

## I. 会社概要

1. 会社の名称	株式会社 スタジオアイ
2. 本社所在地	広島県呉市中央6-10-21
3. 電話番号	0823-20-0920
4. URL	http://www.studioai.jp/ http://www.fossette.jp/
5. 設立年月日	1982/7/1
6. 資本金	10百万円
7. 上場の有無(店頭/2部)	無
8. 業種・業態	サービス業、多店舗展開写真館
9. 代表者名(年齢)	相川敏郎(52歳)
10. 情報戦略責任者名(年齢、役職)	相川真太郎(26歳、マネージャー)
11. 直近の売上高(百万円、年)	401百万円(2005年9月期)
その1年前の売上高(百万円)	276百万円(2004年9月期)
その2年前の売上高(百万円)	257百万円(2003年9月期)
12. 直近の経常利益額(百万円、年)	11百万円(2005年9月期)
その1年前の経常利益額(百万円)	4百万円(2004年9月期)
その2年前の経常利益額(百万円)	8百万円(2003年9月期)
13. 現在の従業員数(うち社員数、年)	80名(24名、2006年6月末現在)
その1年前の従業員数(うち社員数)	65名(20名)
その2年前の従業員数(うち社員数)	55名(20名)
14. IT部門の有無(名称)	有(IT推進室)
15. IT部門の責任者名(年齢、役職)	岩本孝介(27歳、IT推進室長)
16. IT部門の人数(うち社員数)	1名(1名)
17. 直近のIT関連の年間費用(人件費も含む、百万円、年)	11百万円(2004年10月～2005年9月)
その1年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	10百万円(2003年10月～2004年9月)
その2年前のIT関連の年間費用(人件費含む、百万円)	15百万円(2002年10月～2003年9月)

## 平成18年度IT経営百選応募記入シート(2/2)

株式会社 スタジオアイ

18. 事業・商品・サービス内容	各種記念写真、婚礼写真、コマーシャルフォト、建築写真、学校アルバム、会社案内ビデオの企画・制作、プロモーションビデオの企画・制作、各種イベントビデオの撮影・編集
19. ビジネスの特徴	
① 強み	<p>①きめ細かな顧客対応が出来る。(受付・撮影・写真選択に至るまで、各担当従業員が一体化してユーザーサイドに立った接客対応を行える。)</p> <p>②自社デザイナーによるオリジナル商品開発力に優れる。</p> <p>③経営トップの人脈から派生した全国9社の「同業有志グループ(名称;スタジオ研究会)」参加によって、情報交流力や仕入力が強い。</p> <p>④チラシ、POP、パブリシティ、各種イベント開催等の販促・マーケティング能力に優れる。</p> <p>⑤取得済みのプライバシーマークに準拠し、的確な情報セキュリティ管理が行える。</p> <p>⑥海外調達によってローコストで豊富な貸衣装仕入が行え、又多店舗展開によりその保有衣装の稼働率を高く保つことができる。</p>
② 付加価値	<p>①デジタル撮影技術や付帯設備・システムを活かしたスピーディできめ細かなお客様への接客対応・商品提供が出来、結果的に地域ナンバーワンの売上を創出している。</p> <p>②従来の記念写真の枠を超えた、新たな写真・映像マーケットの創造を行っており、業界内競合の倍近い客単価を実現している。</p> <p>③店舗戦略は、多店舗メリットを生かしつつ大型化を進めた結果、今迄に無い特徴のある写真撮影が行え売上アップにつながっている。</p>
③ こだわり	<p>①従来型の単独店写真館の撮影技術・感性へのこだわりを残しつつ、全国チェーン店の接客サービスやスピーディな対応も可能とする。ホンモノ志向の多店舗展開という第3極市場の創造。</p> <p>②プログラム化された研修体制を敷き、幹部社員からパートに至るまで能力の最大限発揮が出来る組織づくりを行う。</p> <p>③「写真館での写真撮影を通じて家族の絆が深まる→写真館の写真撮影が家族を幸せにする」という新しい写真文化の確立と浸透を目指している。</p>
④ 独自性	<p>①デジタル写真による技術・ノウハウの蓄積。(短納期、顧客の要望に対する柔軟な対応、幅広い商品展開など)</p> <p>②IT技術も積極的に取り入れ、「デザイン力」「商品力」にこだわったオリジナリティの創造を行っている。</p> <p>③IT活用による「数字(売上・利益)」「顧客(属性・嗜好)」「商品制作(ムダ・ムラ・ムリのない工程管理)」の見える化を実現し、業務の効率化・高付加価値化を行っている。</p>

