

INTEC

TODAY

2018.08 VOL. **05**

[Today's Interview]

北岡 隆之 株式会社インテック 代表取締役社長

[Feature]

インテック、次の成長・発展の戦略

ひらく、つなぐ、変える——

「第18次中期経営計画」の重点ポイント



INTEC TODAY

2018年8月発行 [インテック・トゥデイ]



高山植物や雷鳥の姿を目にすることができる、ここミクリガ池は、面積約30,000㎡、深さ約15mの室堂で最大・最深の池である。初夏から秋にかけての天気の良い日、湖面は周囲の美しい山並みと青空を映し出す。

03 — [Today's Interview]

北岡 隆之 株式会社インテック 代表取締役社長

変化に挑む

新しいインテックをお客さまとともに

08 — [Feature]

インテック、次の成長・発展の戦略

ひらく、つなぐ、変える——

「第18次中期経営計画」の重点ポイント

12 — [Client Today]

エバラ食品工業株式会社
株式会社エバラ物流

14 — Today's Topics

18 — [Today's Keyword]

RPA

19 — [Silicon Valley Today]

米国で躍動する配車サービス

©本誌記載の会社名、製品名、サービス名は各社の商標、または登録商標です。【禁無断転載】

誌名の「INTEC TODAY」には、インテックがかかわるすべてのステークホルダーのご支援のもと、1964年の創業から半世紀以上の永きにわたり、一日一日を大切に積み重ね成長してきた感謝の想い、そして、インテックの「未来」を創る「今日」を皆さまにお伝えしたいという想いを込めています。

株式会社インテック 代表取締役社長

北岡

Today's Interview

隆之

変化に挑む

新しいインテックをお客さまとともに

ひらく、つなぐ、変える——。

このスローガンのもと、インテックは次なる成長・発展に向けて動きはじめています。

これからの10年、どのような価値をお客さまにお届けするのか。

2018年4月に代表取締役社長に就任した北岡 隆之に話を聞きます。

技術との格闘を財産に

——現在の率直な心境について聞かせてください。

北岡：インテックには、お客さまとともに積み上げた50年の歴史があります。その歴史を次の成長・発展へと結びつけていく責任の重大さを改めて感じています。一方で、変化に挑み、お客さまにとってのインテックの価値を更に高めていくことへの気概・意欲が大きく膨らんでいます。

——35年前の入社当時、今の立場になることを想像していましたか。

北岡：いや、まったく想像できなかったですね（笑）。それどころか、本当にこのIT業界でやっていけるのだろうか毎日常不安でした。縁あってインテックの一員になれたのですが、大学で学んでいたのは文科系。入社当時はコンピュータの技術についてはほとんど知らず、周囲についていくのがやっとでした。

——文科系であれば、営業職を希望されたと考えますが、それでも技術の習得からキャリアがスタートしたのですか。

北岡：インテックは当時から「技術立社」を標榜して

いました。ですから、大学の学部や希望職種がどうあれ入社後2～3年は必ず技術職に就き、実践を通じて技術を徹底的に学んで身につけるのが原則でした。のちに営業系の仕事をするにしても、「技術を知らない人間が、コンピュータのシステムを売れるわけがない」という考え方からです。

——文科系学部の出身者にとっては、なかなか厳しい制度ですね。

北岡：当初は本当に大変でした。しかも研修期間を終えるとすぐさま実践。私は、富山県の配置薬業・製薬業のお客さま向けに開発したシステムを、関西のお客さま用にカスタマイズして導入いただくという仕事に就きました。着任以降は、まさに技術と格闘の日々です。技術に対する私の知識も浅かったのですが、当時のコンピュータやネットワークも未成熟・未整備で「どうするのが正解か」、試行錯誤を繰り返しながら、何とかシステムとして動くよう努めました。

もっとも、当時のITの世界は、若い世代が苦勞しながらシステムを作り上げていくのが当たり前で、私はその真っ只中にいました。しかし、入社後数年間にわたる技術との格闘は、結果的に私にとって大きな財産になりました。まあ、当時は苦勞とプレッシャーしか



Profile

北岡 隆之(きたおか たかゆき)1984年4月 インテック入社。インテックコミュニケーションズ株式会社 営業部長、インテック プロダクトソリューション営業部長、ITホールディングス(現TIS株式会社)経営企画部担当部長などを経て、2015年にインテック BPO事業本部長、2016年に執行役員 企画本部長に就任。翌年の常務執行役員 企画本部長を経て現職。

感じていませんでしたけど(笑)。

変化への対応力を マーケティング強化で高める

——北岡社長が技術と格闘した1980年代から今日に至る中で、ITは猛烈な勢いで進化と変化を繰り返してきました。特にこの数年では、これまでとは異なる質の変化があるように思えます。この点についての考えを聞かせてください。

北岡：確かに、インテックが直面している企業ITの変化は、これまでとは異なります。企業ITにおけるかつての変化は、事務処理や業務効率を高めるために、IT/ネットワークが進化・発展を遂げるというもので、お客さまがITに求めることの本質は変わりませんでした。

ところが今日では、お客さまのビジネスそのものの変革や創出へと、IT活用の主目的が変容しています。それに伴い、例えばアマゾンのように異なる業界の企業がいきなりITの事業を立ち上げ、我々の競争相手になるような変化も起きています。こうしたことは、IT業界全体が

過去に経験してこなかった変化と言えます。

——インテックとして、そうした変化にどう対応すべきだと考えていますか。

北岡：インテックはあくまでも「技術立社」です。お客さまのために技術に磨きをかけ、提供していくという本質的な役割は変えようがありませんし、変えるつもりもありません。重要なことは、ITによるお客さまのビジネス変革/創造を支援する能力を高く保つことだと考えています。

またかつては、米国で生まれた革新技術を、日本のお客さまに役立つかたちでいち早く提供するだけで、競争優位を確立することができました。しかし今日では、技術だけで他社との差別化を図ることが難しくなっています。

そうしたなかでは、重点的に取り組む領域を絞り込み、技術活用のノウハウやソリューションに磨きをかけていく必要があります。また、そのためには、技術やお客さまの動きを正確にとらえるマーケティングの能力を高めることが必須です。この考え方のもと、新

しいマーケティング部門を設置しました。

お客さまと新たなビジネスを創出

—— ITによるビジネス変革／創出を、自ら実践する考えはありますか。

北岡：もちろんあります。ITをテコにお客さまと一緒に新しいビジネスを立ち上げ、展開していくことも戦略上の大きなテーマの一つです。

インテックは1990年代中ごろに、いくつか社内ベンチャーを立ち上げたことがあります。例えば、デジタルコンテンツのECサイトを「電子市場」の名称で立ち上げましたし、名刺印刷の注文をデジタルで受け付けるデジタル印刷のビジネスや、自動車販売のECサイトなども立ち上げました。どれも当時としては画期的な事業で、今日では同じモデルで成功を遂げている事業者が数多く存在します。ただし、ビジネスの立ち上げのタイミングが早すぎたことから、どの事業もうまくいきませんでした。

