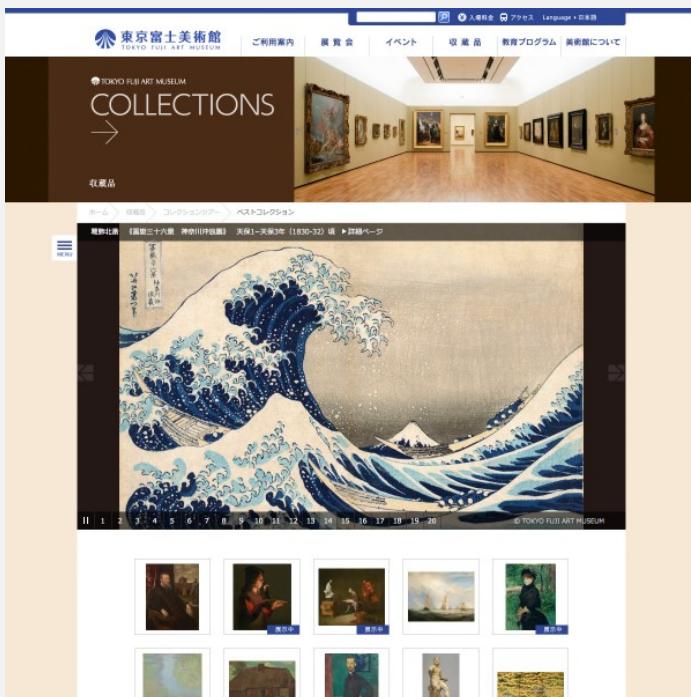


# 株式会社先駆 会社概要

社名	株式会社先駆		
設立	(西暦) 2003年1月14日		
所在地	〒193-0835 東京都八王子市千人町2-3-16 3F		
資本金	1004万円	従業員数	12名
事業内容	WEBサイト制作・運用／WEBアプリ開発／システム開発運用管理 等		

## 主力製品

顧客のイメージを忠実に表現したウェブシステムの構築



幅広いジャンルの、数多くの収蔵品のデータを整理して美しく表示

広報機能を取り入れ、誰もが気軽に学べる検定サイト



## 作成前の課題認識

一般的な事業計画書の作成に取り掛かると、どうしても売上額や経費等に意識が行ってしまい、お客様に提供する価値や、それを生み出す資源という視点や表現がおろそかになりがちだった。そのため、何をすべきかが不明確であったり、感覚的であったと思う。

## 作成の成果・今後の活用

経営デザインシートを作成したことで、今後、お客様に提供したい価値や、そのために必要な資源を整理することができあわせて、目指すビジネスモデルも明確にすることができた。ゆえに、現在の課題、足りないモノが何かは浮き彫りになり結果、行すべきアクションまで具体的に感じた。今後は、社員と共有し、よりブラッシュアップしたい。

# 経営デザインシート（事業が1つの企業用）

## 自社の目的・特徴

### ITでみんなが喜ぶ仕組みを創る

情報技術とは、情報の蓄積・整理・解析・発信など、様々な処理をすることの総称ですが、そこにはそれらの処理を統合するシステム、すなわち「仕組み」が存在します。そして、仕組みは、良し悪しがあります。先駆は、人の幸福、すなわち利用者全員が喜ぶ仕組みとは何かを追求し、世の中に提供していきたいと考えています。特に、常に進化し利用者が非常に多いウェブにおいて、より良い「仕組み」を提供することで、「楽」、「安心」という価値を提供し、社会に貢献してまいりたいと思います。

## 経営方針

### 「診断」からはじめるウェブのPDCAサイクル

やみくもに改善するのではなく、「診断」から始めるウェブサイトのPDCAサイクルを設計し、意味のある改善を提案します。ウェブは一過性のもではなく、常に継続して運営し、閲覧者のニーズに応じて改良していくもの。その前提に立ったサービスを提供します。「診断」は、無料で行える簡単なものから本格的なものまで揃え、お客様の多様な診断ニーズにこたえるほか、診断結果に応じた従来の業務を活かして新たに生まれた、単純明快でお手頃なパッケージサービスを提供する。

