

— 2010年 知恵の経営報告書 —

ITを通じて地域に貢献することの宣言書



有限会社 ケーアイエスコミュニケーションズ

人・もの・情報が行き交うまち

◎舞鶴若狭自動車道 ◎北近畿タンゴ鉄道 ◎JR・KTR 福知山駅 ◎成美大学

北近畿の産業をリードする福知山

◎長田野工業団地 ◎長田野工業団地アネックス京都三和

特産育成

◎由良川の鮎 ◎丹波まつたけ ◎たけのこ ◎夏秋きゅうり
◎丹波ぐり ◎丹波黒豆 ◎ぶどう

目次

I. 社主あいさつ	1
II. 理念・方針	2
III. 当社の歴史と、提供するサービス	3
IV. サービス内容	4
V. 当社のサービスの魅力	6
VI. ケーアイエスコミュニケーションズのサービスの流れ	8
VII. 社員紹介	11
VIII. 環境分析	12
IX. 将来展望	19
X. セグメント分析	23
i. 会社概要		
ii. 知恵の経営報告書とは / 裏書		



I 社主あいさつ

2001年、当社は地元発のインターネットプロバイダーを継承する形で事業を始めました。当時、バブル景気もはじけ、銀行までが破たんするという厳しい時代でした。

けれども、そのような時代だからこそ、地域のコミュニケーションの必要性、重要性は大きくなると、私は思いました。

私は今まで培った技術や経験をもとにインターネットを通じて、地域のコミュニケーションの核となる企業となる。いつか社員を雇用し、地域のコミュニケーションに貢献できるような企業になりたい。

社名のコミュニケーションという言葉には、私の創業当時の思いが込められています。

この業界は、3か月で新商品が発表され、2～3年おきに新しいOSが発表されます。

新しい技術を習得する事、新しい環境^(※1)を提案する事が、私たちの第一の仕事でありました。

そんな中で、当社はお客様のニーズに応えるために、コンピュータ機器、通信、サポート、パソコン教室、ホームページ作成と次々に新しいサービスの提供にチャレンジして参りました。

この間、社員も3名になり、経営規模は拡大しました。

今後さらなるステップへ踏み出す為には、個々の社員の技術をさらに磨き、新しい情報を地域の皆様に伝え、お客様の情報を地域に発信する事が必要となります。

今一度、創業の精神を思い出し、地域の豊かなコミュニケーションの輪を広げ、誰もが、安心して笑顔で暮らせる、地域環境作りに貢献したいと考えています。

今後も、皆様のご理解、ご協力、ご指導をいただき、当社の夢の達成に向け、全社一丸となって進んで参ります。そうした思いを込めて、今回、知恵の経営報告書を社員と共に作成いたしました。

この報告書により、当社が地域の皆様とともに、豊かなコミュニケーションによる幸せな地域社会の実現を目指して活動していることをご理解いただき、今後とも、より深いお付き合いをお願いしたいと存じます。

有限会社ケーアイエスコミュニケーションズ
代表取締役 小笠原 正樹

※1 新しいソフトが開発されると、それに応じたパソコン機器、システムを構築する必要があります。
ここでの「環境」とは、こうしたソフトに対応した機器の設置状況を指します。

II 理念・方針

～ 経営理念 ～

- 1、私達は、先進のIT技術を通じて、お客様の心を伝え、感動を分かち合い、安心して誰もが笑顔で暮らせる環境づくりをいたします。
- 1、私達は、共に成長し幸福になれる事を目的とした人づくり、企業づくりをいたします。

私たちの仕事は、ただの物売りではありません。
パソコン機器やインターネットのサポート会社というだけでもありません。

私たちの使命は、**人の心を伝えるお手伝い**です。

「先進のIT技術をつかったホームページでお客様の想いが伝えることができれば」
「出逢うことが出来ない人の言葉を伝え合うことができれば」

そこにはきっと感動が生まれます。そこに、働きがい生まれ笑顔になれるのです。
そんな人が働く企業をつくり、そんな企業が増えることで、安心して暮らせる社会環境が生まれるのだと思います。

また、人が働く目的は幸せになることです。
それぞれが幸せになろうと思い、そのために使命感を持って仕事をし、共に成長していくことが、私たちの経営理念です。

経営方針

- 1、地域のネットワークを活かしたITコンサルティングを提供し、お客様に信頼され、任せられる、企業になる

事業展開

- 1、KISnet（キスネット）の顧客を中心とした地域のネットワークを生かし、PCサポート、PC教室から信頼を深める、また企業様においては、ホームページ、モバイルマーケティング、チラシ等の拡販、集客のツールを提案、販売する。

働きがいのある企業

- 1、社員の自主性の尊重
- 2、社員、労使間の信頼関係の構築
- 3、目標達成の喜びの共有 共に成長する

III 当社の歴史と、提供するサービス

Kisnet

当社は、2001年6月に設立、福知山市内のプロバイダーKISnetを運営する企業として設立しました。

Sales

2001年7月、コンピューター機器の販売を始めました。
お客様の使用目的、業務態様に合わせたきめ細かなサービスをご提供しています。

Service

2002年4月、パソコン教室を開設。テキストに頼る教室ではなく、
お客様が即活用できるような指導をしています。
また、販売したパソコン、当社以外からご購入されたパソコンの修理、
設定等も行なっています。

Design

2008年12月、ホームページ制作デザイン部門を設置。
携帯販促システムの販売開始。
携帯と紙媒体の融合させた広告提供により地域の企業様、店舗様の集客のお手伝いを
させて頂いております。

当社の提供させていただくサービスは、上記、四つの部門です。

2009年8月、『店舗向けの携帯販促システムと紙媒体広告を融合させたシステム提供への事業展開』
により京都府経営革新計画の承認を受けました。

当社の事業部門は、お客様のご要望に対応する形で拡大して来ました。

事業の拡大に伴い、社長の夢に賛同する社員を2名採用しています。

これらの部門は、その歴史的経緯から、ばらばらに拡大して来たように思われますが、実は、
それぞれの部門が相互に関連し、影響しあって拡大して来たことが、今回の分析によって明確に
分かりました。

IV サービス内容

Kisnet

インターネットプロバイダー KISnet 運営

- インターネット接続サービス
- レンタルサーバーサービス
- メール・webサービス
- 会員約300名
- 福知山生まれ福知山育ちのプロバイダー
- 地域密着型
- 接続・設定・トラブル発生時には出張対応可能



《お客様の声》

インターネットはどこで、申込するのか？わからなかったけど、K I SさんならN T Tの打ち合わせから、設定まで、最後はメールの送信方法まで教えてくれました。

工事の打ち合わせやいろんな窓口への対応が面倒なんですよ。

Sales

コンピューター機器の販売

- お客様のニーズに合った商品を提案
- インターネット・通信・ソフト・活用方法等トータルでコーディネート
- 既存の環境を把握した新しい機器の導入に対応
- ネットワーク配線の設計・施工



《お客様の声》

パソコンが壊れたのでK I Sさんに相談に行きました。

量販店で25万のテレビ付パソコンを勧められてたのですが、K I Sさんが「家にテレビが2台もあるならテレビなしでもいいんじゃないんですか」といわれ15万円のパソコンを購入し快適に使ってます。

お客のニーズに沿ったアドバイスをして頂けます。

Service

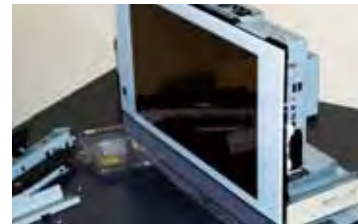
パソコン教室

- 完全個別指導
- 初心者から上級者まで幅広い対応
- 中高年齢者層に人気
- テキストに頼らない実践的な指導



修理・サポート

- 訪問修理を中心に顔の見えるサービス
- 他社、量販店での購入商品も喜んで設定します
- メーカー未対応のデータバックアップ等の対応



《お客様の声》

会社のパソコンが立ち上がらなくなりました。なんとかしてくださいとメーカー相談したが、うちではデータ復旧はできませんとのこと「会計データが！」K I Sさんをお願いしたら分解して取り出してくれました。本当に助かりました。メーカーが出来ないことも相談できます。

Design

ホームページ作成

- デザイン重視でなく、お客様の思いが伝わるページ作成
- ホームページの活用コンサルティング
- 企業の情報発信をお手伝い（ブログ・SNS・ツイッター）
- 外国語ページ作成の実績あり
- 携帯販促システムの提供



各種デザイン

- 名刺・会社案内・折込チラシ・リーフレット作成



《お客様の声》

K I Sさんのつくるホームページは綺麗に作るだけじゃなく、社員の想いや、笑顔が見えるページに仕上がりました。ページアクセスも増え、ホームページから問合せがきました。

