

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 2021 秋

特集

「変える力」の 生み出し方

——若手人材とともにDXの基盤づくり——



FOCUS

- ・費用対効果が見えた! RPA
- ・クラウドサービスの価値をAPI連携でとらえる

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

頻出ワード「DX」に惑わされず、
本質をつかむ

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

COMPASS [コンパス] 2021年秋号
令和3年8月31日発行

株式会社 リックテック
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

ITに関する
補助金の活用も
ご相談ください

直接のお問い合わせはもちろん、
支援機関にご相談の際に、
「ITコーディネータの方はいませんか」と
是非聞いてください。

お問い合わせ先

経済産業省推進資格
ITCA
IT Coordinators Association

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

変える力の生み出し方

—若手人材とともにDXの基盤づくり—

2020年以上にコロナ禍で厳しい局面を迎えている2021年秋。

一方で、毎日見ないことはないのが「DX」という言葉だ。流行語になり、意味も拡大解釈されつつあるが、今後の経営を考えるうえで無視できない概念だ。

意味するところを整理し、今できる一歩を進めよう。



「中小企業にとってのDX」——このテーマは、これまで出てきたモバイル、クラウド、IoT、RPAなどのIT分野における新しい機器やサービス、仕組みとは一線を画し、デジタル化が進行する社会における新しい経営の在り方を示している。注目が集まる分、言葉が多用され、単なるデジタル化のように誤解される節もある。DXはデジタルを前提とした企業の変革を指す。「あなたの会社はどう変わりますか。どう変わっていくつもりですか」と問われているのだ。その意味を深掘りしていこう。

CONTENTS

特集

1 「変える力」の生み出し方

—若手人材とともにDXの基盤づくり—

- 2 ・DXの本質を理解する
- ・「変われる力」をつけていく
- ・最新技術の使い方

3 コラム

「変われる会社になるために」 田中渉氏



6 変革への取り組み

事例①

モノづくりの高度化をITで支える 若手の成功体験が社内を活性化

岡山県岡山市 機械製造業 フジワラテクノアート

8 事例②

社長の審美眼で「X」を先行 進む意識改革と「多脳工」化

富山県高岡市 製造業 フジタ

10 自動化へのツール① RPA

繰り返しのパソコン操作を自動化するロボット
費用や使い勝手が進化し、「私たちのツール」に

12 自動化へのツール② API連携

同じデータを何度も入力していませんか？
業務システムはAPI連携で自動化を！

14 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！

「顧客は誰か」を定める

小笠原富美子氏

15 トピックス



「変われる会社」になるために PDCAを回しているか

東京IT経営センター
田中渉氏
ITコーディネータ

リーマンショック、そしてコロナ禍を経験し、永久に成り立つ「儲けの仕組み」はなく、環境を乗り越えるべく「変われる」人・組織が生き残れるということを目の当たりにしました。

変われる力は一朝一夕には身に付かず、土台づくりが大切です。

これまでの企業支援においても、ITコーディネータとしてIT戦略を依頼されお手伝いに入ったはずが、社長と幹部が想いを共有できておらず、幹部社員へのコーチングを行ったり、自律的にPDCAを回せるお手伝いを行ったり、IT導入より前の土台づくりに力を注いだことが多々あります。

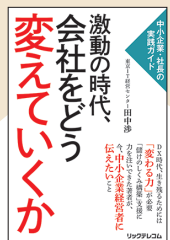
つまり、「変える力」を持っている会社はまだ少ないのです。

では、そのために何をすればよいでしょうか。

- ・社長がビジョンを明確にし、繰り返し社員に伝える
- ・顧客目線で戦略を立てる
- ・達成目標を明確にして伝える

そして何より大事なのは、社長自身が自分のPDCAを回せる柔軟性を持つことです。

このことはDXを実現する際にも当てはまります。(談)



田中渉氏の著書
『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) 9月下旬刊行予定

2

「変われる風土」をつくる

「変革」は、DXに限らず常に言われていることだ。にもかかわらず、「変える」ことは頭で考えている以上に難しい。

「ITの力を十分に活かすには、人や組織の土台づくり、変われる組織づくりが必要と、会社をご支援するほどに強く感じるようになりました」

著書『激動の時代、会社をどう変えていくか』を9月下旬に刊行予定のITコーディネータ・

機会を提供し時間を取る

経営者が改革意識を持つていても、特に在職が長い人が変化を嫌うことはよくある。まずは現状認識から始めよう。

例えば30年前と今では、技術の進化スピードや社会環境は大きく異なっている。この認識をまず社内でも共有したい。ITは「変化した環境」の一つでもある。

そして、変革への取り組みを進める「時間」「場所」を物理的に確保することも必要だ。

本特集の事例で紹介する2社は、いずれも、プロジェクトや会議の時間を確保し、進行スキルに長けた人材を配置し、思考を深めている。

人は誰しもすぐには変われないが、積み重ねは力になる。

働き手にとってもメリット

そして働く側にとっても、変化を受け入れることはメリット

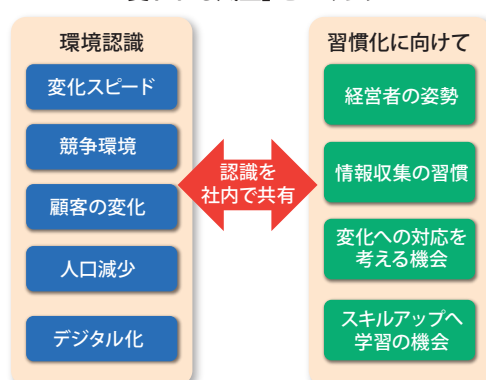
が大きい。

ある時必要とされた技能が機械化やデジタル化で不要になったり、需要の変化で自分の職種がなくなったりすることは、悲劇ではなく、もう日常だ。

一人ひとりが自分のキャリア開発に目を向け、汎用的なスキルと専門スキルをバランスよく伸ばし、「学び続ける習慣」を持てれば、人生の選択肢が広がっていく。そして成長すること自体が喜びになっていく。

「変わっていく」体験を繰り返せる職場は、働く側にとっても価値が高いのだ。

「変われる風土」をつくらう



働く人は変化を前提にしたキャリア開発を

1

DXの本質をとらえる

DXとは何か。

左の表に挙げたDXに関するよくある話のうち、正しいものはいくつあるだろうか。

◆ ◆ ◆

ある会社の例を挙げる。
多店舗展開する服飾雑貨会社は、インターネットでPRし、日々販売管理と在庫管理を徹底して、売れ筋を絶やさない。商品知識が足りない店員でもきちんと説明できるように、商品情報をデジタル化し、スマホやタブ

