

DX総合相談窓口 活用事例集

目次

No.	業種	従業員規模	カテゴリ	タイトル	ページ
1	建設業	6～20名	人手不足	採用強化に向けたデジタルコンテンツの活用	2
2	建設業	6～20名	スキル継承	現場業務のスキル継承、新入社員の育成	3
3	建設業	21～50名	業務効率化	業務の属人化解消と、情報の社内共有	4
4	建設業	51～100名	DX認定取得	DX認定を起点とした社内デジタル活用の推進	5
5	製造業	6～20名	生成AI活用	生成AIによる自社資料を用いたRAG活用の体感	6
6	製造業	51～100名	基幹システム刷新	自社事業を主語にした基幹システムの刷新	7
7	卸売業	6～20名	業務効率化	煩雑な経理業務の整理と無理のないデジタル化	8
8	卸売業	6～20名	データ活用	データ活用経営の基盤構築	9
9	卸売業	6～20名	情報セキュリティ	情報セキュリティ対策の整理	10
10	小売業	5名以下	データ活用	情報(データ)による業務の見直し	11
11	サービス業	6～20名	販路開拓	販路開拓に向けたデジタルマーケティングの検討	12

1 相談事例:採用強化に向けたデジタルコンテンツの活用

建設業
6～20名

人手不足

こんな企業に
おすすめ！

- ・人材確保を課題にしている
- ・ホームページが古く情報発信が止まっている
- ・ホームページ、SNSを活用したい

サマリ

- ・若手人材の獲得に向けたデジタルコンテンツの活用
- ・自社ブランド価値の再定義とデジタル戦略の検討
- ・優先順位を設定したうえで、ホームページの全面リニューアルから対応を開始

若手人材の獲得に向けた検討

自社ブランド価値の再定義、デジタル戦略検討

優先施策を設定した推進

1. 相談内容

- ・慢性的な人手不足により、若手人材の獲得が喫緊の経営課題となっていた。
- ・同社では、年間休日数や大型連休の取得実績、有給休暇の消化促進など、労働環境は他社と比較して優位性があるにも関わらず、その情報はハローワークの求人票以外で公開できておらず、自社の魅力が求職者に伝わっていない現状への危機感を持っていた。
- ・一方、自社のホームページは長期間更新されておらず、デザインや情報の鮮度が低いため、若年層への訴求力が著しく不足していた。
- ・また、SNSを活用した情報発信の必要性は感じているものの、具体的なコンテンツ企画や運用ノウハウ、担当者の不在により着手できていなかった。

2. 支援内容

- ・相談者へのヒアリング結果を踏まえ、単なるホームページのデザイン刷新にとどまらず、企業のブランド価値を再定義し、採用競争力を高めるための包括的なデジタル戦略案を説明、提案した。
- ・具体的には、好待遇や社風を直感的に伝える会社紹介動画の制作、若年層との接点を創出するSNSの立ち上げ、そして自社で更新可能なWebサイトの構築を提案した。
- ・実行にあたっては、それぞれ異なる強みを持つDXパートナー3社を選定し、各社独自の視点による戦略提案を受けることで、比較検討の質を高めた。

3. 支援結果

- ・3社からの提案を精査した結果、自社の現状と課題に最も合致した戦略を提示した1社とのマッチングに至った。
- ・その後、人的リソースを要するSNSの運用は中長期的な課題とし、まずは採用活動の基盤となる自社ホームページの全面リニューアルを最優先事項と決定した。
- ・あわせて、求職者の理解を深めるための採用専用コンテンツの拡充および会社紹介動画の制作に着手し、デジタルを活用した採用モデルの構築を目指すこととなった。

2 相談事例：現場業務のスキル継承、新入社員の育成

建設業
6～20名

スキル継承

こんな企業に
おすすめ！

- ・ベテラン社員のスキルが引き継がれていない
- ・担当者により仕事の仕方が異なっている
- ・社員の育成方法が作成されていない

サマリ

- ・ベテラン社員のスキル継承と、新入社員の育成を課題としていた
- ・社員への意見聞き取りや意見交換を通して、改善策を全社で検討
- ・今回の取組みを通して、全社で継続的な取組体制が構築できた

