



パッケージ導入における 不要なアドオンの 発生原因をあばく

2020年8月

クラウド&パッケージ

広川 敬祐

自己紹介



【職歴】

| | |
|--------------------------------|--------------|
| 青山監査法人 東京（プライスウォーターハウス） | 1984年～1987年 |
| 英和監査法人 大阪（アーサーアンダーセン） | 1987年～1994年 |
| SAPジャパン株式会社 | 1994年～1998年 |
| HBS（Hiro Business Solutions）設立 | 1998年～ 現在 |
| NTTデータ経営研究所（契約社員） | 2007年～ 2012年 |

公認会計士協会東京会常任幹事、公認会計士協会IT委員会委員歴任



<主な業務経験>

- ・ 大手企業の会計監査
- ・ 株式上場支援、内部管理体制の構築
- ・ ERPを利用する基幹システムの構築
- ・ 会計システム（連結・個別・管理）の構築
- ・ 基幹システムプロジェクト管理計画の立案
- ・ IT企業、IT部門向けの研修の企画と実施

外資系監査法人 10年

SAP経験 25年以上

公認会計士
システム情報学修士

出版物の紹介



エンジニアが学ぶ会計システムの知識と技術

出版社 翔泳社/発売日 2020年3月13日/価格2400円(税抜)

会計の基礎知識から会計システムを構築するうえで押さえておくべきポイントまで、会計システムのすべてがイチからわかります。

会計知識はエンジニアにとってあらゆる業務システムの設計・構築に役立つ重要なものです。しかしながら、会計システムは他の業務システム(給与・人事・販売など)と連携する必要があり、複雑化しています。また、会計に関する規制は法改正も多く、システムも柔軟に対応する必要があります。本書では、最新の法改正に対応するとともに、AI、RPA、クラウドといった最新動向も盛り込んでいます。



システム導入に失敗しない プロマネの心・技・体

出版社 バレード社/発売日 2019年2月11日/価格1200円(税抜)

いま、企業の成長条件はシステム導入! 経営者、ITが専門外の管理者がシステム導入に取り組むときの必読書。

- プロマネに必要なたった1つのこと
 - IT経営の基本から実践、応用まで
 - プロマネにおけるマネジメントスキル、ヒューマンスキル
- ...ほか、今すぐ使える・一生使えるノウハウを惜しみなく執筆しました。



パッケージ導入におけるアドオン



パッケージ（システム）とは？

→ **既に出来上がっているもの 既製品**

ERP、家電量販店で売ってるアプリ、

クラウドサービス、会計、給与計算などに多い

アドオン（カスタマイズ）とは？

→ パッケージに新しい機能を追加すること。

カスタマイズと言うこともある

パッケージの特徴

長所

- ✓安価な導入
 - ✓短期間で導入
 - ✓品質が保証
- (QCDの全て)

V S



短所

- ✓機能の制限
 - ✓技術者が限定
 - ✓不要なものがある
(≡必要なものがない)
- アドオンに？

パッケージ導入において アドオンが起こっている実態



我が社のシステム導入は
アドオンなしの方針でいく
業務をパッケージに合わせるんだ！

そういうこと言うけどね・・・
現場の気持ちになってよ。

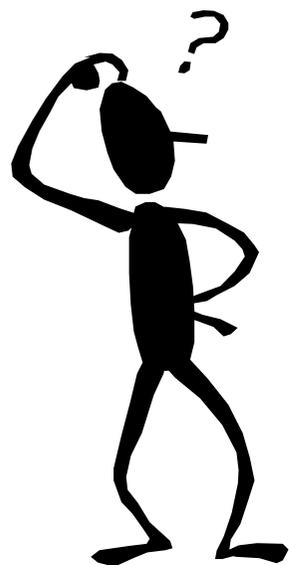
業務が回らないよ！



アドオンはなぜ起こるのか



多くの人が
新システムで実現したい要件に対して
パッケージの機能が不足しているから
アドオンが起こると思っています。



正しいと思いますか？

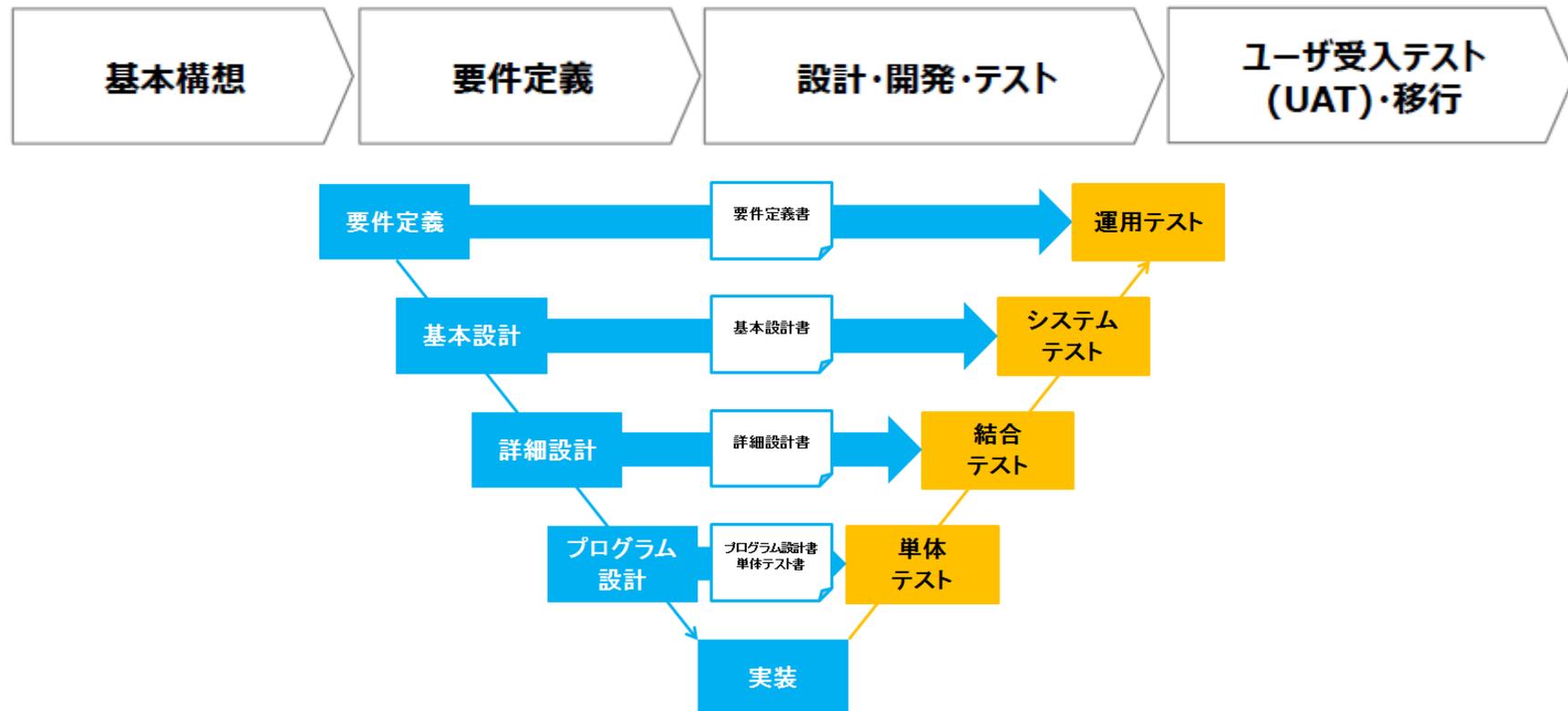
疑わしい方は続きをどうぞ・・・

システム構築の手順、考え方によるもの

システム構築の大日程



パッケージ導入なのに・・・



なぜ「設計・開発」が予定されるのでしょうか？

パッケージ導入であっても「開発」を想定している
→ だからアドオンが起こる

開発ありきのシステム導入

- ✓ システム導入に「開発」は当たり前と思う
- ✓ 大日程に「設計」「開発」という用語がある
- ✓ 工程が進むにつれて要員が増えていく
- ✓ 自社の要求を満たすソリューションを検討する
- ✓ ツールの幅広い情報収集を行わない
- ✓ 失敗を予防するために詳細な要件定義を行う
- ✓ 要件定義を終えてから製品選定作業を行う
- ✓ コストは単価と工数の掛け算で見積もる



