

## 情報化サミット2010

# 石川県における地場産業と IT企業とのビジネスマッチング

IT経営実践促進事業(RIPs事業)

平成22年2月23日  
石川県産業創出支援機構

## 地場企業

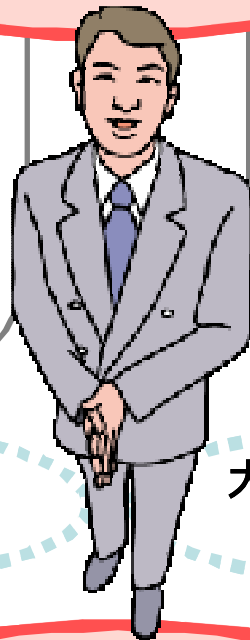
地元機械メーカーがITを活用して多品種・少量・短納期に対応し、下請けからの脱却に成功するなど、IT活用で競争力を高めている地場企業の実例もある。



IT導入を考えている地場企業にとっては、どんなシステムが自社に有効なのか迷うことも多く、ITの技術革新も急速に進んでいる。

石川県情報システム工業会  
石川県IT総合人材育成センター  
の支援

ITコーディネータと二人三脚



## IT企業

石川県のIT産業は、年間売上高が765億円、全国に占める割合は0.5%。しかし特定の分野でキラリと光る独自の技術を持つ「ニッチトップ型」の企業が多い



県内IT企業にとっても、首都圏企業からの受注や下請けを中心とする現状から脱却して、新規事業として地場企業の需要開拓を進めたい要望がある。

地場のIT企業  
を知らない

安いので首都圏  
企業から購入

大企業の下請け  
は安心である

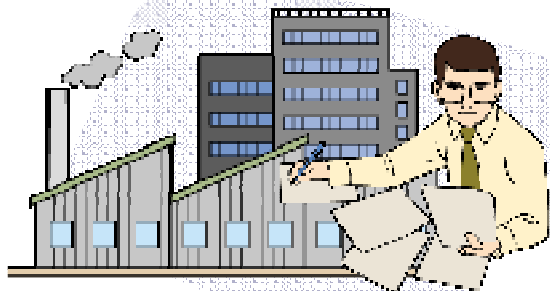
自社商品はないが  
技術力は優秀

今までの付き合い  
を変えれない

企業間のマッチング  
経営課題の解決

同業他社は  
すべて敵だ

### 1. 次世代の地場企業(天書塾OB)



県内の地場企業、次世代経営者に  
ITの導入事例と効果を認識させる

### 2. やる気あるIT企業(ITビジネス塾)



地場企業の課題解決できる  
IT商品や能力を持つIT企業

自己紹介の  
時間が少ない

たくさんの自己紹介  
で誰かわからない

グループ討議の  
時間が少ない

### 3. 県内初のITビジネス商談会



講演(日本の成長企業におけるIT利活用事情)  
参加企業の自己紹介  
IT導入企業の事例でグループ討論

自社に必要なIT化  
情報が見えない

ゆっくりと話す  
時間がほしい

ピンポイントで  
役に立つ人が知りたい

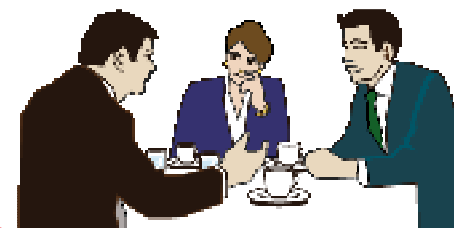
## 1. IT企業へ周知 (H21.08)

石川県情報システム  
工業会と連携



県内のIT企業に、自社プロフィール  
過去の導入事例等の情報を依頼

## 2. IT企業から入稿 (H21.9)



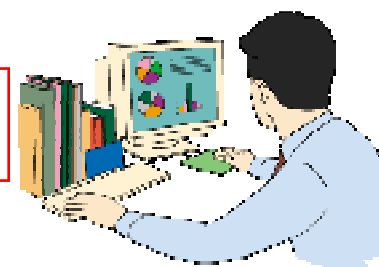
地場企業の課題解決できる  
IT商品や能力を持つIT企業

➤ ISICOで、県内IT企業のホームページ等に  
分割して存在する商品情報を一元的に編集し、  
IT化を導入検討する県内中小企業が分かり  
やすい冊子とする。