とはいえ、そうした新規ビジネスの立ち上げのノウハウやベンチャースピリットを持つ人材がインテックには豊富にいます。加えて、1990年代当時よりも今日のほうが、我々と手を組み、新しい事業の立ち上げに挑んでいただけるお客さまが、はるかに多いと確信しています。そうした力をバネに、ITを活用した新規ビジネスの立ち上げに再チャレンジし、成功したいと強く願っています。

—— そうした挑戦も含めて、北岡社長がまとめられた「中期経営計画」についてお聞かせください。

北岡：インテックは、数千にも及ぶお客さまとお取引をさせていただいています。過去50年間にわたるインテックの成長と発展は、こうしたお客さまの支えによって成し遂げられてきたものです。これからもお客さまを大切にしながら、お客さまが直面している課題の解決や将来的な計画の実現に一層役立つソリューションを提供していきます。またそれが、インテックにとっての最優先課題であることに変わりはなく、そのための施策を中期経営計画の中に盛り込みました。

—— 計画での重点強化ポイントはどこにあるのでしょうか。

北岡：インテックのお客さまの業種・業態は、金融・製造・流通・地方自治体・医療機関・公共機関など、多岐にわたります。それぞれの分野ごとに強化すべきポイントは異なりますが、共通するキーワードはお客さまへ提供するソリューションの増大、システム開発力の強化、そしてサービス化です。

—— その中でもサービス化とは、具体的に何を意味しているのですか。

北岡：クラウドのサービスモデルに近い考え方ですが、インテックがシステム／インフラに関する先行投資を行い、それによるサービスをお客さまにご利用いただくというものです。このサービス化をあらゆる分野のシステムで推進します。

インテックでは様々な分野において、サービスの土台となるしくみをすでに持っています。それに加えて、今後も新しいサービス／ソリューションを積極的に開発し、お客さまに提供していきます。また、そうした取り組みと並行して、新しいビジネスの創出にも取り組んでいきます。

そして社員が一丸となって、お客さまとともに「新しいインテック」を創っていく——。それが今回の中期経営計画に込めた私の想いであり、また、10年先を見据えたインテックのテーマであると考えています。

—— そうした「新しいインテック」創りにおいて、これからのインテックの担い手である若い世代の社員たちに、何を期待していますか。

北岡：言うまでもなく、社会やビジネスがデジタル化



されるスピードはどんどん速くなっています。そうしたなかでIT事業を推進するうえでは、「デジタルネイティブ」とされる若い世代の感性を活かすことが大切です。ですから、若手社員の感性には期待をかけていますし、彼らにはそれぞれの感性を活かして、新しいことに積極的に挑んでもらいたいとも考えています。私が入社した当時に比べてインテックは、組織の規模も、売上高も、社会的な責任もはるかに大きくなっています。そのため組織として守るべきルールも増え、若い世代の社員が新しい何かに挑むことがかつてよりも難しくなっているかもしれません。

ですが、チャレンジすることを忘れないでいただきたい。新しいことに挑むというのはインテックのDNAです。そのDNAを絶やさないためにも、若い世代の挑戦を大切にしたいですし、彼らの感性をしっかりと汲み上げ、チャレンジを後押しできるようなしなやかさを充実させていきます。

—— チャレンジ精神が旺盛な若手社員の中には、北岡さんのように社長になりたいと考える社員もいますね（笑）。そうした人に、何かアドバイスはありますか？

北岡：社長になるための処方箋やテクニックがあるなら私が聞きたいですよ（笑）。ただし、社長になるならないは別として、キャリアでの成功を望むのであれば、仕事を通じて自分を磨くことに力を注いでほしい。仕事のなかでお客様の課題と対峙しながら、失敗したり、成功したりを繰り返す。そうした自分の経験すべてを財産にしていくことが、キャリアを積むうえで、とても重要だと思います。

社員の幸せはお客様の幸せに通じる

—— ところで、社長就任以降、多忙な毎日のようですが、オンとオフとの切り替えはどうしているのですか。

北岡：休日にはもっぱら外で体を動かしたり、映画鑑賞や読書など、思いつくまま好きなことをしています。少し前までは、40歳から始めたマラソンを続けていたのですが、今ではスポーツの趣味はゴルフだけになりました。

—— 仕事のアイデアに詰まったときは、オフのときでも考えを巡らしているのではないですか。

北岡：どうしても仕事のことが頭に浮かぶのですが、オフの時間帯では極力考えないようにしています。また、かつてはアイデアに詰まったときに終業後の夜に考えたりしていたのですが、夜に着想したアイデアが良かったためしがありません。逆に、仕事上のアイデアをひねり出すうえで最適なのは朝の通勤時間です。ただし、これをやりすぎると始業前に部下に連絡を取りたくなり、それをグッとこらえる忍耐が必要になりますけど（笑）。

—— 改めて、社長としての目標について聞かせてください。

北岡：お客さまにとっての当社価値最大化が一番の目標ですが、そのためには社員が幸せを感じられる会社にすることが目標です。つまり、社員が汗をかきながらも喜びを感じて仕事ができるような会社、あるいは夢を抱いて仕事ができるような会社を築き上げていくことが、私に課せられた最大の責任であると強く感じています。社員が幸せではない企業は、お客さまを幸せにすることは絶対にできません。皆で切磋琢磨し、私は社員の幸せを考え、次の10年に向けて社員とともにインテックを成長・発展させていきたいと考えています。

—— 最後に座右の銘について教えてください。

北岡：米国第16代大統領エイブラハム・リンカーンの言葉「意志あるところに道は拓ける」を座右の銘にしています。何事にも強い意志を持って取り組み、新しいインテックへの道を社員とともに切り開いていきたい。そして、困難に直面したときにも、常に笑顔でいたいと考えていますね。

—— 笑顔、ですか？

北岡：そう笑顔。「笑う門には福きたる」——笑門来福です。実は今年の正月に引いたおみくじに書いてあり、私のもう一つの座右の銘にしました。私だけではなく社員たちにも、お客さまにも笑顔でいていただくことが究極的な私のゴールと言えるかもしれません。

Feature

INTEC

インテック、次の成長・発展の戦略 ひらく、つなぐ、変える—— 「第18次中期経営計画」の重点ポイント

企業ITの価値の本質が大きく変化しつつあるなか、インテックは10年後の未来を見据えた3カ年計画「第18次中期経営計画」を策定しました。「新しいインテック」の創造に向けた強い思いを紹介します。

語り手：眞門 聡明 株式会社インテック 常務執行役員 企画本部長
／高橋 勝 株式会社インテック 企画本部 企画部長

計画の指針

——豊かなデジタル社会の一翼を担う

豊かなデジタル社会の一翼を担う——。2018年度からのインテックの中期経営計画（以下、中計）の使命として掲げました。

インテックは、創業時から「コンピュータ・ユーティリティの実現」を目指してきました。これは、水道や電気、ガスのように、いつでも、どこでも、誰でもコンピュータの恩恵を受けることができる社会を実現するというものです。