レットで参照可能にする。

商機を逃さず売上を高め、ITを経営にうまく活かしているが、DXを実現しているのかというところまでではない。

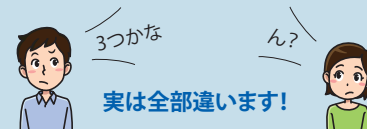
では次の例はどうだろうか。
最近は一人的顧客が同じ会社のネットショップと店舗の両方で買物をする。

ネットに在庫があるので手に取って試したいと近くの店舗に行ったものの、そこが品切れだとながかりしてしまふ。

DXについての誤解Check

【質問】 正しいものにチェックを入れてください。

- ☐ DXは取り入れるものである
- ☐ DXは自動化、無人化を進めることを指す
- ☐ DXはAIやIoTなど新しいITを活用することを指す
- ☐ FAX受注をオンライン取引に置き換えるのはDXである
- ☐ テレワークが進むとDXが実現する
- ☐ 実店舗経営よりオンラインビジネスに注力するとDXになる



DX デジタルを前提にした経営改革、顧客本位のビジネス再構築

Digital Transformation

↓
X = 変容

この会社は、全ての店舗の在庫をオープンにし、「この色・サイズはこの店舗にある」とネットで情報を開示した。購買履歴も購買によるポイントも共通にし、店舗での接客も全履歴を踏まえて対応する。ネットで購入する際は、以前買ったこの商品とサイズ感が近いなどのアドバイスも表示。顧客から見ると一つのサービスとなっていく。

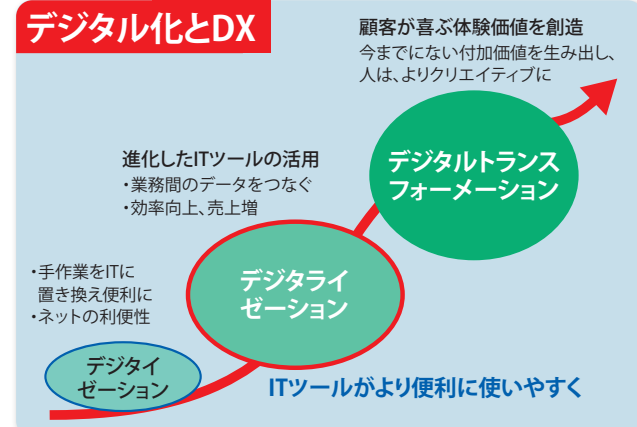
◆ ◆ ◆

さらに、購入額が多い顧客には、色や素材を変えられるオンリーワンのセミオーダー商品を提供。情報を工場につなぎ、迅速に製造して届ける仕組みもつくっていく。

このように顧客本位で付加価値の高いサービスを提供すべくデジタルを活用し、人の動きも含めて転換していくのが、DXの考え方である。

紙を電子化するなど手作業をITツールに置き換えるのはデジタル化(デジタルイゼーション)。RPAなど高度なITツールや

デジタル化とDX



システム連携でより効果を高めるのは「デジタルイゼーション」。今までのビジネスのやり方にとらわれず、デジタルを活かして新しい利便性や付加価値を提供すべく再構築するのがDXである。つまり、冒頭の問いにおいて、正しいものは「なし」となる。

これを、自社の強み、顧客、規模、競合等の状態に即して考えていくのが中小企業のDXである。必要があれば「しなくてもよい」のである。

3

「デジタル化」で感覚を磨く

「変わる意識」を醸成し、社員の視野を広げ、スキルを高めながら、日々の業務に対して、ITツールの活用＝デジタル化を推進しよう。

DX＝新しい価値を提供する改革を考えるには、そもそも今、どのようなITツールがあり、どの程度業務をサポートでき、発想を形にできるのかの情報が必要だ。基本的な知識や勘所は、使ってみないとわからないことが多々ある(使ったからといって全部わかるわけではないが、肌感覚を持てる)。

また、データが集まってこそ見えてくることもある。そして、新しい商品・サービス

<デジタル化の推進>

- ITツールへの肌感覚
- 業務の見直し
- データの中身からの発見
- 時間の捻出

DXへの基盤となる

スの提供や社内改革には時間と人手が必要となるから、IT活用によって同じ業務を今より少ない時間でこなせるようにし、時間を捻出したい。

つまり、DXを実現するのは先々のことであっても、現在の業務にITツールを導入し効果を測って感覚をつかむ、そして時間を生み出すことが、DXの基盤づくりにつながる。

デジタル化の積み重ねから

新しいビジョンであるモノづくりの高度化の実現へ、複数分野のIT化をハイスピードで進めているのが、岡山県のアートである。

「今のままでも現場はまわる状態だった」が、IT関連の知識を持つ人材を採用して経営企画室に配置し、また若手社員の人数が増えてきたタイミングで、全社横断のプロジェクトをスタート。若手社員が全社視点で課題解

身近なAI活用事例 東京都 戸越銀座商店街連合会

カメラに映る人の数を自動的にカウント

「食べ歩き」の聖地」ともいわれ、観光客も多く足を運ぶ東京都品川区の戸越銀座商店街連合会は、全長約1.3kmを誇る商店街である。

この商店街には複数のカメラが設置されている。防犯面でももちろん役立つが、目的は「商店街を歩く人数のカウント」である。

画像データをAIが認識して人数を数えデータとして蓄積し、加入店に配信するのだ。

商店街にあるデジタルサイネージを情報発信(広報・広告)にも利用してもらえるよう、商店街の集客パワーを確認するのが導入の狙いだが、定期的に情報が送信されると、自社の販促に役立てようとする店舗も見られるようになっているという。

