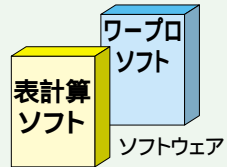


オフィスの情報機器導入

コストチェック!

初期コスト 最もわかりやすい 商品には価格があるからすぐわかる。

注 配送費・工事費がかかる場合も



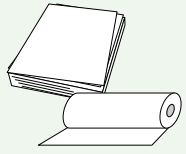
もちろん
値下げ交渉を!

5台買ったら
まけてよー!

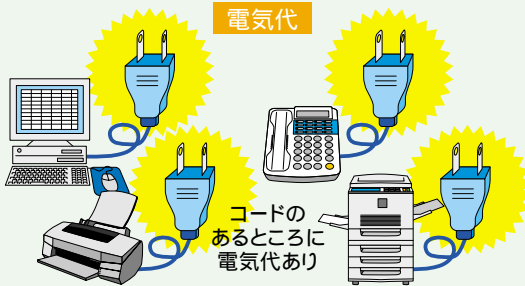


ランニングコスト 種類別に整理を 関連するところに次々出てくる

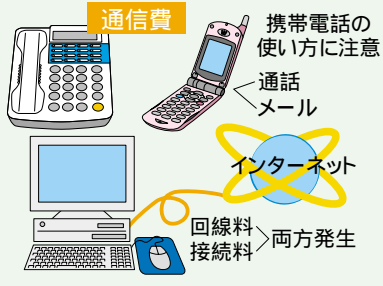
消耗品
コピー用紙、感熱紙、
プリンターの
トナーやインク



電気代

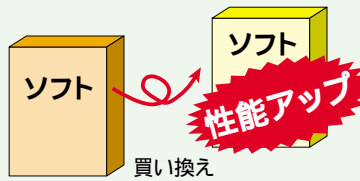


通信費



【状況により発生】

ソフトウェアバージョンアップ



サポートを受ける



コンサルティングを受ける



このソフトでは御社の
業務とは合いませんね。

学習コスト 使うには慣れが必要 時間コストを念頭に置く

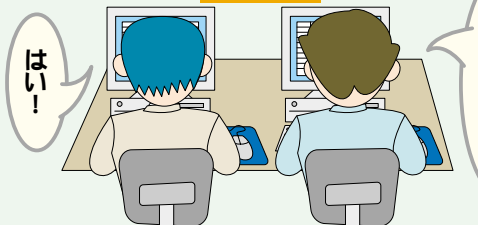
研修・講習



学習教材



社内教育



原価計算は
この表に入力して...

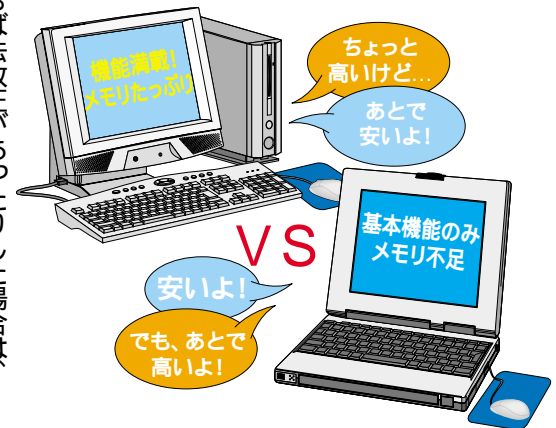
必要なものは思い切って投資。削れるものは最大限削る

情報機器の費用対効果は もつと上がる!



社内で使う情報機器のコストは
低いほど良い。
情報機器にかかる総費用を見直
し、投資効果をさらに高めよう。

ケースバイケース



パソコンなどの情報機器を導入する
目的は、時間効率のアップや人件
費の削減だ。導入コストは低いほど
よい。しかし、机や「F」用紙と違っ
て、情報機器に関する出費の総額は
簡単には見えてこない。日々の利用
で発生するランニングコストにかか
る部分が大きいからだ。
パソコンを例にとってみよう。
本体価格はわかりやすいが、
まず目に付くのはパソコン本体や
ディスプレイなどの機器。購入時は
なるべく安いものを買いたくなるが、
性能と価格には一定の相関性がある
から、あまり安価なものを購入した
場合、データを記録するハードディ
スクの容量が小さく、すぐに買い足
さねばならなくなったり、最新のソ
フトウェアを使うには厳しかったり
する。

てもかまわないが（美観などはとも
かく）パソコンの場合、一定の性能
を下回る製品だとかえって高くつく
ことになる。
光熱費がアップ
電気製品だから、電源を入れれば
電気代が発生する。オフィス内で数
十台のパソコンを使うとなれば、消
費電力の大きさはコストに跳ね返っ
てくる。省エネ設計をしているもの
ほどコストを抑えられる。
使い方を学ぶ時間も
パソコンの習熟には若干の時間を
必要とする。社内外での講習を受け
るための費用や使い方がわからなく
なって調べる時間、情報を得るため
の教材・書籍費などがかかる。
問題が発生したら?
故障したり、突然動かなくなった
りしたときにはサポートセンターへ
の問い合わせが必要だ。しかし、こ

の電話がフリーダイヤルが有料なの
か、つながりやすいかどうかなどが
大切な要素になってくる。電話をか
けてもすぐにオペレーターが応対し
てくれるのではなく次々と選択番号
を押していき、数分待つてやっと電
話がつながるといふメーカーだつた
ら時間の浪費だ。さらにそれがフリー
ダイヤルでなければ余分な電話代も
発生する。
何かあったときに気軽に問い合わせ
せたいのなら、メーカーと有償
サポート契約を結んでおいたほうが
結果的に安くすむケースも多い。
1回買えば終わりではない
パソコンで使うソフトウェアは、
一定期間ごとに内容改定や性能向上
が行われている（バージョンアップ）。
バージョンアップされるたびに購入
する必要はもろろんないが、かなり
の機能向上があったり、会計ソフト

ならば法改正があったりした場合は、
購入を検討すべきである。初回購入
時よりは安く買えるのが一般的であ
る。
パソコンの例でも、使用する
にあたって様々なコストが発生する。
もちろん、これらをすべて含めて
も上手に使いこなせば従来より大幅
に効率を上げることができる。しか
しオフィス内の経費は可能な限り低
くすべきものであるから、トータル
のコストを把握し、それを下げるこ

とを目指すのが望ましい。

わかりやすい初期コストだけでな
く、ランニングコストを下げること
が、最終的な経営の「効率化」につ
ながるのだ。一見高く感じる製品で
も、トータルコストを計算すると他
の製品より割安である場合も多い。

ランニングコストの視点

とはいっても、機器やサービスの
購入前にランニングコストを正確に
計算するのは簡単ではない。
各種製品のパンフレットに記載さ
れているランニングコスト数値につ
いても、使用条件に制限があったり、
良い値が出るケースをもとに算出さ
れている場合もある。鵜呑みにする
と、運用時に「こんなはずではなかつ
た」ということも起こり得る。

疑問点は、納得いくまで質問し、
自社の使用頻度や方法に当てはめた
らどうなるかを突き詰めておきたい。
ランニングコストを意識した商品設
計をしているメーカーならば、明確
な回答が得られるはずだ。また、数
社の製品を比較し、大まかな市場動
向をつかんでおきたいものである。