

埼玉県内の中小企業

全21社

ICT活用事例集



なるほどよくわかる!

ICT活用術

顧客満足

業務効率化

売上アップ



経営課題の解決にICTを!



ICTを活用して 稼ぐ中小企業になろう!

中小企業が「稼ぐ力」を伸ばすには、「商品・サービスの付加価値の向上」「業務効率化」など、売上増加やコスト削減につながるさまざまな取り組みが必要です。そしてこの課題に効果を発揮するのが、日々新たな製品・サービスが生まれていく「ICT」です。

本冊子はICTで成果を上げたサービス産業事業者の身近な活用事例を紹介し、異なる業種の事例にも多くのヒントがありますので、ぜひ参考としてください。



こんなこともあんなことも?!
**ICTで解決
できます!**

本冊子で取り上げる 3つの活用ポイント

宣伝・PR

24時間365日、自社商品やサービスをアピール!

- ▶ 新規顧客の獲得
- ▶ 自社のファンづくり
- ▶ 商品や企業ブランドの強化

全国での顧客開拓が可能になるほか、商品・サービスに共感が得られれば自社のファンを創出でき、自社ブランドの強化にもつながります。



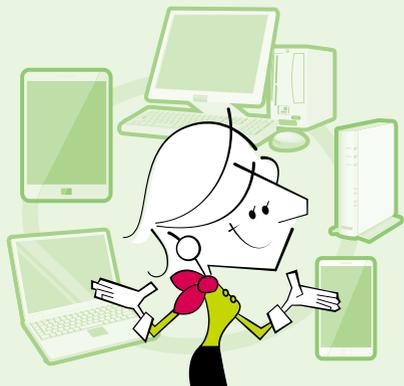
活用ICT ● ホームページ ● ブログ ● ネットショップ ● SNS (ソーシャルネットワーキングサービス) など

そもそもICTって……?

ICTとは…

情報処理や通信技術に関連する技術、設備、サービス等の総称です。ICTは日々進歩し、近年は誰にでも使いやすい端末や手軽に導入できる安価なサービスが登場。中小企業にとっても身近なものになりつつあります。

※ICT……Information and Communication Technology「情報通信技術」と訳されている。



使いやすい!



タブレットやスマートフォンなど画面タッチで操作できる端末が登場、利便性が高まっています。

共有しやすい!



光回線や高速モバイル通信により、データを社内外ですぐやりとりすることが可能です。

導入しやすい!



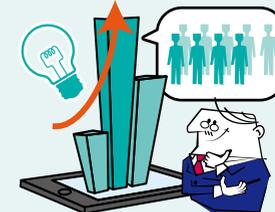
高価なシステムを買わずに、インターネットを介し「持たずに利用する」クラウドサービスが普及しています。

市場競争力を高め、顧客対応力をアップ!

営業力 販売力 強化

- ▶ 販売経路拡大や顧客満足の上向
- ▶ 新商品・サービスの開発
- ▶ 情報のデジタル管理によるサービス向上

新たな販路の創出や、情報を分析してニーズにマッチした商品・サービスの開発なども可能に。情報の管理や活用も容易になります。



活用ICT ● ネットショップ ● 顧客データベース ● 生産管理システム ● 情報のデジタル管理 など

作業の自動化やデータの活用で生産性を向上!

業務効率化 コスト削減

- ▶ 作業の自動化
- ▶ データ集計・分析の効率化
- ▶ 設備導入・維持の負担軽減

さまざまな作業を自動化でき、情報の集計や分析も迅速に。クラウドサービスなどの活用でシステムの開発・維持費のコストダウンも見込めます。



活用ICT ● 受注管理システム ● 業務管理システム ● 顧客管理システム など



ICTは経営課題の解決に貢献します!

上記3つのポイントからもわかるように、ICTを介して人・モノ・情報がより円滑につながることで、さまざまな効果が期待できます。上手に活用することで、課題解決が図れます。

経営課題の解決にICTを!



前ページの3つの活用ポイントでICTの有効性についてご説明しました。しかし「とりあえず、始めてみよう」といったやり方では、思ったほど効果が出なかったり、必要のない機能が多かったりなど、業務にマッチしないICTを導入してしまう恐れがあります。

ICTを上手に活用するには、まず自社の経営課題を正確に把握し、その課題を解決できる製品やサービスをしっかりと選ぶことが大切なのです。

導入前にやるべきポイント!

まずは!

STEP 01 経営課題を抽出し、現状を把握

自社課題を 見える化しよう!

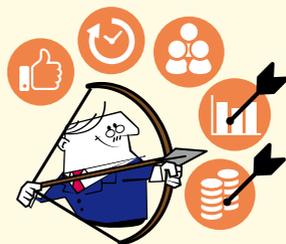
必要なのは新規顧客開拓なのか? 業務効率化なのか? など、自社の現状や取り組むべき課題を抽出・整理します。



STEP 02 ICTを導入する理由やメリットを確認

導入目的を 明確化しよう!

抽出された課題に対して、どのようなICTが効果的なのか、必要な機能を検討し社内でも共有します。



STEP 03 目的にあったICTを導入・活用

小さく始めて 拡大化しよう!

将来像を見極めて、まずは必要なものから導入します。安易に高機能製品に飛びつかず、過剰投資にならないような注意も必要です。



さまざまな活用事例を参考に自社の課題を考えてみましょう!

ICT導入したいけど「どうすればよいかわからない。」そんな皆さん

他社の活用事例には改善のヒントが満載!

なるほど!
よくわかる



7ページからはICTを活用し経営課題の解決につなげた企業事例を掲載しています。自社の経営課題を見つける参考に、また具体的な課題解決のヒントとして役立ててください。

まずは下記の一覧から自社に合った事例を探してみましょう。

宣伝・PRをしたい



- ホームページで集客する → P8・P14
- 顧客とのコミュニケーションを深める → P12・P14
- 新たなファンづくりに取り組む → P10・P16

営業力・販売力を強化したい



- 売上・顧客情報を活用する → P20・P28
- 顧客対応を強化する → P22・P26
- 商品・サービスの価値を高める → P24・P29

業務効率化・コスト削減をしたい



- 売上・顧客情報を素早く分析する → P32
- 事務作業や管理業務を簡略化する → P34・P36・P38・P40
- 業務コストを削減する → P32・P34・P39

ICTを活用して稼ぐ中小企業になろう! 02
 経営課題の解決にICTを! 04

Chapter 01 宣伝・PR

CASE 01 ホームページ・オンライン予約 ゆるり整体院/整体院 08
 CASE 02 YouTube・SNS YDC DANCE STUDIO/ダンス教室 10
 CASE 03 ブログ・SNS みかえりびじん(株式会社みかえり美人)/美容室 12
 CASE 04 SNS・ネット広告・ネットショップ カケハシ・レコード(株式会社カケハシ・スタイル)/CDネットショップ 14
 CASE 05 クラウドファンディング 石井酒造株式会社/清酒製造・販売 16
 TOPICS フェイスブック広告でお店やサービスを効果的にPR! [居酒屋なすび] 18

Chapter 02 営業力・販売力強化

CASE 06 顧客管理システム・POSレジ 横田園(有限会社東阜^{とうぼ})/狭山茶の製造加工・販売 20
 CASE 07 タブレット・専用アプリ 株式会社三井開発/不動産・住宅販売 22
 CASE 08 ネットショップ・SNS ハルツバイン(株式会社坂本ファーム)/ハム・ソーセージ販売 24
 CASE 09 コールセンター・クラウドサービス はな物語/プリザーブドフラワー製造・販売 26
 CASE 10 POSレジ・ハンディターミナル のまっしょ元/居酒屋 28
 CASE 11 スマートフォン・専用アプリ 未来創造スペース MIRAI AGEO/コワーキングスペース 29
 TOPICS ホームページの修正や更新がCMSなら自分でできる! [一般社団法人 埼玉県消防設備協会] 30

Chapter 03 業務効率化・コスト削減

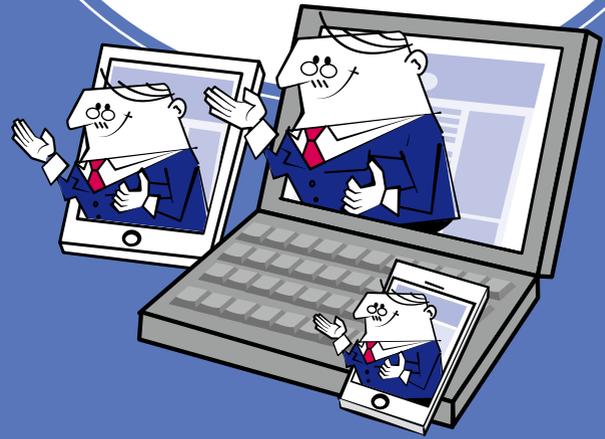
CASE 12 タブレット・レジアプリ リウワッシュ re:wash(株式会社アイトル)/クリーニングサービス 32
 CASE 13 業務管理システム 株式会社コダグ/毛糸・手芸用品販売 34
 CASE 14 レコーダー・安全管理システム 新雪運輸株式会社/運送業 36
 CASE 15 通販パッケージソフト 株式会社梅林堂/和洋菓子製造・販売 38
 CASE 16 パソコンFAXソフト 木村木材工業株式会社/木材生産・加工販売 39
 CASE 17 勤怠管理・給与計算システム 社会保険労務士法人CWM総研/社会保険労務士事務所 40
 TOPICS エクセルのマクロ機能でさまざまな事務処理を簡単に! [萬店] 41
 日々進化し続けるクラウドサービスが便利! [株式会社佐藤不動産] 41

全21社の活用事例をヒントに、さあ、実践してみよう! 42
 よくわかるICT活用術 参考サイト 43

Chapter 01

宣伝・PR

- ▶ ホームページ
- ▶ ブログ
- ▶ ネットショップ
- ▶ SNS
(ソーシャルネットワーキングサービス)
など



24時間365日、自社製品やサービスを
 アピール。自社ブランドを強化!

無料のホームページを利用し 自院の価値をわかりやすく紹介 固定顧客の獲得に成功!

