

IT 二人三脚で経営革新! コーディネータ

活用事例集 vol.9

- 地域企業の成長へIT経営を支援
- IT提供側のサービス力強化も

<IT経営の推進をサポート>

- ①製造販売業 情報発信力を磨き販売力を強化 — 静岡県・アクタ
- ②金属加工業 新事業推進へネットで顧客ニーズつかむ — 福井県・西村金属
- ③印刷業 業務情報をクラウドで見える化 — 福岡県・グランド印刷
- ④結婚式場 顧客本位のサービス提案をタブレットで — 三重県・華王殿
- ⑤日本酒販売 オリジナルの日本酒をネット販売 — 新潟県・幻の酒

<IT提供側にITコーディネータあり!>

- ①自動車関連製造業 社内プロジェクトを通じて未来像描く — 茨城県・日昌製作所
- ②アルミ加工・油圧機器製造業 自社をよく知る従業員は改革の力! — 富山県・ミズノマシナリー
- ③酪農・乳製品製造販売 販売機会を逃さない部門間の情報共有 — 北海道・ノースブレインファーム
- ④小売業 新システムで通信販売の投資対効果を測定 — 鳥取県・リーベックス

<広がる! 地域連携>

- ①地域サポート 経営者研修会を自主継続し地域企業をサポート — 富山県・富山信用金庫
- ②ホームページの活用 小規模企業へのホームページ作成支援プロジェクト — 福井県小浜市
- ③自治体 基幹系システム刷新でコスト削減へ — 和歌山県日高郡美浜町



ITコーディネータNEWS

支援機関のIT活用支援

広島県の竹原商工会議所では、増加するタブレットやSNSの活用支援に対応すべく、2012年11月に日本商工会議所の仲介で、サポート役を担えるITコーディネータ(ITC)を公募。経営指導員と連携しIT面でのスキルを発揮することによってIT活用支援をさらに深めています。

同会議所は巡回指導に力を入れており、3名の経営指導員が毎日多数の企業を訪問します。その甲斐あって、年間の相談件数は2300件に及んでいます(別途窓口相談も約2300件)。さらに相談内容において「情報」は第二位。IT活用の支援を積極的に行ってきた成果と言えます。

竹原商工会議所中小企業振興課の田中雅一氏は次のように説明します。

「現在は、とくにタブレットの活用可能性を感じています。まずは会議所内の業務において、訪問先で資料を参照する、外出していてもメールやスケジュールを確認するなど使いこなし、その経験を活かして会員企業の皆さんへ使い方の提案を行っています」

●市議会議員向けセミナーも

タブレットを導入し効果を上げた企業も出ています。今回採用を受けたITコーディネータの福田哲史氏は、



竹原商工会議所
中小企業振興課 係長
経営指導員 田中雅一氏



2013年3月11日には、竹原市議会議員向けにiPadとFacebookの活用セミナーを実施。ITコーディネータが講師を務めた。

まず、巡回指導に同行し地域企業の現状を把握しました。そして、商店街の経営者を対象にしたiPadでFacebookを活用する研修会の講師を務めたり、ITサービスの選択にあたりアドバイスを送ったりなど、実情に即したサポートを進めています。

田中氏は、「ITCの方は一生懸命活動してくださっています。相談件数は増えているので、来年度も協力いただきたいと思っています。将来的には中小企業IT経営力大賞に推薦できる企業を増やせれば」と、より一層支援を深めていく意向です。

耳寄り情報 ―セキュリティ

セキュリティ不安の解決のために ～IPAが提供する有用な道具～

スマートフォン、タブレット端末、インターネット、Facebookの普及でIT利活用が推進される一方で、セキュリティへの不安がクローズアップされています。その不安解消のために、独立行政法人情報処理推進機構(IPA)が用意した経営者の皆様に向けた有用な道具をご紹介します。

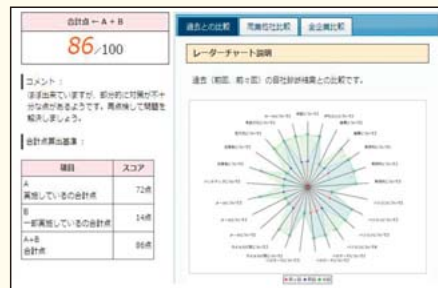
【お問合せ先】：IPA技術本部セキュリティセンター isec-kyouzai@ipa.go.jp

セキュリティへの不安を解消 3つの道具(提供IPA)

- 1 一目瞭然、見れば分かるセキュリティの重要性
～ドラマ仕立ての映像で危機意識の大切さが分かる～
【情報セキュリティ普及啓発映像コンテンツDVD】
- 2 セキュリティ支援の頼もしい味方のご紹介
～最新のセキュリティ情報に強い200人近い支援者～
【情報セキュリティプレザンター ポータル】
- 3 自社の現状を知ることが対策の第一歩
～簡単なチェックで自分の会社の弱点がはっきりと～
【5分でできる! 自社診断オンライン版】



DVDの例



「自社診断オンライン版」の診断結果例

経営とITに精通する専門家のご紹介

会社を伸ばすために 効果的なITの活用を ITコーディネータがお手伝いします!

今や企業経営にとってITは欠かせないものになっています。経済環境の変化を、強みを活かした新しいチャレンジやITの活用によって乗り切ることが出来ます。「Webサイトで売上を上げる方法を知りたい」「販売促進に、Facebookを活用してみたい」「クラウドやスマートフォンの良い選択方法は？」など、経営とITに関する疑問や悩みを持つ方は多いことと思います。そもそも、現在の経営課題がITで解決できるかどうかはわかりにくいかもしれません。

自社の経営課題は、どんなIT製品・サービスを組み合わせ、使いこなせば解決できるのか―そのときに相談相手として活用して欲しい専門家が、ITコーディネータです。

ITコーディネータ(以下ITC)は、経営とITの両方を理解し、効果的なIT導入を支援します。経営に精通しているため、企業ごとの経営課題や経営者の悩みをじっくり聞き、それを実現する方法を検討します。共通の支援プロセスを学んだうえで、企業ごと



新資格制度で取得者の裾野が拡大 頼れる経営の相談相手に

ITコーディネータ協会 会長 播磨 崇氏 (敬称略)

――ITコーディネータ(ITC)資格制度改革の手応えを教えてください。

播磨 ケース研修の見直しを含めた人材育成・研修の新しい体系に對して「資格取得に取り組みやすくなった」という声をいただいています。個人や地域ITベンダー、女性の取得者が増えるなど、裾野の広がりも着実に進んでいます。

――ITCの活動推進に関する施策としては、どのようなことを行ったのですか。

播磨 中小企業経営者とITCの出会いの場を作ることに力を入れました。その1つとして、「IT経営カンファレンス」を全国6カ所で開催し、多くの企業の皆様にご来場いただきました。

私ども協会側も現場の情報を共有し、ITCの活動支援や人材育成に本当に役立つ施策を進めようという心がけています。

――ITCの活動の現状はいかがですか。

播磨 「これなら任せて」という強みを持つ人が優れた支援を行い、顧客の信頼を獲得できていると思います。とはいえ、経営者の悩みは多岐にわたりますので、他のITCと連携して様々なケースに対応できる柔軟さも不可欠です。

――今後の展望を教えてください。

播磨 ITCは、中小企業の経営革新をさらに支援できるよう、イノベーションスキルの習得・向上を図ることが求められています。協会でもニーズの変化を常に意識し、スキルを磨くための研修を企画していきます。

そして、経営者の相談相手としてのITCの利用価値を強く訴えています。

の実情に合わせたサポートを行えるのも特徴です。

2012年度からは資格制度を改定し、より実践的な人材育成と量的拡大に努めています。

また、ITを提供する側の企業においても、ITCの資格を取得

すること、より顧客本位のサービスを提供しようという動きが見られています。

本事例集では、中小企業のIT入門マガジン「COMPASS」から、ITCが活動した事例を紹介しています。

製造販売業

サポーター紹介 — ITコーディネータ

静岡県西部を中心に活動するITコーディネータ。インターネットの活用、販売促進支援に強く、ホームページ・ブログの活用においては、複数の町で「ブログ村」活動を展開。多くの企業に、学び実践する機会を提供している。また、浜松商工会議所が開催している「浜松ホームページコンテスト」では、毎年、企画サポートおよび審査委員を務める。



ジョイプランツ
和田喜充氏
http://joyplants.jp

芥田社長は「ITの専門家」として依頼した和田氏から、「ITは本当に必要か、その前にすることはないか」と問いかけられたことに驚いたという。会社の強みをわかりやすく整理できてこそITによる情報発信が生きるとする和田氏の考え方に納得し、相談相手としての関係は5年間続いている。ブログ村の活動や互いのブログを読む中で交流が深まったのも信頼関係構築につながった。

「和田さんの人間性に負うところも大きいと思います。右腕、いや一緒に肩を組んでゴールの喜びを分かち合える運命共同体」とほほえむ芥田社長の言葉は、ITCの仕事への何よりの評価であろう。



アクタ 取締役
ニューハレックス 代表取締役社長 芥田晃志氏

ブランド化への現場 ソーシャルメディア

静岡県磐田市・製造販売業
アクタの場合

顧客のつぶやきに応じてファンを作る 地域の仲間と磨いた情報発信力

会社概要

株式会社アクタ(製造)
株式会社ニューハレックス(販売)

(以下情報はアクタのもの)

静岡県磐田市見付3999-12
創業：1975年
従業員数：25名
事業内容：粘着性伸縮包帯製造販売、
医療用各種粘着テープ製造販売
URL：http://akuta.co.jp/
(商品紹介) http://new-hale.com/

