

【DRニュース・062】：DX（デジタルトランスフォーメーション）の戦略・DX化推進取組みと企業価値

2023年12月28日発信

ここ1~2年程、DX（デジタルトランスフォーメーション）という言葉をもよく耳にするようになりました。DXと聞いて、企業のIT化・デジタル化といったイメージを抱かれる方も多いかと思いますが、**その状況は？**

「DXの目指すところは、IT化・デジタル化にとどまらず」・・・**変革をどうしたら良いのだろうか？**

・・・① 社会全体までも取り込む「**企業の変革**」にあります。

わが社にとっての「DX化の推進と取組みについて」・・・**成長にどのような方向性が必要なのか？**

・・・② 必要性やメリットを探ることにより、「**わが社の企業成長**」について考えてみよう。

また、今後の「社内開発システムのLACTES」に・・・**企業価値を高めるためにどんな戦略が必要なのか？**

・・・③ 企業全体の「**DX化の戦略について**」議論する論点を整理してみよう。

主に、上記の3点について、わが社のDX化について「**指針**」や「**企業変革**」の方向性を模索してみよう。

1. **DXとは**・・・「**デジタルトランスフォーメーション**」

1.1 **DXという言葉が初めて使われたのは**・・・（**今から19年も前**）になります。

スウェーデン・ウメオ大学のエリック・ストルターマン教授によって、2004年に発表された論文で提唱されたものになります。

その概念は、「ITの**浸透**が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させると定義」されている。その後は、よりビジネス的な側面で、その定義や解釈が語られるようになってきました。

それらは、「**デジタル技術の活用によって企業のビジネスモデルを変革し、新たなデジタル時代にも十分に勝ち残れるよう、自社の競争力（企業価値）を高めていくこと**」という意味合いで用いられています。

わが社（DRテクノロジー株式会社）も、（**現在、創立15周年の節目**）になります。

これからも、「**デジタル技術**」を大いに使いこなし、皆様と共有する価値を創造して行きます。常に変革に挑戦し続けて、先端技術を探求したイノベーションを生み出し、社員と社会の「豊かさ」に貢献できるよう～**これから新しい航路を共に探求し、「何が戦略として必要なのか」を議論してみよう**

1.2 そもそもDXとは何の略？

DXの英語表記は「Digital Transformation」ですが、「DT」ではなく「DX」と表記されるのは、英語圏で「transformation : ^{こうさ}交差・^{へんよう}変容・^{へんかん}変換」の「trans」を一文字で、交差を表す「X」と略し、「X-formation」とすることが一般的なためです。

1.3 DX化とは？

DX化とは、企業がAI、IoT、ビッグデータなどの「デジタル技術」を用いて、「業務フローの改善」や「新たなビジネスモデルの創出」をすることだけでは無く、

- ・・・レガシー（時代遅れ）からの「^{だつきゃく}脱却」や「^{きぎょうふうど}企業風土の^{かくしん}革新」を実現させることを意味します。

また、DXは、本来、「ビジネス領域」に限った言葉では無く、

- ・・・「デジタル技術」を社会に浸透させて人々の生活を「より良いものへと^{へんかく}変革」すること」を指し、既存の価値観や枠組みを根底からひっくり返すような「^{かくしんてき}革新的なイノベーション」をもたらすものという、より広義な意味を持っています。

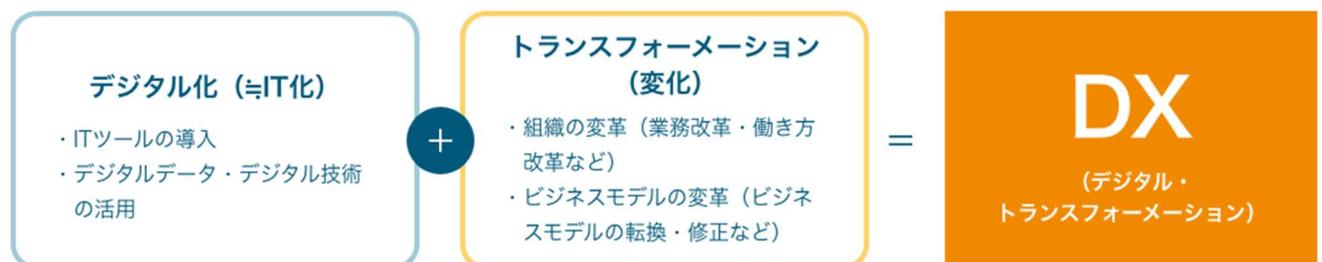
1.4 DX化とIT化の違い？

DXと似た用語にIT化（Information Technology）があります。両者に明確な線引きは無く、同じような意味で使われることも多いのですが・・・^{げんみつ}厳密に言うと「^{もくてき}目的／^{しゅだん}手段」が異なります。

