



“一丁啮”が行く！

第49回：規格の違いが...

相互乗り入れをしている阪急電車と大阪市営地下鉄、それに南海電車が手を結び、京都から関西空港まで、あるいは関西空港から京都までを通常料金より安く（1,550円→1,200円）、特急券も200円引き（300円）で乗車できる“関空アクセスきっぷ”“京都アクセスきっぷ”という企画商品を発売しています（3月31日までの限定販売のようですが）

不便な関西空港へのアクセスの多様性を拓くいい企画だとは思いますが、どうせやるなら乗り換えナシで関空まで行けた方がいいと思いますよね。

ところが、そこに立ちちはだかる大きな壁が！

もともと阪急と大阪地下鉄（堺筋線）は相互乗り入れをしていますが、大阪地下鉄と南海は乗り入れをしていません。していないのではなくできないのです。

そもそも日本の鉄道には大きく二つのレール幅があって、JRや南海、近鉄南大阪線などは狭軌と呼ばれレール幅が1067mm、それに対して阪急や地下鉄、京阪、阪神、近鉄京都線などは標準軌という1435mmのレール幅となっていて、阪急は地下鉄とは乗り入れができますが、南海やJRとは乗り入れができないのです。（JRと南海は同じ狭軌ですので関西空港連絡橋は共用しています。また新幹線は標準軌ですので阪急などと同じレール幅です）

鉄道が普及していくその昔、なぜか二つの規格が混在し、統一されないまま狭軌と標準軌として現在に至ったということですが、なぜどこかの時点で統一できなかったのでしょうか。同じレール幅ならもっと各社間の乗り入れが活発になって利便性が向上したのではないかと思います。

ちなみに、関西ではほとんどの私鉄が標準軌ですので、JRは私鉄との乗り入れがほとんどできません。それに対して関東では私鉄も狭軌が多く、JRとの乗り入れが盛んです。

このようなことは、震災のあとの電力不足で、西日本の60Hzと東日本の50Hzという周波数の違いで相互融通できないことが問題になりましたが、どうもいろいろところで規格統一できなかったことで多くの損失をしているように思います。

損失だけならまだしも、レール幅が40cmも狭いのに関空まで乗り入れ、私鉄より高速で走っているJRに不安を感じるのには私だけでしょうか。



車両幅とレール幅



犬も歩けばサポート日記



事例をご紹介しているコーナーです。シスポートのサポート担当者の奮戦記からなにかヒントを得ていただければ幸いです。



■ 今日のご相談

昨日そろそろパソコンがへたって来て入替を考えておられるお客様にお伺いしてきました。こちらはある大手メーカーの建設機械工場内に事務所を構える部品調達を主業務とする会社様で、DOS版の時代からのお取引です。従来は限りなく標準版の「はんばいQ」でことが足りていたのですが、世相を反映してか同じ部品でも一番安いところから早く調達することが求められているんやわ、と...



■ 今日のご提案

要するに行われている業務は機械工具店の業務とイコールです。そこでハタと思いついたのが「はんばいQ」から生まれた業界特化型バージョンのひとつである「POWERFUL 販管 sp」でした。このバージョンはあまりにも種類が多すぎてマスター登録が出来ない業種向けに「はんばいQ」を機能変更したもので、メーカー+品種+商品名+仕入先入力により過去歴を迅速にサーチし人間の記憶を補うという特徴を備えています。そんな訳で“何これ、はんばいQやないの？”と言われつつもこちらでご提案してみることにしました。

へえー、「POWERFUL 販管 sp」ですか。そんな商品あったんですねー（オオイ！）。確かに「はんばいQ」が備えているのはある程度マスター登録が出来ることを前提として威力を発揮する機能が多いかも知れませんが、よく引き合いに出る話として“在庫管理がしたい。でもマスターが登録できない。だからシステム化は無理だ”というのがありますが、業種によってはこういう場合でも“まず過去歴の検索からやっていこう！”という発想の転換は大事だと思います。せっかくの入替ですからソフトがどうよりより便利になることを提案してあげて下さい。

■ 今日のご感想



※後日談

「POWERFUL 販管 sp」自体がパッケージソフトでありますので、価格的にもリーズナブルな中で何とか入替をしていただくことが出来ました（商品マスターデータの構造が「はんばいQ」とは著しく異なるのでデータの移行ではひとはまり、ふたはまりありましたが...）。手入力とは言いましたが、もちろん定番的な商品は一品一品マスター登録することも出来ます。徐々にマスター登録を進めていけば次の入替の時には在庫管理も夢ではなくなっているかも知れません。

