



支援者のための
ビジネス用アプリ導入支援
サポートブック - 第4版 -

もくじ

ここからアプリ スタートガイド	2
はじめに	4
1. はじめに	4
2. I Tを活用しよう	6
3. I T支援の心得 五箇条	8
第1章 I T支援の方法	9
1. I T支援の流れ	10
2. 支援ステップごとのポイント	11
第2章 ここからアプリの使い方	21
1. ここからアプリの使い方	22
2. 支援機関別ポータルを使う	23
3. 業務別支援パッケージを使う	27
4. IT導入事例検索を使う	28
5. アプリ検索を使う	34
第3章 アプリ別導入のポイント	37
1. ホームページ	38
2. ネットショップ作成アプリ(BtoC)	39
3. BtoC EC	40
4. EC他店舗管理	41
5. サイトコントローラー	42
6. 予約管理	43
7. オーダーエントリーシステム	44
8. 決済(QR/クレジット)	45
9. 決済(オンラインID決済)	46
10. POS(汎用)	47
11. 顧客管理・営業支援	48
12. 顧客管理(BtoC)	49
13. 名刺管理	50
14. Web会議アプリ	51
15. ビジネスチャット	52
16. グループウェア	53
17. オンラインストレージ	54
18. 人事・労務	55
19. 会計	56
20. 経費精算	57
21. 給与計算	58
22. 勤怠管理	59
23. 請求書発行	60
24. 販売在庫管理	61
25. 問合せ管理	62
26. 生産管理	63
27. 工事管理	64
28. PMS(ホテルシステム)	65
付録	
ステップごとのチェックシート	66

ここからアプリ スタートガイド

ここからアプリって何ができるのですか？



事業者さんに役立ついろいろなITアプリや活用事例が調べられますよ。



1 まずはここからアプリへアクセスしてみよう

<https://ittools.smrj.go.jp/>

ここからアプリ



ここからアプリで検索！



もちろんスマホ・タブレットでもOK！

1. はじめに

(1) サポートブックの目的

我が国の少子・高齢化等の社会構造の変化により、事業者の生産性向上が大きな課題になっており、その重要な手段の一つとして、ITの導入があげられます。

近年は、インターネット、スマートフォンやタブレットなどの普及、性能向上に伴い、クラウド型のビジネス用アプリは身近になり、使い勝手やコスト面などの点でも、事業者が導入しやすいものが増えました。今後、地域の支援機関においても、ビジネス用アプリ導入支援が期待されるところです。

本サポートブックは支援者の皆様が、事業者のビジネス用アプリ導入支援を実施するにあたり、ビジネス用アプリ導入の支援現場でご活用いただくことを目的として作成しました。

本サポートブックを、事業者のビジネス用アプリ導入支援の現場で、支援者の皆様にご活用いただき、事業者の生産性向上を実現いただくことを期待いたします。

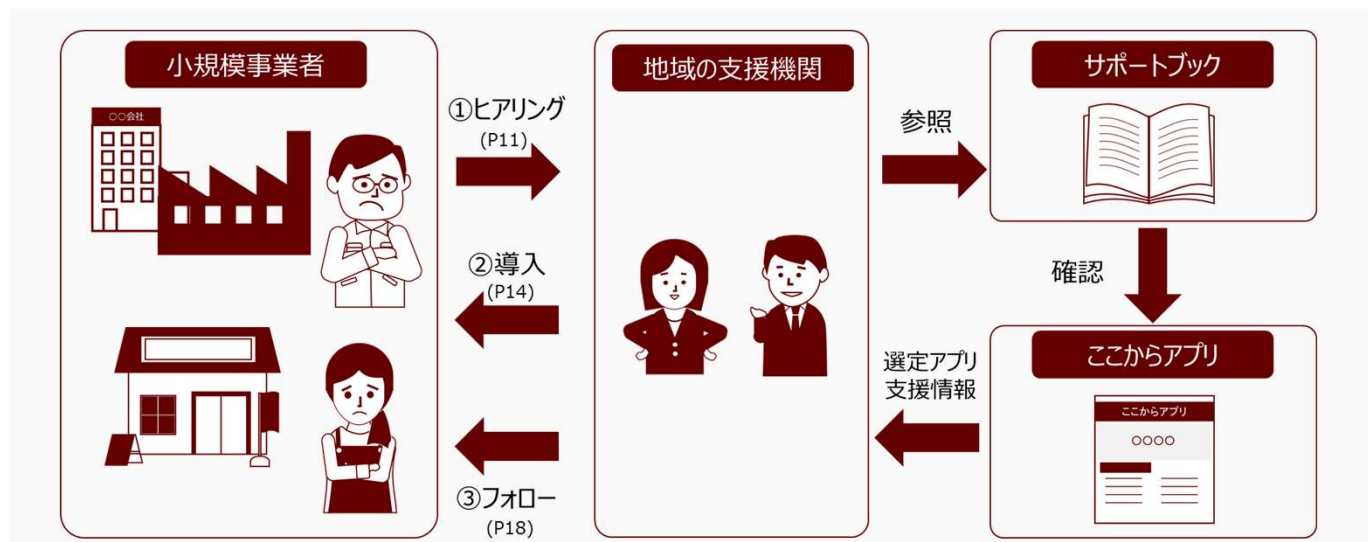
(2) サポートブックの対象

小規模事業者向けにビジネス用アプリの導入支援を行う支援者のうち、IT活用支援の経験がまだ多くない方、又はこれからIT活用支援に携わる支援者。

(3) 想定する利用方法

本サポートブックは、中小機構が提供するビジネス用アプリ導入支援サイト「ここからアプリ」(URL : <https://ittools.smrj.go.jp/>) とともに活用することで、小規模事業者のビジネス用アプリ導入を促進するためのものです。

小規模事業者から相談を受けた際に、①ヒアリングと合わせて本サポートブックを参照。本サポートブックを参考に「ここからアプリ」を確認し、選定したビジネス用アプリや情報をもって、②導入の助言や、③導入後のフォローに役立てることを想定します。

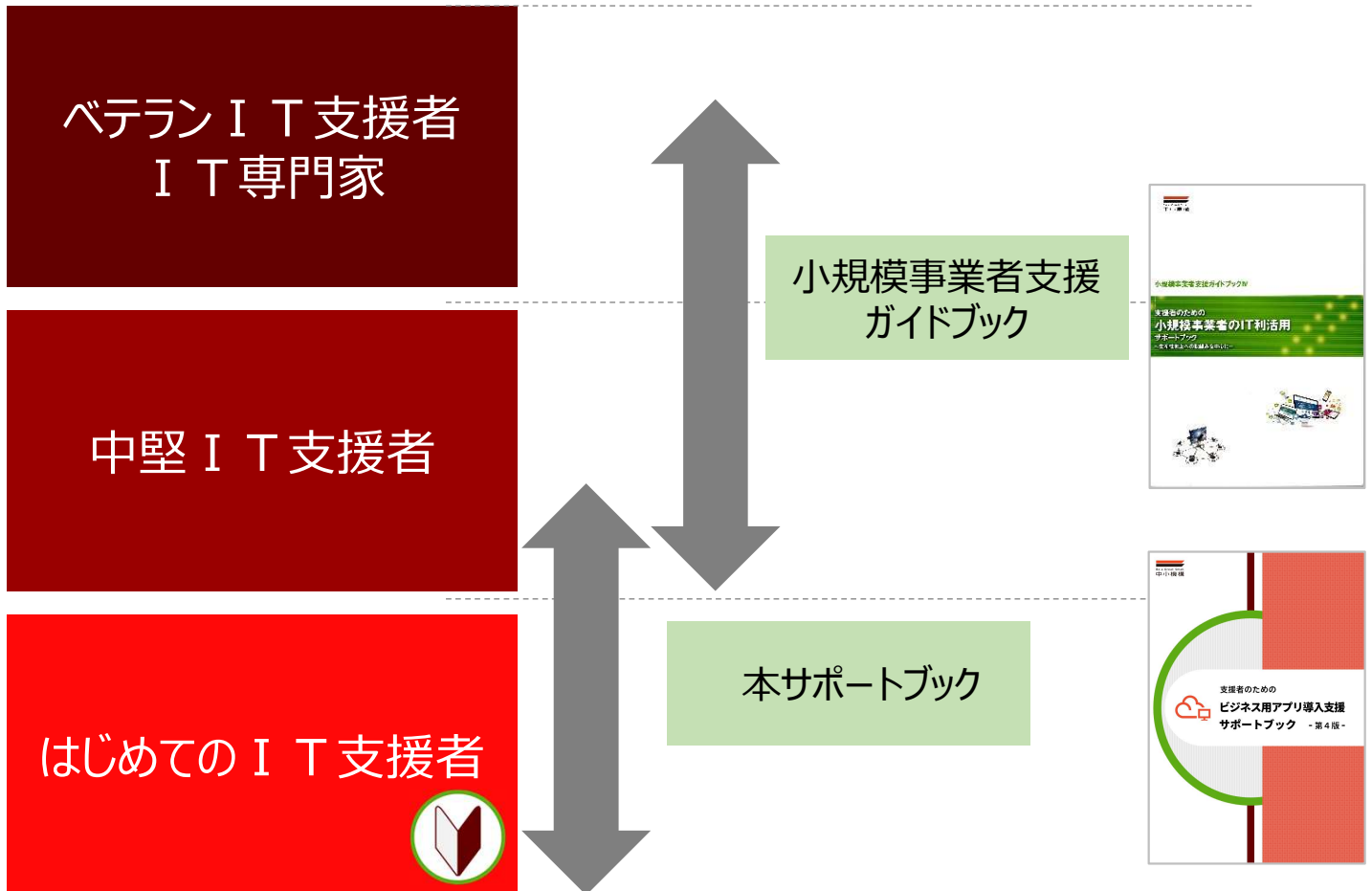


【 想定する利用方法の流れ 】

(4) 位置づけ

本サポートブックは、I T支援の入門書として地域の支援機関等で日常的に小規模事業者に対して助言を行う支援者を対象としています。特に、I Tやビジネス用アプリに関してあまり詳しくない支援者を想定しています。

ある程度の知識・経験を有する支援者、あるいは本書をマスターした支援者は、別途中小機構が提供している「小規模事業者支援ガイドブック（支援者のための小規模事業者のI T利活用サポートブック）」などを参照下さい。



はじめての I T 支援者向けの内容

本サポートブックでは、難易度は低くても重要な内容には左記のような初心者マークをつけています。最低限おさえない必須の内容ですのではじめての I T 支援者でもぜひチェックするようにしてみてください。

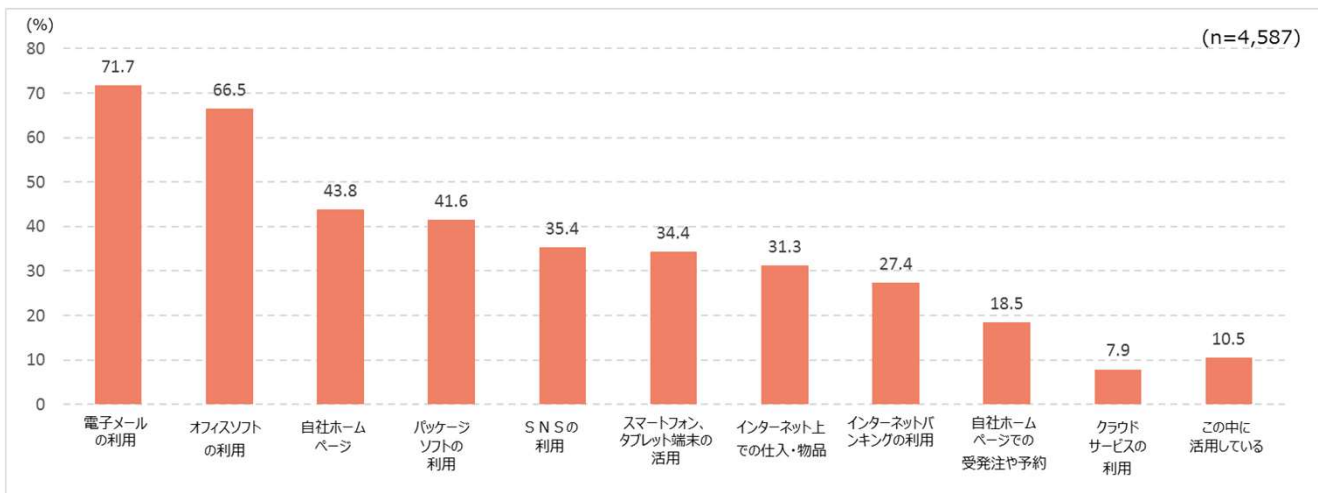
こんな人におすすめ

- ✓ I Tに関して何をアドバイスして良いかわからない支援者
- ✓ ビジネス用アプリの種類・名前をほとんど知らない支援者
- ✓ ビジネス用アプリがどのように使えるのかイメージがつかめない支援者

2. ITを活用しよう

(1) 小規模事業者のIT利活用の現状

少子高齢化が進む日本にとって業務効率化、とりわけIT利活用は大きな課題です。しかし、実際の、小規模事業者のITツール・サービスの利用状況は、2018年版中小企業白書によると、その多くは「電子メールの利用」「オフィスソフトの利用」に留まっていて、クラウドサービスの利用など本格的なIT化はまだ進んでいないことがわかります。



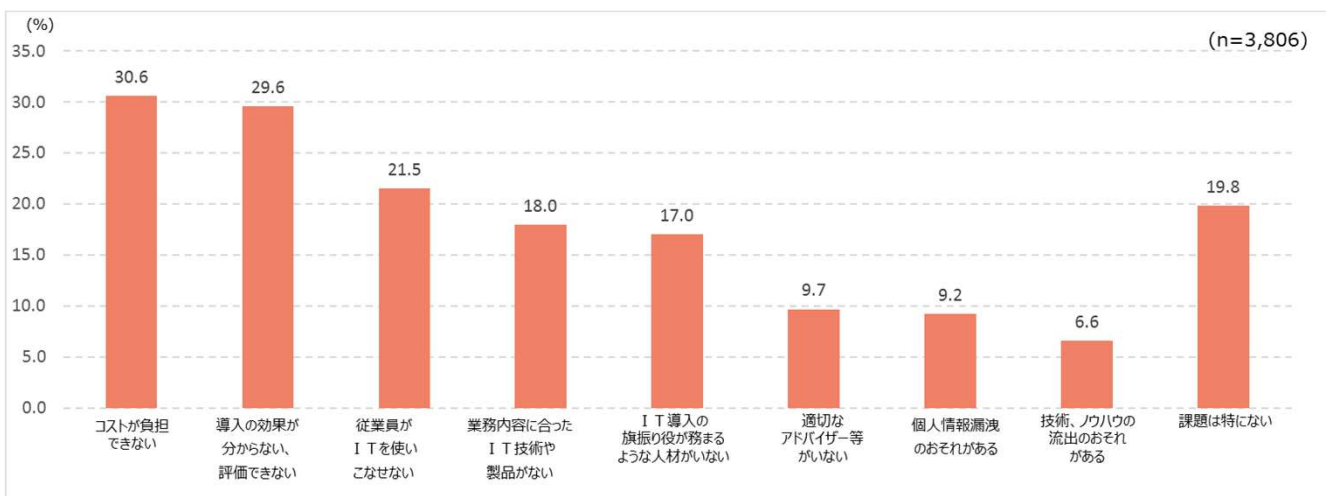
(出典)：2018年版中小企業白書(中小企業庁)

資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング㈱「小規模事業者等の事業活動に関する調査」(2017年12月)

(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

【ITツール・サービスの利用状況】

その原因は、同白書によると、「コストが負担できない」「導入の効果が分からない、評価できない」「従業員がITを使いこなせない」といった点があげられています。



(出典)：2018年版中小企業白書(中小企業庁)

資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング㈱「人手不足対応に向けた生産性向上の取組に関する調査」(2017年12月)

(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

2.「その他」の回答は表示していない。

【IT導入・利活用を進めようとする際の課題】

また、中小機構が、2018年に中小企業経営者等に行った I T 導入に関するアンケート調査※では、「I T を活用することで、業務効率化・生産性向上ができますか」との問いに、I T 未導入企業の54%が「はい」と回答していることから、小規模事業者は I T 導入の有効性は理解していると考えられます。したがって、いかにコスト面や導入、利活用の不安を払拭して導入を進められるかが支援者にとって大きな課題といえます。

(2) ビジネス用アプリの特徴

最近では I T 活用の選択肢が大きく広がっています。これまで、I T 導入を検討するには、一から独自開発をする方法や、市販流通しているパッケージソフトを購入する等の方法がありましたが、これらは多くの小規模事業者にとって、コスト（開発費用、サーバー等の設備保有）や人材確保（I T 技術職、アップデートに伴う更新作業等）、導入後の作業（操作方法の習得、マスター登録等）が高いハードルとなっていました。しかし、新たな手段としてクラウド型でスマートフォンやタブレットでも使えるビジネス用アプリの導入が注目されています。ビジネス用アプリは以下の様な特徴があげられます。

- ① 初期導入・ランニングコストが低い
- ② 試用版等で導入前に使い勝手を確認できる
- ③ データ連携を行うことで、入力作業が削減できる
- ④ 機能アップデートが自動で行われる

ビジネス用アプリの普及に伴い、I T の利用形態は「買う・所有するもの」から「借りる・使用するもの」へと変わり、ビジネス用アプリ導入が身近なものとなっています。

(3) 支援者の役割が大切

一方で、多くの事業者は自ら I T 利活用課題に気づくのは難しく、他の経営者から聞いたり、支援者からの情報で I T 導入のきっかけをつかんでいます。そのため、まずは支援者が I T 利活用のきっかけを作っていくことが重要です。

これから、I T 活用は必須で当たり前のことになっていきます。支援者が常にアンテナを高くして積極的に I T 活用を支援をしていくことを期待します。

※ 中小機構「I T 導入に関するアンケート調査(2018年8月)」
https://www.smrj.go.jp/doc/org/201808_surveyreport.pdf