ベテラン社員のスキル可視化と共有

社員へのヒアリングによる問題点の可視化

全社での取組みが開始

1. 相談内容

- ・ベテラン社員の業務ノウハウが各自の手帳・個人メモに留まり、社内で共有されていない状況であった。その結果、作業の細かな手順や判断基準が担当者ごとに異なり、業務の進め方が統一されていなかった。
- ・また、新入社員への教育手順や指導の仕組みが十分に整っておらず、習得に時間を要していることに加え、教える側の負担も大きいことが課題となっていた。
- ・そこで、ノウハウを可視化・共有し、業務手順を整理して標準化するとともに、新人が学びやすい育成の進め方について第三者の助言を得たいと考え、相談に至った。

2. 支援内容

- ・まず、現状を整理するため、ベテラン社員・若手社員それぞれに対して、両者が感じている課題をヒアリングした。
- ・その上で、ヒアリング結果と改善の方向性をまとめた資料を作成し、経営者および社員と意見交換を実施した。
- ・意見交換では「どこから標準化に着手するか」「マニュアルに何を載せるか」を議論し、ベテラン社員の協力を得ながら、ノウハウの共有方針を具体化した。マニュアルの形式については、社員から「テキストだけでなく動画化した方が学びやすい」との意見が出たため、動画を活用することとした。
- ・あわせて、新入社員へのヒアリング結果を踏まえ、入社後の現場配置（経験の積みせ方）についても、業務の全体像を把握できるような配置・育成の考え方を提案した。

3. 支援結果

- ・第三者に相談したことで、課題の背景や目指す姿が言語化され、社員間で改善に向けた具体的なイメージが共有された。
- ・その結果、ベテラン社員からもスキル共有に協力する意向が得られ、スキル共有に向けた活動が社内の取組みとして具体化し、動き出した。
- ・これらにより、ノウハウの可視化・標準化と育成の改善が、個別対応に留まらず、全社で継続的に進める取組みへとつながった。

3 相談事例：業務の属人化解消と、情報の社内共有

建設業
21～50名

業務効率化

こんな企業に
おすすめ！

- ・事務担当者が1人しかいない
- ・事務処理を把握しているのは担当者だけ
- ・社内情報共有の仕組みを作りたい

サマリ

- ・社内業務の属人化・情報共有へのIT活用の検討
- ・現場の負担を抑えた段階的なアプローチの検討
- ・継続した業務改善に向けた「どの順番で・誰が・何をすべきか」という具体的な道筋の整理

業務の属人化に対するシステム活用

現場の負担を抑えた段階的なアプローチの検討

継続したDX推進のための計画作成

1. 相談内容

- ・自社車両の「配車管理」と「メンテナンス管理」に関する業務が、特定の担当者に任せきりとなっていて、社内において他の従業員が業務内容を理解できていない状況にあった。
- ・また、「配車管理」について、社外からインターネット等で閲覧できる仕組みは構築できていたが、ドライバーから管理者への連絡手段は電話により行われていて、情報伝達ミスや、管理者による転記作業の負担が常態化していた。
- ・また、「メンテナンス管理」はExcelで行われていたが、情報の網羅性に欠け、特定の担当者しか詳細を把握していない状況にあり、期限管理漏れのリスクを抱えていた。
- ・これら問題点の解消が喫緊の課題であり、対策を模索していた。

2. 支援内容

- ・現場の負担を抑えつつ、効果を最大化する段階的なアプローチを検討した。
- ・「配車管理」は、操作性を重視してGoogleスプレッドシートを活用した共有基盤を構築して、ドライバーがスマホで情報を更新できるようにし、電話連絡がなくとも業務が回る仕組みを提案した。
- ・また、将来的にこの仕組みを別業務（工事部門）の「配員計画」に展開できるよう支援した。
- ・「車両管理」は、Excelの改善案と併せ、専用クラウドシステムを紹介した。
- ・さらに、支援終了後も自社で迷わずシステム導入が進むよう、「どの順番で・誰が・何をすべきか」を時間軸で整理した実行計画（ロードマップ）を作成し、自走できる体制を整えるよう助言した。