クラウド & パッケージのホームページより

<https://candp.biz>

課題によって手段を変えるべき



／クネビンフレームワーク※による課題分類／

開発することが適する課題

複雑系

- 因果関係が複雑
- 正解が不明確

カオス系

- 因果関係が不明確
- 正解はもちろん不明

ツール利用が適する課題

困難系

- 因果関係が明確
- 分析すると正解ができる

単純系

- 因果関係が明確
- 正解も明確

アジャイル開発が
注目されている

昨今のクラウドは
困難系にも対応

※クネビンフレームワーク：問題の種類を因果関係や秩序だったものかの観点から分類し、どのように解決すべきかのアプローチをまとめたもの

クラウド＆パッケージのホームページより

<https://candp.biz>

開発とパッケージ利用の見極めが大切

開発することが適するシステム



ソフトウェアで実現する機能が
商品やサービスの差別化につながり
競争力の源泉となる場合

競争力の源泉となる場合であり
作り込みに要する費用を
上回る収益が見込まれる分野



ツール利用が適するシステム



競争領域でない機能の場合で、
外部からの調達や協調的な取組によって
開発コストを抑えることが重要な分野

適用業務

会計業務、人事業務、購買業務、販売管理業務

システム化の目的、方向性

導入コストを抑え、効率化を目指す業務のIT化

雇人化の排除

特定のヒトに依存することなく、誰でもできる仕組み

システムの選択肢



“make” 戦略

自前で開発を行う

“buy” 戦略

外部モジュールの導入、共同開発

これまで、ITにより差別化すべき戦略についての考察がないまま、“make”の戦略をとり、非効率なIT投資を続けた

今後は・・・

米国、韓国との比較でも我が国はソフトの内製化の比率が高くパッケージの比率が低い。

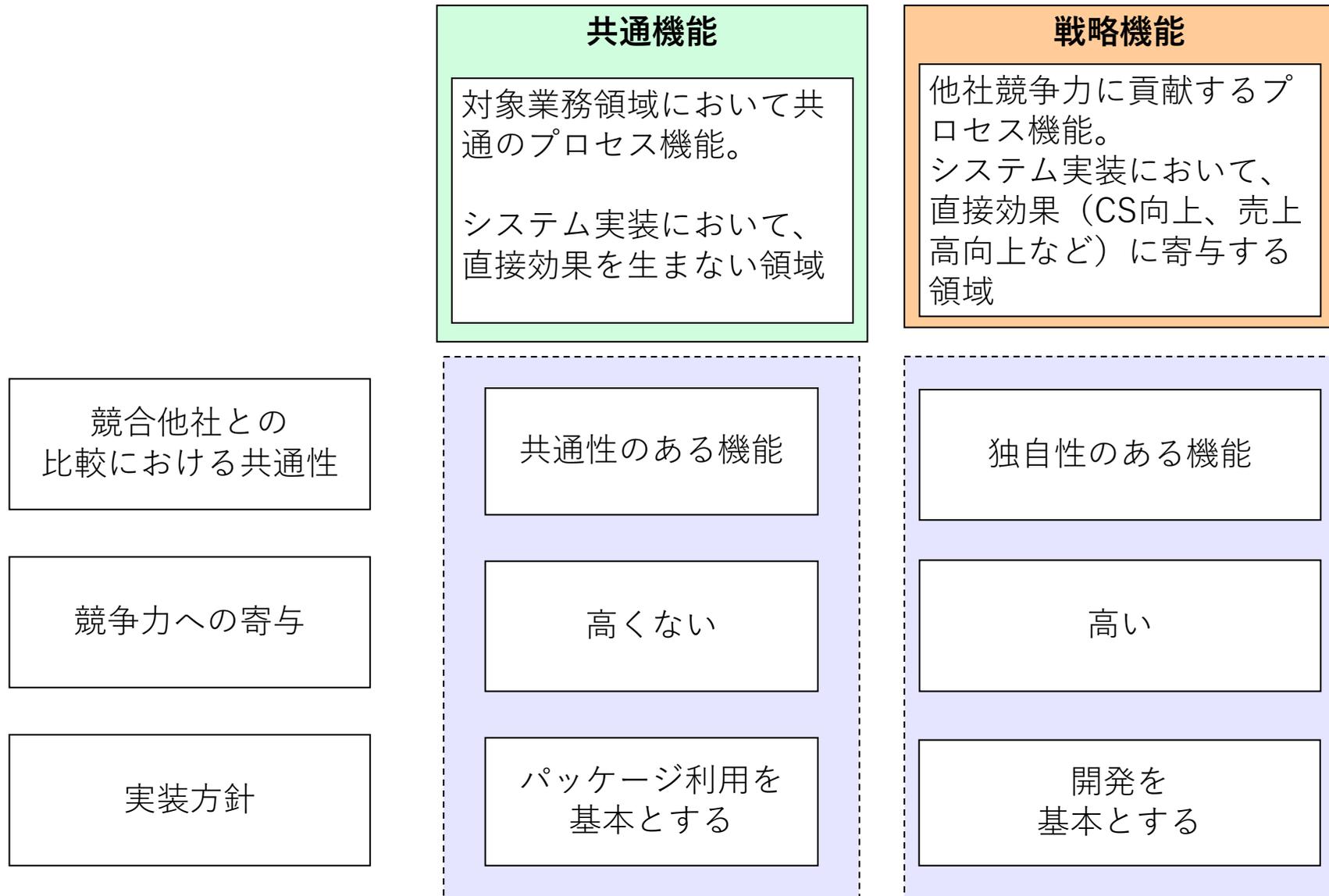
“make”の戦略をとるのは、ソフトウェアで実現する機能自体が商品やサービスの差別化につながり、競争力の源泉となる場合であって、作り込みに要する費用を上回る収益が十分見込まれる分野。

“buy”の戦略をとるのは、競争領域でないコモディティとしての機能をコモディティとしてのITで実現する場合であって、外部からの調達や協調的な取組によって開発コストを抑えたりすることが重要な分野。行政の電子化、中小企業のIT導入など、ITによる差別化ではなく、ITによる効率化を目指す場合には、これを原則とするのが適当。

出典：ITを活用した我が国経済の生産性の向上に向けて（経済産業省）

<http://www.meti.go.jp/committee/materials/downloadfiles/g70404a03j.pdf>

開発を否定している訳ではありません



要件定義の進め方

システムの失敗は要件定義にある



「ITプロジェクト実態調査 2018」
(日経コンピュータ)



成功プロジェクトは52.8%

システム構築の失敗原因は要件定義にある
だから、要件定義をしっかり行った上で、
製品選定、製品の使い方を検討いくべきだ
→ 何かが誤っていると思われます

何が誤りだと思えますか？ アドオン発生の真の原因が潜む

要件定義って何？



要件定義とは、発注したユーザーの希望、要望を明らかにし、実装すべき機能や性能を明文化することです。

しかし、**要件定義って何？** と問うと、答えに窮してしまうものです。

一般論（BABOKを例に）では

上流工程に必要な要件を以下の3種類に分類しています。

| | ビジネス要件 | 業務要件 | システム要件 |
|----|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|
| | Business requirements | User requirements | Software requirements |
| 内容 | 企業としての、市場に対する目標や経営上・事業上の問題点。 | 業務担当者としての、部門の業務を果たす上での課題・目標 | システムとして、業務要件を満たすために業務モデル内で果たす役割。 |
| 例 | 解決すべき経営課題 システム構築の目的・方針 | 業務手順、処理手順 入出力内容 | システム化機能 コード定義 |