3. IT支援の心得 五箇条

小規模事業者のIT利活用を支援するにあたり、次の五箇条を意識しましょう。

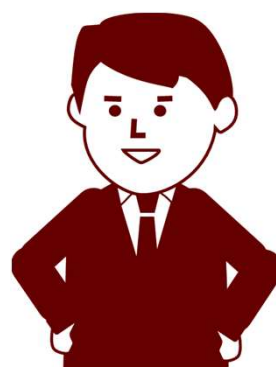
その1 すべての事業者でITは必須と心得える！

その2 まずはクラウドアプリから検討せよ！

その3 アプリは試用してから決めよ！

その4 パソコン、スマホ、タブレットを使いこなせ！

その5 なるべく紙をなくしてデータにせよ！



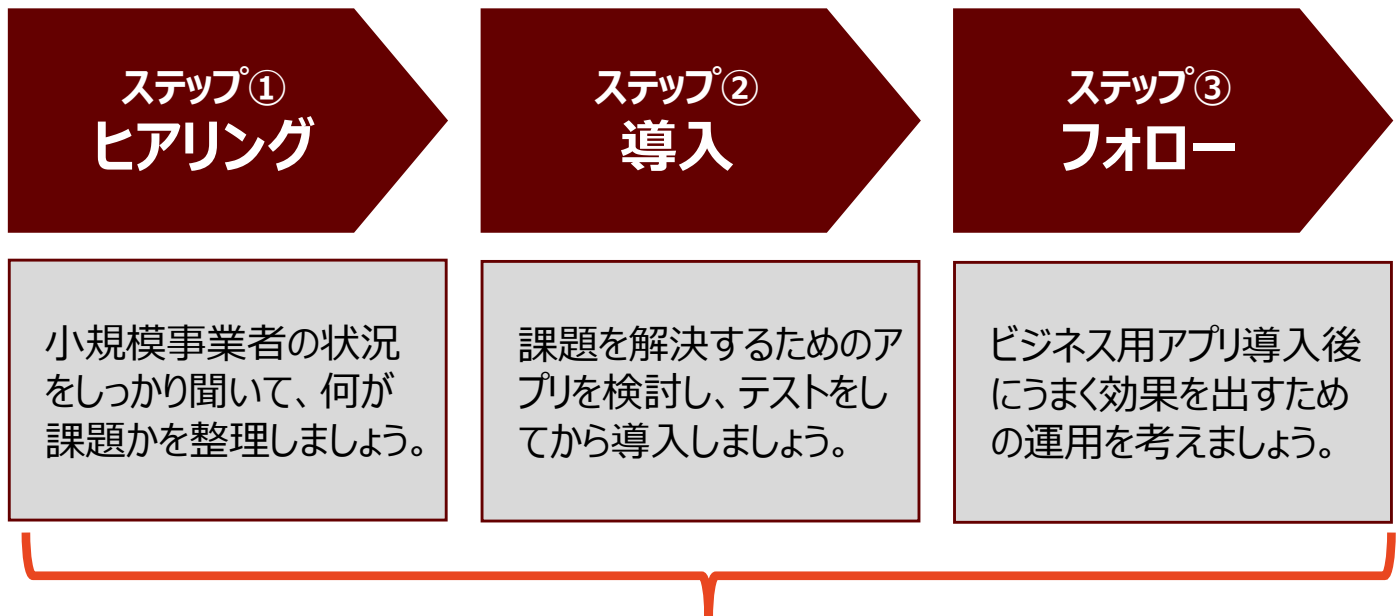
第1章

I T 支援の方法

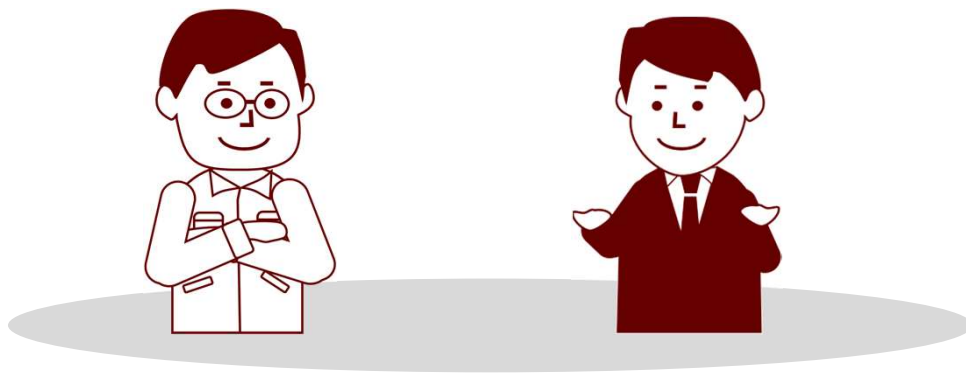
1. 支援の流れ

(1) 支援のステップ

I T活用を支援する場合には、①ヒアリング、②導入、③フォローの3つのステップで考えてみましょう。



一連の流れ全体を支援することが大切



I Tは大きな効果が期待できる一方で、一度導入すると、今までの業務が大きく変化し、基本的に後から安易に変えにくい特徴があります。

そのため、小規模事業者には、「使いこなせるか不安」「お金ばかりかかるのでは」「効果が分からない」など長期にわたって不安を持ちます。

支援者には単なる紹介や導入に留まらず、きちんと事業者にあったものを丁寧に吟味し、導入後も十分利活用できるように定着するまでフォローする必要があります。

支援者は、①ヒアリング、②導入、③フォロー、それぞれのステップにおいて一連の総合的な支援をするように心がけましょう。

2. 支援ステップごとのポイント

(1)ステップ① ヒアリングのポイント

事業者のお困りごとをヒアリングしましょう。その際には、表面的な問題だけでなく、業種の特徴や経営状況を踏まえた本質的な問題を整理しましょう。



ヒアリングをするときは次のことに気を付けましょう

	ポイント	ヒアリング内容	チェック
①	問題	<ul style="list-style-type: none">✓ 困っていること、コストや手間がかかっていることは✓ 社員の意欲やスピードが下がる原因は	
②	狙いたい効果	<ul style="list-style-type: none">✓ どのくらいの効率化をしたいか✓ 効率化以外の効果は狙うか (標準化、制度改正、意欲向上など)	
③	予算レベル	<ul style="list-style-type: none">✓ いくら負担できるか (運用、開発)✓ 費用対効果が見込めるか	
④	時間・期限	<ul style="list-style-type: none">✓ いつまでに入りたいか、どのくらい時間をかけられるか✓ 税制・補助金などのタイミングはあるか	
⑤	組織・人材	<ul style="list-style-type: none">✓ 情報担当の組織は✓ 組織形態、役職、人数は	
⑥	IT活用レベル	<ul style="list-style-type: none">✓ IT活用レベル、パソコン、スマートフォンは使えるか✓ 文書作成ソフト、表計算ソフトなどは使えるか	
⑦	使っているIT	<ul style="list-style-type: none">✓ パソコン、スマートフォンはあるか✓ 現在使っているアプリ、インターネット環境は	

※本紙巻末の付録にヒアリングシートがあるのでコピーして使って下さい。

①問題



事業者が話す困っている内容が本質的な問題とは限りません。例えば、「ホームページを作ったが売上に繋がらない」という問題を持っていたとしても、ホームページを作りさえすれば「何となく見てもらって売れるようになる」と思う方も多いものです。

どこの誰にどのように訴求する商品なのか、商品力やコンセプトがしっかりしていない状態では効果は限定的です。事業全体をとらえてしっかりと整理しましょう。

②狙いたい効果



I T活用によってどのような効果が狙えるのか考えておきましょう。業務効率化やコスト削減はなかなか目に見えにくいものです。効果測定できるようにあらかじめ見積っておくことも重要です。さらに、アプリにはコスト効果だけでなく、コミュニケーションが活発になることで社員の協働意欲が高まったり、勤怠管理アプリを入れたことで、就業規則が整備されるきっかけになることもあります。

③予算レベル



かけられる予算はどのくらいか確認しましょう。クラウド型のアプリは月額利用料のパターンが多いので、毎月の予算で考えることも重要です。また、初期導入費や開発費など月額費用以外にかかる費用がある場合には予算に加えます。ただし、多くの場合は予算感が分からないケースが多いので、想定するビジネス用アプリの値段を調べつつ相場を掴むと良いでしょう。

④時期・期限



いつまでにI T活用をしたいのか確認しましょう。あまり時間がかけられないか、しっかりと時間が確保できるかによって選択肢や外部サポーターの利用有無が変わります。また、税制などの制度改正、補助金申請の期限、投資ができる事業年度の区切りなど期限に関わるものもあります。

⑤組織・人材

事業者の組織形態や人材を確認しましょう。大人数なのか、少人数なのか。実際に使う人や、運用する役割の人は誰か。どのような場所で使うのか。場合によっては、実際に使う人に会って話をすることも重要です。

実際に使う場面を想定しながら、丁寧に経営全体を捉えて多面的に把握することがポイントです。



⑥ I T活用レベル

事業者の I T活用レベルによって採用できるアプリは変わってきます。自分たちでできるのか、外部のサポーターが必要なのか。さらに、経営者や社員のパソコンやスマートフォンの利用レベル、表計算ソフトなどの利用レベル、さらにインターネットやコンピュータの仕組みなど、基本的な I T知識・スキルを確認するようにしましょう。また、今後採用人材によって I Tスキルを補っていく方法もありますので人材採用計画も確認すると良いでしょう。

⑦使っている I T

現在使っているハードウェア機器や、ビジネス用アプリ、ソフトウェアを確認しましょう。ハードウェアの有無によって採用できるビジネス用アプリが変わりますし、必要に応じて設備投資が必要になることがあります。

また、既存のビジネス用アプリやソフトウェアも新たに導入するビジネス用アプリとの連携が重要になる場合がありますので、どのようなアプリなどを使っているか正確に確認する必要があります。さらに、ネットワーク環境（Wi-Fiはあるか、通信速度は早いかな）、OSやオフィスソフトのバージョンなども確認するようにしましょう。

使っている I T項目		使っている I T項目	
<input type="checkbox"/>	パソコン（ノート、デスクトップ、台数）	<input type="checkbox"/>	Webカメラ、マイク
<input type="checkbox"/>	タブレット	<input type="checkbox"/>	インターネット回線
<input type="checkbox"/>	スマートフォン	<input type="checkbox"/>	Wi-Fiルーター
<input type="checkbox"/>	POSレジ	<input type="checkbox"/>	モバイルルーター
<input type="checkbox"/>	オフィスソフト	<input type="checkbox"/>	電波の強弱（携帯、Wi-Fiなど）
<input type="checkbox"/>	会計ソフト・アプリ	<input type="checkbox"/>	プリンター
<input type="checkbox"/>	ホームページの有無	<input type="checkbox"/>	電話/FAX
<input type="checkbox"/>	メール（サーバ）	<input type="checkbox"/>	ストレージ
<input type="checkbox"/>	ドメイン	<input type="checkbox"/>	入場セキュリティ

「第3章 アプリ別導入のポイント」も合わせて活用しよう！（P37～）

①問題や②狙いたい効果をヒアリングしながら第3章の「(1)こんな事業者におススメ！」を確認して導入すべきアプリ種別を考えましょう。

①問題は？

- ✓ スタッフのスケジュールがわからない
- ✓ 社内の情報共有ができていない



②狙いたい効果

- ✓ 社内の情報共有やコミュニケーションを増やしたい
- ✓ 離れた事業所の社員の予定を知りたい

第3章 アプリ別導入のポイント

(1) こんな事業者におススメ！

- スタッフ間のスケジュールや予定が良く分からない
- 複数の事業所に分かれていたり、外出する人が多い
- 社内コミュニケーションを増やしたい

✓ チェックしてみよう



(2)ステップ② 導入のポイント

ヒアリングが済んだら導入を検討していきましょう。具体的なアプリの選定、試用、社内への導入をしていきます。



導入をするときは次のことに気を付けましょう

	ポイント	内容	チェック
①	責任者／担当者を決めよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 責任者は誰か ✓ システムを導入するメイン担当者は 	
②	要件を比較検討しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機能やセキュリティ要件は満たせるか ✓ 複数のアプリを比較したか ✓ 初期設定に委託が必要か 	
③	契約条件を確認しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用範囲や価格、ライセンス範囲は ✓ やめられるか (契約条件、データのエクスポートなど) ✓ サポート体制は充実しているか 	
④	必ず試用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 複数人で試用したか ✓ カスタマイズ性はあるか ✓ 直感的で使いやすいか 	
⑤	スケジュールに余裕を持とう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設定に時間がかからないか ✓ テスト・サポート期間は十分あるか 	
⑥	スタッフの理解を得よう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社員に説明して協力をお願いできるか ✓ 背景や意図を理解しているか ✓ マニュアルやQA集は準備できているか 	
⑦	並行運用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いきなり切り替えず一定期間両方使えるか ✓ どのくらい問題なければ本格利用に移れるか 	

① 責任者／担当者を決めよう



通常、ビジネス用アプリの多くは導入を決めて契約しても、すぐに使えるものではありません。設定作業を行ったり、社内のルール作りや説明など様々な作業が必要です。そのため、支援者ではなく、社内で責任を持って推進する責任者、担当者を明確に決める必要があります。作業負荷や調整負担も大きいいため、周囲の協力や労働面での配慮も重要になってきます。

また、導入後も運用に携わるメンバーになるため、適性も見極めて決定するように助言しましょう。

② 要件を比較検討しよう



候補となるビジネス用アプリの機能や要件を整理し、希望する要件を満たすことができるか確認していきましょう。ビジネス用アプリは既製品であることから、すべてを完璧に満たせることは少ないものです。一方、ほとんどのアプリ種別で複数の選択肢があります。また、一から開発するわけではなく、いつでも試用できることがクラウド型のビジネス用アプリのメリットです。そのため、必ず複数のアプリの比較しましょう。

ビジネス用アプリで実現したいこと、必要とする条件を「要件」といいますが、機能や価格を含め、確認すべきポイントは次の通りです。必須の要件、優先度の高い要件、妥協できる要件などを整理しながら比較検討表を作ってみて下さい。比較検討表を作ってみると判断がしやすくなります。

【 要件で確認するポイント 】

	要件		チェックポイント
1	機能		目的に沿った必要な機能があるか
2	価格		初期費用、ランニングコスト、ユーザなど課金単位
3	サポート体制		質問への受付方法（電話、メールなど）、対応時間、休日など
4	他アプリとの連携		現状の他システムとの連携可否
5	カスタマイズ性		設定でカスタマイズできるか
6	デザイン・使いやすさ		見やすさ、分かりやすさ、新しさ、反応スピード (パソコン、スマートフォンなどそれぞれで使いやすいか)
7	スマートフォン対応		スマートフォン、タブレット、パソコン対応
8	インポート／エクスポート		CSVファイルなどのデータのインポート、エクスポートは可能か。柔軟か。
9	バックアップ		定期的にバックアップがとられているか。復旧させられるか。
10	セキュリティレベル		2段階認証、情報漏えい対策(ログイン記録など)などはあるか



要件の比較検討はやや難しく、スキルや知識が必要な内容もありますが、機能・価格・サポート体制は最低限確認するようにしましょう。

【 比較表の例 】

	要件	アプリA (a社)		アプリB (b社)		アプリC (c社)	
1	機能	○	必要な機能は最低限ある	○	必要な機能は最低限ある	◎	必要な機能以外に、プラグインが豊富
2	価格	◎	月3千円	○	月5千円	△	月1万円
3	サポート体制	△	別途有償	△	メールのみ	◎	電話・メール可 早期回答をPR
4	会計アプリとの連携	×	開発が必要	◎	標準で可	◎	標準で可
5	〇〇機能	◎	ある	◎	ある	×	なし
6	デザイン	◎	見やすい	○	やや古い	△	古いデザインで見にくい
7	スマートフォン対応	○	可能だが機能は限定	△	一部可	◎	問題なし

③ 契約条件を確認しよう

要件と合わせて、ビジネス用アプリの契約条件を確認しましょう。利用範囲が限定的で、追加オプション費用がかかったり、「1年以上の契約が条件」など、期限が決められていることもあります。また、リース契約など途中で解約できないことがあります。いつでも解約できるサービスか、解約するときの条件、費用がどうかなるかなども重要なポイントになります。

④ 必ず試用しよう



クラウド型のビジネス用アプリの良いところは試用できる点です。特に設備投資などがいらないため、一定期間お試しで使うことができます。まずはテスト利用（試用）に申し込んで具体的に触ってみて確認することが重要です。

試用してみると、外から見えるアピールされた情報とイメージが異なることが多いものです。できれば、複数の人間で確認し、機能的な面だけでなく直感的な使いやすさも確認しましょう。さらに、パソコンだけでなく、スマートフォンやタブレットでも試してみることも重要です。

なお、試用期間には注意が必要です。多くのアプリは1ヶ月程度、場合によっては1～2週間というケースもあります。複数のビジネス用アプリを比較する際には同時に使える方が比較しやすいので、試用を申し込むタイミングにも注意しましょう。

⑤ スケジュールに余裕を持とう



ビジネス用アプリは、購入してすぐに使えるものは稀です。ある程度の初期設定や、アプリ運用と会社のルールの調整が必要になることがあります。通常で数週間から数ヶ月かかるものもあります。例えば期末や決算期など、会社の繁忙期が分かっている場合には、その時期のビジネス用アプリの導入は避けましょう。繁忙期にはビジネス用アプリが安定的に使えることが理想ですので、購入から利用開始までスケジュールには余裕を持って計画するようにしましょう。

⑥ スタッフの理解を得よう

ビジネス用アプリを導入するということは今までと業務のやり方を変えることとなります。全体では便利になったり、効率化が進んでも、社員個人個人では、慣れない人が出たり、負担が増えることがあります。

通常、「今までと異なるやり方」というのは反発を招きやすいため、丁寧に説明・フォローする必要があります。例えば、説明会を実施し背景やメリットを説明したり、利用マニュアルの用意、Q A 集の作成などスタッフの理解が得られるように努力しましょう。また、アプリ会社からひな形や資料が提供されることもありますので確認してみてください。

⑦ 並行運用しよう

ビジネス用アプリの導入後、始めは色々と問題が起こることが想定されます。もし今までの業務を置き換えるような作業があれば、一定期間は今までのやり方とビジネス用アプリを並行して利用すると良いでしょう。

例えば、経費精算の場合であれば、従来紙で申請していたのであれば、当面は紙の申請とビジネス用アプリの申請を両方受け付けるようにし、少しずつ慣れるようにしましょう。

現場を混乱させないように、丁寧に検討してスムーズに導入していきましょう。



(3)ステップ③ フォローのポイント

ビジネス用アプリ導入後も定期的にうまく運用できているか確認しましょう。最初は良くても、いつのまにか使わなくなっていたり、新たな問題が発生していることがあります。



フォローを行うときは次のことに気を付けましょう。

	ポイント	内容	チェック
①	効果は出ているか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 効果測定できているか ✓ 適切に効率化できているか ✓ コスト以外の効果は出ているか 	
②	使いこなせているか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ビジネス用アプリが適切に使われているか ✓ 部分利用に留まっていないか ✓ 社員や担当者から不満は出していないか 	
③	継続性はあるか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 組織体制は維持できているか ✓ マニュアルは整備されているか ✓ 「あの担当者しか分からない」となっていないか 	
④	改善点はないか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設定変更などメンテナンスは必要ないか ✓ クライアント機器のバージョンは適合しているか ✓ セキュリティ対策やバックアップは適切か 	
⑤	今後の発展性	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新しいビジネス用アプリ導入は検討できないか ✓ 他のシステムと連携できないか ✓ 新しい設備投資はできないか 	

① 効果は出ているか



ビジネス用アプリ導入の効果が出ているか確認しましょう。効果には様々な観点がありますが、まずは作業工数を算出すると分かりやすいでしょう。担当者へヒアリングすることで、今までかかっていた工数（〇〇時間）と、ビジネス用アプリ導入後の工数を比べることで効果を定量的に判断することができます。ただし、その時には部分的な数字に目を向けないように注意しましょう。例えば、ある1人に作業時間が増えても会社全体で見れば効率的になっていることが多いものです。また、ホームページやECサイトなどでは販売量が増えたり取引先との信頼性が向上するなど、工数（≒コスト）以外の効果もあります。幅広い観点から効果を見極めるようにしましょう。

② 使いこなせているか



導入されたビジネス用アプリが適切に使われているか確認しましょう。せっかく入れたのになかなか浸透していなかったり、一部の人しか使っていないことがあります。例えば、グループウェアはメンバーが会議できる共通時間を見つけるなど、多くの人を利用して効果を発揮する特徴がありますが、一部の人しか使っていないければ効果は半減してしまいます。

