



# 働き方改革実現のための 「DXのすすめ」

株式会社 IT 武装コンサルティング



IT 武装戦略コンサルタント。  
IT 武装で、社長のための「増収増益を達成する」戦略立案のエキスパート。  
経営指導歴は20年を超え、これまで800名以上の経営者や起業家を直接指導。  
中小企業の経営規模や業種を問わず、それぞれの企業が抱える悩みや課題を「IT武装戦略」で解決する。売上・利益アップ、業務効率化、新規事業立上げも成功へ導く実践・実益の経営コンサルタント。

その実力は、専門コンサルタント情報だけを収録した、経営者のための実務名鑑「日本の専門コンサルタント年鑑2018・2020年」に掲載される程。

大学卒業後、会計事務所系コンサルティング会社を経て、ITシステム会社、公的機関の経営指導員などを経験後、2014年(株)IT武装コンサルティングを設立、代表取締役役に就任。

またコンサルティング会社の他、2019年より地域振興を目的とした一般社団法人を経営する実業家である。人手不足や価格競争の渦に飲み込まれ、ジリ貧となっていく同業他社を横目に、時代に対応した儲け方で成長している。

1977年生まれ、北海道情報大学経営情報学部卒。

【公的機関・所属団体】

大分県よろず支援拠点：コーディネーター／大分県産業創造機構：専任アドバイザー  
一般社団法人夢あふれる野津原振興会 理事（道の駅運営）／野津原町商工会 副会長（2021年05月就任）

【クライアント指導実績の業種業態】

農家の直販、漁師の卸売、建設業、工務店、リフォーム業、酒類製造業、茶製造業、衣類製造業、情報サービス業、ソフトウェア販売、ホームページ制作業、化粧品、健康食品販売、食品メーカー、菓子製造業、損害保険サービス、生命保険サービス、不動産業、飲食店、居酒屋、ホテル、歯科診療所、調剤薬局、介護事業、学習支援業、弁護士、税理士、司法書士、行政書士、写真業、理美容業、葬祭業、カラオケボックス、印刷業、廃棄物処理業、自動車整備、中古販売など。



## 【セミナーのゴール】

- 単に知識を提供するだけの机上の空論ではなく、「実践で使える戦略」をお伝えし、明日から実践して頂く！
- コロナ禍で激変した経営環境とコスト高、続く人材難を捉え、DXを活用した生産性向上で大きな成果をあげて頂く！

## 【セミナーのテーマ】

- (打ち手1) 中小企業が取り組むべきDX！
- (打ち手2) 経営をラクにする「守りのDX」
- (打ち手3) 売上・利益を上げる「攻めのDX」



## ● 2024年は、明らかな転換期の年！

- ✓ ウクライナ・イスラエルの問題を見ても、日本経済や中小企業経営に与える影響は大きい。
- ✓ 加えて原材料の高騰、食材や資材が入ってこないエネルギー問題等、このような**新たな外部要因に対応した経営手法**が必須で、まさに「**転換期**」である！
- ✓ 消費者がイッキに**デジタルシフト**した時代、企業側も**デジタルシフト**させなければならない時代！
- ✓ **環境変化**に適應出来ないものは減じる！

## ● 転換期でも「変化するもの・しないもの」を見極める！

- ✓ **人の感情**は、時を超えても変化することが無い！
- ✓ 世界情勢が変化しても、**人間の五感**は変わらない！
- ✓ 気合と根性、勘と経験は、時代遅れなのか？



●経営は現金に始まり、現金で終わる!

- ✓ 現金は会社の血液。
- ✓ どんなに利益が出ていても、血液が止まれば会社は倒産する!

貸借対照表/BS

流動資産	負債
固定資産	資本
	利益

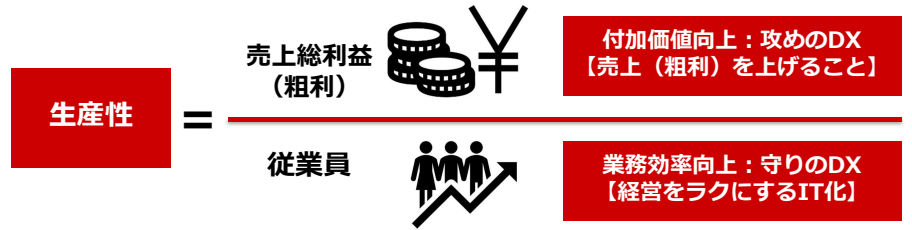
損益計算書/PL

変動費	売上高
固定費	
利益	



●中小企業が取り組むべきDX (デジタルトランスフォーメーション)

- ✓ DXとは、ITツールの導入を行うといった、局所的なことではない。
- ✓ データやデジタル技術を活用し、組織や経営戦略を変革し続け、価値提供の方法を抜本的に変えること!
- ✓ DX化は、付加価値向上 & 業務効率向上の二軸で判断する!
- ✓ 業績に直結する、インパクト大から手をつけること!



