

JCSSA NEWS



ECサイトは 特別な販売手法ではない

- 会長の声 2
 - ・米国 IT 企業視察を終えて
- 特集 -1 3
 - ・ECサイトは特別な販売手法ではない
- 特集 -2 5
 - ・JCSSA社団法人化 10周年の節目を迎えて
 - ・米国エグゼクティブツアー レポート
- レポート 6
 - ・委員会レポート
 - ・資格推奨委員会
 - ・ITトレンドフォーラム
- トレンドスコープ 7
 - ・サイバーステーション株式会社 ソフトウェアプロダクト オブザイヤー 2006
 - ・フレッシュ IT・プレゼンテーション 2006・AUTUMN
 - ・第4回IPA開発支援 ソフトウェア製品説明会
 - ・わかりやすい新会社法の活用とそのポイント
 - ・JCSSA交流会 ゴルフコンペ レポート
- 新会員のご紹介 9
- JCSSAよりお知らせ 16



社団法人
日本コンピュータシステム販売店協会
大塚 裕司 会長

会長の声

米国IT企業視察 を終えて

2006年10月16日から21日の日程で、4年ぶりとなるJCSSA米国エグゼクティブツアーを開催し、米国西海岸の2都市にあるIT企業6社を訪問してまいりました。

ツアーの初日は、シアトルに到着後、市内を視察。その後、マイクロソフト様にお邪魔しました。マイクロソフト様は湖と緑の多い広大な敷地に本社機構があり、エグゼクティブ・ブリーフィングセンターでは、ケビンターナー COOのお迎えを受け、直接色々なお話を伺うことができました。

翌17日はサンフランシスコへ移動。まず最初にアップルコンピュータ様を訪問し、iPod戦略の成果などを詳しく伺いました。その後、トレンドマイクロ様をお訪ねし、開発チームの部屋を拝見。法人向けサービスについて、説明をしていただきました。

18日は早朝にシリコンバレーに向かい、3社を訪問いたしました。最初に訪れたヒューレット・パカード様では、商品戦略の詳しい説明とショールームを見学、また、デジタル家電に進出されていることもお聞きすることができました。次に、JCSSAとしては初めての訪問となるグーグル様へ。技術者がユニークな開発ができるよう、社内が自由闊達な雰囲気では保たれていることに感心いたしました。夕方にはアドビシステムズ様へ。ブルースチゼンCEOにお会いでき、今後発売される新製品について詳しいプレゼンをしていただきました。

最終日は自由行動とし、皆それぞれに最後の時間を楽しみました。ショップ見学をしたグループは、フライズ、コンプUSAをはじめショップの最新状況を視察。米国のダイナミックな変化を目の当たりにし、驚きと同時に今回のツアーが我々にとって良い勉強の場であったことを、再認識いたしました。

今回のツアーは、短い日程ではありましたが、朝から夜まで16名の参加者が一緒に行動したことで、深い相互交流を図ることができました。併せて、訪問企業の方々とも交流できたことは、今後のJCSSAにとって大きな財産になりました。来年も実施したいと考えていますので、今回ご参加できなかった皆様もぜひご参加ください。



特集

ECサイトは特別な販売手法ではない

～ECビジネスを成功に導くために～



ブルースター株式会社
代表取締役 坂本光正

ECサイトもリアル店舗も商品を売る姿勢に違いはない。モノを売るという行為の本質を見極め、常に顧客視点をもってサイト運営を心がけることこそ、ECビジネス成功への近道である。そうした考えのもと、JCSSAではブルースター株式会社の坂本光正代表取締役を講師としてお招きし、ネットマーケティングの重要性についてお話しいただいた。

ECビジネスの現状

現代は商品が豊富な時代である。同じ機能を持つ家電でさえ、各メーカーが様々なラインナップを揃える。国内のみならず海外メーカーの商品も消費者の選択範囲内。消費者にとってはモノを選ぶのが難しい時代になったといえる。また、インターネットの普及は、販売店と消費者の関係にも変化をもたらした。ネット上にECサイトが多数現れると、次は情報の閲覧性にすぐれるインターネットの特性を生かし、kakaku.comなどの価格比較サイトが現れた。これからのECサイトを考える上では、まずそうした背景を踏まえたマーケティングが重要になる。

