

DXよりもS-DXで勝つ



DXは あなたを見放すが
S-DXはあなたを見放さない。

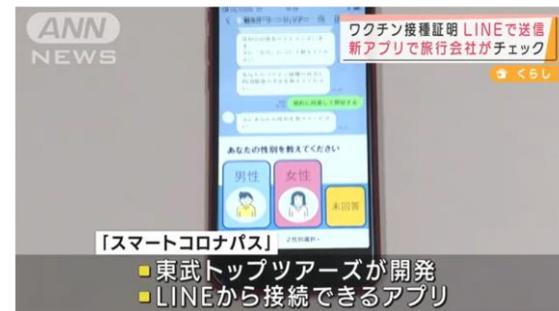
講師プロフィール

村井宗明 DXエンジニア

元衆議院議員（3期）、元文部科学大臣政務官
ヤフー株式会社、gumi、LINE株式会社、介護施設、
中小企業、団体などの様々な顧問・役員などを務める。
12月から東武トップツアーズへ
「ワクチンLINE予約システム」「LINE de 選挙」
その他、学習システムなどを開発。

（資格）

情報処理技術者（FE）、AI（DeepLearnig協会G検定）、ITパスポート930点、
ヤフーリディング広告プロフェッショナル試験912点、LINE広告GreenBadge(Basic)、
WEBアナリスト、SNSエキスパート、マイナンバー1級、
英語TOEIC 835点、ケアクラーク（介護事務）、ホームヘルパー2級



DXよりもS-DXで勝つ

① 基本戦略 確実なDXは「S-DX」

② 基本体制

③ ビジョン データに基づく顧客主義

④ 具体的な行動 S-DX行動案

第1章 基本戦略

DXは あなたを見放すが、
S-DXはあなたを見放さない



社会のDXニーズ 「やりたいけどできない」

DXをやりたいけど、実現できないという自治体や中小企業が多い

DXをやれって上から言われた

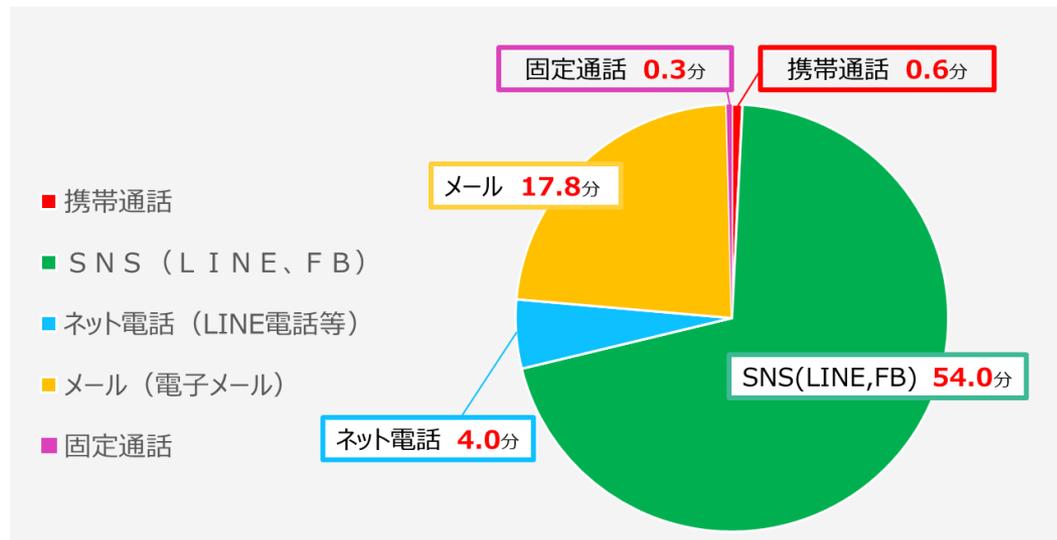
AI、IOT、JPKI って何なの？

技術力がない

高額投資のコストもない



若い世代は電話を使わない 「電話」から「SNS」へ



総務省 平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書<概要> P15 より引用
http://www.soumu.go.jp/main_content/000564529.pdf