V 当社のサービスの魅力

アンケート結果から

ここがよい。KISコミュニケーションズのサービス

(1) お客様アンケート・・・その1

お客様がどの程度ご満足していただいているか。

2度目のお仕事を頂戴したかどうか。

2度目のお仕事を頂戴した際の満足度はどの程度か。

以上を、調査しました。

まだお取引が間もないという理由で、初回しか依頼されていないお客様は9%いらっしゃいました。

残りの91%の方は、2回目以降も当社をご利用していただいております。

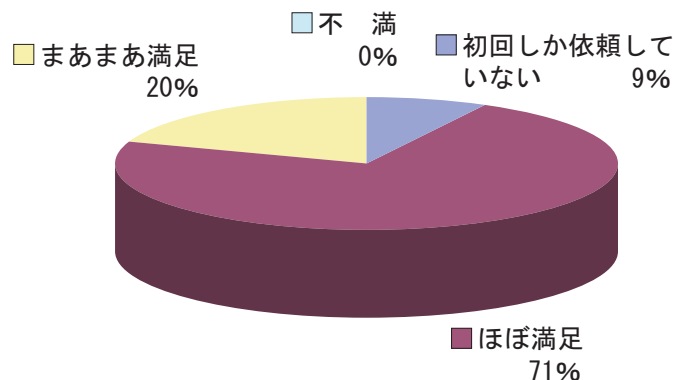
なぜ、2回目以降も当社をご利用いただいているのか、それを調査しました。

その結果、「ほぼ満足」していただいている方は71%に達しています。

これに「まあまあ満足」している方の20%を加えうると、

2回目の依頼を頂戴したお客様のほとんどのお客様にご満足をしていただいております。

《お客様アンケート》 満足度はどのくらい？



～ 新米社員のフログ風コメント ～

今回のアンケート結果には、正直なところ、ほっとしています。

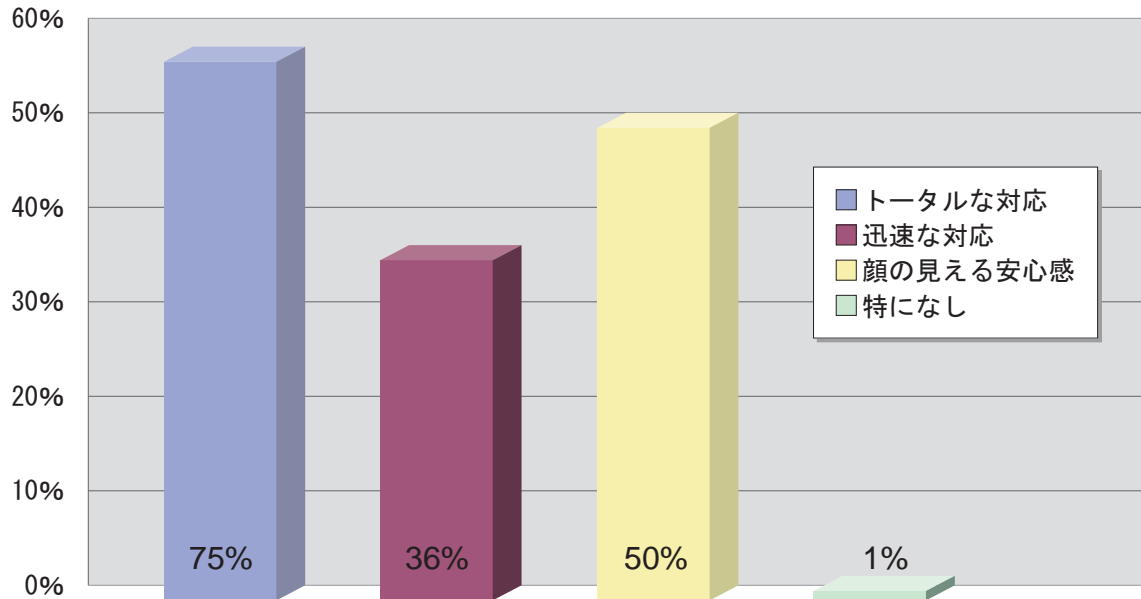
1回だけではなく、2回、3回とお仕事を頂戴しているお客様が多いのが当社の特徴ですが、今回のアンケート結果を見ると、はっきりとデータにも表れていました。なんと91%のお客様から引き続いてのお仕事を頂戴しています。それだけ喜んで頂いているとのことですから、本当にうれしいです！



(2) お客様アンケート・・・その2

次に、ご満足いただいているお客様が、当社のサービスのどのような点を特によいと考えておられるかを調査しました。

《お客様アンケート》 KISのここがよい！



※アンケート調査項目は複数回答可能として、10以上の項目を設定して行ないました。

当社がお客様にご満足いただける理由は

顔の見える安心感

迅速な対応

トータルな対応

上の3項目がKISのサービスをご愛顧いただいている理由です。
当社は、ITを通じて地域社会に貢献するべく、活動しています。

当社は、電話一本で、駆けつけます！

お客様に喜ばれる、顔の見える、トータルなサービスを提供できるのは、
地域密着型の当社の強みですね！

実際、他所のパソコンやプロバイダなのに、すぐに来てくれて感動したと
いうお客様のお声を頂戴しています。

喜んでいただくと、本当にうれしいです！



VI ケーアイエスコミュニケーションズのサービスの流れ

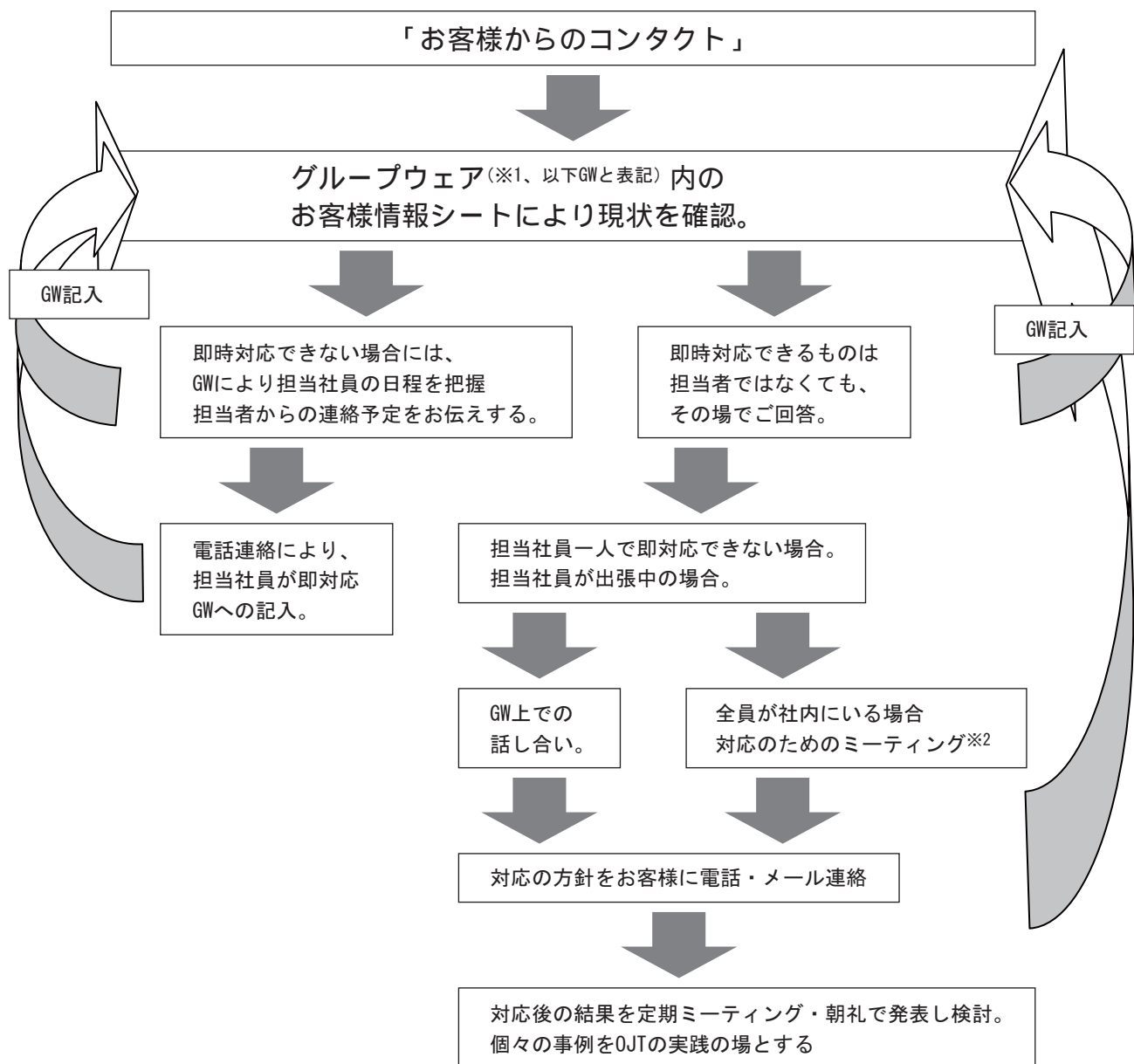
KISでは、お客様のお電話やメールを、

どの社員が取り次いでも、迅速に、個々のお客様の状況に即した

対応が可能です。

そのために、日々の業務の遂行にあたって、情報共有と、OJTを兼ね備えたグループウェアの活用システムを構築しています。

>> KISのGW活用システム <<



★GWを活用するために、こまめなGWへの入力、フィードバックを行なっています。

1 グループウェアについて

グループウェアとは、インターネット上に様々な情報を入力、あるいは登録して、メンバー全員で情報を共有するソフトのことです。外出先からもモバイル端末（携帯電話等）によって利用が可能です。当社では、タイムカード管理や日報記入、スケジュール管理などの一般的な使用目的のほかに、次の3点の理由からグループウェアを活用しています。

i. 情報を共有し、迅速・的確な対応を可能とするため

GWを活用することにより、常に新鮮なお客様の情報（使用している機器、OS、ソフト、LAN等の情報）、個別の事案への対応を入力することにより、迅速かつ的確な判断を可能としています。

ii. 社員教育のためのツールとして活用するため

お客様への対応などを記入すること。

情報の記入方法を工夫すること。

よりよい対応への工夫等を記入すること。

これらは、優れたOJT^(※)となります。

※OJTとは、仕事の遂行する過程で行なう人材教育のことです。

iii. 先端の情報共有ツールを率先して使用することにより、こうした最先端ソフトの活用方法、利便性などを実践的に検証し、的確な情報をお客様にお伝えするため

ITの末端企業ですが、それだけに常に利便性の高いソフトは何かを把握する必要があります。

そうして得られた最先端の知識をお客様に提示し、提案する必要があるからです。

ちなみに、これまでのところ、GWの活用の際に問題となるのは、細かい情報を入力しなければならないということ。つまりは手間がかかる点が問題点となっています。情報を共有し、よりの確・迅速なお客様へのサービスを可能とするため、現在、入力作業の手間を省くためのシステムを検討中です。