ゆるり整体院 / 整体院 / 蓮田市



院長 / 豊橋一寛氏

お客様に最良のサービスを提供するために 課題は価格勝負の経営スタイルからの脱却

肩こり・腰痛だけでなく、妊婦さんのボディケアまで、さまざまな身体の悩みを相談できる「ゆるり整体院」。

院長の豊橋一寛氏はかつて大型ディスカウント店で低料金リラクゼーションサロンを経営していたが、症状が治まれば来なくなる顧客が多く、一人ひとりの根本的な身体の問題に向き合えないことが課題だと感じていた。そこで2013年サロンを閉店、心機一転、現在の地で再スタートした。

旧店舗のホームページは業者に依頼していたが更新に時間とコストがかかる上、集客効果も今一つ。新店舗はサービスや施術の内容、当院の価値を伝えなかったため、自らホームページを作成、発信することを決意する。

しかし、新店舗は自分一人でのスタート。受付業務や施術を行う傍ら、ホームページの開設と運営を行わなければならなかった。



不調を改善するだけでなく、心身共に健康になれるサロンづくりに取り組んだ。

会社概要

蓮田市東3-8-27
<https://www.yururi-saitama.com/>
 【設立】2013年 【従業員数】1人
 【事業内容】整体院

「気持ちが良い動き・施術が自己治癒力を高める」という考えのもと、ガマンのいない整体を実施、蓮田市を中心に県外からも顧客が来店している。

動画も活用して施術へのこだわりを発信! 価値と技術を納得したお客様が定着

無料サービスを利用し、ホームページを作成。3日ほどでスマートフォンにも対応するレスポンスなページが完成。メニューだけでなく、お客様の口コミを掲載したり、施術内容を動画で撮影、YouTubeで公開したりし、一人ひとりにあった施術をPR。他の整体院やリラクゼーションサロンとの差別化を図った。

また集客のためSEOにも着手。情報やブログページを頻繁に更新することで検索エンジンの順位が上がり、「整体 蓮田」のキーワード検索では10位以内に。さらにオンライン予約システムも導入し、顧客の利便性を向上させると同時に、電話での予約受付業務の軽減化を図っている。

これらの施策で知名度も高まり、施術の良さを認めて通う顧客が増加。客単価は1.5倍にアップし、売上も向上。新規顧客のうち60%以上がリピートしている。

導入した ICT システム

- ◎無料ホームページ作成
- ◎オンライン予約システム



写真と文章があれば簡単に作成可能。スマートフォンにも自動で最適化されるサービスを選び、導入した。



自社のホームページに組み込んだり、リンクを設定したりすることで24時間予約が可能に。



施術内容は動画で説明し、よりわかりやすく。

オーナー VOICE



整体院は競争が激しいので価格よりブランディングが大切。ホームページは同業の整体院やサロンをチェックし、中身の検討に時間をかけました。



- ✓ サービスの価値が伝わるコンテンツづくり
- ✓ ホームページからの集客アップ
- ✓ 予約受付など事務業務の効率化

自社サイトが「新規顧客・新市場開拓につながった」と回答した企業は37.8%

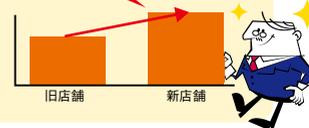
37.8%

※中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、(株)帝国データバンク)より



- 施術内容を動画でより具体的に紹介
- 情報の更新頻度を上げ、検索順位をアップ
- オンライン予約で受付業務の負担軽減

旧店舗と比べ、顧客単価が1.5倍



なるほど! よくわかる
専門用語



【レスポンスデザイン】パソコン、スマートフォン、タブレットなど端末の画面サイズにあわせて変化するホームページデザインのこと。



【SEO】「Search Engine Optimization」の略で、検索サイトで自社のホームページを上位表示させる対策のこと。

なるほど! よくわかる
専門家からの
アドバイス

ホームページのスマートフォン対応は早急に

インターネットの利用は30代以下ならスマートフォンが当たり前。グーグルも検索結果においてスマートフォン対応の有無を重視しているため、未対応だとビジネスの機会損失リスクが高まります。早めの対応が重要です!

YouTubeやSNSを使い チアダンスの魅力を訴求 2年で生徒が3倍に!

YDC DANCE STUDIO / ダンス教室 / さいたま市



代表 / 小池 友香理 氏

スタジオの本格始動と店舗数の増加に伴い 口コミに頼らない情報発信が必要に

2004年に浦和のカルチャー教室で生徒7名からスタートしたYDC DANCE STUDIO。最初はヒップホップのクラスのみだったが、代表の小池友香理氏は長年やっていたチアダンスを中心としたスタジオを運営したいと考えていた。その翌年、チアダンスクラスを始めたところ、話題となり生徒数が増加。またチアダンス選手権大会の埼玉予選で3位入賞、さらに注目され口コミが広がる。2014年、西川口にもクラスが増え、念願のダンススタジオとして開業を果たした。

浦和、西川口に続き、県内各所にクラス増設を計画。しかし口コミだけでは限界もあり、地域も偏ってしまう。メインターゲットは園児や小学生だったが、将来的には大人のクラスを設けたいという想いもあり、ダンスの楽しさや学校の活動を広く魅力的に伝えるにはどうしたら良いか考えていた。



教室の雰囲気やうまく伝える方法を探していた。

会社概要

さいたま市緑区太田窪3-10-29
太陽商事ビル3F
http://ydc-dancestudio.com/
【設立】2004年 【従業員数】9人
【事業内容】ダンス教室

さまざまなチアダンス大会にて上位入賞という実績を誇るダンススタジオ。代表の小池氏はアイドルの振付指導やTV出演の経歴も。2016年からは大人向けクラスも開始。

43.6%

「これまで以外の新市場・地域への事業拡大」を重視する企業は43.6%

※公益財団法人全国中小企業取引振興協会「中小企業・小規模事業者の経営課題に関するアンケート調査」(2016年1月)より



- ✓ 口コミ以外の集客方法
- ✓ チアダンスの魅力や楽しさを伝える
- ✓ スクールとしての信頼性の訴求

なるほど! よくわかる
専門用語



【Instagram】
スマートフォンから投稿できる写真共有サービス。写真をおしゃれに加工できることから女性に人気。



【YouTube】
Googleが運営する世界最大の動画共有サービス。スマートフォンなどで撮った動画を簡単に公開できる。



なるほど! よくわかる
専門家からの
アドバイス

ダンスの楽しさを動画で伝え、ファンを創出 複数拠点の生徒募集にも成功!

2014年、小池氏はホームページを立ち上げフェイスブックやツイッター、インスタグラムなどのSNSを開始。またYouTubeでレッスン内容や大会本番の様子、練習合間のオフショットなど、生徒たちの元気な姿を動画公開した。

教室見学をしているような情報発信により、スタジオ開業時90人だった生徒は約270人へと増加。特にYouTubeの効果は高く、YDCの動画チャンネルは約540件ものユーザー登録を獲得、振り付けを覚えて入会する生徒も多いという。川口、富士見、越谷、草加にも新たなクラスを開設し、県内6拠点体制へ。また世界大会で2位に輝いたことで、さらに入会希望者も増加中だ。

現在は浦和に新スタジオを開設。ネット予約システムを導入し、いつでも予約が可能に。また親子クラスやバク転講座など新たなクラスも始めている。

導入した ICT システム

◎YouTube+SNS



世界大会やイベントでの演技を公開。これを見て入会する生徒も多いという。

ポイント! 多くのSNSを上手に活用



父兄達のコミュニケーションツールとしても利用。



ホームページではダンスレッスンの詳細や、体験の告知など生徒募集をPR。

オーナー VOICE



ホームページの更新は業者に任せているので、すぐに情報発信したいときはフェイスブックやインスタグラムです。更新しやすいのがいいですね。



- ホームページとSNSでスクールをPR
- 動画を活用し、ダンスの楽しさを発信
- 活動実績や受賞歴をコンテンツで紹介

ネットでのPR活動で
生徒数は3倍に!



SNSは発信だけでなく、反応にも気を配ろう!

フェイスブックページを活用する場合、メッセージのやりとりが早いと「返信時間: 良好」と表示され、良好な顧客対応をPRできます。また好印象を持たれることで、口コミにもつながります。

全員が広報担当として お店やスタッフの魅力を発信 集客や客単価アップに成功

みかえりびじん (株式会社みかえり美人) / 美容室 / 寄居町



代表取締役 / 福島 宏光 氏

年々競争が激しくなる美容室業界 集客のポイントは一人ひとりの情報発信に

みかえりびじんは県内で10店舗を展開している美容室。2015年には完全バリアフリー美容室「ウエルビ」をオープンし、美容室に行くことが困難と感じ始めているシニア層に、綺麗になることを楽しんでもらう。介護状態になるのを未然に防ぐ「自來来店型の福祉美容室」として大きな注目を集めている。

集客のためにブログやSNSなどさまざまなメディアを活用しているのも同店の特徴。代表の福島宏光氏は「全員広報」という方針を掲げ、美容師が情報発信すべきだと語る。顧客は美容室を選ぶ際、技術や料金だけでなくスタッフの人柄や個性を重視していることに気づいたからだ。しかしスタッフは忙しく、業務後に文章や写真を投稿するのは楽ではない。また発信した内容に非難やクレームが殺到する「炎上」のリスクもある。全員が無理なく情報発信を継続できる体制を考える必要があった。



スタッフ情報もお客様が美容室を選ぶ基準のひとつ。

会社概要

大里郡寄居町富田1731
http://www.mikaeribijin.com/
【設立】1985年 【従業員数】40人
【事業内容】美容室

埼玉北部を中心に幅広い年齢層に対応したサロンを展開。高齢者の介護予防を目的とした福祉美容室の運営など、その革新的な経営が注目を集めている。



- ✓ スタッフの人柄や個性を伝えるPRが必要
- ✓ 全スタッフが情報発信できる環境づくり
- ✓ 情報発信におけるリスクの回避

「SNSを活用している」と回答した企業は63%



※経済産業省委託「ソーシャルメディア情報の利活用を通じたBtoC市場における消費者志向経営の推進に関する調査 報告書」(2016年3月版日経BP)より

なるほど!よくわかる
専門用語



【オンライン・ストレージ】
インターネット上にファイルを保存できるサービス。ネット環境があればどこからでも利用できる。



【スカイプ】
無料で使える通話ツール。パソコンでもスマートフォンでも利用でき複数でのビデオ通話も可能。



なるほど!よくわかる
専門家からの
アドバイス

拡散力のあるSNSは、ポリシーを持って運用しよう。
SNSは情報がすぐ拡散されるメリットがある一方で、間違えると企業イメージを損なう危険も。運用前には必ず責任者の設定、禁止事項などを記したガイドラインを策定して、ポリシーを共有しましょう。



- スタッフ自ら発信し、自分自身もPR
- ネットで素材を共有し、情報発信を容易に
- スカイプチェックで情報発信を管理

集客につながる
ツイッターの
フォロワー数は
約4,500人!