昔から「電話」は、
使われていたんだ

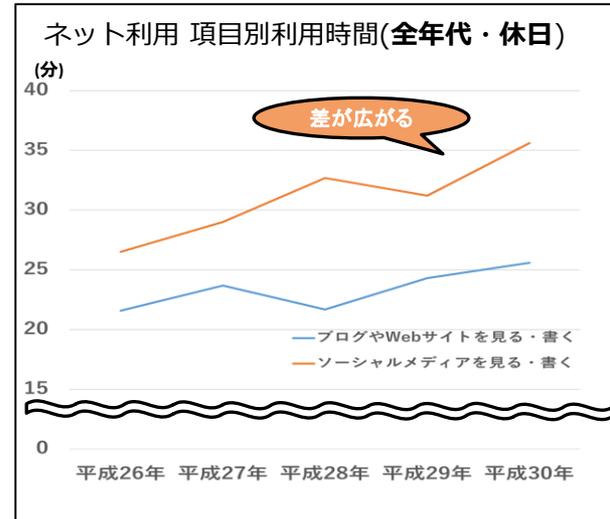
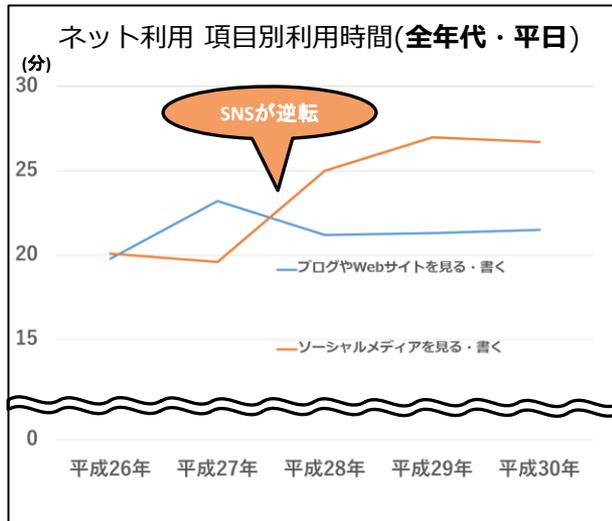
まだ「電話」なんて
存在しているの？



ネットも「HPからSNSへ」

全世代

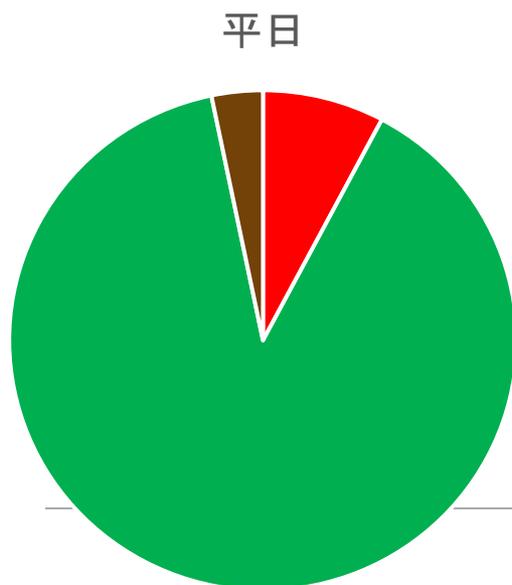
ネット利用の時間は、毎年ホームページより**SNSの利用時間が増加**している。
若者に限らず**全年代に当てはまる事象**であり、今後**更に利用時間の差が開く**と推測。



参考：総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査(平成26年～30年)」
https://www.soumu.go.jp/iicp/research/results/media_usage-time.html

10代の利用機器(総務省統計)