IT化は、業務の効率化を目的として、デジタル化の推進を目指すものです。

一方、DX化は、デジタル化を「手段として」⇒「ビジネスを変革するのが目的」とされています。

つまり、**デジタル化**を「**目的としているのがIT化**」、**手段としているのがDX化**と言えるでしょう。



IT化は、業務の効率化を目的として、デジタル化の推進を目指すものです
DX化は、**デジタル化**を「**手段として**」⇒「**ビジネスを変革するのが目的**」とされています
(**IT化を戦術**)、(**DX化を戦略**)と考えると、わかりやすいかもしれません。

※ **戦術**とは、**戦略**で掲げた目標を実現するための「具体的な手段・方法」を指します。

※ **戦略**とは、**企業が成長するために「進むべき方向性」**を打ち出すことです。

1.5 ビジネスでのDX化とは

DXやDX化というのが、最もわかりやすく感じられるのが、企業や店舗などの**ビジネスシーン**でしょう。これは、デジタル技術を利用して、変化に対応し、より利便性に対応することを指しています。DXを進めることで、より効率的な業務を実現し、競争上の優位性を確立すると捉えることができます。

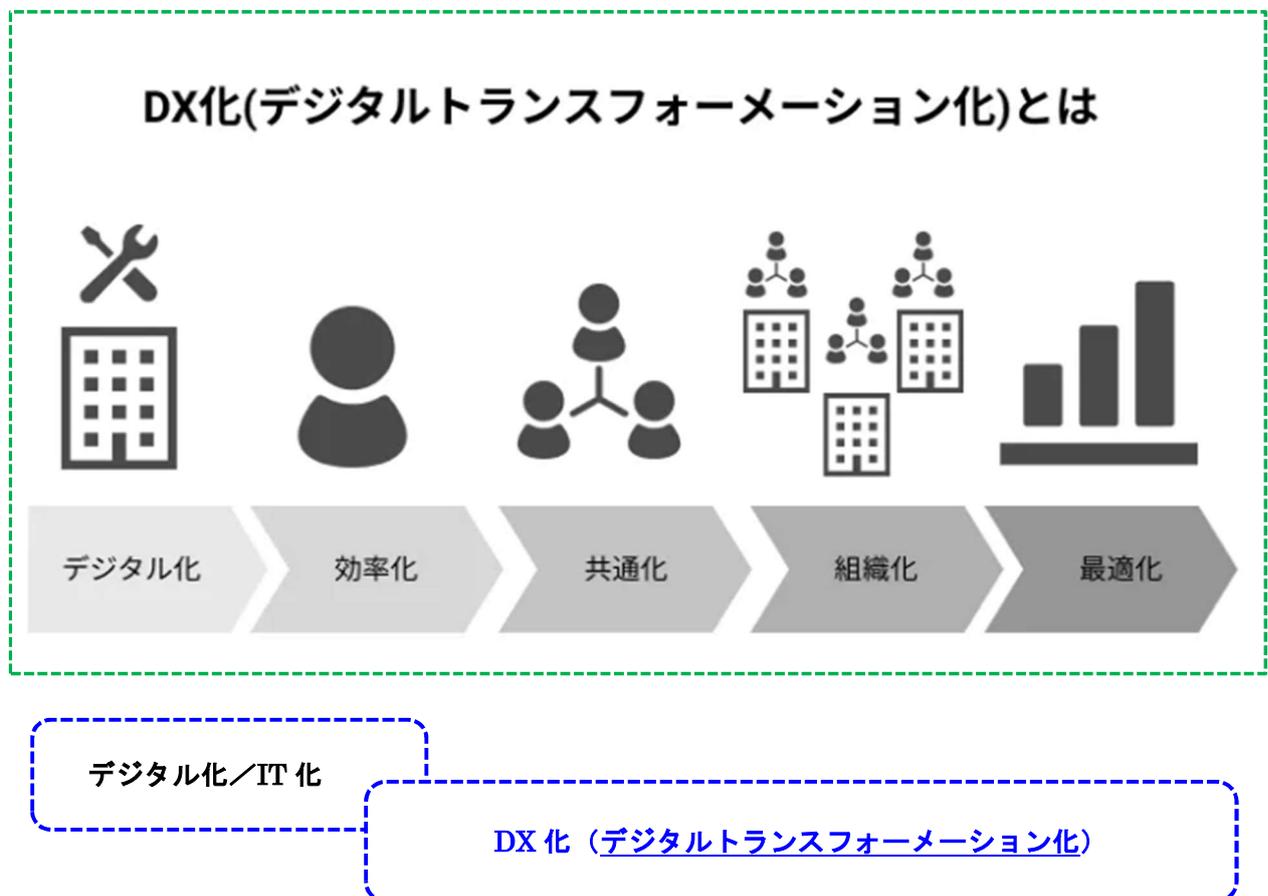
企業やビジネスシーンでDX化が進むことで、デジタル技術を活用した、便利で快適なシステムを構築していくことが可能とされており、それがヒトや会社、社会にとって、より良い環境に変わっていくことを目指しているわけです。

