

【LYZON】 「WebDXの進め方」を網羅したミニサイトを公開

「WebDXの進め方」を網羅したミニサイトを公開



株式会社LYZON（本社：東京都文京区、代表取締役：藤田健）は、「WebDXの進め方」を体系的に解説したミニサイトを公開しました。同サイトでは、企業のデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するうえでWebをどう活用し、実務レベルで何から着手すべきかをコラム形式で解説しています。また、新規導入や基礎から応用・実践まで、段階的なステップとしてわかりやすく情報を整理しました。

社会の背景とDXの必要性

近年、DXは、企業の持続的成長と市場競争力の維持・向上において不可欠な経営戦略となっております。IPA（情報処理推進機構）が実施した「DX動向2025」の調査結果によりますと、日本企業のDX取り組み率は約8割に達し、欧米と同等の水準にあります。しかしながら、コスト削減においては一定の成果が見られるものの、売上や利益の増加といった「成長型DX」を実現している企業は依然として少数にとどまっているのが現状です。

特に日本においては、少子高齢化の進行と労働力不足の深刻化により、中堅・中小企業においてもDX推進が「企業存続と成長」の必要条件との認識が広がっております。実際に、DXに積極的に取り組む企業では、生産性向上や売上拡大において顕著な成果が確認されています。政府もデジタル庁の創設、マイナンバーカードなどの社会基盤整備、数千に及ぶ法令の電子化推進などを通じて、社会全体のデジタル社会への転換を加速させております。

このような背景のもと、Webを起点としたDX（「WebDX」）は、企業にとってユーザー接点の強化、マーケティングの高度化、業務効率化を統合的に実現する重要なアプローチとして注目されております。Webプラットフォームを整備・活用することで、データ活用やサービス設計の基盤を構築し、真のデジタル変革の実現が可能となります。

WebDXについて

「WebDX」とは、Webの活用を起点として業務効率と顧客体験を革新する、LYZONが提唱するDX推進フレームワークです。WebDXの特集ページでは、以下の4つの視点を中心に解説しています。

WebDXの4つの視点

視点	概要
顧客接点の変化	Webマーケティングやセルフサービス導入で新たな顧客接点を構築
DX時代のマার্ケ	SFA/CRMなど外部データ連携による統合データ基盤の構築
商品・サービス 情報管理	PIM（商品情報管理）とCMS連携により二重入力防止や効率的な情報運用
業務フロー効率化	24時間365日稼働するWebフローで人的コスト削減

WebDXは、DXにおける「最初の一步」として取り組みやすく、それでいて効果が見えやすい施策として位置付けられています。

WebDXの詳細につきましては、以下サイトからご確認ください。

[DX実現の第一歩！WebDXの進め方](#)

サービス紹介

WebDXは、Webを活用して業務効率を向上させ、顧客体験を革新することで、DX推進を確実に前進させます。本ミニサイトでは、WebDXの基本から応用まで多様なテーマを、5つのカテゴリに分けて分かりやすく解説しており、初心者の方でもスムーズに理解を深められるコンテンツとなっています。

カテゴリとテーマの一例は以下のとおりです。

基本・導入

- [Web×DXとは？今さら聞けない基礎知識](#)

CMS×DX

- [DX推進に最適なCMS選定ポイント](#)

DX販促術

- [DX時代に求められるWebマーケティングとは？](#)

ツール・仕組み

- [Web×業務改善 - 紙ベース業務からの脱却](#)

セキュリティ

- [DX時代に求められるWebセキュリティ対策](#)

その他コラムにつきましては、以下サイトからご覧ください。

[WebDXとは？企業が導入すべき理由と成功の鍵を徹底解説](#)

今後の展開

LYZONはWebDXを起点としたDX推進支援を通じ、さらに高度なデジタルマーケティングや業務効率化を目指してまいります。また、アジア地域におけるSitecoreビジネスのリーダーとして、最新技術や市場拡大へも注力していく方針です。

当プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000047.000064653.html>

株式会社LYZONのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrp/company_id/64653