医療で支持される安心の
高品質に、V型独自形状
とわかりやすい貼り方提
案をプラスした新発想
「ニューハレ Vテープ」



社ニューハレックス)の粘着性伸縮包帯「ニューハレ」である。芥田晃志社長(ニューハレックス社長、アクタ取締役。以下、芥田社長)が現場からレポートするレース情報を楽しみにしているファンも多数いる。



過酷な山道を走るトレイルランニングレース。ゴールしたアスリートの膝に見えるカラフルなテーピングが、静岡県磐田市・アクタ(販売会

ブログで情報発信を続け 市場を探る

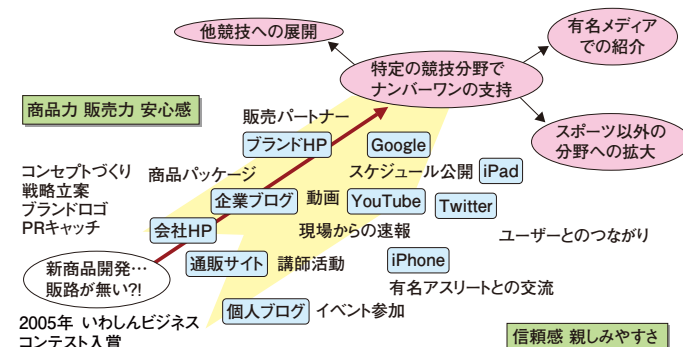
社は貼られて伸びる包帯を初めて世に送り出した企業だ。医療現場を楽にする画期的な包帯として普及したが、競合が増えると価格競争に巻き込まれた。ポリシーを持つ商品開発を続けてきた同社には、挑みたくない戦いだった。

「高品質でわかりやすく使いやすい商品を提供し、ユーザーから選ばれるブランドに育てたい」

悶々としていた芥田社長は、2005年、磐田信用金庫のビジネスコンテストに参加し、その思いを言葉にした。難しく敷居が高い専門的なイメージができていた従来のテーピングの概念を変え、誰でも簡単に「しなやかフィットすこやかサポート」を体感できる新しい市場創出を思い描いた。

営業担当者もいないなかで自社ブランドによる「ニューハレ」の販売は簡単なことではなかったが、戦略を練るにふさわしい「場」も見つかった。いわたネット協同組合が2004年から展開している

「ニューハレ」のブランド化とITの活用



*図版作成ITC和田喜充氏

ようになった。

スマートフォンから 今すぐ、その場で情報発信

さらに、和田氏の勧めでツイッターやスマートフォンも利用。レース情報を現場からつぶやいたり、逆に、品切れや取扱店舗が近くにないといった顧客のつぶやきを見て即座に対応するなど、顧客との距離を縮めるツールにした。スピーディな情報発信に、今やスマートフォンは不可欠になっている。

「ホームページが本拠地、ブログが支社だとすると、ツイッターは営業です」と芥田社長はそれぞれの役割分担を説明する。

一方、「ニューハレ」を使ったテーピングの仕方を動画コンテンツにまとめWebで配信。本製品は講習会を行うと売り上げが伸びる「説明型商品」であるため、その機能をWebにも持たせたのだ。さらにiPadにも動

画を入れ、いつでも見せられるようにした。

「店頭で自分がお客の接客に時間を取られている間に、別のお客様がiPadの動画を見て商品を購入してくださったという例もありました」(芥田社長)とのことだ。

経営者個人の力を引き出しコンテンツを作り、ソーシャル、クラウド、スマートフォンなどを適所に活かして顧客に伝えていく。営業部門を持たずとも多額の費用をかけずともブランド化を実現できる方法はあるのだ。

切磋琢磨する「場」、地域の力を得て、芥田社長は、さらに販路を広げていく意気込みだ。



ブログ、動画などコンテンツが満載されている「ニューハレ」のホームページ <http://new-hale.com/>

金属加工業

中小企業IT経営力大賞2012・
ITコーディネータ協会会長賞受賞

福井県鯖江市・金属加工業
西村金属の場合

新ビジネス創造とネット活用

ネットでつかんだ顧客のニーズ 新事業で地域を「チタン加工の町」に

会社概要

株式会社 西村金属

福井県鯖江市丸山町3-5-18

代表取締役 西村忠憲 氏

設立：1968年

従業員数：30名

事業内容：チタン部品加工、
メガネ部品加工等

URL：http://www.nsmr.jp/



「いずれは実家の手伝いをしようと思っていたが、東京で仕事を始めてまだ1年半のときに、おやじから『大変な時期だから帰ってこい』と。どん底だったのです」

メガネの町として有名な福井県鯖江市。メガネ部品の加工を手がける西村金属（西村忠憲社長）は、2000年ころからアジア圏からの安い製品の流入によって、売上が急降下。

2003年、兄の西村憲治専務とともに会社を支えるために、西村昭宏常務は故郷に戻ってきた。現場を体験し、基幹システムの

構築などを行いながら、メガネに代わる仕事を開拓する手段として、Webサイトに期待をかけた。「メガネしか経験がなく、強みがどこにあるかわかりません。とにかく、できることを情報発信していきました」と当時を振り返る。

メガネ製造の経験が生きたチタン加工と、提案型製造

勉強のために、ふくい産業支援センターが開催するセミナーに参加。Web活用で成果を上げている製造業の先輩企業から厳しく温かい指導も受けながら、手がけてきた仕事を振り返った。メガネで使われる「チタン」はどうか。「チタンの加工ができます」——WebでこうPRを始めてから、会社は変わり出した。顧客…「こんな加工はできないか」

西村…「経験はありませんが、やらせてください。ところで、なぜチタンを使うのですか」

顧客からの問い合わせは情報の宝庫だった。「チタン加工は小さな世

界です。でも情報を発信することでビジネスの可能性が見えてきたのです」と西村常務は言う。メガネの世界では、依頼主の構想を受け、工程を分析して最適な製造方法を考える「提案型製造」を行う。そのため、顧客の要望を聞いて形にするビジネスには適性がある。西村金属に頼めば「最適解」が見つかる——これが同社のブランドになった。

Webは会社と同じく継続して育てていく

そして、得られた経験・実績はまめにWebに掲載した。西村常務は「継続」がWeb活用のポイントだと力説する。「Webは営業マン、会社と一緒に。育てて、成長に合わせて変えていくものです」

その結果、サイトの月間訪問者数は1万人（ユニークユーザー数）、新規の問い合わせが毎日26件あるという。2010年には、全顧客数のうちメガネ以外の業界が80%（約800社）、売上は2003年の2.5倍となった。



常務取締役 西村昭宏氏

生まれ育った町への愛着を自覚したのは、バックパッカーで世界中を旅したとき。



西村金属のWebサイト <http://www.nsmr.jp/> 技術情報がびっしり記述されている。サイトの目立つところに電話番号が大きく書いてある。ネットで見つけて電話で相談という流れが多いそうだ。



Facebookページ（掲載用に、一部加工している）

現在、Webからの問い合わせに専任担当者を1名置いているが、いわゆる「営業担当者」はいない。ツイッターやFacebookなども積極的に取り入れている。「ツイッターは広範囲に情報を発信し、収集するツール。ニュースなどはほとんどツイッターで見えています。Facebookは気軽に更新できるので、ブログの更新情報のお知らせにも使っています。Facebookページは「いいね!」をしてくれた人にメルマガのように情報を発信できるので非常に便利です」（西村常務）

現場のペーパーレス化もまずは鯖江のトップ企業!

地元の専門家として同社の躍進を評価し、中小企業IT経営力大賞への推薦を行った横屋俊一氏は、「顧客との接点でニーズをつかむのはマーケティングの王道。丁寧な情報発信で新規顧客を開拓したことは、多くの企業の参考に

推薦者紹介



ITコーディネータ
横屋俊一氏
株式会社ナレッジ21
代表取締役社長

福井県、石川県を中心に活動するITコーディネータ。中小企業IT経営力大賞を受賞する企業を輩出するなど、実績を積み重ねている。経営者からは、「腹を割って会社のことを話せ、ITベンダーとの仲立ちをしてもらえる」と評価の言葉が寄せられている。

今回は、地元の元気な企業の中でも、Webやソーシャルメディアなどを上手に活用し、新規顧客を獲得している西村金属を、「地元企業の参考に」と推薦。経営力大賞応募のサポートも行った。「企業は、変わりたいと思ってもなかなか変わらないものです。ネットで売上の伸ばしただけでなくネットの声を拾って新しい事業展開を行ったところがまさにIT経営だと思えます。バックヤードのIT化もしっかりしているので、受注後の動きも無駄がない体制ができています」と分析する。

横屋氏は、Webサイトを気軽に構築できる「みんなのビジネスオンライン」による中小企業のWeb活用支援も積極的に行っている。

なるでしょう」と解説する。

同社は、並行して受発注システムや図面管理のシステムも整備。図面を探す手間を省き、作業に集中できるようにしている。将来的にはタブレットの活用でペーパーレスにしていく意向だ。

西村常務は、地元の経営者と勉強会をつくり、自ら得たノウハウを、積極的に開示している。それはなにより町を愛する気持ちがあらからだ。

「今後も鯖江がメガネの町であることは変わりませんが、それだけに頼っていたら衰退します。まずは自社を鯖江の部品屋のトップ企業に成長させ、将来的には鯖江をチタンの町にしていきたい」

印刷業

経営理念をシステムで具現化

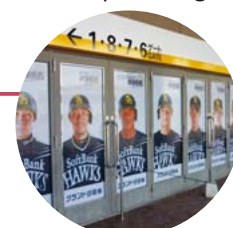
福岡県北九州市・印刷業
グランド印刷の場合従業員が経営者感覚を持てる会社に
業務の情報をクラウドで見える化

取締役兼福岡・東京支店長 小泊勇志氏

会社概要

グランド印刷株式会社

福岡県北九州市門司区松原1-2-5
 代表取締役：小泊玉志郎 氏
 設立：1969年
 従業員数：30名
 事業内容：シルクスクリーン印刷、サイン・ディスプレイ、
 ダンボールディスプレイ、各種販促支援
 URL：http://www.grand-in.co.jp/