また、せっかくのアプリ機能が一部しか使われていなかったり、使いながらも利用メンバーから不平・不満が出ていることがあります。この背景には、操作に慣れていないことなどが原因であることもあります。多くのビジネス用アプリはしっかり使うことで効果が出ます。ぜひ、使われていない場合は原因を丁寧に探りフォローするようにしましょう。

③ 継続性はあるか

ビジネス用アプリの導入効果が一過性のものにならず、継続的な効果を発揮するようにフォロー時に確認しましょう。はじめは盛り上がりながらも、導入後に担当者が異動して推進力が低下したり、ビジネス用アプリの設定や理解が属人的になったことで引継ぎができなくなることがあります。きちんと、定期的に効果測定を行いながら、コツコツと改善していくような体制が出来ているかフォローしていきましょう。

④ 改善点はないか

ビジネス用アプリは使っていると、様々な問題が発生してきます。また、環境や業務が変化すると設定変更などが必要になります。また、ブラウザのバージョンがビジネス用アプリに対応しなくなったり、外部からのセキュリティ攻撃が強くなることで、より高いレベルのセキュリティ対策が求められることもあります。常に改善点はないかフォローしていきましょう。

⑤ 今後の発展性

さらに効果を出すためにビジネス用アプリを発展させ、周辺アプリとの連携や適用業務の拡大なども検討しましょう。例えば、グループウェアやチャットを使って新しい働き方に応用できないか。勤怠管理アプリと会計アプリを連動できないか。さらに紙をなくすために、モニターやプロジェクターなどの設備投資は必要ないかなどが考えられます。常に今後の発展性を見据えながらフォローしましょう。

コラム

ビジネス用アプリ導入の効果とは？

ビジネス用アプリの効果はどのように考えれば良いのでしょうか？ I T 導入の効果は色々ありますが、大きく3つに考えると分かりやすいと思います。

まず第1の効果が「効率化」です。これは理解しやすい効果だと思います。今まで行っていた仕事を自動化・省力化することで、少ない労力で仕事ができるようになります。そして、第2の効果として、「付加価値向上」があります。効率化の結果、空いた時間をより価値の高い仕事に割くことで、従来よりも付加価値を付けた仕事ができるようになります。例えば、営業担当のデータ入力作業が少なくなることで、より顧客訪問ができるようになるという具合です。

① 効率化

② 付加価値向上

③ 組織力強化



さらに、第3の効果として、「組織力強化」も加えておきたいと思います。例えば、グループウェアを導入することで従来よりも活発なコミュニケーションがとられて強い組織になることがあります。また、単純作業が削減されることで、モチベーションが向上することがあります。さらに、リモートワークなど従来よりも柔軟な働き方を可能にし、有能な社員を採用することもできます。

P6の中小企業白書の調査でも「I T 導入・利活用を進めようとする際の課題」で、「導入の効果が分からない、評価できない」が上位にあがります。効果がわからず導入を見送るのは非常にもったいないことです。ビジネス用アプリの効果を幅広く考慮してぜひ導入を積極的に進めたいものです。

第2章

ここからアプリの使い方

1. ここからアプリの使い方

ここからアプリでは、ビジネス用アプリ導入支援のノウハウや事例を見ることができます。ここでは、小規模事業者の支援状況に応じて4つのアプローチをご紹介します。

状況① IT支援には慣れていない

支援者として、IT支援力を向上するために、どこから手をつければいいのか分からない時。

2. 支援機関別
ポータル
(P23～)

状況② 業種ごとに支援のヒントが欲しい

これから訪問する事業者の業種など、特定の業種で、どのような支援の可能性があるかを確認したい時。

3. 業種別支援
パッケージ
(P27)

状況③ 事例から有効なアプリを探したい

業種が近い事業者などの、具体的な導入事例を見ながら、業務改善のアイデアや手段を知りたい時。

4. IT導入事例
検索ページ
(P28～)

状況④ 想定する課題・アプリが決まっている

既に課題が明確であったり、想定するビジネス用アプリが決まっている時や、その種類の候補を知りたい時。

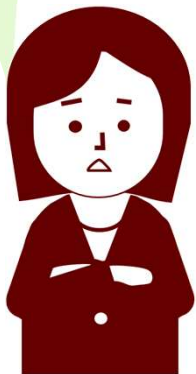
5. アプリ検索
(P34～)

いろいろな機能を
活用してください



2. 支援機関別ポータルを使う

支援機関別ポータルって何ですか？



支援者がIT支援を進めるときの「**参考資料集**」です。所属する支援機関の種類によって状況は違うので、それぞれのポータルページを用意しました。



支援機関別ポータルは、これまでIT支援をあまり進めてこられなかった支援機関が、これからIT支援を進めていくことをサポートするページです。

商工団体向けの「**経営指導員のIT支援特集ページ**」
金融機関向けの「**金融機関のIT支援特集ページ**」
税理士事務所向けの「**税理士ITサポート**」
という3種類があります。

① 所属する支援機関向けのポータルページを開いてください。

もちろん、他の支援機関向けのページを、参考にしてもOKです。



経営指導員のIT支援特集ページ

このページでは、これまでIT支援の機会が比較的少なかった経営指導員の方をターゲットにして、5つのステップに分けてIT支援をサポートするコンテンツを紹介しています。

経営指導員の方は、それぞれに多様なキャリア、得意分野、地域での役割をお持ちで、IT支援における段階も様々だと思います。それぞれの状況にあったコンテンツを選んで参考にしてください。



経営指導員のIT支援特集ページ

2023年8月18日 | 中小機構 中小企業アドバイザー（経営支援） 吉田明弘

経営指導員 地域支援機関



今の時代に、経営をより良いものにしていこうと考えたとき、多くのシーンでITという手段が絡んできます。経営指導員のみならず、事業者の経営支援を進める際も、IT支援を避けられない状況になってきているのではないでしょうか。

このページでは、経営指導員のみならずIT支援を進めるにあたり参考になるコンテンツをまとめて紹介します。

ステップ別 IT支援のポイント

経営指導員の皆さまは、それぞれに多様なキャリア、得意分野、地域での役割をお持ちで、IT支援における段階も様々だと思います。そのため、ここではステップ別に参考コンテンツを分けて紹介していきます。

ステップ0から順番に見ていっても良いですし、ご自身の段階に合わせてピックアップして見ても良いと思いますので、ご自身に合った形でご利用ください。

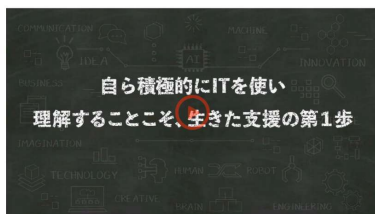
- ・ [ステップ0：IT支援のイメージをつかもう](#)
- ・ [ステップ1：事業者の背中を押そう](#)
- ・ [ステップ2：得意分野をひとつ作ろう](#)
- ・ [ステップ3：知識を広げよう](#)
- ・ [ステップ4：他の支援者を見よう](#)

ステップ0：IT支援のイメージをつかもう

IT支援というと、何か高度な支援を思い浮かべる方もいるかもしれませんが、専門家と呼ばなければ、支援が難しいと考える方もいると思います。

しかし、みなさんの周りの事業者の方は、そこまで高度なIT支援を必要とされているでしょうか。もちろん、IT専門家が必要とするケースもありますが、ITの必要性より前に、経営課題を分析できていない事業者の方も多いのではないのでしょうか。

地域の支援者が、事業者の方と一緒に経営課題を考えていく中で、自然とITが出てくる支援のイメージを、ドラマ仕立ての動画にしていますので、是非ご覧ください。



IT導入支援動画【支援機関編】

お役立ち情報

- > [お役立ち情報](#)
- > [支援施策一覧](#)

5つのステップ

- ステップ0：IT支援のイメージをつかもう
- ステップ1：事業者の背中を押そう
- ステップ2：得意分野をひとつ作ろう
- ステップ3：知識を広げよう
- ステップ4：他の支援者を見よう

金融機関のIT支援特集ページ

このページでは、地域密着型の金融機関がIT支援を進めていくにあたって、役に立つコンテンツを3つのステップに分けて紹介しています。

事業者のビジネスや経営課題を理解して、何を実現したいのか目的を明確にした上で、支援を進めましょう。ホームページ活用を支援するに際しては、デザインの知識があるとより効果的なホームページと一緒に考えることができます。紹介しているコンテンツを参考にしてください。



金融機関のIT支援特集ページ

2023年2月13日 | 中小機構 中小企業アドバイザー（経営支援） 吉田明弘

金融機関のIT支援



地域の金融機関が顧客企業にIT支援をするなんて、まだまだ遠い世界のことと考える人もいるかもしれませんが、一歩引いて本業支援として見ると、経営とITは一体でありIT支援も重要です。本ページでは、金融機関が顧客企業のIT活用を支援するために役立つ情報をピックアップして紹介します。

地域密着型金融機関におけるIT支援の位置づけを再確認してください。

本業支援とIT支援

今、多くの地域金融機関が、顧客である事業者の「本業支援」を進めていくことを打ち出していると思います。地域密着型の金融機関は、地域とともに生きる組織であり、地域のCFOのような存在でしょう。そうであれば、地域経済の実体である、地域の事業者の経営を支援するのは自然な流れです。それが金融機関のビジネスを維持拡大することにも直結します。



地域とともに生きる～金融機関の取り組み

それでは「IT支援」についてはどうでしょうか。もしかしたら、地域の事業者自身も、ITの必要性が顕著化しておらず、金融機関へ何もリクエストが届いていないかもしれません。しかし今は、経営とITを一体的に考えなければならない時代です。10年先も続いてほしい事業なのであれば、ITを取り入れないという選択肢はありません。

そこで、金融機関として何ができるか、ということを考えてみましょう。

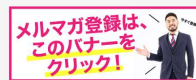
ステップに分けて考える

一口に「IT支援」と言っても、さまざまな支援の形があります。ですから、さあ今日からIT支援を始めよう！という掛け声とともに、いきなり全面的な支援ができるわけではありません。ステップに分けて、一つずつ着実に前に進んでいくことも大切です。どのようなステップに分けるかは、いろいろな考え方がありますが、ここでは以下の3ステップで考えてみましょう。

1. まずは顔の広さを活かした支援
2. ホームページ活用を支援する
3. DXへの道筋を支援する

それぞれを、以下で説明します。

- > 支援機関一覧
- > アプリ選択ガイド
- > 特集
- > セミナー情報



3つのステップ

ステップ1：まずは顔の広さを活かした支援
ステップ2：ホームページ活用を支援する
ステップ3：DXへの道筋を支援する

税理士ITサポート

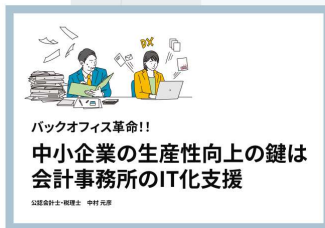
このページでは、税理士が事務所のIT化や関与先へのIT支援を進めていくにあたって、役に立つコンテンツを紹介しています。



Case Study

税理士事務所によるIT化支援

IT化支援を行う税理士事務所のインタビュー記事をご紹介します



バックオフィス革命
生産性向上の鍵は会計
化支援

— 公認会計士・税理士 中村 元典

会計事務所の近未来を探る!!
デジタル時代の会計と経営環境の変化、
の変わりをわかりやすく説明、今後の中小企業への影響と会計事
務所の未来、時代に求められる支援者の役割について、技術動
向等の参考資料を裏付けに解説しています。

■ 会計

税理士事務所によるIT化支援に関するインタビュー記事を多数掲載しています。

会計システムを中心に、どのような考え方でどのような支援をしているのか、他業界の支援者であっても参考になります。

すぐに役に立つ具体的なツールを紹介しています。気軽に使えるものばかりなので、まずは使ってみてください。



トピックス

ITに関連する旬の情報や日常のITトピックスをお届けします



電子帳簿保存法 直前対策!
— 中小機構 中小企業アドバイザー (経営支援)
原田 将亮



Chat GPTの活用方法と注意点
— 中小機構 中小企業アドバイザー (経営支援)
原田 将亮



インボイス直前対策 ～免税事業者編～
— 中小機構 中小企業アドバイザー (経営支援)
松岡 聖太郎
■ 国家資格発行 ■ 会計

ITに関連する旬の情報や日常のITトピックスを紹介しています。

3. 業種別支援パッケージを使う

業種別支援パッケージはどう使うのですか？



支援先を訪問する前や、訪問して課題を理解したあとに、近い業種のページを見てみると、支援のヒントになる情報がきっと見つかると思います。



業種別支援パッケージは、業種ごとの典型的な経営課題を軸に、支援のヒントになる情報をまとめて紹介しています。

これまではあまりIT支援や経営支援をしてこなかった支援者であっても、何に着目して事業者とコミュニケーションをしていけば良いのか分かるようになっていたので、ぜひ参考にしてください。

① 事業者の業種に近いパッケージを開いてください。

IT支援初学者の学びにも使えますよ



4. IT導入事例検索を使う

どんな事例があるのでしょか？



実際にビジネス用アプリを導入して効果のあった事例が沢山紹介されています。事業者だけでなく、「支援者が関わった事例」もあるのが特徴です。



事例検索では、実際にビジネス用アプリを導入した事業者の取材記事が掲載されています。また、記事によっては、支援者が関わった事例（記事・動画）もありますので、どのような観点で支援されているのか参考にすることができます。

業種から 事例検索

目的から 事例検索

支援者 事例検索

① 事業者の業種に近い導入事例を参考にしたいときは、こちらから検索！

② 具体的なアプリ種別や導入目的が分かっているときは、こちらから検索！

③ 支援者が関わった導入事例を参考にしたいときは、こちらから検索！

業種から事例を選ぶ



① 業種から事例検索を選択します。

業種から事例検索



② 参考にしたい業種を選択します。

導入事例検索結果



③ 参考にしたい事例を選択します。

目的から事例を選ぶ

目的から 事例検索

① 目的から事例検索を選択します。

導入事例を絞り込む

注目のキーワード 販路拡大 補助金 決済 例：小売業,地方,残業時間

業種

小売業	飲食業
宿泊業	理容・美容業
個人向けサービス	建設業
製造業	その他

地域

北海道	東北	関東
中部	近畿	中国
四国	九州	沖縄

目的から探す (複数選択可)

- お客様・取引先を増やしたい (4)
- 仕入や在庫の管理をしたい (1)
- 決済や請求をしたい (5)
- 経営やお金の把握をしたい (1)
- 人の管理をしたい (3)
- 情報共有をしたい (3)

支援事例表示 支援を受けた事例だけを表示する

動画事例表示 動画のある事例を表示する

絞り込み解除


検索

② 業種、地域、目的で絞り込むことができます。

③ 支援事例、動画のある事例を検索する場合はチェックをつけます。

④ 検索ボタンを押します。

2件



事例

2019.12.13

ICカードと勤怠管理を連携、勤怠の省力管理を達成
株式会社MPS

その他

事例

⑤ 参考にしたい事例を選択します。

支援事例を見る



支援者

事例検索

① 支援者事例検索を選択します。

導入事例検索結果

/ 導入事例を絞り込む

絞り込み
検索条件

業種

地域

目的から探す

支援事例

表示する

動画事例

② 支援事例を表示する設定になっています。

検索条件を絞り込む

30 件

事例

事例

事例

③ 参考にしたい事例を選択します。

支援事例には動画がついているものも多
あります





株式会社MPSは、急拡大する事業により、従業員数が増大。手打ちタイムカードによる勤怠管理が困難になっていた。この課題への対応と、個人情報保護に配慮した厳密な入室管理を行う必要とを同時に実現するため、ICカードによるスマートロックシステムと勤怠管理アプリと連携したシステムを導入した。

④ 動画のある事例はここから再生されます。



石井さん 「弊社は千葉県、茨城県に4つの拠点を持つ中間物流事業者で、お客様の商品を管理し、オーダーに応じピッキングして梱包、運送事業者さまに手渡すロジスティクス業務を展開しております」

**その他の
ここからチェック**

その他の業種にあった、
お助けアプリが探せます

今すぐチェックする >

事例に関連するアプリ

【導入】Akerunの無料貸し出しを利用、既存システムとの連携を検証後、導入

石井さん 「以前よりお付き合いのあった物流コンサルの方から、こうした課題に詳しいITコンサルの方をご紹介いただきました。その方に相談したところ、ICカードでのスマートロックによるクラウド入室管理の「Akerun入室管理システム」と、クラウド勤怠管理の「キングオブタイム」を連動させて利用することで自動管理が可能になるとのご助言をいただきました。本格導入の前にAkerunの無料貸し出しを利用し、キングオブタイムとも合わせ、すでに導入している警備保障システムとの互換性やクラウド会計ソフトへのデータ連携などを2~3か月ほど検証し、最終的にその組み合わせで導入することを決定しました。」

【効果】会計システムと自動連携することで管理者の手間が激減



石井さん 「AkerunはSuicaなど既存のICカードとの連携も可能とのことでしたが、事業所までクルマ通勤する従業員が多いことから、専用のICカードを発行することとしました。試用期間中はICカードでの記録を忘れる従業員もいましたが、本格導入までに解決できたと思っています。タイムカードのデータの手入力がなくなり、自動的に連携するようになり、処理は便利になりました。数字がデータとして上がってくるので、会社システムにもそのまま導入できます。忙しい中

現在、支援を進めていく上で、やはりデモ環境の充実をベンダーさんをお願いしたいと思っています。たとえば試用期間が10日間ですと、期間内にデモを行える社数が限られてしまいます。支援者向けアカウントをご用意いただいて、そうした期間の制限なくデモができた、お客様に解説しやすい動画などをご準備いただくと、アプリケーションをおすすめしやすくなると思います。現在の人手不足の状況において、世の中全体をIT化していくのは社会の命題だと思っています。業務とITをつなぐ私たちのような立場の人間が、もっと連携して頑張ることができればいいなと思っています。



株式会社アンドイットラボ
代表取締役
中小企業診断士
安藤 肇

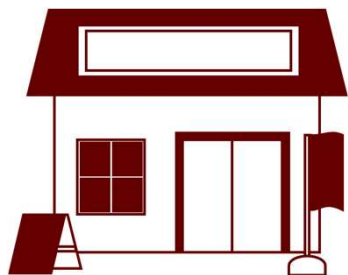
⑤ 課題、導入、効果、展望などの記事が掲載されます

⑥ 支援者の話も掲載されています。

掲載されている事例は身近な事例ばかりです。事業者の生の声ですので支援現場で役立つものが多いですよ。特に、相談された事業者との相違点を意識しながら参考にすると、助言しやすくなります。



IT導入に限った話ではありませんが、多くの企業、多くの支援機関が先行事例を知りたいと考えています。そのため、「事例はありませんか」「事例を紹介してほしいです」という声がよく聞かれます。それはなぜでしょうか？事例の活用について、改めて整理してみましょう。



**ITを導入したら
すごい成果が出ました！**

成功する方法を真似したい

事例を求める理由を簡単に表現するならば、それは、成功する方法を真似したい、ということだと思います。何をすれば成功するのか分からないときに、成功した先人の真似をする、というのは、最も分かりやすい方法です。ですが、その思考に至る過程には、知らないうちに、以下のような要素が紛れ込んでいることも意識しておきましょう。

① コストパフォーマンス

成功する方法をゼロから探すのは大変です。成功した誰かの真似をして上手くいけば、それが最も効率が良いでしょう。そのため、多くの人は誰かの真似をしたいと考えます。しかし、気をつけなければいけないのは、効率が良くなるのは、真似をするだけで上手くいく場合だけだということです。

② 社会的証明 (social proof)