【DXは、デジタルテクノロジーを駆使して、経営やビジネスプロセスを再構築することを指します】

近年では、経営を取り巻く環境が急激に変化しています **そこを生き残るためには、デジタルテクノロジーを駆使して、経営の仕組みやビジネスプロセスを作り替える必要があります。**

デジタルトランスフォーメーション（DX）とは技術の話では無く . . . **企業の在り方や働く人たちを変化させることです** その前提として、デジタルテクノロジーがあると考えてください。

DX化（デジタルトランスフォーメーション化）には、以下の「**プロセス**」があると考えられています。



No.	プロセス	プロセスの概要
「1」	デジタル化	デジタルテクノロジー ^{どうにゅう} 導入 ^{しよきだんかい} の初期段階にあたります。
「2」	効率化 ^{こうりつか}	「1：デジタル化」で蓄積したデータを、部門ごとに「点」で活用していく段階にあたり、目標や課題は部門ごとで異なります。 かつての「IT 革命」とは、この段階までの効果をもたらしたものを言います。
「3」	共通化 ^{きようつうか}	「1：デジタル化」「2：効率化」で蓄積したデータを、他部門でも応用できるように基盤を作り変えて、「共通化（クラウド化）」を計ります。
「4」	組織化 ^{そしきか}	共通のプラットフォームを効率的に運用する「サポート体制」を作ります。 「3：共通化」で構築した基盤を、より効率的な運用を目指して、業務を明確化し、データにもとづいた戦略的な思考決定が行われるようにします。
「5」	最適化 ^{さいていきか}	デジタル活用による「イノベーション ^{かくしん} （革新や刷新 ^{まっしん} 、新機軸 ^{しんきじく} など）の最適化」を推進して、よりデータを中心にした経営戦略が行われるようにします。

