT経営革新支援事業（EDIC含む）などが新たに予定されていますが、国の施策の重要なプレイヤーとして期待にこたえるべく積極的に取り組む所存です。

ITCにとって今年、どのような年でしょうか。

下田 おかげさまで認知度は徐々に高まってきました。ITCが中小企業施策実現の重要な要素として大きく取り上げられるのを機に、中小企業診断協会等関連する支援機関と連携を密にして国の施策実現に寄与していきます。そして、ITCの有用性を広く認識いただき、ITCの存在意義を確固たるものにするためにも、今年は非常に重要な時期になると認識しております。

ITコーディネータを活用できる公的制度(例)

・IT経営支援隊事業

セミナーや研修会、個別支援で活動

・中小企業支援センター等の専門家派遣制度

都道府県・地域によって異なるが、一部費用負担で専門家の派遣を受けられる

ITCの活用は ITコーディネータ協会へ

電話：03-5733-8380
URL：http://www.itc.or.jp/

ITコーディネータ協会では、金融機関に働きかけ、融資先企業をITCとマッチングさせる場の創出にも努めているという。企業経営者とのつながりが深い金融機関の理解が深まれば、ITCの活動も一気に加速するかもしれない。

事例
トピックス

金融機関の橋渡しで ITコーディネータが小規模企業を支援

売上アップに欠かせない現状分析 会社を伸ばす道筋が見えた！

鳥取県米子市・中古自動車販売 杉尾自販

「ほんの1年前のことなのですが、ずいぶん昔のような気がします」

杉尾自販の杉尾武志社長にとって、2007年は転機の年だった。会社をどんな方向にどう伸ばしていけばよいか、道筋が明確になったのだ。

鳥根県との県境に近い鳥取県米



杉尾自販 代表取締役 杉尾武志氏
自動車販売会社勤務を経て独立した

ホームページが欲しい しかし課題は別のところに

2006年12月、杉尾社長は融資の相談のため鳥取銀行の皆生通支店を訪れる。「販促強化に向けてホームページを作りたい」と考えていたのだそう。

当時、鳥取銀行は杉尾自販の

メインバンクではなかったが、野間繁雄支店長は杉尾社長の話にじっくりと耳を傾けた。

「話していくうちに、本気で業績を伸ばしたいこうという熱意を感じました。決算書を見ると確かに問題点もありましたが、工夫次第で回復するだけの力がある」

融資するか否かの問題だけで終わらせず、同社の可能性を伸ばそうと考えたのだ。経営の根本を練り直し新たな方向付けを行うよう杉尾社長に勧めた。さらに、実行へのサポートとして同行のOBであり地域で活躍するITコーディネータ（ITC）の上田治城氏を紹介。もちろんコンサルティングは融資の条件ではなく、あくまでも、同社に有効と考えての推薦である。

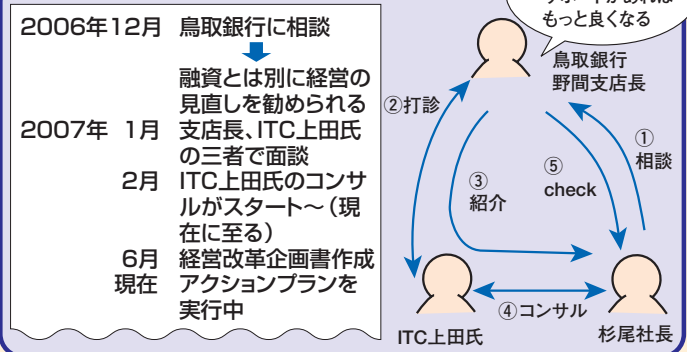
会社概要

有限会社 杉尾自販
鳥取県米子市両三柳3061-1
設立：平成9年
従業員数：4名
事業内容：中古車・新車販売、車検、板金塗装、損保取扱代理店



ネットの中古車情報サイトも利用

杉尾自販の取り組み



鳥取銀行
皆生通支店
支店長
野間繁雄 氏

杉尾自販の可能性を見出し、ITCへの仲立ちを行った。「地域には家族経営の企業が多いのですが、会社をどうしたいのかがなかなか見えない。杉尾社長からはここで基礎をしっかりと固めたいという意志が伝わってきました」と言う。現在は月1回のペースで同社の経営をウォッチ中。