「営業DX」の導入により、開業期の工場稼働率が17%から85%へと大幅に伸長!

- 相談企業 株式会社村ネットワーク
- 相談所 藤沢 香月
- 支援者 大分県よろず支援拠点コーディネーター 工藤 康
- 相談窓口 097-537-2837

よろず支援拠点とは  
 県内各自治体の企業(製造業)に設置されている中小企業・小規模事業者のための無料の経営相談所。ここでは、マーケティング・ネットワーキング・コーディネーター (CO) と呼ばれる経営支援の専門家が中小企業・小規模事業者の相談に対応している。「COが中心」というから企業・小規模事業者の立場から、経営者・事業者の立場を尊重し、顧客に寄り添いながら、地域の支援機関と連携しながら、「今すぐに取り組みたい施策を実現できる」解決策を提案し、中小企業・小規模事業者の「できる」を伸ばしてあげる。

1. 相場のきっかけ  
 営業活動もできない状況

平成17年の創業。大分県内でも有数の産地である。販売先が全国に広がる。商品にこだわりの商品を提供している。商品は学校給食を中心に販売されており、販売の多いストランドなどにも積極的に販路を拡大している。自社技術を活かした商品を開発して、工場の敷地内に店舗を構えて小売事業に乗り出すなど、幅広い4つの事業部門を軸に展開中である。

相談者は、4年前に子育てで引っ越し先で地元である大分県山崎町の間に戻ってきた。そこで父



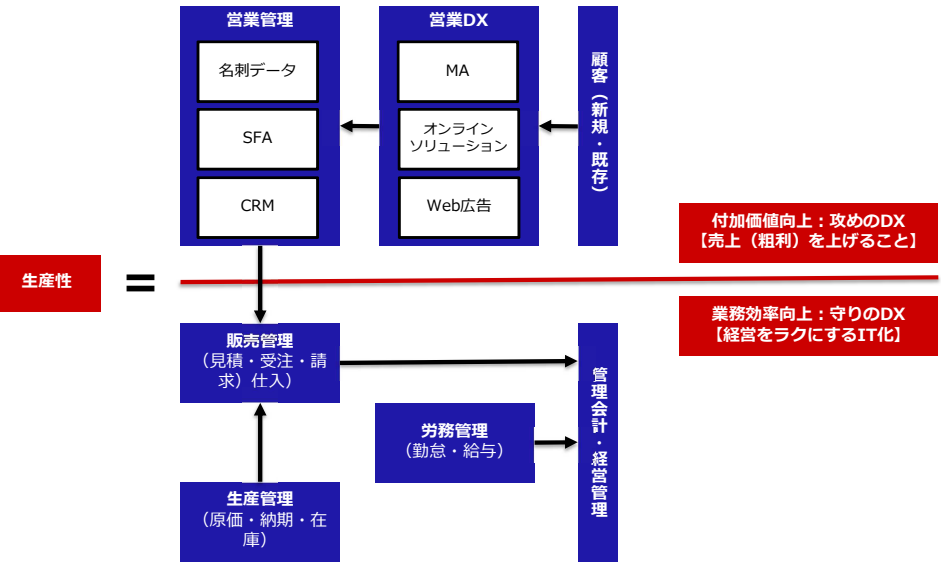
工場の稼働率を平準化させることが重要と判断した。同事業は、地元の子育て世代をターゲットとしており、高い加工技術力や小ロット対応、加工場の設備が揃い、一方で、加工時間がかかる割に成約率が低かった。そこで、営業の効率化を課題として設定し、非対面の「営業DX」に取り組むこととした。

3. ホームページに営業させ、非対面でも成約率を上げる!

学校給食向け加工に代わり、幅広い高収入加工事業に特化するとともに、サービスの幅を広げる。また、ホームページを強化して、広告を多用することで販路を拡げようとする。他、新しいものとし、Webサイト上のものを「勝手に営業」する仕組みを整えた。加えて、「自動見積もりシステム」を導入して、顧客がその場で見積もりを依頼できるようにした。システムづくりでは、同社のExcelに基盤とした素材別の手取りデータを活用した。

4. 開業期の工場稼働率は17%から85%へと大幅に伸長!