KISでは、最先端の情報収集を常に心がけ、お客様にお伝えしようと努力しています。

2 お客様の対応を協議するミーティングについて

当社では、お客様への対応を行なう際に問題や疑問が生じた場合には、すぐに臨時のミーティングを開いています。これは、担当者の判断のミスをなくすためであることはもちろんですが、社員全員の情報共有できることと、対応の仕方、具体的解決策について検討することにより、具体的事例に基づく社員教育（OJT）の機会とするためです。当社では、社員それぞれがOJTの講師であり、受講生であると考えています。

その他、情報共有と社員教育の場として実践していること。

- ① 朝礼の実践
- ② 目標達成ミーティング（月2回）
- ③ 臨時ミーティング
- ④ 日報記入

これらは、情報共有や社員教育の場としてだけではなく、社員の一体感の醸成のためにも活用しています。臨時ミーティングは、クライアント対応の協議だけではなく、知恵の経営報告書作成ミーティングなどのように、今後の社の方向性を見定め、社内の一体感を獲得するためにも活用しています。

より新鮮で有益な情報を、お客様にご提供するため

ITの世界の技術の高度化、ソフトの開発は、日進月歩の世界です。
 今日、最先端と思っていた知識が、明日には陳腐化してしまいます。
 常に、最先端であり、かつお客様の用途に即した利便性の高い情報をご提供するのも当社の役割です。
 このため、当社では以下のような情報収集を行なっています。

専門情報誌や専門メールマガジン登録による情報収集

専門の月刊誌、週刊誌を適宜取得していますが、現在ではインターネット上の専門情報が主流となっています。

メーカーによる情報収集

メーカーからの情報を検討し、必要な情報はお客様に発信しています。

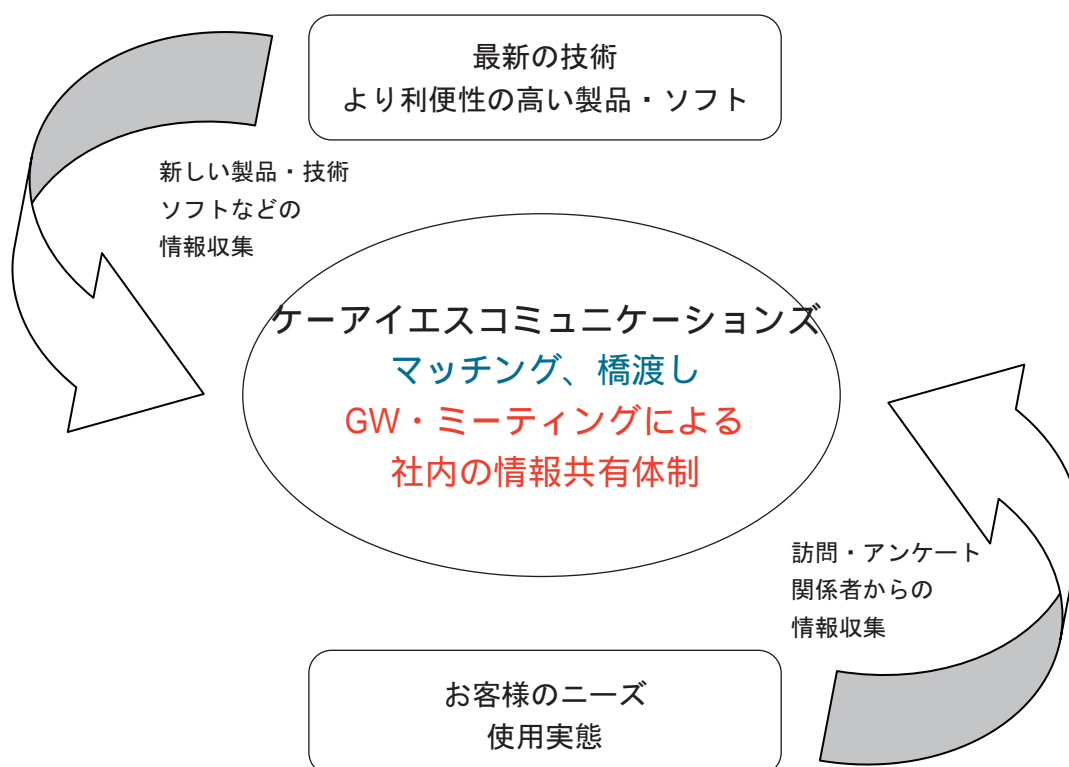
関連企業からの情報収集

主に、家電販売店、通信機器販売会社、事務機器販売会社等からの情報収集を行なっています。
 顧客のニーズの把握にも有効です。

訪問やアンケート調査によるニーズの情報収集

当社の行なっているサービスは、開発されたソフトや技術と、お客様の橋渡しです。
 したがって、どのようなことにPC、ITを活用したいのか、どのようなことにお困りか、常に
 お客様のご要望を的確に把握し、ダイレクトな情報収集につとめています。

《ケーアイエスコミュニケーションズのご提供する役割の概念》



VII 社員紹介

私たちがサービスをご提供しています。



代表を務める小笠原です。
経営者仲間とお酒を飲んで夢を語ることが一番の楽しみです。

考えてみれば、困難な時代に創業し、成長することができたのは、生真面目さがお客様に評価されたからだと思います。

地域の豊かなコミュニケーション作りに貢献しようというのが、私の夢です。

ですから、社員とのコミュニケーションは大事にしています。
みんなで幸せになろう！

それがお客様に幸せになっていただくことに繋がるのだから。



[コンピューター機器販売・修理・教室・サポート担当]

やまさんです。

コンピュータ機器販売とパソコンの修理、設定など、主に技術面を担当しています。

好奇心旺盛で色々なことをやっています。

(ゴルフ・オートバイ・スキー等)

日進月歩のパソコン、インターネット業界では好奇心と探究心がなければ付いていけません。

パソコンのことなら、どんなことでもお気軽にご相談ください。

お客様の「あ～、出来た！」の聲が励みになります。



[デザイン・ホームページ作成担当]

けいたです。

デザイン、ホームページ作成など、主にデザインとウェブサイトの構築を担当しています。

お客様のイメージを作り出す仕事ですので、日々頭を悩ませております。

出来上がりを見て頂いた時に、お褒めの言葉を頂いた時の嬉しさは、格別です。

趣味は写真。

仕事も趣味もモノ作り。こだわりを持って頑張っております。

VIII 環境分析

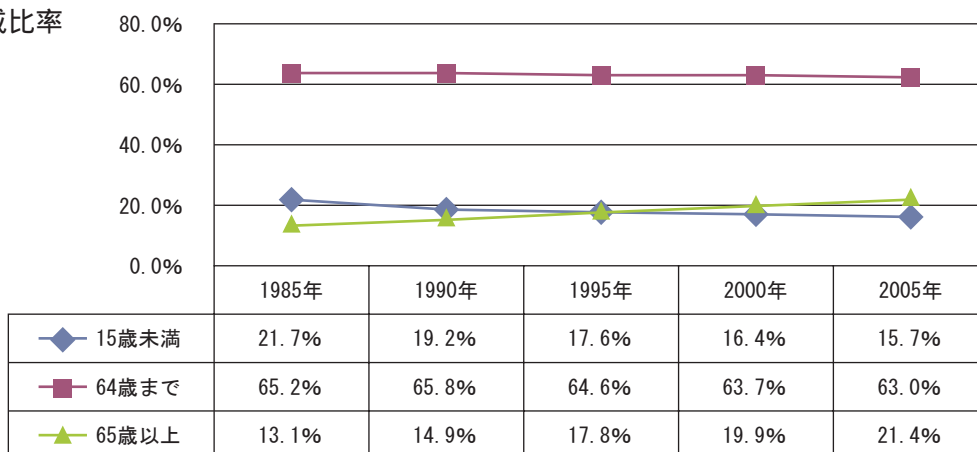
1. 福知山市の現状

当社の顧客分布状況は、右のような構成比になっています。「地域密着型」であることが、この表においても明白です。ここでは当社の主たる顧客を構成している福知山市の人口の構成比率の変化と、事業所数の推移を分析します。