「PC・タブレット」よりも「スマホ」



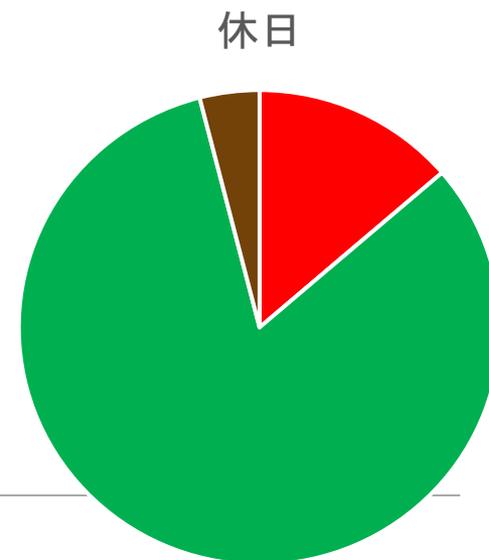
■ PC ■ スマホ ■ タブレット

平日

PC	13.1	分
スマホ	150.1	分
タブレット	5.5	分

休日

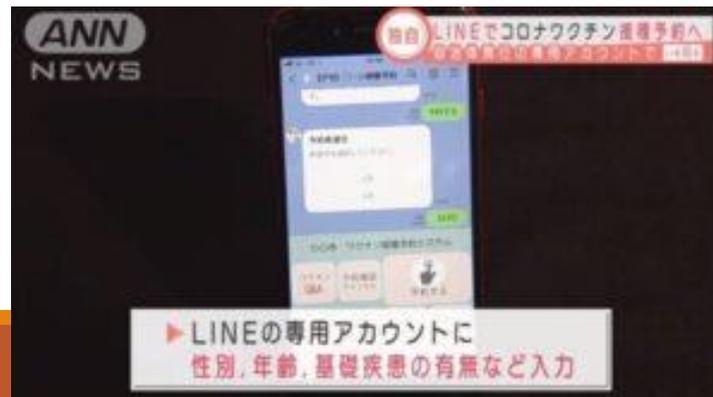
PC	32.8	分
スマホ	197.1	分
タブレット	9.6	分



■ PC ■ スマホ ■ タブレット

実際に使われたDX

- GotoEAT LINE電子決済
- やまなしグリーン・ゾーン構想認証制度
- ワクチンLINE予約と会場運営
- オンラインツアーなどの観光地の情報発信
- バスのLINE定期券



DXの現実

= ポイントは

「7つのSが付くDX」

S S S S S S S

7つのSが付くDX = 「S-DX」

確実なDXの特徴

- S**imple シンプルな操作
- S**lim スリムなコスト
- S**martphone スマートフォンで
- S**NS SNSを使って
- S**mallstep 小さくても確実な一歩
- S**ecurity セキュリティの高いクラウド
- S**peedy 素早く実行できる内容

最先端よりも「現実」に役立つへ

中小企業・地方自治体の「現実」とは？

- ①AI、IOT、JPKIなどの超最先端技術はハイスペックすぎる
- ②そのDXのための巨額の投資費用を用意できない
- ③ユーザーは、電話やHPでなくSNSを使っている
- ④ユーザーは、実際には難しい操作ができない