Follow Me



忙しくても手軽にPRを行えるように 写真や動画素材をオンラインで共有

各店舗でブログやSNSでの情報発信を行うにあたり、オンライン・ストレージを導入。写真や動画などの素材を共有した。また全員で勉強会を実施し、SNSのリスクやコンプライアンスについて学んだ。公開する内容を代表と他3名の管理者が確認、問題があればすぐ相談ができるようグループで会話ができるスカイプを導入。情報管理の体制を整えた。

更新回数や文章量にルールは設けず、髪のお手入れ法や美容情報などお客様に興味を持ってもらえる内容を発信している。

全店一丸でPRに取り組んだ結果、お店の雰囲気やメニューの魅力が効果的に伝わり、新規顧客の獲得や客単価がアップ。その成果やノウハウをミーティングで共有、さらなる創意工夫につながっているようだ。

導入した ICT システム

◎ ブログサービス+ SNS



髪のお手入れ法やお薦めのヘアケア商品など、店舗ごとに個性的な情報を発信している。

ポイント! SNSをフル活用し、集客に貢献



さまざまなSNSで発信。動画は代表自ら作成している。



ホームページでは各店舗のスタッフをプロフィール付きで紹介。

オーナー VOICE



ネットのトレンドは変わっても当店は「全員広報」が基本方針です。全員で情報発信するからこそ継続でき、コンテンツも充実すると考えています。

マニアもうならせる 独自のウェブコンテンツで リピート購入率95%を達成！

カケハシ・レコード(株式会社カケハシ・スタイル) / CDネットショップ / 寄居町

代表取締役 / 田中 大介 氏

起業8年目に見出した 伝えるべきビジネスの価値とICTの必要性

カケハシ・レコードはプログレッシヴ・ロックや1960～70年代ロックのCDを専門に扱うネットショップだ。代表の田中大介氏は、大学卒業後すぐの2000年に中古CDのネットショップを立ち上げたが、資金、在庫ともに乏しく商売は難航。アルバイトをしながら、資金と在庫を増やす店舗経営が続いた。

起業8年目、田中氏にビジネスを見つめ直す転機が訪れる。ネットでCDを売るだけでは他店と変わらない。他にはない店舗経営を目指すため「ロック探究のワクワク感を伝え、ロックとリスナーをつなぐ架け橋になる」というコンセプトのもと、「カケハシ・レコード」と改名。

お客様の心を掴むために、どこにも負けない品揃えとマニアも納得するウェブコンテンツの発信が必要と判断する。またアマゾンなどの大手ネットショップが台頭する中、いかに自社ホームページを宣伝し、顧客をファンに育てるかが大きな課題であった。



無名のネットショップの知名度を上げるには専門性の高いコンテンツの発信が必要だった。

会社概要

大里郡寄居町寄居 1630-2
<http://kakehashi-style.com>
 【設立】2008年 【従業員数】4人
 【事業内容】CDの販売・買取、経営コンサルティング
 世界のニッチでディープなロック専門CDを扱うネットショップ。『Billboard JAPAN』の特集記事にてディスクユニオンなどの老舗レコード屋に並び、ロック専門店として紹介された。



- ✓ 強みとなるウェブコンテンツの不足
- ✓ 大手競合他社に勝る宣伝PR
- ✓ 購入客のファン化、販売促進

自社ホームページが「売上拡大につながった」と回答した企業は40.4%



※中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、株式会社データバンク)より

なるほど！よくわかる
専門用語



【ツイッター】
140文字までのメッセージ(ツイート)を受発信して、世界中の人と交流できる情報サービス。



【PV(ページビュー)】
ページごとのウェブサイトの閲覧回数。またどのくらい閲覧されているか測るための指標。

なるほど！よくわかる
専門家からの
アドバイス

良質で豊富なコンテンツはSEO効果を発揮

訪問者に有益なページほど検索サイトで上位に来る可能性が高く、「顧客が求める情報」を意識したコンテンツ制作が大切です。
 ※P8専門用語「SEO」をご参照ください。

導入した ICT システム

◎SNS+ネット広告

ネット広告やツイッターでの発信などターゲットを意識したPRを取り入れた。



◎ネットショップ (オンラインショップ)

既存ホームページをリニューアルし他では見られない独自コンテンツを定期的に発信。飽きさせない工夫で顧客のファン化に成功している。



ロックの魅力を独自の切り口で全国に発信 全国にファンを持つ有名ネットショップへ

ロック世界の探求記事や購入意欲をそそるレコメンド(おすすめ)、独自視点でセレクトした試聴コーナーなど、ファンの心を捉えるウェブコンテンツを発信するため、有名ロック雑誌やCD解説文を手がける専門ライターにサイトの記事を依頼。

またネット広告やSNSでショップを宣伝・PRした。ツイッターでは商品入荷のお知らせで終わるのではなく、そのCDを聴いてみたくなるコメントの発信にこだわっているのも特徴だ。

さらに購入客とのコミュニケーションとリピート購入につなげるため、定期的にメールを配信。配信を自動化するためのシステムも開発した。

現在、サイトへのアクセスは月間10万PVを超え、8年間で売上は1.5倍に。リピート購入率も95%という高い数値を実現している。



自社システムでツイート(黄色枠箇所)をサイトに反映。

オーナー VOICE



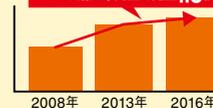
レアなCDが買えるだけでなくロックについて発信がある場にしたいと思っています。今後もライターを増やし情報発信を強化する予定です。



- 他にはない独自コンテンツでファンを獲得
- SNS等で商品を魅力的にPR
- 購入客へのメールフォローを実施

サイトのアクセス増で、売上アップ

リピート購入率向上で売上1.5倍



日本酒の魅力を伝えたい クラウドファンディングで 若い世代へのPRに成功!

石井酒造株式会社 / 清酒製造・販売 / 幸手市

左から社氏 / 和久田 健吾氏 代表取締役社長 / 石井 誠氏

会社の将来を見据えて薄利多売と決別 若い顧客層の獲得を目指す

石井酒造は創業175年以上の歴史を誇る酒造会社。8代目代表である石井誠氏は2013年、26歳で代表に就任し、就任前にスカウトした20代の社氏・和久田健吾氏と共に会社を切り盛りすることになった。

日本酒の需要は1973年から下り坂、売れ筋も普通酒と呼ばれる低価格商品が主流。同社も1.8ℓ1,500円程度の商品が中心だった。経営を託された石井氏は、まず普通酒を減らし、高額な純米酒の販売へシフトすることを決める。

日本酒のメイン層は50～60代、もっと若い世代に日本酒を広めたい、伝統ある純米酒の良さを伝え、手に取ってもらうにはどうしたらいいか…。会社の将来も見据え20代へのアプローチが必要だと考えたのだ。周囲の20代に日本酒を飲まない理由をリサーチした結果、日本酒がそもそも飲む選択肢に入っていないという厳しい現状を知る。まずは日本酒の魅力を周知することが最優先課題となった。



若者の日本酒離れを食い止める方策が必至。

会社概要

幸手市南2-6-11
<http://www.ishii-syuzo.jp/home.html>
 【設立】1952年 【従業員数】10人
 【事業内容】清酒製造・販売
 1840年創業の老舗酒蔵。機械を使わず全量手仕込みで昔ながらの製法を守りつつ、全て埼玉産の原料を使用した酒づくりなど新しいスタイルの事業展開も試みる。

導入した ICT システム

◎クラウドファンディング



個人や団体が製品・サービスの開発やサービス実現のためにウェブ上で広く資金を調達する方法。

ポイント! 支援資金は商品開発・活動費に



目標額100万円のところで、200万円が集まる。多くの若者に賛同してもらえ、試飲会の参加者の8割が20代だった。

コンセプトは「20代だけで造る日本酒」 その想いに賛同した同世代のファンが増加

日本酒の魅力を伝えるためにどうしたらいいか。業界最年少の蔵元、若いからできることに挑戦したいという想いから、20代だけで大吟醸を造るプロジェクトを発足する。ある会社が運営するクラウドファンディングサイトを活用したところ、予想以上の賛同が集まり、限定1,500本は即予約満杯に。商品のお披露目会には多くの若者が訪れ、伝統ある純米酒の魅力を直接伝えることができた。

この取り組みは新聞や食のポータルサイトに掲載され、複数の蔵元で開催したイベントでも「石井酒造」を指名で訪れる若いファンが増えたという。

また無料のネットショップサービスを活用し、オンライン販売も開始。年に数件だった注文も月10件以上に。今後は自社だけでなく、全国に年間清酒出荷量全国4位の「酒どころ」埼玉県もPRしていきたいと語る。



プロジェクトで誕生した大吟醸「ニオの釀(かもし)」。ニオは「若者」という意。

オーナー VOICE

20代はネット世代ですからSNSやホームページの活用は必須だと思いました。今後もICTを活用し自社製品や埼玉の酒をPRしたいですね。



- ✓ 若年層に向けた日本酒のPR戦略
- ✓ 競争力ある高価格帯商品の販売
- ✓ 販売経路の拡大

20代で「日本酒をよく飲む」と答えたのは28.9%

28.9%

※ビジネスパーソンの「お酒」に関する調査2016(ビジネスパーソンのウォッチング(株式会社エール東海エージェンシー調べ)より)



- クラウドファンディングで知名度アップ
- 純米酒の価値を伝え購買単価をアップ
- ネットショップ開設で一般販売が強化



なるほど!よくわかる
専門用語



【ポータルサイト】
検索エンジンなどのインターネットの入口になるサイトや特定分野の情報を集めたホームページのこと。



【ネットショップサービス】
登録だけでネットショップが始められるサービス。カードや電子マネー決済も手軽に導入できる。

なるほど!よくわかる
専門家からの
アドバイス

クラウドファンディングは「ファンづくり」にも効果的
クラウドファンディングを実施できるサイトはさまざまな会社が運営しています。近頃は、新製品をアスト的に披露する場や商品紹介を兼ねた自社PRなど、マーケティングやファンづくりの場としても活用されています。どんなプロジェクトがあるかチェックしてみましょう。

低予算でピンポイントな広告出稿が可能 フェイスブック広告で お店やサービスを効果的にPR!

シェア機能で
拡散効果も



フェイスブック、ツイッター、LINEなど、SNSの利用者は今や国内で6,800万人。それに伴いサービス上に表示されるSNS広告の活用も増加しています。国内で主流なのが約2,600万人の利用者に広告を出せるフェイスブック広告。フェイスブックの投稿欄などに表示され、広告の対象者や予算を細かく設定できるのが特徴です。広告に関心が集まればシェアされて広がる拡散効果も期待できます。



導入による3つのメリット



【その1】 広告対象者を細かく設定できる

地域、年齢、性別、学歴、趣味や関心のあることなど、広告の対象者を細かくしぼりこめるため、狙った層に効率よくアプローチできます。



【その2】 少ない金額でも開始できる

最低出稿金額は100円からと低価格。途中でやめるのも自由です。予算の分だけ出す、1日の金額を決めて出すなど自由に設定できます。

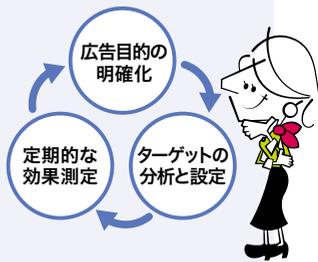


【その3】 友達「つながり」で拡散される

広告に「いいね」が押されると、押した人の友達にも広告が拡散されます。友達の推奨なので、広告に親近感や信頼感を感じてもらえます。

ポイント!