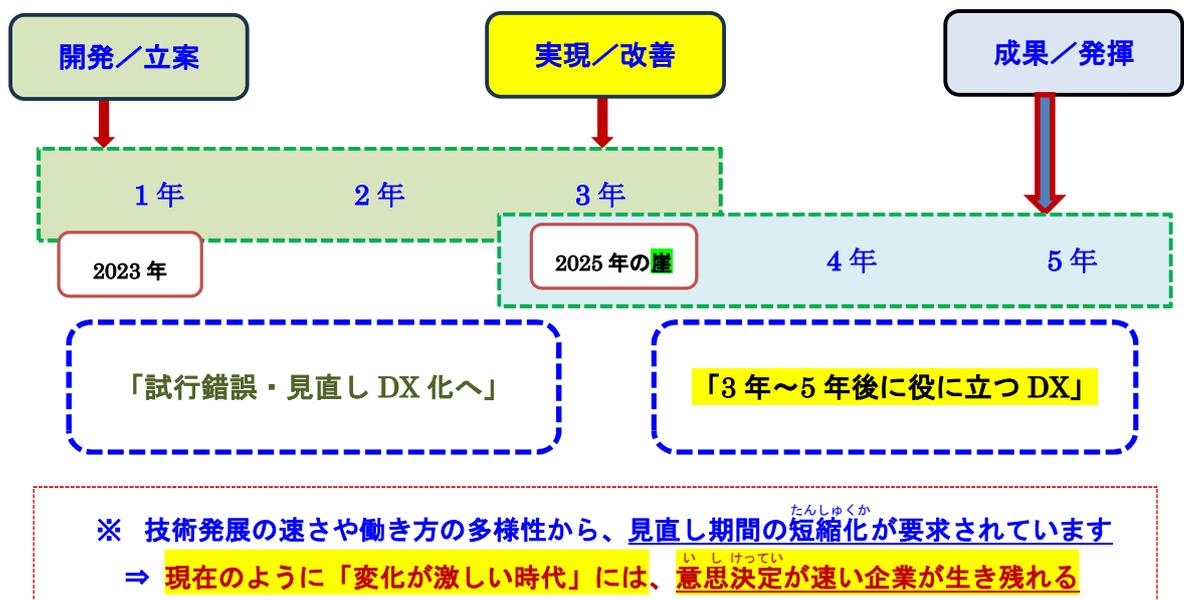
1.6 まずは、DX 化のガイドラインに目を通すと

DX 化の「指針や方向性」のガイドラインから、4 点程の具体的な方向性を拾ってみることにする。

(1) 「3 年～5 年後を想定して、計画を立案」する

DX の実現には早くても 1 年～3 年程の時間がかかり、実際の成果を得られるには 3 年～5 年後であるといわれています。そのため、「3 年～5 年後に役立つ DX」でなければ意味がないというわけです。

3 年～5 年後に重視されているビジネスポイントは何なのか、自社の事業はどのように動いているのか、もしくは動かす予定なのかという点をイメージしながら、業務プロセスを加味し実現していくことが重要であると言える。



(2) 「既存システムからの脱却」が要る

DXにおいて、最大の壁となるといわれているのが「既存システム」です。

既存システムの何が弱点になるのかといえば、既存システムに抱えている膨大なデータを、新規システムに移管させることができない、いわゆる変更も移動も、しにくくなっている状況にある点です。

既存システムの老朽化により、なかなかDXが進んでいない企業は少なくありません。どのように脱却するかを検討することも、DXを行う企業にとって非常に重要なことと言えます。

(3) 「経営者・トップ層の参画」が必須

DXには、中途半端な投資を行わず、思い切った適正な投資をおこなうことも必要です。

そのためには「経営者・トップ層全員」が同じ方向をむいて、DXを促進していくことが重要であるといえるでしょう。

うまく意見をまとめつつ、会社の方針を定めていくために、その時々で過不足のない適正な投資額や適材適所の人材を決定するような体制が欠かせません。

(4) 「適正なシステムの導入」を検討

DX化を行うには、何らかのデジタルシステムを導入することになります。

つまりこの導入システムが社内ルールに合わない、社員がうまく利用できないということが起これば、優秀なシステムを導入したとしても、その効果を発揮できずに失敗に終わってしまうというわけです。

社内システムや社員にとって活用しやすいものなど、システムのもつ利点を大いに発揮できるような体制を整えつつ、適正なシステムを導入することも、DX成功に欠かせないことであるといえます。

DX化の「指針と方向性」～ガイドラインのまとめ

- (1) 「3年～5年後を想定して、計画を立案」・・・自社の事業はどのように動いているのか、動かす予定なのかという点をイメージしながら、業務プロセスを加味し実現していくことが重要となる。
- (2) 「既存システムからの脱却」・・・最大の壁となるといわれているのが「既存システム」です。
- (3) 「経営者・トップ層の参画」・・・経営者トップ層～全員が同じ方向をむいて、DXを促進していくことが重要。うまく意見をまとめつつ、会社の方針を定めて行く、適材適所の人材登用がある。
- (4) 「適正なシステムの導入」・・・DX化を行うには、何らかの適正なシステムを導入することになります。社内システムや社員が活用しやすいなど、利点を大いに発揮できる仕組みや体制が要る。

