

COMPASS

中小企業のIT活用情報をわかりやすく紹介

Spring 2022 春

特集

どれから 実行しますか

VUCAの時代、自律的なIT活用&DXへ



FOCUS

- ・人事業務のデジタル化
- ・IT導入補助金次年度の方針

連載

Webサイト&ネットショップ
よくある勘違いから脱出する

何が変わった？ 知っておきたい

電子帳簿保存法の改正と対応サービス

compass:羅針盤(儀)=指針・方向性
<https://www.compass-it.jp/>

COMPASS [コンパス] 2022年春号
令和4年2月28日発行

株式会社 リットテック
発行人: 土岡正純
編集人: 石原由美子
頒布価格: 本体396円(税込)

IT活用に関する「困った」を解決する専門家がいます。

ITコーディネータに ご相談ください

ITコーディネータとは、経営者と対話しながら、経営戦略のなかで
ITをどのように活用するかを経営者とともに考えるプロフェッショナル。
経済産業省推進資格です。



例えば、こんな相談に対応できます



社会の変化への対応

- ・改革したいがどこから手をつけたらよいのだろう
- ・テレワークなど新しい取り組みをしたい



業務とIT/IoTの問題

- ・受発注や入出金の管理をもっと効率化したい
- ・リピータを増やす仕組みを作りたい



ホームページ活用

- ・どうやって作るのがよいのか
- ・アクセスが増えずに困っている

- 直接のお問い合わせは協会の「経営とIT化相談」まで
- 支援機関にご相談の際に、「ITコーディネータの方はいますか」と是非聞いてください。



好評
配布中

ITコーディネータの
実際をわかりやすく
紹介する小冊子です

経済産業省推進資格



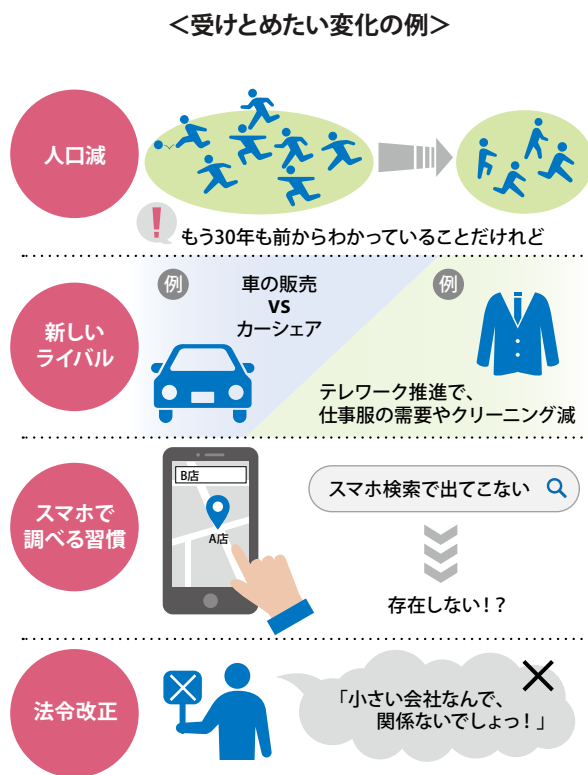
お問い合わせ先

特定非営利活動法人 ITコーディネータ協会

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町2-17-8 浜町平和ビル7階

<https://www.itc.or.jp/>

TEL: 03-3527-2177



業務のITツールは質・量ともにどんどん進化している。課題を発見し目指す方向を定め、ITの現状を学んで選んで、実行してみても、また考える——「自律性」が求められている。

『中小企業・社長の実践ガイド 激動の時代、会社をどう変えていくか』の著者であるITコーディネータの田中渉氏は、「ピカピカの仕組みをつくりITを導入しても、使いこなせなかった例があります。その原因の一つは、人材が企業を取り巻く

環境の変化についていけなかったこと」にあります」と指摘する。

最近では、「もう古いのでは?今はDが先では?」と言われるくらいに定着した「PDCA(計画、実行、チェック、対策)を回す」ことも、やり抜く力がなると、絵に描いた餅。実際には回っていかないという。

「ITを入れた後、さらにどう変えるか」環境変化とともに会社を数

本当の意味でPDCAを回しているか

東京IT経営センター
ITコーディネータ
田中渉氏

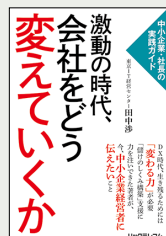


本当の意味でPDCAが回ってれば、環境の変化に応じて行動が見直され新たな取り組みが進みます。

新たな課題が出てきたときに、自分で考え、計画し、動き、結果を出し、次に向かって改善できる人=自立している社員はどのくらいいるでしょうか。ここが会社の力です。

それには、社長自身がまず自分のPDCAを回して、「社長力」をつけることが大切です。
(書籍 第一章「土台づくりの手順」より)

『中小企業・社長の実践ガイド 激動の時代、会社をどう変えていくか』(リックテレコム刊)



特集

どれから実行していきますか?

—VUCAの時代、自律的なIT活用&DXへ—

数年で社会環境や競争環境が変わる今、「すべきこと」は適宜変化する。IT活用においても、自社が置かれた状況を的確にとらえつつ、優先順位をつけて実行できるか否かが問われている。様々な支援を上手に活用しつつ、自律的なIT活用を進めよう。

< VUCA >

- ・Volatility 変動性
- ・Uncertainty 不確実性
- ・Complexity 複雑性
- ・Ambiguity 曖昧性

社会の変化が激しく正しい答えが一つ出ない予測不可能な時代を指す。
状況を見極めたクイックな決定や実行の能力が求められる。

VUCAの時代と言われる。長期の予測が難しく社会の変化が激しいことを意味し、今の経営には欠かせない視点である。カーシェアサービスが自動車販売のライバルになったり、メニューを豊富にする美容院がある一方で、カラーリングオンラインなど機能特化で価格を抑える店が出てきたり。また、デジタル化に伴い、法令も変化する。

「こうしておけば安心」という正解はないので、常に変化をウオッチし、やるべきことを見出して行動に移せるかが勝負だ。デジタル化やDX(デジタルを活用して変革し、顧客に新しい価値を提供すること)も同じである。

年のスパンでどう変化させていくか——ここに、私たちが学ぶポイントがありそうだ。そこで、これまで誌面で紹介した企業を再度訪問して、現状を聞いた。

2年以上続いているコロナ禍において、大きな打撃を受けた産業の一つが観光業である。

沖縄県石垣島の石垣焼窯元では、「島に1店舗に顧客が来ない」という危機に、長期にわたり直面してきた。

初めてネット通販に挑戦し、実施して見えた課題を整理。

2022年2月にはもう、新しいシステムでネットショップをリニューアルした。

香川県の京兼醸造は、毎年、システムに新機能を加えて拡張し、ミスを削減して受注が増え、データが蓄積されたら、AI活用も考えるという。

本特集では、課題の見極めとやりぬく力に焦点を当てる。

また、法令面での外部環境変化として、電子帳簿保存法の改正を取り上げる。

コロナ禍の激変を
どう生き抜くか

観光地域・事例

【石垣焼窯元の取り組み】 2020-2022

状況変化 店舗での販売・体験がメイン(観光客 団体・個人)だったが、コロナ禍で石垣島への観光が減少 休業した期間も

ネット販売の活用
ファン・リピーターへの働きかけ(顧客管理データの活用も) 商品の様子を動画でも表現

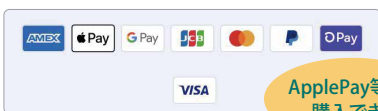
自社ネットショップの開設

スマホ対応・使い勝手向上に、
2022年2月 Shopifyで再スタート



(スマホ画面の例)

カテゴリ別に掲載。
使用感を伝わりやすくした



ApplePay等でも
購入できる

観光の本格的再開時にはファンの再訪も期待!

クラウドファンディング「Makuake」



第一弾は1週間で目標達成!
初回から多数のメッセージが

②石垣島フェア

酒蔵との
コラボに挑戦!