上記以外に、非機能要件もあります

業務要件なしにシステム要件を行う



業務要件は、「～したい」との利用者の要求（目的）です。

システム要件は、「～を行う」との実現手段です。

業務要件を決めない（利用者不在）で、システム要件を決めようとする
と、現行業務を実現する手段（現行システム）しか拠り所がなく、
パッケージと手段が合わないことにより、アドオンとなってしまいます。

利用者

不在

～したい (WHY,WHAT)

～を行う (HOW)

どちらも

Requirement (要件) で紛らわしい！

コンサル
IT企業

のみ

(参考) ユーザーのための要件定義ガイド



ユーザーのための要件定義ガイド

第2版

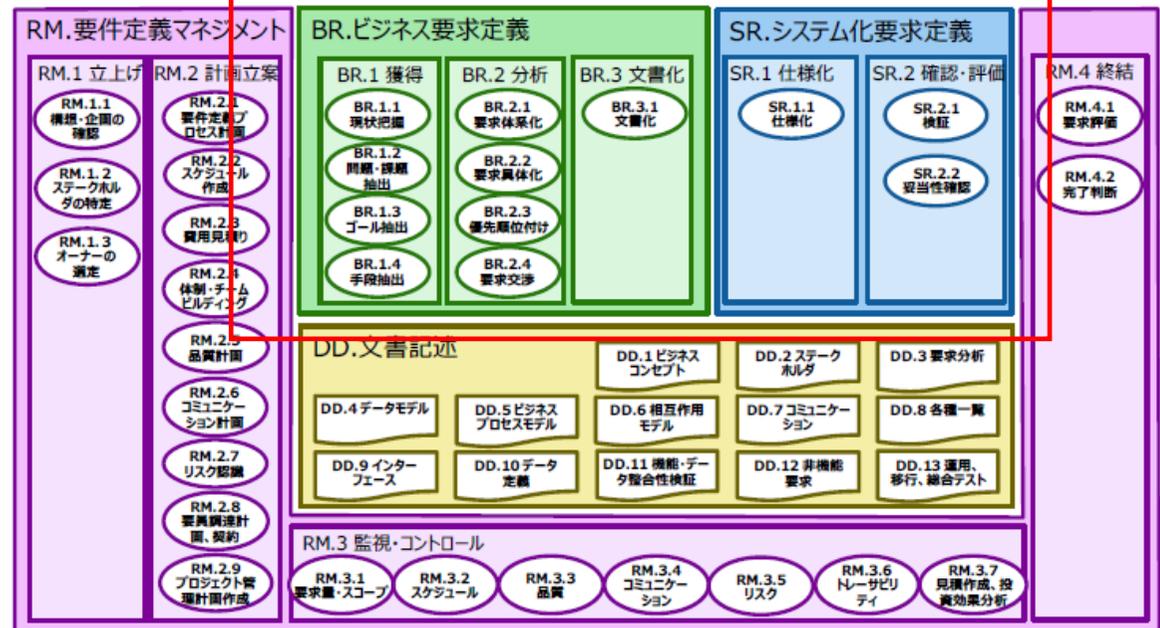
要件定義を成功に導く 128 の勘どころ

2019年9月12日
2019年11月22日 更新

独立行政法人情報処理推進機構 (IPA)
社会基盤センター (IKC)



ビジネス要求 (業務要件) と
システム化要求に分解



BR: Business Requirements SR: System Requirements DD: Documents Description RM: Requirements Management

図 2.4 要件定義問題カテゴリマップ

業務要求定義で現行業務を洗い出す



業務要求定義で**現行業務の5W1H**を洗い出すと
現行のHOW（手段）が要件となり、アドオンとなってしまうがち

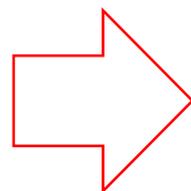
| | 現行 | 新 |
|-------------|-------------------------------|-------------------------------|
| What (なにを) | 業務の目的 | |
| Why (なぜ) | | |
| Who (だれが) | 目的を 達成するための 手段 A | 目的を 達成するための 手段 B |
| When (いつ) | | |
| Where (どこで) | | |
| How (どのように) | | |