ネット/リアルを問わず、商品購買における動機付けは必要だ。ある調査によると、次の3つが重要だという結果が出ている。

- (1) 広告によるブランド浸透
- (2) 店舗の力
- (3) 友人・知人からの推薦

これら、購買を決定づける要因は過去から現在に至るまで変わらない。すなわち、こ

こにECビジネスのヒントがあると言える。例えば、あるSEO調査では、知名度の高い企業のクリック率が高く、既存知名度が顧客に影響を及ぼすことが報告されている(1)。また、ECサイトの成功はリアル店舗とのシナジーによって得られることが多い(2)。そして、Kakaku.comなどの価格比較サイトを含めた口コミ情報が消費者の購買を決定づけることもWebマーケティングで立証済みだ(3)。

では、具体的にECサイトで成功するためには何が必要なのか。現状のECサイトをとりまく環境から利益構造について考えてみよう。ここ数年、価格比較サイトの台頭によって、売れ筋商品の利幅が薄くなっている。インターネットの特性や今後の発展を考えると、消費者への商品情報の到達はますます多面化・加速化するだろう。販売店側の一次対策としては、価格比較サイトに現れない付帯商品に利幅をもたせたる、互換性保証や返品保証で消費者の不安にアプローチするのが一つの方法だ。しかし、その前にECサイトの運営方針や位置付けをもう一度整理することが重要である。

ECサイトを成功に導く考え方

ECサイトに商品が並んでいるだけではモノは売れない。それが、ECサイト運営チームの今日の悩みだろう。しかし、モノを選ぶのが難しい時代だからこそ「商品の魅力をうまく伝えて消費者を導く」という考え方が生きる。そのECサイトにそうした機能はあるか？また、ECサイト=ネット上の販売店と切り離して考えるのではなく、リアル店舗も含めた「販売店のポリシーや経営方針」はサイト設計に生かされているか？リアルでのブランド力やオリジナリティをサイトに生かすことで、店舗や商品認知の促進および消費者の不安感を払拭できる。それらを解決する方法の一つとして、リアル店舗で販売成績が優秀な店員をEC部署に配置するのは非常に有効だ。本質的な視点に立ち戻れば、取引が成立するには売り手と買い手の信頼関係は必要不可欠。リアル店舗でコツをつかんだ店員なら、それをECサイトの設計にも生かすことができる。

また、ECサイトにポリシーや経営方針のカラーを打ち出す一方で、ネット上に複



数店舗を出すなどの展開も有効だ。本店、楽天支店、ヤフオク支店など、顧客とのコンタクトポイントを増やすとともに、店舗を決済やポイント制度、保証制度で差別化すれば、様々な消費者特性にアプローチできる。その際に支店から本店へ顧客が流れる仕組みを作っておくのも得策だ。決済、ポイント制度、手厚い保証など、本店をフルラインナップにしておくことでそれは可能となる。ただし、本店・支店のバックオフィスについては統合しておく方が望ましい。

もう一つ着目したいのが、ネットで購買する消費者には「商品が見えない、店舗・店員が見えない」という不安が常につきまとうことだ。ネット店舗の突然の閉店やクレーム対応の可否をはじめ、多発するネット詐欺事件などもユーザーのネガティブな心理に訴える。そうしたなか、改めて既存知名度が有効な手段であることにも気づきたい。既存店舗があれば「安心を売る」ことが可能なので、そうした利点は積極的に生かしていくべきだ。以下に、ECビジネスでのポイントをまとめておく。

図1：ECビジネスのポイント

- ▶ 常に顧客視点で物事を考えるマーケティング的な人材の育成
- ▶ 価格競争に陥らないための工夫（顧客満足度がモノを売る基本）
- ▶ 売買はFAQにて一般公開し、同じ質問は来ないようにする（見える店員の技）
- ▶ 商品写真は可能なかぎり店員撮影で特徴を強調する（優秀な店員の知識の活用）
- ▶ 配送時の梱包は丁寧に（丁寧に選ぶ運送会社の選定も重要）
- ▶ ネット広告に頼らず、ネットマーケティングの知識を深め、競争的な選別を心がける（他人任せはダメ）
- ▶ 定期的なイベントを実施し、自社メールマガジンで告知（既存顧客は優先顧客）
- ▶ 使用方法や活用記事などのコンテンツも豊富に拡充しよう

ネットマーケティングを活用する

ECサイトやネットビジネスを考えるうえで、広告とマーケティングの特徴を理解することは重要だ。ネットマーケティングは、自己の目的を達成するために「仮説(PPLAN)」「実証(DO)」「検証(SEE)」を繰り返