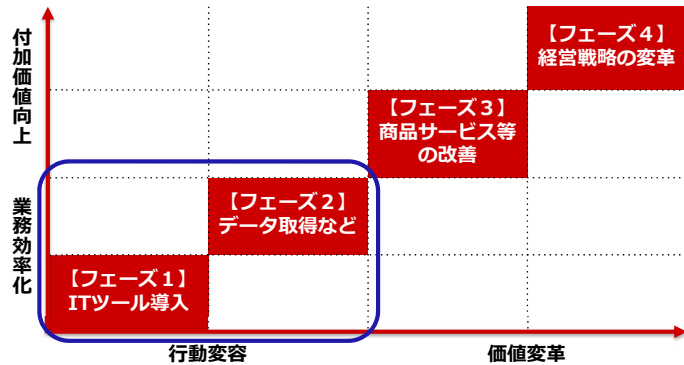
「営業DX」をはじめとする取組の結果、受注加工事業の売上高は前年対比201%へと拡大。また、開業期の工場稼働率は17%から85%へと大幅に伸長したことで、経営改善に寄与している。自動見積もりシステムは公開から4カ月間で利用回数300を記録し、潛在ニーズを獲得するなど営業の効率化に成果を上げていた。同社の取組は令和3年に「全国中小企業クラウド実践大賞」で、全国商工会連合会会長賞を受賞した。今後は社内に積極的にデジタルを取り入れて業務効率化を図っていく予定だ。





●中小企業が取り組むべき、DX 4段階フェーズ！

- ① どうしていいかわからない場合は、ITツール導入からスタート！
- ② ITツールによるデータ活用で、KKD（勘・経験・度胸）に頼らない経営。
- ③ データに基づく業務や商品サービスの改善を行う！
- ④ 全く新しいビジネスモデルを生み出し、顧客価値を創造する！



【経営をラクにするDX事例】

減収増益で営業利益率「12%」達成！

- 令和元年にオープンした「道の駅のつはる」を運営するY社。オープン後順調なスタートを切るも、新型コロナで来客・売上が一転減少。
- レストランの入店率が減少しているため、まずはテイクアウトを強化すべく、ネットオーダーシステムや専用タブレット端末を導入。
- そして、完全自動発注&セルフレジシステムも導入して原価と人件費を削減し、損益分岐点を下げる。並行してバックオフィスの効率化に取り組み、徹底したローコスト運営。
- 新型コロナで同業他社が業績を落とすなか、営業利益率12.4%の高収益化を達成。



●ツール導入による改善効果！

☹️Before

✓ 情報共有は「引継ぎノート」だが、全く情報共有できていない...

😊After

✓ 最初は一部スタッフに「サイボウズoffice」を導入したが失敗...

✓ 全スタッフで使える社内SNS



●ツール導入による改善効果！

☹️Before

✓ 給与計算の集計に時間が掛かっていた。

😊After

✓ 自動でデータ集計！

✓ 残業時間の「見える化」を実現！



● ECRSの4原則で始める、逆算の改善！

- ✓ ECRSは、業務改善効果の高い施策の順番と考え方を示したものの。
- ✓ E→C→R→Sの順に改善内容を検討・実施することで、適切な優先順位で業務改善を実践することが可能！

- ① 排除 (Eliminate) : 業務をなくすことができないか？
- ② 結合 (Combine) : 業務を1つにまとめられないか？
- ③ 交換 (Rearrange) : 業務の順序や場所などを入れ替えることで、効率が向上しないか？
- ④ 簡素化 (Simplify) : 業務をより単純にできないか？

+自動化 (Automation) できないか？



● KPIマネジメントとは？

- ✓ KPIマネジメントとは、KPIを活用して進捗管理すること。
- ✓ KPIとは、Key Performance Indicatorsの略で、重要業績評価指標。事業を成功させるための鍵となる数字のこと。

● KGI(Key Goal Indicator)

- ✓ 最終的に到達したいゴールを数値で表したものの。
- ✓ 売上目標や利益目標、ユーザー数。

● CSF(Critical Success Factor)

- ✓ 重要な成功要因となるプロセス。



KPIマネジメント実践シート

(ver.2.0)

①理想のゴールを定量化する！ (KGI設定)

- ✓ 理想とするゴールを、期日設定を含めて定量化する。
- ✓ 例) 今期の売上高を1億円にする！/年間返済金額の営業利益を達成する！

②現状とギャップを埋める、「重要な行動」を洗い出す！

- ✓ 現状とギャップを埋める「行動(プロセス)」を多く書き出す！(目安@10個以上)
- ✓ 書き出した行動から、「成果につながる重要な行動(プロセス)」を3つ以内に絞る！

売上	客数	来店数	購入率	利益	売上	商品A	商品B
	一人当たり		単価			変動費	固定費
			個数				

③上記②を数値化する！ (KPI設定)

- ✓ 成果につながる重要な行動を、期日設定を含めて定量化する。
- ✓ 例) 月間の見込み集客を10名にする！/成約率を50%にする！

目標設定のためのヒント！

【ポイント】  
✓ ゴールから逆算して考える！  
✓ 成果につながる重要な行動を管理する！ (プロセス管理)