コロナ禍の、初挑戦だった。
リアルに感じてもらえるよう、
撮影角度やライティングに工夫

をしたり、使用イメージがわか
るよう料理を盛りつけた写真を
撮ったり工夫をした。動画も勉

2022年1月、コート不要
の暖かさにも関わらず、沖縄県
の石垣島に観光客の姿はまばら
だった。休業する飲食店や棟の
半分は営業を止めるホテルも...。
年明けすぐ、沖縄県に「まん延
防止等重点措置」が適用された。
石垣島は県内他地域に比して軽
微であったが、ツアーの中止や
自粛の影響が島を直撃した。
海外からも高い評価を得てい
る、鉱石とガラスの融合で石垣



当主 金子晴彦氏



石垣焼窯元 工藤晴美氏(右) 吉川千尋氏(左) ショップにて

島の海の色「石垣ブルー」
を表現した焼物「石垣
焼」を製造・販売する石垣
焼窯元も、例外ではなかつ
た。個人客の来店は続いて
いるが、ツアーでの訪問が
減ってしまった。
「お客様がいらつしやら
ないから...と、何もしないでい
たら経営が難しくなります。こ
れまで実施していなかったネッ
トショップやクラウドファン
ディング「Makuake」に挑
戦しました」

石垣焼窯元の工藤晴美氏は、
自社の対応をこのように話す。

2020年11月に実施した
「Makuake」の第一弾で
は、初日2日間で全体の7割を
占める数字を出し、1週間で目



石垣焼の例

来島減を受けネット販売に挑戦 使いやすさの改善はクイックに対応

沖縄県石垣市 陶器製造販売業 **石垣焼窯元**

標額を達成。400人を超えた
サポーターからは、感想やメッ
セージが多数寄せられた。
その後、石垣市商工会が主導

強したという。

写真撮影の費用には石垣市の
補助金が利用できた。

ところがオープンしたネット
ショップを2022年2月にリ
ニューアル。なんとも早い改良
である。

理由は「スマホ対応」にあった。
オープンしてみると、ネット
購入者の7割がスマートフォン
からとわかった。

当初使用したカートシステム
はスマホ対応が弱く、使い勝手
も改善したい点があったため、
最新のECサービスを調べ「S
hopify」に切り替えるこ
とにしたのだ。

クイックに変えられるのは企
業文化なのだろうか。

「やってみてわかることも多い
ので、少しずつ動かしながら変え
るようにしています。全部でき
ているわけはありませんが、
「こうしたいな」「これをやってみ
たいな」と常に考えるよう心がけ
ています」と工藤氏。変化を前提
とした取り組み姿勢やPDCA
の大切さが伝わってくる。

して、石垣島フェアのタグ付け
を行い、島全体をMakuake
でPRできることに。請福酒
造・八重泉酒造との共同プロ
ジェクトにて、酒器と酒のセッ
ト販売も実施した。

ネット販売に初挑戦 実施してわかったことも

石垣焼は、1品ずつ色の出方
や模様が異なり、本来なら手に
取って選んでほしい商品である。
そのためWebサイトは情報提
供を主眼としネットショップは
開設していなかったのだ。

活かされた! 在庫管理・顧客管理

そして、2020年までに進
めてきた販売管理(POSレ
ジ)、在庫管理、顧客管理等、一
連のITツールも力を発揮した。
ホテル等のショップで委託販
売されている商品の在庫状況が
一元的に把握できるので、製造
計画がスムーズになった。

また、クラウドファンディン
グやネット販売において、リ
ピーターのありがたさを強く感
じたという。手厚い対応の基盤
となり、メール配信も行える顧
客管理システムが導入されてい
たことは、大きな力になった。

「会社を維持してこれたのは、
お客様のおかげです。多数
の励ましもいただきました。リ
ピーターの方にもずっと愛して
いただけるように、ワクワクす
る新しい作品も作っていきます」
工藤氏は心からの感謝をこう
表現し、そして、「たくましく生
きていきます!」と元氣な笑顔
を見せた。

会社概要

合同会社石垣焼窯元

沖縄県石垣市名蔵1356-71

●設立: 2007年(創業は1999年)

●当主: 金子晴彦氏

●従業員数: 5名

●事業内容: 石垣焼の製造・販売
(陶器、陶器アクセサ
リー等)、体験陶芸教
室

●URL: <https://www.ishigaki-yaki.com/>



陶芸の体験もでき
るショップは、石垣
島中部の西海岸沿
いにある

京兼醸造のDX推進

<事業の方針> うどん店それぞれに合ったつゆ・出汁を提供する！



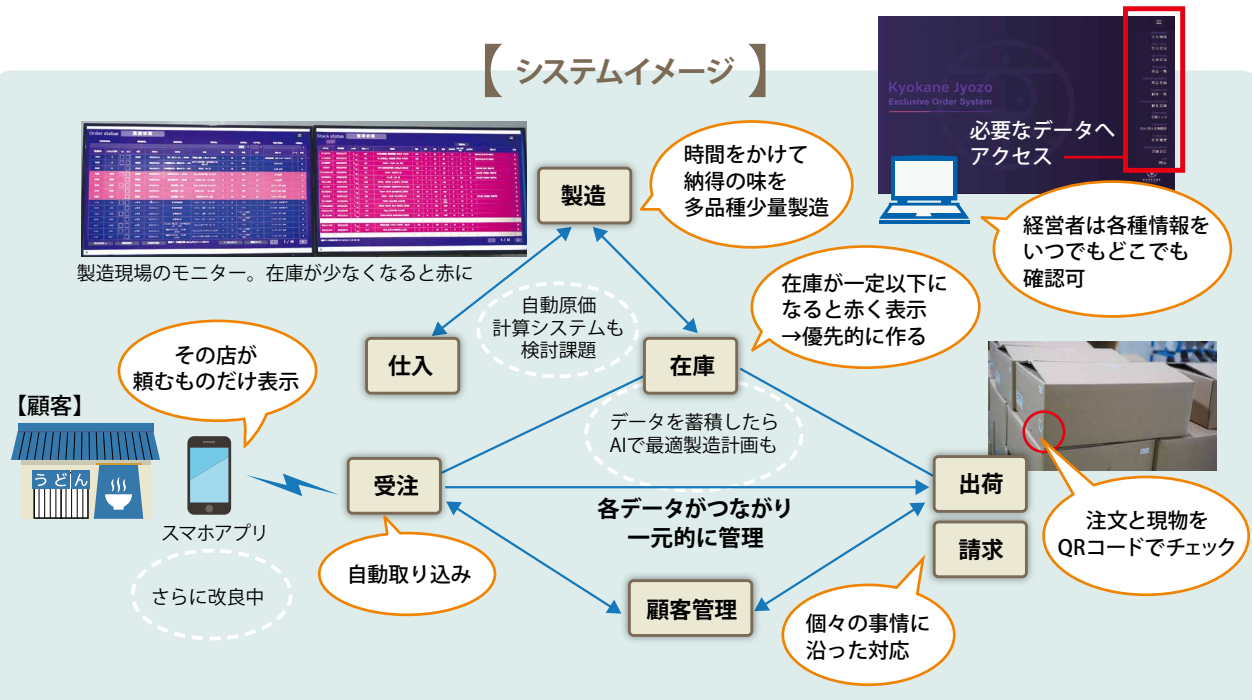
そんな面倒なこと
できないよ

① 皆が諦めるなら
チャンス！

多品種の出汁製造は
手間も時間もかかる

② 製造以外のところを
システム化して生産性向上

【システムイメージ】



デジタル化は、社内の反発によりなかなか前に進まないものだが、同社はなぜ、毎年ステップアップできるのか。京兼社長は次のように打ち明ける。

「自分のポジションから動きたくない人は、どの会社にもいるものです。その風土をなくすに

変化が前提の社内評価を定着

④ 請求方法や定休日など、きめ細かい対応を行うために顧客データベースにて、情報共有。前回の請求が入金済かどうかもチェックできる

取り組みの結果、数倍に増えた受注件数に同じ人数で対応。生産性向上を図れている。

また各種データは連携し、一元的に把握可能である。

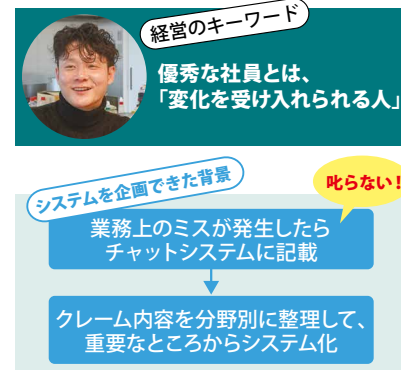
次のステップでは、原材料の価格変動に合わせて商品ごとの原価がリアルタイムでわかる機能やアプリの改良を、販売データの蓄積後はAIを使った最適製造計画などを行う予定だ。

