

コンサルティングレポート

「ICT利活用による事業活性化」企業事例紹介 コンテンツマネージメントシステム編

経営戦略部 [大阪] コンサルタント 鈴木 ちさ

【はじめに】

日本国内では、少子高齢化にともなう総人口、生産年齢人口の減少という構造的要因による人手不足に直面するなか、労働集約型産業であるサービス業を中心に労働生産性向上についての議論が注目を集めている。

今回、特に人手不足が恒常的となっている中小非製造業の中で、ICT(情報通信技術)利活用により、業務効率化(コスト削減)を図りながら、より付加価値の高いサービス提供へ人的資源を投入することで生産性向上を図り、売上と利益の獲得に取り組む、先進企業5社にインタビュー取材を行った。

本レポートは、サービス業編、卸業編に続く、第3弾としてコンテンツマネージメントシステム(CMS)のソリューションサービスにおける、事業内容、ICT利活用による事業活性化について紹介する。

【概要】
■ インタビュー取材先
株式会社ディーエスブランド(長崎県) / CMSソリューションやMFPソリューションの企画・開発・サポート業務

ディーエスブランドは、自社製品(技術)ありきではなく、独自の観点を持って企業内の間接業務における「お困りごと」を見つけ出し、「お客様サポートサービス」という人的サービスを組み込みながら、付加価値の高いソリューションサービスを提供していることから、ICT分野における新製品・サービス開発の事例として取り上げた。

➤ ビジネスモデルの特徴

「WEBサイトデザイン・制作事業」ではなく「アプリケーション及び運営支援サービス提供型フィービジネス」

顧客の社内資源活用を前提とした製品・サービス設計(ホームページ制作・運営管理トータルコストの削減)

協業企業との営業連携(長崎を拠点にしながら全国展開に成功)

成果重視のホームページ運用支援(「企業の独自メディア」としてのホームページ活用支援)

お客様サポートサービス(問い合わせ対応での顧客価値向上と離反防止)

➤ ICT活用のポイント

業務効率化: ユーザビリティを追及した製品・サービス設計により専門スキル習得不要

付加価値醸成: サポート業務の仕組み化により高品質サービスを提供(顧客満足度向上)

人・組織体制強化: 全社での情報共有により業務効率向上(従業員WLBへの貢献)

株式会社ディーエスブランド

サイト構築・運営サービスで顧客企業の営業力向上を支援

1. ディーエスブランドの事業

1.1 事業沿革

ディーエスブランドは、2005年11月に、ホームページ企画・制作・販売事業を行うことを目的に設立された。翌06年1月に、ビジネスブログ「オリコブログ保育園バージョン」の販売を開始し、08年からは企業向けホームページ作成ソフト「おりこうブログ」シリーズを発売。現在、シリーズ累計で14,000件のユーザーを獲得している。

12年にはタイにおいて「おりこうシリーズ海外版」の販売を開始し、翌13年からは、ベトナム、シンガポール、マレーシアと海外展開を進めている。

1.2 事業内容

ディーエスブランドでは、多額の営業プロモーション費用が掛けられない中堅中小企業において、「ホームページ」を情報発信メディアとして最大限活用するための製品（アプリケーション）開発とサービス提供を行っている。

具体的には、「ホームページ開設」だけでなく、開設以降もアクセス解析やSEO対策支援など、様々な視点からの「企業サイト運用支援」を併せた、コンテンツマネジメントシステム（CMS）とサポートサービスの提供である。

また、海外展開を考える企業向けサービスの研究開発も行っている。例えば、「おりこうブログDS」に追加ライセンスとして用意されている「グローバルパック」サービスには、日本語サイトをそのまま他言語サイトに変換できる機能が付帯されており、海外向けの情報発信も国内向けホームページを活用して簡単に行えるようになっている。

