

# 成果発表会

株式会社第一紙行

## 基幹システム再構築に向けた 「現行業務フローの抜本的見直し」

業務構造の整理を通じて、次期基幹システム刷新の土台を構築した取り組み

2026年6月2日

# 本日の発表内容

1. 会社概要
2. 背景と課題
3. 本事業を活用した取り組み内容
4. 成果と今後の展望

# 1. 会社概要

---

---

会社名 株式会社 第一紙行 (DAIICHISHIKO.CO.,LTD)

---

本社所在地 〒604-8162  
京都市中京区烏丸通六角下る七観音町634  
ONEST京都烏丸スクエア 6F  
TEL 075-253-0800(代表) FAX 075-253-0910

---

代表者 代表取締役社長 金子 道宏 (2019年7月就任 6代目)

---

創業 1946年(昭和21年)2月11日 設立 1949年(昭和24年)10月1日

---

資本金 1,000万円

---

従業員数 150名 ※2025年6月現在

---



# 地域の「食」「菓子」「酒」の高付加価値化を、お客さまと共に。

事業領域

ブランディング

## Branding

ブランド価値の本質を引き出し、磨き上げ、伝わる「カタチ」と「メッセージ」に。

リ・デザイン  
 トータルブランディング  
 地方産品ブランディング

プロモーション

## Promotion

見込み客をファンに育て、「買われ続ける」仕掛けと仕組みづくり。「デジタル×紙」の最適メディア選択、EC・通販・新販売チャネルの提案。

トータルプロモーション  
 EC 通販システム構築・保守  
 SNS マーケティング

パッケージング

## Packaging

ブランドの世界観をデザイン化。高付加価値・高機能・エコ包材の設計から製造、物流までを一貫体制で。

高付加価値化  
 ギフト・土産商品化  
 エコパッケージ開発

プロデュース

## Producing

全国450社の協力会社ネットワークで「ワンストップ×最適コスト最適品質」を実現。今売るべき「商品開発」提案、OEM・コラボ先企業の斡旋。

菓子商品開発提案  
 企業コラボ商品構築  
 素材・製造ソリューション

コーポレート  
データ

(2025年6月末決算時点)



得意先数 約700社



製造協力会社数 約450社



社内クリエイター数 約70名



年間製造アイテム数 約3,000件

業種別売上比率



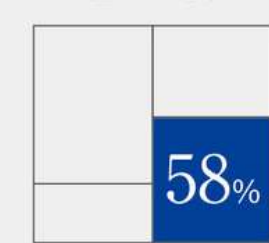
総社員数 150名



職種構成比



自己資本比率



## 2.背景と課題

本事業に取り組んだ背景

背景① 基幹システム再構築を見据え、社内プロジェクト  
を立ち上げ検討を重ねてきた

## 2.背景と課題

### 本事業に取り組んだ背景

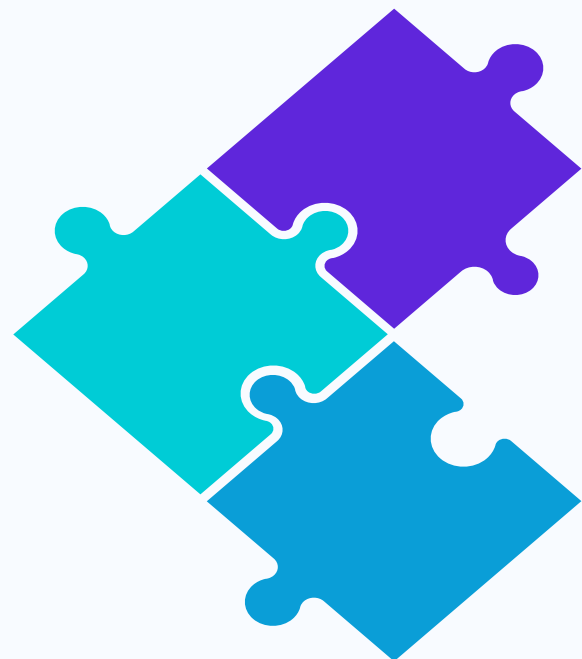
- 背景① 基幹システム再構築を見据え、社内プロジェクトを立ち上げ検討を重ねてきた。
- 背景② 基幹システム刷新に潜む一般的課題として、業務整理をしない刷新は、非効率の固定化につながるリスクがあると、過去の経験もあり認識していた。