<図表 8-01>

福知山市	73%
綾部市	13%
氷上	7%
舞鶴市	6%
京丹波	2%

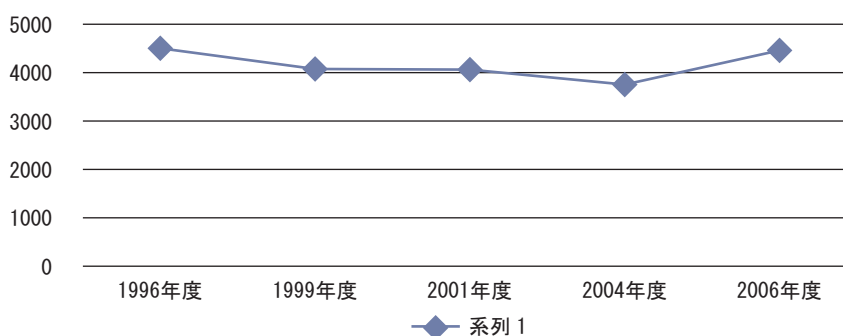
福知山市の人口構成比率



<図表 8-02> まだ2010年の統計資料がなく、2005年までのデータとなっています。
※福知山市の総人口は、2005年度67752人、2010年度82006人

福知山市の人口構成比（図表 8-02）を見れば明らかなように、福知山市も確実に少子高齢化の傾向にあります。また、下のグラフでもわかるように、福知山市全体の事業所数も微減しています。

福知山市の事業所数



<図表 8-03>

※04年度から06年度に事業所数が回復しているように見えますが、これは市町村合併によるものです。

これらのデータからも明らかなように、当社設立から現在に到るまでの10年間、一貫して過酷な状況にありました。けれども当社はこの間、業績を伸ばしています。このことは、当社の提供するサービス形態こそが、少子高齢化の社会状況を背景としたニーズに合致しているものと考えられます。

販売は販売店、修理はメーカー搬送、操作はお仕着せといったサービス形態は、トータルなサービスを求めるお客様のニーズに合致していないと当社では考えています。特に、パソコン初心者のお客様からは、パソコンの機種選びから使用方法までを手がける当社のサービスが求められていると思われま

2. 福知山地域の関連事業の推移

	2000年	2010年現在	検討
プロバイダー※	大手1社 (OCN) 地元4社(ノース関西他)	大手2社 (OCN、K-OPT) 地元2社(ノース関西)	プロバイダー事業は、アクセスポイント不要なブロードバンド化に伴い、大手2社の独占状態である。多数の契約者を背景に、大手プロバイダーのサービスは充実し、4社あった地元プロバイダーは当社を含めた2社となっています。 逆に、かつて地元プロバイダーは4社あったが、現在では当社も含め2社となりました。
PC販売会社※	12社	9社	PC販売会社とは、事業所対象に務機器・PCを販売している会社のことです。大手量販店の進出により、PC販売会社は撤退が続いています。価格競争ではないサービスを展開する必要があります。
PC専門店	4社	0社	大手量販店の進出により、PC専門店は軒並み撤退しています。破壊的な価格競争の結果です。やはり、価格競争ではないサービスを展開する必要があります。
量販店	1社(H社)	3社(H、Y、J社)	この狭い地域に、大手量販店3店舗が進出しており、価格競争でしごきを削っています。いずれ淘汰されるでしょう。
サポート※	7社	5社	実体は、量販店のサポートを主に請け負う小さなサポート会社が多いです。サポートを独自展開している会社は中古パソコン販売などを手がけていますが、PCの家電化に伴い苦しい事業展開となっているはずで、それが数字にも表れています。都市部では、サポート会社は、サポート専門会社が成り立ちますが、福知山のような事業所数の少ない地域では成り立ちにくい環境にあります。利益率の非常に高い分野ですが、特化して成功する地域ではないということが、このデータでも明らかです。尚、量販店の多くは、ネット販売との差別化のため、販売後のサポートを行っていますが、修理などは、簡単なチェックの後に製造元に送り返すユニット交換であることが多く、迅速・的確なサービスの提供はできておりません。これではお客様の望まれるサービスではないと当社は考えています。このことは、量販店での購入者が当社にサービスを求めることから明白です。
パソコン教室※	10社	8社	現在では、量販店のサービスで行っているパソコン教室か、フランチャイズのDVDなどを使用した教室ばかりとなっています。KISのように、個別のニーズに沿った指導を行っているところはありません。当社のサービスの障碍とはなっていません。
デザイン※	3社	8社	デザインを業務とする会社は増加しています。これは、印刷不況のため、デザインを含めたトータルな事業展開の必要性のためと考えられます。今後競合するものと思われそうですが、当社では印刷会社とのコラボレーション体制を構築し、共存を図っています。

<図表 8-04> ネット検索と電話帳による調査データです。

※印の項目の数字には、2000年、2010年の両方にKISコミュニケーションズも含まれています。

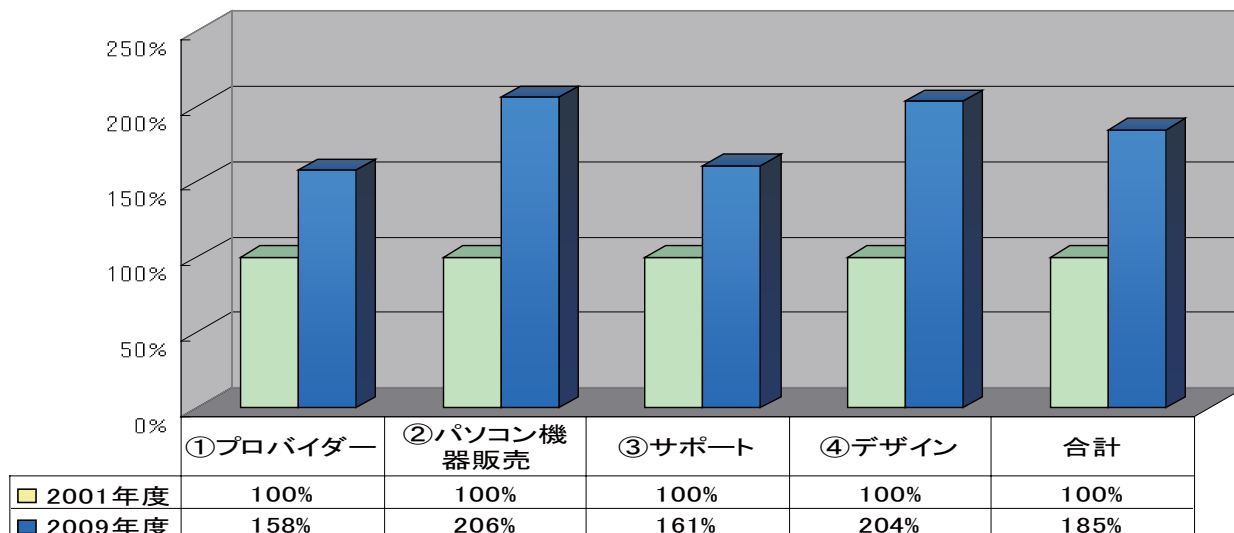
このデータによると、この10年の間に量販店進出に伴ってPC専門店4社が店をたたんだことを手始めとして、プロバイダー数、PC販売会社数、サポート会社など、軒並み減少しています。唯一増加しているデザイン関連事業というのは、印刷不況を背景に、より利益率の高いデザイン部門を設ける印刷会社が増加しているからです。

今後、当社ともっとも競合するものと思われませんが、当社では受注からデザインを手がけることによって印刷会社とのコラボレーション体制を構築し、共存を図っています。また、数字的には表に出ておりませんが、かつて独立して事業展開していたサポート会社は軒並み傾いており、量販店の下請けとなっていますし、パソコン教室は、フランチャイズ展開するパソコン教室が細々と残るのみという状況にあります。

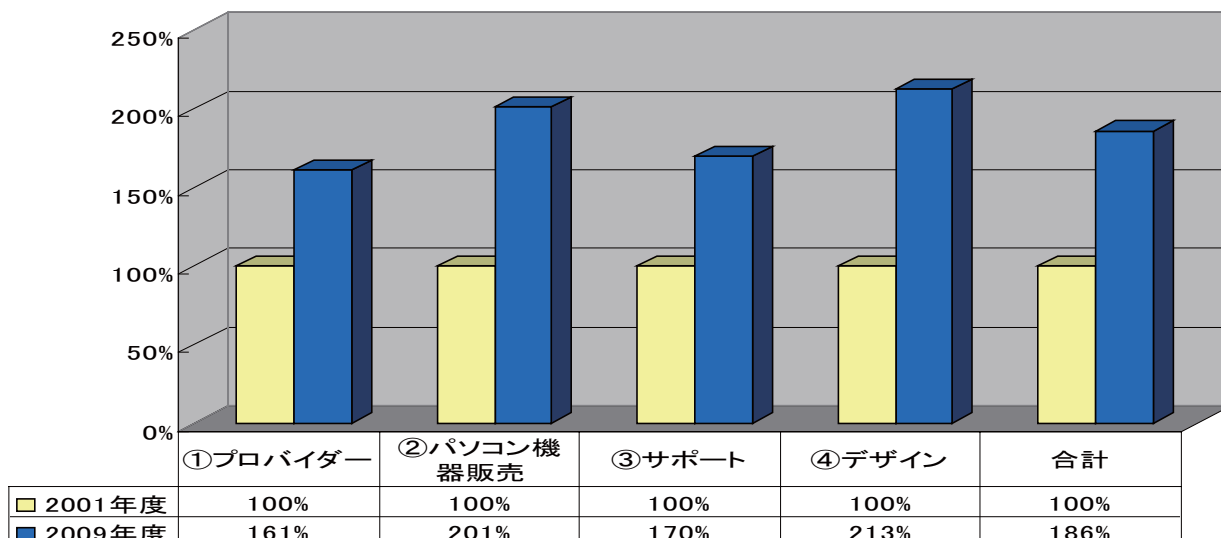
更に2010年に実施された高速道路無料化に伴い、関西圏からの営業は益々激化しています。