このビジョンを打ち出してから半世紀の歳月が流れたいま、PC、インターネット、クラウド、スマートフォン（以下、スマホ）、IoTなど、ITの進化と普及、発展によりコンピュータ・ユーティリティはすでに現実のものとなりました。

この状況を受け、インテックでは創業以来のビジョンを進化させ、更なる成長の原動力とすべく、「コンピュータ・ユーティリティの実現」としていた自社の使命をより高く大きくし、「豊かなデジタル社会の一翼を担う」としました。

そして、その使命を支える力として「技術」に加え、「マーケティング」を重視していくこととしました。社会・市場・顧客に対する洞察力を高め、自らの強みを

活かしてどのようにお客さまのお役に立てるかを考え、能動的に提案を仕掛けられる企業になる、という思いを込めています。

使命を支える2つの力

豊かなデジタル社会の一翼を担うという新しい使命を具現化するには、2つの力が必要です。一つは、“技術立社”を標榜しているインテックの「技術力」です。技術力といっても、単に「技術に精通している」ということを意味しているわけではありません。インテックは旧来、「ネットワークのインテック」としてITサービス産業の先頭を走ってきました。例えば、企業間のデータ交換サービスなど付加価値サービスを提供するために、「特別第二種電気通信事業者」*の第1号認可を受けました。更に、その後、マルチメディア通信サービスを提供するISDN事業にもいち早く取り組んできました。

技術力に一層磨きをかけることはもちろん、お客さまの事業・業務の特性を深く理解したうえで最適な技術を選定し、提案に活かしていくことが不可欠です。その技術に関する応用力・活用力を高めながら、豊かなデジタル社会の実現を目指していきます。

使命を具現化するもう一つの力は、「マーケティング力」です。これからは、マーケティング機能を強化し、



* 特別第二種電気通信事業者：現在の「電気通信事業者」のことを指し、固定電話や携帯電話、インターネットなどのサービスを提供する事業者を意味している。

最新の市場動向やテクノロジー、先進他社のソリューション事例等をより迅速かつ的確にとらえ、時代の一步先を見通した提案力を強化していきます。

基本構想

——お客さまとより密接につながり、
新規事業の創出に挑む

今回の中計では、技術力・マーケティング力を土台にしなが、「安定した収益基盤の確立」と「新市場の創造」の2つを基本構想として決めました。

基本構想① —— 安定した収益基盤の確立

これは、多くの優良なお客さまを見つめ直して理解を深め、当社の強みとしている商品／サービス／ソリューションを強化し提供することで、景気や市場の動向に対応しながらも安定した収益基盤を確立することを意味しています。

インテックは、50余年の歴史の中で、広範な業種・業態の6,000を超えるお客さまとの信頼関係を築いてきました。また、お客さまの課題と向き合い、ITによる課題解決を支援してきました。

これからは、お客さまに対する更なる深い理解と時代の一步先を見通す力、そして技術力・マーケティング力を土台にしなが、お客さまの広範なビジネス課題に対応していきます。

基本構想② —— 新市場の創造

新市場の創造では、保有しているノウハウや先進技術と外部資源を組み合わせることで社会・業界の新たなニーズに応える新しい市場・ビジネスモデルを創造し、自らが事業主体となってビジネスを展開していきます。

インテックは、ネットワーク事業やシステムインテグレーション（SI）事業を会社の柱とし、これらITソリューションの提供を通じて、お客さまの事業拡大を支えてきました。しかし、これからは、ITソリューションの提供にとどまることなく、Non-ITのビジネスを含めた新しい事業や市場の創造にも力を注ぎます。この取り組みを通じて、10年後の新しい事業の柱を築いていく——。それがインテックの「新市場の創造」であり、大きな挑戦です。

ただし、このような新規事業や新市場をインテックのみで創造するのは困難です。そこで重要になるのが、「お客さまとの密なつながり」です。インテックのお客さまは、それぞれの事業領域で活躍されているプロフェッショナルです。お客さまと当社のノウハウや技術、経験、そしてアイデアをつなげていくことで、これまでにない新しい事業・市場を創造していきたいと考えています。

この考え方のもと、インテックでは新市場創造のための体制作りを進めています。事業戦略推進本部と先端技術研究所が中心となって、各事業部門とともに企画検討会を立ち上げるなど、新規事業・新市場創造を視野に入れた取り組みを推進しています。

3大戦略

—— 事業拡大に向けた3つの戦略

この3年は、10年後の飛躍に向けた足場作り、基盤作りの3年間と見なしています。そのため、新しいインテックの創造に向けた変革と挑戦を重視しています。

戦略① —— お客さまとともに課題を解決

お客さまとともに課題解決に取り組むパートナーとなるためには、お客さまに対するより深い理解が必要とされます。旧来お付き合いのある情報システム部門の方々に加えて、経営層の方々や事業の現場でビジネスを推進されている方々にも積極的にアプローチし、議論／提案を行うことで高付加価値サービスを提供していきます。

そのためにも、提案プロセスの抜本的な変革に取り組みます。お客さまの要望伺いを起点とする受け身のスタンスではなく、お客さまの経営／課題研究を起点とした仮説立案型アプローチへシフトします。

一方、サービス・ソリューションの創出、展開においても、お客さまやパートナーの方々を持つ様々な知見・ノウハウ・技術を組み合わせながら、顧客志向のサービス・ソリューションを生み出し、また、精度の高いマーケティングにより狙いを定めて効率的に拡販していくことを目指します。

戦略② —— 「つなぐ」の創造

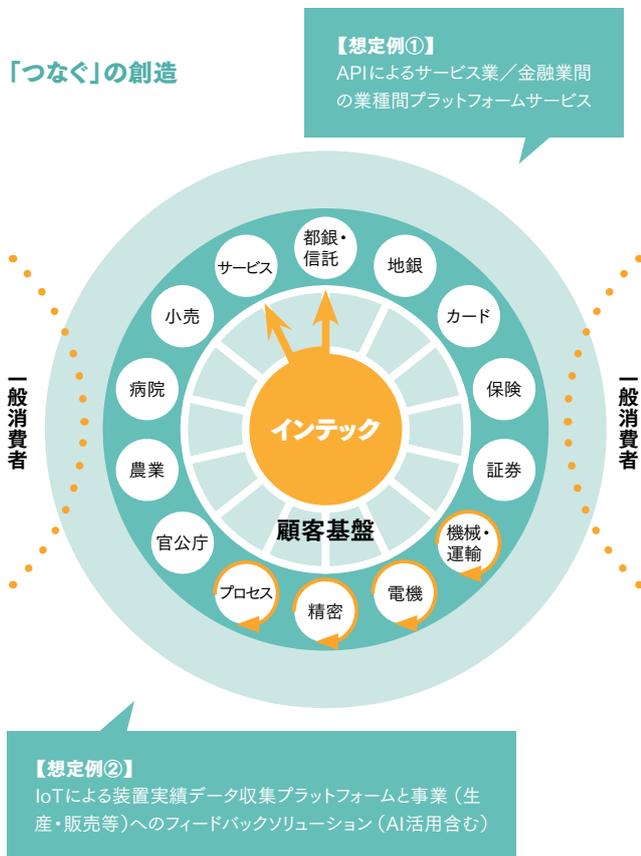
今後の社会課題への対応や消費者ニーズの高度化に

対して、企業／業界を超えた連携や、新しいビジネスモデルの商品／サービス／ソリューションが次々と実現されています。こうした動向を好機ととらえ、更なる成長を実現するために、私たちは、自らの強みである「優良かつ多様な顧客に関する知見」や「『つなぐ』立ち位置（例：VAN／EDIサービス）」を活かします。様々な業界のお客さまや革新技術を相互につなぎ合わせ、独自性の高い「得意技」へと昇華させながら、新しい事業機会と付加価値を創出していきたくと考えています。