## 2.背景と課題

### 当社における現行課題

#### 構造的課題

業務の属人化・部署最適化により、全体像が見えにくい状況がある。



## 2.背景と課題

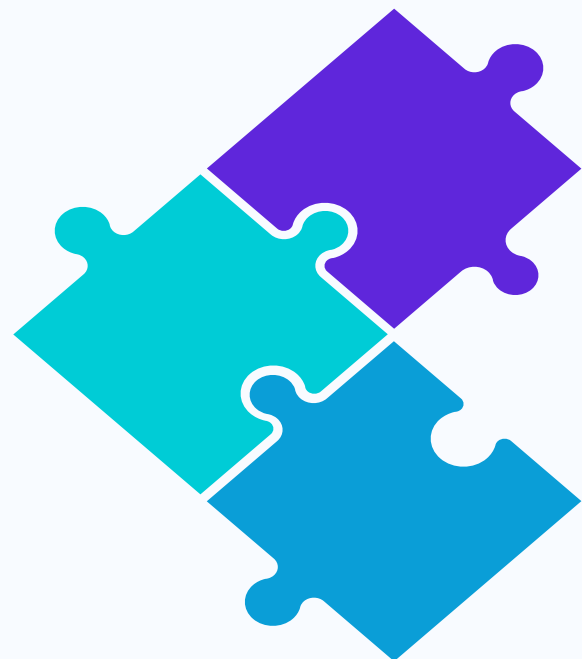
### 当社における現行課題

#### 構造的課題

業務の属人化・部署最適化により、全体像が見えにくい状況がある。

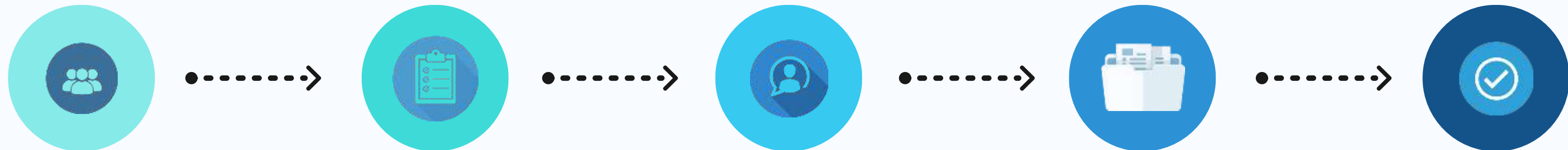
#### 課題の把握

「現場の声」を聞き取り体系的に課題を把握する必要がある。



## 2. 背景と課題

社内課題の可視化プロセス  
現場の声を集めることで、体系的に課題を収集し整理する。



### 1 - 座談会実施

各部署の代表者を集め、現場の課題や改善要望を自由に議論する場を設定。

### 2 - アンケート配布

全社員向けに業務課題に関するアンケートを実施。

### 3 - ヒアリング

キーパーソンへの個別ヒアリングで詳細な課題を深掘り。

### 4 - データ整理

収集した情報を分類・体系化し、傾向を分析。

### 5 - 課題抽出

優先度の高い課題を特定し、改善施策の検討材料として整理。

### 3. 本事業を活用した取り組み内容

- ポイント① 課題集約の次の一歩として、基幹システム再構築を見据えた業務フロー改革に着手
- ポイント② 意見集約から、業務プロセス設計・構造化へアプローチを転換
- ポイント③ 第三者視点の導入による、客観的・俯瞰的に業務を整理