両社の事例は、アプローチが異なれど、「自社らしい手順」で「先を見据えたIT活用」を行っている点に共通項がある。

東京で有数の商店街・戸越銀座商店街では、通行する人の数をAIでカウントし、データを商店街の加入店に届ける取り組みを行っている。

ITとは無縁の店も多いが、情報が得られること、情報を見ることが少しずつ慣れ、意識も変わりつつあるという。「やってみる」ことは、自社の力になるのである。

4

最新技術と人—AI、RPA

デジタル化の推進でより高い効果を上げると期待されているのが、AIやRPAなどの新しい技術である。

これらは、いわゆる「業務のITツール」とは異なる面がある。それは「使う人が能動的にかかわる」部分が大いにある。

パソコン上で行う決まった手順の作業を自動化するRPAで

は、ロボットに手順を覚えさせるのは社内の人の仕事だ。さらに、RPA化するより前に業務手順の整理が必要になることもあるだろう。

最近では、従来より価格を抑えたRPAが登場しており、今の業務をひとまずRPA化して時間を捻出し、それから抜本的な整理や統合にかかるとも可能

になった。これもIT側の進化に応じた人の判断となる。

AIを育てるのは人

まだまだイメージが漠然としているのがAI(人工知能)だ。人の脳のように、学習の結果判断や推論ができるようになる。

画像を判断して不良品を検知したり、音の波形データから異常を発見するという人の目や耳の感覚器とつながる判断を行うAIも、以前に比べ身近になってきた。

最近では、特

定用途に関するサービスの中心にAIを組み込む「パッケージ化」も行われている。

自社ならで

はの活用をしたい場合は、

・AIに学習させたいこ

との明確化

・今までそれ

を判断してきた人の知恵やノ

ウハウ

などが必要になる。

機械の異常を職人が音で判断していたなら、どのような時に異常なのかといった担当者の判断を共有するところから始まる。

新入社員を育てるように、どんなデータをどう集めて、誰に聞いてAIに学習させるかは人の力によるところが大きい。

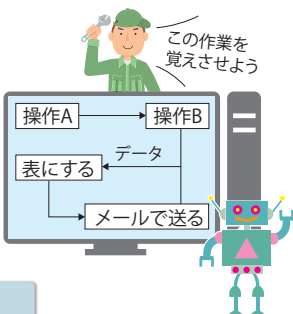
こうした技術の現状をウォッチし、学習する場や試す場を設けるのも、DXへの大事なステップなのである。

RPA&AIは人がポイント

これまでの業務用ITツールは…業務のプロセスや用途に沿って、多くのノウハウを詰め込み、ユーザーが「利用」するもの。グループウェア、顧客管理システム、旅館用システムなど

AIやRPAは、思考や手作業をロボットが代行するツール

ロボットに判断基準や作業内容を教えるためには、業務をよく知る人の「知識」「経験」や「頭の中」がカギになる



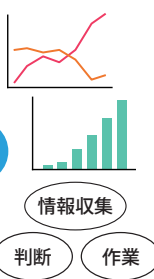
- RPA
- ・どこをRPAに任せるか
 - ・その前に業務をどう整理するか
 - ・次のステップをどうするか(RPAも作り変える)

人が考える

求める状況、判断基準は人が決める【熟練ノウハウ、手加減、数値からの予測】

・どんなデータを集めればよいか
・試行錯誤を通じて学ぶ

共通項をパッケージ化したシステムがあれば近道



RPA
Robotic Process Automation

人がパソコン上で繰り返す作業を、ソフトウェア上のロボットに任せ自動化すること

AI
Artificial Intelligence 人工知能

人の脳のように、知覚や判断を創造的に実行する技術のこと

「COMPASS ONLINE」では、AIに関する情報やセミナーを充実させる予定です。



メーカーの要望を聞いて、醸造や食品における最適な機械を製造。プラントまで一式手掛けることも

改革への挑戦が働き手の力を伸ばす——デジタル化プロジェクトを進行中のフジワラテクノアート（岡山県岡山市）にて、「変えていく力」が醸成される様子を目の当たりにした。

同社は醸造設備等の製造にて業界トップシェアを誇る。例えば日本酒メーカーなら杜氏をどうサポートするか、内容も様々であり、オーダーメイドの個別受注生産を行っている。アフターフォローを大切にし、顧客との信頼関係を築いてきた。

シェアの高さに安泰せず、同社はモノづくりの高度化・新しい価値提供に向けて「開発ビジョン2050」を打ち出した。行動計画における重要項目の一つがデジタル化の推進だった。

副社長の藤原加奈氏はその理

由を次のように語る。

「2050年に向けた長期ビジョンを実現し社会やお客様に新たな価値を創造していくには、効率化や見える化で更に時間や利益を確保すること、そして情報やナレッジを組織で共有し若手の成長スピードを上げることが必要です」



取締役副社長 藤原加奈氏

部署横断&若手中心の 改革プロジェクト

2019年10年、各部署から若手中心にスタッフを集めて「業務インフラ刷新委員会」を発足。役員も参加し、課題の共有と適切なITツールの導入を推進している。

プロジェクトの事務局役を担ったのは、ITのスキルを持つ経営企画室の頼純英氏だ。現場の課題を聞き取り、ITで実現できることとの橋渡しを行った。



業務インフラ刷新委員会
メンバーより

デジタル活用
推進の責任者

製造部
製造管理グループ
係長
室井俊輔氏

技術営業部
第二グループ
係長
山崎友香理氏

経営企画室
課長
頼純英氏

2020年7月に稼働を開始し、受注・設計・生産プロセスの展開を統合管理できるようになった。製造に関する正確なデータが蓄積されれば、見積精度の向上にもつなげられる。

同時に、これまでFAX等紙ベースで行っていた部品仕入れ先への発注をオンライン化した（「BtoBプラットフォーム発注連携オプション」）。

実際、紙の取引を一気に電子化できるものだろうか。

委員会メンバーの一人、製造部の室井俊輔氏はこう打ち明ける。

「春先から取引先に案内し、現時点で取扱い発注書の95%が電子化されました。『嫌がられるのでは?』という懸念はむしろ依頼側の思い込みといえます。もう時代の流れですね」

部品発注の電子化に伴い、一ヶ所だけパッケージソフトをカスタマイズした。発注時に、どの機械・どこで利用するかの情報を付与し、納品物に貼付できるようにすることだ。

「到着した部品が迷うことなく現場に回り、社内でも選別する作業も不要になりました」と室井氏は言う。

時間の削減はもちろん 全社最適の動きが加速

システム導入によって、製造現場は月間80時間の削減、発注の電子化で月400時間・月12万円のコスト削減を実現した。さらに大きかったのがプロジェクトを通じたモチベーションアップだ。技術営業部の山崎友香理氏は、「『できた』という

モノづくりの高度化をITで支える 若手の成功体験が社内を活性化

岡山県岡山市 機械製造業 フジワラテクノアート

「集まった課題は100を超えました。これを図示して業務フローとともに整理し、優先順位を議論しました。取り組みの第

一が生産管理システムです」

個別受注生産の特性から、担当者がExcelで管理していたが、可能な部分を標準化して効率化とデータ蓄積を進める。使い込まれてノウハウが詰まっております。バージョンアップもしやすい点から、パッケージソフトの活用を前提とした。

ITベンダー4社に提案を求め、委員会の検討を経て、機能とサイズ感のバランスからテクノアの「TECHS-S」に決めた。



会社概要

株式会社 フジワラテクノアート

- 岡山県岡山市北区富吉2827-3
- 代表取締役社長 藤原恵子氏
- 設立：1950年（創業1933年）
- 従業員数：147名
- 事業内容：醸造機械・食品機械の設計・製造等
- URL：https://www.fujiwara-jp.com/