「企業の変革」をどうしたら良いのかを皆で考えて、「新しい航路」を共に探求して行こう

2. DX化の推進と取り組み . . . 課題・理由～ビジネスモデルにどう向き合うか？

DX化を推進するため、「3年～5年後に役に立つDX」を考えながら、取り組み理由と課題を拾ってみよう。そして、「わが社の企業成長」を考えて、将来の方向性を探ってみることにする。

2.1 DX化に取り組むべき3つの理由

(1) 「市場で生き残るため」

近年、デジタル技術が大幅に向上したことで、以前には実現できなかったような商品やサービスが続々と登場しています。これからの市場で生き残るためには、DXを通したビジネスモデルや業務フローの最適化が必須と言えます。

(2) 「2025年が一つの崖」

2018年9月に経済産業省から発表されたレポートでは、「2025年が一つの崖」とされており、2025年以降、DX化に対応出来ていない企業は、事業の継続や、現状の維持も困難になっていく可能性が高いと想定されています。

DXを推進し、2025年の崖を回避するためには、複雑な取り組みに対する判断、推進のための現状把握をしっかりと行い、達成のための正しいプロセスを推し進めることが大切です。

今まさに課題に直面している企業が多く、「2年後に迫る2025年の崖」の要因が懸念されています。

(3) 「顧客のニーズへの対応」

インターネットやSNSが情報伝達の主流となった現代の生活では、あらゆる情報に溢れており、その点、DXでは、顧客の属性や行動履歴、アプローチする地域の特性などをデータ化することで、さまざまな顧客のニーズに応えることが可能となります。そのためデジタル社会における現代のマーケティングでは、一人ひとりの顧客の特性に合わせた緻密なアプローチが必要だと言えます。

DX化に取り組むべき3つの理由

- (1) 市場で生き残るため . . . DXへの「**取り組み**」が不可欠です。これからの市場で生き残るためには、DXを通したビジネスモデルや業務フローの最適化が必須と言えます。
- (2) 経済産業省が言及 . . . 2018年9月に発表されたレポートでは、「**2025年が一つの崖**」とされており、それまでに、DXを急速に推進することが推奨されています。
- (3) 顧客のニーズへ対応 . . . 現代のマーケティングでは、顧客の趣味や嗜好に合わせたアプローチが効果的とされています。その「**手段**」として不可欠と考えられているのが**【DX】**です。

取り組むべきスピードは、DX化が急速に進展するので、急いで取り組みをまとめる必要があります

2.2 DX化に取り組むべき3つの課題

(1) 「社内の体制作り」

社内の然るべき立場の人が、DXによる明確なビジョンを描いていないと本来の力を活かしきれません。企業の経営陣がDXの目的を明確化したうえで、社員に対し丁寧^{ていねい}に説明^{せつめい}をすることが重要です。

社員に周知^{しゅうち}する際は次の3点を意識しましょう。①理由：なぜDXを推進するのか？ ②目標：DXにより何を達成したいのか？ ③手段：どの業務をどのようにデジタル化するのか？

実際にDXに関わる社員のサポート体制の構築も必要です。運用方法や導入するツールの使い方に関するフォロー体制を整えておくことで、社員側の受け入れのハードルも下げられます。

(2) 「IT人材の不足」

IT技術に詳しい人材の育成・確保も課題です。デジタル化が進むなかで、ビジネスデザイナーやデータサイエンティストなどITに詳しい人材の需要が高まっています。しかし人材市場では、専門スキルを有したIT人材が不足している傾向もあり、自社で確保できない企業は外部に委託しているのが現状です。

また自社の人材であれば企画から開発・運用まで一気通貫^{いっきつうかん}して取り組めるため、システムの一貫性^{いっかんせい}を保つこともできます。IT人材を外部に委託するのか、社内で育成・確保するのかは、自社の状況とDXの目的に合わせて選択すると良いでしょう。

(3) 「コスト管理」

DXの推進により新体制を構築する際は、新しいツール導入や人材育成など一定のコストがかかります。最終的には企業のコスト削減が見込めますが、導入時には初期費用としてそれなりの費用がかかります。

別途、従業員の教育コストやシステム維持のランニングコストも必要となります。DXの推進に取り組む際は、インシャルコストとランニングコストも考慮したうえで、導入計画を立てましょう。