中小企業、地方自治体を
確実に前進させるのは **S-DX**

結論

これまでの「S-DX」の
イノベーションを、さらに磨きながら
全国自治体、全国中小企業に展開する！

- ・スマホのシンプルで簡易操作
- ・スリムな低コスト
- ・SNSの顧客データを使う
- ・確かな実現

第2章 基本概念

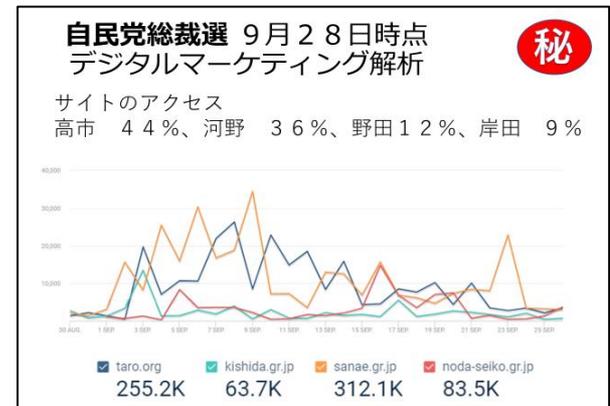
データに基づく顧客主義
「S-DX」を実現する！



S-DXの武器は「データ」

どの業種でも「**経験**」は個々のお客さまの方が優位。
だから、経験ではなく、「**データ**」を数値で出して、
データに基づくロジックと技術で信頼を得る。

詳しいことは2回目の講義



位置データ、検索データ、アクセスデータを活用して、データに基づく顧客主義

徒歩通行者のデータ



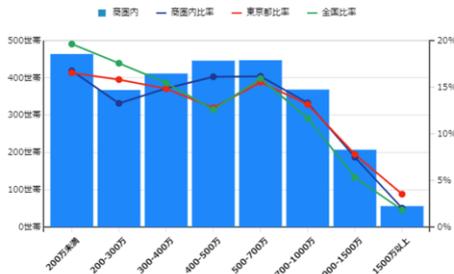
自動車通行者のデータ



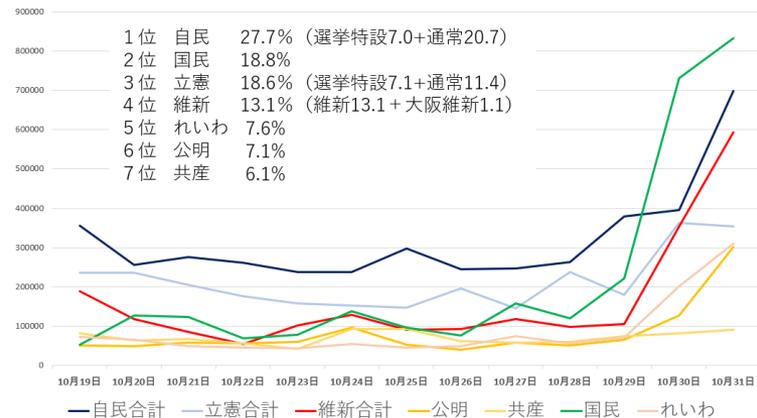
1世帯あたりの年収高

	昭島内	東京都
1世帯あたりの年収高	523万円	545万円
一般世帯数	2,769世帯	6,690,934世帯
年収高合計	1,448,178万円	3,643,890,977万円

年収階級別世帯数



衆院選2021 全政党ページビュー数 (公示期間)



詳しいことは2回目の講義

S-DX導入の手段

基本的にクライアントはイメージがわいていない。

他社事例か簡易デモを見せて、意見をもらう。

PDCAを何度もまわす事だけが唯一の導入方法。



第3章 ビジョン

デジタルマーケティングの
勝ちルール

「データに基づく顧客主義」



顧客データ 5つの階段

デジタル社会の顧客データ

この階段を「東武S-DX」で上に登っていただく

→ 継続顧客

→ 新規顧客

→ 潜在顧客

→ 認知

ゼロ



① データによる 「ゼロから認知へ」

興味のないものは、目に入っても頭に入らない。
興味のない人に出した広告費はムダ！

例、

女性に男性用革靴、
髪の毛のふさふさな人にアデランス
子どもがいない人にアンパンマン
大学生に介護施設

デジタル顧客のデータセグメントが必要。

① データによる 「ゼロから認知へ」

検索データを徹底して分析する

「SEOスコア」を上げる。

広告なしで検索に引っ掛けると

コストパフォーマンスが良い。

NOTE、SNS、コンテンツ量、youtube

総裁選の候補の検索キーワード数

検索ワード	検索回数	検索ワード	検索回数
1 河野太郎	170,050	21 高市 早苗 ツイッター	1,940
2 野田聖子	72,550	22 こうのたろう	1,360
3 岸田文雄	49,490	23 河野太郎 父	1,280
4 高市早苗	49,440	24 のだせいこ	1,240
5 河野大臣	21,640	25 nodaseiko	870
6 岸田	11,630	26 高市早苗 政策	810
7 河野	9,080	27 河野太郎 大学	810
8 河野一郎	5,980	28 岸田文雄 評判	800
9 河野太郎 ツイッター	5,540	29 河野行革相	760
10 ごまめ	4,660	30 河野 太郎	730
11 河野太郎 twitter	4,660	31 高市早苗 派閥	680
12 野田	4,420	32 岸田 文雄	670
13 早苗	4,210	33 岸田 自民党	670
14 河野談話	4,000	34 河野さん	610
15 野田聖子 息子	3,910	35 高市 早苗	600
16 岸田政調会長	2,530	36 河野太郎 若い頃	600
17 岸田派	2,450	37 河野外務大臣	580
18 ごまめの歯ざしり	2,430	38 岸田さん	580
19 高市	2,270	39 たかいちさなえ	550
20 河野太郎 すごい	2,000	40 河野太郎 子供	540