各種サイン

リサイクルできる紙で作った
什器類

東京に支店を
開設した200
8年9月。直後
にリーマンショッ
クがやってきた。
PR・広告の仕事
は軒並みストッ
プ。「あきらめて
北九州に帰るか

：」グランド印刷の小泊勇志取締役
役は眠れない夜を重ねた。

しかし、粘って営業活動を継続
したことが活路を開く。現在は東
京からの売上が3分の1を占め事
業の伸長に貢献。また、クラウド
型「見える化システム」の導入も、
東京での体験がきっかけだった。

社長就任前から
現場の指揮を任される

「水と空気以外には何でも印刷し
ます」のキャッチフレーズで、看板
や広告、サイン・ディスプレイなど
のシルク印刷を手がけるグランド
印刷は、現社長の小泊玉志郎氏が
創業。福岡と東京に支店を持つ。

社長の子息である小泊勇志取締
役が入社した後は事業領域を広
げ、リサイクル可能な紙でディス
プレイや什器を制作する「パ
リユーフリープロジェクト」など
新商材にも挑戦。大手不動産会社
の販促を一手に引き受けるなど、
不動産業に強いのも特徴である。

小泊取締役は、すでに事業戦略
や現場の指揮を任されており、社
長は主に財務面を担当している。

散在する業務情報、
作業工程の無駄をどうする？

小泊取締役は新規顧客の獲得に
駆け回る一方で、社内にはITシス
テムの整備が必要と、肌で感じた。

「出張用にノートパソコンを購
入しましたが、本社にある情報は

扱えませんか。電話して名刺情報を
探してもらったり、どのパソコン
から返信したメールかがわからな
くなったり……。また東京で作成し
た受注伝票をFAXで送り、本社
でシステムに入力するのも無駄が
多いと感じていました」

印刷業は顧客ごとに仕事内容が
異なり工程も変わる。さらに変更
や急な依頼もあり、工程管理のシ
ステム化が難しい業種の一つだ。

自らを「ITに疎い」という小泊
取締役だが、勉強を進めるなかで、
クラウドで情報を見える化するこ
とに価値を見出し始めた。また取
り組みを通じて新しい組織体制も
作れると、期待は大きく膨らんだ。

情報収集の過程で「システム化
の相談はITコーディネータ
(ITC)」に記憶していた小泊
取締役は、2010年5月、中小
企業基盤整備機構に相談し、「戦
略的CIO育成支援事業」のチー
フアドバイザーとして、ITC荒
添美穂氏の訪問を受けた。

荒添氏がまず行ったのは、目指す
方向を理解し、内容を切り分けて
優先順位をつけることだった。

は、小泊取締役の「数値化・見え
る化によって皆がコスト意識、そ
して経営者感覚を持つてほしい」
との思いを具現化したものだ。

自らの考えは、定期的に伝え続
けているため、従業員もシステム
活用を意図をスムーズに理解でき
たという。

現在は、QRコードを利用した不
動産会社向けの新規事業にも挑戦
(上図参照)。顧客のビジネスをさ
らに深くサポートしていく予定だ。
システム構築を機会に経営理念
がより明確になったグランド印刷
は、常に「次」を目指す。

新規事業にも取り組み中



QRコードを使って部屋の中の様子を見られる、
新サービス「モバカン」。不動産業界のビジネスをサポートする。

グランド印刷の取り組み

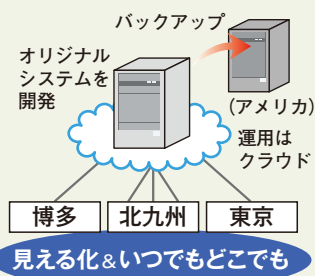
課題

- 出張先でもメールや
見積書を作成したい
- 転記作業をなくしたい
- 進捗や粗利を皆で共有
したい

解決

- 受注から請求までを
一元管理
- 運用はクラウドで

仕組みを変える！



サポーター紹介



ITコーディネータ
荒添 美穂 氏
有限会社インテリジェントパーク
代表取締役



ITコーディネータ
正木 淳 氏
Eスタジオ 代表

グランド印刷のクラウドシステム導入支援は二人のITコー
ディネータのコンビネーションによって進められた。小泊取締役
は、「自分だけではとてもここまでできませんでした。ITコーディ
ネータと一緒に考えながらシステムを作るサポートしてくれる
のだからと予想していましたが、その通りでした」と目を細める。

荒添氏は、この分野で20年のキャリアを持ち、500社近くの
企業の支援実績がある。新ビジネス立ち上げのアドバイス経
験も豊富だ。自らも10人程度のスタッフを有するコンサル会社
を経営しており、経営者の置かれた環境を熟知している。

今回のクラウドシステム導入では、小泊取締役の考えを整理
し、実現するための流れを作った。その後も巡回アドバイ
ザーとして進捗をサポートしている。

正木氏は、システムエンジニアとして活躍後、独立し中小企
業向けシステムの提案から開発業務、マネジメントに携わる。

現在ではITコンサルタントとして、業務システムのクラウド化
を推進。業務効率化や共有化を行うためのプロジェクト実施
設計支援を主に、活動している。

本事例においては、ITベンダーへの要求仕様書の作成、調
整役を務め、オリジナル開発したシステムをクラウドで運用、と
いう新しいIT活用のあり方を支援した。

結婚式場

中小企業IT経営力大賞2012・
IT経営実践認定企業

動画・画像の有効活用

三重県松阪市・結婚式場
華王殿の場合「選ばれる式場」は少子化でも伸びる
顧客本位のサービス提案はiPadで!

会社概要

株式会社華王殿

三重県松阪市高町502
設立：1972年
従業員数：71名
事業内容：結婚式場
URL：http://www.kaoden.co.jp/

人気の披露宴会場

結婚式場 華王殿



次のような特徴を持つビジネスとは何だろうか。

- ・地方都市では2025年までに10%の自然減
- ・流行によって内容が変わっていく
- ・リピーターがない

(だろう)

・情報誌の影響を受ける
― 答えは結婚式場ビジネス。

少子化で確実に市場が縮小し、昔よりも「結婚しない」選択をする人も増加した。式の形態は地味婚、レストランウェディング、ゲストハウスウェディング（二戸建ての邸宅型）、和風回帰など時代によって内容も変化してきた。

三重県松阪市の総合結婚式場・

華王殿は、競争が激化する中にあって三重県内での挙式・披露宴の取扱組数が第一位。売上も上昇を続けている。南北に長い三重県では、名古屋のある北方向に人が移動しやすいというが、地理的なハンディにも負けず、利用者の心をつかんでいる。

2012年の2月には大阪に新店舗をオープンさせた。

式場選択の入口はWeb
その後の面談が勝負

しかし一般に、結婚式場には「リピーター」が存在しない。人気の秘密はどこにあるのだろうか。

一つは、大海富生社長が掲げる方針「お客様の満足のために」の姿勢が、従業員に浸透していること。

もう一つが顧客との接点におけるITの活用である。

結婚式場の情報は、大手情報誌、そしてネットから収集する時代になった。華王殿でもWebにはかなり力を入れている。営業部長の藤本智徳氏は説明する。

「クリック数を集計して、サイトのポイントをどこに置くかを適宜

検討しています。式の内容をイメージできるビジュアルは特に大切です。またスマートフォンに最適化したサイトもオープンしました」

そして、Webから問い合わせをした顧客に詳しい説明をし、成約につなげるのが営業担当者の仕事だ。ここで活躍するのが「iPad」である。

圧倒的な画像の威力
新たな需要を開く

結婚式には、会場、料理、演出、衣装などさまざまな要素があり、顧客ごとに好みも重点を置く分野も異なる。そこで分野ごとのカタログやアルバムの代わりにiPadに画像や動画を収め、求めに応じて見てもらおうと考えた。

「お話ししながら、ケーキにこだわりがあるようなら、これまでのオリジナルケーキの画像をお見せしたり、ユニークな演出を好む方であれば、参考例を動画でお見せしたりして、ご提案します」と、同社で顧客への提案を行っている系列会社・桜井祭の堅田一也営業課長は説明する。



華王殿のホームページ <http://www.kaoden.co.jp/>
画像が豊かで、式の様子を想像しやすい。目立つところに「おめでた婚」の案内があるのも最近の特徴。問い合わせから式までの期間が短いため、式場側にとってはありがたい顧客といえる。

タブレットなら、顧客と一緒に画面を見ながら簡単に画像を選び出し提示できる。どのように画像を提示し会話を進めていくかは、ロールプレイをしながら研鑽を積んでいるという。

その効果は高く、単価の上昇や需要開拓などを実現できた。

例えば夜間に式を行うナイトウェディングは、経験のない人にはなかなか想像しにくいものだ。これを画像で見せると、ライトアップされた美しい光景に惹かれ、興味を持つ顧客が増えるという。

日中は予約で埋まっている日にナイトの予約が入れば会場の稼働率も上がる。「言葉より絵なので」と藤本氏は実感を含める。

そして、顧客の趣向に沿った感動的なウェディングが催されると、参列者が華王殿のファンになり、自分の結婚式でも利用する。「間接的なリピーター」が多いのも、同社の強みである。

バックヤードでは、大阪出店を機に基幹業務をクラウド化。見積りを素早く発行し、遠隔地とも情報を活用できるようにした。また、



式の内容を相談する際に利用するiPad(上)。画像の提示により興味を示す顧客が増えるナイトウェディングの画像例(下)

営業部長 藤本智徳氏(写真右)
桜井祭 営業課長 堅田一也氏(左)

