様式第１６（第４０条関係）（第一面から第三面まで）

|  |
| --- |
| 認定申請書  申請年月日　2025年12月14日    　　経済産業大臣　殿  （ふりがな）ぐろーかるまーけてぃんぐかぶしきかいしゃ  一般事業主の氏名又は名称 グローカルマーケティング株式会社  （ふりがな）いまい　しんたろう  （法人の場合）代表者の氏名 今井　進太郎  住所　〒940-0061  新潟県 長岡市 城内町３丁目２番地１山嘉ビル３Ｆ  法人番号　5110001035112  　情報処理の促進に関する法律第２８条に基づき、情報処理の促進に関する法律施行規則第４１条（①第１号、②第２号）に掲げる基準による認定を受けたいので、下記のとおり申請します。 |
| 記  情報処理システムの運用及び管理に関する指針に関する取組の実施状況  　(1) 企業経営の方向性及び情報処理技術の活用の方向性の決定   |  |  | | --- | --- | | 公表媒体（文書等）の名称 | ①　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～ | | 公表日 | ①　2025年 8月26日 | | 公表方法・公表場所・記載箇所・ページ | ①　弊社ホームページ トップ ＞ お知らせ ＞ 「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ ＞ PDFファイル埋め込み  　上記公表方法記載の「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ（URL:https://glocal-marketing.jp/news/dx-strategy/）内に、PDFファイル形式（ダウンロード可能）で埋め込んで公表しております。  　2ページ「私たちを取り巻く事業環境の変化と本質的価値の再定義」、3ぺージ「DX推進に向けた経営ビジョン」、4ページ「目指すビジネスモデル」 | | 記載内容抜粋 | ①　【私たちを取り巻く事業環境の変化と本質的価値の再定義】  　現代社会において、AIをはじめとするデジタル技術は特定のツールに留まらず、あらゆる情報システムの裏側で稼働する「知能（インテリジェンス）」として社会基盤に浸透し、ビジネス環境に不可逆的な変化をもたらしています。この潮流は、私たちにとって、これまで見えなかった顧客課題の深層や事業機会の萌芽をデータから客観的に発見し、支援の質と速度を飛躍させる「機会」です。  　一方で、標準化された知見や高度な分析が誰でも容易に入手可能になることは、コンサルティングにおける従来の情報提供価値を相対化させる「脅威」でもあります。  　このような環境下で私たちが提供すべき本質的な価値とは、データやAIが示す客観的な「示唆」と、経営者が持つ「想い」や現場の「実感」とを繋ぎ合わせ、組織全体が真に納得して前進するための「意思決定の質を高め、実行の後押しをする」ことにあると確信しています。  【DX推進に向けた経営ビジョン】  　私たちは、データとデジタル技術がもたらす『客観的な知性』と、顧客一人ひとりの想いに寄り添う『血の通った伴走』とを融合させます。 これにより、地方企業が抱える経営上の"迷い"を"確信"に変え、変革への揺ぎない一歩を力強く後押しすることで、私たちの使命である『地域創造』を新たな次元で実現してまいります。  【目指すビジネスモデル】  『自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する循環モデル』の構築  ○コンセプト  社内業務をデータとデジタルで徹底的に効率化し、それにより創出された「時間」と、自らの実践で得た「生きた知見」を、お客様との血の通った対話・伴走支援へ最大限に投入します。自らがまず実験台となって変革し、その経験を同じ課題を抱える中小企業へ還元することこそ、私たちにしかできない地域貢献の形であり、目指すビジネスモデルです。 | | 意思決定機関の決定に基づいていることの説明 | ①　取締役会において承認された【「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」】の方針に基づき、公表資料をPDFファイル形式で弊社ホームページにて公表しています。 |   (2) 企業経営及び情報処理技術の活用の具体的な方策（戦略）の決定   |  |  | | --- | --- | | 公表媒体（文書等）の名称 | ①　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～ | | 公表日 | ①　2025年 8月26日 | | 公表方法・公表場所・記載箇所・ページ | ①　弊社ホームページ トップ ＞ お知らせ ＞ 「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ ＞ PDFファイル埋め込み  　上記公表方法記載の「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ（URL:https://glocal-marketing.jp/news/dx-strategy/）内に、PDFファイル形式（ダウンロード可能）で埋め込んで公表しております。  　5ページ「実践主導型DX戦略-3つの柱」、6ページ「柱①：データドリブン経営への変革による生産性の最大化」、7ページ「柱②：全社ナレッジの形式知化によるサービス品質の向上」、8ページ「柱③：「実践知」のサービス化による提供価値の創造」、9ページ「DXの段階的推進計画」、10ページ「DX戦略を支えるデータ利活用の具体策」 | | 記載内容抜粋 | ①　【実践主導型DX戦略-3つの柱】  ○基本方針  　私たちは、「社内業務（バック）はデータとデジタルで徹底的に効率化し、それによって創出されたリソースを、お客様との血の通った対話や伴走支援（フロント）に最大限投入する」という基本方針のもと、DXを推進します。  ○DX戦略  　上記の基本方針に基づき、先に掲げた経営ビジョンを実現するため、私たちは『社内業務変革と提供価値向上を直結させる、実践主導型DX戦略』を、以下の３つの柱で推進します。その実行基盤として、当社が全社導入しているGoogle Workspaceを最大限に活用します。  戦略の柱①：データドリブン経営への変革による生産性の最大化  従来の経験や勘に依存した部分的な意思決定から脱却し、社内に散在するデータを一元化・可視化します。これにより、経営から現場のコンサルティング活動まで、あらゆる階層で客観的データに基づく「データドリブンな意思決定プロセス」へと変革し、全社的な生産性を最大化します。  戦略の柱②：全社ナレッジの形式知化によるサービス品質の向上  Google Workspaceという統一プラットフォーム上で、個々のコンサルタントの中に留まっていた暗黙知（ノウハウ、顧客課題、成功・失敗事例）を、全社員が共有・活用できる「形式知」へと転換します。これにより、属人性を排して組織全体のサービス品質を標準化し、顧客へ提供する価値の底上げを図ります。  戦略の柱③：「実践知」のサービス化による提供価値の創造  私たち自身が上記①②を実践する中で得た、成功も失敗も含む生々しい「実践知」を、既存のコンサルティングやセミナー・研修サービスに体系化して組み込みます。自らの変革プロセスそのものをサービスとして顧客に提供する『循環モデル』を確立し、説得力と共感性の高い、唯一無二のDX支援を実現します。  【DXの段階的推進計画】  　本戦略は、以下の3つのフェーズで段階的に推進します。  フェーズ１：DX基盤構築フェーズ（～1年目）  「データドリブン経営」の土台を構築します。当社は売上や原価をコミットシートという名称のスプレッドシートで管理していますが、年度ごと・用途ごとに分断されており、包括的な確認分析がしづらいという課題があるため解決を目指す。  フェーズ２：業務変革・効率化フェーズ（2年目）  構築したDX基盤を活用し、具体的な業務プロセスを変革します。精度の高い売上予測、データに基づく最適な人員配置、AIによるナレッジ検索・要約を活用した提案品質の向上などを実現し、全社的な生産性向上を追求。  フェーズ３：提供価値創造フェーズ（3年目～）  フェーズ１、２で得られた生産性向上と、Google Workspace等を活用したデータ基盤構築・運用の「実践知」を、既存のコンサルティングやセミナー・研修サービスに完全に組み込み、新たな付加価値を創造します。  【DX戦略を支えるデータ利活用の具体策】  　本戦略を実現するエンジンとして、社内に存在するあらゆるデータを経営資産と位置づけ、以下の通り具体的・多角的に利活用します。  1. 