3. この間のKISコミュニケーションズの業績の推移

① 設立後の売上の伸び・・・設立時を100として比較しています。〈図表 8-05〉



② 設立後の粗利の伸び・・・設立時を100として比較しています。〈図表 8-06〉



K I S コミュニケーションズは、この長引く不況の時代にあつて、売上も粗利も業績を伸ばしております。その理由はどこにあるのか。将来展望を描く前に、以下ではこのことを深く分析します。

■ 当社の営業形態と他社の営業形態の違い

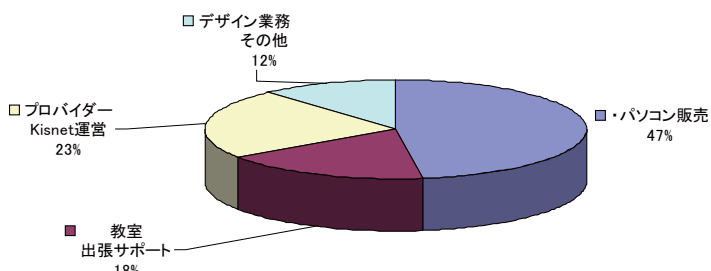
ここでは、競合する同業他社と、当社の営業形態の違いについて分析しました。各事業別に分析しますと、以下のようになります。

<図表 8-07>

提供するサービス形態	該当する会社数（事業所数）
プロバイダー専業	3社
販売のみ	3社
販売＋サポート事業	6社
販売＋サポート事業＋PC教室	1社
販売＋サポート事業＋デザイン業務	1社
販売＋サポート事業＋教室＋デザイン業務	0社
プロバイダー＋販売＋サポート事業＋教室＋デザイン業務	K I Sのみ

当社の営業部門は4部門としておりますが、実際には、上記のように5部門の複合体として営業しています。このデータからは、当社のような5部門の複合体を営業形態とする会社は極めて稀です。効率的な事業体を目指すのであれば、むしろ、どこかに経営資本を集中するのが当たり前の考え方ですが、当社はあえて、この5部門複合体企業として営業して参りました。それがお客様のニーズに合致すると考えていたからです。では、実際に、当社のような稀な営業形態が本当にお客様のニーズに合致しているのか。以下では、現存する4部門（※）の売上と粗利の構成比率を求めて分析してみます。

■ 売上構成比率のグラフ <図表 8-08>



プロバイダー部門は、売上における貢献度は23%、利益の貢献度は19%であるが、安定収入の源となっています。

機器販売部門は、売上における貢献度は48%と高く、実質利益の34%、利益の3割を占めます。

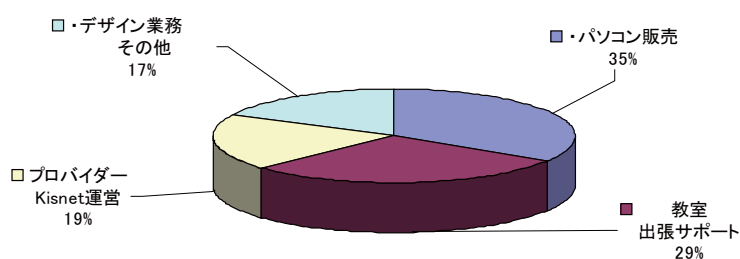
サポート部門については、売上における貢献度は18%と低いが、実質の利益の貢献度は29%と逆に高く、機器販売部門に迫ります。

デザイン部門は、新規事業であることもあり、売上に対する貢献度は12%と低いものの、高い利益率を背景に、利益の貢献度は17%となっています。

今後の成長部門であると考えられます。

以上のデータからすると、当社の事業内容はプロバイダー運営部門をベースに、4部門がそれぞれ成長していることが分かります。

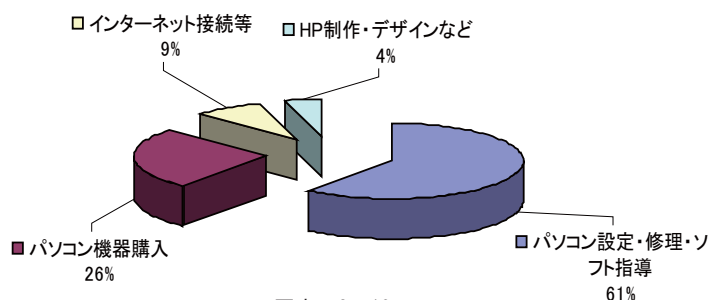
■ 粗利構成比率のグラフ <図表 8-09>



では、5部門複合体である当社の特色が、お客様のニーズに合致しているのか。このことを、当社に最初に依頼された業務内容が、次にどのような依頼に繋がったかという観点から分析してみます。当社に最初に依頼された業務内容と次に依頼された業務内容についてアンケート(※)を実施して調査しました。

※アンケート発送総数294通、回答総数86通、回答率29.3%、2010年7月～8月実施
実施方法はメール送信とアンケート用紙の配布による。

パソコン設定・修理・ソフト指導のサービスから、次にどのようなご依頼があったか。



初回、パソコン設定・修理・ソフト指導のサービスの提供が、次にどのような依頼に繋がったかというデータです。

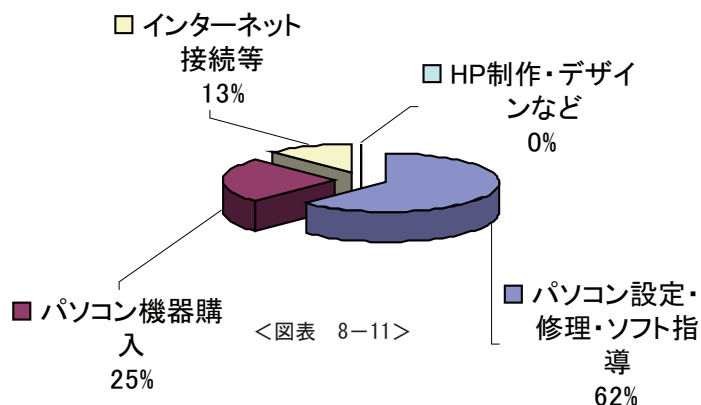
前提として、当社以外の量販店やネット販売等によって、既にパソコン等の機器をご購入されたお客様からの最初の業務の依頼があった後の結果です。

2回目のご依頼が、パソコン機器販売に繋がっている割合が26%に達しています。

他社・ネットからのパソコン機器の購入

⇒ 設定・修理・ソフト指導 ⇒ 新たなパソコン機器購入はKISへ
という図式が見て取れます。

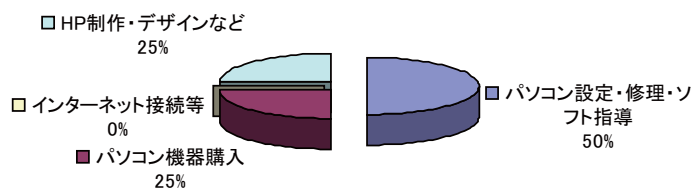
パソコン機器の購入のサービスからどのようなサービスの受注に繋がったか。



当初からパソコン購入をKISにご依頼いただいたお客様は、当社のきめ細かいサービスをご存知の方であることが特色です。

購入後も、設定・修理・使用方法等のサービスをご利用いただいております。

インターネット接続サービスから、どのようなサービスに繋がったか。

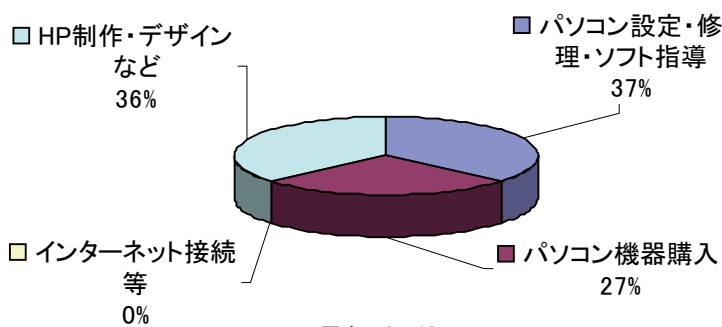


このケースでは、当社でパソコンを購入せず、量販店やネット販売等によってパソコン機器をご購入された後の依頼であることが重要です。機器の購入価格は、量販店の方が安いです。また、ネット販売の場合、驚くような価格で販売されています。

にもかかわらず、この部門から、新規パソコン機器販売部門へ展開した件数も25%に達しています。このことは、パソコン機器購入後のKISのきめの細かいサービス提供を体験されたお客様が、新たな機器の購入に当たって、安ければよいという売りっぱなし商品ではなく、その後のサービス提供や、お客様の使用実態に適した機種選びを評価された結果、新規購入はKISへと判断されたものと考えられます。また、インターネット接続サービス自体は、量販店等においては出張サポートが、ネット販売等においては電話サポートが行われています。けれども、こうしたサービスは物品販売の付随的なサービスであり、定型的であったり不十分なものであるとして、量販店購入後の当社への依頼が多いという状況です。

他少量販店、ネットでのパソコン機器の購入 ⇒ KISのインターネット接続サービス ⇒ 新規パソコン購入等はKISへという流れがあります。

HP制作・デザインサービスから、どのようなサービスに繋がったか。



<図表 8-13>

HP制作・デザイン部門は、当社のサービスの中では新しい部門ですが、KISのデザイン部門からの他部門への展開も、ほぼ均等に見られます。尚、この場合は既にインターネット接続・プロバイダー契約を済ませているお客様となりますので、この部門への展開はありません。