【ディーエスブランド提供サービス一例】

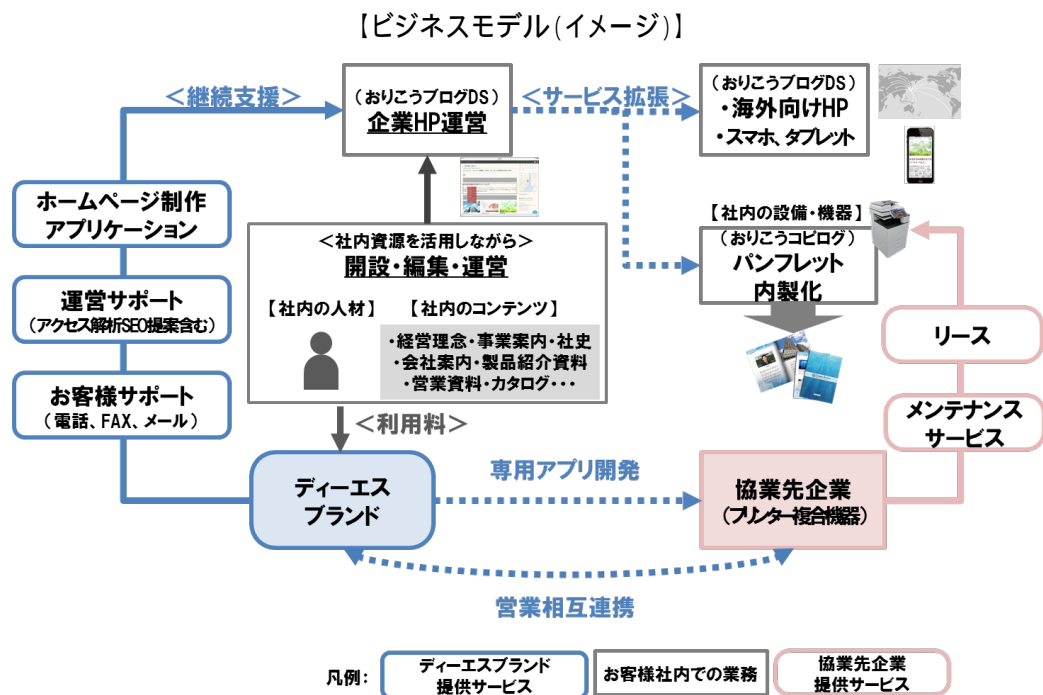
	名称	基本機能	サービス特徴
ホームページ制作支援	おりこうブログDS for RICHUO (ホームページ作成・運営アプリケーション)	ホームページ開設	・見たまま編集機能 / 編集機能 / コンテンツ追加機能
		サイト運用支援	・基本サービス - 各種サーバーの提供 / システムメンテナンス / 遠隔サポートサービス(カスタマーセンター) / 便利なツールの提供(カタログ作成機能等) / 暗号化通信の導入 / セキュリティサービス ・オプションサービス: + Assist(プラスアシスト) / + SEO / +Pro ・無料体験版 ・無料訪問相談(日本全国対応)
		拡張機能	・カタログ作成機能 ・モバイルフレンドリー機能
		追加ライセンス	・グローバルパック(自動翻訳アプリケーション)
パンフレット制作支援	おりこうコピログ for RICHUO (デジタルカタログ作成アプリケーション)	パンフレット作成	・サンプル文章と画像テンプレート
		印刷	・リコー製デジタル複合機(Zモデル)でのパンフレット出力連携機能
		WEB公開	・パンフレットデータのデジタルカタログ化・WEBサイト上での公開

2. ビジネスモデル

ディーエスブランドのビジネスモデルは、「企業ホームページ」を制作・開設して完了する「WEB サイトデザイン・制作事業」ではなく、顧客社内で制作と継続的ホームページ運営を行うための「アプリケーション及び運営支援サービス提供」によるフィー(ライセンス利用料)ビジネスである。

2.1 ビジネスモデルの特徴

ビジネスモデルの主な特徴としては、「社内資源活用を前提とした製品・サービス設計」、「協業企業との営業連携」、「成果重視のホームページ運用支援」、「お客様サポートサービス」の4点が挙げられる。



(図:ディーエスブランドへのヒアリングを基に当社作成)

社内資源活用を前提とした製品・サービス設計

国内外を問わず、インターネット環境の整備とスマートフォンやタブレット型端末などのデジタルデバイスの一般への普及により、企業が情報発信メディアとしてWEBサイト上のホームページを活用することが一般化している。しかしながら、中堅・中小企業では、費用や担当人材不足などの事情により、ホームページを開設するにとどまり、積極活用にはまだいたっていないケースが多い。

ディーエスブランドは、そこに着目し、多額の費用や人的コストを掛けずに、自社内で情報発信メディアとして「成果が出る」ホームページを制作・運用できるような製品・サービスを開発し、提供している。

ユーザー企業は、ホームページ制作・運用におけるコストを抑制できるよう、人を含めた「社内資源」の活用を前提として開発・設計されているので、専門スキルを持たない社内の誰もが使えるほど、ユーザビリティに優れたアプリケーションになっている。