3. 支援結果

- ・当初の課題への対策を実施したことに加え、これまで不透明だった「デジタル化への具体的な道のり」が可視化された。
- ・特に「どの順番で・誰が・何をすべきか」という具体的な道筋を整理できたことで、検討プロセスにおける迷いが解消され、同社のDX推進における大きな一歩となった。
- ・ツールを導入して終わるのではなく、「小さな成功」を積み上げるステップを明確に定義したことで、挑戦に対する心理的なハードルを下げることができた。

4 相談事例：DX認定を起点とした社内デジタル活用の推進

建設業
51～100名

DX認定取得

こんな企業に
おすすめ！

- ・デジタル活用に取り組みたい
- ・DX認定を取得したい
- ・DX認定について知りたい

サマリ

- ・ 社内のデジタル化を推進するためにDX認定取得への取組みの活用を検討
- ・ DX認定取得へのサポートを支援
- ・ 社内のデジタル化推進体制の具現化

DX認定取得の進め方

1. 相談内容

- ・ 業務へのデジタル活用の推進を検討していたが、経営層はデジタル化の必要性を感じているものの、全社的な推進にあたっては業務手順変更への抵抗感、デジタル投資に対する判断の難しさや推進体制の不足など様々な問題を抱えている状況にあった。
- ・ そこで担当者は、社内へのデジタル活用の理解浸透と、各部門の協力を得るために、「DX認定」取得を、自社のデジタル戦略策定と推進体制構築の中間目標として位置づけたと考えていた。
- ・ しかし、DX認定の取得について具体的な知見に乏しく、情報収集は行っていたもののそこから先のアクションに踏み込めない段階であった。

DX認定取得へのアドバイス

2. 支援内容

- ・ DX認定制度の趣旨を整理し、認定取得までの全体ロードマップと現実的なスケジュール感を説明。「経営ビジョン」・「DX戦略」・「目標設定」・「外部発信」といったDX認定申請に必要な準備事項を明確化した。
- ・ 併せて、IPAのDX推進指標(自己診断ツール)活用による自社の現状整理や、管理部門を中心としたDX推進体制づくりへの助言を行った。
- ・ また、実際にDX認定を取得した他企業の具体的な事例の説明、DX戦略策定を支援できるDXパートナーを紹介し、取り組みイメージの具体化を図った。

社内体制構築とDX認定取得

3. 支援結果

- ・ 今回の支援を通して、DX認定取得の取組みを、全社的なデジタル推進の契機として体系的に整理できた。
- ・ また、申請における工程の具体的な対応内容が明確になったことで、申請手続きをスムーズに進めることができた。
- ・ DXの取組みについて、必ずしも高価なデジタル投資を伴わなくとも実現は可能と認識した。
- ・ その結果、経営層との対話が進み、DXが組織として取り組むテーマに変化し、DX推進を見据えた社内体制づくりが具体化した。

5 相談事例：生成AIによる自社資料を用いたRAG活用の体感

製造業
6～20名

生成AI活用

こんな企業に
おすすめ！

- ・自社資料の検索や要約について、業務効率化を検討している
- ・生成AIに興味はあるが、情報漏洩や運用面が不安で着手できていない

サマリ

- ・ 生成AIを活用したいが、何から始めればよいか分からず着手できなかった
- ・ また、自社情報の外部流出リスクに対しても懸念があった
- ・ 自社資料を用いた体験と、社内ルールの必要性について解説
- ・ 具体的な活用イメージが得られ、次段階のテーマも明確になった

生成AI活用の期待と不安

自社資料を用いた RAG 活用の体感

生成AI活用の第一歩に向けて

1. 相談内容

- ・ 生成AIを業務効率化に活用したい意向があるものの、取り組みの入口が分からず、また生成AI活用に伴う「入力情報が学習に使われるのではないか」「出力物の著作権・ライセンス面が不安」といった懸念があった。
- ・ 特に「議事録を作る」「議事録を検索できる」といった業務課題が大きく、社内で安全に試しながら効果を見極めたいという要望があった。