図2：ネットマーケティング手法

| 手法 | 適用範囲 |
|--------------|---------------------------|
| メールマーケティング | 既存顧客の呼び起こし(リアンション) |
| コミュニティ/BLOG | ファン層の形成、商品開発、ブランディング、CS推進 |
| SEO/リスティング広告 | 潜在顧客層の取得、新規取引先の開拓 |
| ユーザビリティ | 使い勝手の向上による回遊率の拡大 |
| アクセシビリティ | ネットのバリアフリー化による対象層の拡大 |
| パナー、一行広告 | ブランディング、一時的な売上増強、キャンペーン |
| アフィリエイト | 使い方によっては投資対効果のよい働き |

ネット以外の手法も組み合わせることが有効

| | |
|----------|-------------------------|
| パナー、一行広告 | ブランディング、一時的な売上増強、キャンペーン |
| アフィリエイト | 使い方によっては投資対効果のよい働き |

す。そのサイクルでスパイラルアップするため、恒久的な効果をもたらすことができる。それに比べると、ネット広告は単発で埋もれやすく、一時的な効果に終わることが多いと言われる。つまり、そうした特性を知った上で、広告とマーケティングを組み合わせることがビジネスのポイントとなる。

ところで、コストをかけずに効率よく潜在顧客をつかむのはあらゆる企業の長年の夢だった。しかし、インターネットメディアでは、そうした夢物語が現実のものとなる。そのカギとなるのが、「インターネット上で情報を探している(検索する)人たちをつかむ」ことだ。「検索する人」は目的意識が高い。つまり企業側からみれば、自社の商品やサービスとマッチングする検索対象を入力したユーザーは、見込みの高い潜在顧客となるのだ。ならば、そこにポイント的にアプローチできれば、企業としては広告/販促に割いてきた費用をより効果的に活用できるはずだ。すでに、そうしたWebサービスはGoogleをはじめとするWebサービス会社によって提供されている。このサービスの画期的な特徴は、自社にとって見込みの高い潜在顧客に対して、必要な分だけ広告/販促費用をかけられるという点だ。

そのサービスを用いて新規顧客を開拓するとき重要になるのが、ユーザーが検索エンジンに入力するキーワードだ。それと上手くマッチングするキーワードを選定できるかがコトの成否を分ける。基本的には売

りたい商品とユーザの欲求が重なる部分に着目しつつ、自社サイトのログ解析などのデータをもとに考えていくのがよいだろう。自社サイトの作り方自体をユーザの検索ワードを意識した作りにも、高度ではあるが有効な方法である。

まとめ

インターネットは社会の縮図である。ネットにおいても、顧客に対してリアル店舗同様に情熱をこめて対応することが着実な売り上げアップにつながる。むしろ非対面販売だからこそ、対面販売以上に顧客と店員の信頼関係が大切なのだ。顧客の心を上手につかまえないければ、どんなに広告費や販促費を使っても利用者にすぐに飽きられてしまう。インターネット広告の告知効果は新聞の折り込みや駅看板に比べて費用対効果が低いことを忘れてはならない。そうしたなかで、「仮説(PPLAN)」「実証(DO)」「検証(SEE)」のサイクルのあるネットマーケティング手法を用いることは、企業に持続的な効果を生む。つまり常に顧客視点で向上を考え、テクニックに頼ることなく物事の本質を見極めることが大切なのである。

成功事例紹介（紹介順）

- ・TSUTAYA『TSUTAYA ONLINE』
<http://www.tsutaya.co.jp>
- ・文教堂書店『Jbook』<http://www.jbook.co.jp>
- ・デル株式会社 <http://www.dell.co.jp>

JCSSAは「顧客に一番近い位置に立脚している団体」です。



丸紅インフォテック 株式会社
代表取締役社長
梅崎 哲雄氏

「会長就任のお話をいただいたのは、2001年の暮れ。2000年のITバブル崩壊を受けて、業界全体が低迷する最中での要請でした。JCSSAでも会員が減少し、危機感を強めていた時期です。当初は『私の身にはあまる大役』と悩みましたが、カテナの小宮元会長とJCSSA専務理事の弓削様(当時)の熱意を受け、覚悟を決めました」梅崎氏は会長就任の経緯について、こう語った。