代表取締役 大海富生氏

推薦者紹介



ITコーディネータ
内藤新司朗氏
NPO法人 ITC三重 理事
東洋電機株式会社

独立系ソフト会社でシステム開発に従事した後、国が出資する第三セクターに入社し、ITC資格を取得。現在はITベンダーの企業内ITCとしてシステム案件の提案営業を行う傍ら、経営者研修会の講師やIT経営成熟度診断のファシリテータを務める。2012年4月にNPO化したITC三重を通じて、支援活動を継続していく予定だ。

ITベンダーとしては、やみくもに高価なIT機器やシステムを売るのではなく、経営的視点から、その会社にとって本当に必要なものを提供すべく、心がけている。

華王殿の取り組みは「投資にメリハリがある」と評価。そして、「足元は固まってきたので、これからは3年先も成功し続けるために、改めて強みを見直す機会を持つのも有効です」とアドバイスする。

「とはいえ、近所にチラシを配りに行くなど、アナログな活動もしています。表はスタイリッシュ、裏は泥臭いのが特徴かもしれません」と堅田氏は笑う。

中小企業IT経営力大賞への応募をサポートしたITコーディネータの内藤新司朗氏は、「お客様

にいかにも喜んでいただけたところからITの活用目的としているところが成功の要因といえるでしょう」と分析する。

決して有利な環境とはいえない場所ながら県内一の人気を博すサービスを、より大きな市場・大阪の人々がどう評価するか、期待の高まる場所である。

力を入れている酒粕。新潟ブランドとして積極的に展開していく予定



Facebookページとして公開している酒粕コミュニティ。親しみやすいキャラクターは従業員が作成している



代表取締役 松本伸一氏

ラベルに印字する内容は名前やメッセージなど、顧客ごとに個別に対応している。

「父の還暦祝い、何にしよう。記念になるお酒はどうだろう」そう思っただけでネット検索すると出会うのが「幻の酒」のWebサイトだ。このWebサイトは単なる日本酒のネットショップではない。「還暦に贈る真紅の名入れ酒」というオリジナルギフトが大人気。酒のラベルに贈り主からメッセージや名前を印刷する一手間かけたサービスが、感動的なギフトを探している顧客の心をつかんでいる。また、贈り先の方が生まれる日の新聞を取り寄せ同梱するセットも好評だ。

幻の酒は、2000年に松本伸一社長が新潟の酒をネット販売する会社として創業した。大手インターネットショッピングモールへの出店の一方、幻の焼

新潟の酒の酒粕も！ Facebookで情報交流

こうした取り組みの結果、首都圏の顧客を中心にネットショップの販売が拡大。現在は年商1億6000万円にまで到達している。ただ、ギフト商品は性質上リピーター需要が少なく、

松本社長はリピーター可能な商品として、発酵食品のブームもあり、酒粕に力を入れている。関心を高めファンを増やす策として「Facebookページ」で酒粕コミュニティを作り、料理やお菓子のレシピなどの情報交流を推進中だ。このページからは直接販売サイトに誘導せず、市場の活性化のみを行っている。「酒粕」で検索すると同社のサイトが上位に表示されるので、あえてFacebookからのリンクはしていない。

Facebookは、社内外のコミュニケーションにも積極的に活用。メンバー以外には見えない

支援機関紹介



財団法人にいがた産業創造機構(NICO)
<http://www.nico.or.jp/>

情報戦略チームのメンバー

写真右から 佐藤実氏、青木龍雄氏、木嶋祐太氏、倉田謹一郎氏、中村裕生氏

ITコーディネータ
清野和司氏

閉じたグループを作れる機能を用いて酒蔵と情報交換をしている。また、従業員の日報システムとしてグループウェア代わりに利用中だという。

「将来的には有料の国産グループウェアを導入するつもりですが、そこに行くまでのプロセスとして無料で使えるFacebook

は役立っています」と松本社長は微笑む。

新潟の地酒から生まれる酒粕は新たな商材であり、観光への貢献も期待される。地元での酒粕販売店の出店も構想しているという同社は、ネットで磨いた個性によって地域にさらなる価値を提供することに違いない。

にいがた産業創造機構(通称NICO)は新潟県内の企業をサポートする支援機関である。特に中小企業のIT支援活動に関しては、2005年から独自事業と関東経済産業局の事業を組み合わせ、経営革新へのIT活用を推進する事業を展開している。

幻の酒の松本社長が足を運んだのは、長岡で行われた「経営革新のためのIT活用事例セミナー」。NICOのIT経営支援事業は気づき(セミナー)、理解(経営者研修会)、実践(個別支援)を大きな枠組みとしている。松本社長はこのステップを踏みながら、事業の選択と集中の決断に至った。

個別コンサルティングの専門家として派遣されたのが、ITコーディネータの清野和司氏。幻の酒の現状を分析してわかりやすく図に整理し、今後の経営革新計画の立案をアドバイスした。これが同社の経営改革のきっかけになった。

NICOでは、2010年に事業の推進コーディネータである青木龍雄氏による過去の支援企業のヒアリング調査が実施され、同社の成長を見守っていた。「中小企業IT経営力大賞2012」の応募にあたっては、青木氏が書類作成をサポートしている。今年度も新潟、長岡、三条の3地域でセミナーを開催する予定だ。これを機会にさらなる成功事例が生み出されることを期待したい。

日本酒販売

中小企業IT経営力大賞2012・
IT経営実践認定企業

会社の特徴
新潟の酒を全国へ

新潟県新潟市・日本酒販売
幻の酒の場合

オリジナル日本酒ギフトをネット販売 新商品の市場活性化にFacebookも

会社概要

株式会社幻の酒

新潟県新潟市中央区白山浦2-1-28
設立：2000年
従業員数：11名
事業内容：酒類小売業
URL：<http://www.maboroshinosake.com/>



幻の酒のWebサイト。
<http://www.maboroshinosake.com/>
還暦祝いのギフト商品は1万5000円程度。これ以外にも大手ネットショッピングモールの店舗、地ビール、プライダル、酒粕等のサイトを持つ

「父の還暦祝い、何にしよう。記念になるお酒はどうだろう」そう思っただけでネット検索すると出会うのが「幻の酒」のWebサイトだ。このWebサイトは単なる日本酒のネットショップではない。「還暦に贈る真紅の名入れ酒」というオリジナルギフトが大人気。酒のラベルに贈り主からメッセージや名前を印刷する一手間かけたサービスが、感動的なギフトを探している顧客の心をつかんでいる。また、贈り先の方が生まれる日の新聞を取り寄せ同梱するセットも好評だ。

転機が訪れたのは、地元の支援機関であるにいがた産業創造機構が2005年に関東IT経営応援隊事業(当時)の一環として開催したセミナーに参加してからである。セミナー後、個別コンサルティングとしてITコーディネータ清

支援機関のサポートで気づき ここしかない酒を

「勘と経験と度胸で進みましたが、卸売では事業拡大に比例して在庫も増えていきました。売上はどんどん上がるが粗利はないという状況でした」

ただ、小売と卸売ではビジネスの性質が異なる。

「勘と経験と度胸で進みましたが、卸売では事業拡大に比例して在庫も増えていきました。売上はどんどん上がるが粗利はないという状況でした」

野和司氏から訪問アドバイスを受けた。その際、清野氏が同社のビジネス内容を整理した2枚のシートが松本社長に気づきをもたらした。

「整理された書類を見て、新潟の酒を全国に売るという創業の趣旨を確かめ、卸売からは撤収すべきと確信しました。ここではつきり気づいたのです」

当時の売上は2億円。売上額では卸売の方が比率が高かったが、大きな決断を下した。約半年かけて段階的に卸売事業を終了させた。ネット販売では価格競争に巻き込まれないよう、オリジナル商品を創り出した。松本社長は「自社でブランドを作ろうと酒蔵からお酒を譲っていただきました。ラベルを作ったストーリーを含めて販売する方法です。地域の著名な方にラベルを書いていただいたこともありました」と振り返る。

ネットの世界は顧客からさまざまな意見が返ってくるのもメリットだ。顧客の声と市場動向を照らし合わせ、還暦祝いの商品の開発に至ったという。

さらに地ビール、プライダルな

自動車関連製造業

震災の危機乗り越えシステム導入
社内プロジェクト通じて未来像描く

茨城県日立市・自動車関連製造業

日昌製作所の場合

2011年3月10日。茨城県日立市の日昌製作所は、新システム構築へのキックオフ会を開いた。しかし、その翌日、東日本大震災…。本社工場の被災に加え、福島県南相馬市にある小高工場は福島第一原発事故による警戒区域に指定されてしまう。

会社を襲う危機にシステムどこ

ろではない…と普通は考える。しかし、同社はプロジェクトを継続し、2012年3月、無事稼働を開始したのだった。

業務を清流化し
一歩先を目指したい

極細電線の高速巻線から自動組み立てまで、自動車関連部品の総



本社工場



工場内の様子

会社概要

株式会社日昌製作所
茨城県日立市滑川町1丁目9番10号

- 創立：1960年
- 従業員数：約250名
- 事業内容：自動車用電装部品製造、医療機器用部品、自動機設計・製作他
- URL：http://www.nisshoss.co.jp/

合アセンブリメーカーである日昌製作所は、生産設備を自社開発し、品質とスピードに定評のある企業だ。発注単位は、多いものは170万個／月にのぼる。EV車の時代を見据えて、新たな分野の研究開発にも着手し始めている。多数の受発注を整理して生産に展開するには、情報システムが必須だ。オフコンとパソコンを併用してきたが、数値の抽出に時間がかかったり、部門間の連携がでないなど、リニューアルの時期が迫っていた。

高岡英光社長は、これを良いチャンスと捉えた。「業務のやり方を一歩先のものに成長させてシステム化し、組織の力や仕事の質を向上させようと考えました」

あるべき姿を描き、それをシステムで具体化し、社内に着着させるといふものだ。

「例えば以前はなかった営業部の受注に関する情報などもシステムに組み入れ、業務を清流化するものです」と、プロジェクトマネージャーを務めた経営管理部長の鈴木誠明氏は説明する。