ITのつなぎ役がない会社は？

京兼醸造のように、経営者がシステム化のイメージを持ち、ITベンダーの持ち味をつかんでシステムを発注できるかどうかは、企業の実況によるかもしれない。

対応できる人材がない時に、活用したい専門家がITコーディネーターである。企業がシステムに求めるものをよく理解し、ITベンダーとの橋渡しを行う。

「変化できることを評価する」
— 今後の企業経営に極めて大切な姿勢である。



「よく、『ボトルネックを解消しましょう』と言いますが、当社では、お客様にとって価値が高いボトルネックを大切にしています」

本誌では2度にわたりITを軸にした取り組みを紹介してきた京兼醸造の京兼慎太郎社長は、経営の核心をこう表現した。

残すボトルネック 解消すべきボトルネック

うどん県、香川の琴平町でう

「出汁の製造は特に手間暇がかかりますが、工場を見たお客様からは、『うちの作り方の大規模版だね。品質も安定してありがたい』とご評価いただいています」

京兼社長の言う「価値あるボトルネック」は、「手間暇かけた多品種の製造」にあった。これこそ大手企業が参入できず、顧客から喜ばれる仕事なのだ。

一方で、必要がないボトルネックは徹底してつぶす。サービスの質を上げるためにIT活用を進めてきた。

どこをどうシステム化すると

沿って、出したい味を追求している。当然、多品種となる。

「出汁の製造は特に手間暇がかかりますが、工場を見たお客様からは、『うちの作り方の大規模版だね。品質も安定してありがたい』とご評価いただいています」

京兼社長の言う「価値あるボトルネック」は、「手間暇かけた多品種の製造」にあった。これこそ大手企業が参入できず、顧客から喜ばれる仕事なのだ。

IT化で人的ミスの発生を抑え “常識外”のカスタマイズ製造に挑む

香川県琴平町 うどんつゆ・出汁製造 京兼醸造

良いのか。同社では、業務においてミスが起きた場合、絶対に叱らない。その代わり、チャットシステムにその内容を記載する

③ 出荷時に、商品に付与されたQRコードを照合し、出荷ミスを防ぐ

② 受注データと在庫データを連動。在庫数から、製造が必要な商品は赤く表示され、製造アイテムが増えても在庫を切らさない対応が可能に

① うどん店からの発注をスマホアプリで。アプリにはその店が頼むもののしか表示されず、発注ミスを起こさない

決まりとなっている。

これらの情報をツールを使って分野ごとに整理し、優先順位の高いものからIT化。京兼社長がシステムイメージをデザインし、対応できるSEをクラウドソーシングで探して構築を進めているという。

会社概要

京兼醸造株式会社

香川県仲多度郡琴平町榎井162-3
●設立：1953年 ●従業員数：14名
●事業内容：うどんつゆの製造・販売
●URL：https://kyokane.asia/



本社工場

統合業務システム

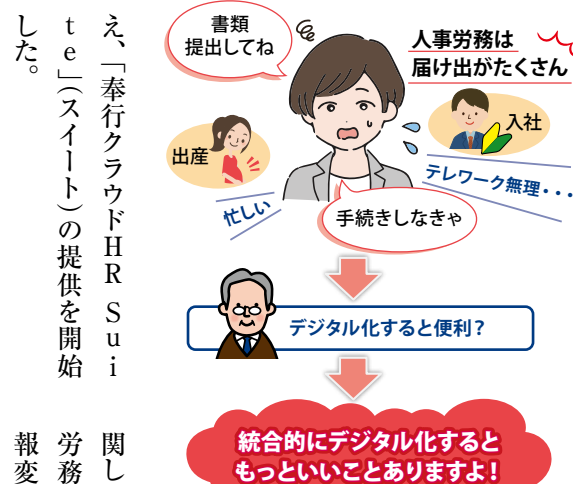
オールインワン型サービスで一気にデジタル化！
人事労務業務の網羅的なペーパーレス化を支援

デジタル化やペーパーレス化の推進にあたり、見逃されがちなが人事労務の分野である。「一人ひとり入社や退職時期も異なるし、家族情報なども都度もらうことになる。紙のやり取りしか方法がないのでは」という感覚もあるだろう。

しかし、コロナ禍もその後もテレワークが求められ、税や社会保険の手続きも電子化が進む今、「できるものはデジタル化しておく」意義は大きい。専用の業務システムを使うことで、人材に関するデータを有効に活用し、経営に活かすこともできる。

実行にあたっては、複数分野のシステムを一つずつ導入していくのは煩雑だしデータの有効活用という点でもつたない。

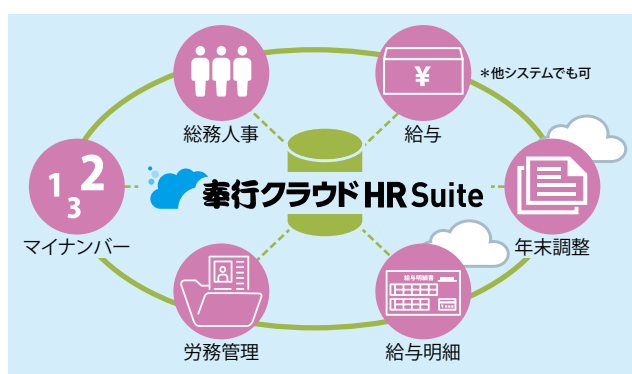
基幹業務システムのオービックビジネスコンサルタント(OBC)では、このような背景を踏ま



うに6つの奉行クラウドドシリーズをセットにしたサービスだ(給与)は、他社サービスをそのまま利用することが可能)。「業務網羅性とベストプラクティスの提供」がコンセプトである。

一気にデジタル化すれば
テレワーク対応も可能に

HRとは、Human Resources、人的資源。業務システムでは、人事労務を中心にした分野を指すことが多い。「奉行クラウドHR Suite」は、人事労務管理、マイナンバー管理、年末調整など、下図のよ



「すべきこと」をセット
業務網羅性の安心感
「奉行クラウドHR Suite」は、人事労務業務をトータルでカバーする。

にわたる55の業務をデジタル化した。また、結婚や退職など従業員のライフイベントに応じた手続きをアシストする14の業務シナリオをセットしている。

入社手続きを例に挙げると、社員側と会社側の段取りが明示され、社員が入力すべき項目や提出書類、受領後の処理などの業務フローが示されている。これに沿って実施していけば漏れや不備は発生しない。

社員側も自身のスマートフォンやパソコンからデータを入力

したり画像をアップしたりできるので、テレワーク中で対面できなくても手続きを進めることが可能だ。そして社員が更新した情報は、関連する業務システムにて自動更新され、データの正確性が保たれる。

社会環境の変化に沿って
ベストプラクティスを提供

この数年を見ても、有給休暇の取得、残業の取り扱いが明確化されたり、働き方改革やテレワーク勤務の推進など、次々と

変化がみられている。

社会の要請や法改正によるルール変更などは今後も行われていくだろう。その際に、変化を正しく理解して最適な対応方法「ベストプラクティス」を提供するのが「奉行クラウドHR Suite」のもう一つのコンセプトだ。