資源

ビジネスモデル

価値

資源

ビジネスモデル

価値

### 内部資源

- Web解析士/ウェブプランナー
- HTML5コーディング
- システムエンジニア
- ウェブディレクター
- ECサイト運営経験者
- 英語/ポルトガル語の通話者

#### 知財

- ウェブ制作業務フロー
- システム開発ノウハウ
- ウェブ解析/運用ノウハウ
- コミュニケーションIT環境

### 外部調達資源（誰から）

- ブランドデザイン会社

#### 知財

- ブランドマネジメント
- ムービー制作

### 資源をどのように用いて価値を生み出してきたか

価値を生み出す「しくみ」を記載します。例えば、  
・大小問わず、ITに関して何でも頼れる安心感  
・顧客のイメージを忠実に表現したウェブシステムの構築

#### 誰と組んで

ブランドマネジメント、デザイン、映像制作、チラシ制作に長けた事業パートナー

#### 提供先へのアクセス法

主に口コミ。一部、営業活動や外部の営業サービスを利用した紹介

#### 知財の果たしてきた役割

- 大規模なHPも対応可能
- 高品質なデザイン
- 制作～運用まで一貫したサポート

### 提供してきた価値

- ウェブシステム開発による**
- データベースと連動したHP
  - アプリのようなウェブサイト
- 仕組みや体制の提供による**
- 快適な操作性
  - 顧客のイメージを忠実に表現したウェブ運用
- 品質高い業務フローによる**
- 安心して任せられる
  - 納期厳守
- プロの解析レポートによる**
- 施策/対策の納得感
  - 確かな成果

### 提供先から得てきたもの

- 信頼と評価 → 継続受注
- 新規取引先の紹介
- 業界特性の知識/専門知識
- 再販可能な開発したシステム

### 全社課題（弱み）

- 業務の拡大による多様化/複雑化 → 利益不透明、継承が難しい
- 専門分野の競合に負ける
- 煩雑で商品を売り込みにくい
- 工数ベース見積りはスピードが遅い

### 内部資源（現状+）

- 診断設計技術者
  - ①アクセシビリティ
  - ②情報セキュリティ
  - ③デザイン/ユーザビリティ
- 診断実施者（テスター）
- 診断結果に応じた対策を行う商品パッケージを構築できる人
- 業務の体系化ができる人
- 業務の運営ができる人

#### 知財

- 効率的な各種診断フロー
- 問題に即したパッケージ商品
- システム開発フロー
- ウェブ戦略/解析ノウハウ
- 仕組み構築ノウハウ
- AI診断システム

### 外部調達資源（現状+）

- コピーライター
- アクセシビリティ対策専門家
- AI研究者/RPA技術者

#### 知財

- ウェブライティング
- アクセシビリティ対策
- AIおよびRPA技術

### 資源をどのように用いて価値を生み出すか

- ①診断設計者によって構築したシステム（診断サービス）により、短時間で最優先すべき課題（アクセシビリティ、セキュリティ診断、デザイン/ユーザビリティ診断、応答/表示速度など）の提示
- ②発見した課題に連動したパッケージ商品により、解決策の提案
- ③低価格・高速診断

#### どんな相手と組んで

発見した課題がデザイン、ブランディング、ライティングに関わることもあるため、コピーライター、ブランドマネージャー、デザイナーとパートナーシップ築く

#### 提供先へのアクセス方法

- ウェブ改善セミナーを主催し周知
- 営業代行サービス活用
- 診断サービスHPへの問合せ
- 市議会議員へ提案

#### 知財の果たす役割

- 短時間で正確なレポート作成
- スムーズな問題解決
- 大規模なHPも対応可能
- デザイン/ブランディング

### 提供する価値

- 提供先（どんな相手に）**
- 公共的な立場の組織  
アクセシビリティの要求が高い
  - ウェブのゴールを描きにくい組織  
問い合わせ/購入がゴールでない
  - ウェブの業務量が多い組織  
業務効率化の効果が発揮しやすい
  - 多言語サイトを必要とする組織  
運用が複雑 → 整理/仕組化が必要
- ①教育機関（大学、高校、専門学校）
  - ②行政関連（市役所、キャンペーンページ）
  - ③医療介護（病院、介護施設）
  - ④財団法人（美術館、〇〇協会）