➤ ITコーディネータのマッチング資料として、ま  
た、ITビジネス商談会、ISICOでの経営相談  
等で冊子を活用して、県内IT企業からの商品  
供給を増やす。

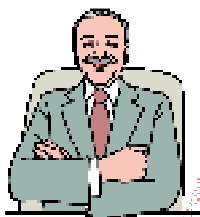
## 3. ISICOで編集・校正 (H21.10)

データベースソフト  
FileMakerPro



IT化商品の再分類  
見やすく・検索しやすい情報  
ISICOで校正まで実施して経費削減

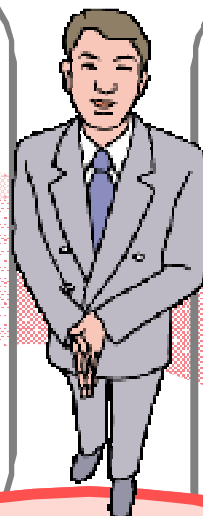
## 1. 地場企業・ヒアリング (H21.11)



ISICOの依頼  
41社を訪問

IT導入・運用に関する現在の課題  
今後2～3年に進めたい情報化投資

ISICO事業関連で  
100社選定



「ITコーディネータ」  
企業の課題やニーズを  
把握して指導する。

## 2. IT企業・RFI提案 (H22.1)



課題からRFI  
21社を選定

課題を解決できるIT化商品  
地場企業と協業できる能力を持つ企業

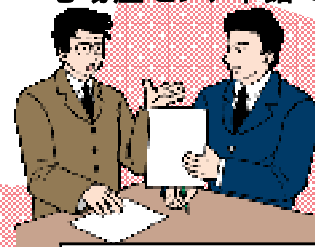
IT企業側から  
RFIに24社が参加

➤ 個社別キャラバンでは、ITコーディネータを活用し、IT化促進のアドバイスや県内IT企業の商品情報の提供を行い、中小企業が抱える潜在ニーズを掘り起こす。

➤ ITビジネス商談会は、中小企業からのニーズが高い商材を中心に実施し、県内IT企業の商品紹介やITコーディネータ等によるICT経営事例の発表等を行い、県内中小企業と県内IT企業とのマッチングを図る。