DX化に取り組むべき3つの課題

- (1) 明確なビジョン・・・DXの導入を成功させるには、「社内の目標・サポート」が重要です。社内の然るべき人材が「DXによる明確なビジョン」を描いていないと本来の力を活かしきれません
- (2) IT人材の不足・・・IT技術に詳しい「人材の育成・確保」も課題です。デジタル化が進むなかで、「ビジネスデザイナーやデータサイエンティスト」など、ITに詳しい人材需要が高まっています。自社で育成・確保できない企業は、外部に委託することも視野に取組みが必要です
- (3) コスト管理・・・DXの推進に取り組む際は、インシャルコストとランニングコストも考慮したうえで、「コスト管理」を意識して、導入計画を立てましょう

DXに関わる人材のサポート体制と人材の育成に、真剣に取り組んで行く「明確な目標」が必要です
わが社も、今後の人材育成の目標を見直して、本格的な体制作りを推進して行きましょう

2.3 DX化を通じたビジネスモデル

DX 変革がもたらした新しいビジネスモデルを検討し、DX 変革によりビジネスモデルにも変化が訪れています。次に DX 変革が起因となり注目されている代表的な 3 つのビジネスモデルについて解説します。

(1) サブスクリプション (サービスや商品を一定期間利用できる権利に対して料金を請求するビジネスモデル)

「サブスクリプションビジネス」とは、サービスや製品を売り切りではなく、サービスや製品を利用した期間、用途、利用量に対して対価を支払う課金型のビジネスモデルです。動画配信サービスなどが有名で利用できるコンテンツの内容に応じてプランや料金が決められています。料金プランやオプションなどは好みや目的に合わせて決められることから従来の定額制サービスに比べ、顧客満足度の高いサービスを提供できる点が特徴です。

(2) プラットフォーム (IT の分野では、ある装置やソフトウェアを動作させるのに必要な、基盤となる機器やソフトウェア、ネットサービス、あるいはそれらの組み合わせ (動作環境) のこと)

DX に関連するハードウェアやクラウドサービス、AI、IoT などの「DX 変換を実施する基礎技術」をベースに、様々な技術を一括でまとめて提供しようとするサービスです。以前からあった概念ですが、現在では、DX に関連づけた商品をセット化して提供する動きに変化してきました。

(3) パーソナライゼーション (情報提供やサポートを顧客ごとに最適化すること)

顧客の属性をあらかじめ分析し興味・関心・嗜好に合わせて自社のサービスを最適化していくマーケティング手法です。パーソナライゼーションの目的は、ユーザー・企業の両方にメリットをもたらすエクスペリエンスの構築です。ユーザーの興味・関心・嗜好の情報を収集し製品やサービスのユーザー・エクスペリエンスを最大化することが狙いです。

DX化を通じたビジネスモデル

DX 変革の開発に伴い、上記の 3 つのビジネスモデルが考えられるが、どうゆう開発が良いのだろうか？

まずは、DX に関連するクラウドサービスや AI、IoT などの「DX 変換を実施する基礎技術」をベースに自社向けの「[プラットフォーム](#)」を構築し、DX に関連づけた商品をセット化してシステムを提供する

自社向けのシステムで効果が発揮出来たら、顧客ごとに最適化を追求して、「[パーソナライゼーション](#)」を製品やサービスのユーザー・エクスペリエンス (体験や経験) を最大化する方向性もある

また、顧客満足度の高いシステムを定額制の「[サブスクリプション](#)」として提供も可能となるだろう

わが社で活用できる「プラットフォーム」を構築して、「DX 変換を実施する基礎技術」を磨こう

2.4 DX化の取り組みに当たって

DX化を実践するのに、課題・理由・ビジネスモデルにどう向き合うのか、方針の意識合わせが要る。

(1) IT デジタル市場の急速な変化

企業を取り巻く技術や IT デジタル市場も大きく変化しています。「[クラウド活用の進展](#)」と共に、従来型の IT サービス市場が成熟する中で、「[デジタル市場が形成](#)」がされてきています。

取引にまつわる市場機能が高度にデジタル化されて、「[ヒト・モノ・情報・カネの流れ](#)」が動的に組み合わさり、様々なサービス・活動が実現する市場となりつつあります。