振り回りシート



大分県内 中小企業の オイタDX2024

経営者が抱えるお悩みを 大分県DXコーディネート事務局 が解決します！

実務経験豊富な DXコーディネーターが 無料相談でお悩みを解決します。

無料 個別面談  
60分 予約制

問題が山積みだ、問題を明確化しよう、問題解決に向けて、IT導入に取り込む

自己診断 相談・課題整理 課題解決ツール選定 導入

DXコーディネーターが、県内中小企業の経営者等に対して、経営課題や業務課題等の助言を行います。

ITツールに詳しいDXコーディネーターが、課題解決ツール選定を行い、IT導入補助金と併せて補助金活用が容易な環境を整えます。

売上向上や、ITツール定着等のためのフォローアップを実施します。

主催：大分県商工観光労働部DX推進課  
運営事務局：大分県DXコーディネート事務局 (担当：工藤)  
TEL 050-6865-2480  
平日 9:00 ~ 17:00 (土日祝除く)

一お申し込みはこちら  
ホームページからご予約ください  
https://bit.ly/dx24jp

相談までのステップ

- 1 ご予約  
ホームページの予約フォームにご入力ください
- 2 受付メール  
予約受付メールが届きます
- 3 ご連絡  
担当者から予約確認のメールが届きます

DXコーディネーターは中小企業診断士やITコーディネーター等で構成しています。大分県内の経営者を対象に、売上拡大や資金繰り改善など、さまざまな経営課題についてご相談をお受けしており、十分な実績と経験を持っています。守秘義務も遵守しますので、安心してお相談ください。

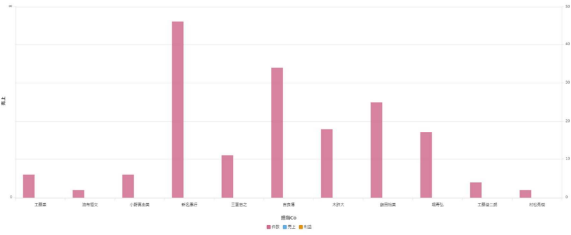
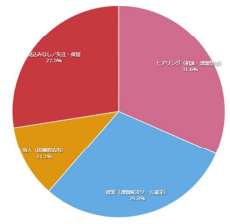
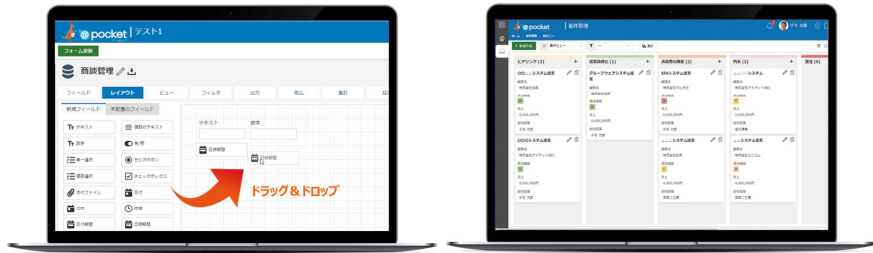
DXコーディネーターのご紹介

DXコーディネーター 三笠 志之	DXコーディネーター 藤田 智美	DXコーディネーター 水村 大	DXコーディネーター 池田 佳文	DXコーディネーター 工藤 健二朗	DXコーディネーター 新名 康行
DXコーディネーター 菅 貴博	DXコーディネーター 福澤 弘	DXコーディネーター 小野 真由美	DXコーディネーター 宮野 大樹	DXコーディネーター 村松 貴博	DXコーディネーター 工藤 賢

主催：大分県商工観光労働部DX推進課 / 運営事務局：大分県DXコーディネート事務局



●ノーコードの業務アプリを活用する！【アットポケット】



●経理を自動化し、月次決算を翌月10日以内にする！



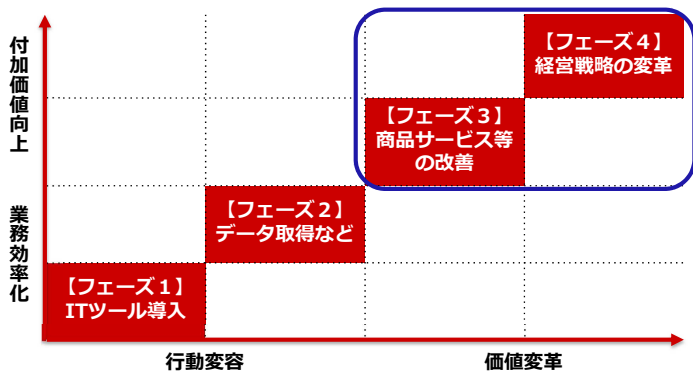
●会計データの可視化をする！【経営支援クラウドbixid（ビサイド）】





●中小企業が取り組むべき、DX 4段階フェーズ！

- ① どうしていいかわからない場合は、ITツール導入からスタート！
- ② ITツールによるデータ活用で、KKD（勘・経験・度胸）に頼らない経営。
- ③ データに基づく業務や商品サービスの改善を行う！
- ④ 全く新しいビジネスモデルを生み出し、顧客価値を創造する！