業界内に立ち込める閉塞感を打開すべく、

就任直後、梅崎氏が打ち出したテーマが“中小企業のIT化”である。

「景気回復には、中小企業の活性化が不可欠です。折しも政府が“e-Japan構想”を掲げ、IT化による企業の効率化および競争力強化を標榜していました。そこで、JCSSAでも“中小企業のIT化”を活動の柱とし、国家的課題の実現に向け、我々なりに取り組むことにしたのです。ITの普及・啓発を目的としたセミナーを全国で開催するほか、中小企業事業者を対象としたニーズ調査も実施しました。我々のこうした活動を後押ししたのが、2003年に創設されたIT投資促進税制です。6000億円にも及ぶ減税施策が、業界全体に与えた心理的なプラス面は計り知れません。『何をやっても売れない...』という八方塞がりの状況の中、トンネルの出口が見えたように思ったものです」

「在任期間の後半に入ってから、IT業界回復の兆しが見えてきた」と話す梅崎氏。「我々の活動がその一助となったとするな

ら、これ以上の喜びはありません。すべては、当時副会長を務めていただいた横山様、大塚様、鈴木様、高橋様、そして弓削様をはじめとする理事の皆様のご協力をいただいたからこそ。心から感謝申し上げます」梅崎氏は、当時をこう振り返った。

今後のJCSSAに期待することは？

「JCSSAの存在意義を今一度確認した上で、中小企業のIT化をさらに押し進めていただきたい。JCSSAの強みとはすなわち、“顧客に一番近い位置に立脚している団体であること”です。その強みを自覚し、全国の中小企業に向けて我々の存在価値を広くアピールすることが大切だと思います。そして、中央の企業と地方の企業の間には横たわる情報のギャップを埋め、地方の中小企業に対して支援をしていくこと。そのためには、JCSSAを名実ともに全国組織にすることが必要です。これができてこそ、JCSSAの真の存在意義となるのではないのでしょうか」

✈ JCSSA 米国エグゼクティブツアー 2006 レポート

JCSSAでは2006年10月16日～21日に、米国エグゼクティブツアーを開催。ご参加いただいた会員企業の皆様とともに、米国主要IT企業および販売店を訪問、米国IT産業の最新事情を視察した。

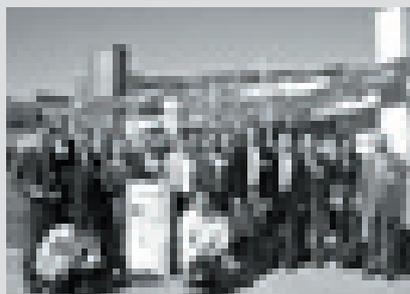
訪れた企業は、ワシントン州のマイクロソフト、カルフォルニア州のアップルコンピュータ、トレンドマイクロ、ヒューレット・パッカード、グーグル、アドビシステムズの6社。新製品のレクチャーやビジネス展開についての説明を受けただけでなく、経営陣との意見交換なども活発に行われた。訪問先企業は各社とも、今回のツアーを意義あるものと位置づけ、双方の懇親を深めることで次の事業へ進展させるための場として捉えている。「日本に戻って、再度話を詰めたい」という声も、随所で挙がっていた。

大塚会長は「4年ぶりにツアーを開催したが、非常に充実し

た6日間となった。この体験をもとに、今後のビジネスにつなげていきたい」と振り返った。

ツアーの詳細は、当協会のWebページをご覧ください。

JCSSA 米国エグゼクティブツアー 2006 URL
http://www.jcssa.or.jp/main/2006america_tour/



◀ グーグル様本社前で。

委員会レポート

日本コンピュータシステム販売店協会(JCSSA)では、各部会のもと委員会組織が実際的な活動を行っている。今回は資格推奨とITトレンドフォーラムの案内情報をお伝えする。

資格推奨委員会 推奨資格のご紹介

資格推奨委員会では、会員様向けIT人材育成支援策として、資格の選定と取得の推奨を中心に活動している。推奨資格としては、従来の「システムサポート技士試験」を「CompTIA認定資格」に切り換えて取得者の拡大を図ってきたが、今年度は「MCPC技術検定」も採用し、更なるスキルの拡大に取り組んでいる。

そこで今後この欄では、会員の皆様に本委員会の推奨資格についてよりご理解いただくため、具体的な例を挙げお伝えしていく。今回は「CompTIA認定資格」を取り上げる。

▼ 資格推奨委員会が推奨する、「CompTIA 認定資格」とは？

CompTIA認定資格は、ITサービスを提供する上で「顧客視点」に立ち、良質なサービスを提供できる人材を評価する、実務能力試験である。本資格試験では、主に3つの要素を軸に能力を判断する。