# 3. 本事業を活用した取り組み内容

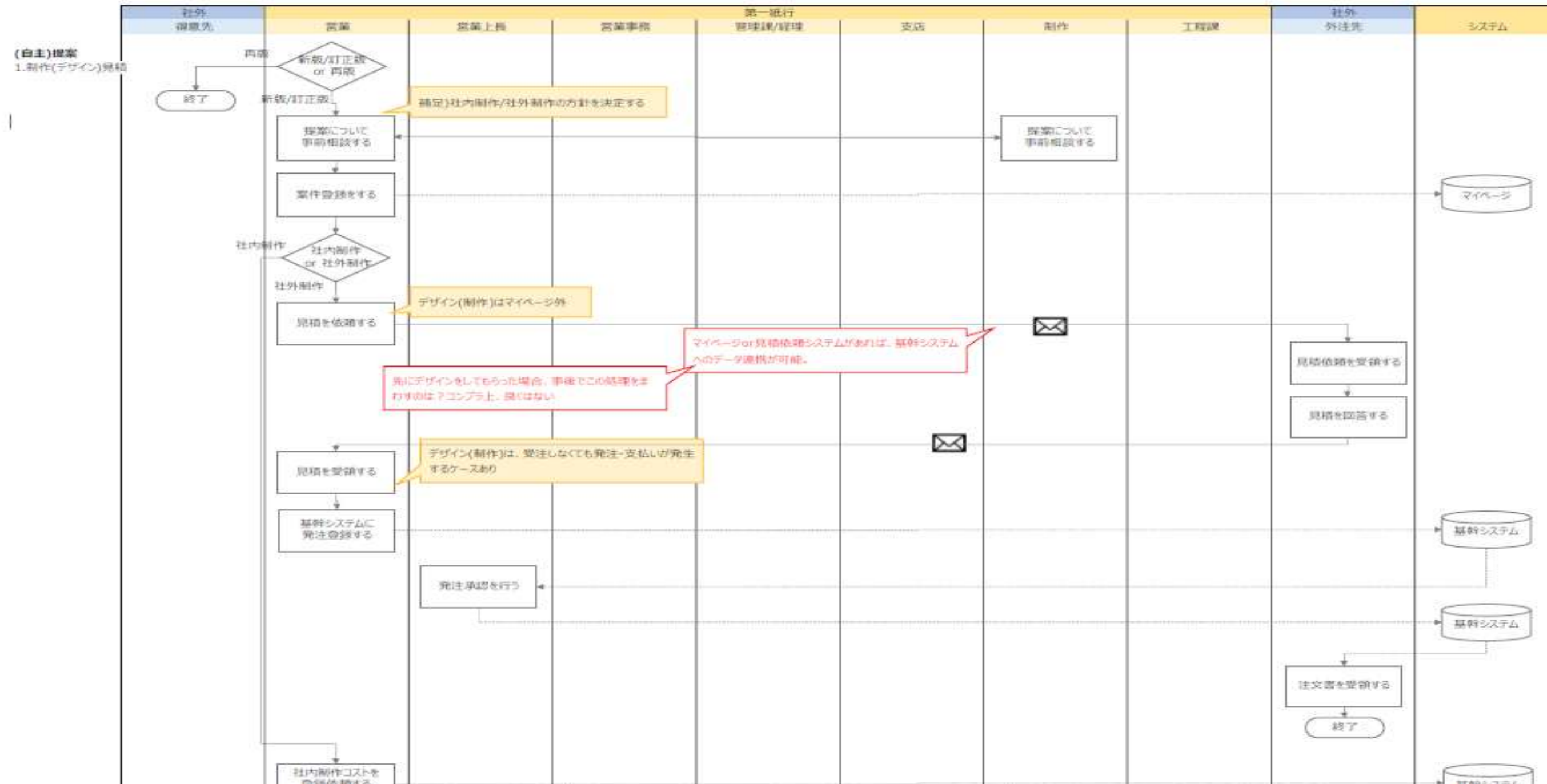
## 業務全体像の整理

業務を工程単位で分解し、共通業務・個別業務を整理する



# 3. 本事業を活用した取り組み内容

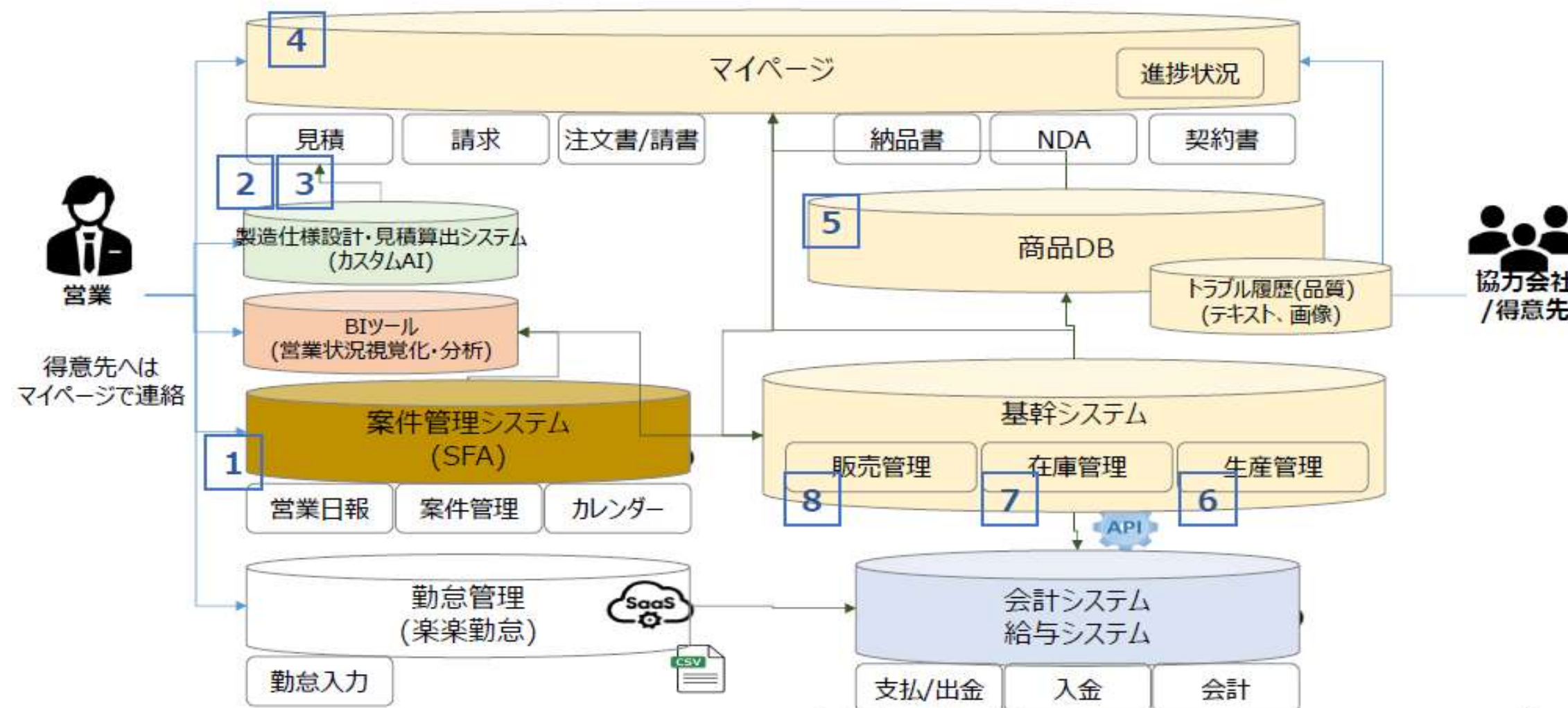
## 基本業務フローの細分化



# 3. 本事業を活用した取り組み内容

システム構想イメージ  
 基幹システムとサブシステムの切り分けを図式化

— システム構成イメージ(ToBe)



# 3. 本事業を活用した取り組み内容

## システム個別要件の概要整理 商談から受注までのプロセスを可視化、整理する

### — 個別要件の整理 1) 案件管理

業務概要	営業活動における商談から受注、アフターリサーチ(成果検証、満足度調査)までのプロセスを可視化・管理し、案件の進捗状況、受注確度、予材管理を行う業務。 SFA(営業支援システム)を活用し、営業日報と連動しながら、担当者別・ステータス別の案件状況を把握することで、営業組織全体の売上予測と営業生産性の向上を図る。 <b>責任分担：R/A 営業</b>	
目的	1. 案件の可視化と進捗管理 商談状況や案件の進行ステータスをリアルタイムで把握し、組織全体で情報共有を行う 2. 受注予測精度の向上 見積以降の案件を予材として管理し、受注確度情報と合わせて売上予測の精度を高める 3. 