HP制作・デザイン部門 ⇒ パソコン設定・修理等＋PC新規購入はKISへという流れがあります。

以上の分析から、当社の4部門はそれぞれがひとつの部門への受注が他の部門への受注に繋がっていることが分かります。

長期不況の中、大手量販店の進出による価格競争の激化、高速道路、交通網の発達による関西圏からの営業激化に対応するためには、当社独自の営業展開、価格競争ではない付加価値のある商品を提供していく必要があります。

当社の4部門複合体の営業方法は、他にない稀なサービス形態として信頼感を醸成し、受け入れられていると考えられます。

■お客様のニーズはどこにあるのか。

当社のサービスのここがよいというアンケート結果<図表 8-10>、<図表 8-11>、<図表 8-12>、<図表 8-13>によっても、このことが明確に現れています。

アンケートの数値は、①トータルな対応、②顔の見える安心感、③迅速な対応という三項目に絞られており、このうち、トータルな対応を理由に挙げられている顧客が、実に72%に達しています。

以上の結果からすれば、長期不況にもかかわらず業績を伸ばしてきた当社の強みは、4部門複合型という稀有な営業形態にあったと考えられます。

社内に4部門を保有する。そのことによってお客様のニーズに合致したトータルなサービス提供を可能とし、安心感を醸成しています。そして、当社にとりまして重要なことは、それぞれがそれぞれの業務の受注につながっているということです。

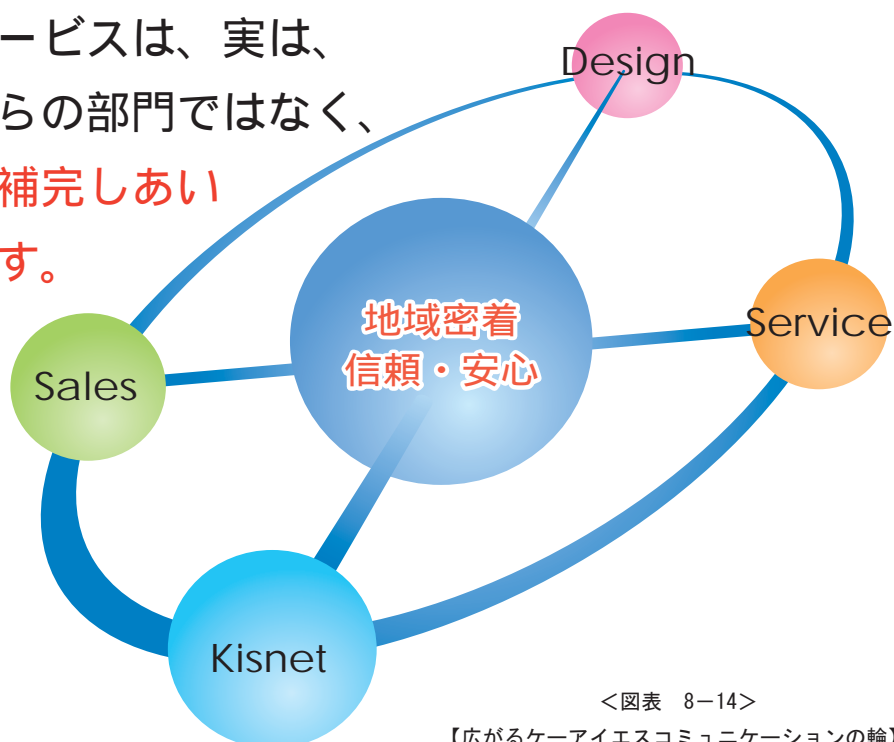
これらの4部門は、それぞれがそれぞれを支えあう関係にあります。ITの利用・活用という一点において有機的に結合しているからです。

パソコン購入 ⇒ 設定・登録 ⇒ ソフト導入・使用・HP作成 ⇒ 修理・設定 ⇒ 新しい機器の購入といった一連の流れは、パソコン自体が家電化したとはいえ、それぞれの過程で専門知識と経験が必要とされます。

お客様は、そのそれぞれの家庭で、丁寧で安心感のあるサポートを求めています。どこの流れの過程であっても、次に繋がっているというのが、KISコミュニケーションズの強みといえるでしょう。逆に、利潤追求のみを求めて各過程に特化した専門店が当地から撤退しているのは、こうしたお客様のニーズを把握していないか、あるいは把握していても対応できていないからだと考えられます。

当社では、こうした当社の強みを支えるべく、社員の情報共有と社員教育に力を入れています。

当社の提供するサービスは、実は、
それぞれがばらばらの部門ではなく、
それぞれが相互に補完しあい
成長しているのです。



<図表 8-14>

【広がるケーアイエスコミュニケーションの輪】

IX 将来展望

より地域の皆様のお役に立てるように

ITと携帯電話、紙媒体、デザイン、HPの複合体、「モバコミ」のご提案

少子高齢化の進展、長期不況にもかかわらず、当社は営業成績を伸ばし、人員を増やして参りました。その理由は、他には例を見ない4部門複合体としての営業形態にありました。当社は、このことを自覚し、更に迅速かつ的確な顔の見えるサービスを、より進化させた地域密着型の企業として発展して行きます。

そのひとつのご提案が、昨年、両丹経済新聞紙上にて、ご紹介を受けた「モバコミ」です。



<図表 9-01>

※ 図表9-01の使用については、両丹経済新聞社の了解を得ております。

ITの技術革新は目覚しく、情報発信の方法も進化しています。かつて、情報発信媒体としてインターネット通信・パソコン通信機能が活用されていました。

けれども、現在は、情報発信媒体であり情報受信媒体として携帯電話があります。

更に、携帯への簡単な情報発信媒体としてのQRコード接続(*)があります。

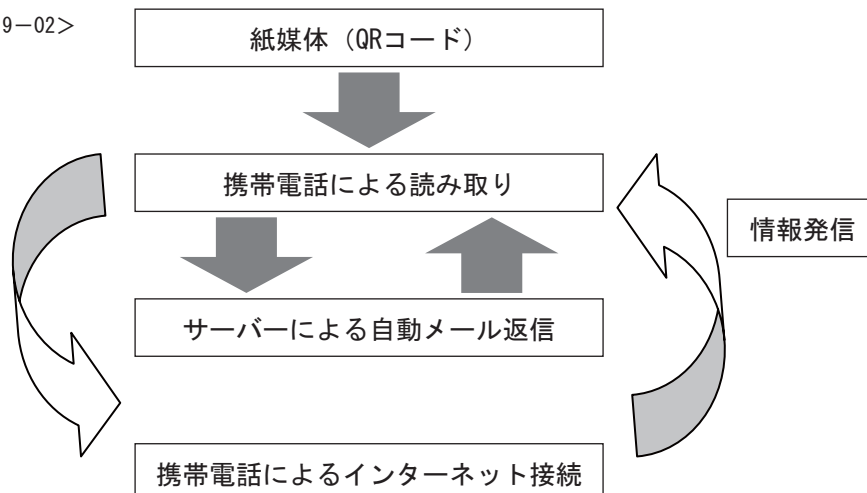
かつての、「パソコンによるインターネット接続」という図式から、携帯によるインターネット接続へと進化し、更に、紙媒体に印刷されたバーコードを利用することにより、紙媒体を利用した携帯によるメール送信、インターネット接続が極めて容易になりました。

当社はこの時代の流れに注目し、携帯電話を利用して、紙媒体とインターネットを結ぶ情報発信ツールとして「モバコミ」を提案いたしました。

※QRコード接続・・・バーコードのように、携帯のカメラ機能を用いて情報を読み込むと、メール先やインターネットのURLなどが読み取り、インターネット等への接続を容易にするシステムのこと。<図表 9-03>

当社のご提案するモバコミの概念図は以下の通りです。

<図表 9-02>



モバコミとは

フリーペーパーなどの紙媒体のQRコードを携帯電話で読み取ることにより、簡単に企業情報、店舗情報の発信が可能となります。動画や、詳細情報、お得なクーポンの発行、イベント情報などを発信して、お客様にアピールすることができますし、より詳しい情報は、携帯サイトによって確認していただくこともできます。

モバコミのメリット

- ① QRコードを使用することによって、紙媒体を超えた情報発信が可能となるシステムです。
- ② 広告スペースも小さくて済みますので、コスト削減にもなります。
- ③ 動画配信、クーポン発行などの魅力イベントを発信することにより、顧客に愛される長期的な情報発信ツールとなります。

当社は、この「モバコミ」を、紙媒体・携帯端末・インターネット・HPの新たな活用方法として、人と人、人と企業を結ぶ地域の情報発信ツールとして、ご提案しています。

経営革新計画事業

店舗向けの携帯販促システムと紙媒体広告を融合させたシステム提供への事業展開



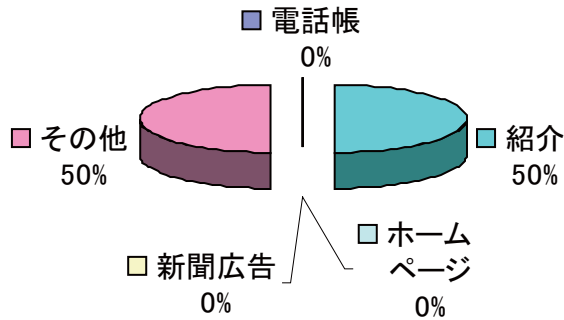
<図表 9-03>

尚、この「モバコミ」によって、当社は、2010年4月から2012年3月まで、京都府の経営革新計画事業の承認を受けております。

当社は、より魅力的なQRコード付き広告の発行、デザイン、アクセス先の携帯サイトの制作、ホームページの制作、定期的な情報発信などなど、モバコミ発行の全てのプロセスにおいて、お客様をサポートしています。