働きやすい環境づくりや健康経営にも積極的に取り組む。明るい社員食堂では、顧客企業が生産した味噌や醤油、塩麹などを調味料に採用

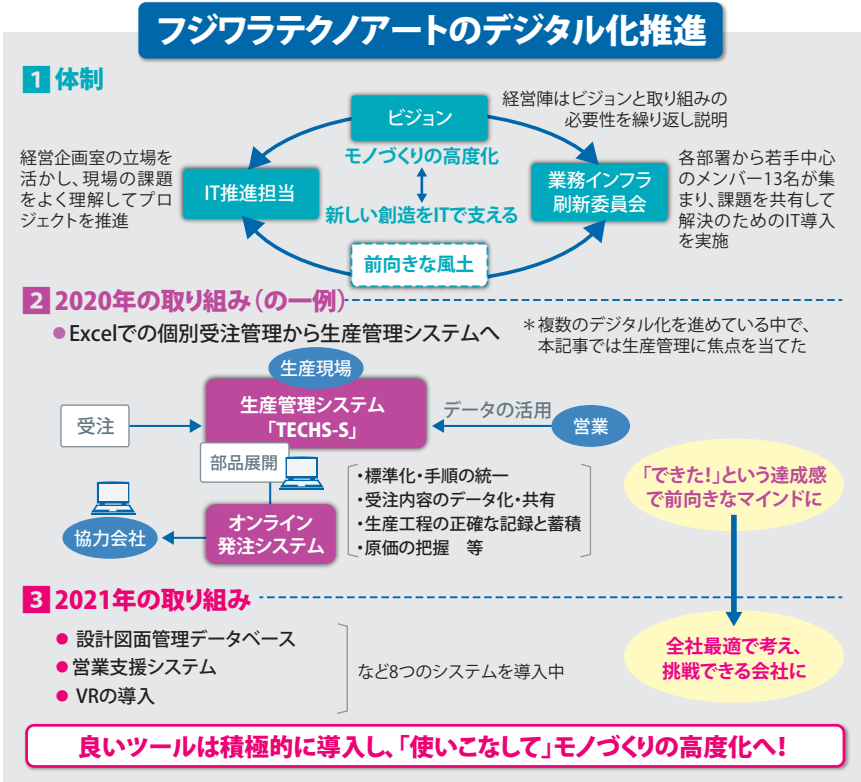
経験は自信につながり、会社全体を見て動く意識が高まりました。今年は私たちが直接利用する営業支援システムを導入しているの、ぜひ使いこなしていきたい」と前向きな意欲を見せる。

ITの導入費用に関して「投資の何倍もの効果がある」と話す藤原副社長は、ここまでの取

り組みを次のように振り返った。

「全社でIT活用を進めていくことで、個人や部署の都合を超え全社最適で考えるようになり、ビジョン実現のためのDX、ものづくりの在り方を更に高度化していくという共通イメージが持てるようになりました。引き続き改革を進めていきます」

フジワラテクノアートは令和2年度「おかやまIT経営力大賞」にて最優秀賞を受賞しました。



社長インタビュー

便利なITはすぐ試し、取捨選択し、欲張りに使い倒す



代表取締役社長 **梶川貴子** 氏 (ファクトリーアートミュージアムトヤマにて)

——社長就任から10年。取り組みの幅が広がりました。

梶川 工場見学や、ミュージアムを利用した「哲学カフェ」セミナー、プロフィール写真撮影会の開催など、一般の方にも来ていただくイベントを通じて、製造業ではあまり発生しないBtoCのサービスを一つずつ経験してきました。

——大きな刺激になったそうですね。2020年からのコロナ禍は？

梶川 VRの活用によるバーチャル工場見学やセミナーのネット対応にも取り組みました。時代に即したものはいち早く使う姿勢です。

——ITを素早く取り入れるのはなぜですか。

梶川 興味があるからです。例えば「クラウドだ」と言われても使ってみないとわからない。やってみると、費用ばかりかかったり、言われるほど使えないことなどがわかる場合もあります。

——試してやめることも？

梶川 はい、あります。最近の例では、IoTを使った機械の稼働管理についてお試し利用をしましたが、当社では正確なデータが取れず、利用を中止しました。逆にまだ使いきれていないサービスでも、利用者に情報提供が手厚い顧客管理サービスなどは、続けています。

——ITに関して現在行っていることは？

梶川 生産管理システムに取り組んでいます。工程管理に加え、データを蓄積して正確な見積りを出せるようにしたい。AIもデータがなければ使えませんから。

——製造業の未来やDXについてはどうお考えですか。

梶川 製造業は設備ありきで物事を考えがちですが、コンテンツやサービス感覚も必要です。そこを担える「人」を育てる環境づくりが経営者としての大事な仕事です。DXも最終的には人。当社もまだ全員が同じように変化しているわけではありませんが、「変わってきた」手ごたえは、いずれ大きな力になるはずだと。

サポーター紹介

よしだまこと事務所
代表取締役
吉田誠氏
ITコーディネータ
(ITコーディネータ富山 会長)



富山県を中心に北陸地域で活動するITコーディネータ。

フジタへのコンサルティングでの主な役割は、目標進捗の会議や幹部会、若手が中心となって動くプロジェクト等のサポート。丸一日かけて、フジタにとっての顧客の定義、その顧客をどうやって増やすかを社員が議論し、経営戦略にまとめる会議もあるという。

吉田氏は「フジタの取り組みは、5年前では先を行き過ぎて理解されにくい面もありましたが、時代がついてきた感があります。社員の方は、社外とのコミュニケーションに日に日に慣れてきました」と言う。最近、製造業に勤務するITコーディネータが同席し、体験を共有する取り組みも行っているとのことだ。

また、フジタの活動に興味を持ち、「面白い会社だから」と前向きなマインドでの入社希望者もあり、人材の幅が広がっている。

同時に、10年間続けている「カイゼン活動」、そして効率を上げるIT活用の効果も見られ、残業時間の削減や利益率の向上を図ることができた(インタビュー参照)。

社外人材としては、ITコーディネータの吉田誠氏が目標と進捗管理の支援を継続的にしている。

「社歴が長いほど『こういう会社だ』と決めつけがち。外の声を聞くことはとても大切です」と梶川社長は話す。

社長が先導してきた「情報の感度を高め、やってみる」姿勢は会社の風土となり、社員主導の次の改革を導き出すことだろう。

変革へ踏み出す
企業

事例②

町工場が集まる地域に突如完成した「ファクトリーアートミュージアムトヤマ」。モノづくりとアートの融合を目指し、現場のクリエイターが創作するメタルアート作品を展示する。研修やセミナーができるフリースペースも備える。

