

いっちょかみ
“一丁噛”が行く！

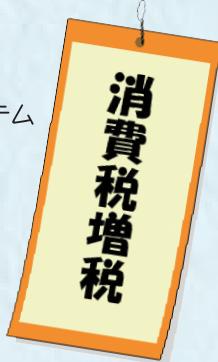
第69回：消費税

消費税の増税が正式に決まりました。その是非はともかくとして、今回は消費税増税に伴うパソコンシステムの対応について考えてみたいと思います。

さて、ここで問題です。

世の中にはいろいろな販売管理ソフトがありますが、各社の消費税対応、どれが多いと思われますか？

- ①プログラムの大幅な変更が必要（数10万～）
- ②消費税対応するためにはソフトのバージョンアップが必要（3～5万円程度）
- ③現在のシステムの設定を変更するために訪問メンテナンスが必要（2～5万円程度）
- ④5%→8%にするだけなら数字の変更だけなので、設定画面で自分で設定できる（無償）



ソフトメーカーによって対応はまちまちですが、パッケージソフトの場合、数万円程度の費用をとてソフトのバージョンアップをするケースが多いようです。自社独特のオリジナルなオーダーメイドソフトの場合は個別対応となるのでしょうか、100万円程度の改修費用を要求されているというケースもあるようです。消費税のアップ分を価格に転嫁することが困難な中小企業も多い中で、システムの改修に多大な費用がかかるなんて論外ですよね。

え？『シスポートではどうなん？』ってですか？

ご存じだと思いますが、弊社は販売管理システムを中心に開発・提供しています。販売管理とは受注～売上～請求～回収など売掛管理や買掛管理、在庫管理を処理するシステムの一般名称で、『ほんぱい sp』というブランド名でご提供しています。

『ほんぱい』シリーズは販売を開始してから26年経ちますが、消費税が施行された当初から税率が変更されることを想定してシステム設計しており、消費税が3%から5%に上がったときも、上記の④番、つまりご自分で税率を変更していただくようお願いして、特に費用はいただかずにご対応いただきました。今はほとんどのお客様とは保守契約を結んでいただいているので、今回も変更の方法を書いたマニュアルを無償でお送りしてご自分で設定していただく予定をしています。但し、難しいから来てやってといわれた場合には出張費は頂戴しますし、特別なカスタマイズをしていて個別対応しなければならないという、例えば税率の変更に伴って値札表示を変える必要があるなどという場合には、別途修正費用を申し受けます。

しかし、ふと考えました。

たとえ1万円でもソフトのバージョンアップ費用をいただけをなら、300件ほどお客様があるので300万円の売上になる！それをみすみす逃しているのではないか、と。

う～～ん、難しいところですね。『お客様の身の丈に合ったシステムとサービスを提供する』ということを経営理念にしている限り、いただきにくいですよね。 あん好しといわれ続けて32年、やっぱりシスポートはお金儲けは下手なんですかね(^^;

TOPICS

展示会などのお知らせ

ここで見つかる！新しい何か！
優れた技術、能力ある製品・サービス等を誇る197社・団体(※会員数)がここに集結!
ものづくり企業を中心とした総合展示商談会

ビジネスチャンス発掘フェア 入場無料

11/27水 28木 マイドームおおさか2階・3階展示場

10:00-17:00

ご来場者登録料金
名刺2枚まで用意ください。名刺をお持ちでない場合は
個別会員の来場登録料金の記入をお願いします。

問合せ先
ビジネスチャンス発掘フェア事務局
(八尾市産業博覧会実行委員会
(八尾市・八尾工業会議連・大阪東信用金庫
(11月5日会場により、大阪シティ信用金庫南支店)
八尾市清水町1-16 八尾市会議所内
TEL:072-922-1181 FAX:072-922-8828
URL: http://www.chance-fair.com/

■はじめて出展する大阪でのフェアです。大阪方面の方、是非ご来場下さい。

出展予定 アパレル業向け販売管理システム『あぱれるQ』
メンテナンス会社向け保守管理システム『Smart UP's』

「戦略・コミュニケーション・計画管理」
企業経営実践型
ビジネスゲーム
企業研修担当者・ビジネスパートナー
学生の皆様、是非ご参加ください

2013年11月13日(水) 18:30～21:00 (受付時間 18:00～18:30)

会場 こどもみらい館 (地下鉄丸太町駅より徒歩3分)

料金 30名 (先着順)

料金 1,000円／1名 (税込)(会員料金)

申込締切 11月1日(火)

お問い合わせ先 info@battle-crane.jp
TEL 075-762-0590

ご了承
一般社団法人 バトルクレイン・プロジェクト
(TEL: 075-762-0590 FAX: 075-762-0570)

■企業経営体験型ビジネスゲーム
『バトルクレイン』体験会

開催日時 2013年11月13日(水) 18:30～21:00
会場 こどもみらい館 (地下鉄丸太町駅より徒歩3分)
参加費 1,000円／1名

弊社代表の米田が2005年に考案したビジネスゲームで、机上のゲームではなく身体を動かして各社と交渉しながら収益を競うという大変エキサイティングなもの。

詳細は <http://www.battle-crane.jp/> をご覧下さい。

お申し込みは添付の「ご意向・ご感想等 お問い合わせシート」の返信FAX、もしくはHPから

Presented by Sys:port corp.