「認知」 競合他社のHPへの アクセスデータ分析と対策①



各企業同士が、競合他社のアクセス数を把握して、
競いあっている。

「認知」 競合他社のHPへの アクセスデータ分析と対策②



競合他社のアクセス者の性別や年齢も把握して戦略を練っている。

「認知」 競合他社のHPへの アクセスデータ分析と対策③



「Go to トラベル」と検索した人の数や、その誘導先を分析

「認知」 検索上位とフォロワー数が重要な経営資源

これまでの経営資源

「土地」

・人通りの多い一等地に店を構える事が顧客を増やす経営資源



新しい経営資源

「SEOスコア」

・検索に当たりやすい自社サイト

「フォロワー」

・新しく情報を届けられる属性データ付きの顧客のアカウント

② データによる 「認知から潜在顧客へ」

【敗北の法則】

「1回見て終わり」

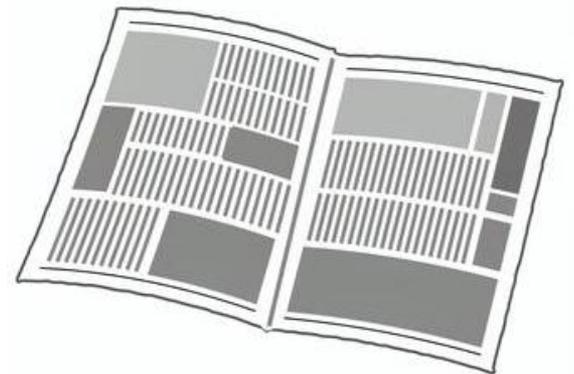
テレビCMは1回見て終わり

新聞広告も1回見て終わり

WEBサイトに来た場合も1回見て終わり

=これらは認知でおしまい。

認知だけでデータ化ができないと負けが確定



② データによる 「認知から潜在顧客へ」

【勝利の法則】

来た瞬間に、認知を「潜在顧客データ」に保管する。

- ・デジタルのIDは中長期だとコスパが良い。
- ・郵送用の住所データはコスパが悪い。

ポイント デジタルは早めに離脱される

(人間営業=10分、デジタル営業=1分)

リスティングごとにLPのファーストビューを変えて、そこに「LINE友だちボタン」もしくは「メール登録フォーム」が必須

③ データによる 「潜在顧客から新規顧客へ」

1回目の新規顧客になるための「決済」ハードルは高い
少額か高額かで、決済への戦略は変わる！

少額商品・・・データをもとに購入ボタンに誘導。
デジタルだけでの完結も多い。

高額商品・・・デジタルだけで買うことはあまりない。潜在顧客に対して、無料セミナーなどを開き、1回目の購入やコンサルを行う。訪問も効果的。

③ データによる 「潜在顧客から新規顧客へ」

高額商品…デジタルとリアルの融合

・デジタル接客

人間関係ができないが、24時間無休で低コスト。

個々の顧客最適化を実現

・リアル接客

高コストで時間限定だが、人間関係ができる。

自治体などのDX事業は、地域支店を持ち、

リアル接客ができる方が有利。



④ データによる 「新規顧客から継続顧客へ」

デジタルマーケティングの基本は継続顧客！

新規よりも継続の方が、コスパが良い。

1回目顧客は信頼関係のためのリアル接客を組み合わせることが重要だったが、2回目はデジタル接客だけで済むこともあり、コストパフォーマンスが良い。

2回目の壁を突破する。2回目の壁を突破すると、3、4とつながりやすい。

継続顧客にして、SNS投稿などの拡散をしていただく事を目指す。CRMを使って属性データを持つことが重要。

SNSの顧客データ配信①

ステータス	名前	内容	性別	年代	居住地
未確認	停止中	機能 (2020-07-30 23:32:36)	男性	30代	それ以外
未確認	停止中	動画 (2020-07-31 14:22:31)	男性	50代	それ以外
未確認	停止中	【フォローされました】 (2020-07-30 12:23:46)			
未確認	停止中	政策 (2020-07-31 15:06:23)	女性	30代	伏見区
未確認	停止中	設定は正しいです (2020-07-28 13:14:19)	男性	20代	それ以外
未確認	停止中	こんにちは (2020-07-28 13:11:25)	男性	30代	それ以外
未確認	停止中	経歴 (2020-07-28 12:29:26)	男性	30代	それ以外
未確認	停止中	【フォローされました】 (2020-07-20 12:10:31)			
未確認	停止中	40代 (2020-07-31 17:37:22)	女性	40代	大山崎町
未確認	停止中	【サポート】 (2020-07-30 15:21:21)	女性	20代	伏見区
未確認	停止中	連絡 (2020-07-14 12:44:10)	男性	60代以上	それ以外
未確認	停止中	連絡	男性	お困りではありませんか?	