フェイスブック広告成功の
広告の目的・対象をしっかりと定め、
試行を重ねることが大切



注目!
実践企業

周辺地域に限定し 食材へのこだわりを発信 新規顧客の獲得に成功

居食屋なすび/居酒屋

昼は手作り弁当の販売、夜は居酒屋を営む「居食屋なすび」。近隣のファミリー層や周辺企業の宴会などに利用されてきたが、お店が駅と駅の間にあり、会社帰りなどに寄ってくれるお客の獲得が課題だった。そこで2016年春にフェイスブックを開設し、駅から半径10kmの地域に、食材へのこだわりを訴求したフェイスブック広告を掲載。その結果、1週間わずか1万円の費用で、200件超のアクセスが集まり新規顧客が増加。弁当利用のみだったお客を夜の営業時間に取り込むことにも成功している。



実際に掲載したフェイスブック広告

鴻巣市人形1-7-39
<http://nasubi-kounosu.com/>
【設立】2006年
【従業員数】4人

Chapter 02

営業力 販売力強化

- ▶ ネットショップ
- ▶ 顧客データベース
- ▶ 生産管理システム
- ▶ 情報のデジタル管理
など



販路拡大や情報の管理・活用で、
市場競争力を高め顧客対応力をアップ!

顧客管理システムの導入で適切な生産計画や新商品開発を実現 新規顧客の獲得に成功

横田園 (有限会社東阜) / 狭山茶の製造加工・販売 / 狭山市



左から常務取締役/横田 貴弘 氏 代表取締役/横田 泰宏 氏

バブル崩壊後、売上が激減したことで見えた顧客管理を行う本当の意味

1890年頃の創業以来「自園・自製・自販」という狭山茶の伝統を守り、良質なお茶を作り続けてきた横田園。県内の顧客を中心にDMを送付し、安定的にお茶を販売してきたが、景気の後退とともに売上がダウン。そしてDMの返送も目立ちはじめた。

当時は手書きの伝票が顧客リスト代わりだったため、注文時にお客様の購入履歴が照会できず、「去年と同じお茶を同じ分量で」といった要望に応えるのも難しい状況。また、贈答用に発送を依頼するお客様の情報は伝票から取れるが、自分用のお茶を購入するお客様の情報は取れないため、顧客リストも不完全なものだった。正確な顧客数やニーズが把握できない状態では翌年の見通しが立たず、お茶が余ると安く卸さざるを得ない事態に。そんな折に商工会議所の経営指導を受け、売上管理や顧客管理の抜本的な見直しが必要だと気づいた。



手書き伝票＝顧客リストだったため、管理がしにくい。

会社概要

狭山市沢12-5
http://www.yokotaen.com/
【設立】1986年 【従業員数】6人
【事業内容】狭山茶の製造加工・販売

狭山茶の製造から販売までを一貫して手掛ける老舗。高品質で安全なお茶を提供するために自社ホームページ等で生産情報の開示なども積極的に行っている。



- ✓ 正確な顧客情報が把握できない
- ✓ 顧客リストが手書きで再利用困難
- ✓ 次年度生産量が予測できない

「新規顧客獲得、既存顧客との関係強化」を重要課題とする企業は全体の約半数(44.6%)



※公益財団法人全国中小企業取引振興協会「中小企業・小規模事業者の経営課題に関するアンケート調査」(2016年1月)より※上記データは「新規顧客獲得」および「既存顧客との関係強化」の回答割合の合計値で再編加工しています



- システムとPOSで顧客情報を確認可能に
- 顧客リストをデータ化、再利用を容易に
- 綿密な生産計画で余剰リスクを回避



システムの導入で販売情報を詳細に分析 ニーズを顕在化させ、売上と顧客数が大幅増加

そこで、産直品事業者に適した顧客管理システムを1991年に導入。顧客情報をパソコンで管理することで、無駄のない生産計画が可能になり、売上もアップ。何より顧客の嗜好やニーズが年代ごとで明確になったことで、若年層向けの商品や低価格帯の商品などの開発、提供につながった。

2014年には、商工会議所主催の経営革新セミナーに参加。市場分析、戦略を策定するSWOT分析により、さらなる顧客管理の必要性を感じ、システムと連動するPOSレジの導入を開始。会員カードと組み合わせることで、レジでも顧客情報がすぐ確認でき、よりきめ細かな対応が可能となった。商工会議所の継続的なアドバイスと顧客管理の改善によって、顧客数はシステム導入前の約5倍となった。

導入した ICT システム

◎顧客管理システム+POSレジ



最初の導入費用はパソコンとシステムで約100万円。バージョンアップを続けて現在はPOSと連動するなど進化し続けている。

ポイント! 会員カードと連携で顧客管理も簡単



会員カードの発行で以前は困難だった店頭での顧客確認も容易になった。



顧客に年4回送付するDMもニーズに合わせた情報でまとめ訴求効果を高めている。

オーナー VOICE

顧客管理を始めてお客様が欲しがっている商品が明確化されたのは大きいですね。細かく販売戦略を練ることができるようになりました。

なるほど! よくわかる
専門用語



【SWOT分析】

企業戦略対策などに必要とする強みStrengths、弱みWeaknesses、機会Opportunities、脅威Threatsから、内部・外部環境を分析する手法。



【POS】

販売時点の商品情報を集計し、売上管理や在庫管理につながるシステムやレジのこと。



なるほど! よくわかる
専門家からの
アドバイス

POSで得られるデータは多角的に分析しよう

商品の売れ筋を分類するABC分析、時系列での売上を知るトレンド分析、一緒に買われやすい商品を見つけるバスケット分析などPOSデータからさまざまな分析を行ってみましょう。

タブレットを営業ツールに 顧客対応力の向上とともに 社員の意識改革にも成功!

株式会社三井開発 / 不動産・住宅販売 / さいたま市



左から営業部 / 小原 真由美 氏 営業部係長 / 青木 謙太 氏

必要だったのは営業ツールの見直しだけでなく 積極的に家売るための風土づくり

埼玉県を中心に高品質な分譲住宅を販売する三井開発。長引く景気の低迷で、不動産市場のマインドが低下している中、同社も営業に苦戦していた。そこで営業強化を目的に、マーケティング課を2年前に発足。営業ツールの見直しとスタッフの意識改革に着手した。

タブレット内に格納していた物件情報を中心とした各種データは営業個別の判断で選別されており、一元的な管理や更新を担う体制が整っていなかったことが要因で煩雑化していた。特に過去の販売実績などを紹介する完成物件の街並みやモデルハウスなどの内装、外観画像などは販売商品のクオリティの高さを訴求することが可能だが、ストック量の不足や管理内容が体系化していないなどの課題があり、「資産の有効活用」ができていない状態にあった。

また広告媒体によるPR面にも課題があり、ホームページは内部対策が行き届いておらず、コンテンツ量が不足することでアクセス数が少ない状態にあった。



営業全体で資料が管理・統一されていなかった。

会社概要

さいたま市見沼区東大宮1-30-15
<http://www.mitsukaihatsu.co.jp/>
 【設立】1987年 【従業員数】30人
 【事業内容】建売分譲住宅の建築・販売、仲介
 設立29年の不動産・住宅会社。土地の仕入れから直接設計、施工、直接販売にこだわり、さいたま市を中心に高品質で快適な優良住宅を提供している。

導入した ICT システム

◎タブレット+コンテンツ制作アプリ



営業ツールを完全電子化。情報の一括管理・更新が可能でネットワークも向上。

ポイント! クロスデバイス対応で最新情報はすぐ更新!



更新も簡単で、営業スタッフが常に最新情報を共有できる。情報量は他社には負けないという。

軽くて常に最新情報の持ち運びが可能 営業スタッフのスキルとやる気がアップ!

そこでタブレットに使い勝手のよいコンテンツ制作アプリを導入。営業スタッフが必要な資料や情報をすぐ更新できるようにした。また動画でサポートすることで、お客様への説得力も向上。導入費用は国交省の助成金で一般的なシステム開発費の半額程度で済み、資料の印刷にかかっていたコストも2割削減。そして何より、営業スタッフが自分の資料は自ら揃えるという意識を持つようになり、契約を勝ち取るという気持ちも高まった。

もうひとつの課題だったPRはホームページのコンテンツを充実。またCMSを導入することでホームページ更新を容易にし、更新の頻度も増やすようにした。改善の結果、ホームページの訪問数は2年で倍増。販売棟数も2年連続で伸び続けている。



建材の特徴など技術的な内容は動画で説明。お客様からもわかりやすいと評判。

スタッフ VOICE

今後は営業スタッフが利用したページと契約数の関係を調べ、さらにツールの精度を高めるほか、スマートフォンで動画資料が作れるアプリも導入予定です。



- ✓ 営業ツールの管理、更新ができていない
- ✓ 契約獲得に向けた社員意識の低さ
- ✓ ホームページのコンテンツ不足

ICTで「営業力・販売力が強化した」と回答する企業は50%

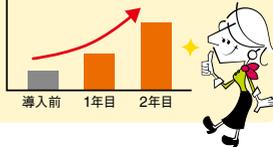


※中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、株式会社データバンク)より※上記データはIT投資の効果(高収益企業)の割合値より抜粋しています



- タブレットで資料を簡単アップデート
- 資料作成も営業スタッフ自ら行うように
- CMSでホームページ更新頻度もアップ

社員の意識改革で営業力も向上
2年連続販売棟数がアップ!



なるほど!よくわかる
専門用語



【クロスデバイス】

マルチデバイス対応(どんな端末でも同一内容が表示)のコンテンツやデータをさまざまな端末で利用できること。



【CMS】

コンテンツマネジメントシステムの略。ホームページを管理画面などから容易に更新できる仕組み。

なるほど!よくわかる
専門家からの
アドバイス

効果を測定し、改善を続けることが大切

ホームページや電子カタログは閲覧履歴がわかるので、必ず効果測定を行い継続的に内容を改善しましょう。2種類のコンテンツで効果を比較するA/Bテストなども有効です。

ネットショップ開設とSNSで BtoCの進出に成功! 価値向上でギフト需要がアップ

バルツバイン (株式会社坂本ファーム) / ハム・ソーセージ販売 / 寄居町



工場長/坂本 健将氏



導入した ICT システム

◎自社ネットショップ+SNS



武州豚の特徴や海外での受賞実績などを紹介。SNSでは出来立ての商品をアピール。

ポイント! ネットショップは会員限定サービスで販売力強化



商品を購入するとポイントが付与され、次回購入時に使用できるポイントサービスを実施。リピート購入につなげている。

BtoBの販売が中心で、お店に客が来ない 自社商品のブランド化による経営改革が急務に

寄居町の長閑な田園地帯にお店を構えるバルツバイン。自家農場「坂本ファーム」産の豚を使用し、高品質な手づくりハム・ソーセージを販売している。

設立以来、県内の飲食店中心に販売を行ってきたが、自社商品をもっと世の中に広めたいと考えていた。現工場長の坂本健将氏は一般向けに販売展開することを決意。自分たちが手塩にかけて育てた豚を「武州豚」と命名、オリジナル銘柄豚として商品化した。

しかしBtoBの販売が主軸だったため、肝心の実店舗は閑古鳥状態。近隣の人からも「やっていないと思っていた」と言われる状況だった。加工品だけでなく、精肉の販売も始めたが客は増えず、商品を売るために価格を下げたことで、来店客の多くが割引品を求めるように。自社商品の価値の向上と顧客獲得のための営業強化が必要だった。