本誌2016年冬号では、富山県高岡市のフジタが、Webサイトのリニューアルを軸に情報発信、工場見学者の受け入れやミュージアムの新規事業へ踏み出したことを紹介した。

梶川貴子社長の経験や個性を生かした斬新な挑戦は、社員や周囲があっけにとられる面もあった。いわば「DX」のXを先に実行したようなものだからだ。それから5年、新しい刺激は現場で働く人々の新たな力を伸ばし、活気をもたらしている(フジタでは広い視野での能力向上を「多脳工」と名付けている)。

「サービス」の視点が
若手の力を伸ばす

Webサイトでの情報発信をきっかけに、フジタに興味を持ち、工場見学およびミュージアム来館者が増加。この様子をブログやSNSで情報発信し、さらにファンを増やしている。最近



アルミ鋳造金型等、設計から完成まで一貫生産(上)。カイゼン活動を継続してきた傍らで、町工場のメタルアート美術館「ファクトリーアートミュージアムトヤマ」を運営(右)



工場見学者を積極的に受け入れており、コロナ禍では、VRによる会社見学をパソコン上でも体験できるようにした(左)

企業再訪

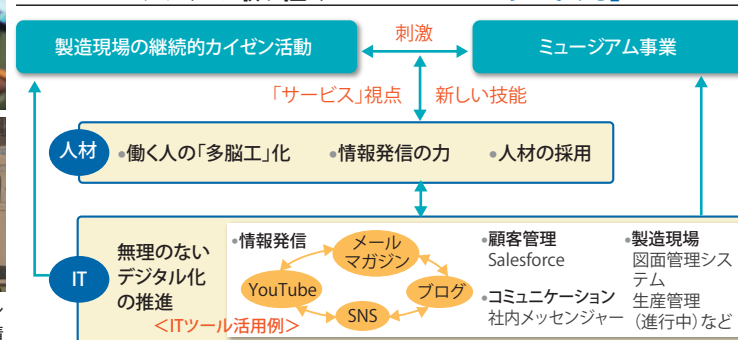
社長の審美眼で「X」を先行 進む意識改革と「多脳工」化

富山県高岡市 製造業 **フジタ**



Webカメラ導入によるリアルタイムの現場把握(上)や、情報を一覧できるモニタ設置(下)など、「使える」と感じたものは積極的に「試してみる」

フジタの取り組み >>> 視野を広げ、「やってみる」



会社概要

株式会社 フジタ

富山県高岡市福岡町荒屋敷522
(第2工場あり)
●設立: 1975年3月18日
●社員数: 15名
●事業内容: アルミ鋳造金型、プレス金型・部品加工、アルミ削出加工等、開発から完成まで一括対応
●URL: <https://www.fujita-k.co.jp/>

繰り返しのパソコン操作を自動化するロボット 費用や使い勝手が進化し、「私たちのツール」に

数年前から、「パソコンの操作をするロボット」としてブームになったRPA。Robotic Process Automationの略で、ロボットによる作業プロセスの自動化を意味する。

例えば、「あるシステムからデータを取り出して別の資料を作り、メール添付して関係者に送信する」など、繰り返し行っている操作の手順を覚え、人の操作なしで実行してくれる、形のないソフトウェアロボットだ。



何をどのように実行してほしいのかは、自社の業務に合わせてRPAのシステム上で指定する（シナリオを作る、などと呼ばれる）ので、自由が利く点も特徴だ。作業時間を削減し、業務時間を人がすべきことに有効活用できる。ただ、中小企業の導入においては一つ懸念があった。それは、費用と削減時間とのバランスである。

RPAは事務作業をする人数が多いほどに年間の削減時間が大きくなる。大企業だと年間10万時間を超える削減の例も多数報告されている。

一方、中小規模の企業が月に約30時間、年間400時間程度削減できたとしても、RPAの利用料が年額100万円以上だと費用対効果に赤字号がつく。RPAを使ってみたが、定型の事務作業量と費用を比べると導入に躊躇してしまう企業が多い。

いというのが現状だった。ここに一石を投じて「RPAの価格破壊」ともいえる現象を起こしているのが、SBI AntWorks Asia社の「QueenBOT RPA」（クイーンボット）である。

「QueenBOT RPA」が注目される第一の理由は、年額30万円（税別）から始められる価格設定である。

作ったパソコンでしかロボットを動かさないデスクトップ型ではなく、サーバーで集中管理するスタイルをとる。集中管理型は業務を横断した一括管理で高いセキュリティレベルを確保できる一方で、費用が高額になりがちという弱点があった。

これに対し、同ツールでは管理ソフトは費用がかからない。

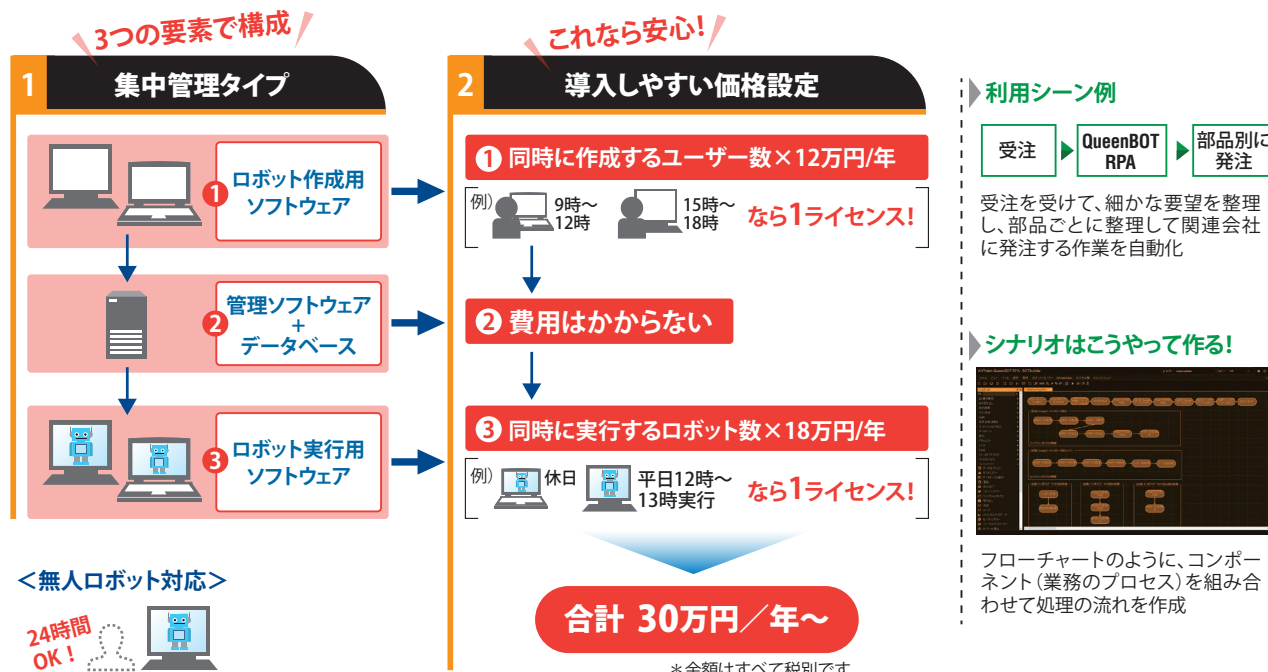
ロボット作成ソフトは同時に開発するユーザー一人あたり12万円/年、ロボットの実行費用は、同時実行数×18万円である。つまり年額30万円から利用できるのだ。