自社で様々な情報を調べ上げて対応するより、蓄積されたノウハウや正確な情報を踏まえたシステムを利用するほうが早くて正確なのは自明だろう。

そして、「人事」をデジタル化

1 人事データベース構築を実現する50種類 約1,100個の人事情報項目

2 総務・人事・労務における55の定型・非定型業務をデジタル化

3 従業員のライフイベントに応じた手続きをアシストする14の業務シナリオ

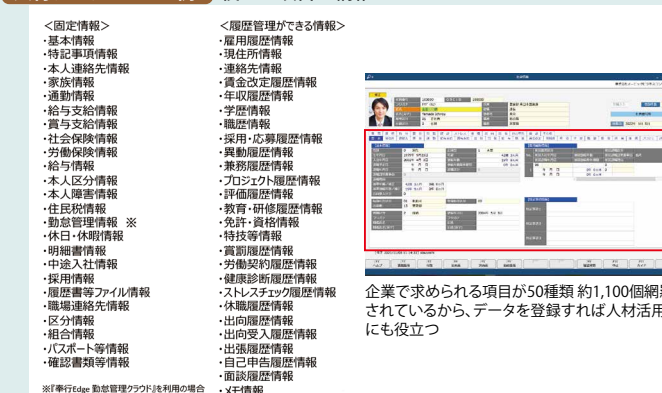
4 常に時代の変化に合わせて最適な型が提供される

5 人事データと業務基盤の自動更新で、常に最新の環境で業務ができる

入社手続きのアシスト例



人材データベースの例 役立つ項目を網羅！



企業が求められる項目が50種類 約1,100個網羅されているから、データを登録すれば人材活用にも役立つ

時代に即したベストプラクティスを徹底活用し、
「人の力」を活かしていこう！

お問い合わせ先

株式会社オービック
ビジネスコンサルタント

●ご相談窓口

0120-121-250

奉行HR 検索

時代に即した経営の実現へ、OBCが提供する業務を網羅したベストプラクティスを徹底活用したい。

することは、大きな意味を持つ。生産年齢人口が減少するなか、適材適所でのより有効な人材活用が求められるからだ。

同システムには教育・研修記録、免許・資格、特技、キャリアなどのスキル面、面談履歴やプロジェクト経験といった定性的な活動情報などを蓄積できるタレントマネジメントに役立つ機能が備わっている。より能力を活かせる職場への配置や教育機会を提供し、自身のキャリア開発と会社の業績向上の両方を図れるのだ。

専門家に聞く



アルパーコンサルティング株式会社
代表取締役 古川忠彦氏

経営管理修士、経営士
中小企業の経営支援、全国の商工会議所や商工会等で経営セミナー講師として活躍。独立行政法人中小企業基盤整備機構にて中小企業アドバイザー等も務める

改正電帳法ポイント3 押さえておきたい

- 1 **すでにスタートしている。「2年後にやれば…」は間違い**
2年間は罪を見逃す(宥恕)だけ
- 2 **電子で受け取った請求書等は原本を電子のまま保存**
会計処理のためにプリントするのはよいが、あくまでも「うつし」
- 3 **電子保存に関し、社内規則をつくる(国税庁にサンプルあり)**
データはパソコン内よりクラウド上の保管がベター

外部環境の変化には、
嘆くより決断してクイックに対応する

ネットで買った備品の“PDF領収書”も対象 電子ファイル保管はクラウドがお勧め

「うちは小規模だから関係ない」——電子帳簿保存法の改正、そして2023年に迫った適格請求書(インボイス)についてセミナーでお話すると、経営者の方がよくこのようにおっしゃいます。改正電子帳簿保存法はすでに施行され対応が義務化されました。2年間罪を見逃してくれる(宥恕)だけ。

数年後、税務調査が入り大量の否認が起きたら高額な追徴課税もあり得ます。

「紙でいいじゃないか」と見ないふりをせず、この2年間で電子保存の業務フローに慣れておきましょう。

ポイントになるのは、電子で受け取った証ひょう書(領収書や請求書等)は、電子が原本になることです。会計処理業務のためプリントするのはかまいませんが、原本にはできません。

原本は、「取引年月日」「取引先」「取引金額」がわかるようなファイル名をつけて保存しなければなりません。これは激震とも言える非常に大きな変更です。

モノタロウ、アマゾン、楽天などのECサイトで部材や消耗品を購入していませんか。ネットからダウンロードする領収書も、電子が原本になります。

取引先から、対応を求められることもあるでしょう。嘆いてもどうにもならない外部環境の変化ですから、まず、電子保存しなければならない量がどのくらいになるかの点検から対応を進めてください。電子データの保存は、パソコンの中よりは、クラウドのファイル保管サービスなど、帳簿保存が求められる7年間以上、安定的に利用できるものが望ましいといえます。バックアップも忘れずに。(談)

<電子帳簿保存法 国税庁のお知らせから>

●電子ファイル保存例

請求書データ(PDF)のファイル名に、規則性をもって内容を表示する。

例) 2022年(令和4年)10月31日に株式会社国税商事から受領した110,000円の請求書

⇒「20221031_株国税商事_110000」

*ファイルに番号を付けて、対照表を用意しても可

●規程の作成

サンプル例

<https://www.nta.go.jp/law/joho-zeikaishaku/sonota/jirei/0021006-031.htm>



がある「言われることもあるが、猶予ではなく「宥恕」なので注意したい。「すでに施行されており、2年間は、罪ではあるが罰則は科さない」というだけです。誤解は禁物(古川氏)なのだ。

今から電子保存の業務フローを確立し、慣れておくこと、必要な規程やIT環境の整備が求められている。



「自社は関係ない…」
という思い込みは禁物

経営セミナーの講演において

で、改正電帳法を解説する機会が増えているという、アルパーコンサルティングの古川忠彦氏は、「『うちはいつも紙だし…』と言っている企業でも、ネットで備品や消耗品を買ったことがあるケースがほとんどです。そのときにダウンロードしたりメール添付されたPDFの領収書は、電子ファイルが原本となる

ります」と指摘する(左ページのコラムにポイント解説を掲載)。

小規模企業や個人事業主には関係がなさそうに思えるが、取引書類を100%紙で受け取っている企業以外は、すべて対象になる。法人税、所得税にかかわることであり、「知りませんでした」という言い訳はできない。

一部報道では、「2年間、猶予

2 法令改正への対応

改正電子帳簿保存法とは?

経営の要である会計周りでも変化が起きている。
2022年1月から適用された改正電子帳簿保存法と、2023年10月からの適格請求書(インボイス)である。
今回は、電子帳簿保存法の改正に伴う変化について紹介する。

2022年1月から、改正電子帳簿保存法(改正電帳法)が施行された。

同法は帳簿や証ひょう書(請求書等)を電子的に保存する方法として、「電子帳簿等保存」「スキャナ保存」「電子取引」の3区分を定義しているが、デジタル化に対応した改正によって、「電子のものは電子のまま」「紙の書類も電子でどうぞ」と電子を基盤にする方向に変化した。

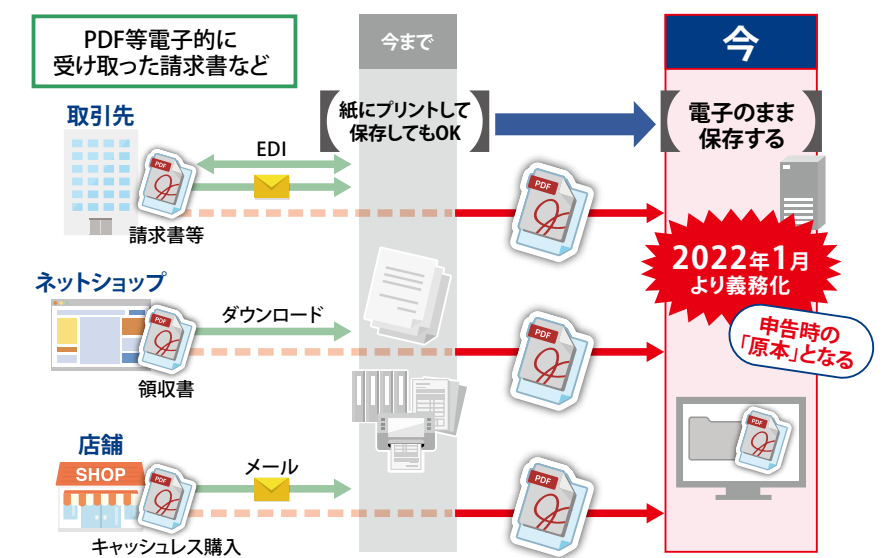
必ず知っておきたい点は、電子でもらった証ひょう書の取り扱いである。

これまでPDFなどの電子でもらった請求書をプリントして紙で保存していた企業は要注意。社内処理のためのプリントはかまわないが、PDFのみが原本として認められる。

これらのファイルを、改ざんや削除などなく(真実性)、探しやすい(可視性)保管する義務が生じるのである。

【電子帳簿法】どこが変わる?

