

COMPASS

[コンパス]

中小企業のIT活用情報をわかりやすく紹介

Autumn 2017 秋

特集

——その労力・費用は適切ですか
経営者が知っておきたい
今どきのWeb活用事情

FOCUS

働きやすい会社は、選ばれる会社

- ・「人を大切にする会社」へ 診断&PR
- ・働き方改革へのモデル
- ・電話システムをより安く便利に

連載

- ネット社会との「お付き合い」術
- 成長を目指す中小企業経営者のための「FileMaker」活用術

攻めのIT経営中小企業百選2017 決定
プラスITセミナー開催

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

COMPASS [コンパス] 2017年秋号

平成29年8月5日発行

株式会社 リンクテック

TEL: 03-3834-8059

発行人: 土岡正純

編集人: 石原由美子

頒布価格: 本体360円+税

brother
at your sideいっそ、
今までとは違う
発想を。

突然ですが、仕事で使うプリンターって、どうやって選んでいましたか。必要以上の機能がついたものを選んだり、限られた選択肢の中だけで選んでいませんか。はたして仕事現場の環境を考えると、本当にその大きなプリンターが必要だったのでしょうか。そこで、ブラザーというチョイス。えっ、ビジネスにブラザー? そう思ったかもしれません。実はいま、ブラザーのプリンターを仕事で使う人が増えています。導入コストも、運用コストも、コンパクトなサイズ感も。選ばれた理由は、ひとつひとつ違います。さあ、あなたの仕事にフィットする、必要十分な一台を。今までとは違う発想で、仕事のプリンターを選んでみませんか。



医療機関で、店舗で、製造・物流の現場で。

OUR CHOICE, Brother!!

製品に関する問い合わせ先
(ブラザーコールセンター)

050 050-3786-6013

受付時間 9:00~12:00/13:00~17:00(月~土)
※日曜日・祝日・弊社指定休日を除きます<http://www.brother.co.jp/>

ブラザー販売株式会社

CONTENTS

- 2
- データで見る中小企業と働き手
——『中小企業白書2017』より

特集

- 3
- その労力・費用は適切ですか？

経営者が知っておきたい 今どきのWeb活用事情

- ・ソフトピアジャパン 茂木邦基氏
- ・ステージグループ 伊藤麻衣子氏
- ・ジョイプランツ 和田喜充氏

- 8
- 事例 ①来店増

普及途上の優れた技術をどう伝え、顧客に足を運んでもらうか
福井県・リラクゼーションサービス業 COCOCHI+PLUS

事例 ②リクルート

新卒採用をスタートした人気の鮮魚店 アピール方法は中途採用とどう違う？
愛知県・鮮魚販売業・飲食業 魚太郎

事例 ③リアルからネットへ

催事場でつかんだ商品のファンを「次」につなげる情報発信と通販サイト
群馬県・乳製品製造販売業 タンポポ



- 12
- Webサイトサービスの活用

求職者に選ばれる“人を大切にする企業”へ
社労士の診断をサイバー法人台帳ROBINSでPR

- 18
- 支援情報瓦版

攻めのIT経営中小企業百選2017決定

事例紹介

見積・図面をWebサイトから瞬時に回答
顧客の利便性高め新規事業の成長をけん引
新潟県・建築用金属製品製造販売 サカタ製作所

- 11
- 連載 ネット社会との「お付き合い」術
法人番号を利用した
インフォメーションサービスの利用

- 14
- 生産性を高めるITツール
人手がかかる作業をプリンターが代行！
導入企業の選択ポイントと効率化の方法を探る

- 16
- 中小企業の業務に沿った「働き方改革」を後押し
そのまま使える69通りの“モデル”を公開！

- 17
- スマホ、固定電話の通信料はもっと安くできる！
IP&クラウドでコストと運用負荷を低減しよう

- 22
- 連載 成長を目指す中小企業のためのFileMaker
活用術
ITC総合研究所
～EXCEL からデータベースへの移行

- 23
- トピックス

世界最速を 超える。

世界最速^{*1}のカラープリンター「オルフィス」が、さらに高速へ。毎分160枚^{*1}というこれまでの性能を超えるパフォーマンスで、ハイボリュームプリントの新しい未来を提案します。



NEW ORPHIS GD オルフィス

毎分160枚^{*1}

フルカラー	モノクロ
1.44 円/枚 ^{*2}	0.50 円/枚 ^{*2}
高精細	多彩な後処理機能
5色インク	

*1:A4普通紙片面横送り、標準設定連続プリント、GDフェイスダウン排紙トレイ使用時。2017年3月現在販売の枚葉（カット紙）オフィス用カラープリンターにおいて世界最速（理想科学工業調べ）。*2:A4普通紙片面、RISO GD インク F 使用時。用紙代別。※写真はオプション装着時。

——その労力・費用は適切ですか？ 経営者が知っておきたい 今どきの Web活用事情

方法は
1つではない

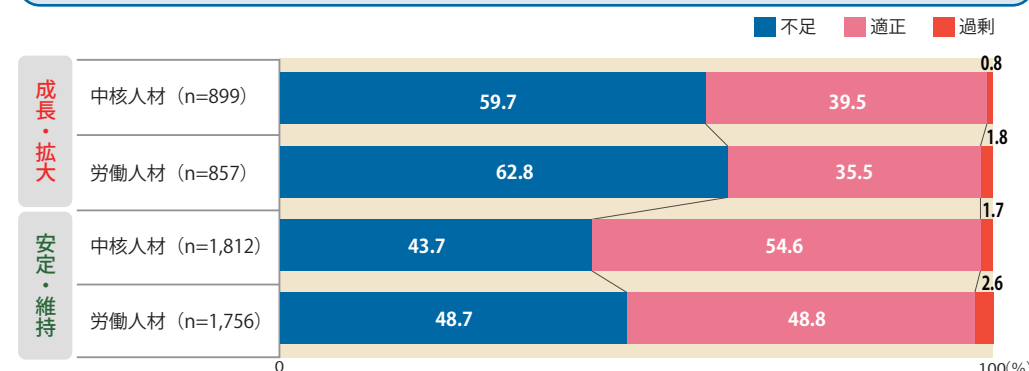
自社Webサイトが
目立たない

活用目的	☐ 情報提供(事業・会社紹介) ☐ 問い合わせ増 ☐ 来店増 ☐ 顧客からのアクション受付(見積依頼や会員登録など) ☐ ネット販売 ☐ 顧客との関係強化 ☐ 求人・採用
Web担当者の状況 (投下時間)	☐ 専任の担当者がいる ☐ 兼任(Webに時間を取られると他の業務が遅れたり、残業が増える) ☐ 経営者が担当(Webに抵抗なし) ☐ 担当は置いているが社内に知識やノウハウがあまりない
費用感	☐ 最小限にしたい ☐ 安くしたい。人件費はかけられる ☐ ある程度はかけたい。社内の労力は更新中心で(〜70万円) ☐ 戦略的に投資したい(50万円〜200万円)
その他	☐ 無料のツールに飛びついたものの、毎晩制作に時間がかかって辛い… ☐ どの程度まで、見栄えの良いサイトにすればよいかわからない ☐ セミナーに行って特定のツールを勧められたけど自分に合っている？ ☐ ホームページ制作会社をどう選べばよい？ …… ☒ どうしたらよいかCOMPASSに相談したい

「ホームページを作れば売上が上がる」——インターネットの進展とともに、商売を広げる新しい道を開いたWebサイト。しかしネット上に膨大な情報があふれる今、サイトの位置づけや構築・運用方法を点検する時期にきたといえる。自社にとって経営効果が一番高い作り方を見出すために、現状を整理してみたい。

データで見る中小企業と働き手 ——中小企業庁『中小企業白書 2017』より

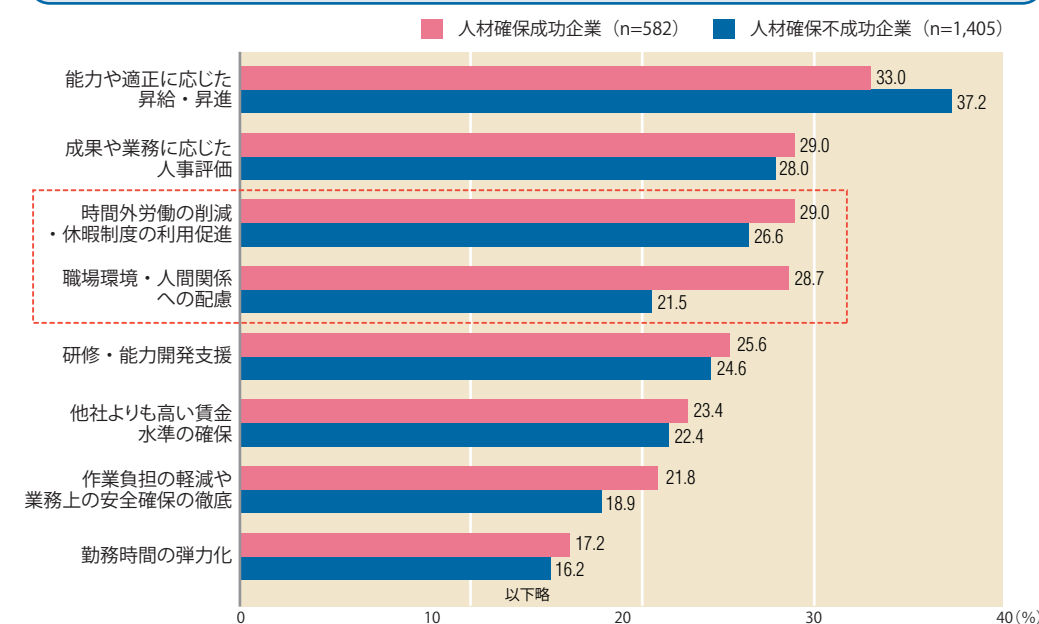
事業展開の方針別に見た、中小企業の人材の過不足状況



中核人材：各部門の中核として、高度な業務、難易度を担うなど定義された人材

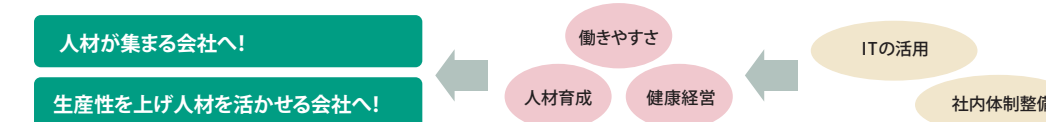
Point 半数以上の企業が人材不足を実感。とくに成長を担う人材を求めている。

人材の定着や育成のために、中小企業が有効だと考える取り組み



Point 人材の定着や育成には、昇給や評価などの「成果」を測る仕組みに加え、労働時間の削減や職場環境など「働きやすさ」への着目が見られている。人材確保に成功した企業ほど、その傾向が強い。

