

2021年2022

広島県商工労働局イノベーション推進チームの中小・ベンチャー企業支援担当では、データ等の分析・活用による売上拡大や業務改善を目指す全6回では、自社の既存データ（会計データ等）や入手可能なデータ（公開データ等）を分析・活用する手法

「中小・ベンチャー企業支援担当」では、創業希望者や、自社の経営課題を解決したい中・小・ベンチャー企業を対象に、様々な講座やイベントを開催している。同セミナーは「令和3年度広島県データ活用による生産性向上支援事業」として実施され（参加費は無料）、取り組みたい課題やデータ活用のレベル別

広島県

中小企業支援、データ分析セミナー

の演習を行う。自社の課題に応じた業務の効率化や、経営戦略を学ぶための企業を対象とした。入門から応用実践レベルの活用コース（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

位置付けは「補助線」忘れずに

高橋佑輔・日本生産性本部主任経営コンサルタントの語

ビジネスにおけるデータ分析が注目を集めている背景には、技術革新などでデータが取りやすくなり、データを分析することで、リアルな世界のことを相当程度、予測できるようになっていることが挙げられる。時代の不確実性が増しているなかで、データ分析は動や経験、直感を補強するものであり、経営の「意思決定の補助線」となりうる。

データの良い点は、経験や勘と違って、目に見えて、共有しやすいことだ。様々な人々と

回数	内容
第1回	マーケティング競争優位性
第2回	顧客単位の価値の最大化
第3回	サービスの改善点を見つける
第4回	サービスの改善点を見つける
第5回	まだ出ていないデータ

に、マーケティングのプリ開発の相談などが基本、売上アップに向けたデータ活用マーケティング、データマネジメントの考え方、公開データを使った商圏分析、エクセルを使ったポジショニング分析や相関分析、アンケート分析の方法などを説明した（表参照）。



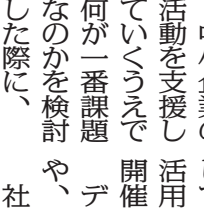
「中小・ベンチャー企業支援担当」では、創業希望者や、自社の経営課題を解決したい中・小・ベンチャー企業を対象に、様々な講座やイベントを開催している。同セミナーは「令和3年度広島県データ活用による生産性向上支援事業」として実施され（参加費は無料）、取り組みたい課題やデータ活用のレベル別

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

議論する際の立脚点や

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。



「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。

「蓄積データの分析・活用コース」（全4回）では、自社が収集・蓄積（今後の実施予定も含む）したデジタルデータを有効に活用し、顧客接点の機会創出を重視したデータマーケティング分析の演習を行う。