鳥取銀行
<http://www.tottoribank.co.jp/>

ITC上田氏はまず初めに、経営数値を算書をもとに表計算ソフトで売上や経常利益、借入金

経営数値を体感し、 思いを言葉に整理

三者で面談の後、2007年2月から、ITCの活用がスタートした。目標は現状分析のうえ6月末までに経営改革企画書を作成することだ。

さらに会社の強みや弱み・社長の思いを整理したり、販促促進策

れなどの数値を分析し、シミュレーションも行いました」

杉尾社長は、ともすれば抽象的になりがちだった売上や利益の数値が、具体性を帯びて理解できるようになったという。

ITコーディネータ紹介



オフィスFQC 代表取締役
上田治城 氏
<http://www.ifqc.jp/>

鳥根県・鳥取県を中心に活動。銀行勤務の経験を活かして、経営戦略策定からITの実装、効果の測定までをトータルにサポートする。

2006年2月から月2回、多いときは毎週、杉尾自販のコンサルティングを実施。基本はディスカッション形式で社長の思いを整理し、経営企画を作成した。「この経営改革企画書は、私の頭の中から引っ張り出していただいたものをまとめてあります。だから素直にやろうと思えるのです」と杉尾社長は感想を語る。「もし特定の型を押し付けられていたら、結局、できなかったでしょう」

上田氏は「瞬発力で売上を上げることはできますが、裏打ちがないと息切れしてしまう。計画や目標の有無で経営は変わっていきます」と言う。社長の中にある様々な思いを系統立てて整理し、行動計画に落とすことが上田氏の大きな役目であった。

話を進めるなかで、車の内装オーダーを受けるサービスや、定年を迎えた団塊の世代に昭和時代の車を販売するアプローチといった新たな施策も見えてきたそう。

経営改革企画書の展開例

（上田氏の資料から抜粋して作成）

- 重要経営課題は4点
- ①営業力の強化
 - ②顧客情報管理と活用
 - ③人材の育成
 - ④顧客価値創造の場の提供

展開例

活動計画（初年度分）
ユーザー組織化の強化
新規顧客情報の獲得
ホームページ活用

展開例

- ・現ユーザーの紹介○件
- ・紹介者懇談会○回
- ・顧客アンケートの実施○回

主要マネジメント要件を抽出（計画では3年分）

ブレイクダウンして目標指標を設定

を検討するなかで、経営計画が浮き彫りになってきた。

最重要経営課題となったのは「営業力の強化」である。それは①新規顧客情報の獲得、②ユーザー組織の強化、③顧客向けホームページの作成、④経営数値把握への表計算ソフト活用など10項目に

ブレイクダウンされ、行動目標として定められた。ユーザー会の強化や団塊世代へのアプローチなど具体策もディスカッションしたという。

当初の目的であったホームページ作成は、会社全体の経営戦略、営業戦略の中で明確な役割を持つて位置づけられることとなった。

「ホームページをモノとして持つことばかり考えていましたが、顧客アプローチの一環として集客方法も含めて捉えるようになりました。がんばるしかないという精神論から脱皮して目標への段取りが見えてきました」

20ページにわたる経営改革企画書を作成し終えた杉尾社長の顔は晴れやかだ。

鳥取銀行からの融資も無事実現した。野間支店長は「取り組みを始めてから徐々に数値も良くなっています。しかしこれは始まり。次期決算の結果に期待しています」と激励する。

金融機関とITCの連携サポートによって、企業の潜在能力が引き出されようとしている。