(中小企業庁委託「中小企業・小規模事業者の人材確保・定着等に関する調査」 2016年11月、みずほ情報総研)



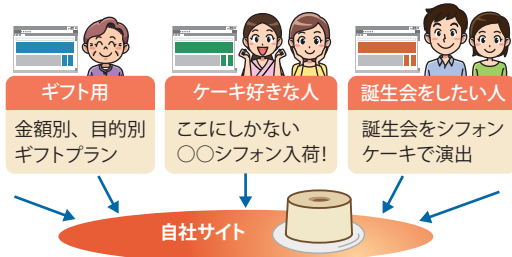
現在、20歳の人口は40歳の6割しかない。この現実はいくつかの企業経営において向き合うべき課題である。人海戦術で乗り切ることがほぼ不可能。生産性を高めて少ない人数で付加

価値を上げる一方、働きたいと思ってもらえる会社となるよう、社内を整備し、求職者にPRをしていかなければならない。中小企業庁が発行する『中小企業白

書2017』では、雇用環境と人手不足の現状、また人手不足を克服する取り組みが詳細に記述されている。そのなかから、注目すべきデータを2つ紹介する。

今どきのWeb活用①

ターゲットごとにランディングページをつくる



「ネットポスティング」とは、チラシを地域ごと、ニーズごとに内容を変えて配るように、ランディングページとなる1ページもののWebサイトをターゲットごとにスピーディに量産し、顧客との接点を増やす方法だ。どの伝え方が顧客の心を掴むかのテストマーケティングにも使える。

1ページ構成のWebサイトを手軽に安価に作れる「ペライチ」などの登場で容易になった。

例えば市内の町ごと（A市のX町、A市のY町…）、ケーキを売るなら、誕生日用、新しいスイーツ好きの日用、ギフト用など用途

Web活用サポートに力を入れる支援機関はこう見る

100万円かけてWebサイトをつくり、売上が100万円なら赤字です。売上300万円ではどうか。利幅が60%なのか30%なのかで利益は変わってきます。つまり、Webサイト構築は投資利益率（ROI）の観点で考えるべきなのです。

一般消費者向けのネット販売では、売上と運営費・社内作業の工数が釣り合わず、売れているが儲から



公益財団法人
ソフトピアジャパン
IT経営応援隊きふ チーフ
茂木 邦基氏

経営者自ら考えたいWebの投資利益率 容易になった「ネットポスティング」を使いこなせ

ない現象が意外と起きるものです。

最近、ROIを高める方法として提唱しているのは、JimdoやWIX、ペライチなど。ランディングページが充実したWeb構築ツールを使って自作し、写真やバナーをプロに依頼する方法です。素人然としたところがあっても写真等がしっかりしていれば、ROIは高くなるはずです。

もう一つの指標はアクセス者に占める購入者数であるコンバージョンレート（CVR）です。

一般企業のホームページでは0.1%程度といわれます。理由の一つはページがたかさんあって離脱・浮気が出てしまうこと。そこで、商品ごと・顧客のペルソナごとにラン

ディングページを作ること——同じサービスでも町ごとや、購入シーン、用途で分けるなど——を勧めています。いわばネット版のチラシ、「ネットポスティング」です。「ペライチ」のようにテンプレートが豊富で使える写真が豊富なサービスを使えば構築も容易です。

仮にWeb活用で売上が3倍になっても最終的に赤字ならやらないほうが良いという判断になるでしょう。また、いくらアクセスがあっても売れないなら商品戦略の練り直しが必要です。

経営者の方々は、Webサイトを担当者任せにせず、自ら関心を持ち経営視点で捉えてほしいものです。（談）

別、といった利用が考えられる。

アナログ連携も有効

サイトの量産で接点を増やす方法の一方、リアルな接点からWebにつながる方法もある。

来店誘導などにおいては、

Webに限定しないトータルの販売促進化も欠かせない」と指摘するのが、静岡西部で活動し小規模店舗への支援実績が豊富なITコーディネーターの和田喜充氏である。

「対象顧客、店舗コンセプト、サービス内容を明確にし、店舗と



2017年7月6日 美濃商工会議所と共催した「ネットポスティング」のセミナー。意欲的なWeb担当者が集まった



「Webは必須。頑張っているが、結構しんどい、大変——」以前から聞こえていた声だが、少しずつ大きくなっている。

「しんどさ」の一つは「熾烈な競争」だ。

2016年末には、検索エンジンで上位に表示されることを最優先し、記事の盗用や間違った情報を掲載していたキュレーションサイトが社会問題になった。ネット上に情報が増えるほど検索で上位表示される競争も激しくなる。

試みに「町の名前 喫茶店」で、検索してみると、上位に検索されるのは飲食店のポータルサイトばかり。個別店舗のページはなかなか出てこない。「ホームページがあれば、検索で探してもらえろ」という単純な図式ではないのだ。

公開した後も定期的な更新、アクセス者の分析による改良を地道に続ける必要がある。

最近では、Jimdo、WordPressなど、汎用的で安価なCMSツール（管理画面からブログの感覚でテキストや画像を登録することで、サイトの作成管理ができるシステム）が出ており、わずかな費用でサイトのオープンが可能になった。

こうしたツールは、スマートフォンなどモバイル端末への表示に対応し、検索エンジン対策が優れているので人気が高まっている。ツールを使って自分で作れば制作会社へのまとまった支払はなくなりコストを抑えられる。

ただ、注意したいのは社内の労力。人件費は相応に発生すること。担当者には大きな負担がかかったり、忙しくて更新が滞るならば、その「安さ」は別の問題を生む。「しんどい」の二つ目は、Webにかかわる労力や費用感の複雑さである。

こうした課題をWebサイトにかかわるプロはどうとらえている

のだろうか。支援機関、専門家、制作会社の三者にインタビューし、アドバイスをもらった詳細は5-7ページの談話参照。

多数のサイトで接点を作る

「経営者は、WebサイトをROI（投資利益率）で点検すべきです」

こう言い切るのは、岐阜県の公益財団法人ソフトピアジャパンにて、県内企業のWeb活用支援を多数行っている茂木邦基氏である。

費用を抑えつつROIを高める方法の一つとして、サイトの自作と「ネットポスティング」を提唱し

低コストで運用できるCMSサービス例 （検索エンジン対策あり）

<Jimdo> <https://jp.jimdo.com/>
レイアウトテンプレートが用意されており、簡単にWebサイトを作成できる。Jimdoを使ったサイト構築を行う制作会社もある。

・費用
無料プラン～。サーバー容量無制限・ネットショップの作れるビジネス向けの「JimdoBusiness」は月額2415円（年払い）。

<ペライチ> <https://peraichi.com/>
1枚もののチラシを作る感覚で、150種類以上のブロックを編集しながら簡単にサイトを作成できる。2000万円以上の画像素材が用意されており、1枚160円～200円の安価な費用でアカウント内で利用できる。

・費用
無料プラン～。同時に5枚（5ページ）まで公開できる「プレミアムプラン」は月額1980円
・ページ内でネット販売も可能。決済手数料は3.5%と安価である。



地域のIT活用を支援する専門家はこう見る



ジョイブランツ 代表
和田 喜充 氏
(IT コーディネーター)

インターネットを取り巻く変化のスピードは速く、「これで5年、10年絶対いける」という正解は得られなくなっています。したがって、求められるのは潮目が変わったときに新しいものを取り入れられる「柔軟さ、フレキシビリティ」です。その象徴がJimdoなどのCMSです。

ネット上のコンテンツもすさまじい量になりました。自ら情報発信することとは大切ですが、むやみに量を稼いだりネットに縛られるのは商売の本質ではないはず。

最近の店舗集客支援では、まず、リーフレットに代表される紙の媒体の制作に取り組んでもらうことが増えました。

自社のアイデンティティ、対象顧客、イメージカラー、高級感の度合いなどをデザインワークをしながら一緒に絞り込み、商売の輪郭を明確化することで、店舗リーフレット—Webの統一感が出てきます。

ここがしっかりすれば、Webサイトの構築は、①制作会社に依頼する、②自作しつつ写真やライティン

グをプロに頼む、③リーフレットの内容をJimdoなどを使ってWeb化する、のどれが良いか最適な方法が見えてくるはずです。

AIの進化に伴い、Webの検索ではユーザーが欲しいものをよりダイレクトに表示する動きになるでしょう。短時間で明快に伝える力が求められるのです。

Web構築ツールの選択に際しては、継続進化するサービス姿勢があるかどうかを見極めましょう。また、ドメインはツール提供者依存ではなく自社で持ち、ツールが変わってもサイト運営に問題が生じないようにすることを推奨します。(談)

「発信に慣れる」から「自社の輪郭をくっきり絞る」へ 環境変化を前提にドメインは自社で握れ！



企業支援の際に作成したリーフレットの例。限られた誌面に掲載すべき情報を見極めることは、事業の特徴を明確にし、Webサイト構築、総合的な販売促進に役立つという

社ならではの強みを説明する。

近年は人手不足対策としてリクルート用のWebサイトを求める企業が増えているそう。求人用のパンフレット作りと同様、会社の様子や求める人材像を明確に伝えるには、オリジナルサイトの構築も有効である。サイトからの売上はゼロ円だが、よい人材が採れば企業経営にとって意味ある投資となるはずだ。

そのWebサイトは何のために作るのか。

支払いが0円でも高くついたり、100万円払っても安いと感じることがある。得たい効果とサイトの位置づけ、社内リソースを勘案して運用方法を選びたい。続く事例では、目的別にWebを活用している3社を紹介する。