業務要件

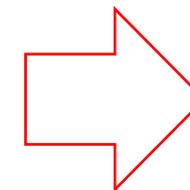
システム化要件

現行業務調査の弊害

- 業務の全体像を示せない
- 通常業務と例外処理の区別なし
- 困ってることしか言わない
- 都合の悪いことを隠す
- 過剰な要求が出る



ユーザー排除で
検討を進める



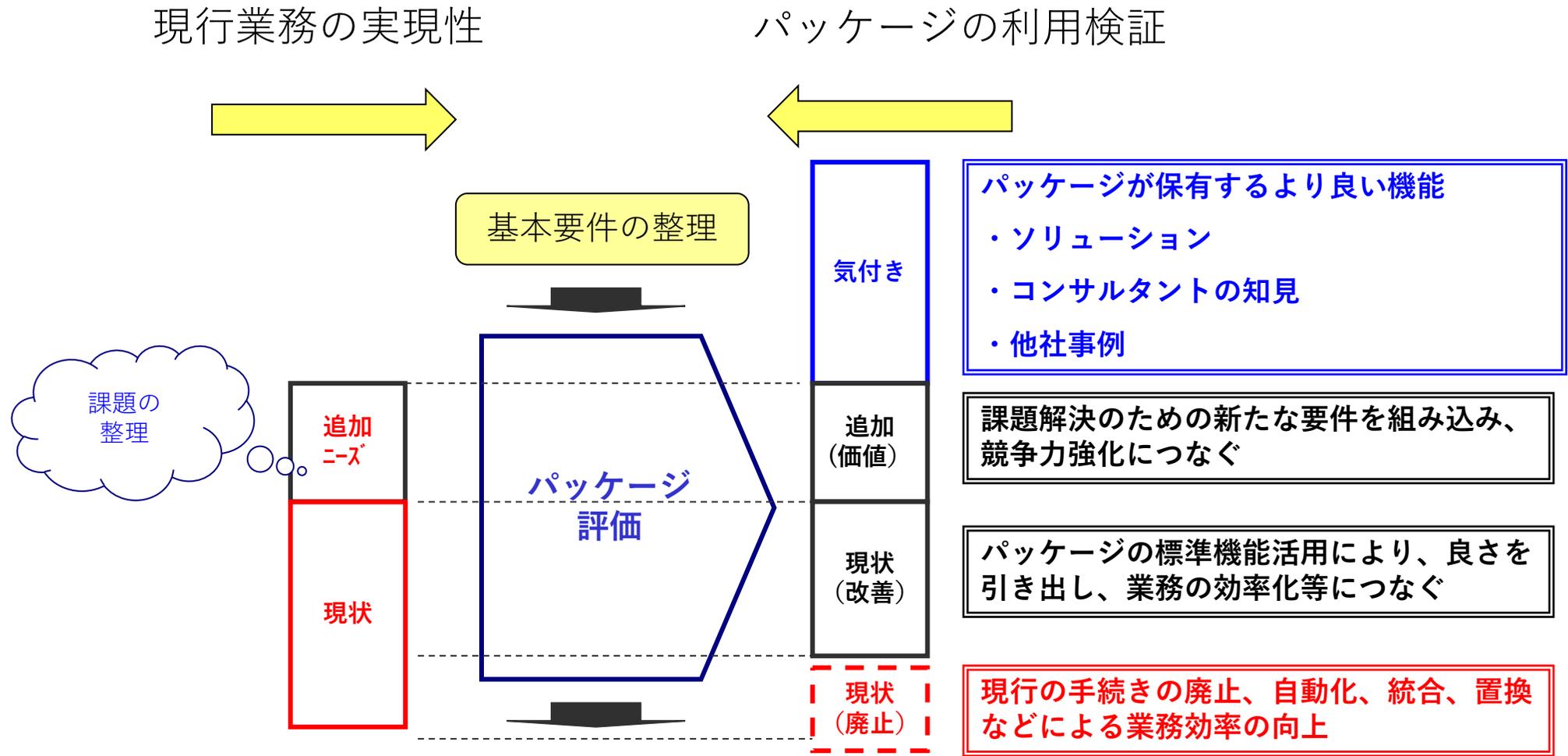
業務要件（目的）
曖昧・抽象化

現場は、手段（現行業務）が変わることには抵抗があるものです

- 慣れていることを変えたくない
- 以下の不安がある
 - より時間がかかる？
 - より面倒になる？
 - 今行っている業務ができなくなる？



机上で現行業務調査を行うより パッケージの実機検証を優先する



既製品 vs オーダーメイド



既製品の場合は、業務要件とシステム要件に分かれる

業務要件を決めた後に製品選定を行い、システム要件は製品の使い方を決める

| | 課題 (ビジネス要件) | 何が欲しいか (業務要件) | 利用者に合わせる (システム要件) |
|---------|------------------------|-----------------------------|----------------------|
| 既製品 | 同じ (コート、スーツが 必要) | お店を歩く ネットで探す | 裾直しをする ネームを入れる |
| オーダーメイド | | 採寸や好みを聞いて 利用者のニーズに合わせて作る | |



パッケージ導入の場合、机上で行う製品選定前の詳細な要件定義は
ムダ (不要なドキュメントの山) だけでなく、アドオンの温床となる

食事に譬えると



| | 食べる前にすること | システムの実装形態 |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------|
| 自分で作る | 何を食べたいかを定める 材料を買う | スクラッチ開発 |
| オーナーシェフ | メニューの中から決める お店に任せる | パッケージ+スクラッチ |
| ファミレス・チェーン店 (競合多い) | メニューの中から決める | 市販のパッケージ |
| コース料理 | ジャンルを決める 価格を気にする (不満足なら追加注文) | パッケージ導入 (+アドオン) |
| ビュッフェ料理 | お店を決める 歩き回る | パッケージ導入 |

ファミレスで、メニューにないものの注文する人いますか？

PoC vs CRP



パッケージの場合は、要件定義でPoCやCRPを行う場合がある

PoCはProof of Conceptの略で、「概念実証」の意味で、新しい概念や理論、原理、アイデアの実証を目的とした検証やデモンストレーションを指す

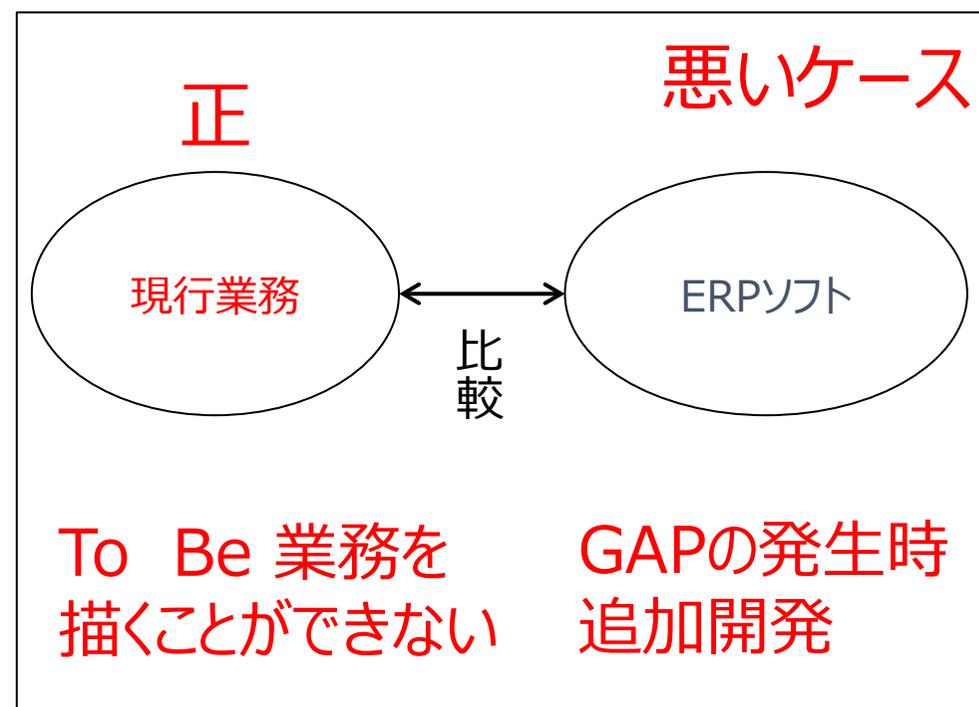
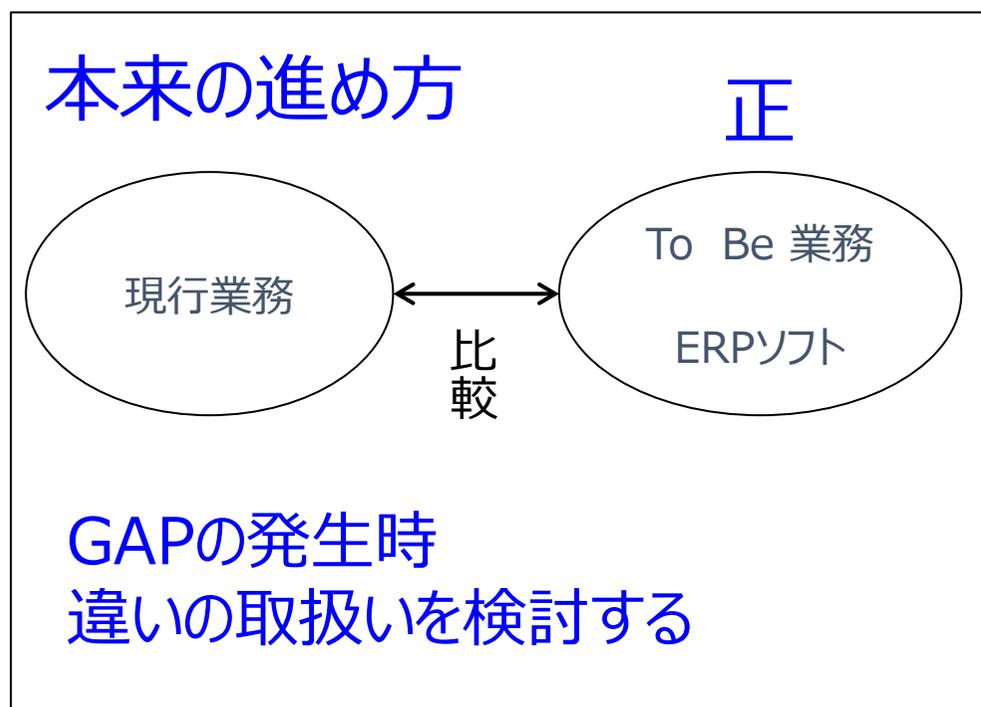
CRPはConference Room Pilotの略で、実機でパッケージ機能を確認し、業務運用の実現を確認する作業

| | 実機の利用 | 目的 | |
|-----|-------|------------------------|-----------------------|
| PoC | 同じ | 製品を決めるため (業務要件の手段) | 試着して 買うものを 決める |
| CRP | | 製品を使うため (システム要件の手段) | 試着して 合うように 調整する |