仮に社内ですべてロボットを3つ実行しても、実行時間が重なっていないければライセンスは1つで済む。

設定されたスケジュールに沿ってロボットを実行する「無人ロボット」にも対応するので、夜間や休日と業務時間内の実行をうまく組み合わせれば、最少のライセンスで活用できるだろう。

例えば「1日や1週間の売上データを集めて指標に沿って集計しグラフ化する」といった作業なら、勤務時間外に動かせる。業務改革に「QueenBOT RPA」を活用した例として、自動車メーカーの発注書から仕様に記されたパーツを取り出し、

費用感 欲しい機能 中小企業が待っていたRPA 「QueenBOT RPA」(クイーンボット)



利用シーン例

受注 → QueenBOT RPA → 部品別に発注

受注を受けて、細かな要望を整理し、部品ごとに整理して関連会社に発注する作業を自動化

シナリオはこうやって作る!

フローチャートのように、コンポーネント（業務のプロセス）を組み合わせ処理の流れを作成

使いやすい集中型のRPAをリーズナブルに使う!

「QueenBOT RPA」へのQ&A

- Q** 日本の業務に合う形になっていますか
- A** 「QueenBOT RPA」は、改良を重ねており、そのうち7割が日本のお客様の要望を踏まえたものです。日本でよく行われる業務にフィットします。
- Q** ロボットを作るのは難しそうですが...
- A** フローチャートのように、業務の手順を順番に描いていきます。多くのRPA製品と共通した使いやすさですから、他社製品からの移行も違和感がないでしょう。

部品別に整理して工場へ発注する作業をRPA化し、処理にかかる時間を50%削減した企業がある。

時間の削減に加えて、単調でミスをしやすい仕事で下がりがちだった現場の士気が改善されたのも、RPA導入による効果。

RPAの導入に際しては、「まず業務プロセスを整理して、標準化する必要があるので、導入まで通常業務以上の負担がかかる」という話もあり、なかなか前

に進まない懸念がある。

「QueenBOT RPA」の費用感なら、現状業務を自動化してから標準化を考えると、という発想の転換ができる。

まず、今の業務をそのままRPAで効率化し、捻出した時間を使って業務システムを改革、その後新しい課題にRPAを活用してさらに効率化し、とステップアップできる。

SBI AntWorks Asia社は、導入支援の実績に基づき、更にメリットを得られる使い方を提唱している。変化スピードが求められる今、使いながら改革レベルを上げられるRPAを、徹底的に使いこなしたい。

お問い合わせ先

SBI AntWorks Asia 株式会社

東京都港区六本木1-6-1
泉ガーデンタワー

sales@sbiantworks.com

URL <https://www.sbiantworks.com>

同じデータを何度も入力していませんか？ 業務システムはAPI連携で自動化を！

「この会社名と商品名、受注管理で入力したのと同じだ」「勤怠管理のデータを集計したら、次は給与計算システムに入力しなければ…」

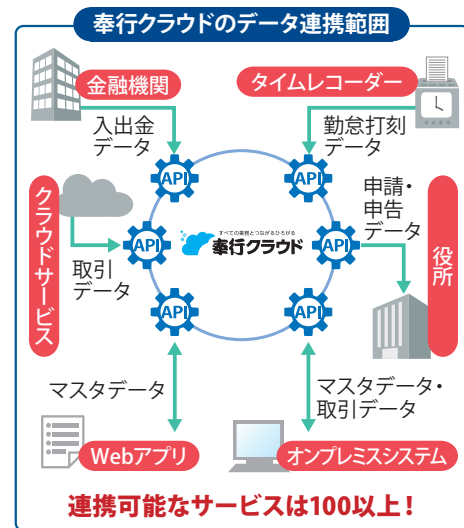
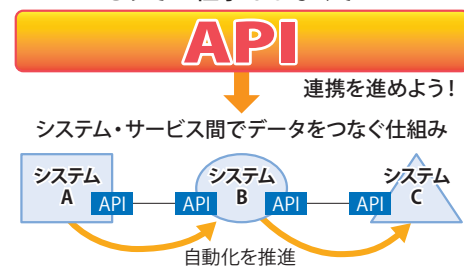
総務経理をはじめ、さまざまな業務を効率化し、テレワーク対応や働き方改革の実現、そしてもちろん会社の業績向上につなげたい。基幹業務のITツールは機能が研ぎ澄まされて使いやすくなり、クラウド化で場所を問わない活用も進めやすくなった。

しかし、受注伝票の発行と請求書発行、在庫と出庫など、業務ツールがそれぞれ異なっていると、同じデータを二重に入力したり、CSVファイルに一度出力して、次のシステムにデータを登録する作業が発生する。

これらは、「仕方がないこと」と思われてきたが、最近はITツールが「API」と呼ばれる機能を持ち、データをスムーズに



もうその仕事はしなくてOK



活用できるようになってきた。

APIとは、Application Programming Interfaceの略。ITツールの間をつなぐための定義・仕組みである。ソフトウェアの一部の機能をAPIとして公開することによって、異なるサービス間でデータを自動的に連携することが可能になる。