地域密着型企业として発展し、人の心を伝えるお手伝いを行ないます。

最後に、うれしいデータをご紹介します。
当社に初めて依頼されたきっかけを調査したデータです。



<図表 9-04>

調査項目は、上記のように、

①電話帳、②ご紹介、③ホームページ、④新聞広告、⑤その他の5項目で行ないました。

このうち、ご紹介によるものがちょうど50%で、他はその他でした。

「その他」とされた方のほとんどは、以前から当社をご存知の方だと考えられます。

そうすると、当社をご利用いただいている新規のお客様のほとんどが、ご紹介か、近くの地域の方々ということになります。

当社は、人と人の心をつなぐツールとしてITを活用し、笑顔にあふれた地域社会の構築に貢献することを企業理念としておりますが、実は、当社こそ、地域に育てられ、人と人とのつながりによって成長させていただいている企業ということになります。

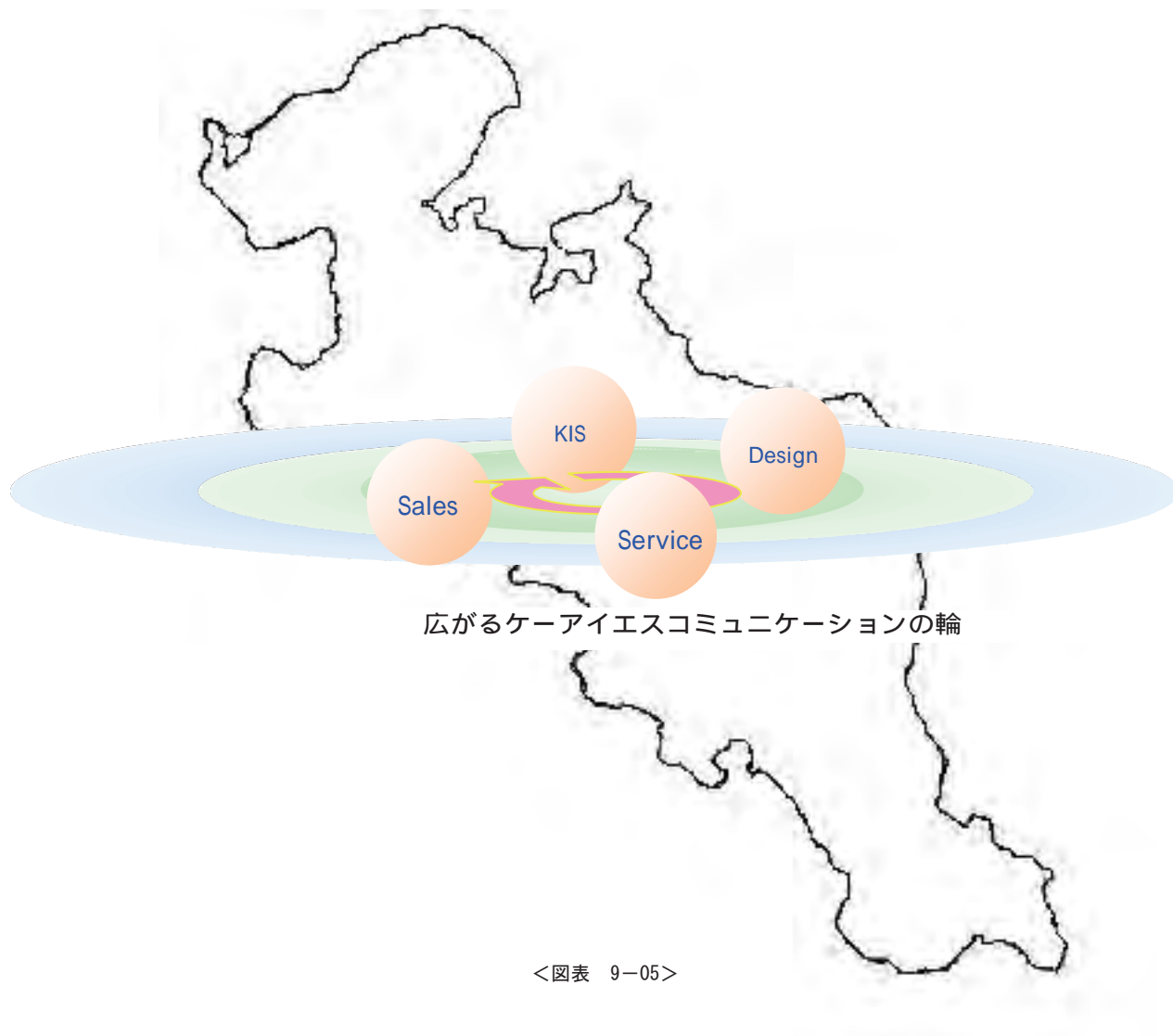
このパラドクスは、当社にとってはうれしい事実です。

人の心を伝えるお手伝いをさせていただくことにより、地域に貢献しよう。

そのように考えて設立した当社が、地域の方々によって愛され、成長させていただいている。これほど、うれしいことはありません。そして、同時に、このように思います。お客様のご信頼を裏切りたくない。

だからこそ、私達は次のように宣言します。

【KIS宣言】



ケーアイエスコミュニケーションズは、これからも、地域密着型の企業だからこそ可能な、肌理の細かいサービスを提供します。社員ひとりひとりが、日々研鑽し、お客様のご要望に応じた有益な情報・技術の提供を行ないます。私達、ケーアイエスコミュニケーションズは、社員一同、力を合わせ、ITを通じて、人と人の心をつなぐお手伝いをさせていただくことにより、地域社会に貢献することを、ここに宣言します。

ケーアイエスコミュニケーションズ 社員一同

X セグメント分析

①2001年から2007年

	理念	マネジメント 経営努力	技術・ノウハウ 当社の強み	商品・サービス	KPI
	企業理念を明確には意識せず。ITがコミュニケーションツールとして活用される時代が来ることを確信。	プロバイダの権利を取得。 IT技術の進展に対応する努力 顧客情報管理 顧客の要望に応える努力	プロバイダの管理技術ノウハウ パソコン機器・ソフトに関する知識・技術	プロバイダの提供 パソコン機器販売 パソコン教室 ソフト使用方法の個別指導	1. 業績上昇率 設立当初比 7%上昇 粗利当初比 20%上昇 2. 部門別構成比率 ① 当初プロバイダ契約数 ② : 約 200 件 売上: 19% 粗利: 24% ②パソコン機器販売 売上: 57% 粗利: 25% ③パソコンサポート 売上: 24% 粗利: 51%
貢献度	10	20	40	30	
自己評価	1	1	5	4	
努力指数	10	20	8	7.5	

2001年6月、パソコン機器販売会社の社員であったことから、プロバイダの運営権を譲り受ける形で独立し、KISコミュニケーションズを設立。

既に淘汰の時代に入りつつあったプロバイダ事業であったが、今後はITがコミュニケーションのツールとして活用される時代が来るという確信があったことと、パソコン機器・ソフト・プロバイダ運営等に関する知識・技能を保有していたことから、会社を設立、事業を開始した。こうした経緯から、ノウハウ、サービス重視の営業形態であることが自己評価にも現れている。

同時に、顧客の要望に対応する形での事業展開を行ってきたことから、マネジメントの重要性も感じ始めた頃であることがわかる。

②2008年から現在

	理念	マネジメント 経営努力	技術・ノウハウ 当社の強み	商品・サービス	達成度/KPI
	「ITを活用した地域貢献。』『皆が幸福になる会社にしたい。』	1. 取引の実体的な分析とアンケート調査の実施等によるニーズの把握 2. トータルなサービス提供を行う仕組み作り ①人材確保 ②技術・知識の研鑽 ③情報共有のための仕組み作り i. 朝礼の励行 ii. 目標達成ミーティング iii. グループウェアの導入 3. 異業種交流の実践/セミナー参加 4. 展示会出展 5. 経営革新承認企業となる取り組み	1. 地域性に根付いたニーズの的確な把握 2. トータルな顔の見える安心感のあるサービスを、迅速に提供のできる体制 ⇒社内の一体感 3. アウトソーシングによる経費節減	1. サービス4部門 ① プロバイダ運営 ② パソコン機器販売 ③ パソコンサポート(教室等含む) ④ デザイン部門 新設(HP、名刺、ちらし等) 上記4部門のトータルサポート 2. モバコミ(4部門が融合したサービス)	1. 業績上昇率(設立当初比) 売上50%上昇:粗利100%上昇 2. 部門別上昇率 ①プロバイダ部門 契約数:約300⇒50%上昇 売上:35%↑ 粗利38%↑ 構成比:売上:23%、粗利:19% ②パソコン機器販売 売上:72%↑ 粗利68%↑ 構成比:売上:48% 粗利:34% ③パソコンサポート 売上:27%↑ 粗利34%↑ 構成比:売上:18% 粗利:29% ④デザイン 構成比:売上:12% 粗利:17% 3. アンケート調査 1回/年 4. トータルサービスの体制作り ①新規社員採用1名 ②セミナー・研究会参加2回/年 ③情報共有 i. 朝礼毎朝 ii. 目標達成M2回/月 iii. グループウェア活用 タイムカード/業務通達報告等 3. 異業種交流等1回/月 4. 展示会出展 3回/年 5. 経営革新承認企業となる (2009年から2011年度)
貢献度	30	40	20	10	
自己評価	4	5	3	5	
努力指数	7.5	8	6.7	2	