Fit & Gap 作業の検討対象

システム構築の上流工程において、Fit&Gap分析というのはよく行われる手法ですが、このFit&Gap分析では「何」に対してFit&Gapを行うのが重要で、通常は「To be 業務」（あるべき姿）またはソフトウェアパッケージの保有する機能に対して行うものです。

本来、「To be業務に対して、現行業務のFit&Gapを分析する」はずのものが、「**現行業務がソフトウェアにどう適合するか**」との作業になってしまうと失敗します。



スクラッチ開発とパッケージとの違い



業務要件（利用者が～したいこと）はあいまいなことが多い実態があるが
スクラッチ開発の場合は、その状況から机上で要件定義書を作成することを営む（この作業の多くの時間とコストを要する）ことに対して、パッケージ導入の場合は、実機を元にプロトタイプを行い、要件定義終了時には実装をほぼ終わることを目指す

| | スクラッチ開発 | パッケージ導入 |
|----------------------|-----------------|---|
| 業務要件 | あいまい、なかなか決め切れない | |
| 業務要件からシステム化要件への落とし込み | 要件定義書を作成する | 実機を元にプロトタイプ（CRP）を実施する |
| 要件定義の終了時 | 開発することが決まる | システム実装をほぼ終わっている |
| 要件定義後の変更 | 仕様変更として取り扱う | パッケージの新機能によって変更したり、システム設定を変更し、より良くすることがある |