人は、他の人が評価しているものを、同じように評価する傾向を持ちます。「このツールは良かった」という情報によって、自分だけの独自の判断を省略したくなるものです。そうしたプラスの情報から、導入する人が増え、一部の成功者による高評価が増え、また導入が増える、バンドワゴン効果という現象も起こります。

③ 銀の弾丸

何かのツールを導入すれば、複雑な問題が一気に解決する（銀の弾丸で厄介な狼男を一発で倒せる）ということを、人は期待しがちです。しかし、どんなツールも限定的な効果しかなく、経営課題は大小いくつもの施策の組合せで試行錯誤して、やっと解決できることが多いです。銀の弾丸などありません。

本質を見極めよう

事例はそのまま真似できるものではありません。なぜなら、まったく同じ環境で、まったく同じ経営資源を活用して、まったく同じビジネスを展開している事業者などいないからです。同じ業種の導入事例であっても、そこで導入されたツールが、別の事業者で成果につながるかは、残念ながら分かりません。

では、事例はどう活用すれば良いのでしょうか。

事例は漠然と真似をするのではなく、本質を見極めて活用しましょう。

事例ごとの細かい状況を読み取っていき、どの要素がどのように影響したか、それはなぜか、事例の裏にあるロジックを考えて、抽出します。そうして抽出されたロジックを、事業者に合わせて再構築することで、事例は活用できます。

ただ漠然と事例を求めるのは、やめましょう。

**事例の裏にあるロジック
それを活かすんだ！**



5. アプリ検索を使う

アプリ検索はいつ使うのでしょうか？



ある程度経営課題や、ビジネス用アプリに当たりにかかっているときはアプリ検索を使うと便利です。



アプリ検索は、業種や目的からアプリを検索する機能です。ある程度、経営課題や目的が定まっていたり、探したいアプリが決まっていたらビジネス用アプリの候補を探す時に便利です。



① 目的からアプリ検索を選択します。

アプリを絞り込む

注目のキーワード

業種 (1つ選んでください)

<input type="button" value="小売業"/>	<input type="button" value="飲食業"/>
<input type="button" value="宿泊業"/>	<input type="button" value="美容・美容業"/>
<input type="button" value="個人向けサービス"/>	<input type="button" value="建設業"/>
<input type="button" value="製造業"/>	<input type="button" value="その他"/>

目的から探す (複数選択可)

<input type="checkbox"/> お客様・取引先を増やしたい (11)
<input type="checkbox"/> 仕入や在庫の管理をしたい (7)
<input type="checkbox"/> 決済や請求をしたい (11)
<input type="checkbox"/> 経営やお金の把握をしたい (2)
<input type="checkbox"/> 人の管理をしたい (4)
<input type="checkbox"/> 情報共有をしたい (3)
<input type="checkbox"/> 業界に特化したアプリを探したい (3)
<input type="checkbox"/> 分析や自動化をしたい (0)
<input type="checkbox"/> その他 (1)

自社でカスタマイズ可能なアプリや高度なアプリを含む検索結果を表示

スマートSMEサポーターについて

スマートSMEサポーターに登録された事業者のアプリのみ表示

② 業種を選択する

③ 目的を選択する。

目的だけ、業種だけでも検索できますよ





アプリを絞り込む

注目のキーワード 会計 ホームページ作成 決済 例：小売業,QR決済

業種 (1つ選んでください)

小売業 飲食業

宿泊業 理容・美容業

個人向けサービス 建設業

製造業 その他

目的から探す (複数選択可)

お客様・取引先を増やしたい (5)

すべて ホームページ作成 決済 (オンラインID決済) BtoC EC

顧客管理 (BtoC) EC多店舗管理

仕入や在庫の管理をしたい (1)

決済や請求をしたい (5)

経営やお金の把握をしたい (1)

人の管理をしたい (3)

情報共有をしたい (0)

業界に特化したアプリを探したい (0)

自社でカスタマイズ可能なアプリや高度なアプリを含む検索結果を表示

スマートSMEサポーターについて

スマートSMEサポーターに登録された事業者のアプリのみ表示

絞り込み解除

検索

④ 業種と、目的を選ぶと、候補となるビジネス用アプリの種類がプルダウンで表示されます。選択して検索すると、それぞれのビジネス用アプリ一覧が表示されます。



3件 並び替え 導入実績数

初期費用
導入実績数
初期費用
ランニングコスト

アプリ候補

アプリ候補

アプリ候補

⑤ 導入実績、初期費用、ランニングコストで並び替えも可能です。

⑥ 該当するアプリ一覧が表示されます。

⑦ 気になるビジネス用アプリをクリックすれば、詳細な情報が得られます。

アプリ詳細画面へ

⑧ ビジネス用アプリの名前、概要、初期導入コスト、ランニングコスト、無料試用期間などが記載されます。「もっと見る」をクリックすれば、導入実績や外部連携対象アプリ、初期導入サポートなどを調べることが可能です。

多様な働き方を実現する「働き方改革」は今後の事業者にとって重要なテーマですが、効果的に進めるためにはITの活用が欠かせません。働き方改革のITの活用はどのようなポイントがあるでしょうか？



IT活用のポイント

多くのオフィス業務はパソコンさえあればこなせる環境が整ってきました。多様な働き方を実現するためには、「いつでも」「どこでも」働ける環境を構築することが大切です。さらに、ただ自由に働くだけでなく、労働管理を適切に行えるようにする仕組みを整えることが重要です。次の3つのポイントを参考にビジネス用アプリを考えてみましょう。

① クラウド型アプリで環境を整える

どこでも仕事ができるようになるためには、基本的にインターネットに接続されたクラウド型アプリを使っていくことが必要です。例えば、オンラインストレージによって、どこからでもファイルが見られる環境を作り、経理処理や営業作業も、クラウド型の会計アプリ、営業支援アプリを導入すると、出勤しなくても外出先や自宅から作業が可能となります。

オンラインストレージアプリ

会計アプリ

営業支援アプリ

など

② コミュニケーションツールで密な連携をとる

出勤せず業務を行うには、メンバー間の信頼感を醸成する密なコミュニケーションがポイントです。無料の通話やビデオ通話が可能なビジネスチャット、情報共有が手軽になるグループウェアを活用することが大切です。

グループウェアアプリ

ビジネスチャットアプリ

など

③ 就業ルールのポイントを押さえる

ある程度自由な就労にすると労働時間の管理が難しくなります。勤怠管理アプリの打刻は家からでもできますが、例えば就業開始・終了時にメールによる一報や、ビデオ通話を行うことなどポイントを押さえるようにしましょう。

勤怠管理アプリ

営業支援アプリ

など

第3章

アプリ別導入のポイント

1. ホームページ

経営の基本、なければ即作成しましょう

(1) こんな事業者におススメ！

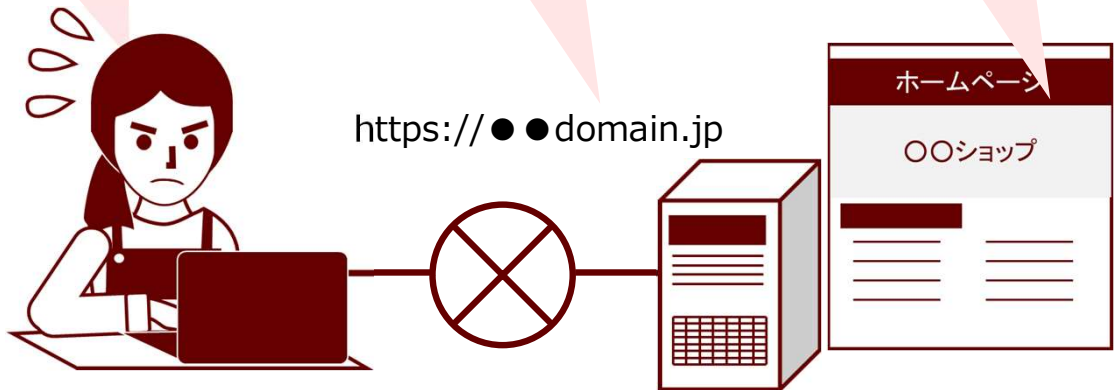
- ホームページを保有していない事業者すべて
- 飲食店におけるクチコミサイトなど、有力な紹介サイトがない業界
- 外部会社と取引がある事業者

(2) 導入のポイント

①自分で更新できる
作りにしよう

②独自ドメインを
取得する

③ターゲットに合わ
せた写真を選ぶ



① 自分で更新できる作りにしよう

お知らせやニュース、商品情報の更新など自社の情報を自分たちでコツコツ発信する必要があります。自分で簡単に作れるホームページ作成サービスや仕組みを利用し、構築は業者に任せただけでも、運用はすべて業者に任せず、自分でも記事を更新できると良いでしょう。

② 独自ドメインを取得する

ホームページの住所にあたる「ドメイン」は独自のものを取得しましょう。コストも年間数百円～数千円程度です。Web上での信頼感醸成や検索で表示されやすくすることや、独自で信頼感のあるメールアドレスの利用にも役立ちます。

③ ターゲットに合わせた写真を選ぼう

ホームページにはデザインも大切ですが、印象を大きく左右する要素に写真があります。どんな人に見て欲しいのか、ターゲットを明確にしたうえで自社やお店の外観、商品の写真などきちんとした写真を用意するようにしましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 自社製品、店舗商品を全国にアピール
- ✓ 事業者として信頼を得ることができる
- ✓ 顧客からの窓口となり問合せや新規取引の可能性ができる

(1) こんな事業者におススメ！

- ニッチ、ユニーク、オリジナル商品を持っている
- 新しい市場に打って出たい
- 店舗や会社の立地条件が悪く直接販売が難しい

(2) 導入のポイント

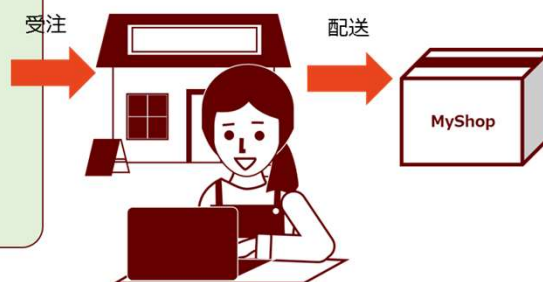
① モール型か独自型か



② ネットでも接客しよう



③ 受注・在庫・配送の管理をしよう



① モール型か独自型か慎重に検討する

ネットショップにおいて、モール型か独自型かでやり方が大きく変わります。モール型は集客力、信頼感、出店の機能が整っている点において売れやすい一方、手数料は大きくなります。独自型は、手数料は少なくすみませんが集客やプロモーションを独自に行うなどの工夫が必要です。

② ネットでも接客しよう

実店舗で商品をおくると、ネットショップで商品をおくことは気を付ける点が変わります。写真の撮り方、説明の仕方、ネガティブ情報の提示、問合せ対応などネットならではの留意する点がありますが、基本的には「接客」です。顧客が必要とする対応をネット上でしっかりとおさえましょう。

③ 受注・在庫・配送の管理をしよう

最近では受注から発注までのスピードが求められます。モール型の倉庫に預ける方法もありますが、独自型の場合は受注から配送までの一連の作業を効率的に管理する必要があります。実店舗と異なり、受注したら商品が切れていたなんてこともあります。在庫管理含めてしっかり管理しましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 販路を広げ、商品を全国に販売することができる
- ✓ 24時間販売できる
- ✓ 立地条件が悪くても、地方でも勝負できる

(1) こんな事業者におススメ！

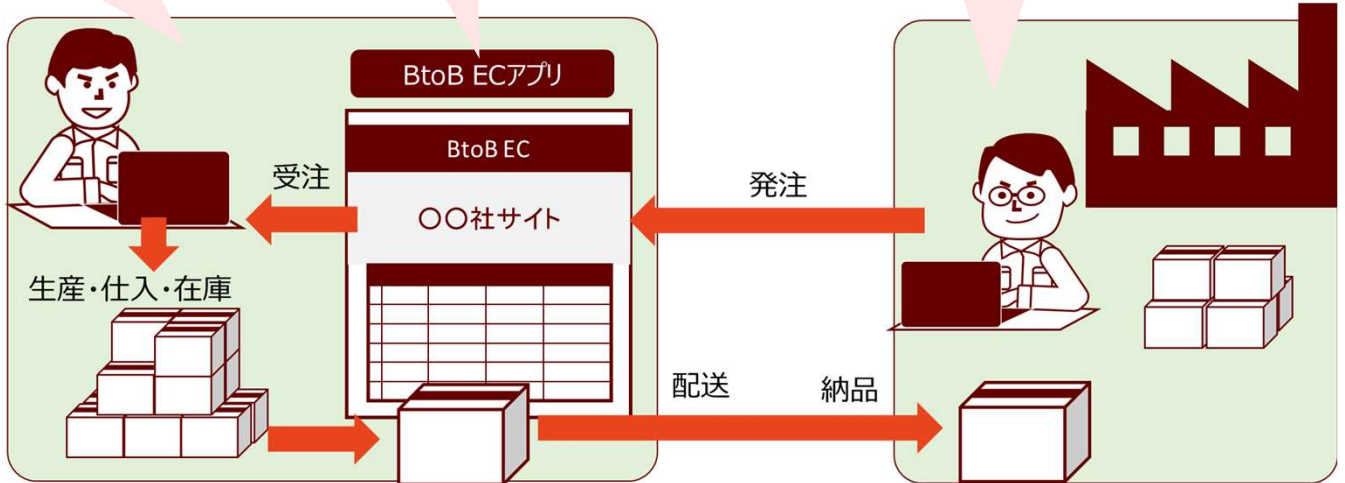
- 取引方法にFAX、電話を使っている
- 受注・仕入・納品業務を効率化したい
- ネットを使った販路を持っていない

(2) 導入のポイント

① 受注から納品までの業務を整理しよう

② 商品データを整理して導入しよう

③ 取引先のIT環境にも配慮しよう



① 受注から納品までの業務を整理しよう

取引先と電子取引をすると、業務情報がデータ化されます。このデータを受注から納品まで一連で活用していくことで効率化ができます。BtoB ECを取り入れるときにはぜひ、業務全体を見直すきっかけにして効率化を図りましょう。

② 商品データを整理して導入しよう

電子取引をするためには、曖昧なデータでは導入ができません。自社商品・製品の型番や、カテゴリ、在庫情報などをきちんと整理し、常に最新状態での管理が求められます。これによって、誤発注や、欠品を防ぐことができ、取引先からの問合せなども少なくすることができます。

③ 取引先のIT環境にも配慮しよう

取引を行うためには自社環境だけでなく、取引先の環境に合わせる必要があります。パソコン、スマートフォンはもちろん、時にはお得意様の相手と同じサービスを使うなど環境面に配慮しつつ、連携しやすいアプリを選びましょう。取引先の効率化にもつながり、販路拡大にも寄与します。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 受注から納品まで一連の業務が効率化して生産性が向上する
- ✓ 自社製品・商品のデータ管理が進み欠品や在庫管理がスムーズになる
- ✓ 取引先にも効率化のメリットが大きく販路が広がる

4. EC多店舗管理

複数のECサイトをまとめて管理しよう

(1) こんな事業者におススメ！

- 複数のECサイトをひとつの画面で管理したい
- ECサイトごとの在庫管理が心配
- 出荷・入庫作業が煩雑

(2) 導入のポイント



① 入荷・集荷業務のルールを整理しよう

EC店舗は、受注から配送まで適切に管理することが大切ですが、多店舗になると管理が煩雑になり、在庫の過不足や出荷遅延が生じやすくなります。入荷・集荷などを効率的かつ、ミスがないように手続きができるようにルールを整理しましょう。

② リアル店舗との連携も意識しよう

EC店舗とリアル店舗の両方を持っている場合は、リアル店舗との連携も大切です。それぞれの注文状況を管理することも大切ですが、さらにリアル店舗で実物とECサイトをアピールしてECサイトで購入してもらうなどそれぞれの特性を活かして販売拡大につなげましょう。

③ 複数店舗をまたいだ分析をしよう

EC多店舗管理では、複数のECサイトを集約して管理することができます。それぞれのサイトごとだけでなく、全社全体でどのような商品が売れ筋なのか、利益率はどうなっているかきちんと分析して全体最適が行えるように分析・改善をしていきましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 複数のECサイトを効率的に管理することができる
- ✓ 複数の販売チャネルを持つことで販売機会が拡大する
- ✓ 店舗管理や商品の入荷・出荷が効率的にできる

5. サイトコントローラー

複数の宿泊サイトを一元管理しよう

(1) こんな事業者におススメ！

- 複数の宿泊サイトを一元管理したい
- 稼働率を向上させたい
- 日々の予約管理を効率的に行いたい

(2) 導入のポイント

① 複数の旅行サイトをまたいだ分析をしよう

宿泊予約サイト



部屋数・予約
など

② サイト管理ルールを決めよう

サイトコントローラー												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	
シングル	2	2	1	2	0	2	0	2	0	2	0	2
ツインA	1	5	0	5	1	5	0	5	1	5	0	5
ツインB	1	5	0	5	1	5	0	5	1	5	0	5
和室A	1	5	0	5	1	5	0	5	1	5	0	5
和室B	1	5	0	5	1	5	0	5	1	5	0	5

予約 在庫 サイト 設定

③ 旅行会社との連携も意識しよう



① 複数の旅行サイトをまたいだ分析をしよう

サイトによって客層が異なったり、季節性の変化など特徴があります。予約サイト単体の分析ではなく複数の予約サイトを一元的に分析して会社全体で効率的な運営を目指しましょう。それぞれの宿泊サイトの特徴や旅行会社の予約状況など総合的な分析で最適化を図りましょう。

② サイト管理ルールを決めよう

複数のサイトを管理すると、予約の割り当てなど、空き室管理をきめ細かくすることができます。どのサイトに、いつ、どのようなプランで空き室を割り当てるか効率的に集客できるようにルールを決めて運用していきましょう。

③ 旅行会社との連携も意識しよう

Web約サイト経由の直接的な顧客だけでなく、旅行会社も重要な顧客です。複数の予約サイトを管理しながら旅行会社のシステム連携も意識し、稼働率アップに活用していきましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 複数の予約サイトを一元的・効率的に管理できる
- ✓ 販売チャネルを増やし機会損失を減らすことができる
- ✓ 効果的な空き室管理で利益率が向上する

6. 予約管理

顧客にとっても、お店にとっても電話予約よりも便利

(1) こんな事業者におススメ！

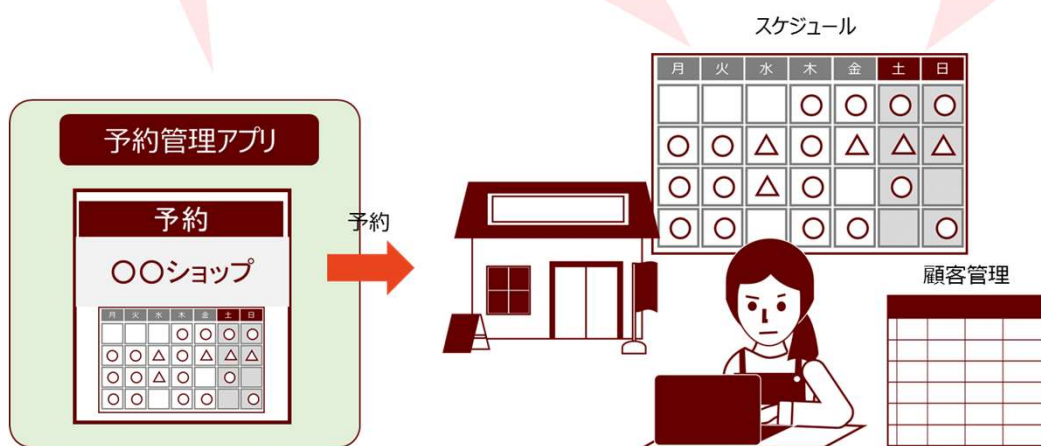
- 理容・美容室、整体・整骨院など予約が中心のサービス業
- 電話予約のみで顧客が伸び悩んでいる（特に若い顧客が減少）
- 顧客管理の記録が大変であり出来ていない