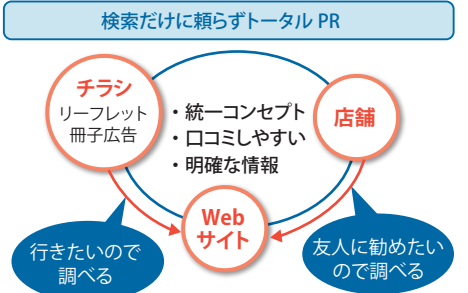
Web サイト構築費用の目安

イメージ	費用	オリジナル性	文章・写真等素材	運用
基本的な情報発信をしたい（費用抑える） 汎用的なCMSを利用	安く (人件費がかかる)	低～中	基本自社で (部分的に自社で外注できる)	自社で行う
自社ならではのサイトを作りたい。更新は自分たちで 汎用的なCMSを使って初期制作は制作会社に依頼	20万～ 70万円レベル	中	一部頼める	一部頼める (有料)
店舗・商品のコンセプトに沿って自由に作りこみたい 制作会社に依頼	50万～ 200万円レベル	高	頼める (デザイナー、ライター、カメラマン、ディレクション)	サポートを受けられる (有料)

・運用費も必要
・いずれの場合も支援機関に相談したりITコーディネーターなど専門家のアドバイスを受けるのも有効

※上記はあくまでも目安です。サービス、制作会社、地域によって異なります。 ※「リースを組む」ような不審な働きかけにはご注意ください。

今どきのWeb活用②



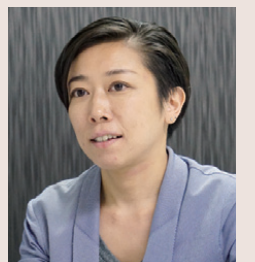
Webサイト、リーフレットなどの配布物が統一感を出せれば口コミも広がりやすくなります」と説明する。

商売の輪郭が明確になっていれば、Webサイトの構築方法や費用のかけ方も最適なものが見い出しやすいという。

制作会社が持つ強みとは

では、「自社に最適な方法」を見つけるために、手軽になったツールで自作するケースの対極にある、「一定の費用をかけて制作会社に依頼する」ケースも見えてみよう。社内のリソースが限られていたり、独自のコンセプトを明確に伝えたい・オリジナル性を出したサイトにしたいというときは、制作

ホームページ制作会社はこう見る



ステージグループ
事業推進グループ
ゼネラルマネージャー
伊藤 麻衣子氏
<https://www.stagegroup.jp/>

社員数20～30名規模の企業でも、顧客別、商品・サービス別、目的別など提供したい情報のジャンルごとにWebサイトを作る時代になりました。採用・求人目的でのサイト構築も増加しています（9ページの事例参照）。

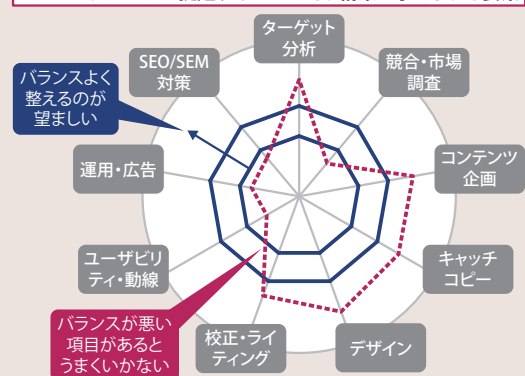
近年は安価なツールも出てきていますが、売上・収益増という最終的な成果を生み出すには社内の手間や担当者のプレッシャーも大きいでしょう。私どもはWebの専門家集団として、Webサイトを成功に導く9つの要素（左図参照）のバランスを取りつつ、一から最適なサイトを作り上げています。

まずは、現状やニーズをヒヤリング、競合を分析し、最適な形を提案します。ライター・デザイナーも有しており、コンサルティング・企画・制作・運用サポートをトータルに提供できるのが特徴です。実績は年間に約1000サイト、これまでの累計で1万2000サイトにのびります。社員約200名のうち7割が制作に携わっており、Webサイト構築の専門家をこれだけ抱えている企業は国内で他にないと自負しています。

会社で依頼したほうが目的を果たせる。依頼方法も汎用的なCMSツールでサイトを作ってもらおうケースと完全オーダーメイドの2種類がある。

後者の会社の一例として、東名阪を中心に累積1万2000サイトの構築実績を持つWebサイト制作会社・ステージグループ（東京都）に話を聞いてみると、ページデザインからライティング

ステージグループが提起するWebサイト構築に求められる要素



バランスが悪い項目があるとうまくいかない

年間1000サイトを構築しノウハウを蓄積 制作費用は、一定の効果を導く意味あるコスト

普及途上の優れた技術を どう伝え、顧客に足を運んでもらうか

来店増

福井県福井市・リラクゼーションサービス業

COCOCHI+PLUS の場合

こわばっていた肩回りにスーッと風が通っていく感じ。そして目がくっきりと——約20分の器具を使ったヘッドデトックス。片頭痛や癖毛が穏やかになる人もいるという。ここは福井県福井市のバリスタイル・リラクゼーションサロンCOCOCHI+PLUS（ココチプラス）である。「ヘッドデトックス」とは、頭皮の下に溜まった老廃物や疲労物質の排出を促すマッサージ。普段の洋服のまま座って受けられる。ただ、頭皮の洗浄を行う「ヘッドスパ」と混同されやすく、認知の途上にある。



社長 大関真梨子氏

顧客の悩みは何か サイトをコツコツ改変

販促費用がかけられないため、頼みはWebサイトである。当時チーフコーディネータを務めていた先織久恒氏は、「ヘッドデトックス」という言葉はネットであまり検索されていない事実を提示。

「ヘッドデトックスはこれまでの技術とは体感が違う。これだと2016年3月に開業しました。ただ、来てくださるのは良さをご存知のコアなお客様。売上は伸びず、数か月後には、資金が行き詰まってきたのです」

社長の大関真梨子氏は開業後数か月で経営危機に直面した。どうやって良さを知ってもらい顧客を増やすか。

閉店も頭をよぎった夏、知り合いから「福井県よろず支援拠点」（実施機関：公益財団法人ふくい産業支援センター）で無料相談が受けられることを聞いた。

サポーター紹介



コスモタウン 代表取締役
先織久恒氏
(ITコーディネータ)

2016年度まで福井県よろず支援拠点のチーフコーディネータとして活躍。2016年度の相談者満足度調査第二回では、満足度100%という結果を示した。

COCOCHI+PLUSの支援では、Webサイトのアクセスを増やすキーワードの抽出を指南した。

「お客様は何に悩んで何を解決してほしいのか。それがそのまま来店動機になりますので顧客の立場で考えていただくようにしました」と説明する。寄り添いつつ自律的な動きをサポートする伴走型支援の在り方である。

「どんな言葉で検索されましたか、と聞き、『頭痛 福井です』と言われたときには、狙い通りと喜びました」と大関社長は話す。

2017年春には、縁あって車で来店もしやすい美容院の2階

顧客が検索する用語(困りごと)を使って文章を書き直していくことを提案した。

「頭痛」「肩こり」「目の疲れ」そして地名。顧客本位の文章に変えた。そして混同されやすい「ヘッドスパ」も顧客から見れば同じカテゴリーと捉え、単語を組み込んだ。毎週のように相談に通い、サイトアクセス者の動向を分析し、改良。これを繰り返すと10月には顧客が目に見えて増加してきた。

「サイトの更新は大変で何度も挫折しそうになりましたが、お客様に喜んでほしいという思いが自分の原動力になっています。新規のお客様のほとんどはWebからです」と語る大関社長の目から、手ごたえと強い意志を感じた。

次の目標は多店舗展開、そして海外への進出だ。10年計画を立て実行していくとのことだ。



移転とともにリニューアルしたWebサイト

会社概要

COCOCHI+PLUS

- 福井県福井市大町2-107
HAIR MAKE「arika」2階
- 設立: 2016年3月
 - 従業員数: 3名
 - 事業内容: リラクゼーションサービス
 - URL: <https://www.cocochiplus.jp/>

リクルート

新卒採用をスタートした人気の鮮魚店 アピール方法は中途採用とどう違う?

愛知県知多郡・鮮魚販売業・飲食業

魚太郎の場合

愛知 知多半島の東岸、三河湾を望む魚太郎(うおたろう)の店舗には、早朝に競りで買い付け直送したピチピチの魚が並び、午前中から顧客が足を運び、威勢の良い店員の掛け声を受けて朝獲れの魚を買い求める。

魚太郎は観光スポットにもなっている小売店・飲食店を営み、東海地区に5店舗を構える。

これまで従業員は中途採用をしていたが、昨年から新卒者の採用を開始。真っ白な若者の受け入れは初めての体験で、社内も勉強を重ねる日々だという。



人事部長 笠井輝昭氏

中途採用と新卒者では採用活動も異なる。人事部長の笠井輝昭氏は次のように説明する。

「魚の販売に携わってきた方なら、魚太郎の鮮度の高さを伝えれば誇り・やりがいを感じてくださる。しかし、新卒者はそもそも魚屋の仕事を知らませんから、フツ

クとなる情報もツールも変える必要がありました」

リクルート活動は費用面を勘案し、学校からの紹介や商工会が主宰するマッチング会などを活用し、反応を待つ形に。そのうえで、「学生さんは当然ネットを使う」との現状を踏まえ、2016年夏、リクルート用のWebサイト構築を開始した。

制作は、ECサイト構築で実績のあったステージグループ(6ページ参照)に依頼。笠井氏の意図するところを形にすべく何度も打ち合わせと改変を重ね、2017年2月にオープンに至った。

どんな人材を求めているか 絞れるコンテンツも

公開されたサイトを見ると、画面から「元気の良さ」「楽しそうな雰囲気」が伝わってくる。

「二つは『魚ってこんなに面白いんだよ』というメッセージ。そして少々言葉はきついけど人懐っこ

いのが当社の特色なので、人との接触が好きな学生さんに興味を持ってもらえよう。人々に焦点を当てました」(笠井氏)

サイト内には、「あなたへの質問です」として「元気に大きな声を出せますか」など6つの質問も掲載されている。同社が求める人物像がわかり、ある程度応募者を絞ることができる。