パッケージはツールですが、ツールの利用方針に違いがあり得ます。

- × 本来は開発したいけど、ゼロから開発するのは大変だから
パッケージの機能を使えるところ、パッケージで代用できるものは活用しよう

要件定義の目的：開発することを決める

- パッケージは利用するためのツールである

要件定義の目的：パッケージの利用方法を決める

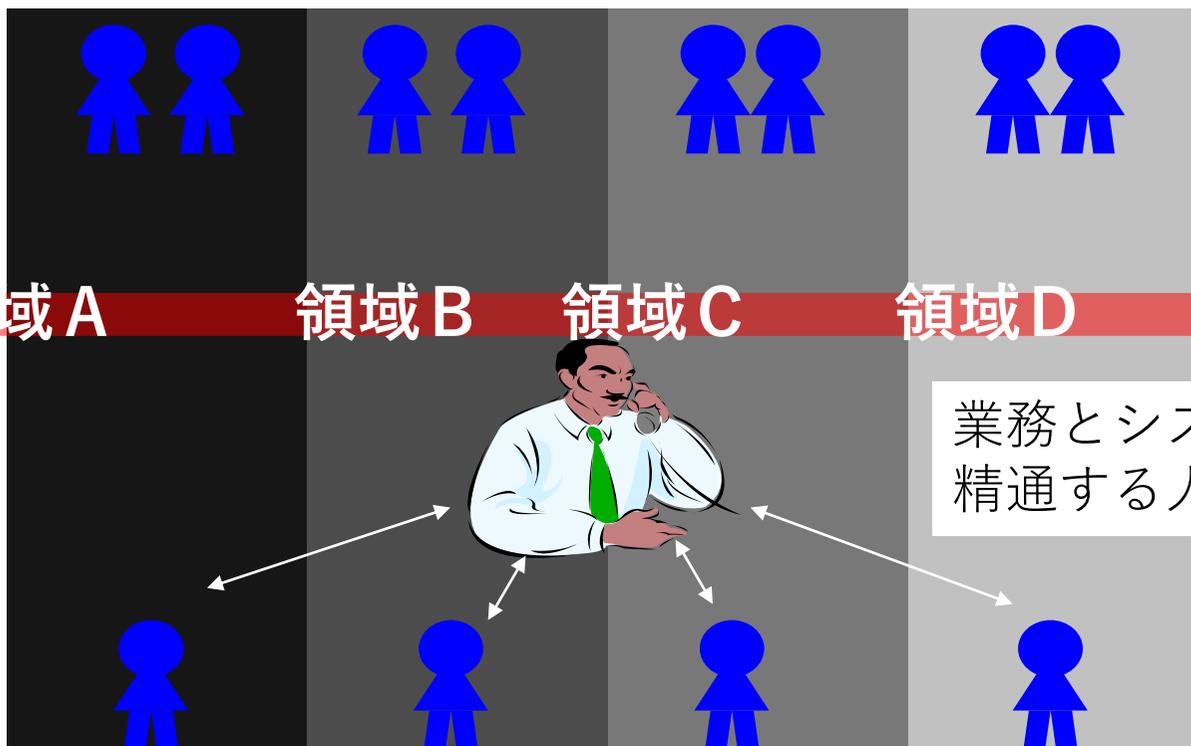
コミュニケーションと コンサルタントのスキル

コンサルが業界とパッケージに無知



コンサルは、IT経験だけでは不十分

失敗



アドオン要員

成功

業務とシステムに
精通する人

コンサルタント

要は「業務」と「パッケージ」に精通する人がいるかどうか。
その人がいない場合は、ゼロに掛け算をするが如く、
アドオン要員が幾何級数的に増えていく

安かろう、悪かろう



結局は、コンサルタントのスキルがない

どっちが
安い？

人月単価200万円の人が10ヶ月

V S

人月単価300万円の人が5ヶ月

工数多い

人月単価の比較
から
成果物の
対価測定へ

単価
安い

経験少なく
生産性悪い

機能が多すぎか
経験不足

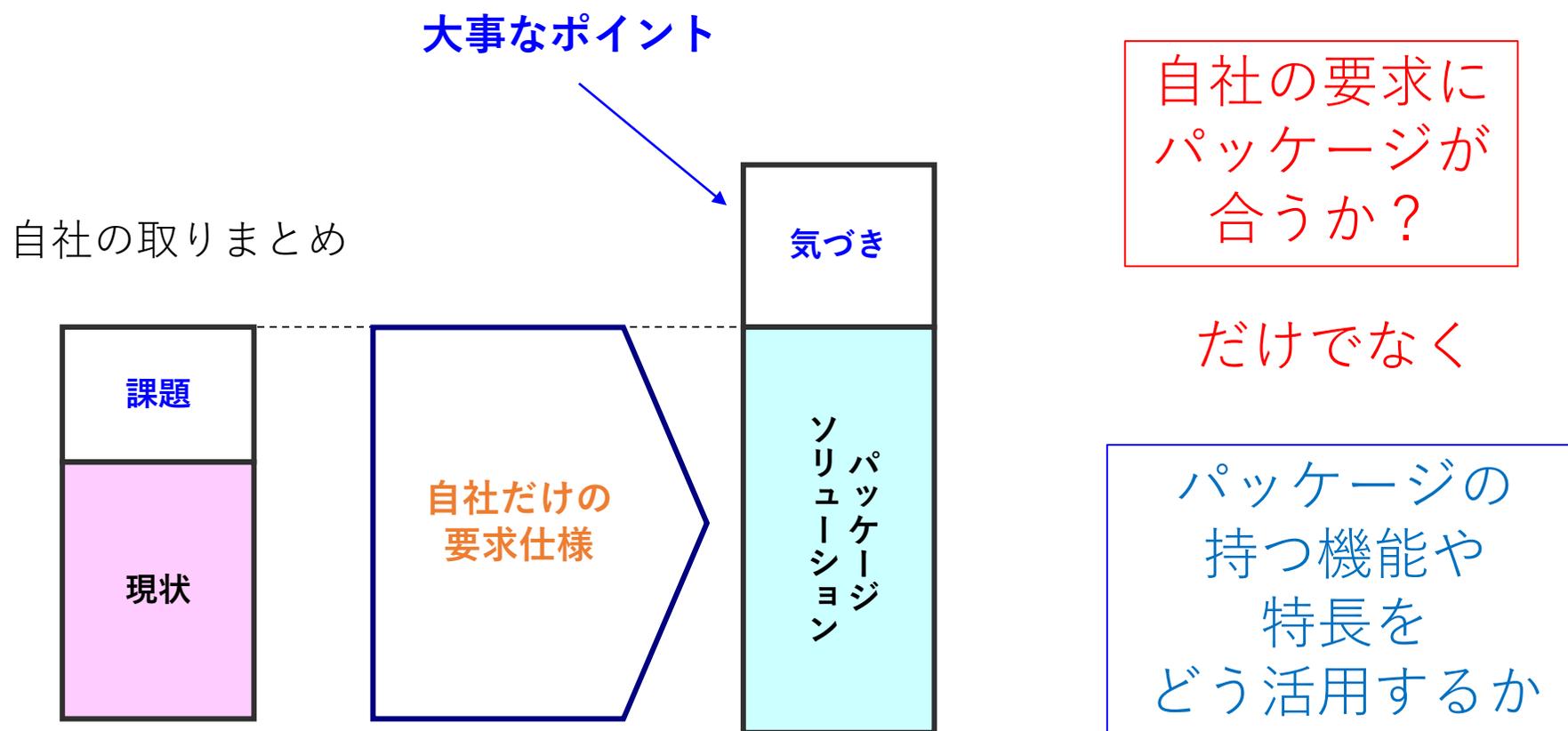
単価
高い

内容悪いか
生産性高い

技術力あって
生産性高い

パッケージの気づきを採り入れる

要求を実現するだけでなく、パッケージの**気づき**を採り入れる



最大の敵は、現状踏襲・コダワリ



メタボ業務がスマートに！
マネジメントを
シンプルに変える

現状維持は後退！



厄介なメタボ業務

- 古い上司が決めていた
- 昔からずっと変わらない
- 過度なチェック
- 残業、残業、残業
- 少人数で回らない



変えていこう！ という意識が大切

現状にこだわる

→ 不要なアドオン

→ → 塩漬けシステムへ

独自の業務プロセス ≡ 世界の非常識 = アドオンの可能性大



独自の商習慣？

それとも

偏見やこだわり？

会社が独自と思っている、単なるこだわりの場合

→ B P Rによる変革が必要

→ 変革ができない場合はアドオンになる

自社の常識は世間の非常識

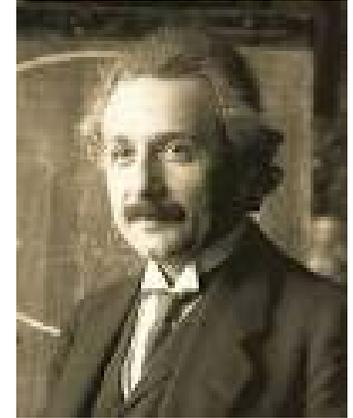


自社の常識は世間の非常識とってよい

アインシュタインの言葉

「常識とは、十八歳までに身につけた
偏見のコレクションのことをいう。」

出典：「アインシュタイン 150 の言葉」 ジェリー・メイヤー & ジョン・P・ホームズ編



< 日本の常識が世界の非常識例 >

- かつての野球のストライクとボールの表示順序
- 車の右側通行と左側通行
- 日本の世界地図は日本が中心
(世界各国で世界地図を見てみましょう)



変えること、変えていくこと



本を出版する際、タイトルをどうするのかは大変重要なテーマで、最後の最後まで検討を続けるものですが、「変える」という言葉を入れることに最後までこだわりました。

タイトルだけでなく、対話形式の内容に加えて、「どう変わるのか」とのイラストを表現しました。この「変える」ということは、進化や発展を遂げるということです。反対に、「変わらない」ことは成長していないこと、つまり、相対的に後退していることと認識すべきです。

一方、世の中には、真理や精神性、数学上の定理のように、変わらないものがあります。たとえば、ピタゴラスの定理（三平方の定理）は、永遠に不変なものです。この不変のものが存在することにより、変わらなくてもよいのではないかと勘違いすることがあります。そこで大切なことは、不変である真理や精神性と、変わりゆく価値を立て分けることです。しかし、この分け方をはき違えてしまい、変わるべきところを変えれなくしている事が多くあります。

変えることは動くことです。動くことに不安を感じることもあるかもしれませんが、自転車は動いてこそ安定するものです。体感はできませんが、地球はものすごいスピードで自転・公転をしています。ともかくも、価値創造のために「変えていくこと」！このことを呼びかけ、当書の結びとさせていただきます。

（「メタボ業務がスマートに！ マネジメントをシンプルに変える」のまとめより）

アドオンは
新システムで実現したい要件に対して
パッケージの機能が不足しているから
起こるだけでなく、

- システム構築の考え方が開発前提
 - 要件定義の進め方が開発前提
 - コミュニケーション不足
 - コンサルタントのスキル不足
 - 利用部門の参画不足
- でも起こります