1. ITサービスを提供する上で、「顧客視点」に立っているか
2. お客様の環境に対応できるテクノロジー、行動に対する「根拠」を持ちえているか
3. お客様のあらゆる環境に対応できる「ポテンシャル」を持っているか

また、上記の要素を踏まえ、下記の類似問題のように、多くはIT環境に対し求められる行動や知識を問う形で構成される。

ー類似問題(CompTIA Network+ から)ー

あるユーザが、“ネットワークが遅い”と問い合わせ続けています。ワークステーションからサーバーへのリクエストには、数秒かかります。このようなパフォーマンスが正常であるか、ネットワークに問題があるか、どのようにして知ることができるでしょうか？

- A. ユーザーのネットワーク特権を確認する
- B. ネットワーク基本情報を参照する
- C. プロトコルアナライザーでネットワークのスナップショットを撮る
- D. ワークステーションとサーバー間のケーブルを点検する

刻々と変化していくお客様のIT環境に対処するためには、自己流でなく、その行動において責任に耐えうるだけの「根拠」が必要となってきます。本資格をJCSSA会員の皆様にその「根拠」としてぜひご活用いただき、事業の発展に役立てていただきたい。

JCSSAでは定期的にCompTIA認定資格のパウチャー(受験)チケットの優待割引が実施されています。またその他、CompTIA認定資格の概要や、類似問題、JCSSA会員企業の導入事例をホームページに掲載しております。詳しくは、JCSSAのホームページ内にある「資格推奨委員会について」のページをご覧ください。URLはこちらhttp://www.jcssa.or.jp/main/jinzai_ikusei/jinnzai_ikusei061023.htm#top

◎JCSSA 社団法人化 10周年記念「ITトレンドフォーラム」開催のお知らせ

前号で告知したITトレンドフォーラム(当初11月7日開催予定)は、準備の事情により延期させていただき、ご迷惑をおかけしました。次のように、ITトレンドフォーラムの詳細が決定しましたので、お知らせ申し上げます。大勢の皆様のご参加をお待ちしております。

- ◆開催日時・場所: 2007年2月22日(木)13:00~17:00 株式会社 大塚商会本社3F(千代田区飯田橋2-18-4)にて
- ◆内容: 「激変するブロードバンド時代を先取りする、法人向け最新サービスの紹介と提案」について、各社様より講演ープレゼンテーション企業ー
 - ・キャリア系(順不同): 株式会社NTTドコモ/KDDI株式会社/ソフトバンクBB株式会社
 - ・Web系(順不同): 株式会社デジタルフォレスト/株式会社オウケイウェイブ/サムライワークス株式会社/オーリックシステムズ株式会社
- ◆定員: 150名(参加無料) ※当日は各社のコーナーを設け、質問や商談など、交流促進の場もご用意いたします。
- ◆出席希望: ・中堅営業⇒各社に戻られて最新サービス提案の販売が指導できる方
 - ・営業企画部門の中堅⇒最新サービスの販売計画が立案できる方
 - ・その他、以上のポイントを踏まえた適任者にご参加いただけると幸いです。



トレンドスコープ

TREND SCOPE

■Web2.0時代のサイト制作R-ASPサービス

サイバーステーション株式会社 IPAソフトウェアプロダクトオブザイヤー受賞

日本コンピュータシステム販売店協会

当協会の正会員であるサイバーステーション株式会社のR-ASPサービス「SiteCreation (サイトクリエイション) R-ASP」が、IPA(独立行政法人情報処理推進機構)が認定するソフトウェアプロダクトオブザイヤー2006を受賞した。今回この受賞を受けてこのサービスを取り上げる。会員の皆様に、新たなサービスを生み出すヒントとして参考にしていただきたい。

「SiteCreation R-ASP」は、Webサーバー管理やWebサイトコンテンツ作成の知識がないユーザーでも、簡単にコンテンツ管理・作成・編集が行えるソフトウェアである。企業のサイト運営においてネックとなる

のは、更新作業を外の企業に依頼すると多大なコストがかかってしまう点だ。大幅なサイトリニューアルではない限り、更新作業は自社で行いたいと思う企業は多いだろう。この製品はそんなユーザーのニーズに応えるものとなっている。さらに簡単にRSSフィードを作成する機能もついており、サイトの更新情報も簡単に配信することができる。また、もう1つ特徴としてR-ASPサービスという点が挙げられる。パソコン本体にソフトをインストールするのではなく、これらの作業がWebブラウザ上でできる。そのため作業場所を限定されることもない。これは独自の特許技術DRCTを使用してい