2. 支援内容

- ・ 有償契約前の段階で、自社資料を用いた RAG 活用を体感できるよう、NotebookLM を用いた支援を実施した。
- ・ 具体的には、NotebookLM の会社用アカウントを新規作成し、議事録登録を支援するとともに、要約・Q&A 等のアウトプット機能、議事録テンプレート作成をデモンストレーションした。
- ・ あわせて、複数人での利用を見据えた社内利用ルール(運用ガイドライン)の必要性を説明し、現場レベルでの活用イメージを共有した。

3. 支援結果

- ・ 社内資料を用いた検索・要約の具体的な活用イメージが得られ、生成AIを「安全に試す」第一歩を踏み出すことができた。
- ・ その場で複数資料を横断して要点が整理される様子に、現場の皆さまから「一度にここまで分かるのか」と驚きの声もあった。
- ・ また、今後の継続活用に向けて、社内展開を進めるための次段階のテーマ(運用整理、定着のさせ方、安全面・共有範囲の考え方)が明確化された。

6 相談事例：自社事業を主語にした基幹システムの刷新

製造業
51～100名

基幹システム
刷新

こんな企業に
おすすめ！

- ・基幹システムの刷新を予定している
- ・業務手続を効率化、省力化したい

サマリ

- ・基幹システム刷新およびDX推進について、自社業務を踏まえた方向性を明確化
- ・自社事業の将来像を踏まえた社内システム更改方針を策定
- ・基幹システム刷新の前に、周辺システムの新規導入を優先する方針のもと、社内プロジェクトがスタート

基幹システムの更新の検討

自社事業を主語にした検討

方向性整理、システム刷新検討方法の習得

1. 相談内容

- ・ 20年前に導入した基幹システムが、現在の業務に適合しておらず、紙運用・手入力・二重チェックが常態化し、省人化が進まず、生産性も上がらない状態だった。
- ・ 経費精算システムを導入し、その後、各種新システムの刷新やRPA(定型業務を自動実行するツール)の導入を検討していたものの、社内のITリテラシーの課題もあり、最適なシステム導入の方向性、DX戦略の全体像を描けずにいた。
- ・ システム刷新の進め方や、今後の方向性について幅広く相談したい、また補助金の活用についても相談したい意向であった。

2. 支援内容

- ・ まず、同社の事業全体について状況をヒアリング・整理した後、①DX戦略策定(自社の将来像)、②業務分析、③基幹システムに必要な事項の整理とITベンダー向けの提案依頼書の作成、の3つテーマを設定。
- ・ 自社事業の将来像の実現に向けた、システム刷新の全体像およびスケジュールを逆算するなど、自社事業を主語にした検討を行った。
- ・ 特に、初動では基幹システム刷新自体が目的化しつつあったため、事業目的や戦略の重要性、業務実態理解の進め方等の勘所をあえて丁寧に説明した。
- ・ 検討領域が広く、論点の掘り下げが必要であったことから、戦略分析や業務システム検討などを面談の都度、アドバイスと宿題を提示し進めていった。

3. 支援結果

- ・ DX戦略に関する方針の明確化、基幹システム刷新のためのIT企業への提案依頼書を作成し、DXパートナーとマッチングを行った。
- ・ また、作成したDX戦略に基づいて、基幹システム刷新の前に、周辺システムの開発を優先することとし、システム刷新プロジェクトがスタートした。
- ・ 今回の支援の過程で、自社事業を主語にしたシステム刷新の考え方・進め方を学ぶことができた。