例えば、ホームページ制作・運営管理アプリケーション「おりこうプロログ DS」では、目的に合ったテンプレートをダウンロードし、テンプレート上のテキストブロック、画像ブロックに、自社内にあるコンテンツを転載するだけなので、ホームページを制作するために高いITスキルを保有する専任担当者を設置する必要がない。「会社案内」や「営業

パンフレット」等、紙媒体での制作物がある場合、そのデータを読み込んで活用することもできる。画像についても、商業用でなければ社内で撮影した画像でも十分にコンテンツとして利用可能である。また、特定のプリンター複合機専用の出力アプリケーションを使えば、「おりこうプログ DS」で制作したホームページをそのままパンフレットとして活用できる。

ホームページやパンフレットを制作するためだけにコンテンツを作ったり、専門の制作会社に委託したりする必要がなく、社内の人的リソースやコンテンツ、設備などを活用しながら継続的な更新も行えるので、中長期でみた場合に費用対効果は高いものとなっている。

協業企業との営業連携

ディーエスブランドは、長崎県に本社を置く従業員数 200 名弱の会社でありながら、大手ハード機器（プリンター複合機）メーカーとの営業連携により、全国で訪問面談・営業活動を行っている。

新興企業であるディーエスブランドが、アプリケーション・サービス事業での市場参入を考えた場合、独自のアイデアにより新規サービスを開発することは可能でも、販路開拓は容易ではない。

そこで、全国に営業網を有するハード機器メーカーと組み、協業先の既存製品・サービスにはない新たな機能やサービスメニューをディーエスブランドが付加することで、お客様にとっても、機器メーカーにとっても、ディーエスブランドにとってもメリットのあるビジネスにすることを考えたのである。この協業先との戦略的営業連携により、既に全国で約 14,000 件のユーザーを獲得している。

尚、同社の下山社長は、創業の段階で、将来展開に向けて全国に営業拠点を構える企業との連携を想定し、協業する以前から特定メーカーのプリンター複合機向けアプリケーションの開発を行っていたという。

自社だけで完結するビジネスモデルにこだわっていれば、このように早期に全国を商圈とすることは難しかったと思われる。こうした事業連携を前提としたビジネスモデルは、新興企業の既存市場参入における戦略オプションの一つとして注目される。

成果重視のホームページ運用支援

ディーエスブランドでは、ホームページを開設するだけでなく、企業が自社ホームページを独自の情報発信メディアとして活用し続けることで事業活動に何らかの成果を出すことを想定した運用支援サービスを提供している。このような継続的な取り組みを「ホームページの PDCA」とし、PDCA サイクル（作成（Plan）、更新（Do）、分析（Check）、改善（Action））の実践を支援している。

「おりこうプログ DS」には、「ホームページの PDCA」サイクルの各ステップに対し、支援機能が付帯されている。ディーエスブランドの担当者は、この機能を活用しながら成果をより上げるための運営サポートを行っている。

また、PDCA サイクル実践の前に、ホームページの「目的」「対象」「期間」「範囲」「手段」「手順」を明確にし、数値に落とし込んだ達成計画を立てることから提案し、制作を始める前から、成果を出すことを意識したサポートサービスを提供している。

例えば、Plan（作成）のステップでは、「業界関係者への企業認知・浸透」「新製品販売営業推進」「人材獲得（採用活動）」といった目的に対して、業種別に設計されたページテンプレートから、最適なものを選べるようになっている。

お客様サポートサービス

情報関連製品やサービスについては、ユーザーが技術サポートセンターへ問い合わせた際、「専門用語を使った説明で理解できない」「トラブル解決のための作業内容が高度で素人では不安」「そもそも電話が繋がらない」等、

問い合わせにより顧客満足度を低下させるケースが少なくない。

その点、ディーエスブランドでは、問い合わせ対応業務の発生を前提として、お客様サポートサービスを事業モデルに組み込んでいるため、問い合わせ対応自体が、顧客満足度を高める主要なサービス業務となっている。

「おりこうプロダクト DS」は、ホームページを初めて制作する人にとって使い勝手が良いだけでなく、ディーエスブランドのサポートサービス担当スタッフにとっても、個人の IT リテラシーが問われることなく支援業務が行えるように設計されている。直感的操作性に優れ、高い専門性が不要なため、経験年数に関わらずスタッフ全員が、ディーエスブランドとして目指すサービス品質の提供を行えるようになっている。