一般客に向けた商品価値の訴求が必要だった。

会社概要

大里郡寄居町富田85-3
<http://www.shop-warzwein.com/>
【設立】1991年 【従業員数】7人
【事業内容】 養豚業、食肉の加工・販売
 豚の飼育、製造から販売まで一貫して自社で行い、安心・安全な豚肉加工品を提供。2016年の国際コンテストでは13品が入賞するなど高い評価を得ている。

素材や製造法など品質へのこだわりを発信 商品価値が伝わり、新規顧客の獲得へ

2011年、客が来ない状況を打破するためにネットショップを開設し、販売を開始。武州豚の特徴や飼育へのこだわりなど「養豚農家を作る本格ドイツ製法のハム・ソーセージ」という自社商品の価値を紹介した。フェイスブックではイベントや新商品情報を発信。また近隣にはチラシを配布し、訪問販売も行うことで、実店舗へ誘導を促した。

2012年から豚肉の海外コンテストに出品、3期連続で受賞。これが話題となり、実店舗の来客とネットショップのアクセスが増加。BtoB、BtoCの売上比率は10対0から7対3へ、一般販売も手応えが出てきた。また低価格設定の課題も大きく改善。ブランドの浸透に伴い、味のよさやギフトとしての魅力で選ばれるようになり、売上や単価アップにつながっている。



「武州豚」を最大限に引き出すこだわりの製品づくり。

スタッフ VOICE



BtoBに比べてBtoCの売上はまだまだ小さいのが現状です。オンライン販売を強化していずれは逆転させたいと思っています。



- ✓ 顧客獲得のための営業強化
- ✓ BtoC販路の確立
- ✓ 自社商品のブランド価値向上

ICTで「販売力を強化したい」と回答した企業は72.2%



※独立行政法人 情報処理推進機構「中小企業等のIT活用に関する実態調査」(2012年9月)より



- ネットとチラシ併用で、販売力がアップ
- ネットショップと実店舗でBtoCの売上増
- 高い製造品質を伝え価格アップに成功

売上比率も大きく変化



なるほど!よくわかる
専門用語



【BtoB】【BtoC】
 「Business-to-Business (企業間取引)」。
 「Business-to-Consumer (企業と個人間の商取引)」の略称。



【フェイスブック】
 世界で約16億5,000万人、日本国内でも約2,600万人が利用する世界No.1のSNSサービス。



なるほど!よくわかる
専門家からの
アドバイス

ホームページでブランド力を高めるためには…?

顧客は価格や商品の質だけでなく、製造者の想いや商品の裏側にあるストーリーに共感し、ブランドを選択します。そんな視点から自社コンテンツを見直し、改善を図りましょう。

人手不足を外部コールセンターとクラウドサービスの活用で解消 商品に注力でき過去最高益に!

はな物語 / プリザーブドフラワー製造・販売 / 杉戸町



代表 / 古河 誠 氏

ネットで老舗店としての地位を確立するも 売上増加で電話対応に追われる日々

はな物語はプリザーブドフラワー*専門の老舗ネットショップ。元々は普通の生花店として1980年にスタートしたが、2005年には実店舗を閉鎖し、ネットショップ一本に。プリザーブドフラワーのネット販売の先駆けとして注目されていた。

当初は自社ホームページだけで販売していたが、競合の増加により楽天やアマゾンなど5つのショッピングモールに出店。管理業務が増え、人手不足に。また電話注文や問い合わせも急増。古河誠代表自ら電話を受け、外出時は携帯電話で対応していたが、1日平均20件、約2時間も時間が割かれてしまう。新しいものを発信しつづけないといけないネットショップでの商品紹介や情報更新等、やるべき作業が遅れがちに。電話対応専門のスタッフを雇うにも教育時間とコストがかかるため、何かシステムで解決できる方法を模索していた。

※一番美しいときに切り取り、特殊な液に浸して、乾燥させた花。生花のような姿を長くにわたって楽しめる。



母の日や敬老の日などのイベント前は多忙を極める。

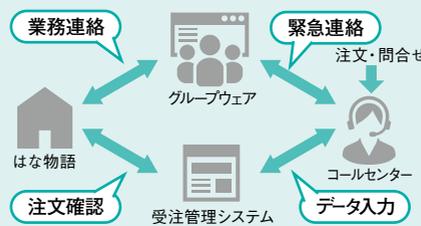
会社概要

北葛飾郡杉戸町杉戸2800-3
<https://www.hanamonogatari.com/>
 【設立】1980年 【従業員数】15人
 【事業内容】プリザーブドフラワー製造・販売
 枯れないお花で人気のプリザーブドフラワー老舗ショップ。贈り物に徹底的にこだわったサービスを提供。常に楽しく新しいデザインを開発し続けている。



導入した ICT システム

◎コールセンター+クラウドサービス



ネット上で迅速な顧客対応が可能。注文の入力も外部オペレーターとのやり取りもインターネットを介して行われる。

顧客対応を専門業者にアウトソーシング ICTの導入で注文から生産まで効率化

そこで外部のコールセンターとクラウドサービスを活用し、オペレーターがネットから受注管理システムに注文を入力する仕組みを整えた。平日9時間の電話対応で月額コストは平均4~5万円。キャンセルや仕様変更は無料のグループウェアで迅速に対応可能だ。また商品製作でも時給制のパートを出来高制の在宅ワークに変更し、無料のチャットツールで発注やタスク管理を行い、生産効率がアップした。

現在は競争が激しいショッピングモールは撤退し、自社ホームページ販売だけで展開。「名入れ彫刻」「国家検定一級技能士によるデザイン」「種類豊富なデコレーション」など独自サービスをアピール。母の日などの年間のイベントごとはもちろん、退職祝い、新築祝いなどシーンごとの商品企画にも力を入れ、今期は最高益を実現できた。



コールセンターとの連絡は無料のグループウェアを使用。

オーナー VOICE



コールセンターやクラウドサービスを活用することで、ホームページ企画や法人顧客の対応など、本来やるべき仕事に専念できるようになりました。



- ✓ 電話注文や問い合わせ対応の効率化
- ✓ 競合店との差別化に向けた自社商品の強化
- ✓ 製品生産全般の業務フローの見直し

「人材が不足している」
中小企業は55.6%



※日本商工会議所「中小企業の人材確保の実態調査」(2016年6月)より



- 外部システム活用で電話業務が不要に
- オリジナル商品やサービスで強みをアピール
- ネットで管理できる在宅ワークで生産効率がアップ



など、多彩な企画商品

なるほど!よくわかる
専門用語



【グループウェア】
組織内や外部のスタッフ間で情報の共有、タスクやスケジュールの管理を行うためのソフトウェア。



【チャットツール】
コンピュータ上でリアルタイムに複数の人が文字を入力して会話をするサービスのこと。



なるほど!よくわかる
専門家からの
アドバイス

外部スタッフの活用もICTでスムーズに

グループウェアは外部管理にも便利。例えば業務ごとにスタッフをグループ化してやり取りする、チャット機能で複数メンバーと会議を行うなど、さまざまな活用ができます。社内システムと分離でき、セキュリティ的にも安心です。

POSとハンディ端末を導入 売上傾向が詳細にわかり メニューづくりに効果発揮

のまっしょ元 / 居酒屋 / 久喜市

店長 / 緑川 武彦 氏



お客様により満足していただくため 売上管理の抜本的な見直しが必要に

のまっしょ元は埼玉産の安全な食材、丁寧な接客と気配りが人気の地元で愛されている居酒屋だ。2001年の開店以来、季節や月ごとに変わるメニューにこだわり、売上を伸ばしてきた。しかし手書き伝票による注文、旧式レジでの精算では、お客様のニーズをより正確に掴む売上傾向の分析やメニュー切り替え時期の予測が難しいと判断。2号店の計画に伴い、業務量が増えることも予想されたため、注文方法や売上管理を根本から見直すことにした。

POSでニーズを予測してメニューを変更

レジの保守を依頼していた業者に相談し、POSレジと無線でオーダーを転送できるハンディターミナルを導入。POSデータより注文が入ったメニューや数がすぐに把握できるため、売上分析にかかる時間が短縮、メニューの切り替えや材料の仕入れも適切なタイミングで行うことが可能に。また、注文時のオーダー漏れや会計ミスによる売上ロスも劇的に改善、オペレーションの効率化も図れた。2号店も開店当初からPOSを導入し、両店の売上アップにつながっている。

- 解決**
- 適切な時期にメニューの切り替えが実施可能
 - 売上分析に要していた時間が大幅に減少
 - 注文・会計時のミスがなくなり、売上も向上

会社概要

久喜市栗橋中央1-2-10-5
【設立】2001年 【従業員数】15人（パート含む） 【事業内容】飲食業、居酒屋
栗橋と南栗橋の2店を構える。居酒屋で飲む価値はコミュニケーションと揚げ、接客と居心地のよいお店づくりを大切にしている。国産食材を50%以上使用する店舗・施設「緑提灯」に加盟。

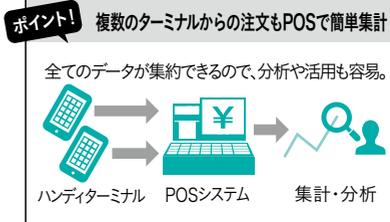


いちおし看板メニューは目立つように表示。

導入した ICT システム **POSレジ+ハンディターミナル**



機器のリース料は2店で月額2万円。データ活用で売上アップ。



オーナー VOICE

次に導入してみたいのが各テーブルに設置するタッチメニュー。お客様がどんなメニューに関心を示すかが分析できサービス向上に役立つと思うんです。

会社概要

スマートフォンと監視カメラで 無人の24時間店舗を実現！ 初期投資はわずか6万円

代表 / 山本 良彦 氏

未来創造スペース MIRAI AGEO / コワーキングスペース / 上尾市



いつでも好きな時に使えるスペースで 地元で働くことを魅力的にしたい！

未来創造スペースは上尾市唯一のコワーキングスペース※。代表の山本良彦氏は、大宮で施設を運営していたが、利用客の多くが上尾市ということもあり、上尾へ移転、再オープンした。短時間利用のカルチャー講師が中心だったため、収益を安定させるためにも、時間をフルに活用したいと考えていた。そこで、深夜作業が多いプログラマーやデザイナーを狙い、24時間365日営業へ。しかし受付人員を深夜に常駐させるのはコストもかかるため、無人で営業できる方法を探していた。

IoTに着目し、新しいワークスタイルへ

そこでスマートフォンと専用アプリを使ったスマートロックと、Wi-Fiを通じスマートフォンで監視できるカメラを導入。利用客はスマートフォンで出入りすることができ、無人での深夜営業が可能に。導入費用も抑えられ、ランニングコストもかからず、埼玉初の24時間コワーキングスペースが誕生した。固定客だった行政書士とウェブ制作の事務所が24時間会員に移行し単価アップにつながったほか、新規顧客の問い合わせも増えているという。

