

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

1. ポイント

- DXの概要を、抜け漏れなく説明する
 - 説明が不十分だと、
 - 「ん？そのデジタルサービスは誰が使うの？」
 - 「いつ、どういうときに使うの？」
- 聞き手が理解できない

DXの概要

2. 5W1Hという考え方を使って、抜け漏れなく説明する

- **W**hat ? 何をつくるの？
- **W**hy ? なぜ？
- **W**here ? どこで？
- **W**ho ? 誰が？
- **W**hen ? いつ？
- **H**ow ? どのように？

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

今回のポイント

What（何を作るか）

What（何を作るか）

1. What（何を作るか）

- デジタルサービスの概要
- どのような作業が、デジタル化によって、どのように変わるか

What（何を作るか）

1. 経費精算

- レシートに書かれている金額を入力して、経費として会社に申告
→ レシートをカメラで読み取ると、自動的に金額が申告される



What（何を作るか）

1. コールセンター

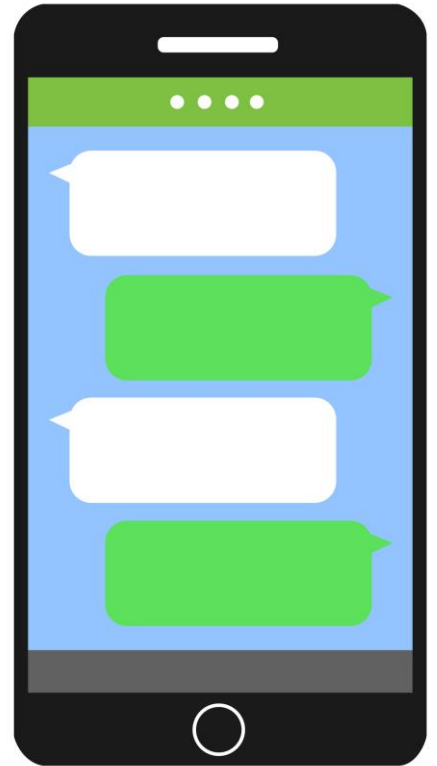
- 顧客からの問い合わせを電話で対応
→ DX化したい・・・どうする？



What（何を作るか）

2. チャットで質問すれば自動で回答してもらえるシステム

- まずはチャットで入力・相談すると、自動的に教えてくれる
- それでも分からないところがあれば電話で相談
- 顧客も待ち時間が少ない
- 電話の件数も減るので、社員の負担も減る