るからだ。(DRCTの詳細は<http://www.drct.jp/>をご参照いただきたい)

blogが爆発的に普及したのは個人ユーザーが更新しやすいという点があった。それと同じく、このサービスが企業サイトといった大規模サイトの制作の場面に与える影響は大きい。これまでしっかりとしたサイト運営が難しかった中小企業でも、情報を発信しやすくなるのではないだろうか。

専門知識がなくても誰もが情報を発信できるという点で、Web2.0の流れをうまく利用した本サービス。今後こういった流れは加速していくだろう。

■ITベンチャー企業の製品 発表会開催

フレッシュIT・プレゼンテーション2006・AUTUMN

東京中小企業投資育成株式会社 主催

2006年11月24日、東京中小企業投資育成株式会社が、ITベンチャー企業の開発によるソフトウェア製品発表の場、「フレッシュIT・プレゼンテーション2006・AUTUMN」を開催した。

この催しは、東京中小企業投資育成株式会社の投資先ITベンチャーが、独自のアイデアと技術で開発に成功したソフトウェアをJCSSA会員に紹介し、新たなIT製品の販売に役立てていただくことを目

的としている。

当日は3社のITベンチャー企業各社が自社の商品についてプレゼンテーションをし、その後参加会員と参加各社が意見交換できる交流会が設けられた。新しい発想を持った勢いのあるベンチャーという魅力と、東京中小企業投資育成株式会社から支援を受けている信頼性とを合わせ持った各社との交流は、会員の皆様にとって非常に貴重な機会となった。



■参加企業リスト
株式会社フラクタリスト
株式会社ビジネスソリューション・ジャパン
シア・インサイト・セキュリティ株式会社

■ソフトウェア開発事業 説明会開催

第4回IPA開発支援ソフトウェア製品説明会

独立行政法人 情報処理推進機構 主催

2006年12月7日、情報処理推進機構(IPA)がJCSSA会員に向け、IPA開発支援ソフトウェア製品説明会を開催した。IPAはIT化の促進を通じて、情報処理産業のみならずあらゆる産業の競争力向上および国民生活の利便性向上を図るという目的で、ソフトウェア開発支援を行って

いる。今回第4回になる開発支援ソフトウェア製品発表会では、「平成18年度新作発表会」と銘打ち、平成18年度に開発完了する新作ソフトウェア製品について発表が行われた。発表会の後、個別の商談の時間が設けられ、積極的な情報交換の場となった。

- ◆参加企業
- ・Eugrid株式会社
- ・ウィジット株式会社
- ・株式会社HOWS
- ・有限会社うるまのびプロダクション
- ・株式会社サルガッソー
- ・有限会社タクラム・デザイン・エンジニアリング



■様々な可能性を持った新会社法が、中小企業に与える影響を理解しよう

わかりやすい新会社法の活用とそのポイント

株式会社エム・アール・エス
代表取締役 藤倉 一巳氏

2006年5月より新会社法が施行された。新会社法では、特に中小企業に関与する部分において実質的な改正が大幅に行われている。今回のセミナーは、税理士であり、中小企業診断士、ITコーディネーターでもある藤倉一巳氏より、新会社法のポイントを解説いただいた。

新会社法の基本思想は以下の通りだ。

- ◆有限会社を株式会社法に取り込んだ
- ◆ファイナンスの思想が導入された
- ◆企業結合や事業分離の簡易化を図った
- ◆株式譲渡制限会社が、株式会社の基本モデルである

「新会社法は『中小企業経営者の悩みを解決している』という積極性あふれる法律です。今後のグローバル化を念頭に置き、より柔軟でわかりやすいものになっているのです」と藤倉氏は語る(詳細については、右図を参照)。

新会社法の及ぶ範囲は多岐にわたるが、ポイントだけを挙げておこう。

- 株式会社と有限会社を合体させた
- 節税会社である有限会社が、新会社法の主人公である

- 株主は会社所有者から投資家へ位置づけられた
 - 会社を商品化(ファイナンス化)した
 - 新会社法においては「株主平等」「株主絶対」「債権者保護」を喪失させた
 - 株式交換・合併・会社分割は、簡易・迅速で機動的な取り扱いとなった
 - 種類株式は事業承継に活用される場面が期待される
- 「現在、新会社法を受けた税制面はまだ十分な対応ができていませんが、今後、国税庁からの通達により疑問点が

