

中小企業のための IT 用語解説

第 1 回：IT 用語との上手な付き合い方

IT 活用のポイントは、「IT でできること、できないこと」を見極めること！

「中小企業の IT 活用は大企業の IT 活用と異なるものか？」。この問いに対する答えは、当然、イエスである。例えば、大企業の多くは、業務効率化や顧客サービスレベルの向上などを目指し、ERP (Enterprise Resource Planning) や SCM (Supply Chain Management) などの大規模で高価な業務ソフトウェア・パッケージの導入を進めているが、中小企業が同様のソフトウェア・パッケージを導入することは、資金力の点で不可能に近いし、中小企業の業務規模などを考えると、それらが有している機能は明らかに過剰である。

また、大企業では、業務効率化やコスト削減を主眼として、IT が活用されるケースが多い。一方、中小企業の場合は、特に現在のような不景気下では、何よりも売上を増やすことが重要であり、商品やサービスの競争力強化や営業力強化につながる IT 活用に投資をすべきである。

大企業向けの IT ソリューションをそのまま中小企業に導入しようとしても上手くいかないことは、ソリューションを提供する側の事業者の間でも、基本的な認識となりつつある。各社とも、今後のビッグマーケットと目される中小企業マーケットをターゲットとした、簡易版業務ソフトウェア・パッケージの開発や安価な ASP (Application Service Provider) サービスの提供などに注力している。

このように、中小企業に大企業と異なる IT の活用が求められることは間違いない。一方で、それを使うのが中小企業であれ、大企業であれ、また、行政であれ、消費者であれ、「IT は IT」であることも確かである。IT とは、「Information Technology」の略であることから明らかであるように、所詮は、技術、つまり道具でしかない。また、IT を上手く活用できるかどうかは、企業の大小とは全く関係の無い話である。事実、思うように IT 導入の効果が得られない大企業は山ほどあるし、一方で、IT を巧みに活用し、自社の競争力を高めている中小企業も少なくない。

中小企業、大企業問わず、IT 活用の際に求められるのは、IT の本質をしっかりと捉えることである。IT 活用が上手くいかないケースは、多くの場合、戦略の欠如、リーダーシップの不在、組織の壁、企業文化など、IT 以外の問題に起因している（図表 1 「よくある IT 活用の失敗」参照）。こうした問題を抱えたまま、IT を導入しても、効果が出ないのは当

然である。「IT は道具に過ぎない」、「IT で全てを解決できると思ったら大間違い」など、かなり前から言われていることではあるが、「IT で何を実現できるのか」と同時に、「IT で実現できないことは何か」を冷静に見極めることが肝要である。

本コーナーでは、以降 12 回にわたり、毎回、ある IT 用語を取り上げ、それが生まれてきた背景や経営や業務に与えるインパクト(ピンポイント・コラム「IT の負のインパクト」)などを解説していくが、その中で、「IT で何を実現されるのか」、また、「IT でできない部分は何か」を浮き彫りにしながら、それぞれの IT 活用のポイントを読者に伝えていきたいと考えている。

図表 1 . よくある IT 活用の失敗



IT用語はなぜ分かりにくいのか？

さて、初回となる今回は、具体的な IT 用語の解説に入る前に、IT 用語そのものについて考えてみたい。

ネットバブルが崩壊し、一時の IT ブームは去ったかのようにも見えるが、世の中にはあいかわらず IT 用語が溢れている。「よく耳にするけど、その内容は良く分からない」、「次から次へと新しい用語が出てきて、何が何だか分からない」などと感じている中小企業の経営者や IT 導入担当者の方も多いのではないだろうか。しかし、それについて過度の心配は無用である。IT 用語に対して、多くの大企業 IT ユーザーも同様に感じている。さらに、IT 用語は、以下に挙げるような理由から、ある意味、「分かり難くて当然」とも言える。

1. アルファベットやカタカナ用語が多い

多くの用語が欧米で生まれ、輸入されたものであることを考えるとやむを得ない部分もあるが、これが IT 用語を分かりにくくしている大きな要因となっていることは間違いない。例えば、「CRM (Customer Relationship Management)」という用語は、直訳すると、「顧客関係管理」となる。「ニュアンスは分かるが、具体的に何を指しているのか良く分からない。」、そう感じるのは筆者だけであろうか。

2. 意味や解釈が変化する

例えば、「e-マーケットプレイス」という用語は、もともと、複数の売り手と買い手がインターネット上の「電子市場」を介して、商品・サービスの売買を行うこと、あるいはその市場を表していたが、今では、ある企業が特定の取引先企業との間で、商品・サービスの売買や各種情報共有を行うケースでも、「e-マーケットプレイス」という語が使われることがある（こうした種類の e-マーケットプレイスは「プライベート型 e-マーケットプレイス」などと呼ばれる）。この例に限らず、ある用語の解釈が拡大したり、その結果として、他の用語と融合したりするケースは少なくない。

3. 同じ用語が様々な文脈で使用される

おそらく、これが最も厄介な問題ではないだろうか。例えば、次回取り上げる「CRM」という用語に関して、「CRM を購入する」、「CRM の思想が必要だ」等々、ある人は思想を、また別の人は情報システムを指して「CRM」と呼ぶ。また、一口に「CRM ソフトウェア・パッケージ」と言っても、営業マンの仕事を支援するもの、コールセンター業務を支援するもの、WEB サイトでの商品販売や顧客サービスを支援するものなど、多種多様である。