戦略③——オールインテック体制による顧客価値の最大化

これまで築いてきたお客さまとの信頼関係を大切にしながら、部門横断での連携も強化します。具体的には、次の3つの取り組みを回しながら、新たなソリューションの開発を促進し、事業拡大、価値創出と発信を強化していきます。

①マーケティング機能の強化とサービス／事業開発の支援



②グループ会社／パートナーなど、インテック以外の力を最大限に活用するアライアンス機能の強化

③戦略推進の貢献度に応じた、新たな社内評価／表彰制度の整備

一方でスタッフ部門が全社をリードする形で品質強化、人材育成、生産性向上、赤字抑制等、全社横串機能を充実させることで、事業基盤の強化と効率性向上を実現します。

ひらく、つなぐ、変える

インテックは、中計に込めた思いを表現するため、“ひらく、つなぐ、変える”というスローガンを決めました。

「ひらく」は、よりオープンな姿勢でお客さま・社会との共創を進めることを意味します。言い換えれば、先に触れた3大戦略の中の“お客さまとともに課題を解決”するうえで必要不可欠なスタンスで、考えるということです。

「つなぐ」は人、企業、社会、技術の間に新たなつながりを紡ぐことを意味し、3大戦略の“「つなぐ」の創造”に他なりません。

最後の「変える」は、次の成長・発展に向けて、インテックが一丸となって自らを変革し、お客さまにとっての価値を最大化させる意志を表しています。これは3大戦略の“オールインテック体制による顧客価値の最大化”と強く関連しています。

社会／生活者／市場のニーズ、そしてテクノロジーはめまぐるしく変化し、私たちを取り巻く外部環境は大きな変革期を迎えています。それに対応していくためには、インテックも絶えず変化しながら、現在の延長線上にある発想にとどまらず、私たち一人ひとりが変革への強い意志を持ち、異分野や新領域にも積極的に挑戦していくことが大切です。

10年後のインテックは、いわゆるSIerではなく、ITを活用しながらも全く新しいビジネスモデルのNon-IT企業になっているかもしれません。私たちは現状にとどまらず、あらゆる可能性に挑戦していきます。技術立社としての強み、50年間の歴史の中で培ってきたお客さまとの強い信頼関係、こうした強みや資産、新技術、そして元来持つチャレンジ精神をつなぎ合わせながら、全社一丸となって変革を加速させていく——。

新しいインテックの挑戦はすでにはじまっています。

エバラ食品工業株式会社 株式会社エバラ物流

アウトソーシングの活用で EDI の信頼性とスピードを劇的に向上

エバラ食品工業とエバラ物流では、企業間の受発注データ交換をワンストップで提供するインテックのEDIアウトソーシングサービス「EINS/EDI-Hub Nex」を採用し、EDIにおけるデータ転送の信頼性・スピードを大幅に高めています。

PROFILE

社 名：エバラ食品工業株式会社
設 立：1958年5月
本 社：横浜市西区みなとみらい4丁目4番5号
横浜アイマークプレイス14階
従 業 員：503名（2018年3月13日現在）
U R L：<https://www.ebarafoods.com/>

社 名：株式会社エバラ物流
設 立：1990年5月
本 社：横浜市西区みなとみらい4丁目4番5号
横浜アイマークプレイス14階
従 業 員：93名（2018年3月31日現在）
U R L：<http://www.ebabutsu.jp/>

いしさ」と「期待で胸が膨らむ、ワクワクするおいしさ」を通じて、人と人との絆づくりの機会を広げていくという思いが込められています。“たれ”を更に進化させるとともに、お客さまとの“コミュニケーション”をより一層進化させ、「こころ、はずむ、おいしさ。」を、グループ一丸となってお届けしていきます。

そのエバラグループの貨物運送部門として1990（平成2）年に創業されたのがエバラ物流です。全国に広がる物流ネットワークを構築し、共同配送システムによるトータル物流管理によって様々なニーズに的確に応える物流サービスを提供しています。

「こころ、はずむ、おいしさ。」の提供

エバラ食品工業（以下、エバラ食品）は、1958（昭和33）年に横浜で創業した食品メーカーです。ソースやケチャップの製造から事業をスタートさせ、のちに「黄金の味」や「すき焼のたれ」「浅漬けの素」など、ヒット商品を相次いで生み出し、成長・発展を遂げました。2015（平成27）年には、新たに「こころ、はずむ、おいしさ。」の提供というグループ経営理念を打ち出しています。

この理念には、「人を惹きつける、新しいお

EDIシステムの アウトソーシングに踏み切る

エバラ食品と取引する企業は数多く、25年ほど前にEDIをシステム化しています。今日では約70社とファイネット[※]を含むVAN4社を



エバラ食品工業株式会社
管理本部 情報システム室長
勝田 一也氏

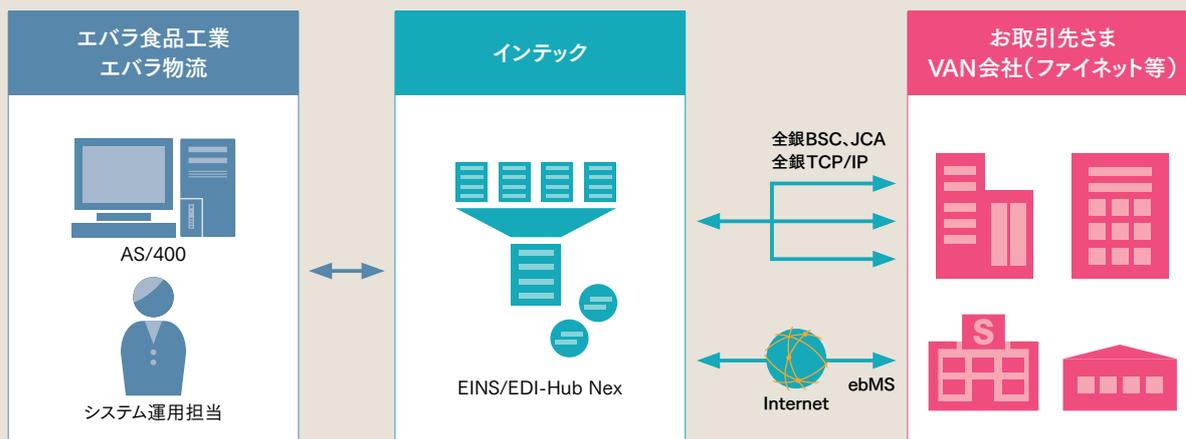


エバラ食品工業株式会社
管理本部 情報システム室
専任課長 中野 森次氏



株式会社エバラ物流
経営管理部 経営管理課長
中村 行哉氏

図：エバラ食品・エバラ物流によるEINS/EDI-Hub Nex活用のイメージ



介してEDIを実施しています。またエバラ物流でも、約20社の取引先と直接データ交換を行う直結型の形態でEDIを実施しています。

エバラ食品とエバラ物流はともに、EDIのシステム基盤として基幹業務用のオフィスコンピュータ（オフコン）「AS/400」を利用していました。ただし、現在はEDI基盤をAS/400から切り出してオープン化、併せてアウトソーシングしています。