## Ⅱ. 自己評価表1/2(ビジネス戦略・経営改革の視点)

会社名 株式会社 スタジオアイ

1 ビジネス戦略・経営改革の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①業績の好調さ	<p>①売上面は、増収が5年続いている。            ②利益面は、2005年9月期に新規2店舗出店に伴う投資から減益となったが、これらの特殊事情を除けば全体的に増収傾向。            ③今期主要ターゲットである「七五三」商戦に対して新たなマーケティング活動(ファッションショーの開催等)を行った結果、飛躍的に売上が伸びてきており、今期の予測売上は対前年20%UPである。</p>
②ビジネスモデル	<p>IT等新技術の積極的な取り込みと、経営トップの人脈から生まれた「同業種組織」のネットワークを生かした仕入力・商品開発力等による「新しい写真館のブランド化」を追求している。            ①全館オールデジタル化による業務の効率化、独自サービス提供・商品開発の実現。            ②ERP導入による全店データのリアルタイム把握&amp;一元管理実現。            ③フロント・工程管理システムの導入による商品制作の工程管理の充実と顧客対応力アップ。            ④大手商社とのタイアップによるオリジナルカタログの開発を行い、新たな価値提案を訴求。</p>
③経営の自立化	<p>①設立時の100%請負から完全に脱皮し、現在完全直営4店舗、商品・価格決定権を持つ請負拠点1店を展開中。            ②商品企画・価格設定等全て自主性を発揮している。            ③特定の地域・顧客に限定されることなく、独自のマーケティング力で売上を創り出している。</p>
④経営のオープン化	<p>①幹部社員に対しては、ERPを生かしリアルタイムで全社・拠点別の売上を公開。毎週部門別損益も告知し、常に経営数字を意識した業務遂行を進行中。            ②幹部社員を除く一般従業員に対しては、月1回全社財務状況を告知。            ③取引金融機関に対しては、随時財務状況公開。一般取引先を含め、年1回経営方針発表会を開催し、前年度決算と新年度計画値を発表。</p>
⑤満足度経営	<p>①顧客満足度については、「美容院」と「貸衣装店」と「写真館」の業務を融合させたワンストップサービスの提供と、アンケートの実施による逐次チェックを行い日々改善に努めている。            ②従業員満足度については、「スキルマップシート」「面接制度」等の導入による個人能力の開発と、働きやすい環境づくりに注力。本年度から新たに従業員の意見を取り入れ、「インセンティブ制度」の導入も行っている。            ③取引先満足度については、「仕入先はお客様」の統一指針を全社で徹底している。            ④社会満足度については、以前より孤児院のお子さんの写真撮影会を毎年開催している。又新たな「写真文化」創造を目指し、日々各所で情報発信を行っている。</p>

## Ⅱ. 自己評価表2/2 (IT高度活用の視点)

会社名 株式会社 スタジオアイ

2 IT高度活用の視点	評価を行なうに当たっての具体的事実
①コミュニケーション	<p>①本社・各店舗間にVPN網(イントラネット)を構築。各部署にPCを必要台数導入し、従業員全員に割り振られたID・パスワードを使ってログインし、メールのやり取りを行っている。</p> <p>②幹部社員(店長)は、ERPを始めとしたサーバ上のデータ閲覧が行えるようになっており、リアルタイム情報共有を行っている。</p> <p>③顧客とのコミュニケーション活用は、自社ホームページを通じた予約受け付けやメールのやり取りを行っている。</p>
②営業・マーケティングの改革・新商品や新サービス開発への活用	<p>①ERPによる売上・顧客データの一元管理と逐次メンテナンスを行っている。</p> <p>②売上・顧客データの活用による販促・マーケティング活動を展開している。</p> <p>③デジタルデータの加工性を生かし、独自デザインによる新商品開発を展開。圧倒的な競争力構築につなげている。</p> <p>④自社ホームページの日々メンテナンスを行い、ヒット率の向上から受注増につなげつつある。</p>
③プロセスの高度化・連携	<p>①デジタル撮影とブルーフ(写真選択)システムの連携によるスムーズで顧客満足度を高める店舗内接客の実現が出来ている。</p> <p>②ラボ(写真プリント・仕上げ)を中核とした工程管理システムによる商品制作工程の一元管理が行えている。</p> <p>③人員シフトと生産性を連動させた「人時生産性」の予実管理を行い、経営の効率化を図っている。</p>
④人材・ノウハウの高度活用・高度な経営管理への活用	<p>①撮影スタッフとブルーフスタッフ間での情報共有による、接客スキルの高度化・標準化進行。(撮影時の顧客意向を考慮した提案内容の充実。)</p> <p>②全社情報の積極的開示、パートを含む従業員情報交流による全スタッフの意識向上が行われている。</p> <p>③店舗運営へのバランス・スコアカード導入を進行中であり、個人目標と拠点目標・全社目標とのロジックが明確化しつつある。</p>
⑤情報セキュリティ対策	<p>プライバシーマークの取得による情報管理の徹底と安全・安心な体制構築。</p> <p>①外部からのセキュリティは、アクセスポイントの絞込みによる社内外ネットワークの切り離し、ファイアウォールによるサーバ管理等を実施。</p> <p>②内部セキュリティは、全従業員ID・パスワードの付与でアクセス履歴管理を行い、情報管理担当者が逐次チェックを行っている。</p> <p>③顧客情報管理は、個人情報保護法に則った告知・データ収集・活用を行い、蓄積データはセキュリティ管理が施されたサーバ内本データと金庫内管理のバックアップデータで安全管理を実施している。</p>