本格活用はこの秋のリクルート活動からとなる。「学生さんと接点できたときに、このサイトを見てもらうこと、そして一度遊びに来てもらうこと。体験の段階までをしっかりとサポートします」と、笠井氏は力強く決意を語った。

サポーター紹介 Web サイト制作

ステージグループ
<https://www.stagegroup.jp/>

ディレクション、ライティング、撮影などスタッフをそろえてサポート。当初予定より時間を要したが、笠井氏のリクルートサイトのイメージを形にしていた。魚太郎のECサイト構築も手がける(<http://www.uotaro-shop.com/>)。

魚太郎リクルート用のWebサイト

<http://www.uotaro.com/recruit/>



<コンセプト>

- 仕事内容をよく知らない高校生を主なターゲットに、
- ・魚を扱う仕事の面白さ
 - ・働いている人の雰囲気
 - ・求める人材像
- を伝え、応募を促す



欲しい人材であるかどうかを絞ることができる質問コーナーを用意

催事場でつかんだ商品のファンを「次」につなげる情報発信と通販サイト

群馬県高崎市・乳製品製造販売業

タンポポの場合



人気のヨーグルトドリンクは、直営の長坂牧場で搾取した新鮮な牛乳を利用している。

会社概要

有限会社タンポポ

- 群馬県高崎市鼻高町1380
 ●設立：1999年
 ●従業員数：5名(正社員)
 ●事業内容：乳製品製造販売
 ●URL：http://www.tan-popo.co.jp/

リアル→ネット

澄 んだ空気には、抜群の眺望。群馬県高崎市・みるく工房タンポポは、長坂牧場に隣接した敷地に本店店舗を構える。

牧場で搾取した牛乳を原材料に、飲むヨーグルトや牧場ジュエライトを製造販売している。

「おいしいもの以外は作らない、牛の飼育から妥協せず、安全で新鮮な商品づくりをしています」と取締役の長坂幸夫氏は説明する。

同社は直営店3店のほか、百貨店などの催事場(物産展)に積極的に出展し、直接顧客に商品を感じてもらおう販売方法を選んでいる。

乳製品は多様なメーカーが商品を作っており、スーパーなどの店頭には置いていただけでは、違いをわかってもらいにくい。直接顧客に説明しながら販売できる方が有利な



取締役 長坂幸夫氏



有限会社ビジネス・サポートエム
(法人番号 700002013072)

代表取締役 御田村 瑞恵
www.e-bsm.jp

地銀のオンライン開発プロジェクト終了後、市町村・団体職員等の研修に携わり、アプリケーションやグループウェアの使い方、データ交換、ネットワーク管理などの研修講師を務める。

2003年からの国や地方公共団体等の電子化に伴い、国が定める特定認証局の電子認証セミナー講師、その傍ら、利用マニュアル等の作成や小規模経営者の「IT活用の困ったな」対応、一般ユーザー向けのPCスクール経営を行っている。

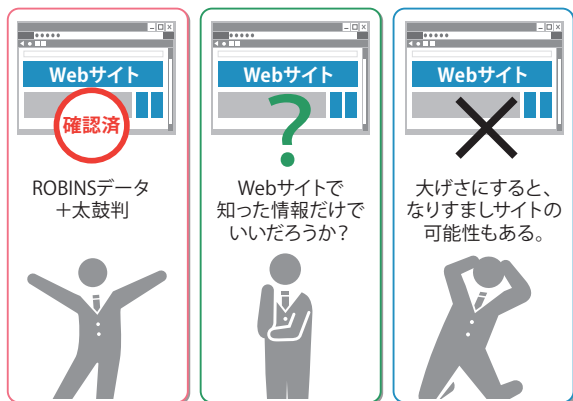
連載 ネット社会との「お付き合い」術

No.33

法人番号を活用したインフォメーションサービスの利用

国税庁の法人番号公表サイトで企業の基本3情報が公開され、法人番号を活用した法人インフォメーションでは政府が保有する法人活動状況についても公開。こうした情報サイトの活用について考えます。

Webサイトは「ほんとうの情報」かどうか分からない。
信頼できる第三者の確認を得ると取引上有利



今や企業の99・9%がインターネットを利用し、そのほとんどが常時接続です。また、自社サイトを開設している企業の割合は89・5%になり、そこには商品やサービスの紹介などと共に「会社概要」や「企業情報」が掲載されています。

法人番号の登場で取引先の情報を番号に紐づけて管理することで正確に把握できるようになりました。では、最新企業情報や新規で取引をしようとする企業の情報はどのように確認するのでしょうか。

また、企業情報を知りたいのは、番号に紐づけて管理することで正確に把握できるようになりました。では、最新企業情報や新規で取引をしようとする企業の情報はどのように確認するのでしょうか。

●企業情報の種類と発信方法

企業情報の内容は主要な事業内容、事業規模、事業形態、事業年数などの「企業概要」や経営状況や資本状況、正社員と非正社員の比率、従業員の平均年齢、労働組合の有無などの「基本データ」、そして企業理念、経営戦略、技術情報など企業が持つあらゆる情報であり、数値化できる情報は決算書や有価証券報告書等により開示されています。社会貢献活動など企業価値を向上させる情報は会社案内のパンフレットや自社のWebサイトで活動報告や動画などを使って公開されています。

また、SNSは自社サイトの活用で得られる効果に加え、社内の情報活用の活性化やプロセスの合

「おいしい」の理由がわかる製造プロセスを丁寧に発信



実際、飲んでみると、コクがありつつなめらか。「また買いに行きたいので次の催事出展が決まったら教えて」と言われることも多々ある。こうしたリピート顧客にタイムリーな情報を伝え、またネット販売の場を提供するのがWebサイトである。

年12月にリニューアルした。「お客様からの声を踏まえた改良に加え、当社のように酪農家自らが乳製品を作るのはめずらしいので、乳搾りなど、商品ができるまでのプロセスを全部お客様に伝えるようにしました」と長坂取締役。Web制作会社はこの思いを受け止め、泊まり込みで取材と撮影を行い、商品製造の過程をわかりやすくサイトに表現した。

高崎商工会議所の支援も受け、規模や実情に即した選択ができたという。催事で販売する際には案内パンフレットを必ず渡しているが、アクセス先となるWebサイトが整備されたことで、リピート購入がしやすくなった。

以前からショッピング機能のあるホームページを公開してはいたが、スマートフォンからのアクセス対策や、ショッピングカートの使い勝手、カード決済対応などについて顧客から要望が来ており、2016

リニューアル前に比べ、総売上高の伸び率は33%、ネット部門単体では70%を超える伸びを見せている。卸売も含めた全売上に占めるネットの割合はまだそれほど多くはない。しかし、Webサイトで製造プロセスや商品の品質を発信したことで、催事販売や卸売先での売上にも貢献する相乗効果が出ているという。

リアルとの繋がりをネットで強化。「おいしい。また飲みたい」——顧客の心が動いたとき、「次」の関係性を作りだすのが、タンポポのWebサイトなのである。

タンポポは、攻めのIT経営中小企業百選2017に選定されました。

求職者に選ばれる人を大切にする企業へ 社労士の診断をサイバー法人台帳ROBINSでPR

若 年人口の減少から人材難が
大きく取りざたされる昨今、
求職者は人を大切にする企業――
快適な職場環境や適正な労務管理
を実現しているかどうかを重要な
評価ポイントの一つとしている。企
業にとつてはこれが人材の確保には
欠かせない要素となった。

そこで企業はまず、人事・労務
に関する制度設計や運用を適切に
行い、次にその取り組みや成果を広
く社会に広報していくことになる
が、悩ましいのは「客観性」だ。自
社サイト等での情報発信は必須だ
が、「自社で言っているだけ」の情報
では、求職者その内容を確かめる
方法がないからだ。

労務管理の現状をプロが診断 最適環境の実現を後押し

全国社会保険労務士会連合会
では「人を大切にする企業」である
ことをアピールするための一つの手
段として人事・労務管理の専門家
である社会保険労務士（以下、社労
士）が、企業の労務管理に関する取

り組みを客観的に評価し、社労士
の国家資格者としての信頼性を担
保にしてアピールする「経営労務診
断サービス」を推進している。

「経営労務診断サービス」は、人
事・労務管理の専門家である社労
士が、経営労務管理の基本規程（就
業規則等）ならびに基本的数値情
報（全従業員数のうち正規雇用の
割合等）について、原則として毎年
一回、確認・診断するもの。この
サービスを利用することで企業は、
適正に法令を遵守しているか、法
改正に伴う規程変更が必要かどう
かなどを定期的にチェックし、最適
な経営労務管理を維持できる。

また、企業は診断結果を「サイ
バー法人台帳 ROBINS」に公
表することができる。これにより、
次のメリットを享受できる。

- ① 人事・労務の健全性を証明
- ② 「人を大切にする企業」であるこ
とをPR
- ③ 優秀な人材の確保
活用事例などは、専用サイト「経
営労務診断のひろば」(<https://>

経営労務診断サービスで 確認されること(例)

- ① 労務管理の諸規程の整備・履行
- ② 労務関連の諸帳簿の整備
- ③ 社会保険・労働保険への加入状況
- ④ 組織関連規程の整備の適正さ(任意)
- ⑤ 経営労務に関する基本的数値

している。

「ROBINSの情報は「確認
者」として登録した社労士などの士
業が第三者としてエビデンスに基づ

いて確認した後、掲載されるので、
情報の信頼性が担保されます」と
同インターネットトラストセンター
の富永優子氏は説明する。
さらに、企業が希望すれば、掲載
情報のPR項目に自社製品や保有
技術、得意分野なども登録できる
ので、事業紹介の場としても活用
可能。加えて、ROBINSに情
報を掲載した企業のサイトが本物
(なりすましサイトではない)であ
ることを証明する「ROBINS
シール」が発行される。