サブマネージャーとしてプロジェクトを牽引したのが30代の同部総務課係長の佐々木雅彦氏だ。各部門のリーダーにヒヤリングを行い、どのように仕事が行われると望ましいかを検討・調整していった。「個々の意見を取り入れることを通じて、自分たちのシステムである意識も生まれ、半年後くらいには流れが見えてきました」と振り返る。



主要製品の1つイグニッションコイル

代表取締役
高岡英光氏(写真右)
執行役員 経営管理部 部長
鈴木誠明氏(左)
同部 総務課 係長
佐々木雅彦氏(中央)

今の危機を乗り越えつつ
半年先の事業継続も

日昌製作所が震災にもひるむことなく、乗り越えた理由の一つは、顧客への責任感であった。

小高工場で生産を予定していた製品を「何とか出荷してもらえないか」という取引先の要請に応えるため、原発事故の先が見えない中、大型トラックで必死に金型を運び出し、本社工場にラインを設置。従業員の住まいを日立市に確保し、4月の中旬には、製造が開始されるに至った。

社長が命ずるまでもなく従業員たちは自らの使命感で自然に行動を起こしていたという。

サポーター紹介



茨城日立情報サービス株式会社 産業制御システム部
主任技師 大久保賢二氏(写真左)
主任技師 根本一秋氏(右)、営業部 丹野善之氏(中央)

茨城県日立市に本社を置く情報システムサービス企業。ITコーディネータの資格を持つ大久保氏が県内企業へのサポート事業などに参加する中で、セミナーをきっかけに高岡社長と出会う。交流を通じ「システムを作ろうと思ったら大久保さんの顔しか出てこなかった」との信頼を得る。

受注後は、佐々木氏が担っていた業務フローの整理をサポートしながら、会社のあるべき姿を共に見出し、システムに具現化した。社内の意見を集約するなどプロジェクトの推進支援も大きな役割であった。

「システムは買えばいいわけではなく、相談を聞いてもらう部分も大切です。私たちがやりたいことを理解いただけるパートナーであると思っています」と高岡社長は評する。

「パートナー」——ユーザー企業からこう称されるほど、ITベンダーにとってもうれしいことはないだろう。

今後の運用・改良においても力が発揮されることを期待したい。

<http://www.hitachi-ijs.co.jp/>



ホームページでは、技術や機械の情報を具体的に発信している
http://www.mizuno-machinery.co.jp

顧客向け進捗公開サイトの画面例

工作機械や製造風景を写真や動画でわかりやすく紹介。さらに、具体的な加工技術名など、顧客が求めるキーワードを意識したSEO対策にも力

を入、受注件数の増加を導いている。また、最近では、基幹システム以外の分野においても、複合機を利用している富士ゼロックス北陸からの提案でペーパーレスFAXによってコスト削減や効率化を実現するなどの成果も上げている。同社は経営面から企業をサポートする姿勢を打ち出し、ITコーディネータの資格保持者などが経営に役立つ提案を行っている。ミズノマシナリーは「中小企業IT経営力大賞2012」において審査委員会奨励賞を受賞したが、応募を後押ししたのも富士ゼロックス

ス北陸であった。ITベンダーからの幅広いサポートは同社のさらなる改革に寄与するだろう。とはいえ、ITの利用には一定の費用がかかるものだ。これをどう捉えているのだろうか。「納得いく価格でITを手に入れたら、あとは徹底的に、100%使いこなすこと。これが鉄則です。要はケチだということです」と水野文政社長は笑う。「ITはお金がかかって…」と尻込みするか、「投資費用を上回るリターンを得るよう使い倒す」のか。この違いは、変革意欲の違いの表れなのかもしれない。



専務取締役 水野英子氏



総務部長 正和紗央里氏

した。「電話での問い合わせをせずとも状況をご確認いただけるので、利便性をより高めることができました」と正和氏。さらに大事なデータはクラウド上にバックアップをとり、緊急時もデータを守るようにしている。

技術情報をわかりやすくWebで伝えていく

取引先がある程度固定している油圧機器に比べ、アルミ加工は新規顧客開拓が不可欠である。そこで、正和氏を中心に、WebやFacebookなどによるマーケティングにも力を入れている。充実した

サポーター紹介



富士ゼロックス北陸株式会社
ソリューションサービス本部 システムエンジニアリング部
川上正春氏(写真左) 池田泰生氏(右)

複合機・コピー機を主力製品とする富士ゼロックスでは、ハードの販売・保守にとどまらず、経営視点で顧客企業の発展に貢献するとの方針を打ち出している。富士ゼロックス北陸の川上正春氏と池田泰生氏もそのミッションで活動するメンバーである。ITコーディネータの資格を保有している。ミズノマシナリーを経営者向けセミナーに招いたことがきっかけとなり、同社の経営力の高さを見出し、中小企業IT経営力大賞への応募をサポートした。「ゼロックスさんへのイメージが変わりました」と水野英子専務はいう。さらにコスト削減や効率化を意図した複合機の活用提案は、大好評。「FAX周りの作業をパソコンで完結でき、ファイリングも簡単です。紙のコストも10%削減されました。もう手放せないです」と正和氏は振り返る。川上氏は、同社について「元気に満ち溢れ何でもチャレンジする風土が素晴らしいと思います。ITを競争力強化にうまく活用されているので、私どもがアドバイスできることがあれば、今後も提案をしていきたい」と話している。

http://www.fujixerox.co.jp/hrx/



代表取締役 水野文政氏

「新しいNC旋盤を入れ、来月は同時5軸加工機のマシンングセンタも導入します。これは他社にはあまりない機械で…」工場内を案内してくれたのは、入社8年目の総務部長・正和紗央里氏。製造部門の担当者かと思うほど、社内の業務や技術をスラスラと説明する。「皆が自社の技術や加工方法を知ることの良い仕組みが作れるという考えの会社です。部門に関わらず、全員図面も読めます」という。

この会社は、富山県富山市にあるミズノマシナリーである。同社は油圧機器製造からアルミ精密加工へ事業領域を広げ、現在は全国から多品種少ロットで受注するアルミ部門が6割を占めている。同社の製品は仕上がりが綺麗で見た目にも美しく、印象的だ。海外シフトが強まる製造業において、経営に必要なものは何か。水野文政社長は次のように話す。「製造業が競争で勝ち残っていくには、個々の仕事の精度を高めて全体に強くなることです。日々の努力を怠らず新しいモノをどんどん取り入れていきます」こうした経営方針に従業員全員



工場の様子。最新工作機械を積極的に導入している

会社概要

株式会社ミズノマシナリー

富山県富山市婦中町板倉513-4

- 設立：1984年（創業1963年）
- 従業員数：40名
- 事業内容：アルミ精密加工、油圧機器製造
- URL：http://www.mizuno-machinery.co.jp

短納期商品の進捗管理は情報システムがあつてこそ

目指す——従業員と様々な情報を共有しているのは、この考えからだった。が理解し、広い視野で会社の発展を

至ったとき、生産管理システムを刷新することにした。情報システムを司る専務取締役の水野英子氏は背景を説明する。「毎月数百件のアイテムが動き始めてそれぞれの進捗管理が必要になったのです。現在は作業手配書に付与したバーコードを各工程でスキャンして登録し、進捗をリアルタイムで把握できます。お客様からの問い合わせにもすぐに回答できるようになりました」新しい生産管理システムによって、国内企業に求められる短納期や複雑な加工の要望に応えられる体制を確立したのだ。そして、2012年には、取引先ごとにIDとパスワードを発行しWebから自社が発注した商品の進捗を閲覧できる仕組みも付加

短納期でもスムーズに「美しく」仕上げる 自社をよく知る従業員は改革の力！



酪農・乳製品製造販売

北海道興部町・酪農・乳製品製造販売

ノースプレインファームの場合

「豊かな土地」の強みをさらに生かす！
販売機会を逃さない部門間の情報共有

オホーツク海に面した北海道興部（おこっぺ）町は、牛たちにとって、絶好の土地だ。

「牧草地は10年間、一切化学肥料を使っていません。それほど豊かな土地です。牛が健康で牛乳の乳質が良いので、通常の牛乳とは異なり低温殺菌で出荷しています」

こう説明するのは興部町で酪農・乳製品の製造販売を手がける



オホーツクのミネラル豊かな土壌で育つ乳牛



ショップ&レストラン「ミルクホール」

会社概要

ノースプレインファーム株式会社

北海道紋別郡興部町字北興116-2

- 代表者：代表取締役 大黒 宏氏
- 設立：1988年
- 従業員数：約70名
- 事業内容：乳牛・肉牛の飼養、牛乳、乳製品、肉製品、菓子等の食品製造・販売、レストラン事業等
- 酪農の概要：草地面積110ha（放牧地30ha 採草地80ha）搾乳牛52頭 育成46頭 肉用肥育牛60頭
- URL：http://www.northplainfarm.co.jp/



おこっぺ牛乳（左）とおこっぺヨーグルト（右）



ノースプレインファーム取締役の藤原正光氏である。同社の「おこっぺ牛乳」は、ホモジナイズをせずに出荷する生きた牛乳である。

加工食品が人気に
しかし、震災後に受注減

ただ、あまり知られていないことだが、牛乳の流通には複雑な仕組みがあり、実はほとんど利益が

出ない。同業他社も含め「乳業メーカーがブランドの責任と象徴のために出している」（藤原部長）のが実情だそうだ。

会社として経営を成り立たせるには、チーズやヨーグルトなどの加工品を作る必要がある。ノースプレインファームは従業員70人程度の企業であるが、醗酵バター、ケーキや生キャラメルなど人気商品を多数生み出し、農業、製造販売までを行う「6次産業」として成長してきた。