(2) 導入のポイント

① 顧客の管理と連動させよう

② 他のサービスと連動させよう

③ 予約アプリがあることをPRしよう



① 顧客管理と連動

サービス業では、地域密着型であればあるほどいかにリピーターになってもらうかが大切です。予約管理システムと顧客管理を連動させ、前回どのようなサービスを行ったか丁寧に記録し、サービスに反映させる仕組みをもちましょう。

② 他のサービスと連動させよう

予約は集客作業の一環です。電話による受付や、クーポンサイトの予約アプリなど、幅広い予約受付になることが多くなります。それぞれを連動させたり、うまく管理することで集客増加を狙いましょう。

③ 予約アプリがあることをアピールしよう

せっかく、予約アプリを用意しても使われなくては意味がありません。効率化のため、あるいはクーポンサイトの手数料を節約するためにもなるべく自分の予約サイトを使って欲しいものです。ホームページや来客した人にチラシで案内するなど予約サイトをアピールしましょう。

(3) こんな効果が期待

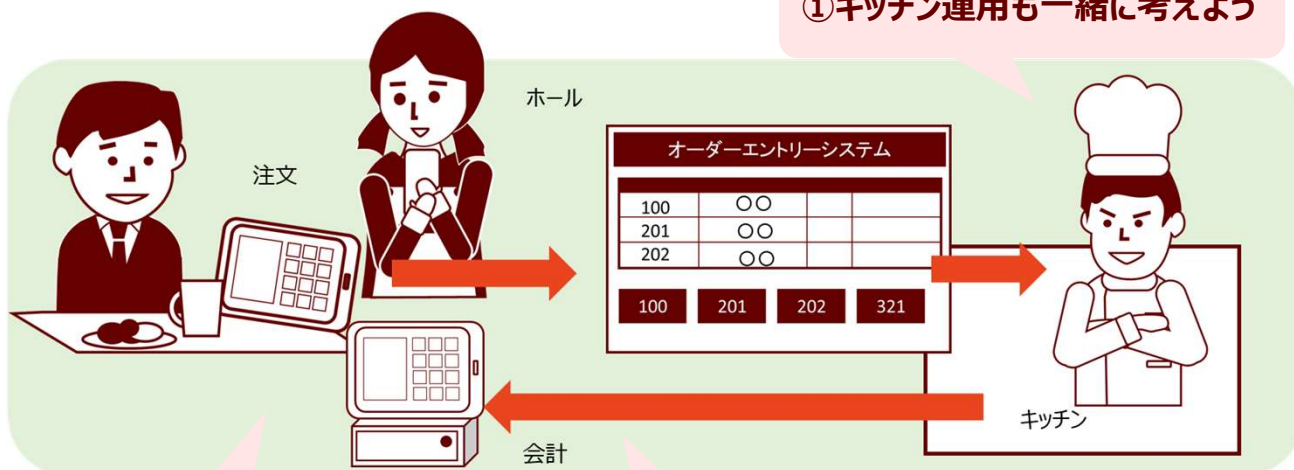
- ✓ 予約の利便性が向上し顧客増加
- ✓ 予約管理作業が効率化する
- ✓ 顧客管理につながりサービス向上、リピート増加

(1) こんな事業者におススメ！

- 店員が少なく、お客さまの注文を待たしている
- 顧客の履歴や統計情報をとりたい
- 注文と会計を効率的に連動したい

(2) 導入のポイント

①キッチン運用も一緒に考えよう



②アナログの方法も用意しておこう

③タブレットやWi-Fi環境を整備しよう

① キッチン運用も一緒に考えよう

オーダーエントリーシステムでは、注文から調理、会計まで一連の作業がつながることがポイントです。ホールだけでなく、キッチンでの運用まで想定しながら注文や会計だけでなく調理場における操作感など、店舗全体で使いやすく効率化できるように考えましょう。

② アナログの方法も用意しておこう

便利なオーダーエントリーシステムですが、機器やアプリのトラブル、不測の状況や想定外の注文など現場では対応しにくいこともあります。お客様を待たせることがないように、紙で注文を取るなどしもの場合にアナログの手段も確保しておくようにしましょう。

③ タブレットやWi-Fi環境を整備しよう

アプリを導入するためには、タブレットやWi-Fi環境が必要になります。オーダーエントリーシステムだけでなく、合わせてルーターなどのWi-Fi環境、スタッフが使うタブレットやスマートフォンの端末についても整備しましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 少ないスタッフで飲食店を運営できる
- ✓ ホール、キッチン、会計まで連動し効率化できる
- ✓ 顧客が注文しやすくなり注文回数と単価向上が期待できる

8. 決済 (QR/クレジット)

キャッシュレス化は必須

(1) こんな事業者におススメ！

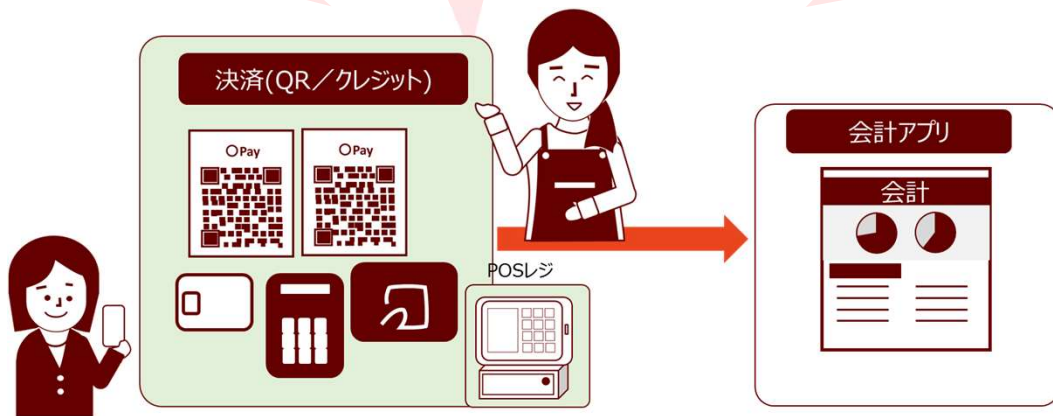
- 現金しか扱っていない事業者
- 決済種類が少ない事業者
- 売上や経費がデータ化されていない事業者

(2) 導入のポイント

① 効率化のメリットを考える

② POSレジなどと連携しよう

③ 幅広い種類に対応しよう



① 効率化のメリットを考えましょう

決済サービスを使うと手数料が気になります。しかし、単純に手数料だけで考えるのではなく、顧客の増加、会計の簡素化、データ化による経理処理の効率化、売上分析などメリットも多いので、キャッシュレスの総合的なメリットを考えるようにしましょう。

② POSレジなどと連携

決済サービスはPOSレジと連携しているものが多いです。店舗など、単独で導入するのではなく、レジが古い場合などはPOSレジと連携して導入することで高い効率化が狙えます。

③ 幅広い種類に対応

キャッシュレス推進に伴いクレジットやICカードに加え、QR決済も主流になってきました。しかし、まだ種類が多いのが実情です。まずは消費者目線で幅広い決済に対応するようにすることがポイントです。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 利便性が高まり顧客が増加
- ✓ 会計処理が効率化される
- ✓ データ化されることでさまざまな処理が効率化される

9. 決済（オンラインID決済）

多様な決済に対応しよう

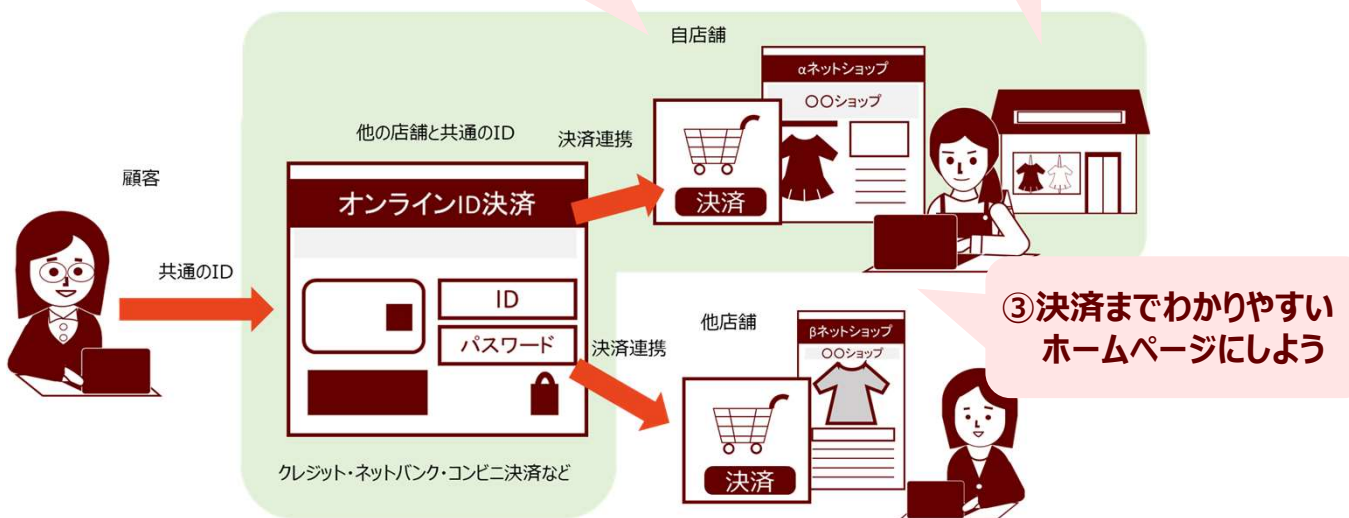
(1) こんな事業者におススメ！

- オンラインでの注文受付と決済をしたい
- 顧客に多様な決済手段を提供したい
- メールやSNS経由の決済をしたい

(2) 導入のポイント

① 受注から決済までの手続きを整理しよう

② 店頭の決済も合わせて考えよう



① 受注から決済までの手続きを整理しよう

決済アプリを導入した場合に、どのような手順で決済するか業務面の手続きも合わせて整理しましょう。例えば、受注した後にメールで案内して決済してもらう手段や、Web上ですべて完結する手段もあります。ビジネス形態に合わせて顧客・自社ともにスムーズになる手続きを整理しましょう。

② 店頭の決済も合わせて考えよう

店舗運営も行っている場合、オンライン上の決済と共通のアプリを利用した方が入金の流れが分かりやすくなります。店舗運営も行っている場合には、店舗決済のやりやすさ、オンラインの決済ともに対応している決済を選ぶようにしましょう。

③ 決済までわかりやすいホームページにしよう

様々な業種オンライン決済を導入する場合、顧客から見てわかりやすい手順にすることが大切です。受注から決済まで不安になったり迷う点はないか、よく考えて手続きの流れを整理しましょう

(3) こんな効果が期待

- ✓ 利便性が高まり顧客が広がる
- ✓ 決済が手軽になり機会損失が減少する
- ✓ 電子取引になることで経理処理が効率化できる

(1) こんな事業者におススメ！

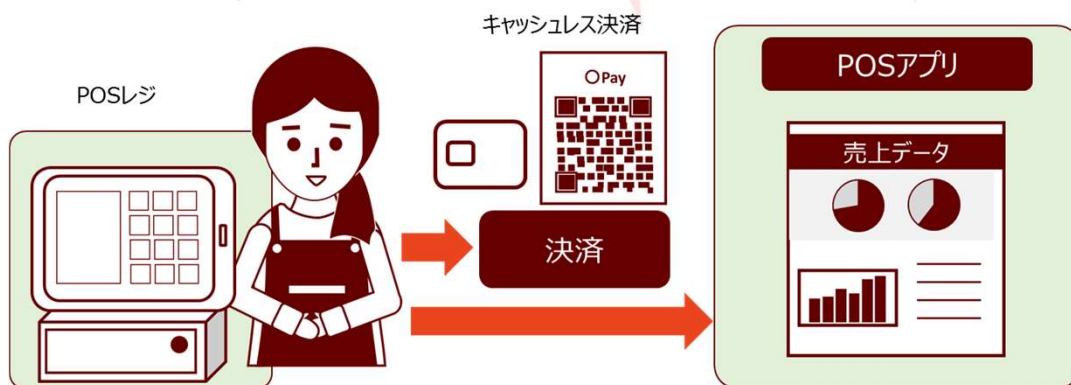
- 古いレジを使っている
- 会計、レジ締めや集計作業に時間がかかっている
- 日々の売上が把握できていない。

(2) 導入のポイント

① 商売に合ったものを選ぶ

② 決済サービスと連携が可能か確認

③ 売上を分析しよう



① 商売に合ったものを選びましょう

多くのPOSレジはタブレットを基本とし、誰でも使いやすいのが特徴です。ただし、メニュー設定やアルバイトのシフト管理など、周辺機能も含めてなるべく自分にあったものを使うと良いでしょう。例えば、飲食店では、セルフオーダーのアプリや、商品数、テーブル管理に対応したのも有効です。

② 決済サービスと連携が可能か

キャッシュレス化に伴い、クレジット、ICカード、QR決済など様々な決済方法がありますが、これらの決済サービスと連携できることが重要です。採用する決済サービスと連携できるか確認しましょう。

③ 売上を分析しましょう

POSレジを導入することで、日々の売れ筋商品や在庫管理が細かくできるようになります。また、クーポンや顧客管理も併用すればさらに細かい分析が可能です。店舗で何が人気があるのか。傾向を分析してとことん利用するようにすることで、より積極的なお店づくりが可能になります。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 会計がスムーズでレジ締めが楽になる
- ✓ 在庫管理や会計が楽になる
- ✓ 売上分析によって積極的な店づくりができる

(1) こんな事業者におススメ！

- 営業スタッフの動きや状況が属人的で不明
- 商談状況がわからず売上見込みがたたない
- 闇雲で行き当たりばったりな営業で戦略性がない

(2) 導入のポイント

① 営業スタイルに合ったもの

② メンバー間で情報を共有しよう

③ 分析して戦略を練ろう



① 事業者の営業スタイルに合ったもの

営業支援アプリは、ある程度想定される業種に合わせて作られたものが多いものです。カスタマイズ性の高いものもありますが、費用は高くなりやすいです。営業ステータスや顧客管理項目、日報の内容など営業スタイルに合ったものを選びましょう。

② メンバー間で積極的に情報共有しよう

顧客管理・営業支援アプリの本質は「情報の共有」にあります。営業の個人プレーから脱却し、チームワークをよくするために積極的な情報共有をはかりましょう。そのためには、メンバーが積極的にコミュニケーションがとれるアプリがおすすめです。

③ 分析して営業戦略を練りましょう

経営者や営業リーダーは特に積極的に活用することが大切です。商談状況や重点顧客の訪問状況、見込み顧客などがグラフィカルに表示されますが、入力されたデータを積極的な活用をすることで、営業メンバーの入力モチベーションも向上し、コミュニケーションが活性化していくことになります。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 情報共有で「営業の見える化」ができる
- ✓ 営業チームワークが良くなる
- ✓ 戦略的で効率的な営業が可能になる

12. 顧客管理

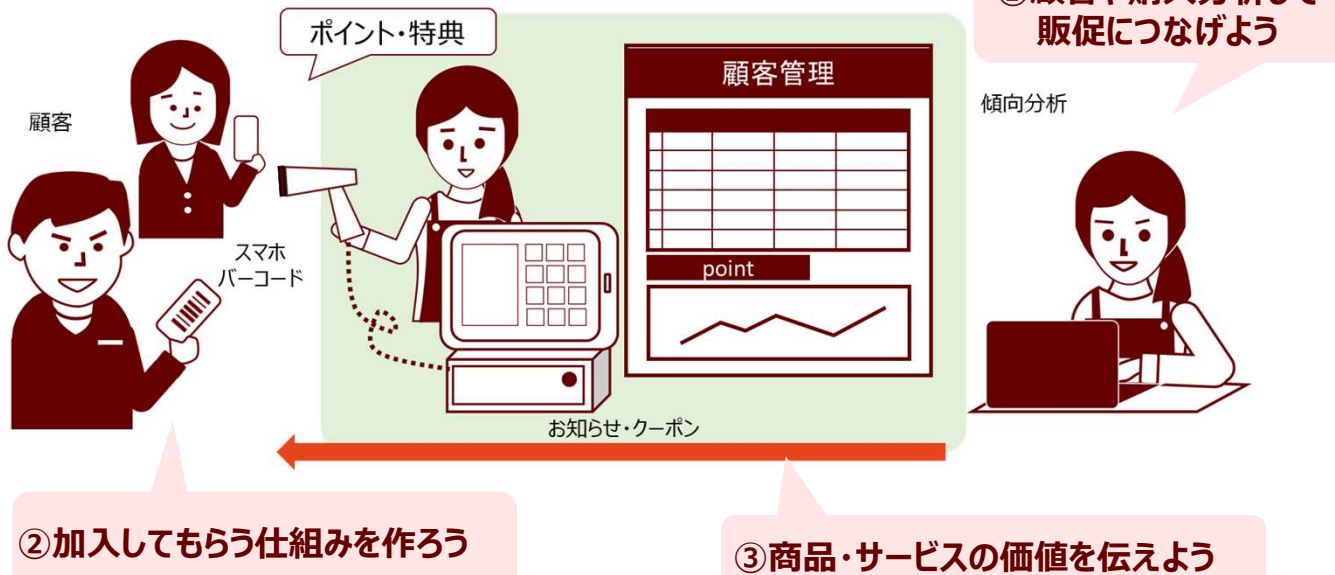
お客様を把握して売上を伸ばそう

(BtoC)

(1) こんな事業者におススメ！

- 顧客ごとの購入履歴が把握できていない
- ポイント制度などを導入したい
- お知らせやDMなどを使いたい

(2) 導入のポイント



① 顧客や購入分析して販促につなげよう

顧客の購入履歴を分析できるようになることで、よく売れる商品や季節の特徴、年齢・性別の売れ筋商品などが分かるようになります。また、分析結果から仕入れの量やポップやチラシなどのアピール方法を工夫することもできます。購入履歴を分析して販促につなげていきましょう。

② 加入してもらう仕組みを作ろう

顧客管理をするためには、まずポイント制度などに加入してもらうことが必要です。初回加入時に割引券を発行したり、お得な情報を伝えるなど加入するメリットを伝えるのも大切です。また、制度があることをレジやチラシ等でアピールしタイミングを見て促すことも大切です。

③ 商品・サービスの価値を伝えよう

顧客管理アプリから、DM(ハガキ、メールマガジン、チャットアプリなど)を送る場合、単なるポイント還元や割引をアピールしがちですが金銭的メリットは一過性の効果になりやすいものです。DMでは商品やサービスの価値もしっかり伝えて顧客定着につながるようなアピールを工夫しましょう。