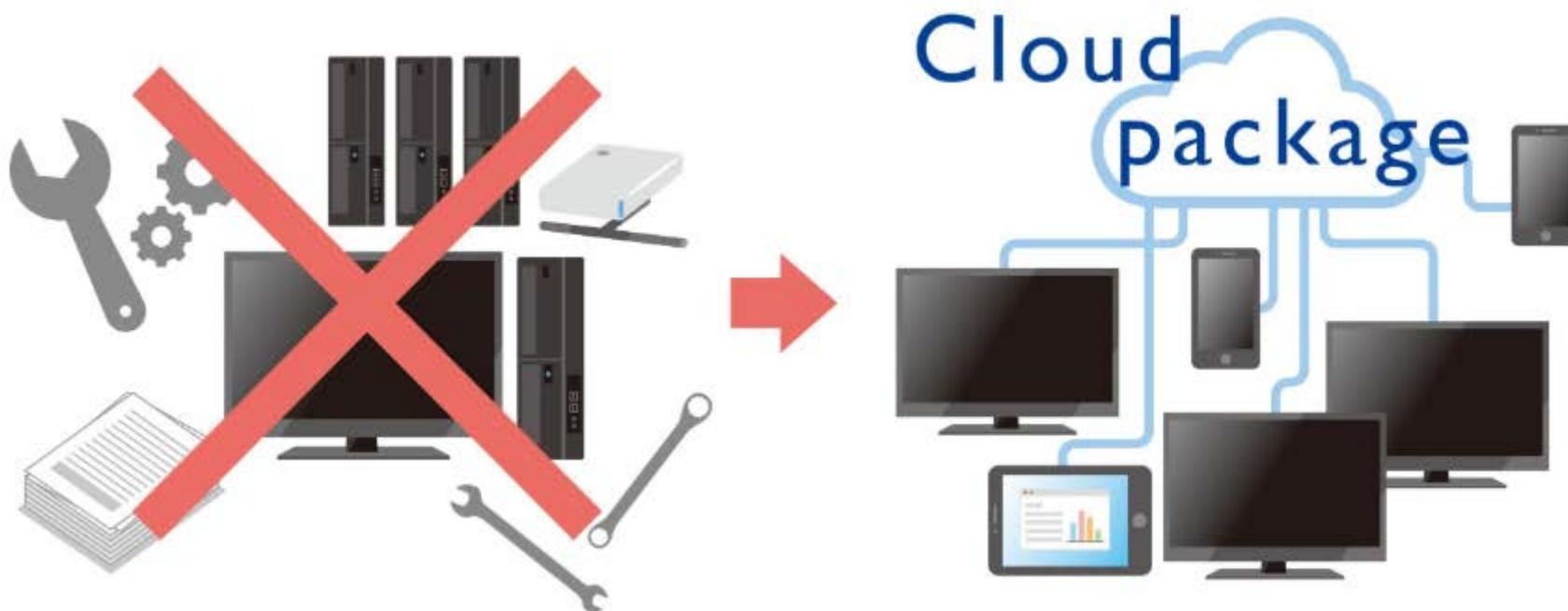


よろず相談、承ります

開発しないシステム導入

システム構築は開発するものと思い込んでいませんか？

<https://candp.biz/non-development/>



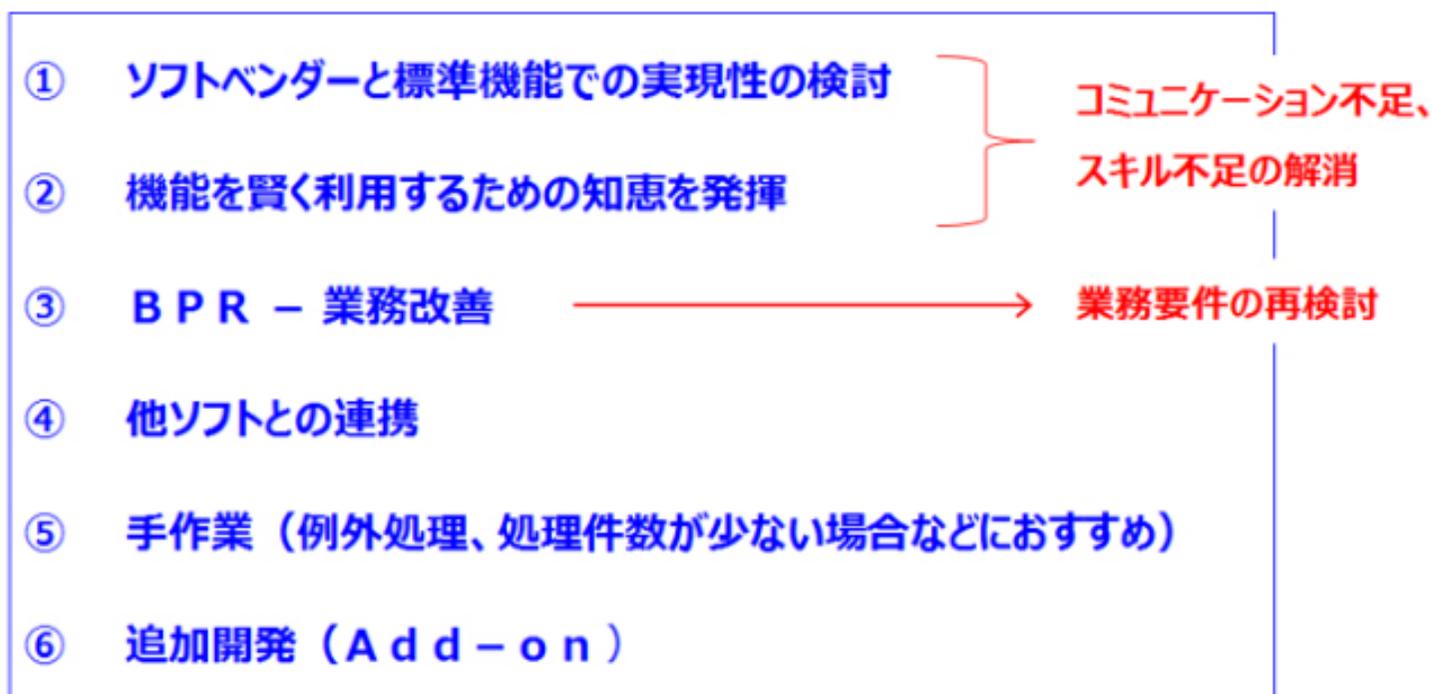
アドオンの代替手段検討

アドオンが発生しそうな時、代替手段を提案します

アドオンが発生しそうな場合の対処法の優先順位

下記の表は、アドオンが発生しそうな場合の経験則に基づく対処法の優先順位です。

アドオンが発生しそうな局面では、むやみやたらに追加開発するのではなく、以下の優先順位による他の手段による対処法の検討をお勧めします。



ITプロジェクトの計画、そのままいいですか？

- どのソフトがいいのか？
- 投資対効果はどうか？
- 体制は大丈夫なのか？
- どのベンダー（業者）がいいのか？
- ベンダー（業者）の提案金額の妥当性がわからない
- クラウドがいいのか？ システムを所有するのがいいのか？



計画の妥当性を
検証し、
他社例とも
比較します

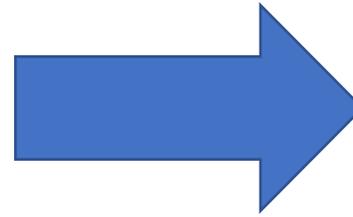
進捗状況を
検証し、
悪い原因を
挙げます

そのITプロジェクト、今のままで大丈夫ですか？

- 進捗会議が修羅場と化してる
- 予算内で終わらせたい
- 本番稼働日を守りたい
- 残業・休日出勤が多い
- カスタマイズ（アドオン）要件を減らしたい
- 体制上の要員が増えている



どの製品がいい？
ダメな業者はどこ？



情報収集を
代行します

- 数多くの情報を入手し、気づきを得る
- 業界のノウハウや他社事例を生かす
- 業者からの営業攻勢を受けることを防ぐ

構想策定時に幅広く、多くの情報を入手し、
自社だけでは得られなかった気づきを得ることができます。

RFIの回答を分析していく中で、業界のノウハウや他社事例
を紹介し、
システム刷新に失敗しないためのポイントを習得します。

自社で情報収集を行うと、業者から営業攻勢を受けてしまい
ます。
貴社に替わってRFIの発行と回収を行うことにより、貴社の
担当者が業者の営業攻勢に忙殺されてしまうことを防ぎま
す。