※…誰もが共同利用できるオープンな仕事スペース。利用者同士が交流を深め協働につながることもある。

- 解決**
- 新システム導入で深夜の受付人員が無用に
 - ネットにつながる監視カメラで防犯
 - 24時間営業をきっかけに問い合わせも増加

会社概要

上尾市仲町1-7-27 アークエムビル7F <http://coworkingcafe-mirai.com/>
【設立】2015年 【従業員数】15人 【事業内容】コワーキングスペースの企画・運営
上尾駅東口徒歩1分の利便性の良い場所にあり、スペースを利用している会員には集客支援やホームページの作成指導、確定申告のアドバイス、イベントのサポートなども行っている。

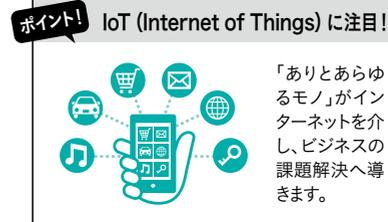


フリードリンク、文具の貸出などサービスも充実。

導入した ICT システム **スマートロック+監視カメラシステム**



低コストで導入可能。



オーナー VOICE

24時間化にかかったコストはスマートロックが約4万円、監視カメラが3台で2万円ほどです。コストをかけずに顧客単価アップができました。

作りっぱなしのホームページにサヨナラしよう！ ホームページの修正や更新が CMSなら自分でできる！

今やホームページは営業活動やお客様とのやり取りに不可欠なツール。定期的な情報更新は必須です。そこで役立つのがホームページの内容を管理画面から容易に更新できるCMS(コンテンツマネジメントシステム)。専門知識がなくてもページの修正・追加を行うことができ、タイムリーな情報発信や顧客ニーズにあわせたページ増設も簡単になります。更新コストの削減にも効果的です。

導入による3つのメリット



その1 ページの作成や更新が簡単にできる

ワープロのような簡単な操作でホームページの内容を迅速に変更できます。時間を設定してコンテンツを自動更新することも可能です。



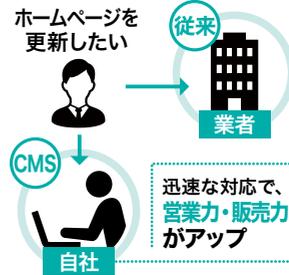
その2 更新権限などを設定し作業を分担できる

管理者と更新担当者を分け、管理者の承認を得てページを公開するなど作業分担できます。更新履歴も残るため責任の所在が明確に。



その3 更新にかかっていたコストが抑えられる

業者に依頼していた修正コストを削減できます。ネット環境があればどこでも作業できるため、時間と場所を選ばず修正や更新が可能です。



CMSでホームページ更新の

更新するべきページの明確化

更新ルールやスケジュールの策定

アクセスを分析し改良に努める

ポイント!



注目!
実践企業

CMSの導入で 情報更新のスピードと 訪問者の利便性をアップ

一般社団法人 埼玉県消防設備協会

埼玉県消防設備協会は、消防用設備の保守点検の推進や講習事業などを実施する一般社団法人。同協会は消防点検資格者講習と消防設備士講習の窓口で、講習の情報を頻繁に発信する必要があったが、ホームページの更新を業者に依頼していたため迅速に対応できなかった。そこでホームページにCMSを導入。職員が簡単にお知らせを発信できるようにしたほか、消防署に取りに行く必要があった講習申込書をダウンロード可能にし、受講生の利便性をアップさせた。今後はさらに申請書の作成機能追加なども考えている。



CMSでタイムリーな情報発信が可能になった。

さいたま市浦和区高砂3-17-21
高砂武蔵ビル401
<http://www.saisho.jp/>
【設立】1979年 【従業員数】4人

Chapter 03

業務効率化 コスト削減

- ▶ 受注管理システム
- ▶ 業務管理システム
- ▶ 顧客管理システム
など



作業の自動化やデータの活用で
コスト削減・生産性を向上!

タブレットをレジに活用 売上集計、顧客分析が簡単に データを駆使した宣伝で売上アップ!

リウォッシュ re:wash (株式会社アイタル) / クリーニングサービス / さいたま市



代表取締役 / 石倉 洋平 氏

少人数で、質の高いサービスを 成否のカギは事務作業の効率化

まるでカフェのような外観が印象的なクリーニング店 re:wash。かつて大手クリーニング店に勤務していた代表の石倉洋平氏は、殺風景な店内、手作業での売上集計、現金のみの決済、顧客を待つ営業スタイルなど、旧態依然とした業界の実情に疑問を持ち続けていた。そこで独立開業にあたっては、「洗練された店内」「24時間の集配受付」「カード決済OK」など新しいスタイルのクリーニング店を計画。またSNSなどで積極的に宣伝も行い「攻めのIT経営」※を実践したいと考えていた。

しかしスタッフは家族を含め3名。宣伝、洗濯、集配などをこなし、売上集計や顧客分析といった事務作業も行うには明らかに人手不足だった。これをカバーするためには事務処理を効率化するPOSが不可欠だったが、開業資金にも限度があり、低コストで導入できるシステムを探していた。

※…「攻めのIT経営」とは収益拡大や事業革新等のために積極的なICT投資を行う経営のこと。



手作業による集計・管理は、人手と時間が必要。

会社概要

さいたま市桜区大久保領家607-26
http://rewash.jp/
【設立】2012年 【従業員数】3人
【事業内容】洗濯業 / 洗濯代行業 / 宅配クリーニング業 / コインランドリー業
店名の由来は「衣類を繰り返し洗濯して長く着てもらいたい」という願いから。肌と環境に優しいオーガニック洗剤を使用するなどエコにもこだわっている。

導入した ICT システム

◎タブレット+レジアプリ



持ち運び可能で、出先の決済も楽々。別デバイスの装着でカード決済も可能に。

ポイント! 初期費用は従来システムの半分以上

一般的なPOSシステム ※
= [初期費用] 100万円以上

タブレットPOSシステム
タブレット + プリンター + ドロアー
+ システム費 (設定費用 + クラウドサービス月額)

= [初期費用] 約20~30万円
※…業種・業態、規模により一般的なPOSシステムの方が適切な場合もあります。
初期のコスト負担が小さく、アプリはクラウドサービスなのでメンテナンスも不要。

売上集計や顧客分析もワンタッチ どこでも使えて集配先のデータも即連動

同社が目にしたのがiPadなどのタブレットで利用できるレジアプリだ。どこにでも持ち運ぶことができ、誰にでも扱えて、コストも安い。しかもクリーニング店に特化したアプリがあることを知り、導入を即決した。

日々の売上は自動集計されクラウド上に保存。集配先での決済処理もすぐに反映されるため店舗で再入力する必要もない。顧客分析も時季やエリア、品目ごとの傾向をすぐに把握でき、分析結果から発信する情報を工夫するなど、データを活用した宣伝が可能になった。

このシステムの導入で、事務作業にかかる時間は大幅短縮。ホームページでの24時間の集配受付も開始し、分析を基にSNSやチラシによる宣伝に取り組んだ結果、2015年は前年比150%、16年はさらに120%の売上を達成している。



集配には小型のiPad miniを使用。集配先からもデータはすぐに連動される。

オーナー VOICE

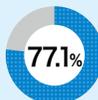


新しいスタイルのクリーニング店を実現するにはICTが不可欠だと感じていたので、タブレットレジを見たときには「これだ!」と思いましたね。



- ✓ 売上集計・顧客分析を効率化したい
- ✓ 集配先での決済処理を簡単にしたい
- ✓ POS導入コストは極力抑えたい

「攻めのIT経営」に取り組めていない企業は77.1%



※経済産業省「平成26年情報処理実態調査」より



- 画面タッチでデータを集計・分析
- 集配先での決済もすぐに連動
- 導入コストは従来POSの半分以上



なるほど! よくわかる
専門用語



【クラウドサービス】インターネット上のスペースにデータを保存したり、ソフトウェアを利用できるサービスのこと。



【ICカードリーダー】タブレットやスマートフォンにつなげてICカードを読み取れる機器。クレジット決済が可能なタイプも増えている。

なるほど! よくわかる
専門家からの
アドバイス

コストや使い勝手だけで判断しない!
近年のPOSは非常に多種多様ですので、できるだけ実際の業務に即した機種を選びましょう。またその際、将来の事業計画を見越しての拡張性も考慮することが大事です。



BtoCの売上拡大に伴い 業務管理システムを自社開発 業務負荷を劇的に軽減！

株式会社コーダ / 毛糸・手芸用品販売 / 北本市



代表取締役社長 / 香田 昌邦 氏

ネット注文が200倍にアップ！ 手作業による発送業務が限界に

株式会社コーダは、設立36年目の毛糸と手芸用品専門店。2代目である香田昌邦氏は今から12年前、編み物教室や手芸店といった既存取引先に加えて、一般ユーザー向けの自社ホームページによるネット販売を開始、いち早くICTを導入した。ホームページ開設当初はまったく反応が無かったが、リスティング広告などが功を奏し、注文が殺到。さらに楽天市場などのショッピングサイトへの出店で、BtoCの売上は一気に200倍に膨れ上がった。

しかし、受注から検品、梱包、発送など一連の発送業務はすべて手作業だったため、大きな負荷がかかるように。最盛期には、15名ほどの人員で、1日に約70件もの対応が必要となり、残業や休日出勤が常態化。早急にシステムで業務を自動化して負担を軽減する必要があったが、ICTに苦手意識を持つスタッフも多く、現状業務に合わせたシステムにできるかが問われていた。



種類が多く毎年商品が入り替わるため手作業での商品管理は大変。

会社概要

北本市本町5-91-7
<http://www.ko-da.co.jp/>
【設立】1980年 【従業員数】17人
【事業内容】毛糸・手芸用品販売

「どこよりも種類が多い」をモットーに2,000種類以上もの毛糸を扱う。楽天市場内の手芸ジャンル内での評価も高く、手芸愛好家の中では有名店となっている。

導入した ICT システム

◎業務管理システム

メールで受注 → 出荷 → 入金処理 → etc...