対象	すべての業種・個人事業主(法人税、所得税にかかわる)
大きな変更点	帳簿関係書類について、電子で受け取ったものは電子で保存



ITツールの申し込みもサポートも一つの窓口に任せて 改正電帳法への対応をスムーズ&効率的に進めよう

電子帳簿保存法(電帳法)の改正によって、税法にて紙での保存が義務付けられている帳簿類を、一定要件を満たしたうえで、電子データとして保存することが可能となった。

請求書や経費の領収書はまだまだ紙のモノが多いが、スキナーで読み取って画像等の電子データで保存することができる。一方で、電子的に受領した取引データは、電子データを原本として保存する。「うちには関係ない」と思いがちだが、ネット通販で購入した備品の請求書がPDFで届いていないだろうか。

「PDFでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

「PD Fでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

「PD Fでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

「PD Fでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

「PD Fでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

「PD Fでもらってもプリントして紙で保存する」ことは認められないから、正しく管理しなければならぬ。

気軽に電話で聞けるが
業務ソフトはサポートがカギ

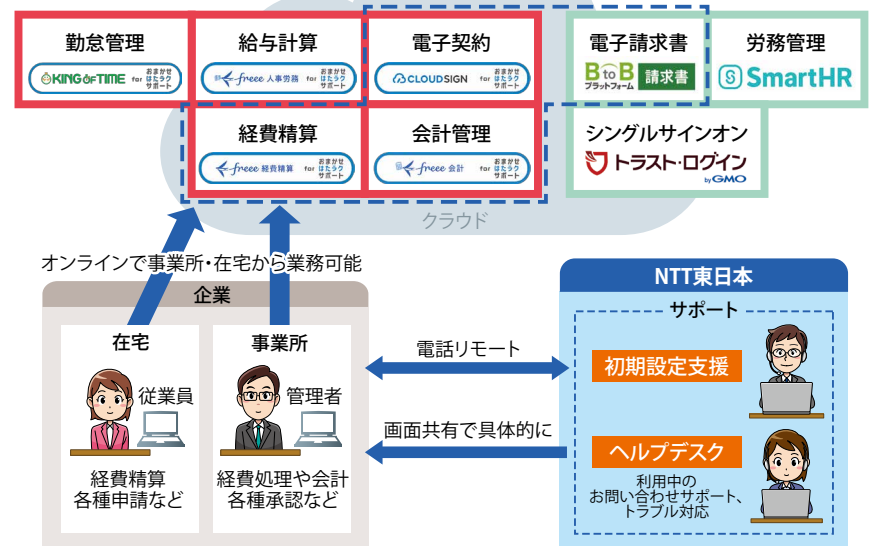
会社のルール作りや適切なI

「おまかせはたラクサポート」へのQ&A

- Q** サポート依頼ができるのは社内管理者だけでしょうか
- A** 社員の方からの問い合わせにも対応します。リモート業務も安心です
- Q** ツール間の連携をしたいのですが、なかなか難しく
- A** 「おまかせ はたラクサポート」でお申し込みいただいたツール間の連携についても、画面共有などをしながら丁寧にサポートします

対策① バックオフィス用の複数サービスを一元的に提供し、サポートまでおまかせはたラクサポート

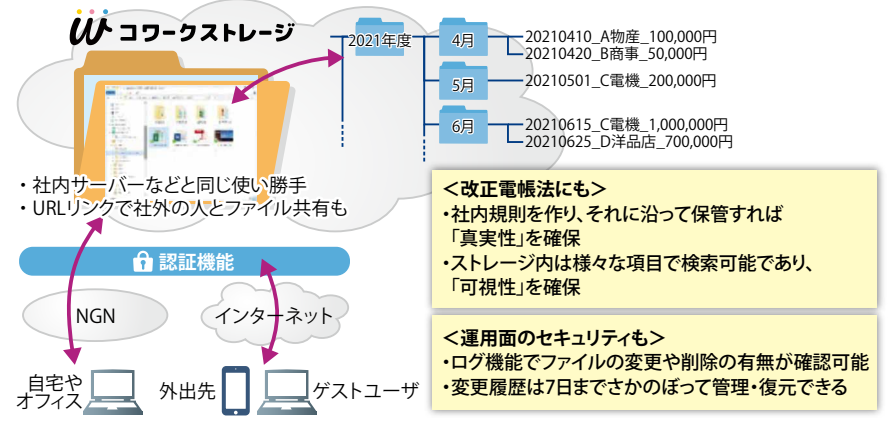
ポイント① 業務に役立つITツールをNTT東日本が窓口となって提供(下記は例)



ポイント② 利用しているツールの使い方やデータ連携などをサポート

対策② 電子的に受け取った請求書等を条件を満たして保存

社内のサーバー利用などに近い使用感で、データを安全に保存&共有



お問い合わせ先

NTT東日本

TEL : 0120-765-000

受付時間: 9:00~17:00 年中無休(年末年始を除く)

【おまかせ はたラクサポート】
URL : <https://business.ntt-east.co.jp/service/ohs/#anc-doc>
【ワークストレージ】
URL : <https://info.bizdrive.ntt-east.co.jp/pt0439inq>

K21-03950 [2202-2302]

電子の取引データを
条件に沿って安全に保存

法改正に伴い、「電子で受け取った取引データは電子で保存すること」となり、その際は①真实性(最低限、訂正や削除についての社内規則が必要)、②可視性(税務署に求められた書類

をすぐに探せる)の2点が求められる。

ここに役立つのがクラウドストレージサービス「ワークストレージ」である。

社内のファイルサーバーとほぼ同じ操作感でファイルを保管・共有できる機能をクラウド上に提供する。

様々な項目で検索可能なので、利用状況の確認や削除したファイルも7日間確認・復元が可能だ。社内運用規則を定めれば、電帳法で求められる電子データ保存の要件を満たせる。

「ワークストレージ」は、どこからでも安全にアクセスでき、階層別のアクセス権限設定にも対応しているため、テレワークの推進にも有効な手段である。

NTT東日本の「おまかせはたラクサポート」ワークストレージを活用し、改正電帳法に対応しつつ、業務のデジタル化や働き方改革を推進しよう。いずれも30日間の無料お試し利用が可能である。



まずはここから! 改正 電帳法対応

- 1 会計処理や経費精算の電子化を推進(法改正に対応できるITツールを)
- 2 電子的に受け取った請求書等は

真実性 可視性 を確保 → 条件を満たす保存を!

NTT東日本がサポートします!

最近のクラウドサービスでは、申し込みプランによってはサポート対応がメールのみだったり、管理者からの質問しか受け付けないなど、気軽に電話で聞けないタイプも増えてきた。社員が一人で仕事をする在宅勤務ではなおさら不安になるだろう。こうした現場の要望をふまえて、ITツールの導入からサポートまでをワンストップでカ

カバーするのが、NTT東日本の「おまかせはたラクサポート」である。

ITツールは、「freee会計 for おまかせはたラクサポート」「freee経費精算 for おまかせはたラクサポート」を筆頭に、中小企業にフィットする勤怠管理、電子契約、電子請求書等、バックオフィス系のクラウドサービスをNTT東日本が窓口となって提供する。

特筆すべきは、電帳法関連はもちろん、ソフトウェアの操作やデータ連携などの疑問に、電話や画面共有による遠隔サポートが提供されることだ。問い合わせは管理者に限定されず、一般社員が在宅勤務中に操作方法を質問することもできる。

利用するITツールの数が増えると申し込みや運用管理が煩雑になるが、窓口が一つなら、社内の業務負担も軽くなる。

支援情報 瓦版

2022

2

長岡商工会議所 DX研究会 おokayama IT経営力大賞 IT導入補助金2022概要発表

「おokayama IT経営力大賞」実行委員会(会長・岡山県経済団体連絡協議会・中島基善座長)では、平成3年度の受賞企業を発表した。

大賞に選ばれたファーム安井は、IoTで得られたデータを次年度の耕作計画に活用し、新しい耕作方法を独自に確立。直売所の設立・運営および地域農家への開放など地域貢献も行った。