食品製造業にとってEDIによる受発注はまさに基幹業務で、システムトラブルによる停止は許されません。社内の情報システム部門でもEDI基盤の保守・運用管理は可能ですが、EDIの安定運用を維持できる体制が永続的に組めるとは限りません。その点を考慮して、アウトソーシングを選択しました。

極めてスムーズな移行作業

インテックは、前出のファイネット創立以来、30年以上にわたりメインベンダーとして同社のシステムを支えてきた実績があります。食品業界にこれだけ多くの実績を持っているベンダーは他にありません。その実績と信頼が、インテックをEDI基盤のアウトソーシング先として採用した決め手になりました。

新システム構築は2015年9月から開始し、2016年1月には新たなEDI環境がエバラ食品で稼働、翌2月にはエバラ物流でも稼働を始めましたが、このシステム移行が非常にスムーズでした。インテックが、我々のお客さまと

のスケジュール調整や設定変更の段取りなどをすべて請け負ってくれたからです。レガシーシステムのオープン化は難しい作業ですが、それをノントラブルで完了させたインテックの力量には本当に驚かされました。

数時間のデータ転送処理が数秒に

EINS/EDI-Hub NexによるEDIの運用開始後、システム移行による現場の混乱もなく、エバラ食品／エバラ物流のEDIは安定して動き続けています。この移行によってEDIによるデータ転送速度が劇的に向上し、受発注の現場から高く評価されています。

例えば、これまで数時間かかっていたデータ転送処理が数秒で終わるようになり、それをエラーと誤解したオペレーターが送信ボタンを2度押してしまうこともあったほどです。

また、EDI基盤のアウトソーシングは情報システム部門にも多大なメリットがありました。従来悩まされていたEDIを支えるモデムなどの通信機器の故障、エラー、調達などの苦勞から解放され、コストの削減にもつながりました。

EINS/EDI-Hub Nexの活用を通じて、インテックはこの道のプロ集団であることを実感できました。EDIに関する心強いパートナーとして、今後はオペレーションも相談したいと思います。

(本記事の内容、登場人物の役職は、2017年3月の取材内容に基づくものです。)

新体制

インテックは、2018年6月22日開催の定時株主総会後の取締役会において、次のとおり新体制を決定しました。

取締役



取締役会長
上野 唯泰



代表取締役社長
北岡 隆之
(TIS株式会社 取締役)

取締役 副社長執行役員
佐藤 知樹

取締役 副社長執行役員
新海 章
首都圏流通サービス本部長 (TIS株式会社 取締役)

取締役 専務執行役員
平井 克八
首都圏産業本部長

取締役 相談役
金岡 克己

取締役 (非常勤)
安達 雅彦
(TIS株式会社 代表取締役 副社長執行役員)

取締役 (非常勤)
前西 規夫
(TIS株式会社 特別顧問)

監査役

監査役
大滝 義衛

監査役
野崎 秀和

監査役 (非常勤)
下平 卓穂
(TIS株式会社 顧問)

執行役員

専務執行役員
林 弘明
人事本部長、人事部長、
大山研修センター所長、
キッズホーム所長、健康管理室長

専務執行役員
中森 行雄
第一金融ソリューション事業本部、
第二金融ソリューション事業本部、
ネットワーク&アウトソーシング事業本部担当

専務執行役員
岸 善之
財務経理本部長

常務執行役員
今里 直人
金融ソリューションサービス事業本部長

常務執行役員
牧野 賢藏
行政システム事業本部長

常務執行役員
我妻 巧
中部地区本部長

常務執行役員
本江 康浩
第二金融ソリューション事業本部長

常務執行役員
荒野 高志
生産本部長、先端技術研究所長

常務執行役員
小山内 誠
西日本地区本部長

常務執行役員
眞門 聡明
企画本部長

執行役員
神初 尚武
総務部長

執行役員
三上 雅弘
東京総務部長

執行役員
黛 文彦
事業戦略推進本部長

執行役員
佐藤 正修
北陸地区本部長

執行役員
勝見 和彦
首都圏流通サービス本部副本部長

執行役員
泉 肇一
首都圏産業本部副本部長、
インダイヤソリューション部長

執行役員
富川 慎也
ネットワーク&アウトソーシング事業本部長

執行役員
疋田 秀三
首都圏産業本部副本部長、MCI営業部長

執行役員
宮下 毅
企画本部副本部長、経営管理部長

執行役員
谷口 庄一郎
行政システム事業本部副本部長、
自治体営業推進部長、国保ビジネス推進室長

2018年3月期決算 インテック、経常利益、純利益過去最高更新

■TIS

T I S インテックグループのTISは、2018年5月10日に2018年3月期の連結決算を発表しました。売上高は4,056億円（前期比3.1%増）、営業利益は327億円（同21.2%増）、経常利益は327億円（同21.0%増）となりました。

また、2019年3月期の業績予想として、売上高を4,140億円、営業利益350億円、経常利益355億円を発表しました。ROEは2021年3月期までに初の10%超達成に向け、更なる向上を目指してまいります。

■インテック

インテックの売上高は1,150億円（前期比0.3%減）となり、利益については、

原価低減による利益率の向上等により営業利益が70億円（同3.9%増）、経常利益は74億円（同3.5%増）、当期純利益は49億円（同18.8%増）となりました。経常利益と純利益は過去最高を更新しました。

今期も、社名「INTEC」に込めた創業以来の社是「コンピュータ・ユーティリティ」の理念を追求し、変化の激しいデジタル化時代の市場ニーズに応える新たなソリューション、サービスを創出することで積極的な事業拡大を図ってまいります。

TIS (単位:百万円、括弧内は対前年比増減率)

	2018年3月期実績	2019年3月期予想
売上高	405,648(3.1%)	414,000(2.1%)
営業利益	32,743(21.2%)	35,000(6.9%)
経常利益	32,795(21.0%)	35,500(8.2%)
当期純利益	20,620(26.5%)	23,300(13.0%)

インテック (単位:百万円、括弧内は対前年比増減率)

	2018年3月期実績
売上高	115,040(△0.3%)
営業利益	7,071(3.9%)
経常利益	7,410(3.5%)
当期純利益	4,991(18.8%)