今回のポイント

What（何を作るか）

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

今回のポイント

Why （なぜ使うか）

Why（なぜ使うか）

1. 意味

- デジタルサービスを使う「理由」
- 現在の業務の問題点やストレスを明確にして、
デジタルによって問題を解決できる
ということを説明する

Why（なぜ使うか）

1. 経費精算

- レシートに書かれている金額を入力して、経費として会社に申告
→ レシートをカメラで読み取ると、自動的に金額が申告される



Why（なぜ使うか）

1. コールセンター

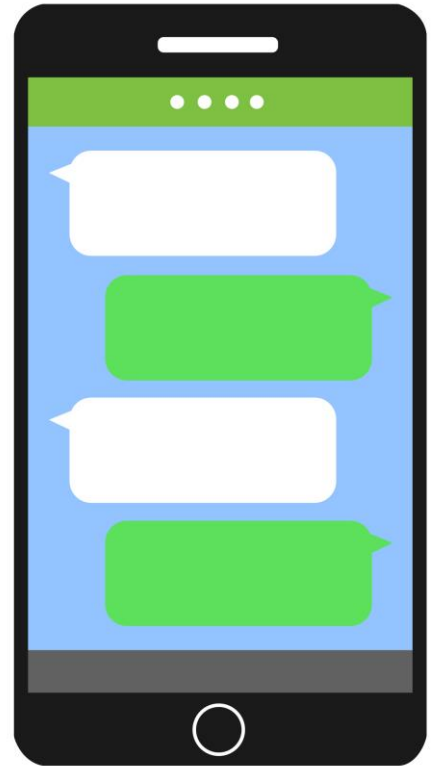
- 顧客からの問い合わせを電話で対応
→ DX化したい・・・どうする？



Why（なぜ使うか）

2. チャットで質問すれば自動で回答してもらえるシステム

- まずはチャットで入力・相談すると、自動的に教えてくれる
- それでも分からないところがあれば電話で相談
- 顧客も待ち時間が少ない
- 電話の件数も減るので、社員の負担も減る