読者 訪問



第46回

お伺いした会社
お話を伺った方
会社の所在地
連絡先など
URL

株式会社 河瀬製作所
代表取締役 河瀬 良司 様
〒578-0905 大阪府東大阪市川田4丁目7番10号
TEL 072-968-6686 FAX:072-968-6696
<http://www.kawase-kws.co.jp/>

今回は東大阪市の河瀬製作所さんにお邪魔しました。同社は船舶や陸用のディーゼルエンジンのボルトやナットなどの精密部品の加工メーカーとして昭和39年に創業され、平成20年に現在地に移転されました。



主な加工製品

エンジンをはじめ空調機や発電機などに使われる精密部品は、精度など高品質を要求されるわりに価格競争も激しく、いかに「高品質」のものを「安く」「早く」納めるかということがポイントになっています。
『安くするといぐらでも仕事はある』とおっしゃる河瀬社長ですが、利益を確保するためにはコストを無視して安くすることはできません。工程を少なくして時間短縮を図って低コスト化を実現し、価格競争力を確保することが重要だとおっしゃいます。発注元のメーカーなどは海外との競争に躍起となっていますが、小ロット多品種の同社は今のところ海外メーカーとの競争はないそうです。

1995年にある販売店経由で当社の販売管理システム『ほんぱい』をご導入いただきましたが、販売店が倒産されたため、2004年からは当社と直接お取引いただく形で現在に至っています。

得意先からの電子データによる発注データの読み込みや受注元帳の出力などのカスタマイズを施して、3台の端末でのネットワークシステムとして運用いただいております。

また、2010年にはホームページの制作依頼もいただき、当社の協力会社と連携してホームページを制作させていただきました。
HPの開設を機に新規取引先の開拓も積極的に行っておられますので、更なるご発展を期待しております。



工場現場風景



河瀬社長
(ご自慢の熱帯魚の水槽の前で)



本社外観

犬も歩けばサポート日記 シーズン2



=3

部長：昼食で入った食堂の湯豆腐定食はなかなか良かったな。
さてボチボチ行くか！
ところで今日はどこに行くんだつたっけ？

猫山：(-_-)
会社を出る前に言つたじゃないですか...
今日は〇〇食品さんを訪問します。

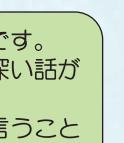
部長：ああ、そうか！
何か旨いものを味見させてくれるかなあ。

猫山：〇〇食品さんは大豆加工商品を製造販売されています。また湯豆腐、食べます？



部長：それはさてあきこちらのご要望はどんな感じだったのかね？
猫山：まずはチェーンストア統一伝票の対応ですね。それと価格の扱いがちょっと深い感じです。

部長：何だ、その深いってのは？
猫山：いや、そこを突っ込まれても...
他にOEMも含め自社製品が結構あるの 在庫管理もやりたいと言われました。



猫山：そうこう言っているうちにぼちぼち到着です。
この社長さんは話好きでしてなかなか深い話がきけるかも。

部長：そうか。君の洞察力もそれぐらい深いことないけどな！

猫山：いや、そこを突っ込まれても...。

シスポートのシステムはいろいろな業種・業態でお使いいただけています。こんな業種でこんな使い方をされているといった事例をご紹介し、参考にしていただきたく思っています。

部長：チェーンストア統一伝票はよく分かる、食品の主要な卸先はやはりスーパーだものな。でも客先には一般的な食料品店さんもあるんだろう？

猫山：もちろんありますが、入力・発行が集中しますんでいちいち伝票を差し替えていられません。よって〇〇食品さんでは自社の伝票としてチェーンストア統一伝票を使ってあられます。また実際の修正にあたっては当然のように入数・ケース数欄の追加と売価の入力・印字が付いてきました。

部長：統一伝票という割には結構種類があるんだよな。それに意外と単価も高いし...。それとその深い価格の扱いっていうのは？

猫山：はあ。どんなお店でも今日の広告の品！みたいなものがあるじゃないですか。そういう時のために卸価格も通常いくら、特価でいくら、と二段階になっています。よってほんぱいの自慢の最新単価機能もそれぞれで記憶、マスターメンテナンスできるようにしました。

部長：売上を上げる時に通常か特価かを指定する訳だね？

猫山：まあそんな感じです。

部長：しかし在庫管理なんて可能なのかね？ 食品だろ？

猫山：確かに。実際のところ賞味期限や消費期限別に管理したりはしていません。ただ加工食品というのはそれなりに日持ちしますし月中はさておき、この月末の在庫がいくらあるか？が知りたい訳です。〇〇食品さんでは棚卸機能を上手く使ってそのあたりを運用されています。

部長：そうか。ところでスーパーが得意先だとオンライン発注とか、そいうった要望はなかったのかね？

猫山：確かにいつも話題には上がります。しかしコストをかけてそこまで対応するだけの注文を確保できるのか？という問題もありますので具体的な開発にはいたっていません。むしろ今の段階では標準的な機能である取引分類、商品分類の設定をしっかり整理して売上分析にも活かしていきたいとお客様は考えてあられます。

部長：そうだね。省力化も大事だがまず売らないとね。省力化はそれからでも十分間に合うよ。