東洋ビジネスエンジニアリングの株式を取得

インテックは2018年3月、東洋ビジネスエンジニアリング株式会社の株式360,000株（発行済株式総数の6.0%）を取得いたしました。

同社はERP（製造業向けの基幹業務システム）を中心に、サプライチャー

ン、クラウド、IoT関連システムの構築・導入サービスを事業の柱として、「mcframe」をはじめとする自社開発ソフトウェア製品の開発と販売、およびITソリューションの提供で豊富な実績があります。

両社は今回の株式取得により、ビジネスパートナーとしての関係を強化し、「mcframe」ビジネスの更なる拡大につとめるとともに、全国のお客さまが抱える課題解決に貢献してまいります。

UiPath株式会社とリセラー契約を締結

2018年2月、インテックは「ロボティック・プロセス・オートメーション(RPA)」のソフトウェアベンダーUiPath社の日本法人であるUiPath株式会社とUiPath RPA プラットフォームのリセラー契約を締結し、RPAツール「UiPath(ユーアイパス)」の提供を開始しました。

「UiPath」は高い操作性、フレキシブルな拡張性、柔軟な適応力を持ち、顧客企業のビジネスをより発展させる

プラットフォームです。世界各国で1,500社以上の企業に採用されており、国内ではメガバンクをはじめとする大手金融機関、製造業、広告代理店など370社以上の導入実績があります。（2018年6月末現在）

インテックは顧客企業の「ITを活用した業務改革／業務のデジタル化」を支援するべく、2017年3月に推進チームを発足し、RPAソリューションの提供を開始しています。今後、ユーザビ

リティの高い「UiPath」に当社の強みである業務ノウハウ・技術力をプラスし、より実用性の高いソリューションを提供してまいります。更に導入・開発・サポートのワンストップサービスを提供することで、顧客企業の課題解決に貢献してまいります。

■お問い合わせ先

株式会社インテック

RPA推進窓口

E-Mail: rpa@intec.co.jp TEL: 03-5665-5097

「ARQLID」に流通小売業向けのAI技術を追加

2018年7月、統合データ活用サービス「ARQLID(アークリッド)」に、流通小売業のお客さまのデジタルマーケティングを推進するための新機能を追加しました。

今回、本サービスに新たにAI技術を使って顧客ごとに合ったオススメ商品を提案する「レコメンデーション機能」と店舗の購買データ(ID-POSデータ)を様々な角度から分析できる「商品顧客分析機能」、関連度合いの高い商品群と顧客群をAI技術により自動的に抽出する「クラスタリング機能」を追加しました。

インテックは、これまでご提供してきたスマホアプリの「コンテンツ管理・配信機能」の強化に加え、IoTなどの各種機能の強化も進めてまいります。

更にこれらの機能を活用し、お客さ

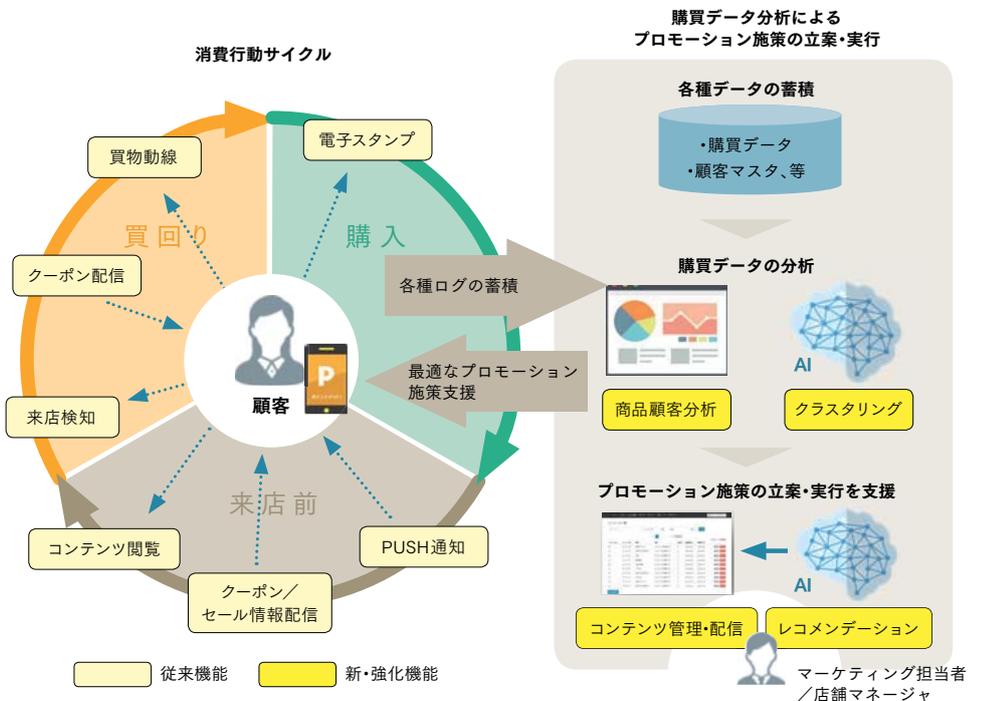
まの売上向上に向けたプロモーション施策の立案と実行をサポートし、データ活用によるビジネス変革の支援につとめてまいります。

■お問い合わせ先

株式会社インテック

首都圏社会基盤本部 アークリッド推進部

E-Mail: arqlid_info@intec.co.jp TEL:03-5665-5190



運輸・交通システムEXPO 2018に出展

インテックは2018年5月、東京ビッグサイトで開催された「運輸・交通システムEXPO 2018」にビッグデータ総合支援サービス「ARQRID」の「ARQLID動線可視化サービス」を出展しました。

このサービスは、工場、倉庫内の業務効率化や安全運転を支援するシステムで、スマートフォンを使って位置情報ログを収集、分析し、フォークリフトや作業員の動きを可視化します。これにより、フォークリフトの最適な配置や安全運転教育、事故防止、作業員の配置や作業割当の見直しなどに活用いただけます。



■お問い合わせ先

株式会社インテック

首都圏社会基盤本部 アークリッド推進部

E-Mail: arqlid_info@intec.co.jp TEL:03-5665-5190



F³ (エフキューブ) にゼンリンの住宅地図ネット配信サービスを連携

インテックは「F³ (エフキューブ)」と株式会社ゼンリンが提供する住宅地図ネット配信サービス「ZNET TOWN (ゼットネットタウン)」を連携した新たなクラウド型営業支援サービスを開発しました。また今年度、本サービスの提供を開始いたします。既にファーストユーザーとして株式会社中国銀行さまでの本サービスの採用が決定して

おり、2019年3月の運用開始を予定しております。本サービスでは、CRMと活動計画の連携による地図上への訪問候補先の自動ピックアップのほか、渉外員の行動データ解析による最適な活動計画ナビゲーションなど、モバイル端末の利用に特化した営業支援機能と地図情報、GIS*が持つ最新機能を組み合わせた次世代型の営業支援サービス

を提供いたします。

インテックは本サービスと今後順次提供を予定している新サービスとの連携により、更に付加価値の高いソリューションを提供し、金融機関の営業活動の高度化と効率化を支援いたします。