営業生産性の向上 案件情報の一元管理により、二重入力を排除し、営業担当者が本来業務に集中できる環境を整備する 4. 受注/失注分析による営業力強化 担当者別の受注率、ステータス別の案件数を分析し、営業戦略の改善とナレッジ共有を促進する	現状、営業マンの行動管理が主になっている。 →顧客との関係性の構築、情報提供 (営業主体の内容? 顧客主体の内容?) →顧客がどのようなことを求めているのかを記載する項目があれば
範囲	管理対象範囲は、 起点: 商談発生時(引き合い・案件登録段階) 終点: 受注確定 または 失注確定	
管理対象	<b>■管理対象</b> 新版案件: 新規印刷物・制作物の企画提案案件 訂正版案件: 既存制作物の修正・変更案件	<b>■管理対象外</b> 再版案件: 既存品の再発注(営業関与が少なく、案件管理不要) 在庫出庫受注案件: 既存在庫品の出荷のみの案件 年間対象(チラシのレギュラー)
要件 (基本機能)	顧客登録連携 SFAで顧客仮登録した内容がマイページに連動する。 案件ステータス管理 「課題獲得前」→「課題獲得」→「提案完了(見積提出)」→「受注/失注」→「成果検証」の5段階ステータス管理 ※「課題獲得」のステータスになれば、案件管理(書面やり取り等)が発生するため、マイページに案件データ連携 日報連動機能 案件に紐づく形で営業日報登録機能(SFAとの連携) 予材管理機能 見積提出以降の案件を予材として登録し、受注見込み時期・確度情報を管理	
備考	BIツールとの連携によるリアルタイムダッシュボード表示	