〈令和3年度受賞者〉

■大賞
株式会社ファーム安井

■優秀賞
・竹久夢二本舗敷島堂株式会社
・株式会社荒木組
・株式会社TANIGAWA
■チャレンジ特別賞
・西大寺タクシー有限公司
・一般財団法人倉敷成人病センター
・株式会社ビアンフェ

おokayama IT経営力大賞実行委員会
<https://seo-okayama.or.jp/contents/display/r3itokayama>

おokayama IT経営力大賞

長岡商工会議所 DX研究会 市内のマコーが事例発表

新潟県の長岡商工会議所では、2021年10月にDX(デジタルトランスフォーメーション)研究会(チェアマン・新潟日報社 大塚清一郎氏)を発足。

1社単独ではデジタル化を進めにくい会員企業をサポートしつつ、DXに関連する情報収集・地域の課題整理を行い、DXによる地域経済の活性化を目指す活動である。

メールマガジンの送付のほか、令和3年度は4回にわたる勉強会を実施している。

2022年2月には、「バックク



マコー
会長 松原幸人氏(写真右)
総務部 経営企画室 主任 小林健氏(左)

会社概要
マコー株式会社
●設立: 1983年
●従業員数: 132名
●URL: <http://www.macoho.co.jp/>

フィスの取り組み」をテーマに、3回目となる勉強会を開催した(一部来場+ネット配信)。

本誌「COMPASS」から全国の事例紹介を行った後、長岡市内に本社を構えるマコー(ウェットプラス)技術の研究・開発等)が登壇。

同社はいち早くオリジナルの基幹業務システムを運用し、ITをうまく使いこなしているが、今回は、近年取り組んでいる営業改革について発表した。

〈事例発表の概要〉

マコーでは、これまでは主に、出展した展示会で受け取った名刺情報をもとに営業活動を行っていたが、2年前からWebサイトの徹底活用に移った。欲しい資料をダウンロード(名刺情報の登録が条件)してもらい、顧客の興味を把握した後にメールマガジ

ンや案内をする方式とした。

顧客関係強化のITツール「Salesforce」を活用して商談の進捗見える化し関係者で共有。営業部署内はもちろん他部署からもアドバイスやサポートを得られるようになり、成約率の向上につながっている。

コロナ禍では、直接の営業訪問機会は減ったものの、ネットミーティングの導入で、これまで同行の調整が難しかった技術者の同席がしやすくなった点も大きいという。

2021年度はリアル展示会無しで、以前同等の引き合い数を確保し、案件数は過去最高を示した。

セミナーで講演を行った総務部経営企画室の小林健氏は、「これまでの商談は担当者任せでムラも発生していましたが、上司や関係者の経験・スキルを活かしてお客様本位の提案を自信を持って行えるようになり、今後は蓄積したデータの活用も進めたい」と語った。

高い技術力を持った企業が営業力高め取り組みとして参考になる事例発表であった。

長岡商工会議所
<http://www.nagaokacci.or.jp/>

IT導入補助金2022概要発表 一部補助率アップも(予定)

ITを活用して生産性向上や給与アップに取り組む企業に対し、ITツールの導入費用やクラウドサービス利用料の一部を補助する「IT導入補助金」。2022年1月に、4月以降の実施について、概要が発表された(正式には補正予算通過後と

なるので事務局からの発表を確認してください)。

●デジタル化基盤導入類型の新設
企業間の電子取引の推進やインボイス制度の導入を見据え、「デジタル化基盤導入類型」を新設。会計に関する分野の補助が強化された。

IT導入補助金の主な変更点

2022年1月末に発表された情報です。詳細は実施前にお確かめください。

特徴 「デジタル化基盤導入類型」の新設

取引処理のデジタル化、インボイス対応を推進

対象	・会計、受発注、決済、ECなどのITツール
補助額上限 補助率	・～50万円—— 3/4 ・50万円超～350万円—— 2/3
対象	・パソコン・タブレット
補助額上限 補助率	・～10万円—— 1/2
対象	・レジ・券売機等
補助額上限 補助率	・～20万円—— 1/2

point1
補助率
アップ

point2
ハード
ウェアも

Point3 クラウドサービスの利用料は、最大2年分を補助

*その他「複数社連携IT導入類型」も新設

生産性向上、給与アップに取り組む企業に!

一般枠において、ITツールの補助率は1/2であるが、当類型では補助率がアップ。

会計、受発注等のITツールは補助額50万円以下で3/4の補助、補助額50万円超は350万円が2/3となっている。約66万円のソフトウェアだった場合、約50万円の補助が受けられる計算だ。クラウドサービスは最大2年分を補助する。ただしITツールの機能数によって補助上限が変わることがある。

また、従来は対象外であったハードウェアの一部も対象となった。パソコンやタブレットは補助額上限10万円、レジ・券売機等は20万円で、補助率は1/2である。

●複数社連携IT導入類型
地域内企業や商店街などがIT活用を活かして地域を変革することを目指し、複数社が連携してのITツールおよびハードウェア導入を補助する「複数社連携IT導入類型」も設置した。事業参加者が10者であることが条件となる見込みである。

IT導入補助金事務局
(サイトは2022年1月下旬現在のもの。
変更される可能性もあります)
<https://www.it-hojo.jp/>

事例を参考にしながらやってみよう

3C分析からSEO対策へ

SEO対策は自社に役立ててこそ意味がある！

連載で解説された内容を自社に当てはめて実践できるよう、ワーク形式で整理しました。
ワイン販売を例に手順を記載しましたので、用語を探して書き入れてみてください。

【事例企業】

「ナチュラルワインの専門販売店」

ワインが大好きでナチュラルワイン専門店を営んでいる。日本では自然派ワインとも言われ、化学肥料や農薬などを使っていないぶどうを原料に野生の酵母などを使って醸造。
現状を見ると、「ナチュラルワイン専門店」というだけで集客するのは難しそうです。

1 キーワードプランナーでワード(ワイン)を検索してみる

キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム	3ヶ月の推移	前年比の推移	競合性	広告インプレッション
白ワイン	1万~10万	0%	0%	高	-
赤ワイン	1万~10万	0%	0%	高	-
エンジェル・サンパン	1万~10万	0%	+90%	高	-
メルロー	1000~1万	0%	-40%	低	-
オレンジワイン	1万~10万	0%	+90%	高	-
アイスワイン	1000~1万	0%	40%	高	-

2 3Cからキーワードを選ぶ

- Company → (ナチュラルワイン専門店)
- Customer → (オレンジワイン)
- Competitor → (オレンジワインの品揃えが豊富)

競合分析のため 検索調査



3 メインのキーワードを選定

各層のタイトルや
本文に記載していく
(オレンジワインの品揃え豊富)

連載第一回目の3C分析を思い出してください。この会社の最初のC・Company(自社の強み)は、「ナチュラルワイン専門店」ですが広すぎます。
そこで、お客様はナチュラルワインにどういったニーズ「Customer(顧客ニーズ)」を持っているか、「Googleのキーワードプランナー」を使います。
「ワイン」で検索すると、「関連キーワード」表示されます。ここから自社の強みであり、かつお客

様のニーズがあるワードを見つけ出します。
ナチュラルワインの中でも最近、オレンジワイン(白ブドウを皮のままワインにする)に人気があり、自社はオレンジワインの品揃えを強化、在庫も豊富であると気づきました。「Customer(顧客ニーズ)」は「オレンジワイン」に目をつけました。
3つ目のC・Competitor競合分析は、実際にGoogle検索をしてみます。ナチュラルワインのGoogle検索結果

では、有料広告が広告枠いっぱいに出ており、その後も大手のショッピングサイトが続いていますが、オレンジワインは、めだつた有料広告はでていません。
自社の立ち位置を判断し、主力商品の「オレンジワイン品揃え豊富」というキーワードで集客する戦略にしました。
SEO対策は、ホームページ全体にメインのキーワードを入れていくことで、Googleで検索されやすいホームページになります。