*GIS:地理情報システム

■お問い合わせ先

株式会社インテック
金融ソリューションサービス事業本部
金融ソリューションサービス企画部
E-Mail: f3_info@intec.co.jp TEL:045-451-2424

アグレックスとAI技術を用いたOCRを共同開発

これまで帳票や申込書等に手書きで記入した住所や名前を、自動的に

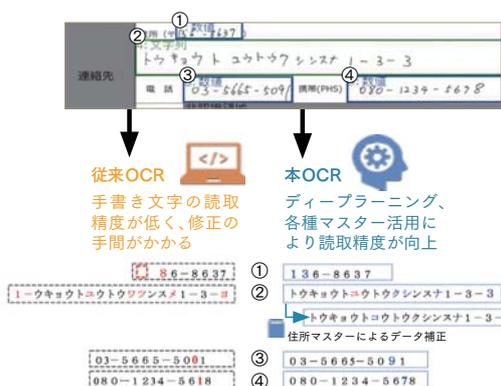
認識しデータ化することは難しい処理でした。今回開発したOCR技術では、インテックが先進的に研究に取り組み、大学や研究機関と共同研究を重ねてきた画像処理技術に、ディープラーニングをはじめとする機械学習技術を取り入れたことにより、手書きの文字認識に対応しました。

経験・ノウハウを取り入れることで、これまで認識精度が上がらなかった手書きカタカナ文字やクセのある文字、つながって書かれた文字も認識可能にしました。

両社は本OCRをデータエントリー事業に活かし、業務効率化や品質向上に貢献してまいります。

■お問い合わせ先

株式会社インテック
先端技術研究所
E-Mail: info-ati@intec.co.jp TEL:076-444-8012



またディープラーニング用の学習データには、アグレックスが創業以来50年以上にわたり蓄積したエントリー

ウェブカメラやHDDレコーダーなどの情報家電を無料でセキュリティ診断するアプリ

インテックの「MIRAI_DEFENDER」アプリは、ご自身のネットワークに接続されたIoT機器の一覧を自動的に見える化し、それらのセキュリティ対策レベルを簡単に診断することができます。近年のIoT機器を狙ったマルウェア「Mirai (ミライ)」やPCを使用不能にし、身代金を要求する「ランサムウェア」などからのリスクを最小化するためには、IoT機器の適切な管理が求められており、基本的なセキュリティ対策の徹底が急務です。この「MIRAI_DEFENDER」では、インテックのIoT

セキュアクラウド技術によって、保護対象となるIoT機器の機種情報を共有し、防御可能な機種を増やすしくみを採用しています。本アプリをお使いいただくことで、世界中のIoT機器の脅威除去に貢献できます。

■お問い合わせ先

株式会社インテック
先端技術研究所
E-Mail: info-ati@intec.co.jp TEL:03-5665-5091

■対応機種



iOS 10.3以降のiPhoneまたはiPad

Android OS 4.4以降のスマートフォンまたはタブレット



RPA

最近、ごく当たり前に「RPA (Robotic Process Automation)」というキーワードを耳にするようになりました。RPAとは、現在、人手を使って作業している定型的なシステムの操作やデータの入力処理などを識別し、人間と同じように操作を行うソフトウェアの総称です。働き方改革、業務効率化を実現するソリューションとして注目を集めています。インテックは、RPAを業務のデジタル化のベースとなるソリューションとしてとらえ、**全社横断で取り組んでいます。**今回は、RPAとは何なのかについてご紹介いたします。

RPA (Robotic Process Automation) とは、ワークフロー、ルールエンジン、画面認識、スクレイピング^{※1}、光学式文字読み取り装置(OCR) 技術など既存の技術を組み合わせることで、一連の定型業務に対して、人間の作業を代行できるようにした業務自動化の取り組みのことで、産業ロボットのような物理的ロボットではなく、ソフトウェアの集合体です。

RPAはデジタルレイバー (仮想的知的労働者) の形態の一つであり、2015年夏頃から欧米を中心に急速に広まったとされています。日本でも2016年頃より適用事例が出始め、その後、業種・業界や事業規模を問わず、急速な広まりを見せています。RPAの市場予測として、2020年度は約72億円、直近3年間は毎年120%の投資拡大が予想されており2020年までには386億円まで拡大する見込みです(ITR「ITR Market View:AI/RPA市場2017」より)。

このようにRPAが急速な広がりを見せた理由として、次のようなことが考えられます。従来、業務効率化の方法としてはシステムの改修が考えられてきました。RPAによる業務効率化のアプローチは、システムはそのまま、その操作をRPAが代行することにより効率化を実現する考え方です(図1)。大規模なシステム改修を前提としないため、大幅な費用効果向上への期待に加え、24時間365日稼働できる、設定したシナリオ通りに動作するためミスが低減する、といった複合的な効果向上も期待できる点が、積極的な検討につながっているのではないのでしょうか。

多くの企業で取り組まれているRPAですが、劇的な効果をあげた事例もある中で、「期待通りではなかった」、「PoC^{※2}まで実施はしたが、その後進んでいない」といった声も散見され始めているのも事実です。

インテックでは、RPAは「『きっかけ』や『手段の1つ』にすぎず目的ではない」という考え方にに基づき、お客さまの業務を効率化する活動に取り組んでいます。実際に多くのお客さまのRPAを用いた業務改善検討、業務活用に向けたPoCをご支援させていただく中で、RPAの本質はBPR(業務改善)の取り組みであると改めて認識しています。そのうえで、RPAがこれだけ世の中にインパクトを与えている理由は、改善効果を素早く、目に見える形で体感できることにあるのではないかと考えています。「小さな成功」をすぐに見せることで、業務改善の取り組みへの心意気や発想が大きく変わり、結果、ユーザー部門による自発的、自律的な取り組みが継続する業務環境の実現につながるのではないのでしょうか。

急速な技術の進歩と、世の中のネットワーク化の進展により今までの企業の行動様式や、ビジネスモデルは大きな転換期を迎えています。RPAは、徹底的にデジタルを活用し、今までのやり方や経営基盤を変える取り組みを支えるベースの技術と言えます(図2)。インテックは、RPAについて全社横断で取り組むことで、お客さまのビジネスの変革や社会課題の解決に貢献してまいります。