 K  
B  
L

## 4.成果と今後の展望

### 成果①

問題点の再定義、課題の本質整理ができた

「システム課題」ではなく、

「業務設計」・「ルール不在の問題」が中心と判明

👉 業務ルール設計が先、システムは後という共通認識を持つことができた

## 4. 成果と今後の展望

### 成果②

### 基幹システムとサブシステムの役割整理ができた



#### 基幹システムの役割

全社共通の業務処理・データ管理を一元化し、経営判断の基盤を提供



#### サブシステムの役割

部門固有の業務ニーズに対応し、柔軟な機能拡張を実現



#### 基幹システムの範囲

会計・人事・販売管理など全社横断の標準業務プロセスを対象



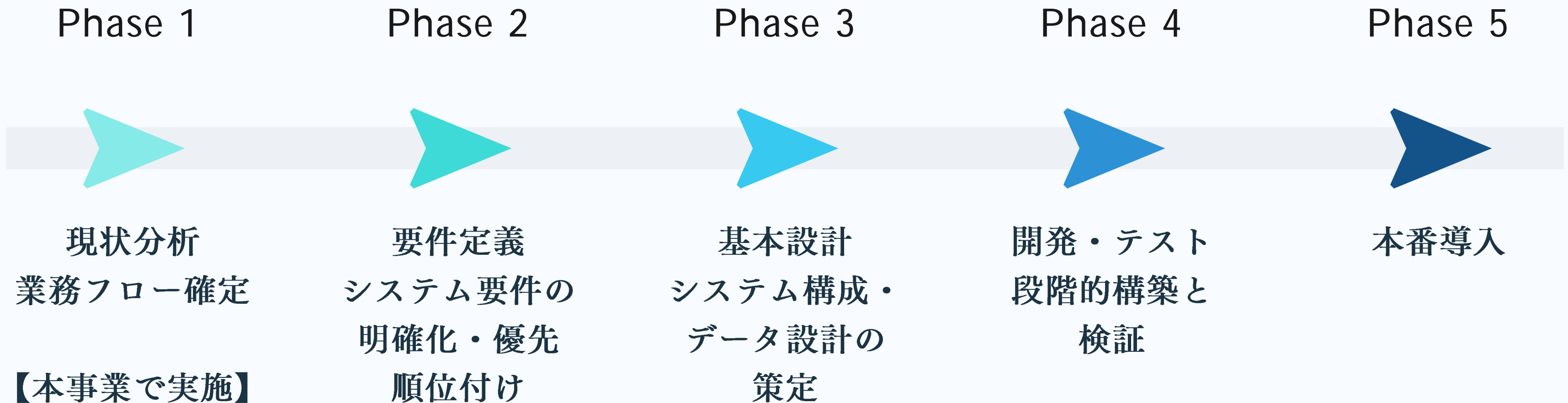
#### サブシステムの範囲

部門特化の分析ツール・ワークフロー・外部連携機能を担当

## 4. 成果と今後の展望

### 成果③

今後に向けたロードマップを描けた



## 4. 成果と今後の展望

今回の取り組みを通じて、業務フローを可視化し、基幹システム再構築に向けて経営陣が共通認識のもとで議論・判断できる土台を整えることができました。

本事業で整理した内容は、今後の要件定義やベンダー選定といった次工程において、判断の前提となる基礎資料として活用していく予定です。

ご清聴ありがとうございました