●マーケット（市場）で何が儲かっているか？

- ✓ 「スイカを100個、メロンを50個」売る計画を策定した。
- ✓ 実際の販売結果は、「メロンが80個」売れて、「スイカが30個」しか売れない場合、経営者はどうするか？



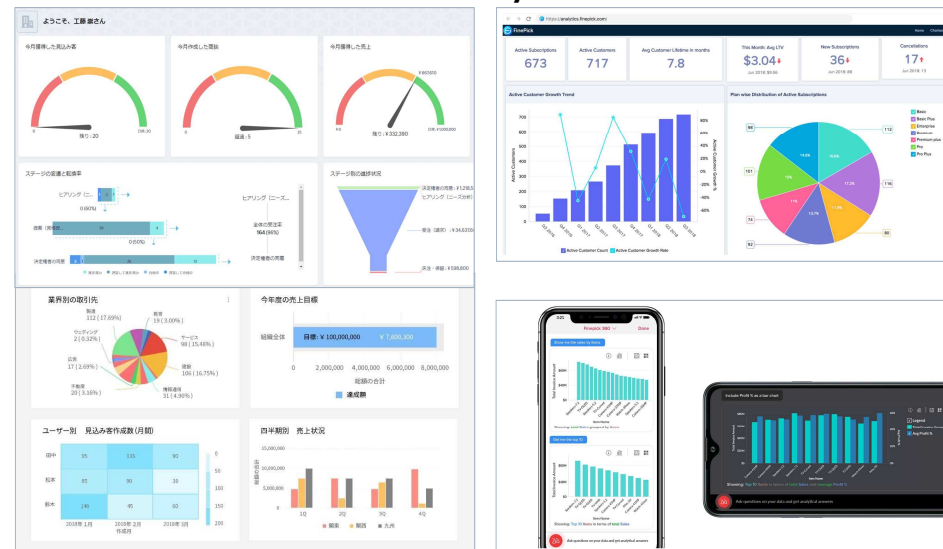
●マーケット（市場）で何が儲かっているか？

- ✓ 「売上の80%は上位20%の商品によって作られる」=パレートの法則
- ✓ パレートの法則を活用した、ABC分析で見える化を行う。

商品名	売上金額	構成比	累計	ランク
1000000	98,500	18.0%	18.0%	A
2000000	79,700	14.2%	32.2%	A
3000000	43,800	8.0%	40.2%	A
4000000	28,500	5.2%	45.4%	A
5000000	24,800	4.5%	50.0%	A
6000000	22,100	4.0%	54.0%	A
7000000	20,500	3.8%	57.8%	A
8000000	19,200	3.5%	61.3%	A
9000000	18,100	3.3%	64.6%	A
10000000	17,100	3.2%	67.8%	B
11000000	16,200	3.0%	70.8%	B
12000000	15,400	2.9%	73.7%	B
13000000	14,700	2.7%	76.4%	B
14000000	14,100	2.6%	79.0%	B
15000000	13,600	2.5%	81.5%	B
16000000	13,100	2.4%	83.9%	B
17000000	12,700	2.3%	86.2%	B
18000000	12,300	2.2%	88.4%	B
19000000	12,000	2.1%	90.5%	B
20000000	11,700	2.0%	92.5%	C
21000000	11,500	2.0%	94.5%	C
22000000	11,300	2.0%	96.5%	C
23000000	11,100	1.9%	98.4%	C
24000000	10,900	1.9%	100.0%	C
25000000	10,700	1.8%	100.0%	C
26000000	10,500	1.8%	100.0%	C
27000000	10,300	1.7%	100.0%	C
28000000	10,100	1.7%	100.0%	C
29000000	9,900	1.6%	100.0%	C
30000000	9,700	1.6%	100.0%	C
31000000	9,500	1.5%	100.0%	C
32000000	9,300	1.5%	100.0%	C
33000000	9,100	1.4%	100.0%	C
34000000	8,900	1.4%	100.0%	C
35000000	8,700	1.3%	100.0%	C
36000000	8,500	1.3%	100.0%	C
37000000	8,300	1.2%	100.0%	C
38000000	8,100	1.2%	100.0%	C
39000000	7,900	1.1%	100.0%	C
40000000	7,700	1.1%	100.0%	C
41000000	7,500	1.0%	100.0%	C
42000000	7,300	1.0%	100.0%	C
43000000	7,100	0.9%	100.0%	C
44000000	6,900	0.9%	100.0%	C
45000000	6,700	0.8%	100.0%	C
46000000	6,500	0.8%	100.0%	C
47000000	6,300	0.7%	100.0%	C
48000000	6,100	0.7%	100.0%	C