社会保険労務士法人
ジャパン・パーソネル・サポート 代表
特定社会保険労務士
河村 卓 氏

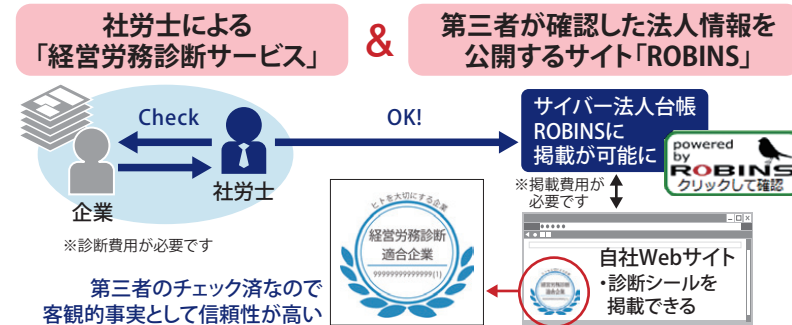
企業が「経営労務診断」を受けるメ
リットは、人事・労務管理に関する現
状と課題が主観ではなく客観的に明ら
かになり、何に取り組めばよいかを導
き出すことができる点にあります。
具体的な診断は、基本は1日で行い、
社労士がマニュアルに沿って、右図のよ
うな5点を確認します。加えて私は、
経営者や労務担当者に自社の特徴や日
頃感じている課題、将来の目標などを
インタビューしています。

顧問先の経営者に診断サービスの説
明をすると「ぜひやってみよう」と言っ
てくださった方が多く、診断後には「い
ままで明確に把握していなかった数値
情報などで自社の現状を社内に説明で
きる」と高評価をいただいています。
診断後の改善提案に関しても、実態を
分かったうえで話なので必要性をす
ぐに理解していただけます。

診断結果の「ROBINS」への掲
載は、情報発信の機会が少ない中小
企業にとって、社労士が認証した情報
で「人を大切にする企業」であるこ
とをPRできるチャンスです。自社
のサイトや求人サイトには乗せにくい
社内の取り組み状況を求職者にも発
信できるので、非常に有効と捉えてい
ます。(談)

* COMPASS ONLINEにて、インタビュー詳細版を公開いたします。

「人を大切にする企業」であることを 客観的に確認してもらいPR



www.sr-shindan.jp)で公開して
いる。
**第三者のチェックを経た
正確な企業情報をネットに**
経営労務診断の結果を公表で
きる「サイバー法人台帳 ROB
INS」(ロビンス)は、日本情報

経営労務診断結果は 広くPRしてこそ意味がある



一般財団法人 日本情報経済社会推進協会
インターネットトラストセンター
主任部員 富永優子氏(写真左)
主任研究員 永井久美子氏(右)

社労士による経営労務診断の受
診結果をROBINSに掲載する
と「経営労務診断シール」が配付さ
れる。シールを自社サイトに表示
し、ROBINSにて正しい情報で
あると証明されていれば、「快適な
職場環境を提供している企業」「安
心して取引できる企業」であること
を客観的事実として表明できる。

特に中小企業や個人事業主は、
自社が「人を大切にする企業」であ
ることを積極的にPRする方法とし
て、経営労務診断サービスと「サ
イバー法人台帳 ROBINS」を
合わせて有効活用してほしい。

なお、経営労務診断を希望する
際は近くの社労士に相談を。
経営労務診断サービスおよび
ROBINSに関する問い合わせは
下記の通りとなっている。

サイバー法人台帳 ROBINS

インターネット上の法人情報データベース

- ベースとなる情報
 - ・ 国税庁の法人番号情報
 - ・ 法人インフォメーションの掲載情報
 - ・ プライバシーマーク付事業者情報
 - ・ その他
- 掲載情報の例 (第三者が確認後、掲載)
 - ・ 英字商号
 - ・ 公式Webサイト、SNS
 - ・ 企業のアピールポイント等

月間 80 万ユニークユーザーが利用する(主に検索エンジンから)ため、
ROBINS に掲載した URL からリンクを張ることでさらなる PR 効果を期待できる



【トップページ】 <https://robins.jipdec.or.jp/>

経済社会推進協会(JIPDEC)が運営する、第三者が確
認した信頼できる企業情報を公開
するWebサイトである。
JIPDECインターネット
ラストセンターの永井久美子氏に
よると、ROBINSは、プライ
バシーマーク制度やISMS適
合性評価制度などを運用するJ
IPDECが構築・提供しているイ
ンターネット上の企業情報デー
タベースで、誰でも無料で閲覧が可
能。現在は月に約80万ユニーク
ユーザーの利用があるということ
である(2017年6月現在)。
国税庁が公表する法人番号情
報と経済産業省の法人インフォ
メーション等の公的オープン情報
をベースに、企業個々の付帯情報
― 法人名称、所在地、業務内容な
ど基本情報やアピール情報、コン
プライアンス情報も加味して公開



お問い合わせ先

<経営労務診断サービス>
全国社会保険労務士会連合会
URL <https://www.shakaiho-kenroumushi.jp>

<サイバー法人台帳 ROBINS>
日本情報経済社会推進協会
URL <https://itc.jipdec.or.jp/>

人手がかかる作業をプリンターが代行！ 導入企業の選択ポイントと効率化の方法を探る

社内の印刷にかかわる作業をもっと効率化できないものか——。ボリュームのあるプリントやページ数の多い資料作成などを内製化している企業には、こんな悩みがあるはずだ。印刷の速度はもちろん、資料のステープル止めや封入・封かん作業など、手作業がまだまだ多い。こうした課題を解消し大きな導入効果をもたらしているのが、理想科学工業の高速フルカラープリンター「オルフィスGD」である。導入した企業はオルフィスGDのどのような点を評価しているのかを探ってみよう。

高速印刷と低単価に加え 高精細なカラー再現性も好評

「オルフィスシリーズ」は2003

印刷物づくりにかかわる困った、
なんとかならない？

- ・カラーの方が見やすいけど、単価が気になる…
- ・会議書類をステープル止めするのは時間がかかる
- ・専用の帳票用紙、コストがかかる
- ・きめ細かいDMを出したいけど、封入ミスが心配

年の登場以来、オフィスプリンターで「世界最速」を更新している。最新機種「オルフィスGD」は、毎分160枚を実現した。加えて、印刷単価もフルカラー1枚あたり1・44円、モノクロ1枚あたり0・50円と非常に安価。高速プリンターとして圧倒的な優位性を持っているのである。

オルフィスを検討する企業がまず注目するのは、やはり印刷速度。理想科学工業 営業統括部 ORP 統括課長の中川氏は、「実機をご覧いただいたお客様は、印刷スピードに驚かれます。製品を一定期間お貸し出しして試験運用していただくと、さらに実務の中での効果を深く実感されるようです」と説明する。

「オルフィスGD」によってカラーの印刷コストを大きく抑えられることから、従来はモノクロで「我慢」していた販促チラシ、顧客向けの提案書、社内の会議資料等々をカラー化し、視覚効果を高めて成果を上げている事例も数多

プリンターの使いこなしで 生産性を高めよう



帳票出力用途で多数の導入 枠線と個別データを同時印刷

導入目的で見ると、「オルフィスGD」はチラシや書類印刷に次いで請求書や納品書など定期的に発行する帳票類の印刷用途が多い。あて先ごとに異なるデータを印刷するバリアブルプリントが可能なのか、帳票の定型フォームと可変データを白紙に同時印刷できるフォーム合成機能を実現できるのも、帳

オフィスでも便利に使える 各種オプションを提供

さて、「オルフィスGD」は印刷前

オルフィスGD 選ばれるポイント

①内容が異なる帳票類を 白紙にフォームごと印刷できる

- ・帳票専用紙不要
- ・封かんまで一気に行うことも可能*



②会議資料のステープル止め*や 折り加工*までスピーディー

- ・資料の準備時間が大幅減
- ・冊子印刷もできる*



★オプション装着時

事例 「オルフィスGD」を 選択した食品メーカーの例

通販の送り状作成で手間とコストを大幅削減 配送時の温度変化でもにじまないインクも便利

冷凍商品の通信販売を全国に向けて行っている宮崎県の会社では、お歳暮や寒い時期の贈答品として注文が増える、冬場の約3カ月間、受付・発送業務に追われる日が続く。商品に貼付する送り状の印刷は1日1000枚にのぼることもある。

オルフィス導入前はレーザープリンターを活用していたが、シール紙を用いた送り状は印刷時の熱でシール紙の糊がはがれ、頻繁に紙詰まりが起きてしまうため、稼働中は社員がつきっきりで監視し対処しなければならなかった。

そこで「オルフィスGD」を導入。1000枚の印刷がわずか15分という速さはもちろんのこと、熱を使わないインクジェット式印刷ゆえにシール紙にも対応可能なことが採用の決め手になった。

また、「オルフィスGD」は油性インクを使用しているため、雨天時や商品の温度変化による水漏れがあった場合でも送り状の文字が滲むことがなくなり、商品配送時の懸念の1つが解消できたという。

さらに利用用途を広げ、外注していたカラーの商品チラシを内製に切り替え、顧客の注文履歴や属性に応じて内容を変えるなど柔軟なチラシ作成を行っているそう。

後の作業を効率化できるオプションが充実していて拡張性があるのも特徴。その中で、特に装着率が高く利便性も評価されているのが、スキヤナーとオフセットステープル排紙トレイである。

スキヤナーは、片面でも両面でも毎分100ページのスキヤンおよび毎分70ページのコピーが可能。オフセットステープル排紙トレイは、オフセット排紙もしくは最大50枚のステープル止めを自動化でき便利なおえ、コンパクトサイズ。いずれも、会議資料作成や社内文書のコピー・まとめなど一

般オフィスでも頻度の高い作業の効率化に貢献する。

中川氏は、「最初は特定部門の課題解決のために導入した『オルフィスGD』を、複数の部門で共用する、外注していた印刷物の内製化のために使用するなど、活用範囲を全社に広げていくお客様も少なくありません」と話す。

導入した企業の多くが、採用時の評価・期待を大きく上回る手応えを運用において掴んでいるのである。オルフィスの活用で業務の効率を上げれば、働き方改革推進にも役立つだろう。



オルフィスGD (スキヤナーとオフセットステープル排紙トレイ装着)