連載

Webサイト&ネットショップ “よくある勘違い”から脱出する！

今回の
テーマ

第4回 SEO対策

合同会社サクセシオ 代表
小笠原富美子氏

中小企業診断士、ITコーディネータ



<プロフィール>
IT企業でコンサルSE分野に携わり、1995年、ITコンサルタントとして独立。ホームページなどWeb集客の相談が増え、延べ6000件を支援。経営視点を重視したWeb集客に取り組んでいる。公的機関における支援実績は2年間で1300件・220事業所を数える。

Webサイトを持つのが当たり前といわれつつも、「サイトはあるのに役に立たない…」という悩みも増えている。
中小企業のWeb集客支援を多数行っている小笠原富美子氏に、失敗しないポイントを解説いただく。

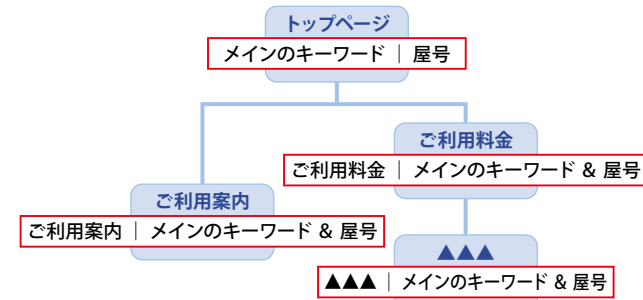
(編集部)

SEO対策(Search Engine Optimization)は、直訳すると**検索エンジン最適化**です。「**キーワード**」でホームページにアクセスしてもらう仕組みを最適化することです。
キーワードは、ホームページの「タイトル」、「ディスクリプション」に定義していきます。
Googleの検索結果には図1のように表示されます。
「タイトル」はSEO対策にて最も重要なもので、文字数は22~35文字以内。
「ディスクリプション」は、タイトルの次に重要なもので、文字数は、スマホ、PCで約130文字以内です。ディスクリプションには、ホームページを見たくなる内容も記載しましょう。
ホームページはネット検索で見つけていただけるかが重要です。すなわち、検索されるワードが「ニーズ」であり、これを「キーワード」として設定します。ただ、キーワードを設定し、Googleの検索結果にでるだけではまだ不十分です。

図1 検索表示の名称



図2 サイトの構成とキーワードの配置 (がキーワード)



- × タイトルにキーワードを設定しない。
- × 屋号のみ設定しているケースは多い。
- × 検索されない言葉。
- 例) 創業〇年の会社、駅から徒歩〇分など、お客様が検索しない言葉が入っている。
- ↑ ホームページ本文やディスクリプションにいれるのはOK。文字数が限られているタイトルにはいれません。
- × ディスクリプションにキーワードを設定していない。
- × ディスクリプションが複数ページで一緒の内容になっている。

よくある勘違い

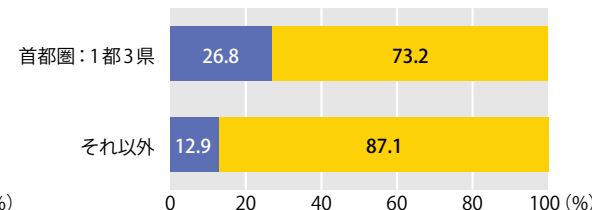
「自社が何屋か」または「どの分野に特化した事業か」を端的に表したワードと、顧客が検索するワードをマッチさせ、「**メインのキーワード**」として設定することこそが、SEO対策として重要です。
トップページ、下層ページへのキーワード設定は図2をご参照ください。図2の赤枠に記載した個所がSEO対策のタイトルです。トップページ、下層ページともにメインのキーワードを入れます。トップページは、「メインのキーワード」・「屋号」、下層ページは、

ページタイトルの後ろに部分に「メインのキーワード」をつけるとGoogleの検索結果に表示されやすくなります。
メインキーワードは、実際にホームページ内でも記載しておくことが前提です。
前回ご紹介したキッズぽけっと社の例では、メインキーワードを「ベビー用品クリーニング」とし、ホームページ内の各ページに説明文があります。このワードでは、Google検索で1位をキープしています。

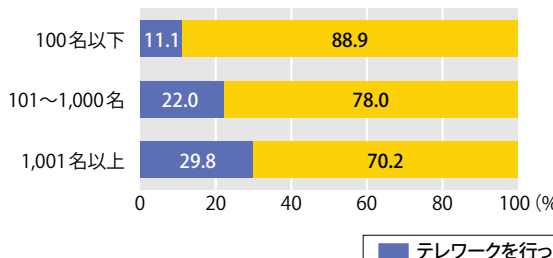
データ

「働く人の意識に関する調査」
日本生産性本部 調査レポート

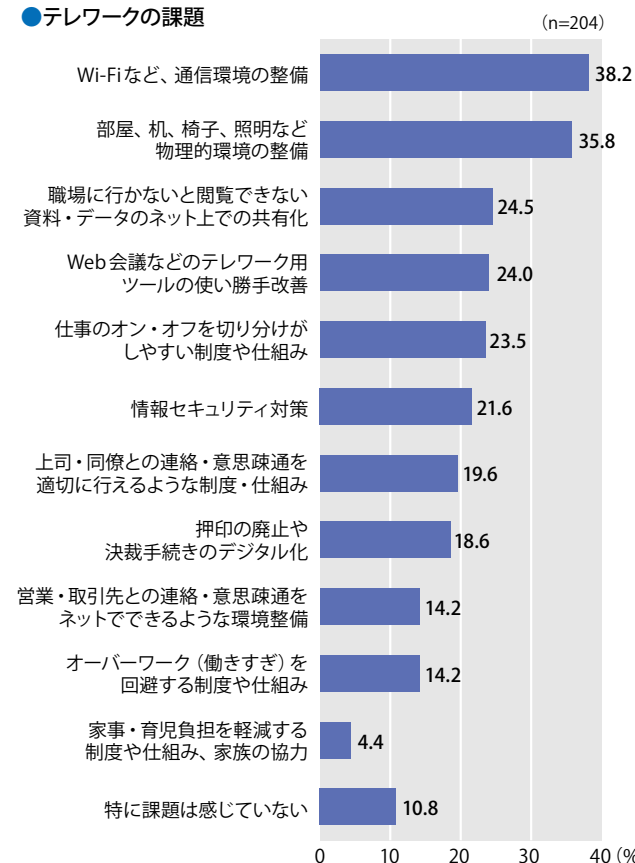
●首都圏とそれ以外のテレワークの実施率



●従業員規模別・テレワークの実施率



●テレワークの課題



公益財団法人日本生産性本部が実施している「働く人の意識に関する調査」の第8回レポートが公開された。

このうち、テレワークの実施に關しては、2022年1月の実施率は前回調査の2021年10月に比べて下がっており、コロナ禍への対応から、通常の業務形態としてのテレワークへ、変化が始まっていることがうかがえる。

テレワークの課題の上位は、「通信環境」「机などの整備」など環境面が挙げられている。

個人の住居状況や家事事情は様々であり、会社からのサポートも求められる。ネットワーク環境については、集合住宅などで自由にならないケースも考えられる。

また、会議時間もパソコンに向かうなど長時間パソコン画面を見つめるので、疲労を軽減する適切な家具のサポート、またテレワーク勤務をする社員への休憩の呼びかけ等も必要になる。

*調査対象は、被雇用者1100名。調査期間は2022年1月17日～18日

お問い合わせ先
日本生産性本部
<https://www.jpc-net.jp>

ミニ用語解説

【ドローン】

だいぶ知名度が上がってきたドローン。無人で、遠隔操作または自動操縦で飛行できるのが特徴だ。

業務分野では、上空からの撮影により、土地や人が入りにくい建造物の様子を把握する、迫力あるプロモーション映像を撮影するなどの用途で活用されている。また、本誌で紹介したスズメバチの退治や農業散布での利用など業務に特化したサービスも生まれている。