49000000	5,900	0.6%	100.0%	C
50000000	5,700	0.6%	100.0%	C
51000000	5,500	0.5%	100.0%	C
52000000	5,300	0.5%	100.0%	C
53000000	5,100	0.4%	100.0%	C
54000000	4,900	0.4%	100.0%	C
55000000	4,700	0.4%	100.0%	C
56000000	4,500	0.3%	100.0%	C
57000000	4,300	0.3%	100.0%	C
58000000	4,100	0.3%	100.0%	C
59000000	3,900	0.2%	100.0%	C
60000000	3,700	0.2%	100.0%	C
61000000	3,500	0.2%	100.0%	C
62000000	3,300	0.2%	100.0%	C
63000000	3,100	0.1%	100.0%	C
64000000	2,900	0.1%	100.0%	C
65000000	2,700	0.1%	100.0%	C
66000000	2,500	0.1%	100.0%	C
67000000	2,300	0.1%	100.0%	C
68000000	2,100	0.1%	100.0%	C
69000000	1,900	0.1%	100.0%	C
70000000	1,700	0.1%	100.0%	C
71000000	1,500	0.1%	100.0%	C
72000000	1,300	0.1%	100.0%	C
73000000	1,100	0.1%	100.0%	C
74000000	900	0.1%	100.0%	C
75000000	700	0.1%	100.0%	C
76000000	500	0.1%	100.0%	C
77000000	300	0.1%	100.0%	C
78000000	100	0.1%	100.0%	C
79000000	50	0.1%	100.0%	C
80000000	0	0.0%	100.0%	C
81000000	0	0.0%	100.0%	C
82000000	0	0.0%	100.0%	C
83000000	0	0.0%	100.0%	C
84000000	0	0.0%	100.0%	C
85000000	0	0.0%	100.0%	C
86000000	0	0.0%	100.0%	C
87000000	0	0.0%	100.0%	C
88000000	0	0.0%	100.0%	C
89000000	0	0.0%	100.0%	C
90000000	0	0.0%	100.0%	C
91000000	0	0.0%	100.0%	C
92000000	0	0.0%	100.0%	C
93000000	0	0.0%	100.0%	C
94000000	0	0.0%	100.0%	C
95000000	0	0.0%	100.0%	C
96000000	0	0.0%	100.0%	C
97000000	0	0.0%	100.0%	C
98000000	0	0.0%	100.0%	C
99000000	0	0.0%	100.0%	C
100000000	0	0.0%	100.0%	C

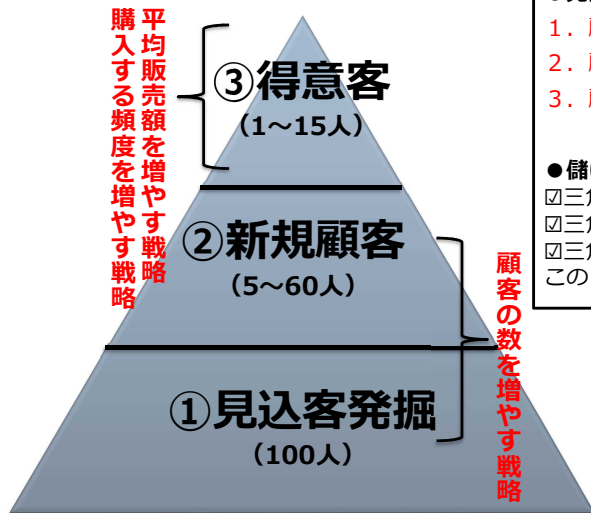


●BIツールを活用する！【Zoho Analytics】





●業績アップの三角形！



●売上をあげる方法はたった3つ！

1. 顧客の数を増やす
2. 顧客当たりの平均販売額を増やす
3. 顧客の購入する頻度を増やす

●儲ける仕組みづくりとは・・・

- ☑三角形を、「いくつ持つか？」
  - ☑三角形を、「どれだけ大きくするか？」
  - ☑三角形を、「キレイな形にできるか？」
- この3点について戦略を構築すること！