- *1: オルフィスGD9630/9631の場合。A4普通紙片面横送り、標準設定連続プリント、GDフェイスダウン排紙トレイ使用時。2016年9月現在販売の枚葉(カット紙)オフィス用カラープリンターにおいて世界最速(当社調べ)。
- *2: A4普通紙片面、RISO GDインクF使用時。カラーは解像度300dpi、測定画像にISO/IEC24712に定めるパターンを使用し、ISO/IEC24711に基づく測定方法によって算出。モノクロは解像度600dpi、測定画像にISO/IEC19752に定めるパターンを使用し、ISO/IEC24711に基づく測定方法によって算出。用紙代別。
- *3: A4横送り、300dpi、PDF設定時。
- *4: 理想用紙IJ (85g/m²)使用時。用紙重量265g以下。ステープル時のプリント速度はA4横10枚で45枚/分。

お問い合わせ先

RISO
プリンターの新領域をひらく

理想科学工業株式会社
東京都港区芝5-34-7 田町センタービル

●お客様相談室
0120-534-881

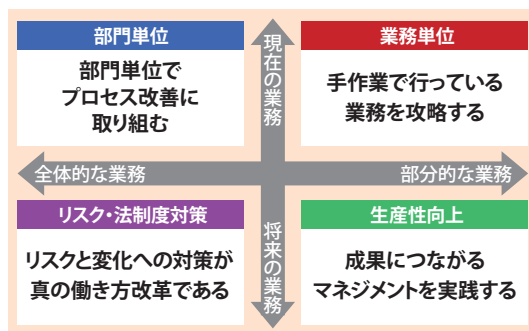
URL www.riso.co.jp

中小企業の業務に沿った「働き方改革」を後押し そのまま使える69通りの「モデル」を公開！

長時間労働是正と業務生産性向上の実現を旗印に政府が主導する「働き方改革」だが、人材不足に直面する現実と労働時間削減という理想とのギャップから、「どう取り組めばよいか」が見極めにくい企業も多い。

こうした現状を捉えて、基幹業務システム「奉行シリーズ」を提供するオービックビジネスコンサルタント(OBC)が、中小企業への支援策を打ち出した。日常のさまざまな業務において時間削減が可能な実作業と、システム化による改善策を総計69の「取り組みモデル」として提案する「OBC流動

「OBC流動き方改革」では、労働時間の削減を4つの視点から捉え、長時間労働の因子を特定し、それぞれの視点から対策を行います。



き方改革」である。

固定業務の時間削減が 生産性向上に結びつく

提案する働き方改革のポイント
は、固定業務への入力、集計、作成など成果が固定的な業務の時間削減にある。問題点やその要因を特定しやすく、システム化を図れば高い時間削減効果が得られるからだ。そして、削減できた時間を変動業務へ提案、企画、製造など成果が変動する業務にあてれば生産性向上に結びつく。

「OBC流動き方改革」では、業務を現在から未来まで、全体的から部分的まで網羅するために「部門単位」「業務単位」「リスク・法制度対策」「生産性向上」の4つの着眼点を設定し、取り組みモデルを着眼点別に分けている。

「部門単位」のモデルを見ると、営業・販売部門向けでは、システムに入力した受注情報を出荷指示や売上処理へと連携させることで二重入力の手間を解消する「受

注・売上業務スピード向上モデル」をはじめ、請求・入金管理を効率化する「回収業務短縮モデル」、営業管理の時間削減を実現する「見込み情報見える化モデル」など計6種、その他に人事・総務部門向け、経理部門向け、購買・倉庫部門向けでも各々6種のモデルが用意されている。

また、「業務単位」では、各種業務における入出力などの手作業を自動化する計36のモデルを掲げている。

クラウド型の勤怠管理で 4時間の作業がわずか1分に

多くの企業に共通する業務効率化には、クラウド型の「OMSS+業務サービス」も有効だ。

例えば、人事・総務業務の「勤怠情報入力自動化モデル」を実現する「OMSS+勤怠管理サービス」は、紙やEXCELなどで行っていた勤怠管理の一連の作業を自動化。法制度や就業ルールに沿って勤怠情報が自動集計・計算

されるため、数字をチェックするだけで勤怠締め日の作業を完了できる。

出勤打刻や申請承認はWeb上でも行える。作業時間の削減効果は、50名規模の企業で従来の4時間がわずか1分に短縮されるという目安が掲げられている。

「OMSS+勤怠管理サービス」を「給与奉行」と連携させれば、「勤怠管理自動化」が実現でき、より大きな成果を生み出せる。

「OBC流動き方改革」は、奉行ユーザーでなくても情報公開されるので、改革のヒントを得ておきたい。



※「OBC流動き方改革」を紹介するWebページを開設
<https://hatarakikata.obc.co.jp/> ガイドブックの申込みもこちらのサイトから

スマホ、固定電話の通信料はもっと安くできる！ IP&クラウドでコストと運用負荷を低減しよう

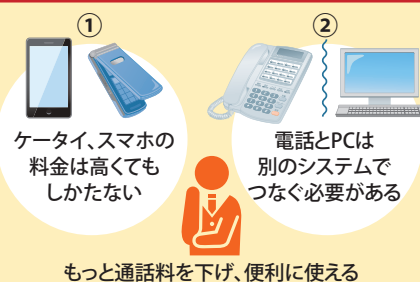
本社と店舗や工場・倉庫、あるいは外出している社員の携帯電話への連絡に従来の電話回線(外線)を使い、毎月の通話料がかさんでいたりはないだろうか。

拠点間や社員同士の業務連絡は、「内線電話」扱いにして安く効率よく使うことができる。運用管理の柔軟さや拡張性を考慮するとIP電話がお勧めだ。さらに、社内

に設置してきた電話システム(PBX)も、持たずに使うクラウドサービスを取り入れたい。

クラウド上でIP-PBX機能を提供

電話についてのこんな思い込み ありませんか？



「3CXクラウドスタートパック」

クラウドPBXサービスで 拠点間もモバイルも内線化

「3CXクラウドスタートパック」は、IP-PBXソフトウェア「3CX」を用いたクラウドシステムと通信事業者のIP電話サービスを組み合わせ、各種の内外線電話機能を提供できる。インターネットの通信方式を使って電話サービスを展開するため、オフィス内はLAN用配線とネットワーク機器を配置するだけで、従来のPBX設備やサーバー機器は不要となる。各種の設定はWeb上の管理画面で行える。

IP電話端末には、フルカラー液晶画面・LEDボタン搭載の高機能端末をはじめ複数種類の固定電話機に加え、パソコンおよびスマートフォン/タブレット向けの専用ソフトウェア(アプリ)を用意。

また、工場などで便利なページング(構内放送)や受話器を上げれば発信できるホットラインの機能を備えた端末も提供。これらはすべて

内線端末として管理・制御され、端末間の通話は無料となる。

既存電話番号やFAXの 継続利用も可能

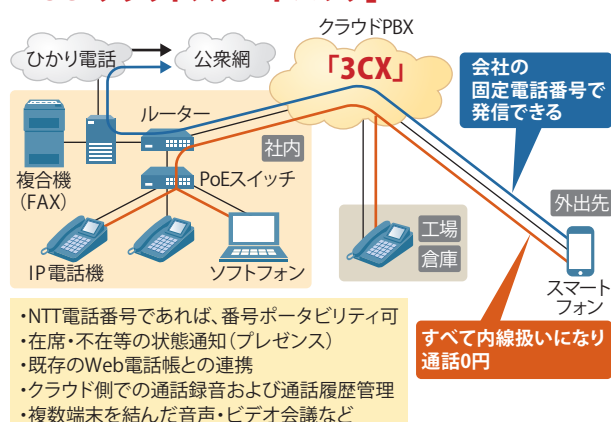
「3CXクラウドスタートパック」では、利用する外線(IP電話サービス)の違いで、①クラウド上の3CXシステムに楽天コミュニケーションズのIP電話サービスを直接接続する「フルクラウド」、②企業内のルーターにNTT東日本/西日本の「ひかり電話」サービスを接続する「ハイブリッド」の2つのモデルを用意している。

①はクラウド側で内外線を一元管理するため、導入企業側の運用負荷を大きく軽減できる。ただし、利用できる電話番号は基本的にIP電話用(050番号)となる。

一方の②は、インターネット接続回線が限定されることや接続アダプター設置などの条件がつくが、既存電話番号やFAX機器の利用が可能となるメリットがある。

CCアーキテクトでは、企業

社内で使う電話の通話料を0円に！ 「3CXクラウドスタートパック」②の「ハイブリッド型」の場合



お問い合わせ先

CCアーキテクト株式会社
[Architect]
東京都中央区新川2-1-7 セルコンスクエア3F
電話: 050-5830-7067 メール: sales@cc-arc.co.jp

攻めのIT経営中小企業百選2017		企業名	都道府県	業種
	1	株式会社 田名部組	青森県	建設業
	2	株式会社 十一屋ボルト	宮城県	卸売業
	3	株式会社 ヤマウチ	宮城県	卸売業
	4	株式会社 小野写真館	茨城県	サービス業
	5	株式会社 オートスナック	栃木県	小売業
	6	有限会社 タンボボ	群馬県	製造業
	7	株式会社 チャーム	群馬県	小売業
	8	狭山モータースクール 株式会社	埼玉県	その他
	9	株式会社 キーベックス	千葉県	運輸業・倉庫業
	10	有限会社 協和デンタル・ラボラトリー	千葉県	サービス業
	11	株式会社 旭フーズ	東京都	卸売業
	12	芝園開発 株式会社	東京都	サービス業
	13	ジー・オー・ピー 株式会社	東京都	サービス業
	14	株式会社 ダンクソフト	東京都	情報通信業
	15	株式会社 築地太田	東京都	卸売業
	16	プラスエンジニアリング 株式会社	東京都	製造業
	17	株式会社 星製作所	東京都	製造業
	18	株式会社 美萩工芸	東京都	製造業
	19	株式会社 ユウトハンズ	東京都	印刷業／情報通信業
	20	株式会社 横浜リテラ	神奈川県	製造業
	21	株式会社 サカタ製作所	新潟県	製造業
	22	そうえん農場	新潟県	農業
	23	株式会社 サワヤ	石川県	建設業
	24	大東亜産業 株式会社	岐阜県	製造業
	25	特定非営利活動法人 バウム カウンセリングルーム	愛知県	その他
	26	株式会社 長演製作所	京都府	製造業
	27	株式会社 ヤマコー	京都府	製造業
	28	株式会社 i-plug	大阪府	情報通信業
	29	株式会社 長崎堂	大阪府	製造業
	30	植山織物 株式会社	兵庫県	製造業
	31	安田精工 株式会社	鳥取県	製造業
	32	株式会社 英田エンジニアリング	岡山県	製造業
	33	倉敷青果荷受組合	岡山県	卸売業
	34	阿波スピンドル 株式会社	徳島県	製造業
	35	株式会社 北四国グラビア印刷	香川県	印刷業
	36	株式会社 高山プレス製作所	福岡県	製造業
	37	株式会社 スワン(スワン・ドライ)	長崎県	サービス業
	38	株式会社 セイブクリーン	熊本県	サービス業
	39	株式会社 ネオマルス	大分県	建設業
	40	株式会社 池上鉄工所	宮崎県	製造業