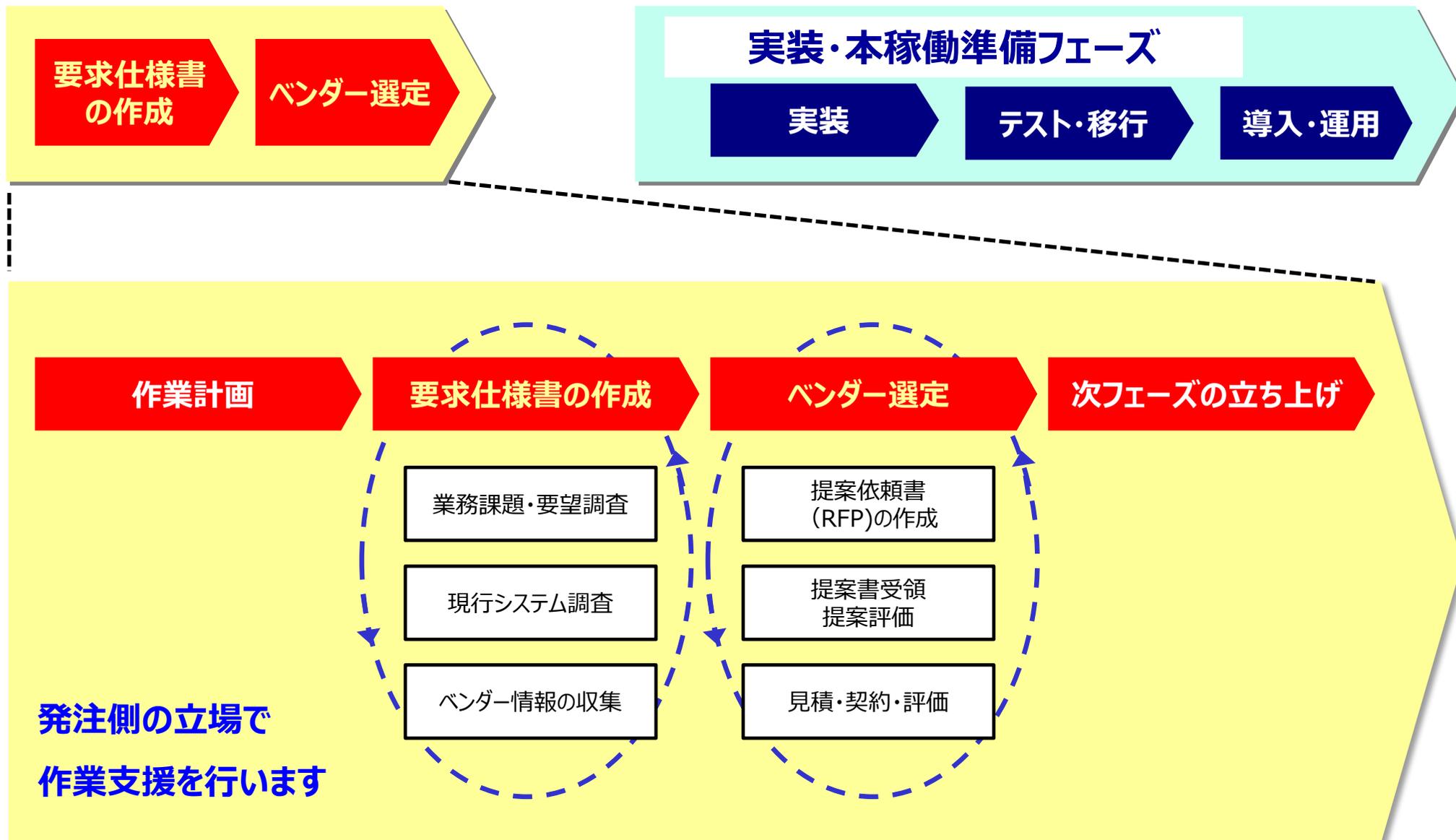
RFIによる情報収集によって得られること

- レガシーシステムからのデジタルトランスフォーメーションの必要性
- システム刷新にかかるコストと期間の目安
- いま取引をしている業者のサービスレベルとコストの妥当性
- 自社では気づけなかった新しい発見

貴社のお名前を
出さないで、
営業攻勢を受けず
幅広い情報収集を
享受できます

クラウド & パッケージのホームページより <https://candp.biz>

RFPによるベンダー選定支援



ベンダー選びの失敗例

ITベンダー選びの失敗例

- ✓取引のあるベンダーに依頼すると決まっていた
- ✓口頭でベンダーに依頼したことがうまく伝わらなかった
- ✓役員や部長の一存で決めてしまった
- ✓2社しかベンダーの比較を行わなかった
- ✓紹介を鵜呑みにしてしまった
- ✓比較するベンダーの数が多すぎ收拾がつかなくなった
- ✓現場の了解なしに情報システム部門だけで決めた
- ✓ベンダーの勧めたパッケージ製品との相性が悪かった
- ✓他社例と比べて高い金額で契約したことが分かった
- ✓ベンダーからの金額提示が「一式」だった
- ✓長すぎる契約をして途中で解約しにくくなった
- ✓プロジェクトマネージャーや担当者が力不足だった
- ✓システムの内容がベンダーの得意分野と合わなかった
- ✓下請・孫請の担当者が多かった

ITベンダーの賢い

選び方

見切り方



中立的な立場で
多くのノウハウを提供し
発注側の
味方になります

- 第1章 ベンダー選びがシステム構築成功の鍵
- 第2章 幅広くベンダーを調査しよう
- 第3章 良いベンダーを選ぶためにRFPを活用しよう
- 第4章 RFPを発行するベンダーを探そう
- 第5章 RFPを作成してベンダーを選ぼう
- 第6章 ベンダーとはうまく付き合おう
- 第7章 ベンダーの見切り方



これまでの実績



SAPを利用するシステム導入

- 製造業（売上規模数百億） 兵庫 1998年
- 自動車部品売上規模1千億） 大阪 1998年
- 製造業（売上規模1千億） 東京 1998年
- 音響機器メーカー（売上規模数百億） 兵庫 1999年
- 食品会社（売上規模数千億） 東京 1999年
- 化学会社（売上規模数千億） 山口 1999年
- 製薬会社（売上規模数千億） 大阪 2000年
- 医療機器メーカー（売上規模数百億） 東京 2001年
- 化学会社（売上規模数千億） 大阪 2001年
- 食品会社（売上規模数千億） 大阪 2001年
- 製紙会社（売上規模数千億） 東京 2001年
- 電力会社（売上規模数千億） 高松 2001年
- 総合商社（売上規模兆単位） 東京 2002年
- 石油会社（売上規模数千億） 東京 2003年
- 化粧品会社（売上規模数百億） 東京 2003年
- 窯業（売上規模数千億） 福岡 2003年
- 金属素材メーカー（売上規模数千億） 東京 2003年
- 精密機器メーカー（売上規模数百億） 東京 2004年
- 運輸業（売上規模数百億） 東京 2004年
- 化学会社（売上規模数百億） 埼玉 2005年
- 公益法人（収入規模百億） 東京 2005年
- 精密機器メーカー（売上規模数百億） 東京 2006年
- ネット企業（売上規模数千億） 東京 2007年
- 自動車部品（売上規模数百億） 神奈川 2008年

システムの構想立案～要件定義支援

- 流通小売業（売上規模数千億） 北海道 2001年
- 鉄道会社（売上規模数千億） 東京 2004年
- 公益法人（収入規模数千億） 東京 2004年
- 食品会社（売上規模数百億） 愛媛 2005年
- 鉄鋼会社（売上規模兆単位） 東京 2005年
- 製薬会社（売上規模数千億） 東京 2006年
- 自動車部品（売上規模数千億） 群馬 2007年
- 製造業（売上規模数千億） 東京 2007年
- 総合化学企業（売上規模兆単位） 東京 2007年
- 製紙会社（売上規模数百億） 静岡 2013年
- 自動車部品（売上規模数百億） 新潟 2016年

プロジェクトマネジメント

- 出版社（売上規模数百億） 東京 2005年
- 製薬会社（売上規模数百億） 大阪 2006年
- 建設コンサルタント（売上百億） 広島 2009年
- 製造業（売上規模数百億） 神奈川 2010年
- 運輸業（売上規模兆単位） 東京 2010年
- 独立行政法人（収入規模百億） 東京 2011年
- 住宅設備（売上規模数千億） 東京 2012年
- 製造業（売上規模1千億） 東京都 2013年
- サービス業（売上規模数千億） 東京 2015年

クラウド & パッケージのホームページより

<https://candp.biz>

<https://candp.biz/mail/>

クラウド&パッケージへの問合せ

*は入力必須です。

| | |
|-----------|--|
| 会社 | <input type="text"/> |
| 部署 | <input type="text"/> |
| 氏名 * | <input type="text"/> |
| メールアドレス * | <input type="text"/> <input type="text"/> 確認用 |
| 電話番号 | <input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/> |
| 連絡・相談事項 | <input type="text"/> |



お問い合わせは

お気軽にご相談ください

クラウド&パッケージ

TEL : 03-6715-0456 mail : arai@candp.biz (担当 荒井)

<https://candp.biz>



ヒト不足の課題を解消するため、新しいITを活用し
全ての関係者が満足する仕組みを実現します