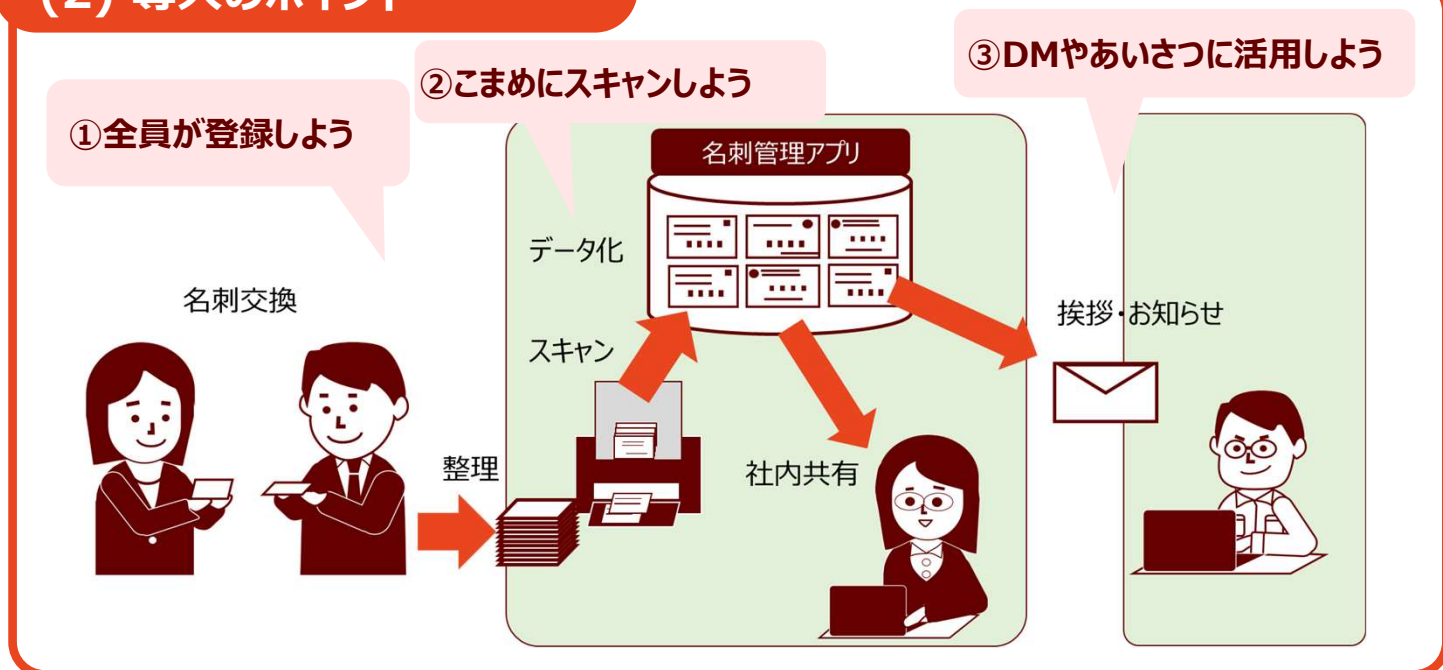
(3) こんな効果が期待

- ✓ スマートフォンなど手軽な仕組みで顧客リストを管理することができる
- ✓ 購入履歴で分析してより顧客ニーズに合った商売ができる
- ✓ DMなどで商品アピールや販売促進につなげることができる

(1) こんな事業者におススメ！

- 扱う名刺が多い
- 営業内で取引先情報を共有したい
- 顧客名簿の作成に手間がかかっている

(2) 導入のポイント



① 全員が登録しよう

個人の名刺を会社全体で共有することで、名刺情報の価値が生まれてきます。個人で抱える雰囲気が出ないように、全員で登録する雰囲気作りにも気を付けてアプリを導入していきましょう。

② こまめにスキャンしよう

名刺のデータ化はつい溜まりがちになります。しかし、次に会った時に役職や名前がすぐ調べられるようにするなど、できるだけ新しい情報に維持することが大切です。社員全員がこまめにスキャン・データ化するような習慣やルールを作るように心がけましょう。

③ DMやあいさつに活用しよう

入手した名刺を営業に活用していきましょう。例えば、新商品の案内や時候のあいさつなど、名刺情報から顧客名簿を作っていくことでよりきめ細かい営業活動ができるようになります。名刺の取り扱いマナーに気を付けながら営業ツールとして活用していくようにしましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 紙の名刺が整理できてすぐに情報を見ることができる
- ✓ 取引先情報がデータ化できて他の社員と共有化できる
- ✓ 営業ツールとして活用できる

(1) こんな事業者におススメ！

- 拠点間や自宅など離れた社員同士のコミュニケーションをとりたい
- 声だけでなく顔や資料を見ながら会議がしたい
- 顧客を訪問せずに商談を進めたい

(2) 導入のポイント

①社員のパソコン・ネットワーク環境も考えよう

②コミュニケーションルールを整えよう

③セキュリティを確保しよう



① 社員のパソコン・ネットワーク環境も考えよう

Web会議アプリを活用するためにはアプリだけでなく、パソコンやスマートフォン、モバイルルータなど機器面の環境を整えることが求められます。また、機器の環境整備だけで電気代などの費用にも配慮が必要です。Web会議アプリを利用したテレワークを推進する際には社員の環境面を考えましょう。

② コミュニケーションルールを整えよう

遠隔で仕事を円滑に進めるためのコミュニケーションルールを整えましょう。音声や画像だけでなく、チャットやメールの併用も大切です。また、勤務時間にとらわれ、社員を過度に監視するような管理ではなく、裁量を与えてポイントを押さえた成果を見るコミュニケーションルールを作ることも大切です。

③ セキュリティを確保しよう

遠隔で情報通信する場合にはセキュリティに配慮しましょう。暗号化通信や、アカウント、パスワードの管理、書類の持ち出しなど、情報漏洩に配慮することが大切です。

(3) こんな効果が期待

- ✓ いつでもどこでも働けるようになり業務効率が上がる
- ✓ 柔軟な働き方が可能になり社員の意欲が向上
- ✓ 時間よりも成果への意識が高まる

(1) こんな事業者におススメ！

- スピーディで密なコミュニケーションを行いたい
- プロジェクト活動が多い
- スタッフの意欲を向上させたい

(2) 導入のポイント

① プロジェクトが多い時



イベントプロジェクト

来月のイベント準備で、
○○が遅れています。

了解。こちらで手配します。

設備は完了したので、
出張手配は明日やります。

ありがとう！

③ 他アプリとの使い分け



② 映像・通話品質



① プロジェクト型の用途に使いやすい

ビジネスチャットは日常のチームごとの連絡に使うだけでなく、業務単位に話題が整理される点が大きなメリットです。つまりプロジェクト型の仕事やテーマが決まっている仕事では特に効果を発揮します。部門をまたがったり、他社・外部の人と連携した場合にはぜひ考えてみましょう。

② 通話・映像品質を重視する

多くのビジネスチャットでは、チャット機能だけでなく通話機能やビデオ通話機能がついているものが多いものです。アプリによって通話品質には差があります。特に複数の同時通話などを行った時に差が出やすいので人数を考慮しながらテストして選ぶようにしましょう。

③ 他アプリとの使い分けを整理する

ビジネスチャットは手軽な手段で魅力的ですが、グループウェアや営業管理ツールなどと機能が重複することがあります。ツールが多いと現場は混乱しますので、使い分けには注意しましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ チーム内で業務ごとにコミュニケーションが増えてスピードアップ
- ✓ チャット、ビデオ通話など遠隔で密な連携が可能になる
- ✓ オープンな風土でチームワーク力が高まる

(1) こんな事業者におススメ！

- スタッフ間のスケジュールや予定が良く分からない
- 複数の事業所に分かれていたり、外出する人が多い
- 社内コミュニケーションを増やしたい

(2) 導入のポイント

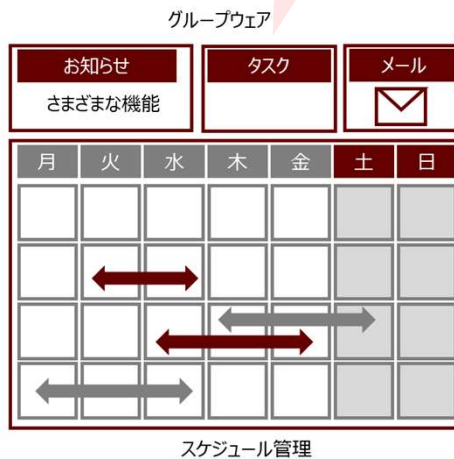
① みんなで使う



全メンバーが対象



② 必要な機能を選ぶ



③ スマートフォンの使いやすさ

外出先



① みんなで使って効果が出る

グループウェアは、一部の人間ではなく皆で使ってこそ効果を発揮します。したがって、導入時にはしっかりと理解して、全員参加型で進めることがポイントです。特に、経営者や管理者、不在になりがちな人の情報こそ共有したいものですが、なかなか利用されないことがあります。ぜひ、そういう人こそ、率先して使うように啓発していきましょう。

② 必要な機能を選ぼう

グループウェアはスケジュール管理の他に、タスク管理、メール管理、チャット機能など様々な機能があるため、多くの機能をひとつにまとめたくなりますが、多すぎても使いにくくなります。なるべく必要な機能を見極めて使うようにしましょう。

③ スマートフォンで使うことを想定

スケジュールをマメに入力・参照できることがポイントです。そのためには、勤務スタイルによっては、パソコンよりもスマートフォンでも入力・参照しやすいことが重要です。

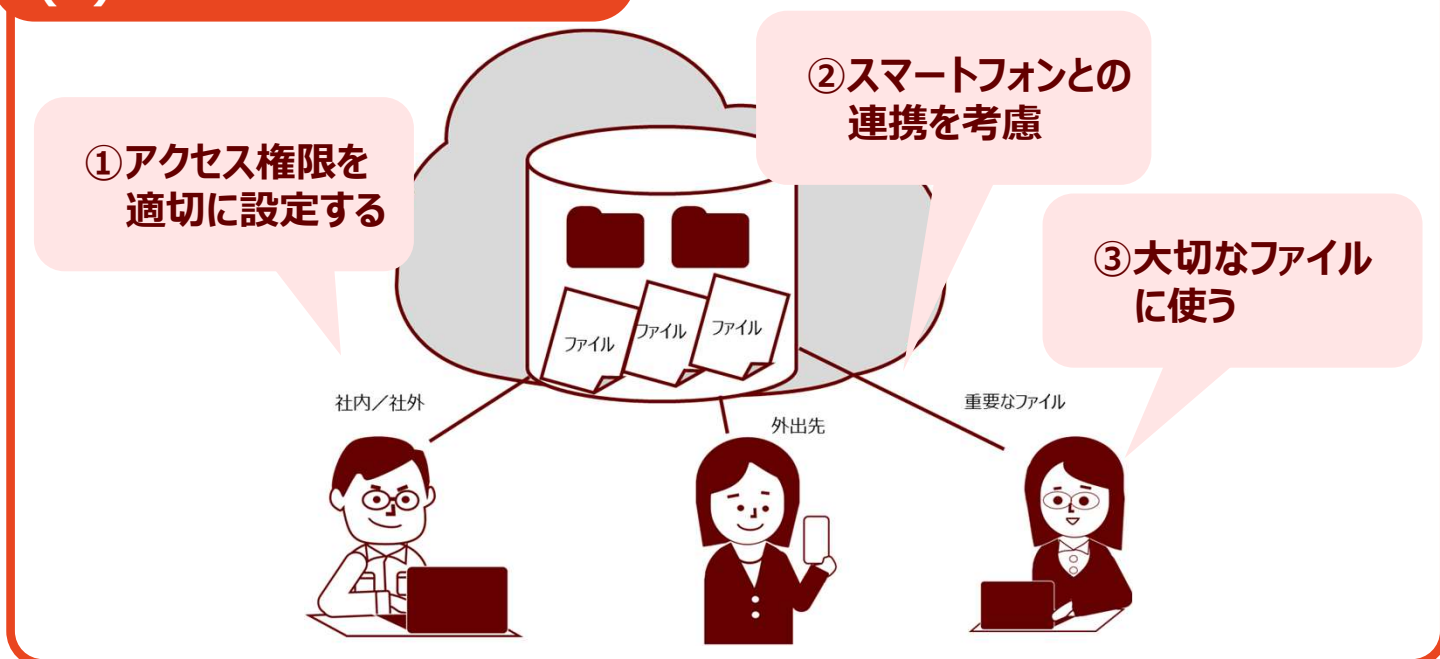
(3) こんな効果が期待

- ✓ スタッフの動きが見える化される
- ✓ スタッフ同士の調整や連携が簡単になる
- ✓ 全社通知や連絡がやりやすくなる

(1) こんな事業者におススメ！

- メンバー間で手軽にファイルを共有・一元化したい
- 外出先からファイルが見たい
- 大切なデータのバックアップをとっておきたい

(2) 導入のポイント



① アクセス権限を適切に設定しよう

オンラインストレージは、社内はもちろん、社外の人とも共有することができます。部内、社内、社外など、「誰がどの情報にアクセスできるのか」を決めてアクセス権限を適切に設定するようにしましょう。

② スマートフォンとの連携を考慮しよう

オンラインストレージにあるフォルダやファイルは、スマートフォンからでも見ることができます。現在、スタッフが持っているスマートフォンを考慮してオンラインストレージを選定すると良いでしょう。

③ 大切なファイルを保管するために使おう

情報を共有・一元化する観点でフォルダやファイルを共有するのも大切ですが、合わせて「バックアップ」の観点でも共有するファイルを選びましょう。オンラインストレージは災害にも強いデータセンター内で専用のコンピュータに保管されています。パソコンなどに保存するより遥かに安全です。失ってはいけないデータなどをオンラインストレージに保存することも大切です。

(3) こんな効果が期待

- ✓ ファイルを共有・一元化できる
- ✓ 遠隔のPC・スマホからファイルを呼び出せる
- ✓ データの安全性を確保できる

(1) こんな事業者におススメ！

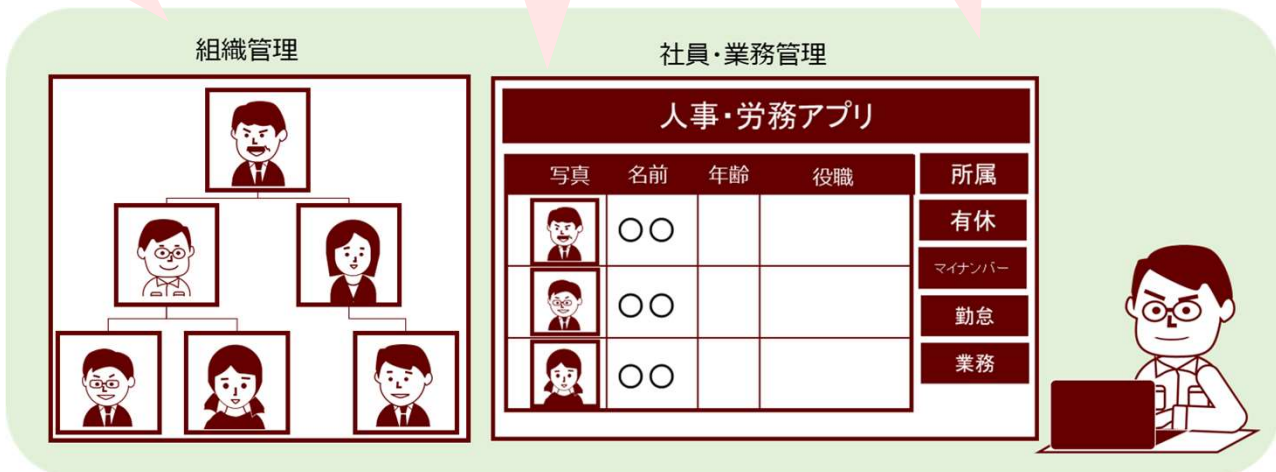
- 社員数が増えて管理業務が増えた
- 働き方改革で休暇制度など柔軟な管理が必要
- 業務内容とコストが見える化したい

(2) 導入のポイント

① 働き方改革に対応した人事制度にしよう

② 作業改善をはかりましょう

③ 勤怠や給与、会計と合わせて考えましょう



① 働き方改革に対応した人事制度にしよう

働き方改革によって従来よりも柔軟な働き方が重要になっています。単なるアプリ導入にとどまらず、アプリ導入の機会に裁量や権限、雇用形態、休暇制度など自社に適した柔軟な人事制度を検討しより働きやすい職場を作っていきます。

② 作業改善をはかりましょう

タスク管理や工数管理などによって、誰がどのような作業をして、どのくらい働いているか見える化することができます。社員が能力を発揮できるように労務管理から作業量などを分析しながら、会社全体を効率化できるように活用していきます。

③ 勤怠や給与、会計と合わせて考えましょう

人事・労務アプリは、社員やパートの勤怠管理、休暇管理、給与や経費精算などと連携する業務になります。導入する場合には勤怠管理や給与アプリ、会計アプリと連携させて総合的に効率化できるように検討しましょう。

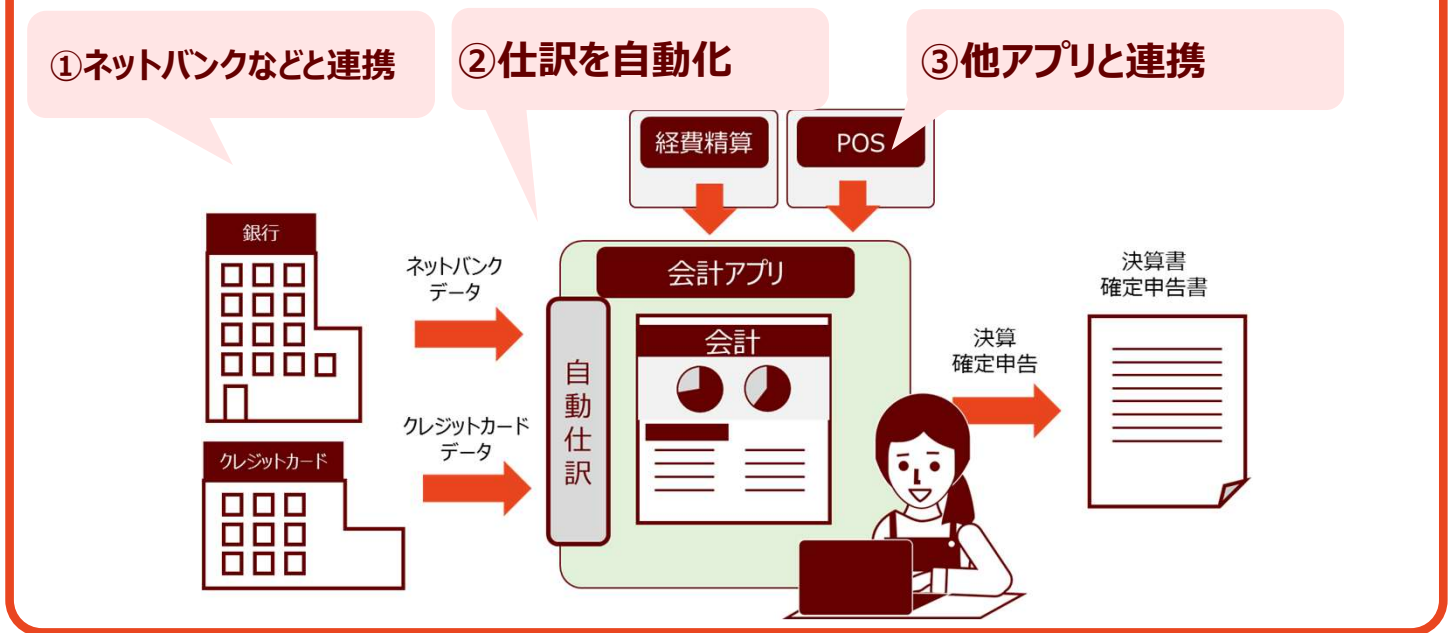
(3) こんな効果が期待

- ✓ 柔軟な働き方に対応することができる
- ✓ 労務や給与計算が効率的に行える
- ✓ 社員の負担が見える化され全体効率化につなげられる

(1) こんな事業者におススメ！

- ネットバンクと連携していない会計アプリや手計算で確定申告をしている
- 経理処理の作業が多い
- スタッフの経費がよく発生する

(2) 導入のポイント



① ネットバンクやクレジットカードと連携して入力をなくす

銀行のネットバンク、クレジットカードのWebサービス情報と連携して日付・金額など自動的に入力していくことができます。会計に関するデータをとことんデータ化していくことが効率を良くするコツです。

