

日本中小企業におけるクラウドサービス

日本中小企業のクラウドサービス利活用を促進するための方向提案

[2014・FW] 20921008 イ ヨンヒ

1. 研究の背景と意義

日本企業を取り巻く環境は、市場のグローバル化やボーダレス化など急速に変化している。様々な変化に柔軟に対応するために IT は必要不可欠なツールとなっており、近年、戦略的な IT 投資の一つとしてクラウドサービスが注目を集めている。クラウドサービスは様々なメリットを持ち、特に多くの資金を IT 部門に投資することが難しい中小企業にとっては、いかにクラウドサービスを戦略的且つ効率的に活用していくかが企業経営の鍵となっている。

しかし、日本国内中小企業のクラウドサービスの利活用率は上昇しているものの、IT 利活用が進んでいる米国と比較した場合、利活用が遅れている。そのため、日本国内外で日本中小企業の競争力を高めるためには、クラウドサービス利活用の促進方向を示すことが必要であると判断したのが本研究の背景である。

2. 研究目的・方法

クラウドサービスの利活用の遅れは、グローバル市場で日本中小企業の競争力を低下させ、日本の経済成長を阻害する 1 つの要因であると見られる。そのため、本研究を通し、日本中小企業のクラウドサービス利活用が遅れている原因と課題を明確にした上で、中小企業のクラウドサービス利活用を促進する方向を示すことで日本中小企業の競争力を高め、日本経済発展に貢献することを目的とする。

研究方法としては、調査報告書や書籍を中心とした文献調査を行うと同時に企業の Web サイトなどを活用して研究を進めていく。

3. 研究結果・考察

第 1 に、日本中小企業におけるクラウドサービス利活用の現状について研究を行った。その結果、日本国内におけるクラウドサービス利活用は年々上昇しているものの、大企業と中小企業間の格差は大きく、日米間中小企業のクラウドサービス利活用の差は 2 倍以上あることが確認できた。また、日米間クラウドサービス利活用の差が生じる原因としては、日米間企業構造（文化、意識）の違いから格差が生じていることが確認できた。

第 2 に、クラウドサービスの利活用促進における課題を消費者行動論である AIDMA に沿って分析を行った。分析結果、Attention（認知）の段階から Interest（興味）の段階に至るユーザーは少なく（IT 知識の不足）、興味段階ま

でユーザーを呼び込める対策が必要であることが確認できた。

第 3 に、興味段階までユーザーを呼び込めるような対策を IT 人材育成の観点から考え、研究を行った。IT 人材育成は、大きく IT スキルと経営の 2 つの視点に分けて考えることができる。本研究では、日本中小企業が自社社員に対して主な IT 人材育成の対策として活用している「外部セミナー・講習会」を中心に検討を行った。その結果、「外部セミナー・講習会」では、「クラウドサービスの機能やメリットに対する紹介（提供ベンダーサービスの紹介）」等 IT スキル内容を中心としたセミナーが多く開催されていることが確認できた。消費者行動論を用いて説明すると、クラウドサービスの利活用促進に必要とされる興味段階までユーザーを呼び込むようなセミナーより、導入検討段階まで至ったユーザーを対象にしたセミナーが多く開催されていると言える。そのため、クラウドサービス利活用を促進するためには、興味段階までユーザーを呼び込むことができる新たな外部セミナー内容が必要であると判断した。

第 5 に、新たな外部セミナーの内容として、クラウドサービスの機能の紹介だけでなく、ユーザー企業の業務に関する課題や問題点を明確にすることからユーザーの興味を誘発することができるかと判断し、外部セミナーに「経営の見える化」の内容を取り入れることを提案した。

4. 結論

中小企業のクラウドサービス利活用を促進するためには、IT スキルだけではなく、ユーザー企業の業務に関する課題を明確にすることも重要である。本研究で「経営の見える化」をセミナーに取り入れることを提案した理由もここにある。その理由は、ユーザーの業務課題を明確化した上で、その課題を解決するための 1 つの IT ツールとしてクラウドサービスを紹介すれば、Attention（認知）段階に留まっていたユーザーが Interest（興味）段階まで至り、導入検討を行うプロセスに入る可能性が高くなると共に、導入検討を行うユーザが増えれば、さらに導入まで至るユーザーの割合も比例して増加していくと予想されるからである。そのため、本研究では、クラウドサービスに対するセミナー内容を IT スキル中心のセミナーから経営の側面から考えたセミナーを開催することを提案した。