これまで、ドローンに認められていたのは「無人地帯での補助者なし目視外飛行」のレベル3まで。

「MCPAward2021」のグランプリを獲得した伊那市は、この方式で山間地へ生活品の配送を実現している。

2022年度は「有人地帯での目視外飛行」であるレベル4が認められる予定であり、より一層の活用が期待される。

ドローンの活用レベル

レベル1	目視内での操縦飛行
レベル2	目視内でのアプリ等を使用した自動操縦
レベル3	無人地帯（離島・山間部）での補助者なし目視外飛行
レベル4	有人地帯（都内・住宅街等）での目視外飛行（予定）



長野県伊那市で実用化されているドローンによる配送

補助金

事業再構築補助金
第5回公募は3月24日まで

新分野展開、事業転換、業種転換、業態転換や事業再編という思い切った事業再構築に挑戦する中小企業等の挑戦を支援する中小企業庁の「事業再構築補助金」。

第5回の公募では、①新事業売上高10%要件の緩和、②補助対象経費の見直し（貸工場・貸店舗等の賃料）、③農事組合法人の対象法人への追加の3点が見直された。

申請には、「GビジネスIDプライムアカウント」の取得が必要。

[通常枠] の場合の助成金例	
【従業員数20人以下】	100万円～4,000万円
【従業員数21～50人】	100万円～6,000万円
【従業員数51人以上】	100万円～8,000万円
[通常枠] の場合の補助率	
中小企業者等	2/3 (6,000万円を超える部分は1/2)
中堅企業等	1/2 (4,000万円を超える部分は1/3)

事業再構築補助金
URL : <https://jigyousaikouchiku.go.jp/>

セキュリティ

「情報セキュリティ10大脅威
2022」発表

IPA（情報処理推進機構）は、「情報セキュリティ10大脅威2022」を発表した。情報セキュリティ分野の研究者、企業の実務担当者など約150名のメンバーで構成する「10大脅威選考会」の投票を経て決定した。

「組織」の立場でのランキングは左表の通り。昨年に比べて大きな変動が見られないことが一つの特徴だ。

1位は、昨年に引き続き「ランサムウェアによる被害」。近年のランサムウェア攻撃は、データを暗号化するだけでなく窃取して公開すると脅したりして、身代金を支払わざるを得ない。

IPAでは、「2021年12月にJava用のログ出力ライブラリであるApache Log4jの脆弱性対策情報が、すでに攻撃が観測されているとの情報と同時に公開された。ゼロデイ攻撃の場合、修正プログラムが提供された時点ですでに攻撃が行われているため、脆弱性対策に加え、外部からの侵入を検知／防御する機器を導入などの備えが重要」とコメントしている。

Information

中小企業にとって
ITコーディネータは
どんな役割を果たしてくれる？

「ITコーディネータ活用ハンドブック」

企業経営の視点に立ち、ITと経営の橋渡しを行うITコーディネータ。

ITの進化とともに活動範囲が広がってきていることを受け、ITコーディネータ協会では、中小企業におけるITコーディネータの活動や成果を整理した冊子、「ITコーディネータ活用ハンドブック」（A5サイズ 8ページ）を発行した。

本誌で取材した全国各地のITコーディネータに関するリアルな支援事例を元にしており、実践的な内容となっている。支援機関等での活用も期待される。



お問い合わせ先
ITコーディネータ協会
<https://www.itc.or.jp/>

情報セキュリティ10大脅威 2022 [組織編]

1位	ランサムウェアによる被害
2位	標的型攻撃による機密情報の窃取
3位	サプライチェーンの弱点を悪用した攻撃
4位	テレワーク等のニューノーマルな働き方を狙った攻撃
5位	内部不正による情報漏えい
6位	脆弱性対策情報の公開に伴う悪用増加
7位	修正プログラムの公開前を狙う攻撃（ゼロデイ攻撃）
8位	ビジネスメール詐欺による金銭被害
9位	予期せぬIT基盤の障害に伴う業務停止
10位	不注意による情報漏えい等の被害

IPA
<https://www.ipa.go.jp/security/vuln/10threats2022.html>

業務のデジタル化は 奉行クラウドに おまかせあれ！

さあ、クラウドに上がろう。

すべての業務とつながるひろがる
奉行クラウド
バックオフィス向けシェア No.1 業務クラウド

財務会計システム
勤定奉行クラウド

財務会計システム
勤定奉行クラウド

財務会計システム
勤定奉行クラウド

固定資産管理システム
固定資産奉行クラウド

申告業務システム
申告奉行クラウド

申告業務システム
申告奉行クラウド

総務・人事・労務業務システム
総務人事奉行クラウド

給与計算システム
給与奉行クラウド

年末調整・法定調書作成システム
法定調書奉行クラウド

販売管理システム
商奉行クラウド

仕入・在庫管理システム
蔵奉行クラウド

債権管理システム
債権奉行クラウド

債務管理システム
債務奉行クラウド

奉行クラウド HR Suite

奉行クラウド Edge
業務プロセスプラットフォーム

従業員向け働き方改革ソリューション

Edge
奉行 勤怠管理クラウド

Edge
奉行 給与明細電子化クラウド

Edge
奉行 年末調整申告書クラウド

Edge
奉行 メンタルヘルスケアクラウド

Edge
奉行 マイナンバークラウド

Edge
奉行 身上異動届出クラウド

Edge
奉行 人材情報化クラウド

Edge
奉行 人材育成クラウド

Edge
奉行 目標管理クラウド

Edge
奉行 証憑保管クラウド

Edge
奉行 労務管理電子化クラウド

Edge
奉行 キャッシュレスクラウド

IT経営マガジン COMPASS

2022年春号
第20巻1号
2022年2月28日発行(非売品)

- ◆発行人
土岡正純
- ◆編集人
石原由美子
- ◆企画・編集
大谷聖治
松森陽子
- ◆デザイン・制作
株式会社リッククリエイト
小幡一之
- ◆本文DTP制作・印刷・製本
壮光舎印刷株式会社
- ◆発行所
株式会社リックテレコム
〒113-0034
東京都文京区湯島3-7-7
- お問い合わせ、読者登録先
COMPASS編集企画室
TEL：03-3834-8059
URL：https://www.compass-it.jp/

「COMPASS」について

「COMPASS」は中堅・中小企業向けに使いやすい製品・サービスを提供している企業のご協力により発行しております。

- 中小企業の方、1社1冊までは、無料でお読みいただけます(お手もとまでお届けします)。
- 発行は年4回の予定です(都合により若干変動します)。
- ※セミナー利用等におけるまとまった部数(有料)にも対応させていただきます。

- 読者登録のお申し込みは、下記Webサイトで受け付けております。
送付先変更、送付中止はEメール(compass@ric.co.jp)までどうぞ

<https://www.compass-it.jp/>

COMPASSのFacebookページで情報発信中。
「いいね！」をどうぞ！

<https://www.facebook.com/compassnetwork/>

COMPASSのWebサイトをご活用ください！

「COMPASS ONLINE」では、本誌情報はもちろん、電子ブック版やWebオリジナル記事、最新の情報をお届けします。

パスワードの登録にて、読者メール会員の方のみが見られるオリジナルコンテンツも提供しています。



<https://www.compass-it.jp/>

読者アンケート、資料請求された方からのご連絡をWebサイトで受付中！

2022年4月28日まで

COMPASSサイトのトップページボタンからどうぞ

<https://www.compass-it.jp/questionnaires/>

編集後記

2021年、編集部のある東京では、緊急事態宣言とまん延防止等重点措置の状態が続き、「ノーマル」が少ない1年でした。

しかし、日本は広い！取材に応じてくださる会社もあるし、会場とネットのハイブリッドでセミナーを開催し「現地にきて話して」と、お招きいただいた地域もありました。

「自分がこんな感じだから相手もそうだろう」という思い込みは禁物。国内であつても、相手の方の生活環境はどのようなだろうと推測することからコミュニケーションを始めたものです。

さて、2022年は「新幹線イヤ」だそうですが、「COMPASS S S イヤ」でもあります。おかげさまで創刊して20年の節目です。

情報収集の中心はネットに移りましたが、日本生産性本部さんの調査によると、情報収集には、まだまだ書籍や雑誌が使われているのだそう。皆様のご様子もウオッチしながら、私たちも柔軟に変化していきたいと思っています。

(石原)