SNSは年代別、地域別、性別、購入履歴別、登録経路別に内容を分けて配信する

SNSの顧客データ配信②

顧客のSNSにデータ連携

「スコア管理」顧客の購入履歴、アクティブ数値

村井宗明

ホーム シナリオ配信 タグ 統計情報 友だち情報(未分類)

▶ 基本

表示操作	非表示	ブロック
対応マーク	未確認	変更・
本名	未登録	編集
システム表示名	未登録	編集
個別メモ	未登録	編集
リッチメニュー	トップメニュー	変更・

★ 友だち情報

顧客アクティブスコア	23
性別	男性
年代	40代
居住地	伏見区
購入履歴	4

SNSの顧客データ配信③

顧客のSNSにデータ連携

「エリア管理」イベント案内は地域別に ✖ 住所



村井宗明

ホーム シナリオ配信 タグ 統計情報 友だち情報(未分類)

▶ 基本

表示操作	非表示	ブロック
対応マーク	未確認	変更・
本名	未登録	編集
システム表示名	未登録	編集
個別メモ	未登録	編集
リッチメニュー	トップメニュー	変更・

★ 友だち情報

顧客アクティブスコア	23
性別	男性
年代	40代
居住地	伏見区
購入履歴	4

SNSの顧客データ配信④

「疑似ONE on ONE」

相手の名前を入れるが、
属性で一斉配信。

配信先条件設定

「すべてを満たす」必要がある条件 (and条件)

名前	<input type="text"/> 半角スペースで区切るといずれかにあてはまる友だちを絞り込みます <input checked="" type="checkbox"/> LINE登録名 <input checked="" type="checkbox"/> 本名 <input checked="" type="checkbox"/> システム表示名 から検索
タグ	タグ名を入力 選択したタグのいずれか1つ以上
友だち情報	居住地 → 選択なし 変更

絞り込む項目を更に追加

名前 個別メモ ステータスメッセージ 対応マーク
タグ 友だち情報 シナリオ コンテンツ 入力経路
リマインダ リッチメニュー 回答フォーム その他

+ 「いずれか1つ以上を満たす」必要がある条件を追加 カスタム検索から追加

この条件で決定する

第4章 具体的な行動

「S-DX」行動案



ワクチン予約 追加機能



- 接種証アップロード
- 飲食店等への掲示機能
- 抽選&電子クーポン
などの特典機能



デモ動画 youtube

検索に当たらない限定公開。
下記の URL もしくは
QRコードで見てください。



A screenshot of a YouTube video player. The video content shows a mobile app interface for vaccine registration. The app screen has a yellow header with the text "ワクチン2回接種証の入力" and "https://myfin.jp". Below the header, there are fields for "接種券の地域" (Vaccination certificate area) with a dropdown menu showing "目黒区役所の接種券" (Vaccination certificate of Nakano Ward Office), "接種券番号" (Vaccination certificate number) with the value "34808003", and a section for "接種済証のシールをスマホのカメラで撮影" (Scan the vaccination certificate sticker with your smartphone camera). There are buttons for "ファイルを選択" (Select file) and "ファイル未選択" (File not selected). At the bottom of the app screen, there is a numeric keypad with numbers 1-9, 0, and symbols for back, forward, and search. The video player interface includes the YouTube logo, a search bar, and video controls. The video title is "ワクチン予約に「接種済証」の登録、掲示、特典の機能追加" (Adding registration, display, and benefits functions for vaccination certificates to vaccine reservations). It is marked as "限定公開" (Limited public) and has 3 views as of 2021/09/30. Interaction icons for likes, shares, and saves are visible at the bottom right.