(2) 目標とサポート体制

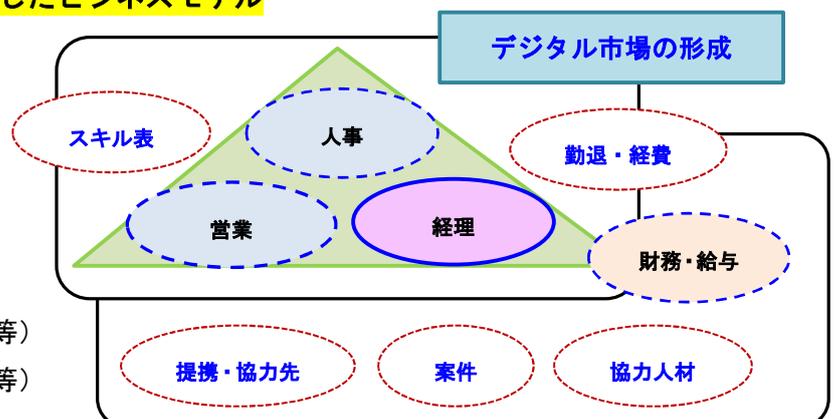
わが社もデジタル市場の形成に対して、はっきりとした「情報の管理」や「デジタル化の範囲」、及び、「デジタル情報の関連付け」などの関連図などを作成して、管理範囲の明確化が必要となる。

例えば、人事では入社したら技術教育や勤退・経費管理を行い、営業のルートに乗せることをサポートする。営業では技術スキル表を記入し、営業の対象となる案件や提携先・協力先を探すことになる。営業先が確定したら、契約先との契約・見積・注文・請求の経理業務が発生する。デジタル情報の調整と整備を行い、毎月の注文・請求の実質金額（税込）の銀行振込迄の管理となる。

(3) デジタルプラットフォームを追求したビジネスモデル

デジタルプラットフォームを構築する目的で、わが社の情報化のビジネスモデルを考える。

- ・ 人事（採用、スキル表、勤退等）
- ・ 営業（提携先・案件、営業活動等）
- ・ 経理（契約・見積・注文・請求等）



現在は、「[経理部門のみ](#)」が、クラウド化した「[LACTES](#)」にて、システムの管理化がなされている。その他は個々に Excel・Word 化されているが、人事・営業・経理のクラウド連携がなされていない。

(4) デジタル人材の育成と確保

上記の「デジタル市場の形成」で、人事・営業・経理部門の「ヒト・モノ・情報・カネの流れ」のビジネスモデルを基本の概略設計^{がいりやくせつけい}を理解できる人材を育成し、検討出来る人材の確保が必要となる。さらに、業務スキルだけでなく、開発環境や開発技術の構築技法や開発の実践が必要となる。

2.5 DX 推進を担う人材役割・育成

DX 化を推進する人材として、役割を分担し、皆でシステムを作り上げて行く、チームワークとして、**けつそく やくわり すいしん いくせい** 結束した役割の推進・育成が必要となる。