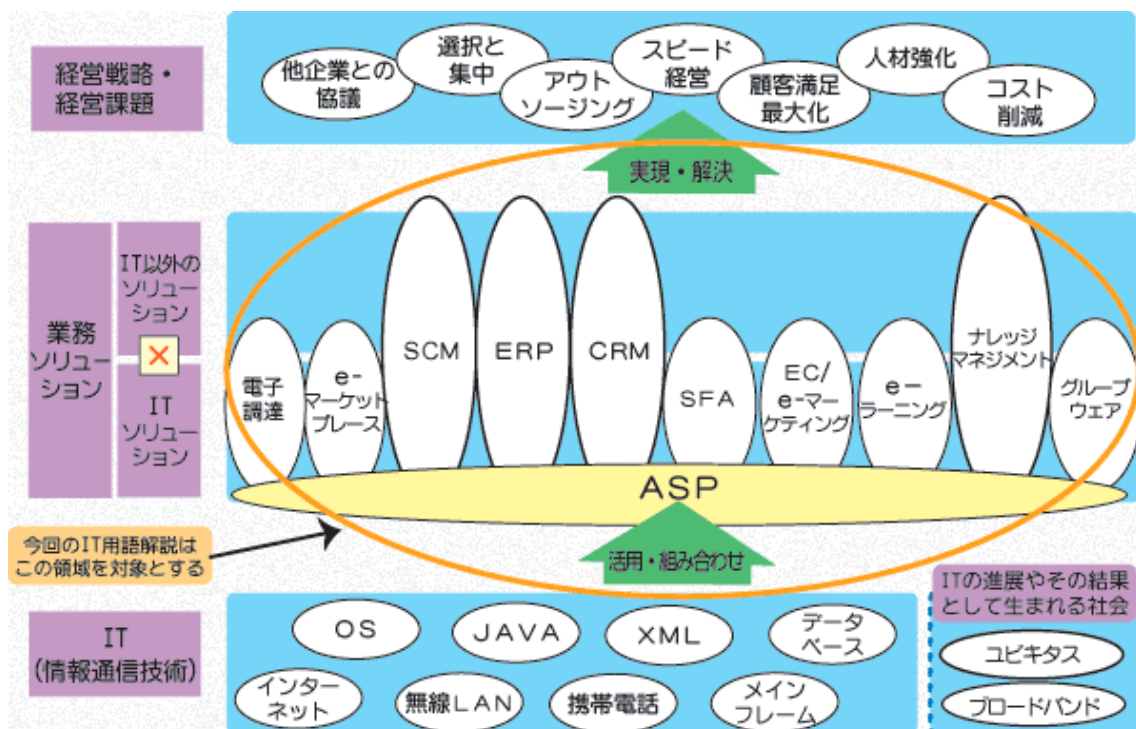
こうした諸要因により、IT用語は極めて分かり難いものとなっているわけであるが、考えてみれば、コンセプトを表した用語などは、その解釈が人により異なるのは当然であり、解釈の仕方を議論したり、それに頭を悩ませたりするのに時間を費やすことは、あまり意味がない。こうした状況は今後変わるとも思えず、ある程度は受け入れ、上手く付き合っていくことを考える方が賢明であろう。

IT用語理解のためのフレームワーク

IT用語と上手く付き合っていく際に、求められるのは、その用語が生まれてきた背景や、前述したITの本質、つまり、「ITにより何が実現されるのか」、逆に、「ITで解決できない部分は何か」を掴み、それを咀嚼し、「要はこういうこと」と自分自身で定義づけしていくことである。

そこで、読者のIT用語理解の一助とすべく、単純なフレームワークを提示し、第1回を終了することとしたい（図表2.「IT用語理解のためのフレームワーク」参照）。

図表2. IT用語理解のためのフレームワーク



企業は、「集中と選択」、「スピード経営」といったような経営戦略や経営戦略上の課題を抱えており、様々な「業務ソリューション」により、それを実現・解決していくことが求められる。ここで重要なのは、「業務ソリューション=ITソリューション」ではないということである。先述したように、ITは万能ではなく、ITソリューションだけで、経営戦略の実践や経営課題の解決を図ろうとすると失敗する。業務プロセスの変更、組織改革、人事面での措置など、「IT以外のソリューション」と組み合わせることで、初めて効力を発するのである。

これは非常に単純なフレームワークであるが、身の周りのIT用語について、それがどの階層の用語なのかを理解する上では有効なので、ぜひ活用していただきたいと思う。

次回からの用語解説では、主に、「ITソリューション」の用語を中心に取り上げる。SCMやCRMなど、「経営戦略」の層に近い用語もあれば、ASPのように、「IT」層に近い用語もあるが、いずれにせよ、それぞれの用語について、用語説明、それが生まれた背景、経営や業務に与えるインパクト、そしてIT活用のポイントなどを解説していく。

この記事は、2002年5月に中小規模企業向けソリューションポータルサイト「ナビパラコム」に掲載されたものです。