② 仕訳を自動化する

決済の内容や取引先を学習し自動的に仕訳ができるようになります。ある程度ルール化できるものは独自のルール設定による自動化によって効率化をはかっていきましょう。

③ 他アプリと連携する

会計アプリは他のアプリと連携しやすいアプリです。銀行、クレジットだけでなくPOSレジ、経費精算、請求書、オンラインショッピングなど他アプリとの連携を積極的にしていき、事務処理の効率化をはかりましょう。

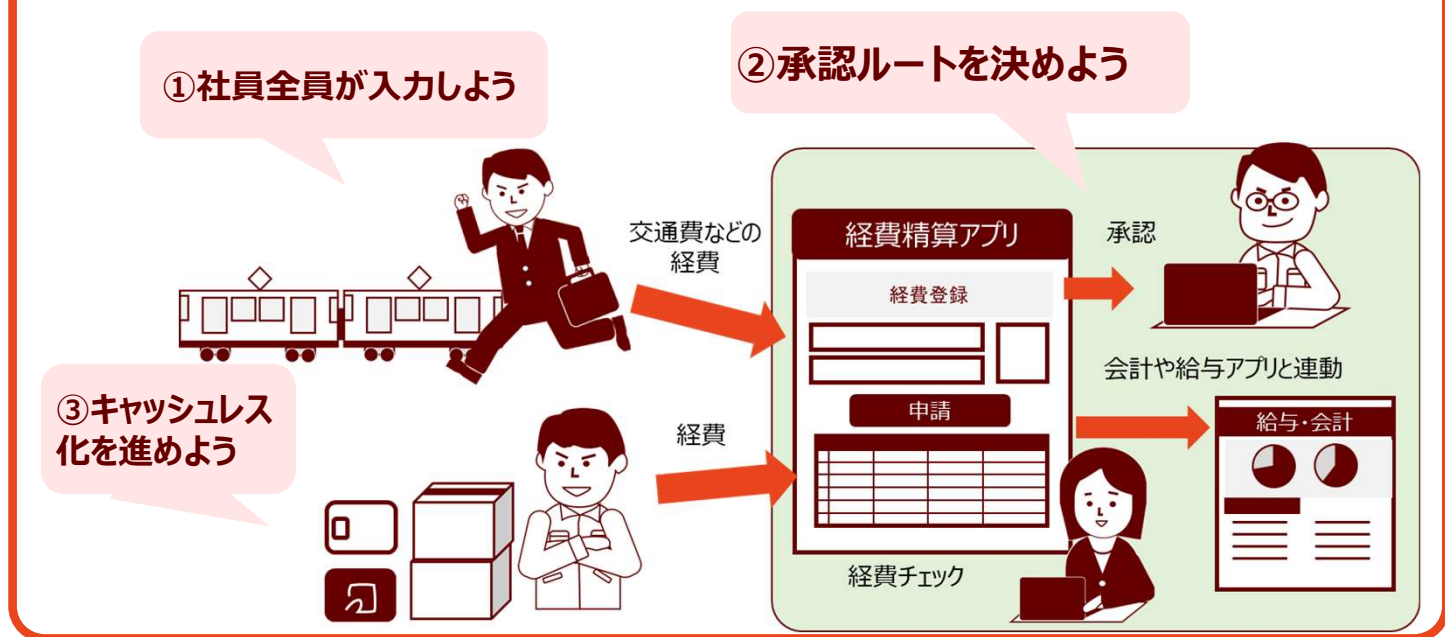
(3) こんな効果が期待

- ✓ 経理処理が自動化・省力化できる
- ✓ 確定申告や決算が楽になる
- ✓ 経費申請が適切にされやすくなる

(1) こんな事業者におススメ！

- 社員数や経費処理数が多い
- 紙や表計算ソフトで処理している
- 社員の領収書提出や交通費のチェックが大変

(2) 導入のポイント



① 社員全員が入力しよう

一部の社員だけが経費計算アプリを使わず紙や表計算ソフトの申請処理が残っていると、経費精算処理が複雑になります。すべての経費処理をスムーズに処理し、情報を一元化するためには、社員全員が活用するようにしましょう。

② 承認ルートを決めよう

経費の責任や承認者が誰か曖昧になりやすいものです。多くの経費精算アプリでは、アプリ内で決められた承認処理を行うことができますので導入に際して誰が承認をするのか事前に確認しましょう。また、不在時の代行承認者は誰かなど組織面のルールも整理しましょう。

③ キャッシュレス化を進めよう

アプリによっては、クレジットカードやICカードの情報と連動するものがあります。経費処理の前提となる支払いにキャッシュレスを進めることでより効率的に業務を進めることが可能になります。ぜひ、経費精算と合わせてキャッシュレスも進めましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 申請が簡易化されて申請漏れや滞留がなくなる
- ✓ データ化やチェックの自動化で経費精算業務が楽になる
- ✓ 経費が見える化されて不正な経費が防止できる

2 1. 給与計算

難しい給与計算を楽に処理しよう

(1) こんな事業者におススメ！

- 月々の社員の給与計算が大変
- 社会保険料の計算が大変
- 年末調整を効率的に行いたい

(2) 導入のポイント

① 勤怠管理、会計アプリと一緒に考えましょう



③ アウトソーシングも考えましょう

② (申請時の)社員の入力ルールを作成しましょう

① 勤怠管理、会計アプリと一緒に考えましょう

給与計算は、勤怠管理や会計アプリと連携することでより効率的に計算することができます。それぞれ関連が密接なアプリですので、勤怠管理アプリや会計アプリと合わせて導入を検討するようにしましょう。既存のアプリがある場合は連携がスムーズになるように留意しましょう。

② (申請時の)社員の入力ルールを作成しましょう

給与計算には、残業時間や休暇日数、経費処理など社員が入力したデータが基本になってきます。社員がいつ、どのように記録するか、また忘れていた社員に対して誰がどのように促すかなど社内でルールを作成して、スムーズな運用を目指しましょう。

③ アウトソーシングも考えましょう

給与計算は社会保険等、難しい点もあります。場合によっては自社で無理に処理せず、社会保険労務士や会計事務所などアウトソースでお任せするのもひとつの手段です。給与の基礎情報を社内で整理して給与計算をアウトソースすることも考えてみましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 給与計算を正しく、効率的に行うことができる
- ✓ 年末調整など繁忙期の処理が少なくなる
- ✓ 社員の記録をデータ化し社員管理が簡単にできる

(1) こんな事業者におススメ！

- タイムカードや表計算ソフトで時間管理をしている
- バイトなどスタッフの数が多し
- 年次休暇や残業がうまく管理できていない

(2) 導入のポイント

① 適切な打刻方法を選ぶ



出勤

② 就業規則の見直しも想定する



③ 給与アプリなどとの連携を考慮



① 環境に合った適切な打刻方法を選択する

打刻方法には、ICカード、指紋、パスワード、スマートフォンなど様々な方法があります。屋内、屋外、外出先など事業者の環境に合わせて考えましょう。複数の手段を用意するのも大切ですが、多すぎると管理がしにくくなりますので注意が必要です。

② 就業規則の見直しも想定する

勤怠管理アプリの設定には、細かいルールが必要になります。例えば、9時始業の場合に9:05に打刻があった場合に遅刻とするかの判断が必要です。これは就業規則を見直すきっかけになりやすいため、ある程度就業規則を見直すきっかけになる点を想定しておきましょう。

③ 給与アプリなどとの連携を考慮

勤怠データはそのまま給与計算に使うことができます。給与、会計アプリとの連携も考慮することで大幅なデータ入力を大幅に減らすことができます。また、打刻とスマートロックを連動させる方法もあります。セキュリティ確保と打刻を連動するなど、関連するアプリとの連携も検討しましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 打刻作業の軽減や忘れ防止になる
- ✓ 残業や休暇など就業状況がリアルタイムに分かる
- ✓ 働き方改革の前提として多様な働き方が管理しやすくなる

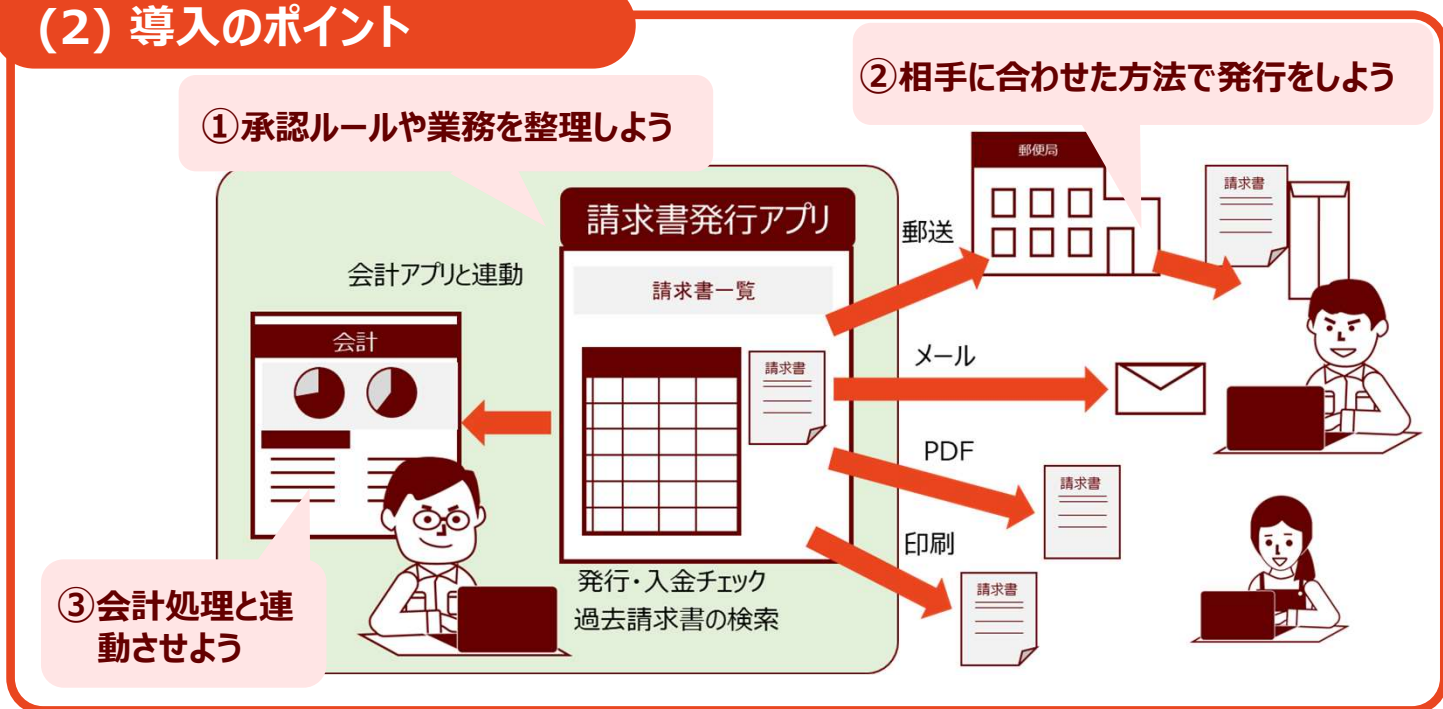
23. 請求書発行

経理処理を楽にしよう

(1) こんな事業者におススメ！

- 紙や表計算ソフトの請求書を使っている
- 請求書の管理や消し込み作業が煩雑
- 会計ソフトへ手作業で入力作業をしている

(2) 導入のポイント



① 承認ルールや業務を整理しよう

請求書の発行などには経理担当や営業担当などの処理、承認ルールなど煩雑になりやすい業務です。請求書発行をアプリをベースに整えることで業務の流れをきちんと整えるようにしましょう。

② 相手に合わせた方法で発行をしよう

請求書アプリには、メールやPDFの他、紙によって郵送してくれるサービスに対応したアプリもあります。無理に電子化するのではなく、取引先との慣習もありますので、相手に合わせて柔軟に対応しましょう。

③ 会計処理と連動させよう

請求書発行から、入金消し込み作業、そして会計処理のデータが連携することで作業の効率化が可能になります。導入には経理処理全体の流れを見直すようにしましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 請求書の管理やチェックが容易になり請求業務が効率化できる
- ✓ 異なる送付方法の取引先が複数あっても一元的に管理できる
- ✓ 転記がなくなり会計処理が楽になる

(1) こんな事業者におススメ！

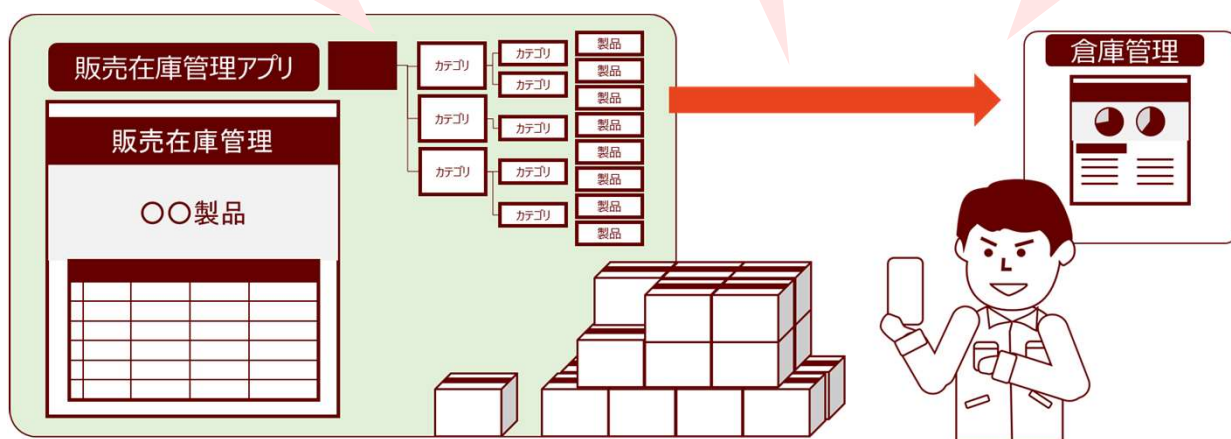
- 販売管理、在庫管理ができていない
- 棚卸をすると大きくズれる
- 在庫を多く抱えている

(2) 導入のポイント

① 商品に合った管理ができるか

② 棚卸のしやすいもの

③ 倉庫・他発注サービスとの連携



① 商品に合った管理ができるか

販売在庫管理アプリを業務に当てはめた時に、商品マスタの階層構造、カテゴリ設定などが十分でないことがあります。特に複雑な商品構成をもった事業者や、商品種類数が多い場合には注意が必要です。実際に事業者の商品が管理・設定できるかを確認しましょう。

② 棚卸のしやすいもの

棚卸の方法にバーコードを使ったり、スマートフォンの写真で行うなどいくつか方法があります。事業者に適した棚卸の方法を検討しましょう。

③ 倉庫・他発注サービスとの連携

販売在庫管理では、倉庫サービス、発注サービスとセットで考えることが多くなります。販売在庫データと他の倉庫・発注サービスと連携あるいはCSVファイルなどでとりこめるか確認しましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 販売、在庫が把握でき効率的な物流が構築できる
- ✓ 棚卸作業が効率的になってズレが少なくなる
- ✓ 余分な在庫が減り健全な経営になる

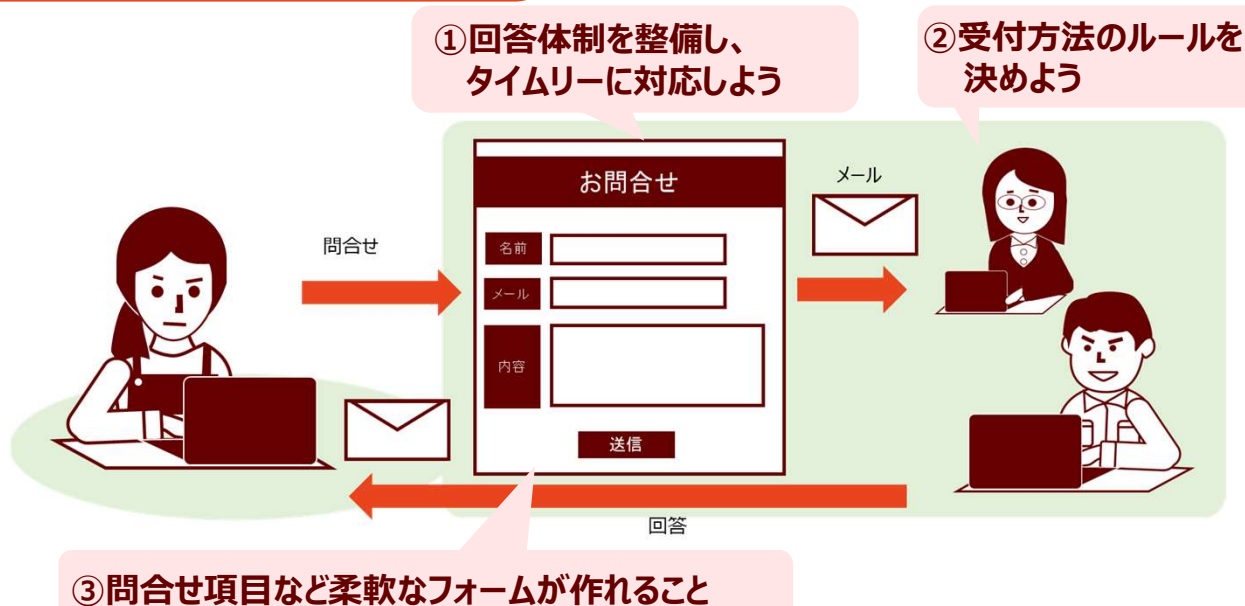
25. 問合せ管理

問合せ対応をもっと便利で楽に

(1) こんな事業者におススメ！

- Webで24時間の問合せを受け付けたい
- 電話が多く、対応負荷が高い
- 問い合わせ窓口を増やすことで、取引先を増やしたい

(2) 導入のポイント



① 回答体制を整備し、タイムリーに対応しよう

Webの問合せは24時間受け付けが可能になります。しかし、その分、問合せをした顧客や取引先への回答もタイムリーさが求められます。問合せを複数の担当で共有し、「1営業日以内に回答する」などルールを作り、適切な対応ができる体制を作りましょう。