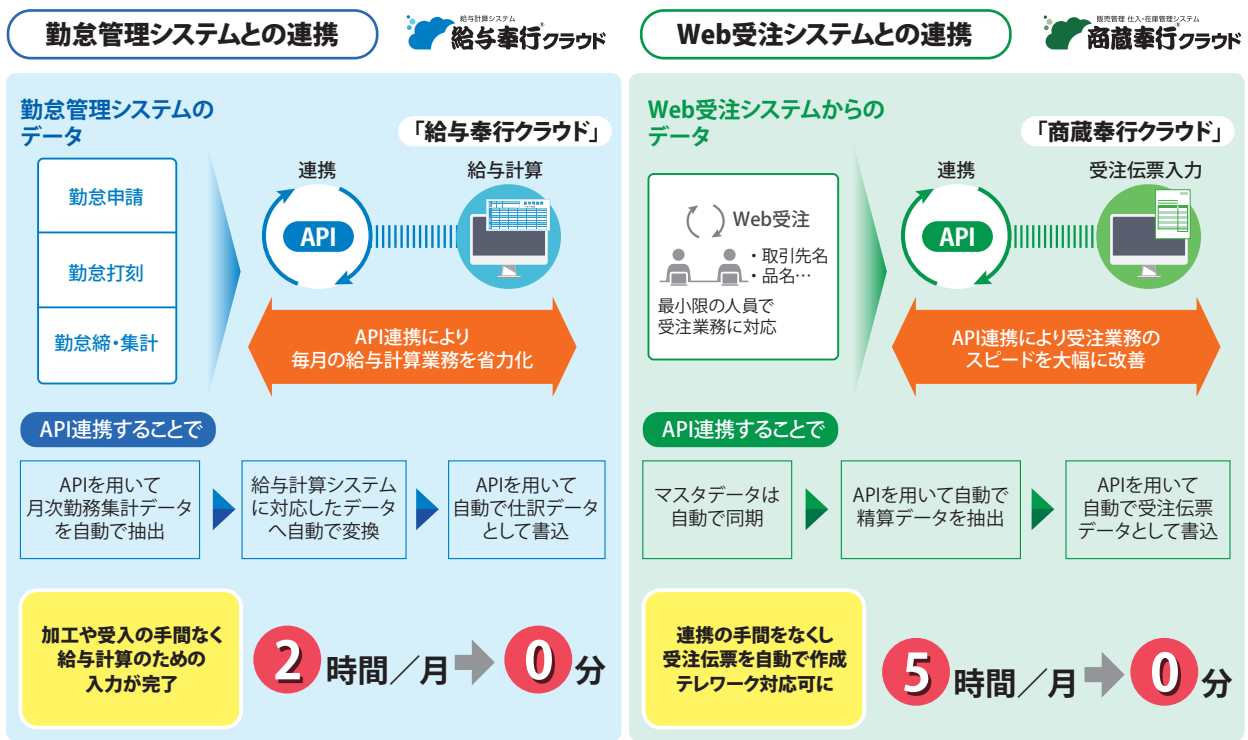
つまり、データの再入力や一度CSVファイルにする手間がなくなるのである。システムの垣根を越えて自動化によって業務スピードがアップする。

また、販売管理システムに保存している取引先データが更新されると、会計システムや入出荷管理システムなど複数のシステムにデータを同期させ、「会計システムに変更が反映されていなかった」といったミスも防ぐことができる。

100以上のツールや銀行とデータがつながる！

奉行クラウドでは、会計の「勘定奉行クラウド」、販売仕入れ管理の「商蔵奉行クラウド」、給与計算の「給与奉行クラウド」をはじめ、API連携が可能だ。奉行クラウド間のみならず、

「奉行クラウド」でのAPI連携例



使い方の要望に沿って様々な連携の形を

お問い合わせ先

OBC

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

奉行クラウド 検索

OBC以外の100以上のITツールやサービスと連携を実現している。

例えばタイムカードのデータや休暇申請など、勤怠管理システムがOBC以外のものでも、データを「給与奉行クラウド」に渡せる（連携パートナーの場合）。さらに会計システムの仕訳データに反映する使い方をすれば効率があがる。

また、Webから受注したデータをAPI連携で「商蔵奉行クラウド」に渡し、受注伝票データとして自動書き込みすることもできる。これまでFAXや電話で行っていた受注をWeb化すれば、担当者がテレワーク中でも、支障なく進められるだろう。

会計業務では、金融機関との連携で、銀行の入金データから自動で仕分け伝票を作成することも可能である。

そのほか、あらかじめ設定して夜間に連携処理を実行したり、ある業務が終わったタイミングで自動実行するなど、細かい設定にも対応する。

「奉行クラウド」のAPI連携は、自社の使い方に沿った業務の自動化をサポートする。もう「二度入力時代」ではないのだ。OBCのホームページから多彩な「つながり先」を確認し、今すぐ試してみよう。

NPO法人ITコーディネータ協会は、11月5日、6日に東京にて「ITCC CONFERENCE 2021」を開催する。

本イベントはITコーディネータ（ITC）を対象にしたものであるが、今年は、ITコーディネータ資格が20周年を迎えたことを記念して、「ITコーディネータ協会表彰」および事例発表が行われる予定である。

ITコーディネータとは

経営とITがわかるコンサルタント。略称はITC。経済産業省推進資格。

経営効果を出すために、会社をどう変えていくか、ITをどう取り入れて使いこなしていくかなど、経営目線での相談ができる。

<依頼方法>

- 地域のITCを探して直接コンサルティングを依頼
- 支援機関（よろず支援拠点、自治体の支援機関、商工会議所・商工会等）、金融機関等で紹介を受ける
- ITの専門家を派遣する事業（第II期 中小企業デジタル化応援隊事業など）を通じて依頼する、など

地域のセミナーやイベントなどに参加し、どんな人が活動しているのかを探してみよう。*地域によって違いがある

ITC カンファレンス <https://www.itcc.itc.or.jp/>

IT活用支援

ITCカンファレンスにて ITC資格20周年記念表彰

ITツール

IPAとNTT東日本の リモートワーク支援

独立行政法人情報処理推進機構（IPA）とNTT東日本は、2020年4月より、誰でも簡単に利用できるリモートデスクトップ型のテレワークシステム「シン・テレワークシステム」を無償提供している（実証実験）。

2021年7月末時点で約17万人が利用している。

2021年の8月からは、Windows OSに加えてMac OSやLinux等のOSにも対応。

様々な端末からWebブラウザを介して「シン・テレワークシステム」を利用できるHTML5版の提供を開始した。

詳細はこちらへ
<https://telework.cyber.ipa.go.jp/news/20210805/>

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

「顧客は誰か」を定める

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

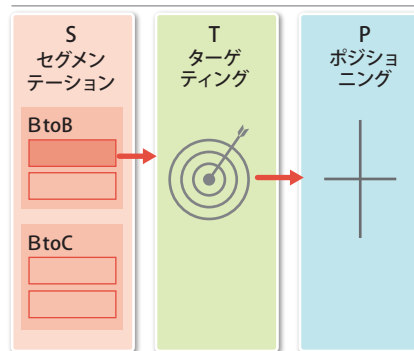


<プロフィール>
IT企業でコンサルSE分野に携わり、1995年、ITコンサルタントとして独立。ホームページなどWeb集客の相談が増え、延べ6000件を支援。経営視点を重視したWeb集客に取り組んでいる。公的機関における支援実績は2年間で1300件・220事業所を数える。