〈攻めのIT経営
中小企業百選発表会〉



主催者挨拶を行う経済産業大臣
政務官 井原巧氏



審査委員長 明治大学教授
岡田浩一氏の講評



ハッピーアイランド
取締役 福島展子氏

支援情報 瓦版

2017
8

攻めのIT経営中小企業百選2017発表



(上)「攻めのIT経営中小企業百選」
2017選定企業と審査関係者
(写真提供：事務局)

(右)発表風景(サカタ製作所)
(左)100社の事例を分類整理してトピックスを紹介した冊子——『変化を乗り越え、競争力を高める!6つのテーマで見る選定企業の横顔』



を通じて、新たな価値の創出やそれを通じた競争力の強化を目指す「攻めの分野」でのITの効果的な活用積極的に取り組み、成果を上げている中小企業をベストプラクティスとして選定する取り組みである。

5月31日には、「攻めのIT経営銘柄2017」と合わせて、選定された企業の発表会が開催され、1社ごとに名前が読み上げられ壇上で紹介された。

続いて講演会が行われ、審査委員長から百選企業の分析結果が説明された後、取り組み事例の1社として、COMPASS2016年秋号・2017年春号掲載のハッピーアイランドが登壇した。

同時に、100社の傾向を整理し、トピックスとして紹介する冊子『攻めのIT経営中小企業百選——変化を乗り越え、競争力を高める!6つのテーマで見る選定企業の横顔』を公表した。Webから閲覧可能である。

「攻めのIT経営中小企業百選」
http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/it_keiei/100sen.html

経済産業省が実施する「攻めのIT経営中小企業百選」は、2017年5月31日に2017年の選定企業を発表し、3年間にわたる100

社選定を完了した。本顕彰制度は、ITの活用による企業の製品・サービス開発強化やITを活用したビジネスモデル変革

攻めのIT経営中小企業百選
3年にわたる百社選定を完了

見積・図面をWebサイトから瞬時に回答 顧客の利便性高め新規事業の成長をけん引

空港ターミナルや展示会場など、大きな建築物の屋根を支えているのが、新潟県長岡市のサカタ製作所である。業界でも珍しい屋根金具専門メーカーとして建設会社や屋根の施工会社と取引を行っている。

同社に転機が訪れたのはリーマンショックの後、3年間苦しい経営が続いたときだった。

坂田匠社長は社内の大変革を決意し、「本当に会社を変えてく

れる真のメンバーと、強い会社にしていく」と宣言した。

ITを含む総務部門を任せられ仕組みづくりに奔走したが、取締役総務部長の小林準一氏である。

「まず認知度を上げる情報発信でシェアをさらに拡大し、ブランド力の向上を社員のモチベーションアップにつなげようと改革を進めました」

ITシステム課の樋山智明課長とともに、Webサイトの改変はもちろん、YouTubeによる動画情報、SNSによる企業情報の拡散などを進めてきた。

太陽光発電ブームで殺到した見積をどうする？

市場の追い風は、太陽光発電が目まぐるしく変わった。いち早くソーラーパネル用金具の研究を手がけていた同社には期待の新興事業となった。



会社概要

株式会社サカタ製作所
新潟県長岡市与坂町本与坂45

- 代表者：坂田匠氏
- 設立：1973年（創業：1951年）
- 業種：建築用金属製品製造業
- 従業員数：166名
- URL：http://www.sakata-s.co.jp/



屋根金具の例（左上）と、製造現場の様子

「営業担当者は携帯電話の電源を切らないと呼び出し音が鳴りやまないくらいでした。そこで見積を効率化するため、お客様がWebサイトから利用できる見積回答システムを自社開発したので」と樋山氏は振り返る。

2013年に完成した見積システムは、「SaQS」（Sakata Quotation System）と名付けられた。その中味は、親切さ便利さで顧客の心をつかみ、関係を深める、つまり営業するシステムなのだ。

顧客は、まずサカタ製作所のホームページにアクセスし、見積依頼の会員登録を行う（IDとパスワードを発行）。ログイン後、屋根の状況、設置場所、どの範囲にどの間隔でどのくらいパネルを置くかなどを入力していくと、CADで作成した図面ファイルと



サカタ製作所の「攻めのIT活用」

ビジネスの特徴

- ・屋根金具の専門メーカーという独自のポジション
- ・ソーラーパネル取り付け金具が期待の新事業に

社内の改革

- ・リーマンショック後、大変革を決断
- ・ソーラービジネスを効率化する仕組みの必要性
- ・従業員満足度の高い会社

IT活用

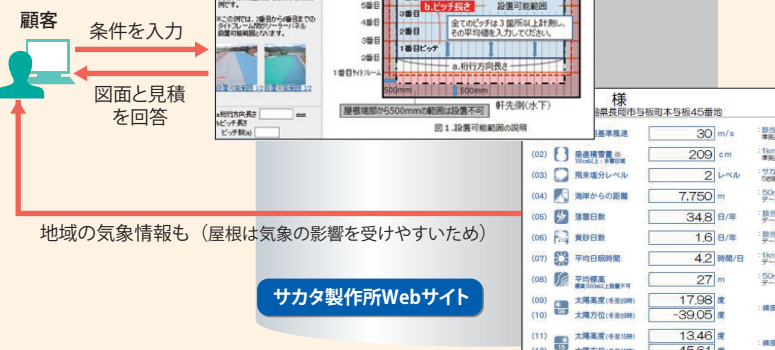
Webサイト、SNS、YouTube等で情報発信

Webを入口としたスピード見積システムによる顧客対応強化

Office 365の導入による情報共有・効率化、働きやすさ向上

屋根金具快速見積システム「SaQS」

屋根の大きさは一つひとつ異なるので、個別の図面と見積が必要で、手間を要していた



IT導入前（3年前）と比べて

- ・見積所要時間 3日→5分
- ・新規顧客数 約100社
- ・売上 約2倍
- ・経常利益 約8.5倍



総務部
ITシステム課
課長 樋山智明氏



取締役総務部長
小林準一氏

顧客に役立つ気象情報も3日要した見積が5分に

さらに、太陽光の利用は気象や

必要な金具の見積書が入手できる仕組みだ。

依頼した履歴が保存できるので、同じものを発注したい企業にはさらに利便性が高い。

言葉で書くとは簡単だが、想定した場所に金具を設置できないパネルの並べ方などもあり、様々な条件を加味し、内部の計算は複雑だ。

地理的な影響を受ける。積雪が多ければ雪が落ちる角度での設置が望ましいし、海岸から近いと塩分への注意が必要だ。

そこで、「SaQS」では、設置予定の市町村ごとに気象情報を探る・ダウンロードできるサービスも付加した。「顧客にとって役立つ情報とは何か」を吟味したシステムと言える。

こうしたサービスは、仮に受注に結び付かない時も貴重な情報になる。顧客のアクセス履歴を分析し、案件が発生していると推測される地域を見つけて営業に出向くなど、データは活用しがいがある。

導入後は、3日かかっていた見積作業が社内工数ゼロで5分に。

システム導入前後の2011年と2014年の比較では、売上は約2倍に、そして経常利益は8・5倍を示しており、システム活用による見積作成コストの削減が、受注増に伴い大きな利益を導き出したことがわかる。

情報共有の推進で活性化 高まるモチベーション

現在はさらに、Office 365を活用して日報の共有や社内SNS、遠隔会議など社内のコ

ミュニケーションを深めている。

「メールや業務日報など、Office 365で幅広くカバーできるところが利点です。社内SNSは報告書の共有に利用していますが、報告に対して社長からコメントをいただきモチベーションが高まるなどの効果も出ています」と樋山氏は話す。

また、製造に関する動画を作成し、使いやすいようにビデオライブラリーとして整理。社内での学習と顧客への商品説明に活用しているという。

さらに小林取締役は「最近では、ワークライフバランスにも力を入れており、残業が劇的に削減された効果も出ています。在宅勤務のトライアルもしています」と取り組みの様子を話す。

経営改革とIT活用は切り離せないほど一体化してきており、例えば働き方改革の推進にはクラウドの導入など、IT面の整備が不可欠だ。同じ部署で推進できるのは、同社の強みと言えるだろう。サカタ製作所の社内で感じたのは活力。ブランド力の向上から社員満足度の向上へ、「攻めのIT経営」の実行で、着々と改革が進んでいる。

成長を目指す 中小企業経営者のための FileMaker 活用術



(著者紹介)
株式会社 ITC 総合研究所 代表取締役 谷巖氏(上)
取締役・庶民派 IT コーディネータ 用松節子氏(下)



ITC 総合研究所は IT コーディネータが集まって作った会社です。IT コーディネータは IT と経営の両方の視点から中小企業の IT 活用を最適化させることを使命としています。ITC 総合研究所は、泥臭い部分も含めて実現するまで責任を持つスタイルです。

～EXCEL からデータベースへの移行～

前回までは、FileMaker を使って業務システムを作ることが中小企業にとってどのような位置づけなのか、FileMaker でのシステム再構築のパターンについてご紹介してきました。

今回からは、いよいよ FileMaker での業務システムの作り方の話に入ります。中小企業の経営者を対象とした FileMaker 活用の実践塾に参加して感じた経営者の関心や理解を深めていくポイントも加味して進めていきます。