ワクチン予約 追加機能
<https://youtu.be/oixSHIWDJs4>

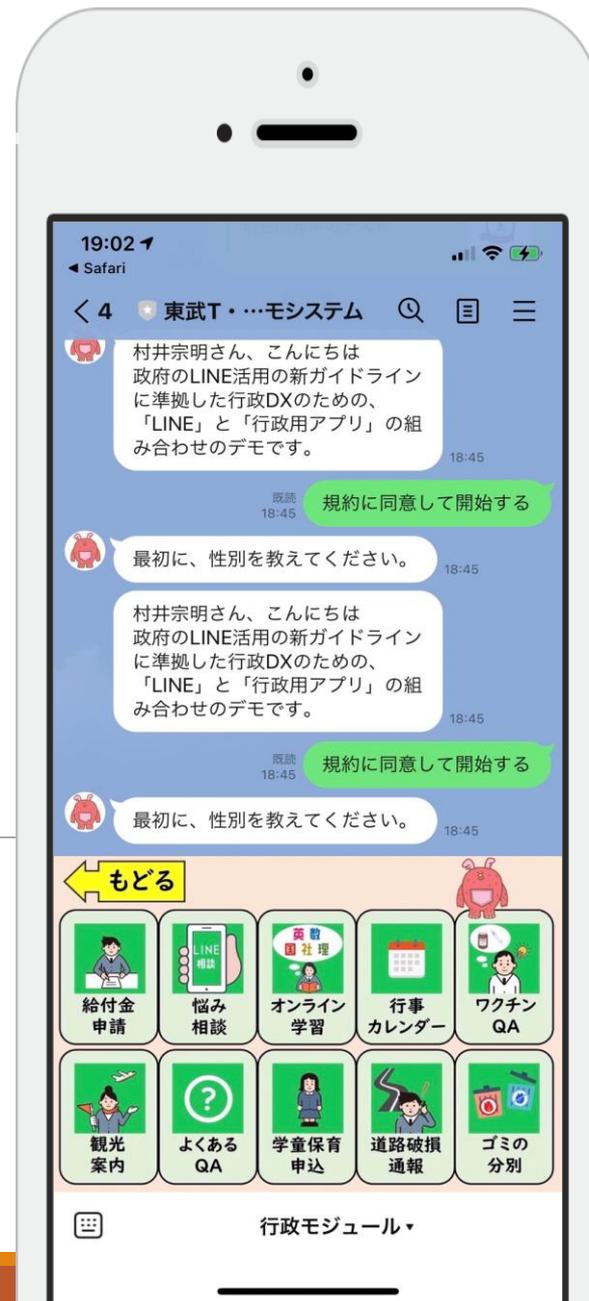
自治体パック

行政DXの時代に効果的な
「SNS + PWAアプリ」の
東武の新システム



デモアカウント

QRコードを読み込んで
お試しください →



PWAアプリの事例①

自治体QA

自治体への問い合わせのQAをエクセルで作成し、インポートすれば、自動で回答できるQAチャットボットに。電話の問い合わせを削減し、業務の効率化。

24時間自動でこたえられるため、住民の利便性も向上



PWAアプリの事例②

動画相談

悩み相談のチャットボット。
カウンセラーによる相談内容の動画を選択できます。
LINE相談の「相談」ボタンに併設させて、相談時間外の対応などに使います。



PWAアプリの事例③

教育 オンライン学習

5教科の学習動画を選んで学習できます。

また、11万問の問題システムもついでいて、学習と問題の両方が無料でできます。

教育委員会などでの学力向上に使えます。



PWAアプリの事例④

観光

自治体の観光地のQAをエクセルで作成し、インポートすれば、自動で回答できるQAチャットボットに。

画面を切り替えて、「詳細」を押すことで、より詳しい内容が表示されます。

自治体の観光課だけでなく、旅行代理店などにも提供が可能です。



PWAアプリの事例⑤

ワクチンQA

ワクチンに関する厚生労働省の問い合わせを、自動で回答できるQAチャットボット。

大量の電話でパンクしているワクチン担当の部署への電話を減らして、住民の利便性を向上させる。



PWAアプリの事例⑥

ゴミ分別の検索

それぞれの自治体ごとのゴミの捨て方をエクセルで作成、インポート。

検索機能付きで、ごみの捨て方と分別、そして捨てられる日を自動で回答できるQAチャットボット。