経営・営業領域におけるデータ活用  活用するデータ：  ・受注・売上実績データ、確度別のヨミ管理（見込み案件）データ  ・顧客属性・取引履歴データ（現在構築中のCRM）  利活用の方策：  ・Google AppSheetを活用した「コミットシート」の入力・運用の高度化と、Google Looker Studioによるリアルタイムな業績可視化を実現します。  ・上記システムにより蓄積された高精度なデータを基に、先行的な営業戦略を立案・実行します。  2. コンサルティング・サービス提供領域におけるデータ活用  活用するデータ：  ・プロジェクト別の工数・採算実績データ  ・クライアントの課題・施策・成果に関するデータ  ・各コンサルタントが持つ暗黙知（成功・失敗事例、ノウハウ）  ・セミナー・研修のアンケートおよびフィードバックデータ  利活用の方策：  ・プロジェクトの採算性を可視化し、サービス価格の適正化や人員配置の最適化を実現します。  ・課題・施策・成果のデータベースを構築し、類似案件に対する提案の質とスピードを向上させます。  3. 全社的なナレッジ共有とサービス品質向上におけるデータ活用  活用するデータ：  ・上記１，２で収集した全ての構造化・非構造化データ（ドキュメント、スプレッドシート、チャット履歴等）  利活用の方策：  ・全社員がGoogle Workspace上に情報を集約することを徹底します。これにより、プラットフォームに組み込まれたAI（Gemini）が、全社の情報を横断的に検索・要約することが可能となり、必要な知見へ即座にアクセスできる環境を構築します。  ・この「AIアシストによるナレッジ共有」を通じて組織全体の能力を底上げし、体系化された「実践知」を顧客向けの新サービスやコンテンツとして展開することで、ビジネスモデルの核である『循環モデル』を力強く駆動させます。 | | 意思決定機関の決定に基づいていることの説明 | ①　取締役会において承認された【「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」】の方針に基づき、公表資料をPDFファイル形式で弊社ホームページにて公表しています。 |  1. 戦略を効果的に進めるための体制の提示  |  |  | | --- | --- | | 戦略における記載箇所・ページ | ①　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～  　11ページ「DX戦略を強力に推進する体制と意思決定プロセス」、12ページ「DXを担う人財の育成・確保に関する方針と目標」 | | 記載内容抜粋 | ①　【DX戦略を強力に推進する体制と意思決定プロセス】  　当社のDX戦略を強力に推進するため、経営トップのリーダーシップの下、以下の体制を構築します。  DX推進総括責任者（オーナー）  ・代表取締役 CEO 今井 進太郎  DX実行総括責任者  ・取締役 CFO 遠藤 頑太  DX推進チーム  ・推進リーダー：  　コンサルティング部長 八田 元之  　コンサルティング部 トップコンサルタント 武田 知浩  ・チームメンバー：  　各部門（コンサルティング、営業、管理部門等）から選出された担当者  ○意思決定プロセス  　全体方針は取締役会で決議。個別施策はDX推進チームが起案し、スピード感を最優先に、重要度に応じ経営層（経営会議等）の承認を得て迅速に実行します。  ○外部組織との関係構築・協業  　グーグル・クラウド・ジャパン合同会社とのパートナーシップを強化し、最新技術動向やノウハウを積極的に取り入れます。  【DXを担う人財の育成・確保に関する方針と目標】  ○目指す人財像  1. 全社員：『主体的デジタル活用人財』  自身の業務効率化や顧客への価値向上のため、Google Workspace等のデジタルツールを、指示待ちではなく主体的に使いこなす人財。  2. DX推進リーダー：『変革ドライバー人財』  データ分析、プロジェクトマネジメント、部門間調整のスキルを兼ね備え、DXの具体的な施策を牽引する人財。  ○人財育成方針  ・Google Workspace活用研修、データリテラシー向上研修、社内実践事例共有会を定期的に実施。  ・外部専門研修への参加支援、資格取得支援制度（ITパスポート、G検定等）を拡充。  ○具体的な数値目標  目標①： 3年後までに、全正社員のITパスポート資格取得率を20%以上とする。  目標②： Google Workspace活用に関する社内認定制度（※）を設け、2年後までに全社員の8割がブロンズランク以上を取得する。  目標③： データリテラシーに関する研修を、全社員対象に年間2回以上実施する。  ＜補足＞  ※Google Workspace社内認定制度（案）  ● ゴールドランク： 他者への指導やコンサルティングが可能なレベル  ● シルバーランク： 応用的な機能を活用し、業務を大幅に効率化できるレベル  ● ブロンズランク： 主要機能を理解し、日常業務を支障なく遂行できるレベル |  1. 最新の情報処理技術を活用するための環境整備の具体的方策の提示  |  |  | | --- | --- | | 戦略における記載箇所・ページ | ①　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～  　13ページ「DX戦略を支えるITシステム環境整備」 | | 記載内容抜粋 | ①　【DX戦略を支えるITシステム環境整備】  ○基本方針  　当社は、DX戦略の実行基盤として、創業早期から「クラウドファースト」を徹底し、全社的な業務基盤としてGoogle Workspaceを導入・活用しています。 今後の環境整備においては、新たなシステムを闇雲に導入するのではなく、この「クラウド中心の思想」をさらに推し進め、「既存システムの深化」「データ連携の強化」「セキュアな利活用」の3点を基本方針とし、戦略実現に向けた投資を継続します。  ○具体的方策  1. データ活用基盤の深化  当社のデータドリブン経営の中核を担う「コミットシート（経営数値管理シート）」の運用を、現在のスプレッドシート中心の形から、より高度なデータ活用が可能な環境へと進化させます。Google AppSheetで入力業務をアプリ化し、CRMとしてのデータ蓄積基盤を構築。Looker Studioでリアルタイムに可視化します。  2. 統合プラットフォームの運用強化  DX戦略の柱である「ナレッジの形式知化」を実現するため、全社員が利用するGoogle Workspaceを、単なるツール群から「生きたナレッジプラットフォーム」へと昇華させます。全ての業務情報をGoogle Workspaceに集約し、生成AI(Gemini)が組織の全情報を横断的に検索・要約できる環境を実現します。  ○DX投資計画およびレガシーシステムへの対応  ・DX投資計画： 当社のDX投資は、物理的なサーバー等のハードウェア資産への投資を極小化し、①クラウドサービスの利用料、および、②それらを使いこなすための人財育成、の2点に重点的に配分します。投資対効果については、DX実行総括責任者（CFO）が定期的に評価し、取締役会へ報告します。  ・レガシーシステムへの対応： 当社は「クラウドファースト」方針により、いわゆる「レガシーシステム」を抱えていません。私たちの課題は、システムの刷新ではなく、複数のクラウドサービスやスプレッドシートに散在しがちな「データのサイロ化」を防ぐことです。これに対しては、上記「方策１」で示したデータ活用基盤の構築・深化を通じて、データを一元的に管理・連携させることで対応します。 |   (3) 戦略の達成状況に係る指標の決定   |  |  | | --- | --- | | 公表媒体（文書等）の名称 | ①　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～ | | 公表日 | ①　2025年 8月26日 | | 公表方法・公表場所・記載箇所・ページ | ①　弊社ホームページ トップ ＞ お知らせ ＞ 「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ ＞ PDFファイル埋め込み  　上記公表方法記載の「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ（URL:https://glocal-marketing.jp/news/dx-strategy/）内に、PDFファイル形式（ダウンロード可能）で埋め込んで公表しております。  　