



# 本業支援にもつながる 「売上」に関する課題には こんなIT支援を行おう

服部繁一

中小企業診断士・桃山学院大学准教授

売上に関する主な課題を4ケース挙げ、どんなIT支援が有効となるのか見ていく。

ケース1 ホームページを活用して売上を伸ばしたい取引先  
活用できていない理由を聞き  
課題や改善点を経営者と共有



「」 コロナ禍の影響で、多くの企業がインターネットを積極的に活用するようになり、インターネット検索で新たな販売先を開拓している事例も出てきている。

一方で、中小企業が2020年7月に公表した資料「中小企業のデジタル化に向けて」によれば、ITツールの活用水準が低い企業は、ITに関する相談相手として、金融機関に頼っている場合があることを指摘している。したがって、取引先からITに関する相談を切り出されたときには、取引先が適切な相談相手を見つけられていない

い、検討する余裕がないといった状況を念頭に置いた対応が求められる。  
**HPを活用したいなら  
人材確保も必要に**

その中で本ケースは、「ホームページ（HP）をもっと活用して売上を伸ばしたい」という取引先からの相談である。注目したいのは「HPを活用して」ではなく、「売上を伸ばしたい」という部分だ。HPの活用は、数ある売上向上策の1つに過ぎない。この点を踏まえたくて担当者にはHPの有無に応じて次のように話を進めよう。

①HPを持っていない取引先の場合

HPがない取引先からの相談なら、「なぜ、今回HPを持つとお考えになったのですか？」「HP以外の売上向上策は検討されていますか？」「HP活用に向けた人材の確保や作業工数の確認はできていますか？」といったトークで、HPに着目した理由、これまでの検討過程、HPを活用できる人材の有無を中心とする社内体制を確認したい。

実際にはHPの作成がIT化の第一歩というケースも多いただろう。それなら「まずは

HP活用セミナーなどで、情報収集されてはいるかがですか？」と話して、開催予定のセミナーなどを案内しよう。

その際に注意したいのは、民間セミナーではなく、公的機関のセミナーを案内することだ。事前に公的機関の情報を把握しておきたい。

「……といった安易な発想なら、HPの前になぜリアルで商品が売れなくなったのか、原因を確認したい。

## 他社との違いを聞き 改善点を把握

②HPはあるが、活用できていないと感じている取引先の場合  
この場合、HPをより良くしたい、追加の機能を加え新

たな取組みを始めたかといった理由が考えられる。ただ「何となく活用できていない」といった印象論では、支援しても成果につながりにくい。具体的に「活用できていないと感じる出来事が、何かありましたか？」「どういった状態になれば活用できているとお考えですか？」「活用できていると感じている他社さんの事例を教えてくださいだけませ

んか？」といったトークで、現状の課題やどんなHPに改善したいのか、ベンチマークとなる他社事例があるのかなどを確認しよう。  
「○○社のようにHPでも注文を受けられるようにしたい」「当社の技術力をHPで発信していきたい」などと課題・要望を明確にしたうえで、公的機関の相談窓口を案内するとよいだろう。

## ●このように支援につなげよう



注意したいのは、相談窓口の担当者との面談設定である。相談担当者によって得意な分野や対応に差が生じる場合があるため、公的機関に相談する際には課題を明確にしておき、それをしっかり伝えて、適切な担当者を紹介してもらおうようにしたい。  
繰り返しですが、取引先の目的はHPの制作・改良ではなく売上向上だ。それを忘れないようにしてHPの活用・改善策を考えていこう。