このような「ユーザビリティに優れたアプリケーションとサポートサービスが一体化した独自の事業モデル」は、問い合わせ対応を契機に、お客様により質の高いサービスを提供することが可能となるだけでなく、個々の問い合わせ内容を、営業、研究・開発含め全部門で共有し、製品（アプリケーション）の機能開発や操作性改善に繋げることができる。こうした付加価値業務の循環により、継続的に顧客満足度の維持・向上が図られている。

また、ディーエスブランドでは、お客様サポートサービス部門を自社の事業価値を高める重要な役割を担っている部門と認識し、部門スタッフに対しては、多様な勤務形態やキャリアパスの整備、アメニティスペースの充実化など、ソフトとハードの両面から働きやすい職場環境を提供し、従業員満足度の向上にも力を入れている。

3. ビジネスモデルにおける ICT 活用のポイント

ディーエスブランドのビジネスは、コンテンツマネジメントシステム(CMS)という ICT 事業であるため、他の業界とは ICT の位置づけが異なる。しかし、製品・サービス設計の考え方や事業モデルには、業種・業態に関わらず、下表のような ICT 活用を検討する際の参考になる点がある。

【ICT 活用のポイント】

目的	業務内容	ICT 活用ポイント	経営効果
業務効率化	製品・サービス設計	事業モデルにおける ICT (技術) の位置づけ ・コンテンツマネジメントシステムに特化 ・顧客を起点とした機能付帯と操作性を重視した実装のための継続的 ICT (技術) 開発	・製品分野を絞っているため、用途(目的)から外れることなく研究・開発を行うことができる ・高いユーザビリティにより幅広い層(専任担当者不在企業等)がターゲットになる ・営業及びお客様サポート担当者業務の標準化とサービス品質の維持を図ることができる
付加価値醸成	お客様サポートセンター	・サポート業務の仕組み化(対応業務のモデル化) ・直感的操作性に優れた製品設計により、遠隔サポートでのコミュニケーショントラブル回避	・サポート業務により顧客満足度が上がり、継続利用が促進される ・拡張機能やオプションサービスでの顧客単価向上が期待できる
人・組織体制強化	社内での情報共有	・お客様問い合わせ内容や営業先での相談内容等のデータでの記録	・オープンなコミュニケーションにより業務効率が上がり、従業員の WLB も良くなる

4. 今後の戦略方針

2017 年 11 月に 12 周年を迎えたディーエスブランドでは、今後も「顧客重視」の理念を貫きつつ、既存事業者とは異なる独自の発想で、顧客企業の事業戦略や経営課題を踏まえた製品開発、サービス機能の強化に取り組むとしている。

5. まとめ

企業ホームページは、今や企業を知るための最初の窓口になっており、関係者に対する会社の認知・ブランド浸透には欠かせないものになっている。ディーエスブランドがユニークなのは、そのような役割を担う企業ホームページを「企業が自前で制作・管理運営すれば、低コストで効果的に情報発信できる独自メディアとして有効活用できる」との発想からビジネスモデルを構築した点にある。そして、多額のコストを掛けなくても、独自メディアとしてホームページを活用できるよう、徹底してユーザビリティに配慮した製品(アプリケーション)とお客サポートサービスをライセンス販売(利用料によるフィービジネス化)し、ユーザー数を拡大し続けている。また、お客サポートサービスは顧客接点を創出するだけでなく、寄せられた情報を開発業務にフィードバックする機能も担っており、顧客価値醸成の好循環を生み出すことに成功している。

自社製品(技術)ありきではなく、独自の観点を持って企業内の間接業務における「お困りごと」を見つけ出し、「お客サポートサービス」という人的サービスを組み込みながら、付加価値の高いソリューションサービスを開発したディーエスブランドの事業モデルは、ICT分野における新規事業開発の好事例として注目される。

企業概要

企業名:株式会社ディーエスブランド

代表者:代表取締役社長 下山 大祐

所在地:長崎県長崎市旭町6番1号 タワーシティ長崎 タワーコート1F

設立年月:2005年11月

資本金:10,000,000円(2017年6月)

売上高:19億2千7百万円(2016年度)

従業員数:188名(2017年9月現在)

事業内容:CMSソリューションの企画・開発・サポート業務 / MFPソリューションの企画・開発・サポート業務

URL:<https://ds-b.jp/>

- ご利用に際して -

- 本資料は、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客様の決定、行為、及びその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客様ご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティングと明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当社までご連絡ください。