解消していくでしょう」と藤倉氏。では、我々はいかなるスタンスで臨めばよいのだろうか？

「新会社法は規制緩和の一環としてハードルを下げ、新規参入しやすい環境を整えました。このことは同時に、取引における自己責任の範囲が拡大したことを意味します。今後は、様々な場面で専門家とよく相談し、対応策を講じることが重要になります。新会社法は、上手に活用すると効果が大きいもの。ぜひ検討してみてください」

中小企業経営者の関心に応える新会社法

| | |
|--|--|
|  株式会社をスリム化したい! | 会社の実態に合った組織づくりが可能に ・新法適用対象会社に合わせ、株式会社でありながら柔軟な体制を構築できる。 ・企業の実態に即応して、様々な組織設計が可能に。 |
|  株式発行の工夫により、円滑に事業を承継したい! | 株式の弾力的な運用と活用 ・新法適用対象会社の変更により、柔軟な株設計が可能に。 ・承継による株式の活用を促すことで、より円滑な事業承継が可能に。 |
|  決算時の複雑性を向上させたい! | 会計参加の導入で、会計がますます重要に ・会計参加の導入により、 (1) 会社の決算書の信頼性が向上、(2) 決算がより正確に算定できる |
|  M&Aについて考えてみたい! | 新法適用をスムーズに、スピーディーに! ・会社合併や買収合併の処理で、新法適用がますます迅速に。 ・新法適用対象の範囲拡大、株式譲渡制限の廃止により、柔軟な企業買収が可能に。 |
|  今後、有限会社はどうなるの? | 今までの有限、合名、合資会社はこうなる ・新法適用対象会社は、特例有限会社制度が適用。通常の株式会社へ移行も可能。 ・合名会社や合資会社から、株式会社への移行コストが軽減。 |
|  新しく会社を起したい! | 創業をスムーズにする制度へ ・会社設立手続きが簡便化され、設立費用も大幅に削減。 ・株式会社の設立は、資本金1円でもOK。 |



JCSSA交流会 ゴルフコンペ レポート

JCSSAでは「経営トップ層が集い、会員同士の親睦を深める」という目的で、昨年よりJCSSA交流会 ゴルフコンペを企画している。第2回目にあたる今回は、2006年11月18日、埼玉県の高坂カントリークラブ・岩殿コースにて開催。総勢32名の会員企業の皆様にご参加いただいた。

当日は快晴。爽やかな青空の下、皆、大いにプレイを楽しんだ。気になる優勝者は、最先端のソフトウェアで情報社会をリードする日本CA株式会社の営業本部長 藤岡 健氏。「41・37」の鮮やかなベスグロ優勝だった。

プレイ中も会話や笑いが絶えず、なごやかに交流を深めることができた。今回ご参加いただけなかった皆様も、来年はぜひご参加いただきたい。





新会員のご紹介

NEW MEMBERS

2007年1月現在 ①所在地 ②会員代表者 ③設立 ④資本金 ⑤従業員数 ⑥入会年月

| | | |
|-------------|-----------------------------------|---|
| <h2>01</h2> | <p>■ 正会員</p> <h3>株式会社アルファテクノ</h3> | http://www.pc119.co.jp/ |
|-------------|-----------------------------------|---|

- ① 〒275-0024
千葉県習志野市茜浜
2丁目1番地2号
- ② 代表取締役
伊藤 覚
- ③ 1996年2月
- ④ 5千万円
- ⑤ 309名
- ⑥ 2006(平成18)年8月

弊社は、1996年2月に(株)大塚商会より分社し各メーカーのPCの修理をベースに、データ復旧サービス・初期導入設定サービス・出張サポート・運送・移動設置サービス・PCリサイクルサービスなど、PCを中心としたサービスの提供に努めてまいりました。

「ワンストップリペアサービス」を標榜し、CSの第一はスピードと捉え、短納期・正確な修理により、PC修理受付台数135万台(2006年10月現在)と多くのお客様とお取引いただいております。環境ISO14001に加え、今年初にはプライバシーマーク(ISO15001)も取得いたしました。

「スピードとチャレンジ」をスローガンに、さまざまなサービスを提供してまいります。



| | | |
|-------------|--|---|
| <h2>02</h2> | <p>■ 正会員</p> <h3>株式会社ピーシーデポコーポレーション</h3> | http://www.pcdepot.co.jp/ |
|-------------|--|---|

- ① 〒222-0033
神奈川県横浜市港北区
新横浜2-3-19新横浜ミ
ネタビル10階
- ② 代表取締役社長
野島 隆久
- ③ 1994年8月
- ④ 15億9100万円
- ⑤ 309名
- ⑥ 2006(平成18)年9月