●6つの売り方と、売上を上げる方程式！

売り方/ジャンル	営業プロセス	売上を上げる方程式
①来店型	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗にお客様が来店する</li> <li>立地の良し悪しでほぼ繁盛が決まる</li> <li>小売業、飲食店、クリニック、商業施設等</li> </ul>	売上 = 客数 × 平均単価
②BtoCセールス型	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業マンがお客様に訪問</li> <li>住宅メーカー、不動産、リフォーム、保険代理店等</li> </ul>	売上 = 問合せ数 × アポ率 × 成約率 × 平均単価
③BtoBセールス型	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業マンが法人企業に訪問</li> <li>製造業、メーカー、販売店等</li> </ul>	売上 = 案件数 × 受注率 × 平均単価
④ECサイト型	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般消費者向けネットショップ</li> <li>大手ショッピングモール、独自ショップ (ASP) 等</li> </ul>	売上 = アクセス数 × 購入率 × 平均単価
⑤配置販売型	<ul style="list-style-type: none"> <li>典型は「富山の置き菜」</li> <li>立地&amp;設置場所は重要</li> <li>自販機、コインパーキング、オフィスコーヒー&amp;菓子等</li> </ul>	売上 = 客数 × 購入率 × 平均単価
⑥企画販売型	<ul style="list-style-type: none"> <li>見込み客を一箇所に集め、商品やサービスを売る</li> <li>競合も比較もない状態で、実演や試食、イベント等を実施</li> </ul>	売上 = 客数 × 購入率 × 平均単価



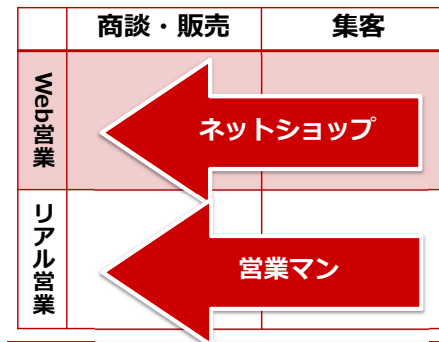
●集客とは？

- ✓ 見込み客を営業マンの前に連れてくる活動。

●営業とは？

- ✓ 目の前の見込み客に、営業マンが商談・販売する活動。
- ✓ 営業マンは販売（セールス）のプロだが、集客のプロではない！

【よくある営業プロセス】



【成果を上げる営業プロセス】





【クライアント事例】

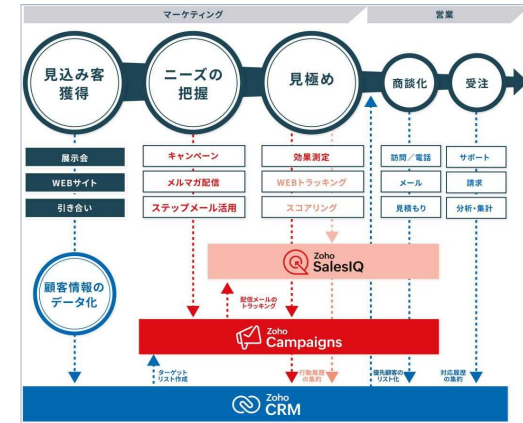
コロナ禍でも営業DXで増収増益！

- 業務用きのこの生産・販売を展開する農事組合法人D社。自社のWeb営業戦略を構築する。
- 新型コロナ影響で、例年参加の展示会が全て中止。売上が激減する。
- メールを活用した営業を展開。既存得意先向けと、BtoB向けメールDM @12,000通。配信数日で各7件~8件、計15件の問い合わせを獲得する！
- 「前代未聞の経済状況の中でも落ち着いて営業に取り組めるようになったことが信じられません！」
- ✓ 2018年11月期：3.4億円
- ✓ 2019年11月期：4.3億円
- ✓ 2020年11月期：4.5億円と増収増益！



●「Zoho CRM」で実現する営業の自動化！

- ✓ デジタル化推進で最大の注意点は、**全てデジタル化しない**
- ✓ 効率化の先は、人と人の**アナログ接触の量を最大化**すること！
- ✓ 令和の営業でも、GNP（義理・人情・プレゼント）は重要



●個人客向け集客導線！

見込み客集客

商談・販売

顧客維持




●中小企業が取り組むべき、SNS活用戦略！

	Facebook	Twitter	Instagram	LINE
属性	20代~50代 男女幅広く	10~40代以下 若い世代	10~30代 女性が中心	10~50代 幅広い年齢層
拡散性	高い	非常に高い	やや高い	ほとんどない
主な特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>●実名でアカウント作成「Facebook ページ」という専用ページを個人が作成</li> <li>●親密度などの独自の基準に基づき、タイムラインに情報が流れる</li> <li>●知り合い中心のSNSなので共感度が高い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●140文字までの字数制限</li> <li>●時系列表示のほか、ハイライトやおすすめのツイートも表示される</li> <li>●複数のアカウントを作成できる</li> <li>●繋がるための「#(ハッシュタグ)」でリアルタイムを共有</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●画像中心のコミュニティ</li> <li>●ハッシュタグで検索される ※ハッシュタグをつけないと検索されにくい</li> <li>●「ストーリーズ」で可愛い画像を加工できたり、ライブ配信もできる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「LINE 公式アカウント」という企業アカウントを使用</li> <li>●友達登録してくれた方だけに情報を送ることができる</li> <li>●クーポン、アンケート、スタンプなど多様な機能がある</li> </ul>
炎上リスク	低い 実名制なので他の SNS に比べると信頼性が高く、炎上しにくい	高い 匿名やサブアカウントも多く、炎上する場合もある	低い 画像中心のコミュニティなので拡散性も低く、炎上しにくい	低い メッセージアプリなので、炎上しにくい





●個人客向け集客導線！

見込み客集客

商談・販売

顧客維持



2024年8月30日  
台風10号 襲来  
台風10号、進路変更でまさかの直撃! 皆様の地域では、大丈夫なんでしょうか? 今、まさに台風がある地域、これから台風が通る地域の皆様、どうか早めに備えをされて、...