#### 何を

- 問題を明確化すること
  - 改善の道筋をスピーディーに提供
- ①アクセシビリティ向上
  - ②セキュリティ向上
  - ③流入数向上
  - ④閲覧者の満足度向上
  - ⑤業務効率化

### 提供先から得るもの

- 実績と利用者の喜びの声
- 信頼と評価 → 継続受注
- 新規取引先の紹介
- ウェブ診断の新たな技術/自動化

### これまでの外部環境

<b>+要素</b>	<b>-要素</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>IT市場の拡大</li> <li>トレンドの変化/新ビジネスチャンス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT業界の競争激化</li> <li>サービスの陳腐化が早い</li> </ul>
<b>市場状況</b>	
企業・法人はHPやSNSを持つことが必須（あることが重要） 情報戦略が弱くても、マスのなアプローチで何とかあった時代	

## 「これから」の姿への移行のための戦略

### これからの外部環境

<b>+要素</b>	<b>-要素</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>IT活用シーン拡大/AIへの期待</li> <li>成熟したウェブ活用(内面重視)</li> <li>「仕組化」の需要増大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>IT予算の縮小</li> <li>AI活用による既存業務縮小</li> <li>国外との競争の可能性</li> </ul>
<b>市場状況</b>	
少子高齢化 → 教育機関競争激化、人材不足 → 採用強化 多様性の尊重・人権意識の高まり/働き方改革	

### 移行のための課題

- ①既存業務の影響で、新たなサービス/仕組みを創るリソースが足りない。
- ②商品・業務が多数あり、それらの改善・品質向上が煩雑で困難。
- ③営業力が乏しく、新サービスの受注数が少ない。実績が少ない。
- ④社長が販売/制作業務に追われ、仕組化、意思決定が滞る。

### 必要な資源

- <質的不足>**
- 診断業務を設計する人員
  - 診断業務を行う人員
  - 診断業務を営業する人員
  - 既存業務で社長が行っている案件を引き継げる人員
- <量的不足>**
- 解析とプランニングをする人員
  - デザイナー
- 知財**
- 効率的な各種診断フロー
  - 問題に即したパッケージ商品
  - ウェブ戦略/解析ノウハウ
  - 仕組み構築ノウハウ

### 解決策

- ①既存業務の影響で、新たなサービス/仕組みを創るリソースが足りない。
    - ・幾つかの得意な既存業務を終了する。
    - ・サービス開発、仕組みづくり専任の人材を雇用する。
  - ②商品・業務が多数あり、それらの改善・品質向上が煩雑で困難。
    - ・選抜した社員に管理能力に関する教育/訓練を行い管理業務を委譲する。
    - ・上記社員が担当していた業務を体系化し、新社員が継承できるようにする。
  - ③営業力が乏しく、新サービスの受注数が少ない。実績が少ない。
    - ・既存顧客から紹介いただく、または、パートナー契約を結び販売支援を促す。
    - ・サービスを必要とする見込み客に向けたセミナーを開催する。
  - ④社長が販売制作業務に追われ、経営や仕組化、意思決定が滞る。
    - ・社長が有する営業/ディレクターに関する技術を体系化しドキュメントを作成。それらを元に現社員を育成し、社長が担当していた案件を継承する。
- 上記に関し、外部デザイナーの専属契約等を行い資料化/見える化を促進する。

これまで

これから

# 診断サービスと各種パッケージ業務関係図