7 相談事例：煩雑な経理業務の整理と無理のないデジタル化

卸売業
6～20名

業務効率化

こんな企業に
おすすめ！

- ・経理担当が1人しかいない
- ・事務処理を把握しているのは担当者だけ
- ・経理業務の手書きや転記が多い

サマリ

- ・ 属人化していた経理業務を整理し、課題と優先順位を明確化
- ・ 現実的な業務フローと役割分担を設計
- ・ 顧問税理士と連携し、実行フェーズに移行

背景→課題の整理

1. 相談内容

- ・ 経理担当が変更となったことをきっかけに、日々の経理業務に対する負担感が一気に表面化した。
- ・ 勤怠管理、給与計算、経理処理がそれぞれ紙やExcelで個別に行われており、作業のたびに確認や転記が必要となるため、「どこにどの情報があるのか分からない」「ミスが起きないか不安」といった声が社内で上がっていた。
- ・ デジタル化したほうが良いのでは、という認識はあったものの、何から手を付けるべきか、どこまで変えるべきか判断できない状況であった。

業務可視化→方針決定

2. 支援内容

- ・ まず現状の業務の流れを一つひとつヒアリングし、勤怠管理から給与計算、経理処理に至るまでの業務を整理した。
- ・ その中で、業務が煩雑になっている原因や、属人的になっている作業を洗い出し、「本来どうあるべきか」という姿を言葉にしていいた。
- ・ その結果、すべてを一度に変えるのではなく、「勤怠・給与計算」と「経理業務」の二つの領域に分けて考えることが現実的である、という方向性が見えてきた。
- ・ そこで、デジタルを活用した新たな業務フロー案を提示し、どの業務を社内で担い、どの業務を外部と連携するかを整理した。
- ・ 最終的には顧問税理士も交えて検討を行い、新しい業務フローと役割分担を確定した。

再構築→負担軽減

3. 支援結果

- ・ 新フローに基づき再構築を進め、給与計算は顧問税理士側でソフト導入する方針が明確化した。
- ・ 勤怠管理は現行運用を踏襲しつつ、必要情報のみ共有する形へ見直し、社内のやり取りを大幅に簡素化するための問題点が特定された。
- ・ 経理業務が可視化されたことで不要な帳票や業務の流れが整理された。

8 相談事例: データ活用経営の基盤構築

卸売業
6～20名

データ活用

こんな企業に
おすすめ！

- ・データを活用した事業戦略を検討
- ・勘と経験で判断している

サマリ

- ・ 50年、100年を見据えたデジタル化戦略の方向性を検討
- ・ 現地視察と担当者へのヒアリングにより対応策を策定
- ・ 今回の取り組みを通じて、基幹システムのリニューアルの方向性を策定できた

将来を見据えたデジタル戦略の策定

段階的アプローチの検討

基幹システムのリニューアル計画の方向性を策定

1. 相談内容

- ・ 今後の50年・100年を見据えた業態変革と海外戦略を含むデジタル化の方向性を検討していた。
- ・ 社員は50～60代が中心で、ベテラン社員の知見と勘に依存した業務スタイルを若い世代に継承することが困難になりつつあり、業務標準化とデジタル化が急務であった。
- ・ 現行の在庫管理システムでは、約4,000点の在庫に対し13桁バーコードで色・柄の識別ができず、在庫引当も物理的な棚移動に依存しており、売れ筋分析もできない状態であった。
- ・ 手書き伝票に頼る業務から脱却し、データドリブン経営^(※)への転換を目指していた。

※データドリブン経営: 経験や勘に頼らず、客観的なデータを分析して、経営における判断・意識決定を行うこと。

2. 支援内容

- ・ 計3回の打ち合わせ(初回オンラインヒアリング・現地視察・提案)を実施し、業務フローと在庫管理・販売管理の実態を詳細に分析した。
- ・ 業界特有の商慣行の整理や、現行バーコードの課題(色柄識別不可、品番への原価埋め込みによる漏洩リスク)を明確化した。
- ・ 分析結果を踏まえ、AWS上にサーバレス構成で在庫管理・仕入管理・販売管理・BI分析基盤の4サブシステムを構築する提案を行い、バーコード体系の改訂案やスマホ対応の入出庫・棚卸機能も併せて提示した。