作業の自動化

メールでの受注、発注から出荷や入金処理など、9つの手作業を自動化。

ポイント! 外部システムとも連携が可能

楽天とも連携、スムーズな対応で高い評価を得ている。

業務に即したシステムを自社開発 さまざまな作業の自動化に成功！

まずはシステムの開発にあたり、業務全体で自動化すべき部分と手作業のまま残すべき部分を整理した。受注、発送等のメール送信や伝票の発行、入金確認処理など9つの作業を自動化し、楽天市場などの外部システムと連携できる仕組みも構築、外部サイトでの受注においてもスムーズな処理ができるようにした。このシステム導入により、受注1件にかかる時間が約36分かかっていたところ、導入後は1分20秒程度まで短縮された。

当初、ICTに苦手意識を持っていたスタッフも時間短縮、効率化が図れるICTのメリットを感じ、システムの改良や自動化できそうな業務を自発的に提案するなど、ICTリテラシーが大幅にアップ。仕事に対するモチベーションも高まり、さらなる売上拡大につながっている。



豊富な品揃えが自慢。手芸用品や関連書籍も取り扱う。

オーナー VOICE

今の時代はシステム開発がしやすい環境が整っています。経営者側がなぜICT化が必要かを説明できれば開発費は抑えられますよ。

課題

- ✓ 手作業のため発送まで時間がかかる
- ✓ 残業、休日出勤によるコストアップ
- ✓ ICTに対するスタッフの苦手意識

「社員がICTを使えない・苦手」と回答した企業は69%

※中小企業庁委託「中小企業の成長と投資行動に関するアンケート調査」(2015年12月、株式会社データバンク)より※上記データは「ITを導入できる人材がいない」および「社員がITを使えない」と回答割合の合計値で再編加工しています

解決

- 自動化と手作業の切り分けで業務効率化
- 作業時間の短縮により残業・休日出勤はゼロに
- スタッフのICTリテラシーが向上

1件あたりの業務にかかる時間

約36分 → 約1分20秒

作業時間が軽減

なるほど!よくわかる 専門用語

- 【リスティング広告】 任意の検索キーワードでヤフーやグーグルなどの検索エンジンや有名サイトに広告を出すサービス。
- 【ICTリテラシー】 コンピュータなどの情報機器を使いこなす能力、またそこから得られる情報を適切に活用できる能力。

なるほど!よくわかる 専門家からのアドバイス

ベンダーまかせのシステム開発は失敗しがち

システムを自社開発するのではなく、外部に依頼する際は、自社の業務に精通したベンダーを選び、丸投げしないこと。また何でも自動化ではなく、手作業部分との切り分けを行うことがコストを下げる秘訣です。

ICT機器による安全対策で ドライバーの運転技術と 安全意識が大幅に向上!

新雪運輸株式会社 / 運送業 / 川口市

代表取締役 / 瀧澤 裕司 氏

激化する運送業界の競争の中で 求められるのは常に一歩進んだ安全対策

新雪運輸は1963年創業、食品物流一筋50年の実績を持つ運送会社だ。現在では1都3県に7つの営業所を設け、約200台のトラックを有している。ドライバー教育にも力を入れており、挨拶や身だしなみはもちろん、充実した教育内容で取引先からの評価も高い。

設立以来、安全運転の徹底に取り組んできた会社だが、それでも事故を100%防ぐのは難しい。物流の発展に伴い業務量は増加、こちらに非のないもらい事故にあう可能性もあり、昔に比べ、ドライバーにはより高い安全意識が求められている。またドライバーの健康管理も重要だ。過労や睡眠不足により、事故につながるケースが増加していると指摘されているからだ。

安全第一を理念に掲げる同社は、ドライバーの安全意識の向上と労務管理の充実を図るため、現代表の就任からICTによる安全強化に乗り出した。



即日配達など、配送スピードも激化している。

会社概要

川口市芝高木1-7-14
<http://www.shinsetsu.co.jp/>
 【設立】1970年 【従業員数】400人
 【事業内容】一般貨物自動車運送事業 / 貨物運送取扱事業 / サードパーティロジスティクス(3PL)事業
 低温食品物流を中心に、物流センターの運営・管理並びにロジスティクス全般を受託する3PL事業を推進している。



導入した ICT システム

◎セーフティーレコーダー

運転中の映像を録画するドライブレコーダーと、運行データを記録するデジタルタコグラフが一体になった機器。「ハンドル」「ブレーキ」「右左折」など5項目を点数表示。安全運転だけでなくエコドライブにも役立っている。



◎IT点呼

他の営業所とネットを通して点呼が行えるシステム。運行管理者の負担軽減や業務効率化にもつながる。



安全運転の全国大会で上位入賞! ドライバーの意識向上にもICTが大活躍

2008年、全車にドライブレコーダーとデジタルタコグラフが一体になった「セーフティーレコーダー(SR)」を設置。ドライバーの運転データを記録・分析し、安全運転のレベルが高い営業所を表彰している。これにより運転技術はもちろんドライバーの安全に対する意識も向上。メーカー主催の全国大会でも上位入賞を果たした。今後はGPSで運行状況を確認できる機能なども活用したいそうだ。

また、出発前と帰社後に行う健康状態および呼吸中のアルコール濃度チェックは、管理者が不在でもネットで実施できるIT点呼を導入。業務効率化を推進するとともに、点呼時に運転時間を記録することで、超過勤務の防止にもつなげている。

これら法令以上の安全対策により、同社ドライバーの多くが安全に対する高い効果を実感しているという。



日々の運転を数値で見える化。自分自身のスキルを客観的に確認できる。

スタッフ VOICE



当社は法令以上の装備を導入するなど、安全対策には特に力を入れています。デジタルによる労務管理など社員の健康を守る装備も開発中です。



- ✓ 事故からドライバーを守る装備の充実
- ✓ 安全に対するモチベーション向上
- ✓ 勤怠管理と安全管理の連携

ドライバーの拘束時間が「1日13時間以上」と回答した企業は36.6%



※国土交通省「平成27年度トラック運送状況の実態調査」より
 ※上記データは1運行の拘束時間が13時間を超える回答割合の合計値で再編加工しています



- セーフティーレコーダーなど安全装備を導入
- 運転状況の可視化で安全意識が向上
- IT点呼で超過勤務を防止

全国SRグランプリの成績実績
 大型部門 全国2位
 中型部門 全国3位



なるほど!よくわかる
専門用語



【ドライブレコーダー】
 走行中の映像や音声を記録する装置。衝突などの危険時にプザーで知らせるものもある。



【デジタルタコ】
 車両の速度、走行時間、走行距離などの情報を自動的に記録する運行記録計の一種。



なるほど!よくわかる
専門家からのアドバイス

ドライブがより安全・割安になるETC2.0に注目!

ETC2.0は今後普及する次世代ETC。対応機器を導入すれば、有料道路の料金決済だけでなく、障害物など危険に対する注意喚起や、事故・渋滞情報を自動で知らせるなどして、最適かつ割安なルートで運転できます。

パッケージソフトの上手な活用で 情報セキュリティの確保と 業務効率化を両立した販促を実現

株式会社梅林堂 / 和洋菓子製造・販売 / 熊谷市



代表取締役社長 / 栗原 良太氏

攻めの販売に転じるため、 取り組んだ顧客情報のデータ化

梅林堂は1864年創業、150年以上の歴史を誇る菓子製造会社だ。和菓子から洋生菓子まで豊富な品揃えで、県内を中心に数多くの顧客に愛されている。

同社では社内のIT化推進に伴い、従来の来店対応だけでなく、より積極的な販売促進を行うため、お中元・お歳暮や敬老の日などに合わせたDM発送のシステム化を計画。しかし2002年の検討時、顧客情報は手書き伝票のみで、早急なリストのデータ化と顧客情報の安全な管理・運用が課題となった。

情報を限定し、セキュリティと業務効率化を両立

そこで同社では、本格的な顧客管理は基幹業務システムに任せ、DM発送は通販パッケージソフトを活用。配送伝票からリストをデータ化する際は、宛名や贈答先など最低限の情報のみを登録し、社内ネットワークから独立させ安全性も高めた。

DMIには商品カタログと申込用紙を同封し、申込用紙に過去の贈答先を印字しておくことで再注文時の手間を省き、リピート購入が増加。ソフトから配送伝票の印字も可能になり業務効率化にもつなげた。現在はカード決済や顧客カードなどPOSと連動させた顧客管理の第二段階に取り組んでいる。



和菓子から洋生菓子まで幅広い商品を販売。



顧客リストを完全データ化
購入履歴からニーズを想定、DMでアプローチ。



- 解決**
- パッケージソフト活用で、システム導入費を最小限に
 - 顧客側の手間を省き、リピート購入に成功
 - 配送伝票作成のシステム化で業務効率化

会社概要

熊谷市佐谷田1000-1 <https://www.bairindo.co.jp/>
【設立】1952年 【従業員数】400人 【事業内容】和洋菓子製造・販売
熊谷で江戸時代末より続く老舗菓子製造会社。1都2県に34店舗を構える。伝統の製法を守りつつ、常に新しさを追求した独創的なお菓子を作り続けている。(2017年1月現在)

FAXをパソコンに自動転送 お客様も驚くほどの 迅速な初動対応が可能に

木村木材工業株式会社 / 木材生産・加工販売 / 鴻巣市



代表取締役社長 / 木村 司氏

月間1,500件以上のFAX対応で スタッフも大きなストレスに

木村木材工業は自社生産の無垢材で窓枠、ドア枠、押入材などを製作する木材メーカー。同社は長年FAXのやり取りに頭を悩ませていた。建築業界ではFAXの利用が多い。現場から手書きの指示図などが送られてくるため、営業スタッフは外出していると、外から電話で内容を確認する必要があり、初動対応の遅れにつながっていた。また業務の妨げになるセールスFAXも月に100枚以上届き、事務スタッフの負担がかかることも問題となっていた。

FAXソフトで手間を解消、コストも削減

そこでパソコンでFAXの送受信ができるソフトウェアと対応モデムを導入。受信したFAXは各自のパソコンに自動表示され、席を立つ必要もなく、業務スピードが大幅に改善された。

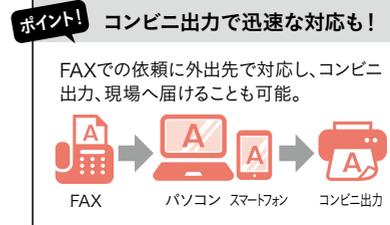
外出中の営業スタッフもスマートフォンに自動転送され、内容をすぐ確認、対応が可能になったことで、お客様にも喜ばれている。また悩みだったセールスFAXは、一度番号登録すればブロックされ、スタッフのストレスも解消。無駄な紙代もかからなくなったことで、コスト削減につながった。



木材の仕様は複雑なため、FAX注文が多い。



低コストで導入可能
導入費用は20ライセンスで約13万円。送信先へ届いたかも確認できる。



- 解決**
- 外出先でもFAX確認・対応が可能
 - 事務スタッフの業務軽減
 - 紙の使用が減り、コストが削減

会社概要

本社：鴻巣市、事業本部：北本市深井6-80 <http://www.kimuramokuzai.com/>
【設立】1949年 【従業員数】51人 【事業内容】木材生産・加工販売
創業は明治38年。100年以上の歴史を持つ木材メーカー。無垢内装材の製材工場では日本有数の規模の工場を持つ。林業事業体として、さいたま県産木材を最も多く伐採する企業である。

オーナー VOICE

現場からの指示や依頼をさらに早く処理できるように、次の課題として顧客からのFAX内容をエクセル化する部分の自動化を考えています。

給与計算業務での 勤怠集計システムを導入 入力ミスもなくなり 作業時間は50%削減!

社会保険労務士法人CWM総研 / 社会保険労務士事務所 / さいたま市



諏訪部 彩氏

吉川 ゆみ氏

代表社員 / 川本 真由美氏

複雑な入力作業に時間と人手を取られて 本来のコンサル業務が手つかずの状態に

県内の中小企業を対象に給与計算や労務管理サポートを請負うCWM総研。これまでさまざまな顧客から給与計算を受託していたが、FAXで届く勤怠データを入力し、さらに給与ソフトにも入力するといった手間のかかる作業を行っていた。特に顧客ごとに始業時間や締め日などが変わるため、集計とその内容確認に多くの時間が必要に。労務管理全般にわたる付加価値の高いサービスを提供する時間が捻出できず、新規契約も伸ばせないう状態。

顧客ごとに異なる入力作業の簡略化で、対応数も増加!