●図1

受注番号	受注日	顧客名	納期	合計金額	受注明細番号	商品名	単価	数量	金額
1	2017/6/10	A 社	2017/6/20	1400	1	A	100	1	100
2	2017/6/10	A 社	2017/6/20	1400	2	B	200	2	400
3	2017/6/10	A 社	2017/6/20	1400	3	C	300	3	900
4	2017/6/12	B 社	2017/6/25	2300	1	B	200	4	800
5	2017/6/12	B 社	2017/6/25	2300	2	C	300	5	1500

●図2

テーブル

レコードは、1 行のことです。図2でいえば、受注明細の 1 件に対応します。フィールドは、それぞれのデータが入る箱のことです。また、EXCEL の一つのブックの中にいくつかのシートが含まれているように、FileMaker の一つのファイルの中にもテーブルをいくつか持つことができます。テーブルは自由に新規追加できます。ただし、FileMaker はデータベースですので、EXCEL をそのまま乗せるわけにはいかない場合も出てきます。

実際の業務では、受注の親データ一つに対して受注明細のデータが複数続きます。図2では親データと受注明細が一つのレコードになっており、受注番号 1-3 と 4、5 で繰り返し入力されています。しかし、データベースでシステムを作る際には、親のテーブルと明細のテーブルを分けます。親のデータは 1 回だけ入力し、同じデータを複数回入れることはありません。これがデータベースの原則なのです(二つのテーブルを結びつける方法は連載の後半で紹介します)。

**EXCEL のデータを
インポートしてみる**
EXCEL で運用している受注管理を FileMaker に移行するシーンを想定します。例えば、図1のような EXCEL の表です。方法は、FileMaker への「インポート」です。インポートは、EXCEL のファイルを FileMaker のアイコンに重ねるだけで自動的にファイルを作り、データを取り込んで図2のように

なります。これでデータを入力できるようになります。**テーブル、レコード、フィールド**
見た目は同じようですが、EXCEL とデータベースには違いがあります。データベース上でデータをあらわす単位としては、テーブル、レコード、フィールドという単位があります。テーブルは一つの意味のあるデータの集まりです(図2の場合は「受注管理テーブル」のように言います)。

図2の受注管理テーブルには、2 種類のデータが混じっています。一つは受注明細のデータです。もう一つは顧客別の受注単位の情報で、具体的には、受注番号、受注日、顧客名、合計金額です。ここでは、「受注の親データ」と呼ぶことにします。

同じデータは1回だけ入力

セミナー

中小企業庁プラスITセミナー 全国で開催中

中小企業庁では、現在、全国 100 か所で開催している。本セミナーは、地域の企業が広く IT 経営の実際を理解し成功企業の実例を学ぶ場(経営者を対象にした気づき編)、分野別の具体的な IT 活用を体感する場(テーマ別ワークショップ)を提供するもので、意欲的な商工会議所を実施機関に、全国各地できめ細かく開催することが特徴である。

運営事務局によると、6 月末までの開催地域数は 102 箇所になる。気づき研修は 73 回、総開催回数 277 とのことである。

お問い合わせ先
プラスITセミナー
<http://it-seminar.go.jp/>

普段は IT 関連のセミナー開催が少ない地域でも、IT の必要性が認識されるきっかけとなり、IT 活用支援メニューが検討されるなど、今後の支援強化が期待される。

8 月 15 日以降の経営者向けセミナーのうち日程が確定しているものは次の通り。最新情報は COMPASS の Web サイトでも紹介していく。

〈経営者向け気づきセミナー(予定)〉

・飯田商工会議所 8 月 28 日



「気づきセミナー」では中小企業 IT 経営力大賞や「攻めの IT 経営中小企業百選」を受賞した企業が登壇し、自社の取り組みを発表している。

6 月 14 日・愛媛県の新居浜商工会議所では、遠赤青汁の渡部一恵氏が登壇(写真左 撮影:新居浜商工会議所)、7 月 12 日・大分県の中津商工会議所では、ネオマルスの赤松大氏(写真中 撮影:中津商工会議所)、7 月 27 日・滋賀県の長浜商工会議所ではトファーマシーの伊藤美知氏が講演を行った(右)。

COMPASSの Webサイトリニューアル

COMPASS の Web サイトが「COMPASS ONLINE」としてリニューアルしました。

本誌情報はもちろん、Web オリジナル記事や最新の情報をお届けします。

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
もスタート
しました。



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

読者アンケート・資料請求 Webサイトで受け付け中

ご自身で直接資料請求された場合も図書カードの対象になります。

2017年10月5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/>

図書カード
500円進呈

エッセイ あいていのある職場日記

世中 渉(よのなか・わたる)

著者プロフィール: メーカーに入社 29 年目の元営業職。
出世はおまけと割り切りつつも、上司と部下に挟まれて迷い多き日々を送っている中年風中間管理職。

「新施策」

明けても暮れても「働き方改革」な今日のごろ、手詰まり感満載なわが社に画期的な新施策が導入された。その名も「帰る札」。

5 人の戦隊「カエルンジャー」が印刷された紙に、「今日は何時にカエルンジャー!」と時間を記入し、四つ折りにして席に立てておくだけというシュールな新施策。

帰る時間を見える化し効率よく仕事をしようということらしいが、導入 2 週目を迎え、早くも無力感が漂ってきている。

ちなみに、私の席には「今日も定時に帰って飲む カエルイエロー!」の帰る札が、先週から変わらず置かれたままになっている。

一方、鳴り物入りで導入された「プレミアムフライデー」も半年足らずですっかり耳にしくなった。

2 月 24 日の導入初日、プレミアムフライデーなど気にせずいつものように早い時間から飲んでいた私に、



TV 局の関係者が取材依頼に来たことが、ずいぶん昔のことのように思われる。

まあ、次の 3 月は年度末だったり、4 月は GW の前日だったり、プレミアム感を出にくい日が続く「持ってない」なあと感じたが、そもそもそんな日に設定した時点で薄々勘付いてもよさそうなので…。

次のプレミアムフライデーは「15 時に帰って持て余す カエルレッド」の札でも置いてみることにしよう。

今日は月曜日。
会社や政府が言う前から「プレミアムエブリデー」を導入している私は、本日もさっさと帰ります。

クラウドなら奉行10

今や企業の業務においてもクラウド活用が浸透してきました。

奉行10シリーズは、最新の技術と安心の実績で
お客様に最適なクラウド活用をご提供します。

クラウドベンダー
対応実績
国内No.1
(2016年11月当社調べ)

パートナー
全国**3,000**社の
販売体制
(2016年11月現在)

顧客満足度
**3年連続
No.1**[※]

※日経コンピュータ 2016年9月15日号 顧客満足度調査2016-2017 ERP部門第1位

奉行10がご提供する3つのメリット

メリット **1**

様々なクラウド
環境で利用できる

メリット **2**

必要な業務だけ
選べる

メリット **3**

環境変化に
常に対応し続ける

IT経営マガジン COMPASS

2017年秋号
第15巻第3号
2017年8月5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
竹内和佳子

◆イラスト
朝倉千夏
金巻龍平

◆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 リックビル

◆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/>

本誌記事の無断転用・転載を
禁じます。

「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。

- 一般企業1社につき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(2月、5月、8月、11月)の5日です(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/>

資料請求・読者アンケートへの回答もこちらからどうぞ!

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

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

読者の皆様へのお知らせ

メールアドレスの登録はお済みですか?

Webサイト「COMPASS ONLINE」では、
メールアドレスとパスワードによるログインにて、

さらに役立つ情報、連載
デジタル冊子、事例記事の詳しい情報を
読者会員の方だけにお届けします。

メールアドレスのご登録がない方には、COMPASS冊子をお送りできない場合がございます。

大事な情報を逃さないために、Webサイトより、
メールアドレスの登録をお願いいたします。

<お願い>

COMPASS本誌を多くの中小企業の皆様にお届けするため、
ITベンダーの方、支援者の方には、電子版のご利用をお願いする場合がございます。
ご了解賜りますようお願い申し上げます。

[COMPASS] コンパスは羅針盤・指針を意味しています。本誌をIT導入の
指針としてご利用いただけることを目指しています

編集後記

東京から郷里の茨城へ所用で帰省することが多くなったので、交通費を少しでも抑えたいと思っていたところ、JRの特急よりも大幅に安い高速バスがあることを知り、これ幸いと数回利用しました。しかし、ドアツードアの料金を計算していないことに気づき、都内の自宅からターミナル駅まで、茨城のターミナル駅から実家までの交通費を足し込んでみると、高速バスに乗り換える必要などなかったことが分かったのです。そう、JRの普通列車を使えば、バスとは同等の料金・時間で帰省できるのです。何事においても見方、考え方に柔軟さを忘れてはならないなど、改めて実感した次第です。(大谷)

先日、世界地図の本を買いました。たまたま立ち寄った書店の地図コーナーで世界の遺跡や名所もわかりやすく編集されたものを見つけたのです。テレビの海外取材番組や世界遺産や遺跡の紹介、美術史などの番組が好きでよく見るのですが、国名は知っていても位置関係まではよく分からなかったります。今までは番組を見た後でタブレットやスマホで場所を検索していましたが、アナログな世界地図は初めての都市でも地形や広範囲に見たときの位置関係をわかります。時刻表を見るだけで仮想的な旅を楽しめるという人がいます。私はそこまでの想像力はありませんが、一冊の世界地図を手にテレビの画面で世界旅行を楽しんでいます。いつか実際に行ってみたいなと思いつつ。(松森)

東京23区で一番最後にできたのが練馬区。形は福島県とオーストラリアにちよつと似ていて、横に伸ばすと四国です。

さて、その練馬を拠点に、町やできごと、人を歌う活動を行っている「練馬を歌うシンガーソングライター」(谷修(たにしゅう)さんという方がいます。

昨年知り合いになり、たまにライブにも行くようになりましたが、このたび、私が育ち、今は住んでいる「ふるさと」への思いを歌にしてもらいました!

題して『キャベツの記憶』昔はキャベツ畑がたくさんあったのです。ライブで披露されたときには予想外の反応があり、泣いていた方も。似たようなことを感じている人、意外と多いのだなと。

盛り込んでもらった思いとは「変化」には寂しさもあるけれど、変化することで人も町も巡り続けることができる。見方を変えたと空き家防犯対策の応援歌です。町の未来、真剣に考えたいですね。(石原)