Why（なぜ使うか）

1. これらのデジタルサービスを使うべき理由は？

Why（なぜ使うか）

1. これらのデジタルサービスを使うべき理由は？

- 面倒で時間がかかる作業を、
デジタルによって効率化できる
→ 社員や顧客のストレスを減らすことができる

2. ポイント

- DXを行う理由がわかりやすいほど、
そのDXプロジェクトの企画は通りやすい
→ 逆にいうと、企画が通りにくいケースは？

今回のポイント

Why（なぜ使うか）が弱いと、
企画の説得力も弱い

Why（なぜ使うか）

1. よくある企画

- 「なんか新しいデジタルサービスが流行ってるらしいので、うちでも導入してみましよう」
 - Why（使う理由）が弱い
 - 企画が通りにくい

2. 大事なポイント

- Why（デジタルを使うべき理由）をはっきり言えるか
 - はっきり言える企画は、多くの人を説得できる

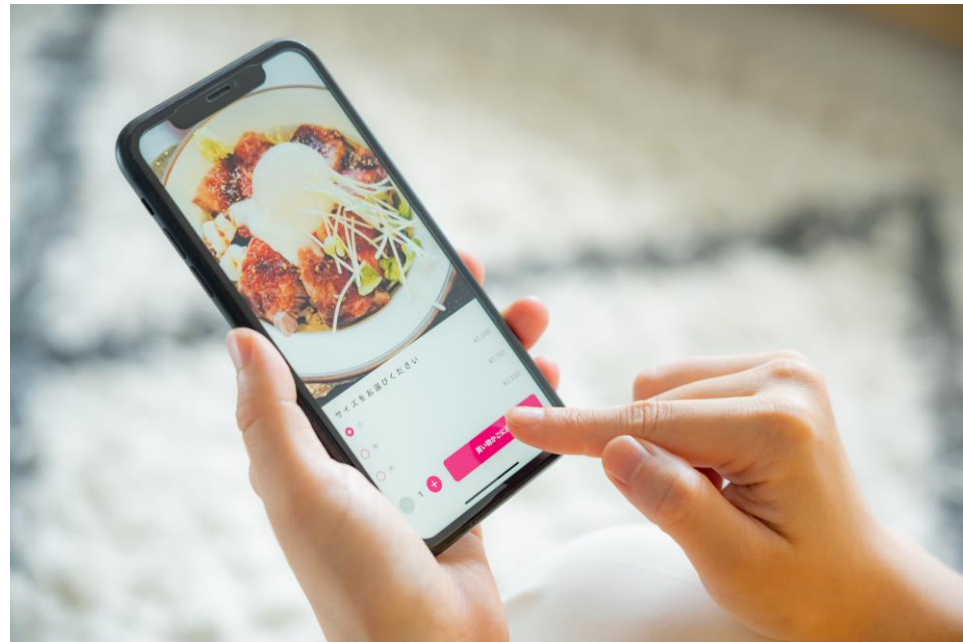
今回のポイント

Why（なぜ使うか）を幅広く考える

注文のDX

1. 効率的な注文システム

- 口頭で注文を受けるのではなく、
- すべてオンラインで注文を受ける



注文のDX

1. オンライン注文にすべき理由は？

- 注文がかんたん
- 注文管理もかんたん

→ それだけ？

2. ほかに

- 口頭で注文を受けると、注文を聞き間違えることもある
→ 料理を作りなおす（コストが高い！）
- オンラインで注文してもらえば、注文ミスはなくなる

今回のポイント

Why （なぜ使うか）

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

今回のポイント

Who（誰が使うサービスか）

飲食店の運営

どういうDXが考えられるか？



予約のDX

1. 効率的な予約

- 電話で予約を受けるのではなく、
- **すべてオンラインで予約できるようにする**



Who（誰が使うか？）

1. 予約管理システムを導入する

- 誰が、どういう機能を使う？

来店者

- 予約する
- 予約を変更する
- 予約をキャンセルする

vs

店舗スタッフ

- 今日の予約人数を知る
- 予約を変更する
- 予約をキャンセルする

Who（誰が使うか？）

1. ポイント

- デジタルサービスを使う人