読者訪問



第25回

お伺いした会社	株式会社 インテリアホソイ	http://www.inxhosoi.co.jp/
お目に掛かった方	代表取締役 細井 和博 さん	kazuhiro@inxhosoi.co.jp
会社の所在地	〒616-8135 京都市右京区太秦小手角町 20-7	
主な業務内容	内装仕上工事業	
連絡先など	TEL:075-881-2811 FAX:075-881-2815	

今回は株式会社インテリアホソイさんをお尋ねしました。
細井社長は二代目社長で、昨年2月に一代目社長であるお父上から社長を引き継がれました。
インテリアホソイさんは、内装工事全般を請け負う内装工事業として、工務店などからの請負作業を担ってこられました。またその一方でカーテンクリーニング車によるカーテンの出張クリーニング（特許）ができる京都で唯一のフランチャイジー（加盟店）としての展開もなさっております。



細井社長



カーテンの出張クリーニングのチラシ

社長を引き継がれた時から、「いつまでも、工務店等の都合に左右される下請けではイカン。直販のお客様を開拓して、施主さんにじかに喜んでもらえるような仕事がやりたい」と直販指向に営業の舵を切られました。

そのためにまずは、それまでから直販だったカーテンの出張クリーニングをさせていただいてる顧客に「カーテンのクリーニングだけではなく。オーダーカーテンの制作・提供をはじめ、内装工事全般をやる会社なんです」と知らしめるためのPRを開始しようと当社にチラシ制作の依頼をいただいたのがサポートと当社とのお付き合いのきっかけでした。

当社にてカーテンの出張クリーニングと内装工事の業務案内チラシを作らせていただき、積極的にDMなどの販促活動を展開されました。

当社代表の米田が(有)中小企業診断所(SBC)のコンサルタントとして公益財団法人京都産業21の登録アドバイザーをしていることから、専門家派遣制度(*1)を利用し販促活動のお手伝いをさせていた

できました。DMの効果的な実施方法などをご指導させていただいた結果、新たな得意先が生まれ、その効果を踏まえて更にオーダーカーテンの販促へと直販指向を進めて行かれました。オーダーカーテンの販促では、“ウィンドウコンシェルジュ”という造語をあみ出してランディングホームページを作り(*2)、チラシや名刺なども作成して営業活動を展開した結果、数件の新規顧客の獲得という成果が得られました。『下請けから直販に軸足を移したことによっていろいろな人との出会いが生まれ、また更に人脈が広がっていく。エンドユーザーとの打ち合わせにもつい熱がこもってしまい、いまは仕事がおもしろくてたまらない。社長に就任してからの一年は濃くて早い一年でした』とおっしゃいます。

そして、社内の業務改善のためにパソコンシステムの導入も検討していただくなど、当社との結びつきはますます濃いものとなってきています。

「チラシの作成→新規顧客獲得戦略のコンサル→ランディングHPの作成→販促のお手伝い→具体的な成果の獲得→システム導入の検討」と、まさにIT屋としてのサポートとSBCのコンサルが一体となって成果を生み出した新たなコラボレーションの形です。営業成果の向上で収益も上がり、パソコンシステムの導入が一層早く実現することを願っています。



ランディングHPのトップ画面



オーダーカーテンのチラシ

(*1) 京都産業21が行っている中小企業支援施策で、1回2時間程度の専門家派遣を企業負担8,000円程度で受けられる制度。
<http://www.ki21.jp/information/specialist/dispatch/index.html>

(*2) HPの制作は(株)メディアクリエイツ様 (<http://www.m-cre.co.jp/>) にお申ししました。

TOPICS

京都産業21主催の「京都ビジネス交流フェア」に出展します！

<http://www.ki21.jp/bp2012/about.html>

と き：2012年（平成24年）2月23日（木）、24日（金）の2日間
ところ：京都パルスプラザ（京都府総合見本市会館 京都市伏見区）

生産管理システム『Assist』を中心に、各種ソフトウェアのデモンストレーションなども行います。システム相談も随時お受けいたします。

弊社出展ブース No. は **A-103** です

是非、お越し下さい！