3. 支援結果

- ・ 補助金を活用した基幹システムのリニューアル計画の方向性を策定することができた。
- ・ クラウド技術力・販売管理/在庫管理の開発実績・アジャイル開発手法を有するDXパートナーとのマッチングを実現した。
- ・ マatching企業を含めた詳細ヒアリングを実施し、在庫管理・販売管理それぞれの業務要件を具体化するとともに、開発規模やスケジュールを明確化した。
- ・ 相談企業側でも、在庫管理と販売管理を同時に刷新することが望ましいとの認識が形成され、データドリブン経営の実現に向けた具体的なシステム開発フェーズへの移行準備が整った。

9 相談事例:情報セキュリティ対策の整理

卸売業
6～20名

情報セキュリティ

こんな企業に
おすすめ！

- ・自社の情報セキュリティレベルが心配
- ・サイバー攻撃による被害が心配
- ・情報セキュリティ対策に取り組みたい

サマリ

- ・ 社内の情報セキュリティ対策について、「内在するリスク」と「対策レベル」を整理
- ・ 情報資産の棚卸や公的機関の診断ツール等を活用して現状整理し、セキュリティ方針とルールを作成
- ・ 経営判断に情報セキュリティを意識する体制ができた

情報セキュリティ体制不足

自己診断による現状整理・方針策定

適正なセキュリティ体制確立

1. 相談内容

- ・ 社内業務のIT化が進むなか、情報セキュリティについて体系立てた取組みが十分でなく、従業員各自の判断に任せている部分が多い状況にあった。
- ・ そのような状況下、組織として情報セキュリティに関するルールの整備を行いたいと考えていた。
- ・ 一方で、情報セキュリティを高めるほど、業務手続の利便性が落ち、作業負担が増すことを懸念し、リスクと作業効率を天秤にかけちょうどよいところを探りたい意向であった。
- ・ 担当者は元IT企業で勤務していたため、情報セキュリティに必要なことや技術面について知識はあったが、自社にとって必要な対策レベルと予算規模について、第三者からのアドバイスが欲しいと考えていた。

2. 支援内容

- ・ 情報セキュリティに関する基本事項の現状をチェックするため、IPA（独立行政法人 情報処理推進機構）の「5分でできる情報セキュリティ自己診断」を使用して、自社の現状整理や未達点を洗い出した。
- ・ 社内の情報資産の棚卸を行い、情報資産ごとの重要度・リスクレベル等を評価した。
- ・ その後、IPAが運営するSECURITY ACTIONの「★★二つ星」を宣言をするために、自社の情報セキュリティ方針とルールを作成し、社内全体への浸透のための説明会等の計画を立てた。
- ・ また、情報セキュリティルールを就業規則に盛り込むこととし、今後の情報セキュリティ強化にあたり、セキュリティ関連サービス事業者への相談時に使用するための計画資料を作成した。

3. 支援結果

- ・ 情報セキュリティについて、経営レベルの視点で、自社における「リスク」と「対策に必要なレベル」を把握し、それに基づいた計画作成、適切な予算を割り当てることができた。
- ・ 過剰な対応による負担増・費用増を避け、管理者・作業者の負担を必要最小限に抑えたセキュリティ対策を行うことができた。
- ・ また、今後の経営判断の議題において、情報セキュリティを含めることができるようになった。

10 相談事例:情報(データ)による業務の見直し

小売業
5名以下

データ活用

こんな企業に
おすすめ！

- ・原価高騰で利益が残りにくい
- ・勘と経験で判断している
- ・数字で判断していない

サマリ

- ・「売上拡大」に関する相談に対して、ヒアリングを通して別テーマ「利益確保」を設定して検討
- ・現状の感覚的把握から、実数把握のための取り組みを実施
- ・実数による現状把握により目標の明確化を実現

優先課題の見直し

感覚に頼らず、事実を数字でとらえる

数字の記録による発見

1. 相談内容

- ・小規模の洋菓子店で、個人客を対象にした売上拡大を課題と考え、「LINEを活用した売上拡大」を検討していた。
- ・一方、DXコンシェルジュとの面談でのヒアリングを行う過程で原材料高騰が深刻という話題になり、売上拡大に取り組むよりも、“利益確保”が優先度の高いテーマであることが浮上した。
- ・また、商品の廃棄量を確認すると、感覚的な把握に留まり、実数の廃棄個数の把握ができておらず、使用しているPOSレジの情報も分析等に活用できていない状態であった。