特に、高級ホテルでの採用や観光土産店、物産展などで業績を積み重ねてきたが、昨年の東日本大震災と原発事故以降、観光客が減り需要が減少。

そこで、コンスタントに販売できるデイリー商品へのシフトを図り、

と解説する。

クラウド利用のメリットの一つは、どこにいてもさまざまな端末からアクセスできること。藤原氏は外出時にはiPadを持ち歩き、営業日報を入れたり、状況を見たりと、早速活用を始めている。

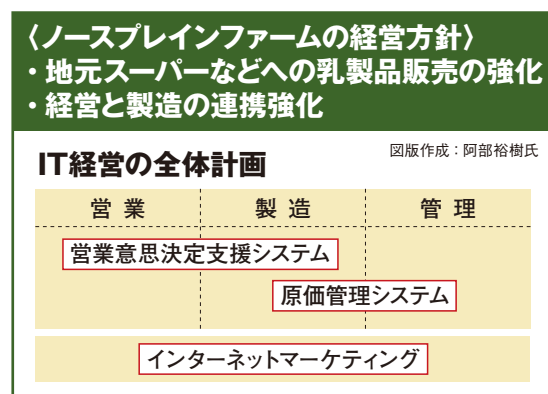
情報発信は継続的に
動画による牧場紹介も

一方で、顧客に対してはまだまだおこっぺ牛乳の良さを伝えきれていないという実感を持っている。ネット通販やホームページの責任者である管理部管理課長の吉川智一郎氏が先頭に立ち、動画によ

ヨーグルトを主力商品に、道内の物流会社を経てスーパー向けに営業展開している。

機会損失を防ぎ
製造の効率を上げるには？

低温殺菌のおこっぺ牛乳を使っ



る牧場の紹介などコンテンツをそろえながら、発信する情報を増やしている。ソーシャルメディアの活用にもチャレンジ中とのことだ。健康志向が高まる中、原材料である牛乳にすぐれた特徴を持つ同社の商品は、伸びしろが大きいはず。顧客に愛され続ける商品開発の先に、自社らしさを存分に発揮できる喜びも大きい。

「体力のない小さな会社が生きていくためには、スピード感を持ち、知恵を使うことが大切です」と藤原氏。気を引きしめ、オホーツクの恵みを顧客に届け続ける。

商品データマスタ

製造の進捗

営業日報

在庫管理

新システムはクラウド型なので、外出先でもデータ入力や閲覧ができる（写真左）。データを一元管理しているので、一度登録すると（左上）、営業や製造とデータがひもづく。受注商品の製造進捗状況も把握できる（上）

取締役 販売部長 藤原正光氏（写真左）
管理部管理課長・ネットショップ店長 吉川智一郎氏（右）

一緒に店頭で並ぶ競合商品とは価格差が開いている。それでも味や鮮度で商品力があるものの、もう少し価格を下げて勝負したい。

「限られたリソースの中でいかに受注し、正しく無駄なく出荷していくかが問われます。営業と製造の連携が求められ、ITが必要になりました」（藤原氏）

営業の最前線に立つ藤原氏は、商談情報が簡単に記録でき、商品別の受注状況や納期を見ながら製造部門が材料の手配をし、製造計画を立てられるシステムを求めた。商談から納品までのプロセスの見える化である。

システム構築にあたってはITコーディネータの資格を持つ阿部裕樹氏の会社（ブレインズ・ワン）に依頼。2012年春に導入に至った。

阿部氏は、「そのまま使えるクラウドサービスがなかったため、カスタマイズをしてプライベートクラウドとしました。商品番号をベースにデータが二元管理されており、営業進捗、在庫、生産計画など多様な切り口で現状を把握できます」

サポーター紹介

ITコーディネータ
有限会社ブレインズ・ワン
代表取締役 阿部裕樹氏

札幌を拠点に北海道全域で活動するITコーディネータ。阿部氏自身が専門家として企業支援やセミナー講師などを行う一方、会社では情報システムの構築やクラウドサービスの提供などを手がけている。

ホームページの活用をはじめネット系の知識も豊富で、最近はFacebookに関するセミナー依頼も多い。ノースプレインファームとは、藤原氏・吉川氏とセミナーで出会ったことがきっかけ。交流を深める過程で、システム構築の依頼を受けることになった。

相談を持ちかけた理由は、藤原氏は「現場に足を運んでくださる方です。私は現場を見ないと何を求めているかわからないと思っていますので、姿勢に共感します。また、ご自身がショッピングサイトを運営され、Web関係のプログラムもご経験が豊富です。実践の裏づけがあるので言葉に重みがあります」と打ち明ける。

新システムを使いこなす定着させる場面でも、この信頼関係が生きてくることだろう。

<http://www.brainsone.com/>

通信販売の投資対効果を測定する！ 手に入れたのは「未来が見えるシステム」

通信販売の要は新規顧客の獲得に向けたプロモーション活動である。店舗のように通行人が「ふらりと入る」ことはできないので、ダイレクトメール、新聞（折込含む）、雑誌、テレビ、Webなどに広告を出して商品を案内し、購入後、リピーターになってもらう方法を考えていく。

プロモーション手段はそれぞれ特性があり費用も異なるが、自社にとって有効な策はどれなのか、きちんと測定できているだろうか。

瞬間の効果より 長期の視点で見る

最近ではWebサイトの利用が増え、検索連動型広告やバナーな

ど、Web上の広告が数多く使われている。1回当たりのコストも比較的安く、クリック数のデータもわかるなど、費用対効果が高いともいわれている。実際のところはどうなのだろうか。

「現在、価値が高いのは紙媒体です。というのも、紙媒体からのお客様は、購入を継続してくださる率が高く、当初費用がかかっても、長期的にみれば十分取り返せるのです」

こう話すのは、鳥取県八頭郡・リーベックスの小原利一郎社長である。同社は平飼いの飼育したニワトリの卵と、これを使った食品を個人向けに直販する「大江ノ郷自然牧場」を運営している。東京、大阪をはじめ全国各地に顧客を持つ。

小原社長は故郷の鳥取に戻っ



代表取締役 小原利一郎氏

会社概要

株式会社リーベックス

鳥取県八頭郡八頭町橋本877

- 設立：1995年
- 従業員数：10名
- 事業内容：平飼いの卵、卵加工食品などの通信販売。小売業
- URL：<http://oenosato.com/>



「大江ノ郷自然牧場」の商品紹介



八頭町の店舗「ココガーデン」

て、一からリーベックスを立ち上げた。大量生産はできなくとも、納得のいく飼育方法、生産者の顔が見える販売方法を貫いている。

現在、同社の商品を購入した顧客データはのべ20万に及ぶ。経験の蓄積によりプロモーション内容とその結果についてはおおよそ把握していたものの、小原社長はプロモーション別の結果を詳しく分析したいと考えた。それも、内容と購入率といった1対1の関係ではなく、2回目以降の購買活動も併せて傾向を見たいというものだ。「自分たちの取り組みが正しいかどうかを見極めるためには、プロモーションの瞬間だけでなく、長期的に見て投資対効果を測る必要がある」（小原社長）との理由からである。

地元のITベンダーが見つかり システム開発に着手

すでに通信販売用のパッケージソフトやグループウェアなどのIT製品は利用していたものの、オリジナルのシステムを構築するのは初めての経験である。

パートナーベンダーとなったのは、地元のIT企業・アクシスだった。同社のソリューション事業部コンサルティング担当マネージャーである後中宏明氏は、ITコーディネータとしての10年の実践経験をともに丁寧なヒヤリングを行い、小原社長の思いをシステム企画へとつなげた。

後中氏は「お客様、商品の販

売、プロモーションの3つを関連付けて分析しようという小原社長のお考えは、従来のシステムにはない発想でした」と話す。中小企業のシステム活用では、P・I・D・CのD（実行）に効率がよく業務を進めるか）を実現するものが多く、リーベックスのように時間軸でC（チェック、結果分析）を意図するものは少ないという。

そのため、システム構築の途中で再度要望を聞いて調整を行う場面もあったそうだが、既存の通販システムから販売データを読み出し、プロモーション記録を加える形で、ダイレクトマーケティングシステムを完成させた。

今後の投資内容が見える！ ITは適所で活用していく

小原社長は、このシステムを「未来が見えるシステム」と称する。「さまざまな切り口で分析を行えば、今後のプロモーションにおける投資内容もより良く変わっていくでしょう」とのことだ。

この他にも、仕事の手を止めずに情報共有ができるよう（電話応

対をしている従業員も多い）、無料電話サービス「スカイプ」のチャット機能を使ってメッセージを送ったり、文書共有のクラウドサービスを利用したりと、情報共有へのIT活用が進んでいる。

小原社長の夢は、地域を観光地化し、多くの人に訪れてもらうことだ。すでに小売店舗「ココガー

電話やFAXによる販売が中心だが、Webサイトによるネット通販も行っている。
<http://oenosato.com/>



デン」はにぎわいを見せている。小売店舗の伸び悩みからネット通販にシフトする時代を経て、これからは、通販での成功が地元へ顧客を呼ぶ時代に変わりつつあるようだ。

リーベックスのIT経営化年表

年次	事項	IT経営化
1995	(有)リーベックス設立	「大江ノ郷自然牧場」の販売部門を独立法人化 販売・顧客管理ソフト導入
1999	通販事業を本格化	通信販売専用ソフトにリプレイス
2001	通販事業規模拡大	同上ソフトの機能アップ サーバー導入
2002	産直直販店開店	通販ソフト導入 (本社と同一システムを別途購入)
2005	ひよこカンパニー分社	業態分離で通販業務へ専門化
	インターネット導入	社内外のコミュニケーションを図る
2007	通販機能強化	メール環境の構築
	グループウェア導入	CTI・受電システム
2008	ココガーデン開店	全体的な情報共有
2009	グループウェア強化	顧客対応などの情報共有を図る
2010	顧客分析システム導入	顧客のクラスタ分析・個客単位のROI分析、プロモーションのROI分析
	グループウェアリプレイス	機能的な不足から別のグループウェアに代替