2024年8月23日  
新米 追加ご予約について  
連日、たくさんのお米販売サイトがある中で、久保さんのお米にお問い合わせいただき、本当にありがとうございます。こちらも...

2024年8月19日  
まさかの完売! そしてお盆休みへ  
皆様、お盆休みいかが過ごされましたでしょうか? 今日からお仕事! という方も多いでしょうか? 今、まさに台風がある地域、これから台風が通る地域の皆様、どうか早めに備えをされて、...

2024年8月12日  
楽天『ふるさと納税』もお願いします!!  
大分県宇佐市のふるさと納税返礼品(楽天)でも、久保さんのお米をお届けできます! (^\_^) 3ヶ月・6ヶ月の真空パック 白米定期便もご用意です! / 人口減少がもたらす...  
...



●Web広告を活用する！

facebook

LINE 広告

Google Adwords

YAHOO! JAPAN プロモーション広告

中央町店 2周年祭  
初回体験 2,000円  
全身ストレッチ初体験 痛み、絡めないで 事前予約限定 自肩腰  
9/20(月)までに 事前予約いただいた1,500人を対象にした 特別価格 2,000円でさせていただきます!

おうちでのスポーツ観戦やホームパーティーのおともにご利用ください  
お家で楽しむ本格的なお肉料理  
お肉料理の特別価格でご用意いたしました。今ならWebポイントでさらに送料もサービスさせていただきます。

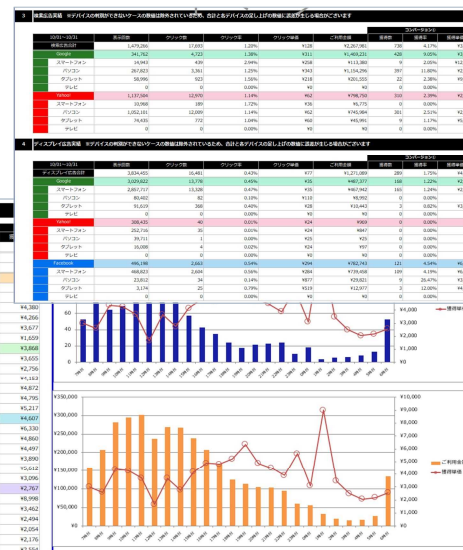
【業務用特別】会員登録いただいた方に限りお申し込みが条件です  
お肉料理の特別価格でご用意いたしました。今ならWebポイントでさらに送料もサービスさせていただきます。



●Web広告を活用する！

15 月別 集客・売上・利益(広告費別) (集客: 2024/08/01~2024/08/31)

月別	集客	売上	利益	広告費	集客単価	売上単価	利益単価
1月	1,200	120,000	100,000	10,000	100	100	83.3
2月	1,500	150,000	120,000	12,000	100	100	83.3
3月	1,800	180,000	140,000	14,000	100	100	83.3
4月	2,100	210,000	160,000	16,000	100	100	83.3
5月	2,400	240,000	180,000	18,000	100	100	83.3
6月	2,700	270,000	200,000	20,000	100	100	83.3
7月	3,000	300,000	220,000	22,000	100	100	83.3
8月	3,300	330,000	240,000	24,000	100	100	83.3
9月	3,600	360,000	260,000	26,000	100	100	83.3
10月	3,900	390,000	280,000	28,000	100	100	83.3
11月	4,200	420,000	300,000	30,000	100	100	83.3
12月	4,500	450,000	320,000	32,000	100	100	83.3





●稼いだキャッシュをビジネスへ再投資する！

✓ 収益性を高めて稼いだキャッシュを、どんどんビジネスへ回す！

貸借対照表/BS

流動資産	負債
固定資産	資本 利益

損益計算書/PL

変動費	売上高
固定費	
利益	



●本日のまとめ

1. 生産性向上は、付加価値向上&業務効率向上の二軸で判断する！
2. 中小企業が取り組むべき、DX 4段階フェーズで考える！
3. 無駄なアナログを無くし、有効なアナログ接触の量を最大化する！

●振り返りノート

・このセミナーでの気づき

- ①
- ②
- ③

・このセミナーで発見した課題

- ①
- ②
- ③

・今すぐやろうと思ったこと

- ①
- ②
- ③