図1：システム開発とRPA化の違い

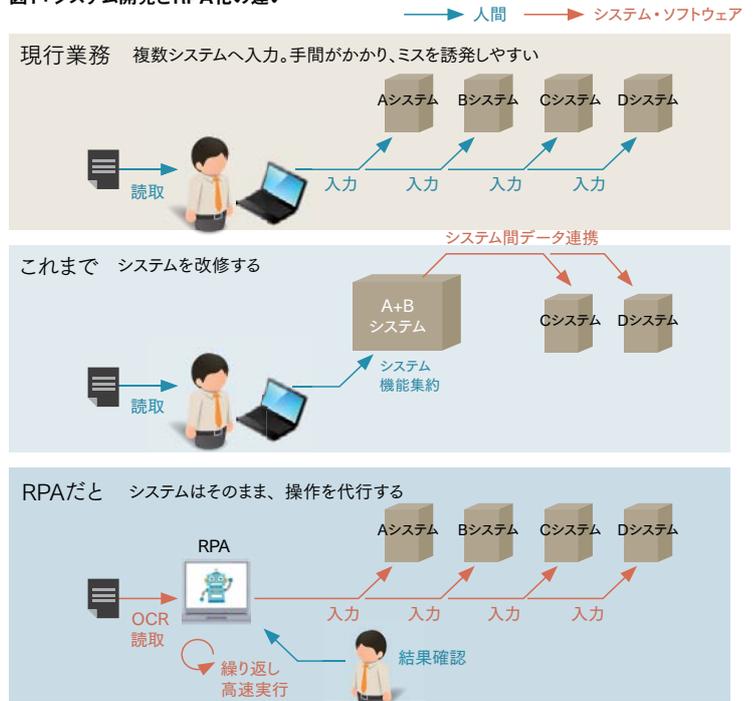
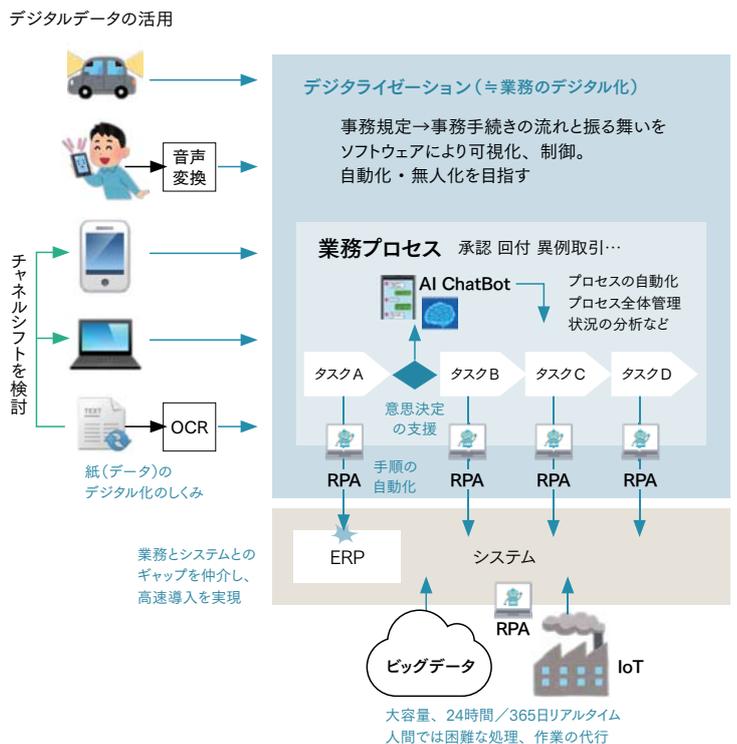
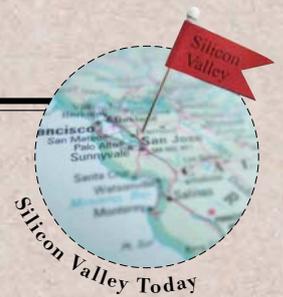


図2：デジタル化におけるRPA



※1スクレイピング:サーバサイドのプログラミング言語を使って外部サーバへアクセスし、そのコンテンツから自分たちの欲しい情報を引き出す手法
 ※2 PoC(Proof of Concept):概念実証



米国で躍動する配車サービス

【第2回】シリコンバレーレポート

Uber（ウーバー）社の登場以降、スマートフォン（以下、スマホ）のアプリを用いた配車サービスの市場が急拡大し、プレイヤーの数も相当数に上っています。今回は、そうした配車サービス市場の動向についてレポートします。

配車サービスの普及を行政が後押し

Uberの爆発的な普及もあり、米国ではスマホのアプリを用いた配車サービスの利用が一般化しています。配車サービスの激戦区であるニューヨーク市では、Uber社、Lyft（リフト）社、Via（ヴィア）社、Gett（ゲット）社、Juno（ジュノ）社といったサービスプロバイダーが、合計で6万5,000台もの車両を配車しています。なかでも最大手のUber社では、配車台数が約6万台強に達しています（2018年1月現在）。セクハラなどの不祥事によって世間での評判を落としたUber社ですが、シェアへの影響はあまり現れていないようです。

米国の配車サービス市場が活況を呈している要因の一つは、行政による後押しです。

例えば、ニューヨーク市では、タクシーの供給過多を防ぐために、タクシー（Yellow Cab）事業の営業許可証「Medallion」の発行枚数を約1万3,000台分に絞ってきました。ところが同市は、Uber社などの新たな配車サービスの配車数に制限を設けませんでした。結果、配車サービスで配車できる車の台数はますます増えていき、現在はMedallionタクシー（現状約1万3,000台）の約5倍へと膨らんだわけです。これにより、Medallionを持つ旧来からのタクシー事業者は不利益を被ることになったのですが、ニューヨーク市は、既得権益者を守るよりも、市民がより便利になる道を選択したわけです。

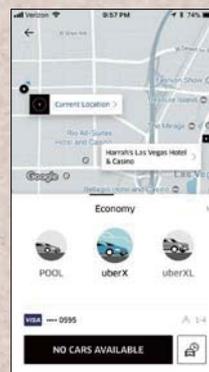
ベストエフォートなサービス

確かに、Uberは便利です。アプリで簡単に車が手配でき、乗車後には、何時何分に、どこで乗車し、どこで降りたか、料金はいくらだったかがすぐに領収書としてメールで送られてきます。とは

いえ、Uberのサービスに頼り過ぎるのも危険なようです。

これは、ラスベガスに出張し、市街から少し離れた郊外で夕食をとったときのことで。食事を済ませ、さあ帰ろうと、Uberアプリで配車依頼をだしたのですが、何度コールしても、「No Cars Available（＝配車できる車両がありません）」の返事しか戻ってきません。その場所からラスベガス市街の宿泊先までは徒歩で約1時間。歩けない距離ではありませんが、ラスベガス周辺は砂漠地帯で夜は激しく冷え込みます。しかも、そのときの服装はジーンズにTシャツ。夜の砂漠で15分も歩けば凍えてしまうような軽装です。このときは心底あせり、冷や汗をかきました。

Uber社は、ユーザーからのリクエストに対して100%の配車率を保証していません。サービスの根底には「ベストエフォート」という考え方があるのでしょう。「ベストエフォート」と聞くと、日本人の我々は、「顧客である自分たちの要望には、なんとしてでも対応しようと努力してくれる」と思い込みがちですが、彼らの言うそれは「できることには対応するが、できないことに無理して対応するようなことはしない」という意味のようです。この辺りはなかなか日本人の感覚では受け入れ難い、と感じました。



「ベストエフォート」の根底にはas much as possible（可能な限り行う）という考え方があるようだ。Uber社の場合、配車する車両が見当たらないなら、ユーザーに「No Cars Available」のレスポンスを出すだけだ。

