

第2章 社長のためのIT10か条

ITを自社の経営向上に活用するためには、まず経営者がITの本質をよく理解し、自社に適切なIT導入を決めることが重要である。ここで、30社の事例より、ITを導入、活用するにあたり経営者が意識すべき事項を「社長のためのIT10か条」としてまとめた。情報セキュリティ、個人情報の保護に配慮しつつ、ITを自社の経営課題の解決に活用することが期待される。

1. ITは目的達成の手段。まずは目的を明確に

ITを導入しさえすれば様々な効果が得られるという訳ではない。ITは経営課題を解決する手段であり、「どんな課題を解決するためにITを導入するか」という具体的な目的を明確にしないと、手段であるITを活かすことができない。「競合企業が導入したから我が社も導入する」「ベンダーに勧められるままに導入する」といった戦略なきIT導入ではなく、明確な目的をもち、その達成手段として最適なITを導入することが必要である。

2. 自社にふさわしいIT投資

多額の投資を行って素晴らしいシステムを入れても、必ずしもその投資に見合った価値を得られるわけではない。IT投資を無駄にしないためには、IT導入により得られる効果が自社にとってどの程度の価値があるかを十分に考え、その価値にみあうIT投資を行う必要がある。

3. ITは自社改革のツール

単に人の仕事をITに置き換えるだけでは既存業務の効率化程度の効果しか得られない。より大きな効果を得るためには、自社のビジネスプロセスの再構築、新しいビジネスの仕組みづくり、組織文化の改革、マネジメント・スタイルの変革といった業務そのものの改革を同時に行う必要がある。IT導入をより大きな効果につなげるためには、ITを単なる自動化として進めるのではなく、ITを自社の改革に活用するという考え方で進めることが重要である。

4. IT時代を勝ち抜くには、コアコンピタンスを磨け

独自の強みをもつ企業にとって、ITはその力を発揮するよい道具となる。例えば、ホームページで宣伝力を強化しても、よい製品・サービスを提供できなければ顧客を得ることはできないし、その逆であれば顧客を獲得することができる。IT時代には強みをもつ企業が顧客を獲得し、逆に中途半端な企業は選別される。自社が創業以来築いてきたコアコンピタンス（中核能力）を磨き、ITを融合させることで強みを発揮することが必要である。

5. 社長が陣頭指揮するIT化

IT導入に際して現場の理解が必要であるが、保守的な社員から必ず反発がある。とりわけ業務改革を伴う本格的なIT導入は、従来のやり方に慣れ親しんだ幹部や管理職の反発が大きく、トップダウンで進めない限り導入できない。IT導入は、経営者がビジョンを示し、強いリーダーシップを発揮してトップダウンで進めることが重要である。

6. 社員の意識改革がIT化の決め手

ITを利用するのは社員であり、社員がITを使いこなせなければ機能しない。特にIT利用能力が低い社員の意識改革が課題となる。特に事務系のITは、社長自らが率先して利用するとともに、情報機器を使わなければ社員が業務をできないようなルールとして、習慣化することが必要である。情報機器は鉛筆の代わりであるという意識づくりを行い、基本的には「習うより慣れる」というやり方で進めることが必要である。また、公的団体等が行う研修、セミナーを利用することも有効な方法である。

7. インターネットは情報の宝庫

インターネット上には膨大な情報があり、机の上のパソコンや携帯端末から、ニュース、トレンド、統計データ、企業動向、製品動向、消費者動向など、経営に役立つ有用な最新情報を簡単・安価に入手することができる。また、必要とする情報は、検索エンジンを使って簡単に探し出すことができる。インターネットはいわば巨大なデータベースであり、企業が抱える問題解決に役立つ情報ツールである。

8. ホームページは安価な営業マン

ホームページはインターネットを通じて全世界とつながっており、自社のホームページにアクセスを集めれば、強力な営業ツールとなる。ネットユーザーは、多くの場合検索エンジンを使って自分が探しているものを絞り込み、ヒットしたホームページを訪れる。これは企業からみると、見込み顧客が向こうからわざわざホームページに来てくれるという大変ありがたいものである。また、注文を受けることもできるし、販売のヒントとなる消費者、ユーザーの声を収集することもできる。ホームページはいわば人件費のかからない営業マンである。

9. システムは一気通貫をめざせ

IT導入で自社や自分の部署だけが効率化されても、仕入れ先や取引先など他が効率化されない限り、限定的な効果しか得ることができない。ITでより大きな効果を得るためには、製造から販売までのモノ・業務・お金の流れを一体化することで全体を効率化する（サプライチェーンマネジメント（SCM））ことが必要となる。全体としての効率化を追求するためには、商品の製造、販売等に関わる全ての企業が情報共有できるよう、データ交換ができるよう標準に準拠したシステムを導入することが望ましい。

10. ITでビジネスチャンスをつかめ

IT革命の進展により、従来のリアルなビジネスがバーチャルなビジネスに置き換わりつつある。3次元CADと造型機の登場で実物模型の試作が不要となったり、デジタルカメラの登場によりフィルムの現像が減少しているのはその例である。こうした変化は、従来型ビジネスの企業には脅威であるが、逆の視点でみると、新しいビジネスチャンスと捉えることができる。経営者はIT革命が及ぼす自社のビジネス変化の方向を見極め、新しいビジネスチャンスをタイミングよく捉え、果敢に挑戦するという姿勢が必要である。

「社長のための I T 10 か条」

- 1 . I T は目的達成の手段。まずは目的を明確に
- 2 . 自社にふさわしい I T 投資
- 3 . I T は自社改革のツール
- 4 . I T 時代を勝ち抜くには、コアコンピタンスを磨け
- 5 . 社長が陣頭指揮する I T 化
- 6 . 社員の意識改革が I T 化の決め手
- 7 . インターネットは情報の宝庫
- 8 . ホームページは安価な営業マン
- 9 . システムは一気通貫をめざせ
- 10 . I T で新しいビジネスチャンスをつかめ