プロバイダー運営という形で始まった当社だが、当社は売上50%増、粗利100%増を達成してきた。社員も1名増員している。パソコン教室や機器販売、サポートサービスを行う事業所は次々と淘汰されていく中で危機感をつのらせる一方、むしろ営業成績アップを可能としてきたのはなぜかを探り始めた時期である。今回の知恵の経営報告書作成において明確になったその主な理由は、当社が小さいながらも4部門が有機的に結合する形でトータルなサービスを行っていることが正しく顧客の要望に沿うものであったこと、かつ、地域性を活かして顔の見える迅速なサービスを提供してきたことが挙げられる。

このようなサービスの提供のためには、情報の共有が欠かせない。朝礼、ミーティング、グループウェアの導入などを行い、情報の共有に取り組んできた。セグメントにも、マネジメントの貢献度が高く、かつ自己評価も高い形で現れている。但し、努力指数を見れば分かるように、ますますこのマネジメントの重要性、それを支える理念の重要性が高まっていることが理解できる。と同時に、新しい4部門の融合的なサービスである『モバコミ』の普及に取り組み経営革新企業の承認を受ける一方、ホームページ制作等のデザイン部門の拡充を図る必要性を感じていることが、技術ノウハウ面での努力指数に如実に表れている。

③2012年

	理念	マネジメント	技術・ノウハウ	商品・サービス	KPI
	ITを通じて 地域に 貢献する	1. 取引の実体的な 分析とアンケート 調査の実施等によ るニーズの把握 2. トータルなサー ビス提供を行う仕 組み作り ①人材確保 ②技術・知識の研鑽 ③情報共有のため の仕組み作り i. 朝礼の励行 ii. 目標達成ミーテ ィング iii. グループウェア の導入 3. 異業種交流の実 践/セミナー参加 4. 展示会出展	1. 地域性に根付 いたニーズ的 確な把握 2. トータルな顔 の見える安心感 のあるサービス を、迅速に提供の できる体制 ⇒社内の一体感 を深める。 3. アウトソーシ ングによる経費 節減	1. サービス4部門 ① プロバイダー 運営 ② パソコン機器 販売 ③ パソコンサポ ート（教室等 含む） ④ デザイン部門 新設（HP、名 刺、ちらし等） 上記4部門のトー タルサポート 2. モバコミ（4 部門が融合したサ ービス）	1. 業績上昇率 当初比売上 85%↑ 粗利 86%↑ 現状比売上 28%↑ 粗利 32%↑ 2. 部門別構成比率 ①プロバイダー部門 契約数：360件 目標 20%↑ 当初比売上:58%↑ 粗利:61%↑ 現状比 :17%↑ ②パソコン機器販売 当初比売上:106↑ 粗利:101%↑ 現状比 :20%↑ ③パソコンサポート 当初比売上:61%↑ 粗利:70%↑ 現状比 :27%↑ ④デザイン 当初比売上:104%↑ 粗利:113%↑ 現状比 :82%↑ 3. アンケート調査 2回/年 4. トータルサービスの体制作り ①新規社員採用1名 ②セミナー・研究会参加 6回/年 ③情報共有 i. 朝礼毎朝 ii. 目標達成 M3回/月 iii. グループウェア活用 タイムカード/業務通達報告等 3. 異業種交流等1回/月 4. 展示会等出展 6回/年

会社設立10年目になるが、この時代はIT関連の末端企業にあっては冬の時代であった。しかしながら、しぶとく生き残り、曲がりなりにも業績を伸ばしてきた理由を掘り下げるうちに、地域密着型企业として求められる事業形態、つまりは顧客のニーズにぴったりと合致したサービスが何であるか、社員全員の手によって作成したこの知恵の経営報告書作成過程において明確になった。この確信に基づき、今後は社員一丸となって、次の知恵の経営報告書更新時期までの2年間に於いて、業績を更に20%以上、アップすることを目標にしている。

■ 10年後の当社の目標と夢

① 4倍増のキャパシティー

セグメント分析では2012年の目標値を掲げている。当社は、「モバコミ」という新しい商品を加え、2年間で現状比3割前後の業績アップを目標に据えている。このペースで行けば10年後には、現状の3.7倍、およそ4倍増ということになる。ここでは、当社のような地域密着型企业において、このようなことが可能であるかを検討してみたい。

地域密着型の当社の主たる営業エリアは、顧客分布の73%を占める福知山市である。

その福知山市の人口は2010年統計資料によれば82006人、(図表8-01参照)事業所数は4000(図表8-02参照)前後で推移し、市町村合併後はおよそ4300である。

直近2年間の当社の顧客数は、重複を除いても409、このうち事業所が216社である。これを上記統計資料において人口占有率を求めると、わずかに0.23%、事業所占有率でも5.0%に過ぎない。これらに人口と事業所数の微減率を年間2%として計算しても、10年後の人口が67004人、事業所数3513社となり、当社の人口占有率は0.29%、事業所占有率で6.1%に過ぎない。10年後の目標はおよそ4倍増であるから、顧客数1636、事業所数864社となる。占有率にして、1.15%、事業所の占有率でもわずかに24.6%に過ぎない。福知山市地域における当社の成長のキャパシティーはまだ十分にあると考えられ、これもまた地域密着型を宣言する理由となっている。

② KISnet のブランド化

10年後の目標は売上増だけではない。人と人の心を繋ぐKISnetの輪を広げ、京都府北部におけるKISnetのブランド化を達成することを目標にしている。そのためには、事業規模の拡大とともに、ブランド化のための露出の方法・戦略を組み立てる必要がある。現在、試行錯誤を繰り返しながら戦略の策定に取り組んでいるところであり、これは2年後の知恵の経営報告書において発表する予定である。

i

会社概要

会社名	有限会社ケーアイエスコミュニケーションズ
所在地	〒620-0062 京都府福知山市和久市284番地
創業	2001年
会社設立	2001年6月
代表者名	代表取締役 小笠原 正樹
従業員数	2人
資本金	300万円
売上高	3,500万円
事業内容	携帯販促システム&折込広告フリーペーパー発行 コンピューター機器の販売 パソコン出張サポート・パソコン教室 事務機器販売 接続プロバイダーKISnet運営 ホームページ作成 企業案内・名刺等のデザイン



【沿革】

創業期（2001年～2008）

- 2001年 1 月 創業個人企業として営業開始
- 2001年 6 月 有限会社設立 有限会社ケーアイエスコミュニケーションズ
- 2002年 4 月 事務所移転福知山市前田町から福知山市和久市町へパソコン教室始める
社員1名採用

転換期（2008年～現在）

- 2008年11月 社員1名増員、(デザイン技術者採用)
- 2008年12月 ホームページ作成事業・広告デザイン事業開始
- 2009年 6 月 経営理念作成
- 2009年 6 月 京都府経営革新計画承認(携帯販促システムと紙媒体広告の融合)
- 2010年 ホームページ作成事業・広告デザイン事業開始

ii

あとがき

知恵の経営報告書作成を終えて

「知恵の経営報告書」を作成する過程を通じて、当社の経営に源泉が何であるのか、当社にはどのようなノウハウ、技術があり、今後、どのような方向に進むべきかが、明確に見えてきました。お客様にご満足いただけるサービスの提供のためには、『情報の共有』がキーワードとなります。この「知恵の経営報告書」作成にあたって、全社一丸となって議論し検討し作成致しました。この作成過程こそが更に深い情報共有の場になり、得るものは大きかったと思います。この知恵の経営報告書によって、当社がどのような信念を持ち、地域社会に貢献するべく事業に取り組んでいるかをご理解いただけたら幸いです。

《知恵の報告書（知的資産経営報告書）とは》

「知恵（知的資産）」とは、企業がその経営状態や業績を評価される際に、これまであまり顧みられなかった無形の資産のことであり、企業における競争力の源泉である人材、技術、知的財産（特許・商標など）、組織力、経営理念、ネットワークなど、財務諸表には表れない、目に見えにくい経営資源の総称です。

「知恵の経営報告書」とは、それら「知恵」を文書にすることによって可視化し、意識的・積極的に経営に活用していこうとするものです。また、これを開示することは、お客様、従業員、金融機関、といったステークホルダー（利害関係者）に対して、「知的資産」を活用した経営戦略を分かりやすくお伝えし、企業価値の向上プロセスについて認識を共有化していただくことを目的としています。

《本報告書ご利用上のご注意》

本報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報を元に、私どもの判断にて記載しております。

そのため、将来的に私どもを取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容を変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が、将来実施又は実現する内容とは異なる可能性もあります。よって、本報告書の記載内容を、私どもが将来にわたって保証するものではないことを十分にご了承願います。

知的資産経知的資産経2010度版

「ITを通じて地域社会に貢献することの宣言書」

《作成者》 有限会社ケーアイエスコミュニケーションズ 社員一同

【本報告書に関するお問い合わせ先】

有限会社 ケーアイエスコミュニケーションズ

〒620-0062 京都府福知山市和久市284番地

TEL 0773-25-0012 FAX 0773-25-0013

E-mail masaki-og@kisnet.ne.jp

《作成支援者》

杉浦 達昌 氏 京都府知恵の経営ナビゲーター（登録No. 001）行政書士／1級知的財産管理技能士