→ 1人ではない
- 予約する人、予約を管理する人

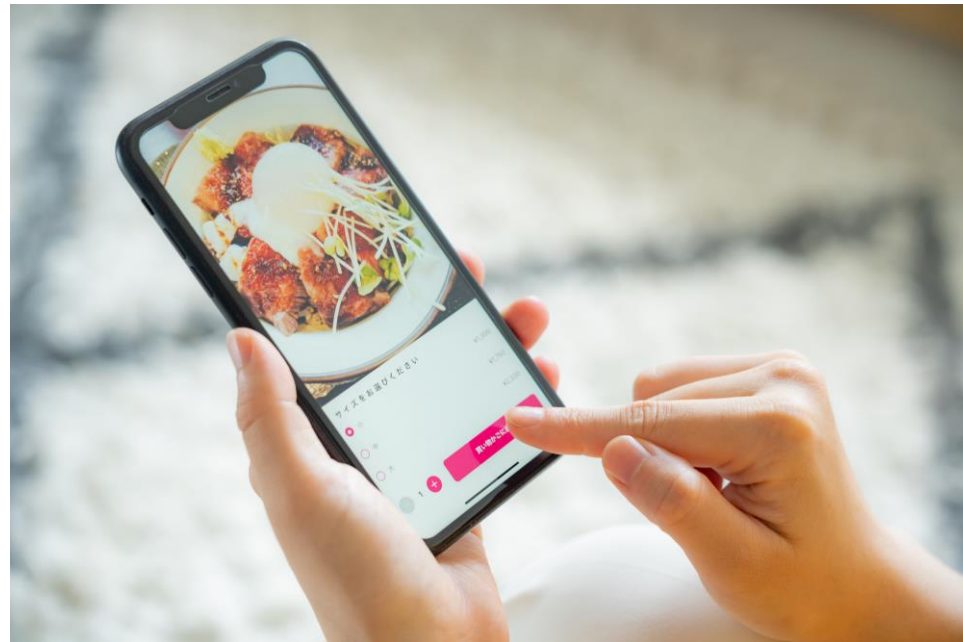
今回のポイント

注文のDX

注文のDX

1. 効率的な注文システム

- 口頭で注文を受けるのではなく、
- すべてオンラインで注文を受ける



Who（誰が使うか？）

1. オンライン注文システムを導入する

- 誰が、どういう機能を使う？

来店者

- 注文する

vs

店舗スタッフ

- 新しい注文を見る
- メニューを追加する
- メニューを削除する

今回のポイント

Who（誰が使うサービスか）

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

どこで、いつ、どのように使うか

1. ポイント

- 具体的な利用シーンを説明する
- 家で使うのか、オフィスで使うのか？（どこで）
- 昼？夜？（いつ）

予約のDX

1. 効率的な予約

- すべてオンラインで予約管理できるようにする
 - 予約管理はどこでする？店舗？
 - それとも店長が自宅にいるときにも使えるようにする？



今回のポイント

How（どのように使うか）

どこで、いつ、どのように使うか

1. ポイント

- 具体的な利用シーンを説明する
- 家で使うのか、オフィスで使うのか？（どこで）
- 昼？夜？（いつ）

→ 利用シーンが明確になると、

どのように使うか、が明確になる（たとえば端末）

どのように使うか

1. 端末もいろいろ

- PC、タブレットなど
- 使う場所・状況に合った端末を選ぶ



予約のDX

1. 効率的な予約

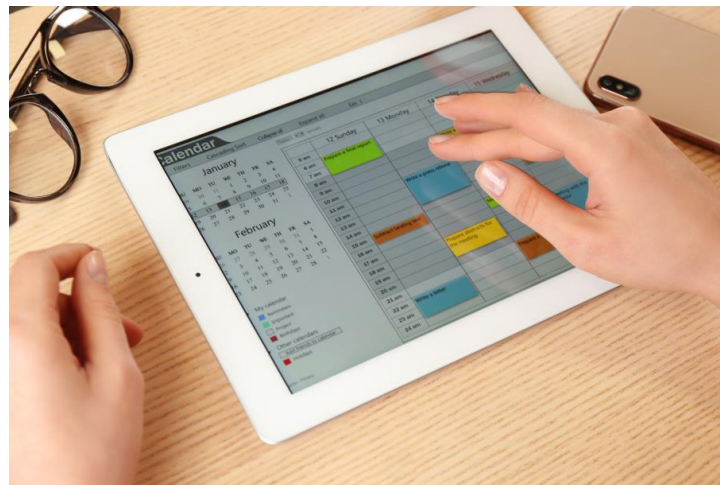
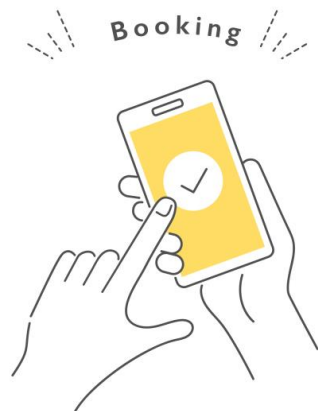
- すべてオンラインで予約管理できるようにする

→ 予約管理はどこです？店舗？

→ タブレット

→ 店長が自宅にいるときも使える？

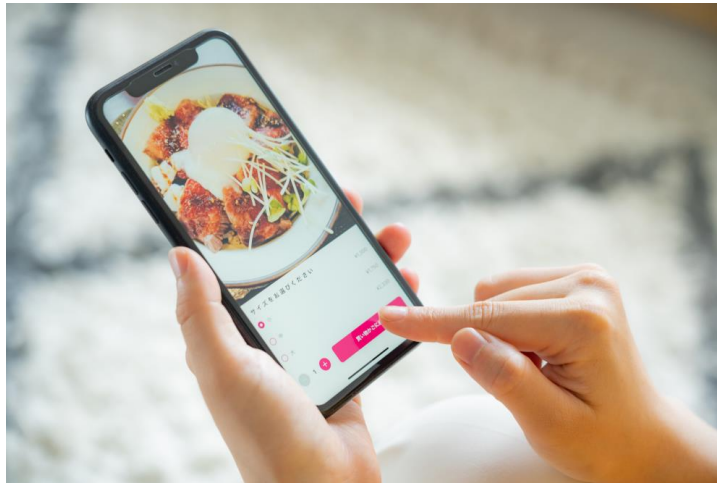
→ スマートフォン



注文のDX

1. 効率的な注文システム

- すべてオンラインで注文を受ける
 - お客様が自分のスマートフォンで注文できる？
 - それとも、テーブルにタブレット端末を置く？
- コストは大きく変わってくる



DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

DXの概要

ポイントは「抜け漏れなく説明する」

What	何を作るか
Why	なぜ使うか
Who	誰が使うか
Where	どこで使うか
When	いつ使うか
How	どのように使うか

今回のポイント

画像を使う

画像を使う

1. ポイント

- DXの重要性を伝えるためには、
デジタルサービスを使うイメージをつかんでもらう
ことが重要
- 利用シーンは、言葉では説明しにくいので、
できるだけ画像、イラストを使うとよい

予約のDX

1. 効率的な予約

- 電話で予約を受けるのではなく、
- **すべてオンラインで予約できるようにする**



コールセンターのDX

1. コールセンター

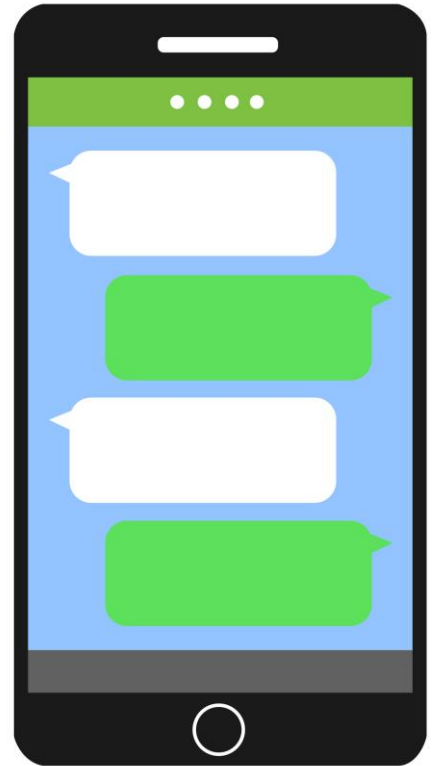
- 顧客からの問い合わせを電話で対応
→ DX化したい・・・どうする？



コールセンターのDX

2. チャットで質問すれば自動で回答してもらえるシステム

- まずはチャットで入力・相談すると、
自動的に教えてくれる
- それでも分からないところがあれば
電話で相談
- 顧客も待ち時間が少ない
- 電話の件数も減るので、社員の負担も減る



今回のポイント

DXを進めるときに大事な「共感」

DXを進めるときに大事な「共感」

1. ポイント

- DXを進めるときには、多くの人に
「たしかに、その作業は面倒だよね！」
「デジタルで楽になったらうれしいよね！」
という共感を持ってもらうことが大事
(周囲の協力を得やすい)

今回のポイント

画像を使う

DXの概要

1. 抜け漏れなく説明する
2. 何を作るか (What)
3. なぜ使うか (Why)
4. 誰が使うか (Who)
5. どこで、いつ、どのように使うか
6. 画像を使ってイメージしやすい説明をする
7. Before/After で比較してDXの必要性を説明する
8. まとめ