いちちょういったん 一長一短には役割に相応しい人材の育成が出来ないので、チームの皆で議論・討論・検討して役割を**からだ** 身体で体感して行こう。



DX 人材の 6 職種	DX 人材の役割
プロデューサー	主に製品やサービスを生み出す人や組織、DX やデジタルビジネスの実現性を主導するリーダー格の人材となる。
ビジネスデザイナー	ビジネスデザイナーはプロデューサーと連携して、アイデアを企画レベルにまで落とし込む役割といえるでしょう。DX 人材 6 職種のなかでも、非常に幅広いスキルを必要とされる職種といえます。基本的なデジタル技術の知識はもちろん必要です。しかし、それよりもマーケットやクライアントのニーズの全体を見渡す視点や、あるべきビジネスの姿をイメージする力など、総合的なビジネススキルが求められるようです。
アーキテクト	企画をシステムレベルに落とし込み、DX やデジタルビジネスに関するシステムを設計が出来る人材となります。 (一般的な構造 (アーキテクチャ) の設計や、基礎・中核部分の設計や仕様策定、全体のプロジェクト管理などを行うことができる技術者や、そのような業務に従事する職種や職位、チームなどのことを意味する)
データサイエンティスト & AI エンジニア	ビジネスの分野や動向に関する知識に加え、統計解析やモデル構築などの手法を用いてデータを解析することから、数学や統計学、プログラミングなどの素養が求められる。 また、分析結果を分かりやすく伝える必要から、コンサルティングに関連する能力も求められることとなる。 IT 業界において、機械学習やデータ解析などの AI 分野を専門とするエンジニアのことを指します。
エンジニア・プログラマー	デジタルシステムの実装やインフラ構築を担う人材となります。 基本的なプログラミングスキルに加え、可能な限り多くのプログラミング言語を身につけておく必要があります。特に、DX に携わる場合は、生産・人流・営業など、現場で使われるシステムの知見が必要となるでしょう。
UX デザイナー	DX やデジタルビジネスに関するシステムのユーザー向けデザインを担当する人材です。UX デザイナーは、企画の成果物であるシステムに、ユーザーにとっての使いやすさや楽しさを付加する役割といえるでしょう。

デジタル化の遅れを取り戻すためには、デジタル人材の育成と確保が喫緊の課題となります
不足しているのはエンジニアではなく、**変革を主導するリーダーであるということも指摘されています**
経営層自らが DX 推進の主導的な役割を担い、部門設置や人材育成など、「組織体制を整備」することで

IT スキル (現状把握/分析力、IT 活用知識、IT 特性を踏まえた設計力、利用者視点のデザイン力等) が必要となり、部門間 (人事・営業・経理等) で、下記のような必要性の検討を行い IT スキルの向上を目指します

- ① 開発スピード向上へ**社内人材**に要件定義・UI・DB 設計スキルを習得してもらい、上流工程を習得する
- ② 各部門間の共有化や最適化の調整を行い、IT 活用特性を推進チーム内で発信できる**社内人材**を育成する
- ③ **社内人材**からデータ分析が得意なアナリストを育て、さらに多岐に渡りデータをビジネスに発展させる

4. 企業全体のデジタル技術及びDX化推進の取組み

わが社の企業全体として、「ヒト・モノ・情報・カネの流れ」の全体を、デジタル技術によるスムーズなデータ連携の流れにより、DX化のシステム構築を推進／克服していきたいと思います。

企業業務（人事・営業・経理・財務・会計・総務等々）の全体を見渡せる人材を集めて、業務要件の業務分析設計やデジタル技術を発揮できる場面を提供できるように、全社的な取組みを強化します。

4.1 経営及びデジタル技術の活用戦略

デジタル技術の活用によって企業のビジネスモデルを変革し、新たなデジタル時代にも十分に勝ち残れるように、自社の競争力（企業価値）を高めていくことを目標とします。

また、競争力を高め、技術力が強化されたら、今後のデジタル技術の活用戦略は、多くの場面や多くのデジタルシステムに貢献できるように、全社を挙げて、他部門や他社へアピールして行きます。

4.2 DX情報推進課を設置

DXに関わる人材のサポート体制と人材の育成に、真剣に取り組んで行く「明確な目標」が必要です。わが社も、今後の人材育成の目標を見直して、本格的な体制作りを推進して行きます。

戦略を効果的に進める体制変更として、まず、推進課を設置して、人材育成確保から着手して行きます。

ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を獲得するために、DX推進に積極的に取り組んでDX化の発展を応援します。

企業全体のデジタル技術及びDX化推進の取組み：とりまとめ

第一章：DX化とは・・・デジタルテクノロジーを駆使して、経営やビジネスプロセスを再構築する

第二章：推進と取組・・・課題・理由～ビジネスモデルにどう向き合うか？；能書きが多すぎた感有

第三章：企業価値を高めるために・・・「デジタル市場の形成」プラットフォームの探求を調査した

（第三章は企業の内部秘密のため、現在は公開されていません・・・）

上記のように第一章から第三章まで、調べて記載したが、下記の仲間・目的が最終的に重要です

皆で議論して、切磋琢磨して、DX化を推進することが実質的な企業のかとなります
全社的に、信じあえる仲間を増やして、教育・育成し、全社の方向性を向上させることが目的です

今後、Chat GPT など AI 活用による新たな価値創造が追いかけて来ます：元気に戦いましょう