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)

図 STP分析



Webサイトの構築にあたっては「誰に何を売る店なのか」の吟味が大切であることを前回のインタビューでお話しました。

経営分析手法の一つに3C分析—顧客、自社、競合を分析する—があります(前号参照)。

3つのCの重なる部分を「USP (Unique Selling Proposition) (独自の強み)」と自社が持つ独特の強みとして言語化し、適切に定義する——中でも顧客のニーズ (Customer) と自社の独自の強み (Company) の抽出がポイントになります。

USPを定義し、自社のコンセプトを決めたら、次に行うのがSTP分析です。

●STP分析で顧客を鮮明に
STP分析は、次のような内容を指しています。

S…セグメンテーション—顧客を細分化し、同じようなニーズを持ったグループに分類

T…ターゲティング—分類したグループの中で商品・サービスに合致するグループを選択

P…ポジショニング—選択したターゲットに対する市場のポジションを明確にする

これを順番に深堀りしていきます。

1・セグメンテーション
Web戦略におけるセグメンテーションは、まず大きくBtoBビジネスかBtoCビジネスかの整理から始まります。そして顧客ニーズに加え、ニーズに対して求めるベネフィットなどを検討して、同じようなニーズを持つグループに分類していきます。

顧客ニーズを具体化し、市場(顧客)を絞る前提として、市場(顧客)を細分化してみます。こうすることで、顧客のニーズをより具体的に把握できます。

2・ターゲティング

細分化したセグメンテーションの中からどのセグメンテーションを市場(顧客)にするかを定義します。3C分析で設定したUSPをもとに価値を感じてもらえる顧客(ターゲティング)のセグメンテーションを選択します。

3・ポジショニング
選択したターゲットに対する市場のポジションを明確にし、戦略を立てます。2つの指標を決め、自社、他社のポジションを俯瞰し、同じ市場における自社のポジションを明確にします。

<事例>

●住宅リフォーム関連資材を販売する会社の場合

BtoBの場合はプロ仕様の関連部品が必要ですし、BtoCの場合、初心者でも使いやすい部品が必要になります。ターゲティングにより、品揃え、ロット、購入プロセス、提供方法などが変わります。

BtoBビジネスの会社が、そのままの商品・サービスをBtoCで展開しようとして、サービス内容がずれてしまう例はよくあります。

補助金

中小企業の事業再構築を 支援する補助金

ポストコロナ・ウィズコロナ時代の経済社会の変化に対応するために、中小企業等の事業再構築を支援する「事業再構築補助金」(中小企業庁)が実施されている。新分野展開、事業転換、業種転換、業態転換、事業再編などが対象。

中小企業者の「通常枠」の場合、補助率：2/3

補助額

従業員数20人以下	100万円以下	4,000万円
従業員数21～50人	100万円～500万円	6,000万円
従業員数51人以上	100万円～8,000万円	8,000万円

(6000万円を超える分は補助率1/2)

第3回公募締め切りは9月21日締切後、あと2回程度の公募を予定している。



お問い合わせ先
事業再構築補助金事務局
<https://jigyousaikouchiku.go.jp/>

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スタートしています。



<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!

2021年10月20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
プレゼント

顧客満足度
調査
2021-2022

日経コンピュータ
ERP部門
日経コンピュータ
2021年9月2日号
顧客満足度調査 2021-2022
ERP部門1位

パートナー
満足度調査
2021

日経コンピュータ
基幹系ソフト/サービス
日経コンピュータ
2021年2月18日号
パートナー満足度調査 2021
基幹系ソフト/サービス部門1位

テレ経理・テレ総務は 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

勘定奉行クラウド

申告業務システム

申告奉行クラウド

年末調整・法定調書作成システム

法定調書奉行クラウド

債権管理システム

債権奉行クラウド

財務会計システム

勘定奉行クラウド

申告業務システム

申告奉行クラウド

販売管理システム

商奉行クラウド

給与計算システム

給与奉行クラウド

給与・人事・労務業務システム

総務人事奉行クラウド

債権管理システム

債権奉行クラウド

固定資産管理システム

固定資産奉行クラウド

給与計算システム

給与奉行クラウド

仕入・在庫管理システム

蔵奉行クラウド

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

奉行 勤怠管理クラウド

奉行 メンタルヘルスケアクラウド

奉行 人材情報化クラウド

奉行 証憑保管クラウド

奉行 給与明細電子化クラウド

奉行 マイナンバークラウド

奉行 人材育成クラウド

奉行 労務管理電子化クラウド

奉行 年末調整申告書クラウド

奉行 身上異動届出クラウド

奉行 目標管理クラウド

奉行 キャッシュレスクラウド

株式会社
オービックビジネスコンサルタント

導入をご検討の
お客様専用ダイヤル

0120-121-250

10:00～12:00 / 13:00～17:00
※土・日・祝日除く

〈首都圏〉〈大阪〉〈名古屋〉〈札幌〉〈仙台〉
〈関東〉〈横浜〉〈静岡〉〈金沢〉〈広島〉〈福岡〉

奉行クラウド

IT経営マガジン COMPASS

2021年秋号
 第19巻3号
 2021年8月31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
 ◆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
 ●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]
 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活用いただけ
 ることを目指しています

支援情報

IT導入補助金2021について

通常型

〈A類型〉

- ・補助金申請額：30万～150万円未満
- ・一つ以上の業務分野のITツールを選択
- ・補助率：1/2以内

3次実施分は9月30日締切(次は11月中予定)

〈B類型〉

- ・補助金申請額：150万～450万円以下
- ・4つ以上の業務分野に属するITツールを選択
- ・補助率：1/2 以内

低感染リスク型ビジネス枠

感染リスクにつながる対人接触の機会を低減するような、業務の非対面化に取り組む際のITツール活用が対象。ハードウェアのレンタル費用も対象。

〈C類型〉

- ・補助金申請額：30万～300万円未満、もしくは300万～450万円以下
- ・2つ以上の業務分野に属するITツールを選択
- ・補助率：2/3以内

2次実施分は9月30日締切(次は11月中予定)

〈D類型〉

(テレワーク環境構築)

- ・補助金申請額：30万～150万円以下
- ・2つ以上の業務分野に属するITツールを選択
- ・補助率：2/3以内

「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 ONLINE

**学ぼうデジタル
進めよう! DX**

デジタルトランス
フォーメーション

**教材・
コンテンツ
コーナー**