作成：ITコーディネータ後中氏

サポーター紹介



ITコーディネータ
株式会社アクシス
後中宏明氏

アクシスは、リーベックスの近隣に本社を構え、業務アプリケーション開発、パッケージ・アプリケーション販売、アドオン開発などを手がけている。鳥取銀行が開催したマッチングイベントで小原社長と縁ができ、販売管理データとプロモーションデータを統合したデータベースシステムを無事完成させた。

小原社長は、「動作のスピードなどに配慮してもらいました。良いITベンダーがあっても東京や大阪だとすぐに話ができませんが、地元こうした企業があると大変ありがたい」と話している。

後中氏は、システム開発の上流工程にあたる部分を担当。ITコーディネータのスキルを活かして経営者の意図をヒヤリングし、システム開発者に橋渡ししている。今回は、ハイレベルの内容であったゆえ「まだまだ聞き取りが甘いと反省する面もある」と謙虚に感想を話す。後中氏の活躍が要望に沿ったシステムの実現を支えたことは間違いない。

<http://www.t-axis.co.jp/>

金融機関の経営支援はどうあるべきか

広がる！
地域連携①地域
サポート

富山信用金庫

国の施策終了後も 経営者研修会を自主継続

信用金庫が取り組む地域企業へのサポート

2012年8月2日、富山県富山市の第一共同印刷では、従業員が説明する「印刷のしくみ」を、約20名の経営者が熱心に聴いていた。地元・富山信用金庫の呼びかけに応じて過去3年間に経営者研修会に参加した「卒業生」が、定期的な交流・勉強の場である会社見学会に出席していたのだ。

**この満足度を
多くの企業に届けたい**

経済産業省が中小企業のIT経営を支援する施策として数年にわ



常務理事 岸和雄氏

たり開催してきたIT経営応援事業。経営者研修会やセミナーによって、経営改革のきっかけづくりを提供した。

富山信用金庫もその趣旨に賛同し、地元のITコーディネータ組織であるITC富山と連携。支店から取引先企業に声をかけ、4日間の経営者研修会を2009年から開催してきた。経営分析の手法を学びグループ討議を行い、最終日には自社の経営戦略をまとめる。

しかし、2011年度に国の支援策が打ち切りに。各地の研修会も多くは自然消滅していったが、同信用金庫は自身が費用を捻出し、研修会を継続している。

その理由を常務理事の岸和雄氏は次のように語る。

「初めは『信金に言われたので来た』という方も、研修会の最終

概要

富山信用金庫

富山県富山市室町通り1丁目1番32号
創業：明治35年
店舗数：34店舗（富山市27、高岡市1、射水市4、中新川郡2）
役員数：380名（2012年3月31日現在）
URL：
<http://www.shinkin.co.jp/tomishin/>

日には堂々と経営戦略を発表され『来て良かった』とおっしゃいます。2年間で40名の方に機会を提供できましたが、逆に言うところだ40人、なのです」

金融機関には非金融面での支援の役割も求められる。岸常務理事は満足度の高い研修会を継続し、経営サポートを強化しようと考えたのだ。各支店長には研修会の説明を行い、また支店長自身が研修

を受ける機会を作って理解を深めた。

同信用金庫理事の白田克己氏は、「次世代経営者の育成や事業承継支援も意図しています」という。

**交流会や同窓会で
研修効果を高める工夫**

国の事業の際に研修の企画や運



富山信用金庫のB&Lコンサルティングスクエア。気軽に立ち寄り、お茶が飲めたり本が読めたりする交流スペースを提供。地域のよりよい相談窓口を目指している。右奥に見えるのは、イメージキャラクター「とみたん」。富山の業売りをイメージしたキャラクターである。

営、講師を担ってきたITC富山（地域の専門家ITコーディネータの組織）では、研修会の満足度を向上させるために、提供された研修内容に先の会社見学会をはじめとする独自メニューをプラスし、一連の流れを形作った。

参加者が話しやすい雰囲気を作るため、初日はオリエンテーションの後に懇親会を実施。また、各社が経営戦略を発表する最終日の前には個別訪問を行い相談に乗るようにしてきた。

高まる参加者の熱意 フォローアップ研修も

独自事業となった昨年から、ITコーディネータの吉田誠氏が講師やサポートを担当。今年は8月から、研修会を実施した。

「外部環境の変化に対する危機意識の高まりからか、熱心な参加者が増えている印象を持ちました。

各支店長が研修の内容や意義を理解され、これはと思う企業に声をかけてくださっていることが大きいです」

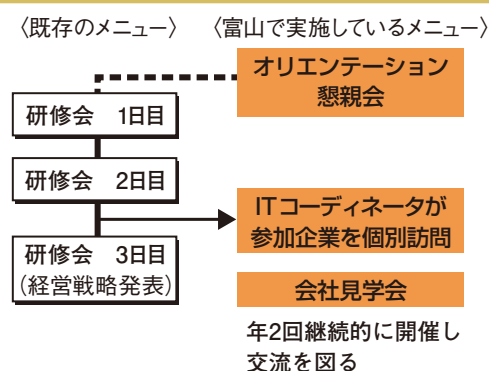
吉田氏は研修の感触をこのように話す。

最終日には支店長も出席し、研修による成長の結果を目の当たりにする。その実感がまた次年度につながっているようだ。

今年は、参加者から「一緒に研修を受けた仲間と年内にまた会いたい」との要望があり、11月にフォローアップ研修を実施する予定である。

交流の中で、ホームページの活

富山信用金庫 経営者研修会メニュー



用などITの課題が出てきた場合は、吉田氏に相談を持ちかける企業も多いという。



2012年8月2日に行われた会社見学会（第一共同印刷にて）。会社見学会では、特に受け入れ側企業において従業員のモチベーションが上がるという。研修会の「卒業生」は経営者同士。トップセールスで商談が成立することもある。



理事 営業推進部長 白田克己氏

サポーター紹介



ITコーディネータ 吉田誠氏
ITC 富山 会長
よしだまこと事務所
代表取締役
<http://www.yoshidamakoto.co.jp/>

富山を中心に活動する独立系ITコーディネータ（ITC）。地域のITCの組織であるITC富山の会長も務める。国の事業の際は専門家2〜3名で研修会を運営してきたが、自主開催となってからは1人で講師や個別訪問を担当。研修会の内容がよりわかりやすいものになるよう、自身が支援した地元企業の経営改革事例を題材にするなど、工夫も行っている。

富山信用金庫は、「親しみやすいキャラクターから、参加者の評判が高く、個別訪問なども精力的に行ってくださっています」と評価している。



2012年の8月から実施した研修会の様子

岸常務理事は、「継続して卒業生を増やし、変化を乗り越えられれる企業が増えることを期待します。もちろん、代々、信金を好きになっていただくとうれいです」と継続への意欲を示した。

事例3 木製容器製造

吉田桶樽商店

<http://www.oketaru-y.jp/>

吉田桶樽商店は、漬物を販売する際の容器など、木製の樽や桶を製造している。吉田近チーフは、ホームページに取り組みもと勉強を始めてはいたが、時間や資金の問題でまだ実現していなかった。

「みんなのビジネスオンライン」と上級アドバイザーの存在でこの課題がクリアされ、昨年10月にホームページは不可欠な

ものになる。「最終消費者へのアンケートでは、木の器を好む方が多いとわかりました。こうした情報を積極的に掲載し、ニーズをアピールしていきたい。また印刷費をかけずに会社案内ができるのもいいですね」と吉田氏は笑顔で語る。



樽製品の製造風景。工場内は木の香りで満たされている



公開中!



代表 吉田嘉男氏(写真右)
チーフマネージャー 吉田近氏(左)



本プロジェクトを機会に生まれたコラボ商品「福木樽」(ふくきたる)。木樽の中に五角形(ごかく=合格)の和紙メモが入っている

福井県小浜市

今こそホームページ

小規模企業

× 中小企業支援ネットワーク強化事業
× ホームページ作成支援プロジェクト



3月1日に行われた発表会の様子
上) 事例発表をする吉田桶樽商店の吉田近氏
中) 「みんなのビジネスオンライン」ホームページでの紹介
下) 交流会の様子。こうした場で新しいビジネスチャンスも生まれている



無料サービス「みんなのビジネスオンライン」もその一つ(2年目以降は1470円/月)。

「平成23年度中小企業支援ネットワーク強化事業」の専門家が集中的にサポート。

3社を例にとり、完成したホームページと、ホームページ活用の意義や取り組みの感想を紹介する。

「みんなのビジネスオンライン」をサポートできるITコーディネータも増加しているので、「ホームページを何とかしたい」と考える企業は、トライしてみたい。

「店」の良さや歴史を見直すことを学びました。当社のシネクリームはラップでくるんでいるのですが、地元では当たり前の時代、といってもIT担当者がない企業や小規模企業にとって、独自ドメイン(自社独自のホームページアドレス)を取得し、見栄えの良いホームページを作るのは、資金や技術、人手の点でまだまだ敷居が高いものだ。

事例1 民宿

若狭路の宿 民宿さわ

<http://www.staysawa.jp/>

公開中!