今回のポイント

Before/After で比較して
DXの必要性を説明する

Before/After で比較してDXの必要性を説明する

1. ポイント

- DXを進めることで、
 - こんなに面倒だった業務が、
 - こんなに便利になります！
- 変化を分かりやすく説明する

Before/After で比較してDXの必要性を説明する

1. 経費精算

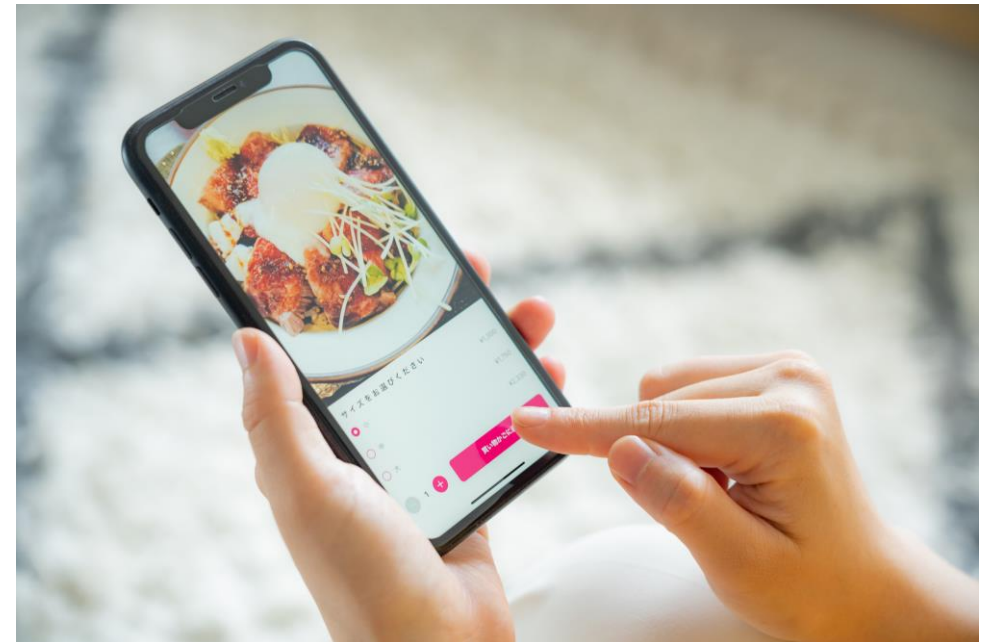
- レシートに書かれている金額を入力して、経費として会社に申告
→ レシートをカメラで読み取ると、自動的に金額が申告される



Before/After で比較してDXの必要性を説明する

1. 効率的な注文システム

- 口頭で注文を受けるのではなく、
- すべてオンラインで注文を受ける



今回のポイント

デジタル化する前の、
困っている画像も効果的

困っている画像も効果的

1. 同じような質問をたくさん受ける

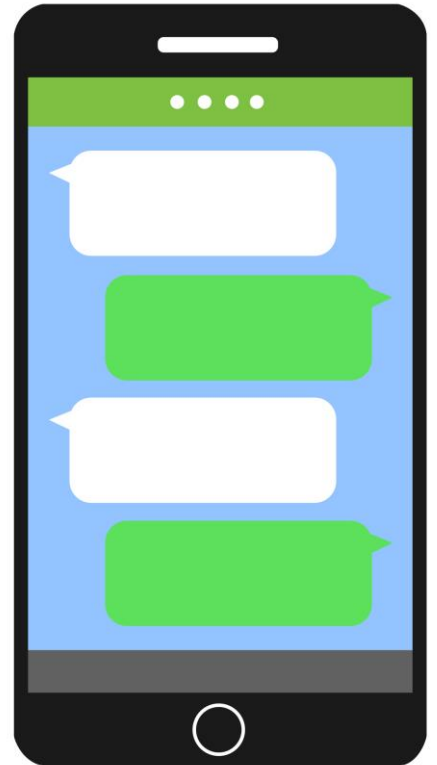
- ・ 社員「うちの会社の退職金制度について質問があります」
- ・ 人事「また同じ質問か・・・毎日毎日・・・面倒だな・・・」



困っている画像も効果的

1. 同じような質問をたくさん受ける

- 社員「うちの会社の退職金制度について質問が・・・」
- まずはチャットで入力・相談すると、
自動的に教えてくれる
- それでも分からないところがあれば
人事に直接相談
→ 人事の「繰り返し作業」を効率化できる



今回のポイント

DXを進めるときに大事な「共感」

DXを進めるときに大事な「共感」

1. ポイント

- DXを進めるときには、多くの人に
「たしかに、その作業は面倒だよね！」
「デジタルで楽になったらうれしいよね！」
という共感を持ってもらうことが大事
(周囲の協力を得やすい)

DXを進めるときに大事な「共感」

1. ポイント

- DXを進めるときには、多くの人に

「たしかに、その作業は面倒だよね！」 = Before

「デジタルで楽になったらうれしいよね！」 = After

という共感を持ってもらうことが大事
(周囲の協力を得やすい)

今回のポイント

Before/After で比較して
DXの必要性を説明する