② 受付方法のルールを決めよう

受付には、Webフォームの他に、メール、電話、FAXなど複数の手段があります。様々な手段を用意すると顧客の利便性は高まりますが運用が大変になります。例えば問合せ方法はWebフォームと電話を中心にするなど回答しやすいルールを整備しましょう。

③ 問合せ項目など柔軟なフォームが作れること

Web問合せの目的によって入力すべき項目が変わります。例えば、複数の製品の問合せを受け付ける場合は聞きたい製品をプルダウンで選べると受付担当をすぐに割り当てることが可能です。また簡易的なアンケートを取るなどもできます。目的に合わせて必要なフォームが作れるできるものを選びましょう。

(3) こんな効果が期待

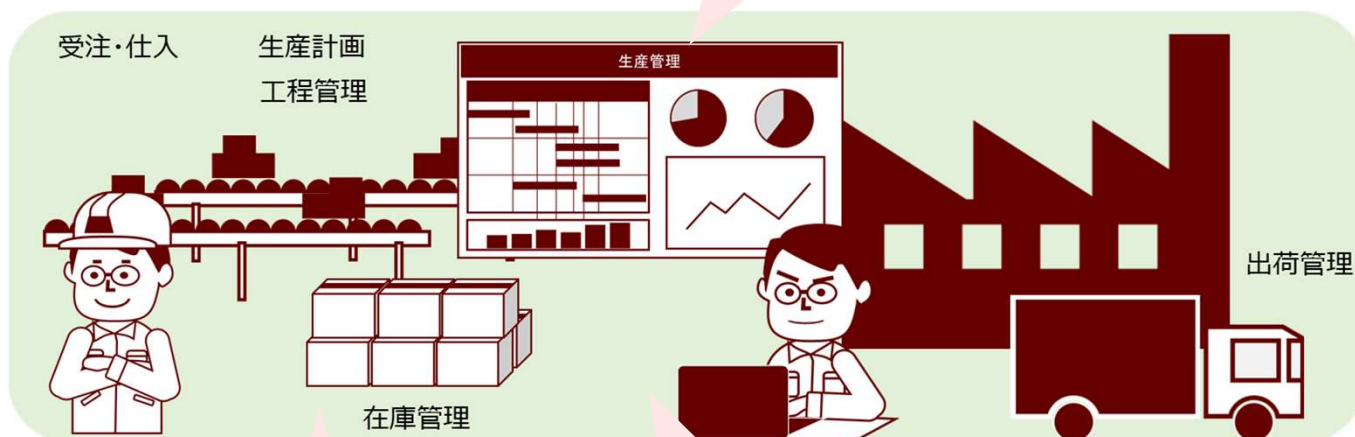
- ✓ 電話対応が減って問合せ対応の負担が減る
- ✓ 問合せ業務の管理が見える化され対応品質が向上する
- ✓ 24時間受け付けることが可能になって新規問合せが増える

(1) こんな事業者におススメ！

- 納期が遅れ気味である
- 受注の残っている量が把握できていない
- どの工程担当が忙しいのか把握できていない

(2) 導入のポイント

① 工程全体を見える化しよう



② 検品や在庫棚卸ルールを作りましょう

③ 現場での入力を徹底しよう

① 工程全体を見える化しよう

生産効率をあげるためには工程全体を見るのが大切です。生産管理アプリを導入する場合には、狭い範囲にとらわれず複数の工程間で連携できたり、営業部門と生産部門が連携できるようにするなど、全社最適につながるよう導入しましょう。

② 検品や在庫棚卸ルールを作りましょう

生産数や在庫数などの数値が効率的にデータ管理ができるようになる一方、実際の数字を合わせる棚卸の作業等も重要です。生産管理アプリを使った、検品や在庫の棚卸など適切にデータを合わせる作業を行うようにルールを作っていきます。

③ 現場での入力を徹底しよう

生産管理アプリが効果を発揮するためには現場できちんと入力されていることが大切です。入力作業が後回しになったり、データが遅れると、生産効率が落ちるだけでなく営業部門や経営において受注判断が遅れたりします。データの大切さを伝えて現場入力を徹底するようにしましょう。

(3) こんな効果が期待

- ✓ 全社最適が進み生産効率が向上する
- ✓ データ連携がスムーズになり納期が短縮できる
- ✓ リアルタイムに生産状況が把握でき受注拡大につながる

(1) こんな事業者におススメ！

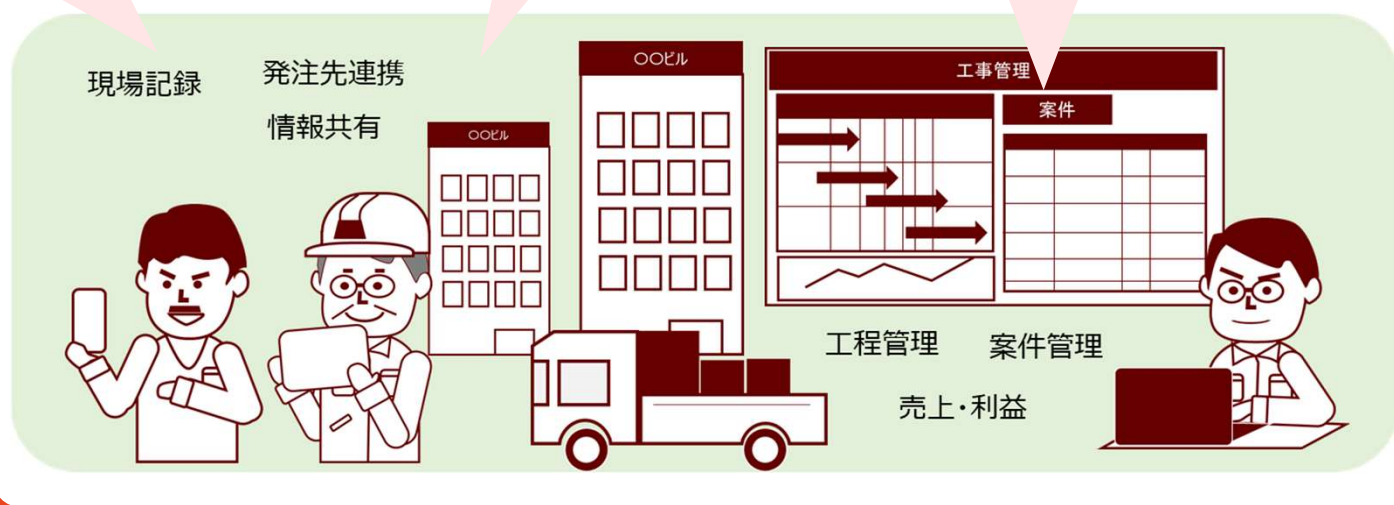
- 写真やスケジュールなどの情報共有をしたい
- 案件ごとの収益の管理ができていない
- 工事ごとの報告書作成が大変

(2) 導入のポイント

①現場でも確認できる環境を作ろう

②こまめに入力するようにしましょう

③工事が終わったら分析しましょう



① 現場でも確認できる環境を作ろう

工程管理は現場で閲覧・入力できることが大切です。一方、現場では繊細な電子機器を扱う環境が整っていないこともあります。タブレットに専用のカバーを付けたり、モバイルルータを用意したり現場でも使いやすい環境を整えるようにしましょう。

② こまめに入力するようにしましょう

工事管理を適切にするためには、こまめに入力することが大切です。現場で記録を溜め込まず、タイムリーに入力や記録を行えるように担当者全体でルール化・共有化できるようにしましょう。

③ 工事が終わったら分析しましょう

ひとつの工事案件が終了したら、どこにどのくらい工数がかかったのか。もっと効率的にできなかったか、分析して次の改善につながるようにしていきましょう。日々の記録によって当初想定した計画通りにいかなかった点などが出るはず。原因を考察しPDCAに役立てていきましょう。

(3) こんな効果が期待

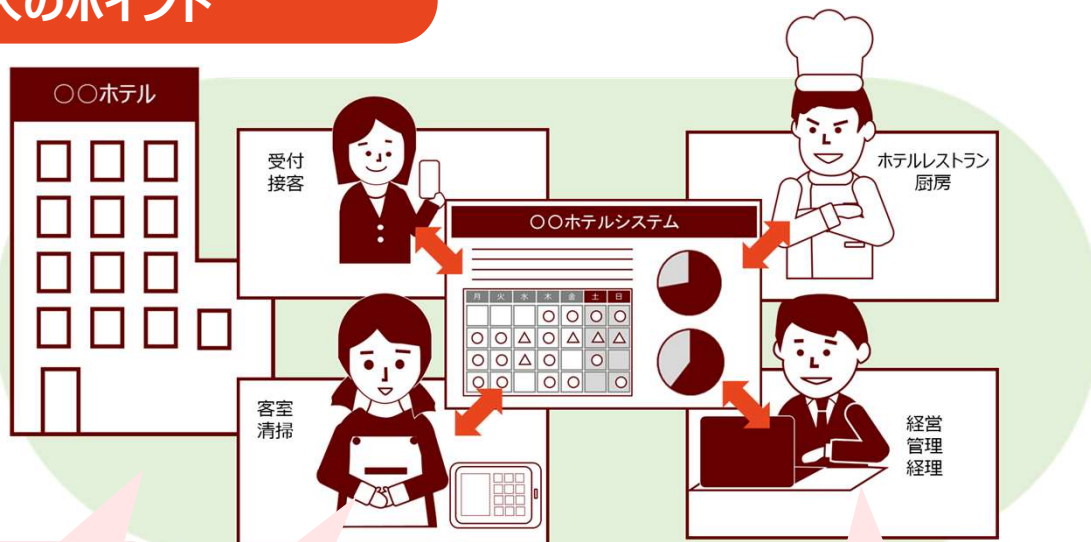
- ✓ 作業担当者同士で情報共有ができて効率化が進む
- ✓ 作業報告が効率的になる
- ✓ データ分析によって作業改善につながる

28. PMS（ホテルシステム） ホテル・旅館の業務全体を能率的に

(1) こんな事業者におススメ！

- 宿泊サービスの効率化・品質向上させたい
- スタッフの作業を効率化したい
- 顧客の利用履歴の確認が大変

(2) 導入のポイント



① 顧客満足向上につなげよう

② 現場の端末も整備しよう

③ サイトコントローラーや会計連携に留意しよう

① 顧客満足向上につなげよう

ホテルシステムでは予約、部屋割り、フロント業務や清掃などの様々なホテル業務の効率化に役立ちます。しかし、単なる効率化だけでなく顧客対応やリピート顧客の嗜好を共有したりより宿泊者が満足できるようなサービス向上につなげていくことで、さらに効果的に活用することができます。

② 現場の端末も整備しよう

ホテルシステムは事務や経営幹部だけでなく、接客や調理、清掃現場など総合的にデータ入力できることが大切です。そのため、タブレットやスマートフォンなど誰でも簡単に閲覧・入力ができる端末やWi-Fiなどのネットワーク環境を整備していきましょう。

③ サイトコントローラーや会計連携に留意しよう

アプリによっては予約管理やスタッフの出退勤管理の機能があるものもあります。ホテル・旅館内部の業務効率化だけに利用するのではなく、予約と予約サイトとの連携、出退勤管理と会計・経理との連携させることで、さらに経営全体の効率化につなげることが可能です。

(3) こんな効果が期待

- ✓ ホテル・宿泊業務全体を効率化することができる
- ✓ 顧客ニーズに活用することで顧客満足度を向上させることができる
- ✓ スタッフ間の連携がスムーズになる

次ページから、本書第1章で取り扱ったステップ①ヒアリング、ステップ②導入、ステップ③フォローのそれぞれのチェックすべきポイントを一覧にしたチェックシートを用意しました。ぜひ、小規模事業者を支援する時にコピーして活用して下さい。また、どう使って良いかイメージがつかない方は下記に掲載した記入例も参考にしてみてください。

記入例

従業員30名の金属加工製造業をヒアリングした場合の例

ステップ① ヒアリングチェックシート

ポイント	ヒアリング内容	メモ
① 問題	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 困っていること、コストや手間がかかっていることは ✓ 社員の意欲やスピードが下がる原因は 	<ul style="list-style-type: none"> • 慢性的に忙しい、特に事務作業で忙しい。 • 疲労感があり、意欲も低下気味 • 業務が多い、手書きの書類が多い • 離れた担当者の動きがわからない • 他の人のスケジュールがわからない • 会議が多い
② 狙いたい効果	<ul style="list-style-type: none"> ✓ どのくらいの効率化をしたいか ✓ 効率化以外の効果は狙うか(標準化、制度改正、意欲向上など) 	<ul style="list-style-type: none"> • 管理作業や書類作業を効率化して、もっと営業に時間を割きたい。 • 創造的な仕事に注力して意欲を高め、自発的な社員を育成していきたい • お互いの仕事やスケジュールを把握したい
③ 予算レベル	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いくら負担できるか(通用、開発) ✓ 費用対効果が見込めるか 	<ul style="list-style-type: none"> • 月1〜2万程度なら負担できる。 • 内容に応じて最大5万円/月までは考えるが、初期投資はあまり想定していない。
④ 時間・期限	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いつまでに入りたいか、どのくらい時間をかけられるか ✓ 税制、補助金などのタイミングはあるか 	<ul style="list-style-type: none"> • 半年程度で検討 • 3月決算なので年内12月までは導入させたい
⑤ 組織・人材	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報担当の組織は ✓ 組織形態、役職、人数は 	<ul style="list-style-type: none"> • 総務グループ3名が中心になって検討 • 営業の効率化をしたので、2名と一緒に考えてもらう。
⑥ IT活用レベル	<ul style="list-style-type: none"> ✓ IT活用レベル、パソコン、スマートフォンは使えるか ✓ 文書作成ソフト、表計算ソフトなどは使えるか 	<ul style="list-style-type: none"> • スマートフォンは全員可能。 • パソコンはバラツキはあるが、概ねメール、ネットなど基本的な操作が可能
⑦ 使っているIT	<ul style="list-style-type: none"> ✓ パソコン、スマートフォンはあるか ✓ 現在使っているアプリ、インターネット環境は 	<ul style="list-style-type: none"> • 総務、営業は1人1台パソコン。スマートフォンは個人のものだけ。 • 現場の作業員20名はパソコンは持っており、共有PCが3台程度。

ステップ② 導入チェックシート

ポイント	確認内容	メモ
① 責任者/担当者を決めよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 責任者は誰か ✓ システムを導入するメイン担当者は 	<ul style="list-style-type: none"> • 総務グループの山田課長を主担当とする。 • メンバーに同じ総務グループ他2名、営業担当の鈴木と佐藤は検討に加わる • 責任者は総務部長
② 要件を比較検討しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機能やセキュリティ要件は満たせるか ✓ 複数のアプリを比較したか ✓ 初期設定に委託が必要か 	<ul style="list-style-type: none"> • グループウェアのAを知って検討した。ただし、それ以外のアプリは知らず未調査である。 • 初期設定に委託は不要。 • スケジュール管理は必須、チャット機能もあると良さそう。
③ 契約条件を確認しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用範囲や価格、ライセンス範囲は ✓ やめられるか(契約条件、データのエクスポートなど) ✓ サポート体制は充実しているか 	<ul style="list-style-type: none"> • Aは月額1.5万円(500円×30名) • 途中解約も可能。 • 電話サポートがある。
④ 必ず試用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 複数人で試用したか ✓ カスタマイズ性はあるか ✓ 直感的で使いやすいか 	<ul style="list-style-type: none"> • まだ試験はしていない。 • ただし、総務グループの田中氏は前の会社で使ったことがあるとのこと。
⑤ スケジュールに余裕を持つ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設定に時間がかからないか ✓ テストサポート期間は十分あるか 	<ul style="list-style-type: none"> • 2ヶ月程度をテスト期間にする。
⑥ スタッフの理解を得よう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社員に説明して協力をお願いできるか ✓ 背景や意図を理解しているか ✓ マニュアルやQA集は準備できているか 	<ul style="list-style-type: none"> • 全社会議で説明会を実施予定。 • 2ヶ月の間にマニュアルを作成する。
⑦ 並行運用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いきなり切り替えず一定期間両方使えるか ✓ どのくらい問題なければ本格利用に移れるか 	<ul style="list-style-type: none"> • 新規のため並行運用は特にないが、毎月作っているスケジュール入力表は並行する。

グループウェアの導入につながるキーワードや問題が見えるので、具体的に検討していく。

ステップ① ヒアリングチェックシート

	ポイント	ヒアリング内容	メモ
①	問題	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 困っていること、コストや手間がかかっていることは ✓ 社員の意欲やスピードが下がる原因は 	
②	狙いたい効果	<ul style="list-style-type: none"> ✓ どのくらいの効率化をしたいか ✓ 効率化以外の効果は狙うか（標準化、制度改正、意欲向上など） 	
③	予算レベル	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いくら負担できるか（運用、開発） ✓ 費用対効果が見込めるか 	
④	時間・期限	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いつまでに入れたいか、どのくらい時間をかけられるか ✓ 税制・補助金などのタイミングはあるか 	
⑤	組織・人材	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報担当の組織は ✓ 組織形態、役職、人数は 	
⑥	I T 活用レベル	<ul style="list-style-type: none"> ✓ I T 活用レベル、パソコン、スマートフォンは使えるか ✓ 文書作成ソフト、表計算ソフトなどは使えるか 	
⑦	使っている I T	<ul style="list-style-type: none"> ✓ パソコン、スマートフォンはあるか ✓ 現在使っているアプリ、インターネット環境は 	

ステップ② 導入チェックシート

	ポイント	確認内容	メモ
①	責任者／担当者を決めよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 責任者は誰か ✓ システムを導入するメイン担当者は 	
②	要件を比較検討しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 機能やセキュリティ要件は満たせるか ✓ 複数のアプリを比較したか ✓ 初期設定に委託が必要か 	
③	契約条件を確認しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用範囲や価格、ライセンス範囲は ✓ やめられるか (契約条件、データのエクспортなど) ✓ サポート体制は充実しているか 	
④	必ず試用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 複数人で試用したか ✓ カスタマイズ性はあるか ✓ 直感的で使いやすいか 	
⑤	スケジュールに余裕を持とう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設定に時間がかからないか ✓ テスト・サポート期間は十分あるか 	
⑥	スタッフの理解を得よう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社員に説明して協力をお願いできるか ✓ 背景や意図を理解しているか ✓ マニュアルやQA集は準備できているか 	
⑦	並行運用しよう	<ul style="list-style-type: none"> ✓ いきなり切り替えず一定期間両方使えるか ✓ どのくらい問題なければ本格利用に移れるか 	

ステップ③ フォローチェックシート

	ポイント	確認内容	メモ
①	効果は出ているか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 効果測定できているか ✓ 適切に効率化できているか ✓ コスト以外の効果は出ているか 	
②	使いこなせているか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ビジネス用アプリが適切に使われているか ✓ 部分利用に留まっていないか ✓ 社員や担当者から不満は出していないか 	
③	継続性はあるか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 組織体制は維持できているか ✓ マニュアルは整備されているか ✓ 「あの担当者しか分からない」となっていないか 	
④	改善点はないか	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 設定変更などメンテナンスは必要ないか ✓ クライアント機器のバージョンは適合しているか ✓ セキュリティ対策やバックアップは適切か 	
⑤	今後の発展性	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新しいビジネス用アプリ導入は検討できないか ✓ 他のシステムと連携できないか ✓ 新しい設備投資はできないか 	

※無断転載・複製を禁ず

発行 令和5年11月
独立行政法人 中小企業基盤整備機構
〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 虎の門37森ビル

