

ITに関する課題把握のため活用したいアプローチトーク

具体的には、本トークのよ
うに他社のHPと比べてみ
て、どこに改善余地があるの
か考えてもらうと、課題を引

何を伝えるべきか整理

現 在では、多くの取引先
がホームページ（H
P）をもっているだろう。定
型的なサイトを作ってくれる
外部業者も多いため、単にH
Pを開設するということであ
れば容易に実現できる。
しかし、そのHPがうまく
活用されていないと考えてい
る取引先は多いと思う。HP
をうまく活用できれば売上増
強につながるだけに、取引先
にはHPについて聞いて、ど
んな点に課題を感じているの
か把握していこう。

何を伝えるべきか整理

Point HPで外部に何を発信
していきたいの明確
にして支援につなげる

き出しやすい。
HPは自社の商品等をPR
する場である。担当者が実際
に支援を行う際には、素通り
されてしまうHPにならない
ために「利用者・消費者に対
して、どのようなメッセージ
を伝えていきたいか」を取引
先に明確にしておこう。
「HPを自社の技術をPRす
る場としたい」「商品を受注
するツールとしたい」など、
取引先自身がHPの狙いを明
確にしたうえで担当者が外部
のIT事業者を紹介すること
で、支援効果は大きくなるだ
ろう。

参考事例などを紹介

課題としては、まず「そも
そもネット販売にどう着手し
ていけばよいか分からない」
というものが挙げられる。こ
の場合、取引先と同業種の他
社がどのような仕掛けを作っ

Point 利用者の感想の把握
や、受注体制面で課題
はないか一緒に確認を

ているか、受注の仕組みや配
送ルートをどう確保している
のかなど、参考となる事例を
紹介しよう。
また「すでに取り組んでい
るが売上が伸びない」という
声も多いはずだ。この場合、
購入者・利用者の感想や要望
などの情報収集ができてい
るか、同業他社と比べて注文
を受ける体制面で不足してい
るところはないかといった点を
話し合う。経営者はネット販
売の仕組みを作れば自然と数
字がついてくるという認識を
もつこともあるので、改めて
体制面を見直したい。

どんなサポートが必要か把握する

取引先のITに関する課題はこのように引き出そう！

木内清章 産業能率大学講師

取引先にはITに関するどんな課題があるか、そ
れをどんなトークで引き出していか紹介する。

1 売上と管理に分けて
ITの課題を整理しよう



取 引先のIT支援には
様々な形があるが、極
めて初歩的な段階なら、「経
理帳簿などを紙の台帳からエ
クセル管理へ移行する支援」、
一方レベルの高いIT支援と
なれば、「商品の販売履歴を
データベース化して消費者の
動向調査などのマーケティング
に活用できるシステムの導
入支援」などが挙げられる。

ここで理解してほしいの
は、前者のIT支援は遅れて
いて、後者のほうがよいとい
う問題ではないということ。
そもそも業種ごとにIT化の
進捗度は異なるし、取引先ご
とに社員のPCスキルなどIT
レベルは異なるからだ。
金融機関の担当者にとって
大切なのは、取引先のIT化
の動機が自社の「経営課題」

とリンクしているかどうかを
確認することである。ITプ
ームに乗って不要不急な取組
みや背伸びしすぎた投資に走
らないようサポートすること
が大切なのである。

IT化は経営課題を 解決する手段の1つ

では、ここでいう経営課題
とは何だろうか。それは、⑦
売上の増強、④管理面の効率
化——に絞られる。前述した
紙の台帳からデータ管理へ移
行する作業は④管理面の効率
化だし、マーケティングに活

用できるシステムの導入支援
は⑦売上の増強につながるこ
とが分かるだろう。
例えば「受注が減少してい
るから、遠隔地からの注文を
受けていきたい」と言うなら
売上の増強が課題なので、そ
れに資する提案を行う。この
場合、遠隔地から注文を受け
るためのシステムにこだわる
必要はない。別の売上増強手
段があれば、それを提案する
のもよい。
IT化ニーズがあるか把握
したい場合「IT化について
どのようにお考えですか？」
といった質問を改めて投げか
ける必要はない。ありふれた
会話の中から一般的な経営課
題を拾っていき、その課題を
解決する1つの方法としてIT
支援を考えていこう。
以下では、そうした経営課
題に関する声かけから、取引
先のIT化ニーズをキャッチ
する方法を紹介したい。

トーク1 他社のホームページと
比べて改善したいと
考えている点はありますか



トーク2 ネット販売について
どのような課題を
感じていますか



【売上面の課題発掘①】

【売上面の課題発掘②】