2. 支援内容

- ・商品廃棄量の削減を優先課題として支援した。
- 商品廃棄量の削減
- ・「ITツール導入」の検討から始めるのではなく、意思決定の根拠となるデータ作りの対策を最優先に検討した。
- ・毎日2分以内でできる運用として、廃棄品の“商品名と個数”だけを記録する簡易な記録表(書面)を作成し、ゴミ箱付近など目につく場所に貼ってもらい、日々記入することを提案した。
- LINEを活用した売上拡大
- ・LINE公式アカウント開設、自社LINE接続用QRコードの印刷方法についても説明した。
- ・また、同業種におけるLINE活用事例や、Instagramの活用についても紹介した。

3. 支援結果

- ・廃棄情報の記録は想定以上に記録が定着し、約4週間の記録を集計したところ、廃棄額は月5万円規模(年換算で約60万円)であることが把握でき、損失を“数字の現実”として認識する転機となり、廃棄削減の目標が設定できた。
- ・感覚頼みからデータに基づく判断へ意識が変化し、将来的にPOSレジの情報活用に向けた改善行動へ進む土台ができた。

11 相談事例：販路開拓に向けたデジタルマーケティングの検討

サービス業
6～20名

販路開拓

こんな企業に
おすすめ！

- ・新規顧客を開拓したい
- ・ホームページ、SNSを活用したい

サマリ

- ・一般家庭向け販路拡大のためのWeb広告活用の検討
- ・デジタルマーケティングの基礎概念、顧客獲得までの全体フローを説明
- ・Web広告を効果的に活用するための環境整備を進める

一般家庭向け販路開拓のためのWeb広告検討

Web広告活用のための基礎知識の解説

優先施策を設定した推進

1. 相談内容

- ・法人向け(BtoB)を中心にハウスクリーニング事業を展開しているが、エアコン清掃の需要が減退する冬季の売上確保を課題とし、一般家庭向け(BtoC)の販路拡大を模索していた。
- ・自社サービスを紹介する自社のホームページや、業務PR用のInstagramを運用しているものの、これらを効果的な集客・受注へ繋げるための動線設計までは至っていなかった。
- ・そこで、即効性が期待できるWeb広告(Yahoo広告・Google広告等)の活用を検討したものの、社内に専門的な知見がなく、具体的な着手順序が不明瞭な状況にあった。

2. 支援内容

- ・単なるWeb広告の運用テクニックの指導以前に、デジタルマーケティングの基礎概念および、顧客による認知から受注獲得に至るまでの全体フローを詳細に解説した。
- ・具体的には、Web広告は集客の「入口」に過ぎず、Web広告の効果を高めるためには、Web広告をクリックした後に表示される自社ホームページやリンク専用ページが、分かりやすく見やすい状態になっていることが重要だと説明した。
- ・さらに、SNS運用との有機的な連携や、獲得した見込み顧客情報を適切に管理・追客するためのCRM(顧客管理システム)の役割など、広告運用を支える基盤の重要性を説明した。
- ・その上で、相談企業の業種特性に応じたDXパートナーを紹介できることを伝えた。

3. 支援結果

- ・当初はWeb広告の知識習得を主目的とした相談だったが、Web広告を出稿する前段階として取り組むべき課題が明確化された。
- ・これら一連の施策を外部委託するには想定以上の予算が必要となることが判明したため、まずは自社リソースで対応可能な範囲から環境整備を進める方針とした。

お申込み・お問合せ先

ご相談は、DX総合相談窓口ページのWebフォームよりお申込みいただけます。

■DX総合相談窓口ページ

<https://www.nico.or.jp/sien/senmonka/74017/>



■お問合せ先

公益財団法人にいがた産業創造機構 デジタル化支援チーム

025-246-0069

何から始めればよいかわからない段階でもOK！

お気軽にご相談ください。