## 3. ITビジネス商談会 (H22.2.15)

地場産センタ本館 5.6研修室

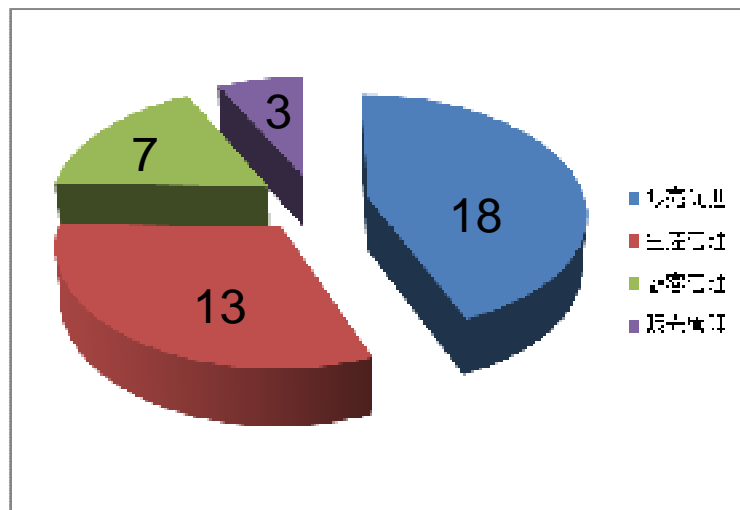


地場企業10社  
IT企業16社が参加

課題とIT化商品の結合  
協業の可能性と相性の確認

H22.2.15	13時	14時	15時	16時	17時
<b>1. 講演</b> 横屋俊一氏  地場産センタ 本館 【6研修室】	基調講演 				
<div style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> <p><b>地域と企業の活性化～ICTで連携する環境事業</b>                      株式会社ナレッジ21 代表取締役 横屋俊一氏                      NPO法人 福井県情報化支援協会 理事長、中小機構北陸支部 チーフアドバイザーとして石川、福井を中心に活動中。</p> </div>					
<b>2. 講演</b> 福田和夫氏  地場産センタ 本館 【6研修室】	オリエンテーション 				
<div style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> <p><b>ITビジネス商談会のオリエンテーション</b>                      福田和夫ITコーディネータ事務所 代表 福田和夫氏                      事前の地場企業訪問ヒアリングで分かった、地場産業で起きている課題を総括的に報告。</p> </div>					
<b>3. 商談会</b> 地場産センタ 本館 【5研修室】			1回目 	2回目 	3回目 
<div style="border: 1px solid red; padding: 5px;"> <p><b>ITビジネス商談会</b>                      事前に地場企業が選定したIT企業との個社別商談会を、30分単位で最大4回実施する。</p> </div>					

## 課題から見えるIT化システム



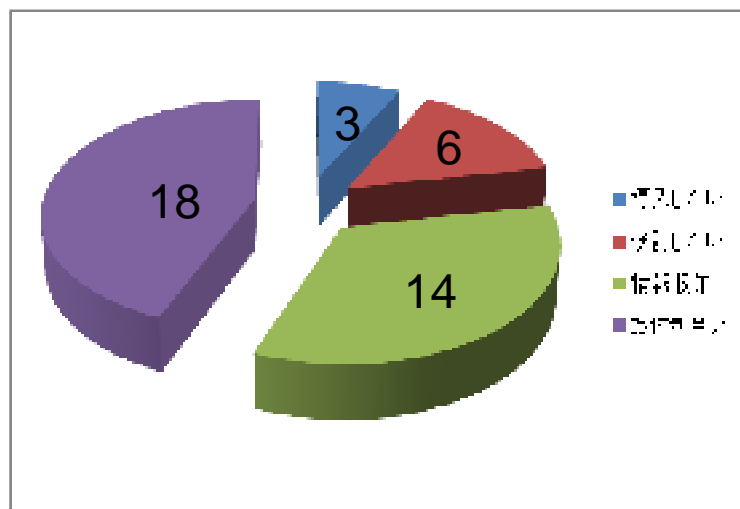
### 【販売促進】18社 (44%)

- ・マーケティング分析、コンサルティング
- ・SEO対策、アクセス解析機能
- ・簡易な写真、文書登録
- ・ブランディングサイトで資料請求、企業・製品の知名度、信頼感

### 【生産管理】13社 (32%)

- ・CAD / CAMで導入、維持、バージョンアップ
- ・生産財としての全体像を把握できる、3次元CADを有効利用
- ・購買調達発注、生産計画、在庫管理、現品管理、原価管理
- ・在庫管理：生産工場に抱える在庫を管理する。

## IT化導入への意識



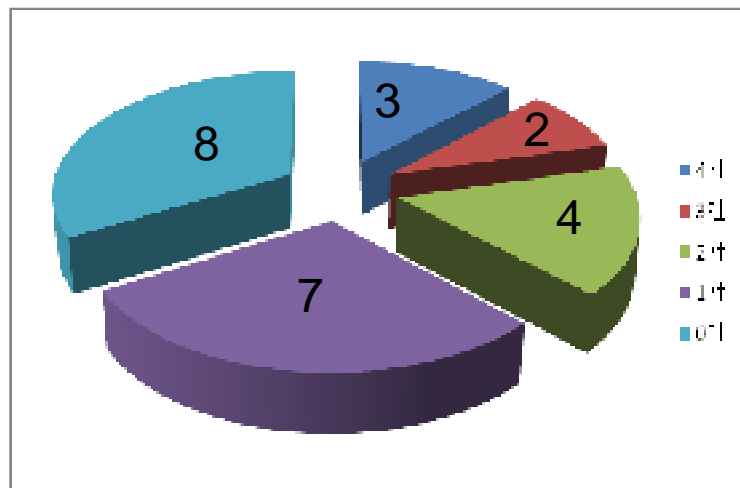
### 【導入したい】3社 (7%)