宿の主人
澤佳太郎氏(写真左)
奥様の
澤宮代氏(写真右)

「なぜホテルでなく民宿なのかと聞かれますが、お客さんと話すのが大好きで」と、本当に仲が良さそうに笑いあう澤夫妻。民宿さわは、部屋数11室のアットホームな民宿だ。ホームページは持ってはいしたが、リピーターも多い宿なので直接予約は取らず宿

「民宿といっても、手軽な部屋と海が見えるパストイレつきの部屋の両方を持っています。仕事で来られて気軽に泊まる方へのビジネスプランや、新しい女性のお客様に来ていただくための案内に、ホームページを活用していきたい」と元気に話していた。

「専門家にアドバイスをいただけたらと、以前ホームページは知り合いにお任せでしたから」洋菓子づくりの合間に感想を話してくれたのは志保重の清水社長。和菓子の看板メニューは200年の歴史を持つ酒まんじゅうや遠くから車を飛ばして食べに来る人がいるというくずまんじゅう。

前のこうしたこともWebで特色として出せると知り、忙しくてなかなか更新する時間がとれないというものの、特徴となる点を積極的に打ち出していきたいとのことだ。

さらに、取り組みを通じて洋菓子など日持ちする菓子類のネット販売に挑戦する意欲も湧いてきたという。



代表取締役 清水雅彦氏



事例2 和洋菓子製造

株式会社志保重

<http://www.shihojyu.jp/>

公開中!

サポーター紹介

平成23年度
中小企業支援ネットワーク強化事業(近畿)
福井県小浜地域で活躍したメンバー

- 上級アドバイザー(地域を回って課題を抽出し、専門家の派遣を判断する)
先織久恒氏(ITコーディネータ)
- 専門家
坂川昌文氏(ITコーディネータ)
宇田川静夫氏(ITコーディネータ)
横屋俊一氏(ITコーディネータ)
坂田守史氏(デザイナー)
藤田順一氏(プログラマー)

「みんなのビジネスオンライン」の使い方を専門家自らが学び、各社の事情に即して、コンテンツの配置や制作方法を指南した。

特筆すべきは、専門家の中にデザイナーやプログラマーといったメンバーが入っていること。Webサイトでは見た目の印象や写真の配置、写真そのものの見えなどが印象を左右する。

事業内容の分析やコンセプトづくりを得意とするITコーディネータと、サイト表現のノウハウを持つ専門家が多面的にサポートすることで、支援の幅を厚くしている。

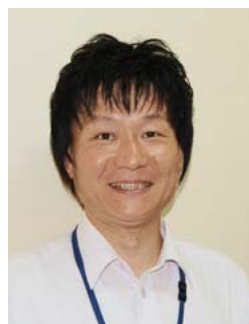


写真・先織久恒氏

「当時は総合評価方式での入札・調達事例がまだ少なかったため、各課の職員の皆さんにこの調達の目的を理解いただくには時間がかかるだろうと覚悟していました」と米田氏は振り返る。

ベンダー3社からの提案を技術要素やコスト面など総合的な観点で評価し、2010年6月、最もポイントが高かった（見積の最安値ではない）新規ベンダーに発注することが決定。翌月から約9カ月間でシステム構築を行い、2011年4月から運用を開始した。

新しい基幹系情報システムは役場内のほとんどの業務に適用され、従来は課ごとのパソコン端末で処理してきた業務の一部も取り込んだ。また、システムに関するベンダーとのやり取りや作業依頼・契約などを、課単位ではなく役場内で一本化して行う形式に変更。運



総務政策課 係長
北村卓也氏

用上の問題や要望などを議論し情報共有する場として、副町長をトップとする「検討委員会」も設置した。当然のことながら、システム環境の大幅な変化に対して、利用現場では少なからぬ混乱が見られた。職員からの問い合わせやクレームを一手に受け、説明に追われる北村氏の負担も一気に高まった。

ITC米田氏はこうした局面のサポートにもあたった。2010年4月から「ITアドバイザー契約」に基づく支援役も請け負い、現在も月次の定例会議に出席したり、システムの追加開発・修正などに関する仕様やコストのチェックなどを行っている。北村氏は、「日々のシステム管理業務のことも相談できる非常に心強い存在です」と評している。

システム運用への関与で 職員の意識が変わった

新システムの導入効果については、追加開発があったことなどから、コスト削減という点は十分な手応えが得られているわけではない。ただ、「従来のようにベンダーに任せきりではなく、職員がシステ



NPO情報セキュリティ研究所
主任研究員
山地真嗣氏



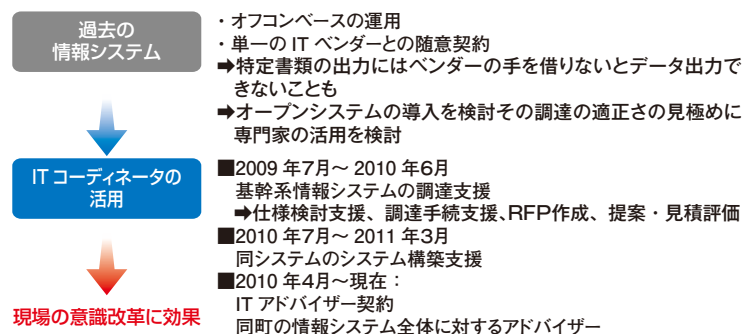
ITコーディネーター一般社団法人
ITC-Labo
http://itc-labo.com/
NPO法人情報セキュリティ研究所
米田宗義氏



NPO情報セキュリティ研究所
情報セキュリティ事業担当
嘉戸達也氏

美浜町のような小規模な自治体でITCがその使命を果たしていることは、多くの市町村における活躍の可能性を示唆している。

美浜町のITコーディネータ活用



ITコーディネータ活用記 自治体編

〈和歌山県日高郡美浜町〉

汎用パッケージを用いた基幹系システム刷新でコスト削減へ 調達や運用管理にも新たな方法を採用

「随意契約から指名競争入札へ」「オフコンから汎用パッケージへ」——長年運用してきた基幹系情報システムの更改に際して大きな決断をした和歌山県美浜町。その取り組みの支援役にITコーディネータを起用した。



町長 森下誠史氏

深く蒼い海が広がる海岸線に、5km近くも松林が続く。ここを訪れた画家の言葉から煙樹ヶ浜と名づけられた美しい海岸線を持つのが和歌山県の西部に位置する美浜町である。市町村合併をせず、人口約8000人、面積は県内で2番目に小さい町だ。

町長の森下誠史氏は、「明治時代に単身カナダに渡り数百名の移民を世話した工藤儀兵衛に象徴されるように、進取の精神に富んだ地域です」と説明する。

自治体の規模を問わず必要な情報システム

自治体では規模の大小を問わず、住民サービスの提供を支える情報システムが必要だ。

美浜町では20年以上にわたり、単一のITベンダーとの随意契約のもとでオフコンベースの基幹系情報システムを運用してきた。

和歌山県美浜町プロフィール

■ 人口：8003人（2012年9月1日現在）
■ 面積：12.79km²
■ 東西約9km、南北約2.5km
■ 特徴：太平洋に面する砂州海岸には、全長約4.5km、幅最大500mの近畿最大の松林「煙樹ヶ浜（えんじゅがはま）」がある。また、海水の浸食作用によってできた岩で、海水が鯨の潮吹きのように上がる「潮吹岩」など見所も多い。釜揚げシラスが特産。



「そのため、コストを他と比較する機会がなく、負担が重いのか軽いかをなかなか判断できずにいました」と、美浜町・総務政策課・係長の北村卓也氏は説明する。

そこで2010年度のシステム更改を機に、指名競争入札によるオープン系パッケージを用いたシステムへと切り替える決断をした。

この際に、IT調達について客観的なアドバイスが必要と、相談を持ちかけたのがNPO情報セキュリティ研究所（略称RIIS、和歌山県田辺市）だった。

「自治体職員である私たちはIT分野には詳しくなく、システム提案依頼書（RFP）をまとめ、調達（入札）

の手続きを行いベンダーからの提案・見積りを評価するという一連の工程に関して、ノウハウを持つていませんでした」と北村氏。これに対してRIISでは、「ベンダーに所属しない第三者の視点での確かなアドバイスができるITコーディネータの活用を勧めました」と情報セキュリティ事業担当の嘉戸達也氏は話す。

支援役には、ITコーディネータ組織であるITC-Labo（大阪府大阪市）に所属し、RIISの研究員でもある米田宗義氏が抜擢された。

2009年7月から、新システム導入への取り組みが始まった。

調達・導入に加え運用現場の調整もITCが支援

システム調達フェーズでは、米田氏とRIIS主任研究員の山地真嗣氏が支援に携わった。各課へのヒヤリングによって業務の現状を把握したうえで仕様策定、RFPの作成・公開を行い、総合評価方式による指名競争入札を告知した。

特定非営利活動法人
ITコーディネータ協会 (ITCA)

ITコーディネータは次のような特長を持っています

- 1 経営者の立場で話ができる**
 経営者の立場に立って、経営戦略に沿ったIT化をナビゲートします
- 2 成功のプロセスを知っている**
 経営戦略策定からシステム導入・運用まで一貫した「ITコーディネータプロセス」を習得しています。このプロセスに沿って、各企業の実情に合わせたサポートをします
- 3 経済産業省推進の資格**
 経済産業省が推進する資格です。毎年の資格更新を義務づけており、常にサービス品質が保持されることで、高い信頼性を確保しています

ITコーディネータ協会 (ITCA) は、経済産業省をはじめとした関連機関との連携のもと、ITコーディネータの資格認定、普及・啓発、実践活動支援、継続的な育成支援などを推進しています。

ITコーディネータ協会のホームページからお近くのITCを探すことができますので、どうぞご利用ください。ITCは全国200以上にのぼる届出組織を作っており、これらの組織も窓口となって、皆様をサポートします。



URL <http://www.itc.or.jp/>
TEL 03-6912-1081



「ITコーディネータ活用事例集vol.9」

発行 2013年3月

特定非営利活動法人 **ITコーディネータ協会**

〒113-0021 東京都文京区本駒込2-28-8

文京グリーンコート センターオフィス9F