ピーシーデポコーポレーション(PCデポ)は、ロードサイド型のパソコン総合専門店「PC DEPOT」を運営しています。主にホームユーザーを対象にあらゆる面から支援するために「商品販売」・「OZZIO」・「中古販売」・「ブロードバンド」・「技術サービス」・「商品開発」をはじめとする複合的な商品とサービスで、お客様にIT関連をフルラインで提供できる体制と「安い・安心・便利」をモットーに店舗作りを行っています。

複合的な商品とサービスをワンストップで提供するITソリューションストアとして、より多くのお客様に喜んでいただき、チェーンストアとしてその使命を果たしてまいります。よろしくお願いたします。



| | | |
|-------------|--------------------------------------|---|
| <h2>03</h2> | <p>■ 賛助会員</p> <h3>株式会社デジタルフォレスト</h3> | http://www.digitalforest.co.jp/ |
|-------------|--------------------------------------|---|

- ① 〒102-0074
東京都千代田区九段南
4-8-21山脇ビル4階
- ② 代表取締役
猪塚 武
- ③ 1998年9月
- ④ 2億3570万8千円
- ⑤ 56名
- ⑥ 2006(平成18)年6月

当社の主力製品であるWebマーケティング分析ソリューション「Visionalist(ビジョナリスト)」は、広告効果測定やWebサイト内の来訪者行動履歴を高速かつ容易に分析できる画期的なアクセス解析ソフトウェアとして、販売数を伸ばし続けています。このVisionalistは単体でも有用な商品ですが、外部APIを利用して、お客様のシステムと結合しデータを交換することにより、ご要望に応じたビジネス戦略ツールを構築することが可能です。自社製品の紹介にとどまらない、最先端のノウハウをご紹介するセミナーも積極的に開催しており、お客様のWebマーケティング効果をトータルで最大化することを目指しています。



| | | |
|-------------|---|---|
| <h2>04</h2> | <p>■ 賛助会員</p> <h3>有限責任中間法人 中古情報機器協会(RITEA)</h3> | http://www.ritea.or.jp/ |
|-------------|---|---|

- ① 〒105-0011
東京都港区芝公園
1-3-5ジー・イー・ジャ
パンビル2階
- ② 代表理事
矢野 晴久
- ③ 2006年7月
- ④ 基金400万円
- ⑤ 会員数
41社(06年10月末)
- ⑥ 2006(平成18)年7月

当協会(RITEA)は、我が国における情報機器のリユース(再使用)を推進し、中古情報機器市場の一層の発展を目指して、06年7月に設立されました。今日では、パソコンやサーバー等を中心に情報機器が大量に製造・販売されていますが、新製品使用から使用後回収・リサイクルまでのプロセスの間で、リユースの役割が大きくなっており、また、新商品の購入動機には「買い替え」の割合が大きく増加していることから、今後の新商品市場の一層の拡大にも、リユースは大きく寄与できるのではないかと考えております。

当協会は良質な中古情報機器の普及・拡大及び良質な関連事業者の育成・拡大の各活動を行うほか、JCSSA様および他の業界団体様と連携し、我が国の情報機器市場の発展に寄与してまいります。



PC DEPOT
THE COMPUTER SUPERSTORE

JCSSAよりお知らせ

JCSSAでは、人材育成委員会活動の一環として、以下のセミナーの開催を予定しています。

◆管理者研修

開催日：2007年1月23日（火）～24日（水）

◆トップエグゼクティブセミナー

開催日：2007年2月16日（金）

◆平成19年度新人セミナー

開催日：2007年4月17日（火）

詳細はJCSSAホームページ、メールマガジンでお知らせします。

※なお、当委員会では、企画策定にご協力いただける委員を募集中です。ご希望の方は事務局までお申し込みください。

ITトレンドフォーラムの開催が決定いたしました。

▼イベント名

JCSSA社団法人化10周年記念

「ITトレンドフォーラム」

▼開催日時

2007年2月22日（木）13：00～17：00

▼会場

株式会社大塚商会 本社3F

詳細は、本誌6ページをご覧ください。

皆様のご参加をお待ちしています。

〒113-0034 東京都文京区湯島1-9-4 鳴原ビル2F

電話：03-5802-3198 FAX：03-5802-0743

URL：www.jcssa.or.jp E-mail：jimu@jcssa.or.jp