そこで同事務所ではリタネット事業協同組合に相談し、勤怠データの取り込みから給与ソフトへの入力までを効率化するシステムを導入。顧客ごとのルールに合わせて簡単に集計できるようになり、入力ミスもなくなった。システムはエクセルで構築されているため、誰でも操作可能。何より作業時間が半分に短縮されたことで新たな契約が取り、顧客数は増加したという。念願だったコンサル業務にも注力でき、人事労務全般のサポートを実施し売上増も果たしている。



企業ごとに違う計算ルールのため作業時間がかかる。



導入した ICT システム

勤怠管理・給与計算システム



勤怠データを取り込むだけで給与明細が完成

勤怠データの取り込み、集計、給与明細作成までを自動化。



ポイント! 集計の自動化でミスがゼロ!

異なる条件(雇用形態など)でも最適な情報へ自動変換。



オーナー VOICE



エクセルによるシステムは操作が簡単で、投資も少ないのが魅力。小さな子をもつスタッフが在宅で働けるといったメリットも生まれました。



- データ入力するだけで顧客ごとのフォーマットで集計
- 手入力作業を減らすことができ、入力ミスもゼロに
- 作業時間が半減され、顧客により高度な提案が可能に

会社概要

さいたま市大宮区吉敷町1-135 アライ吉敷1丁目ビル8F <http://www.cwm.co.jp/>
【設立】2000年 【従業員数】6人 【事業内容】社会保険労務士事務所

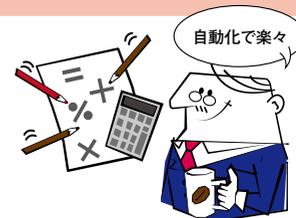
2014年に社会保険労務士法人として法人化。「中小企業の総務部のアウトソーシング」をコンセプトに、給与計算から労務管理・人事制度・人材育成までに至る幅広いサポートを実施している。

導入コストが安く誰でも使いやすい

エクセルのマクロ機能で さまざまな事務処理を簡単に!

エクセルのマクロ機能は、エクセルで行う作業をクリックひとつで自動化するプログラム。マクロ機能を使うと「コピーして貼り付け」「数値を足して集計」といった繰り返し行う作業が簡略化され、例えば給与

や交通費の計算、見積書や請求書の作成といった作業を迅速に処理できます。一定の知識が必要ですがエクセルがあれば費用もかからず取り組みます。単純な機能のものから試してみるのも手です。



注目!
実践企業

マクロ機能による自動化で 電卓での計算作業から脱却

まんぢん 萬店 / うなぎ・日本料理

創業130年のうなぎの老舗一萬店は、毎月タイムカードから勤務時間を電卓で集計し、給与明細を手書きで作成していた。しかし従業員の増加で手作業は限界に。そこでパソコンにあったエクセルを使い、マクロ機能で勤怠管理・給与計算を行うようにした。今では出退勤時間の入力だけで勤務時間や税金・保険を算出して給与明細書に出力。事務作業を大幅に削減している。



マクロ機能で作った勤怠計算表。

さいたま市南区鹿手袋1-2-26
<http://mandana.jp/>
【設立】1886年
【従業員数】20人

ネット環境とブラウザがあれば開始できる

日々進化し続ける クラウドサービスが便利!

クラウドサービスとは、従来なら使用者側のパソコンに必要なソフトウェアやシステムなどを、インターネットを通して使用するサービス。インターネットを通じて使用するサービス。Google社のGmail、ネット上にデータを保管できる

Dropboxなどが有名です。ブラウザがあれば使えるため導入が容易でコストも少なく済みます。さまざまなサービスが日々生まれており、必要なものを選び使用できるのも利点です。



注目!
実践企業

情報入力作業が一元化され 残業時間が減少

株式会社佐藤不動産 / 不動産業

鴻巣で60年以上の歴史をもつ佐藤不動産は、自社ホームページや不動産ポータル、自社制作の冊子などに掲載する、膨大な物件情報の入力・更新に苦慮していた。そこで不動産に特化したクラウドサービスを活用。それぞれに必要な入力作業がブラウザを通して一回で済むようになり、毎月発生していた事務社員の残業も減り、大幅なコストダウンを実現している。



一度の情報入力ですべての媒体に使用できる。

鴻巣市本町4-1-8
<http://www.sato-fudosan.co.jp/>
【設立】1952年
【従業員数】18人

全21社の活用事例をヒントに、 さあ、実践してみよう!

各企業の事例を通して導入すべきICTは見えてきたでしょうか? それでは実際にICTを導入していくために、現在の社内体制なども考慮しながら、3つのステップに沿ってより具体的なアクションを起こしてみましょう。

具体的なアクション

- | | |
|--|---|
| STEP 01
自社課題を見える化
経営課題や現状の問題を把握し、課題の整理をしましょう。 | <input type="checkbox"/> 自社課題の抽出
<input type="checkbox"/> 従業員からの意見・情報収集
<input type="checkbox"/> 作業手順や社内ルールの見直し |
| STEP 02
導入目的の明確化
ICT導入のメリットを社内で共有し、理解して進めることが大切です。 | <input type="checkbox"/> ICT導入に向けての計画策定
<input type="checkbox"/> ICT導入の目的・ビジョンの共有 |
| STEP 03
小さく始めて拡大化
将来像を見極めて、まずは必要なものから導入していきましょう。 | <input type="checkbox"/> ICTサービス・製品の選定
<input type="checkbox"/> ICTの段階的な導入・社内研修等の実施
<input type="checkbox"/> 導入後の効果検証 |

ICTは導入すれば終わりではありません

目的にあったICTを活用し、業務改善することで、売上アップへつなげていくサイクルを作り上げることが大切です。



3つのポイントをおさえて 自社の強みを活かし「ビジネスを拡大」していこう!

自社の「強み」は?

- 自社** は誰に何を提供できるのか。
- 顧客** になぜ選ばれているのか。
- 競合** との違いはどんな点か。



例えば...
有機野菜を使ったレストラン
 有機野菜(強み)をSNSで発信、ファンを反映したメニューを展開。
強みが「さらに強く」!
 『食べてみたい!』をカタチにする
 有機野菜のレストランへ

ICTをうまく活用して、稼ぐ**中小企業**を目指しましょう!

ICTについてお困りのときは...

よくわかるICT活用術 参考サイト



■埼玉県 中小企業向けICT活用セミナー

埼玉県では、中小企業・小規模事業者のICT活用を支援する「サービス産業事業者ICT活用支援事業」を実施。具体的なICT導入支援の一環として、定期的にセミナーを開催しています。ご活用ください。

<http://www.pref.saitama.lg.jp/a0802/ict-seminar/>

埼玉県ICT活用セミナー 検索



■ミラサポ 未来の企業応援サイト

ミラサポは、中小企業庁委託により運営する中小企業・小規模事業者の皆様とその支援を行う支援機関や専門家をサポートするポータルサイトです。補助金・助成金ヘッドラインから、知りたい補助金情報にまとめてアクセスができます。また、補助金活用のポイントなど、役立つ情報も数多く掲載されています。

<https://www.mirasapo.jp/>

ミラサポ 検索



■経済産業省 中小企業IT経営力大賞

経済産業省が関係機関の協力のもと主催する表彰制度。優れたIT経営を実現し、かつ他の中小企業がIT経営に取り組む際の参考となるような中小企業や組織に贈られ、参考となる活用事例が紹介されています。

http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/it-keiei/award/

IT経営力大賞 検索

■経済産業省 攻めのIT経営中小企業百選

経済産業省は、「攻めのIT経営中小企業百選」を実施、攻めの分野でのIT利活用に積極的に取り組む中小企業を選定、事例を紹介しています。

http://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/it_keiei/100sen.html

攻めのIT百選 検索



■IPA独立行政法人 情報処理推進機構

“頼れるIT社会”の実現に向け、IT施策の一端を担う政策実施機関として、情報セキュリティ、ソフトウェア高信頼化、IT人材育成等の施策を展開します。

<https://www.ipa.go.jp/>

情報処理推進機構 検索

■ここからセキュリティ

警察庁、総務省、経済産業省をはじめとする官公庁と、セキュリティ業界団体や民間企業のコンテンツを紹介する情報セキュリティ・ポータルサイトです。

<https://www.ipa.go.jp/security/kokokara/>

ここからセキュリティ 検索

※上記掲載のサイト情報は2017年1月現在のものです。今後内容やアドレスの変更等がある場合がございますので予めご了承ください。

相談窓口 の紹介



／ 経営課題の解決に… ／

ICT活用アドバイザーをご利用ください!



県産業振興公社では、実務経験豊富な専門家をICT活用アドバイザーとして配置しています。

“ホームページを活用して売上を拡大したい”、“SNSで効果的な情報発信を行いリピーター客を獲得したい”、“ICTを活用して業務の効率化を進めたい”などの様々な課題に対してアドバイスをを行います。ぜひ、ご相談ください。

石飛 朋哉 氏

(中小企業診断士/ITコーディネータ)

中小企業におけるICTの活用を前提とした事業戦略・事業計画の策定及びIT企画・導入・運用・活用まで一貫した支援を行います。



滝田 加奈子 氏

(WEBメディア戦略コンサルタント)

アクティブコーチングとwebメディアを活用したプロモーションによるコンサルティング支援を行います。



対象

飲食店や卸・小売業、生活関連サービス業などのサービス産業事業者

相談形式

窓口相談または訪問相談

費用

無料

申込み・ 問い合わせ先

(公財) 埼玉県産業振興公社 企業支援グループ
TEL : 048-647-4085

受付方法 お電話で相談時間をご予約ください

相談時間 9:00~12:00、13:00~17:00(土日・祝日・年末年始を除く)

■ 埼玉県よろず支援拠点

県産業振興公社では、経済産業省・中小企業庁の「中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業」であるよろず支援拠点を運営し、新商品やサービスの開発から販路開拓まで経営上のあらゆるお悩みについて、無料でアドバイスを行っています。お気軽にご相談ください。

申込み・ 問い合わせ先

(公財) 埼玉県産業振興公社 (埼玉県よろず支援拠点)

TEL : 0120-973-248 (048-783-3926)

URL : <http://www.saitama-j.or.jp/kikaku/yorozu>

受付方法 お電話で相談時間をご予約ください

相談時間 9:00~12:00、13:00~17:00(土日・祝日・年末年始を除く)

編集・発行

埼玉県産業労働部 商業・サービス産業支援課

〒330-9301 埼玉県さいたま市浦和区高砂3-15-1

[電話] 048-830-3754 / [FAX] 048-830-4812

埼玉県商業・サービス産業支援課

検索

※本誌掲載の内容は2017年1月現在の情報となります。



埼玉県のマスコット
コバトン&さいたまっち