- ・IT化システム：販売促進、生産管理
- ・業種：機械製造、縫製
- ・目的：新製品の販路拡大、景気回復後のジャンプアップ

### 【検討したい】6社 (15%)

- ・IT化システム：販売促進、顧客管理、生産管理
- ・業種：機械製造、食品、環境、安全施設
- ・目的：販路開拓、顧客囲込み、設備更改

## 商談会への依頼数



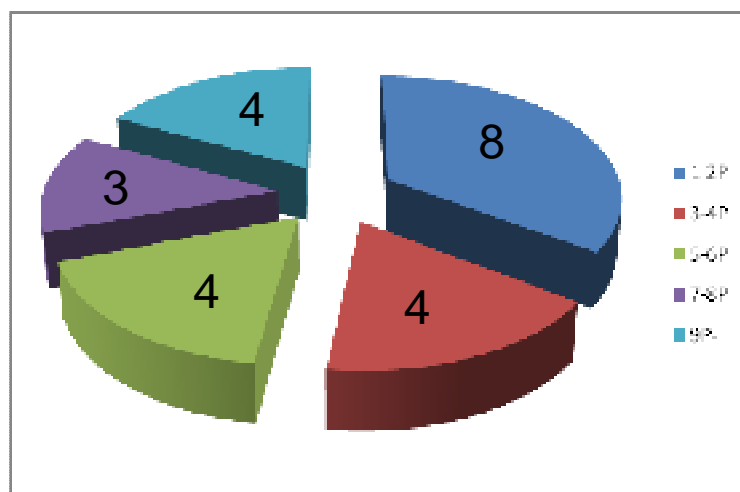
### 【商談会 成立4社以上】3社(13%)

- ・ホームページ: 明るく・軽く・しっかり作り込んでいる
- ・ホームページ: 若い女性と写真を多用して説明している
- ・提案: 解決できる案を簡潔に表現している
- ・提案: 費用の概算が低価格で表示している

### 【商談会 成立なし】8社(33%)

- ・ホームページ: 画面処理が重たく、古いイメージ
- ・ホームページ: 同名会社が多くて見つからない
- ・提案: 課題解決できる商品が明確に説明されていない
- ・提案: 写真や絵などのビジュアルが少なく文字が多い
- ・提案: すべての会社に、同一提案書となっている

## RFI提案書のページ数



### 【5～6ページ】4社(17%)

- ・採択(4勝0敗) 経営者が内容を理解できる最適な枚数

### 【1～2ページ】8社(33%)

- ・採択(5勝3敗) 忙しい経営者が見るために枚数を絞りこむ

### 【9～10ページ】4社(17%)

- ・採択(2勝2敗) 提案 + 会社案内や商品パンフレットで枚数が増

今まで

受託開発の環境  
が続いていた

その結果

提案能力の  
欠如

ITコーディネータ等による

提案能力向上の  
勉強が必要

## 1. パワーポイント等でビジュアル化

テキスト文書のみでの会社が多い(24社中21社)  
解決策を図・漫画・パンフレットで注目箇所には付箋を付ける



## 2. セールスポイントを明確にする

他社とは違う、自社の能力・技術のアピール  
過去事例を使い、「お客様の声」で売りにする  
事例でこんなところを工夫していることを見せる  
過去の経験・実績から、課題や悩みを推測する  
解決策を具体例や導入事例で示す  
業界用語を熟知し、業種ノウハウに詳しいことを見せる  
事例を見ることで、自社と比較検討度合いが深まる

## 3. 安心感を与える

単なるソフト紹介では、興味は湧かない  
社員など会社の雰囲気を伝えると親近感が生まれる  
戦略的に有利な場合、目安の概算提示も行う