14ページ「DX戦略の達成度を測る指標(1/2)」、15ページ「DX戦略の達成度を測る指標(2/2)」 | | 記載内容抜粋 | ①　【DX戦略の達成度を測る指標】  ○戦略の推進状況を管理する仕組み  　当社のDX戦略の達成状況は、DX推進チームと取締役会により定期的（半期に1回）に進捗を管理し、継続的な改善に繋げます。  《戦略の柱①：データドリブン経営への変革による生産性の最大化》  ・労働生産性（従業員一人当たり付加価値額）の上昇率  ・定義： 当社が従来より「コミットシート」で日々管理している労働時間と創出価値のデータを基に算出する、労働生産性をさらに向上させることを最重要指標とします。全社的な生産性向上が、DXによる企業価値向上に直結することを測定します。  ・種別： 定量指標  ・間接業務時間の削減率  ・定義： AppSheet導入や業務プロセス見直しによるバックオフィス業務の効率化を測定します。  ・種別： 定量指標  ・データ活用基盤の構築完了  ・定義： フェーズ１の目標である「コミットシート」のAppSheet/Looker Studio化の完了をもって達成とします。  ・種別： 定性指標（計画の進捗を評価する指標）  《戦略の柱②：全社ナレッジの形式知化によるサービス品質の向上》  ・顧客満足度スコアとNPS®（ネット・プロモーター・スコア）  ・定義： コンサルティングやセミナー・研修の提供後にアンケートの実施を徹底し、顧客満足度スコアおよびNPS®を定点観測します。これによりサービス品質を客観的に測定し、継続的な改善に繋げます。  ・種別： 定量指標  ・ナレッジプラットフォームへのナレッジ追加件数  ・定義： Google Workspace上に蓄積・共有されたノウハウや事例の年間追加件数。組織知の蓄積と鮮度を測定します。  ・種別： 定量指標  ・Google Workspace習熟度レベル（ブロンズ以上）の取得者割合  ・定義： 社内認定制度におけるブロンズランク以上の取得者割合。全社員のデジタル活用能力の向上度合いを測定します。  ・種別： 定量指標（計画の進捗を評価する指標）  《戦略の柱③：「実践知」のサービス化による提供価値の創造》  ・自社DX実践知を反映したコンサルティングサービスのブラッシュアップ  ・定義： 自社のDX推進プロセスから得られた知見を基に、既存のコンサルティングメニューやセミナー内容を定期的に更新・高度化します。  ・種別： 定性指標  ・DX関連支援の引き合い件数  ・定義： 当社のDX推進への取り組みが、顧客からの新たな信頼とビジネス機会の創出に繋がっているかを測定します。  ・種別： 定量指標 |   (4) 実務執行総括責任者による効果的な戦略の推進等を図るために必要な情報発信   |  |  | | --- | --- | | 発信日 | ①　2025年 8月26日  ②　2025年 8月26日 | | 発信方法 | ①　弊社ホームページ内『「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ』  　弊社ホームページ トップ ＞ お知らせ ＞ 「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせ  　https://glocal-marketing.jp/news/dx-strategy/  　ページのメインコンテンツとして掲載  ②　グローカルマーケティング株式会社 DX戦略：『地域創造』の新たなステージへ ～自社のDX実践を、地域への提供価値へと転換する～  　弊社ホームページ トップ ＞ お知らせ ＞ 「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ ＞ PDFファイル埋め込み  　上記公表方法記載の「DX戦略『地域創造』の新たなステージへ」策定のお知らせページ（URL:https://glocal-marketing.jp/news/dx-strategy/）内に、PDFファイル形式（ダウンロード可能）で埋め込んで公表しております。  　17ページ「経営者による情報発信とステークホルダーとの対話」 | | 発信内容 | ①　【発信内容（代表メッセージ）】  私たちが創業以来、変わらず掲げ続けてきた使命、それは『地域創造』です。新潟という地に根を張り、日々奮闘されている地方・中小企業の皆様の成長こそが、地域の、そして日本の未来を創ると信じ、私たちは伴走してまいりました。  今、デジタル技術の進化は、社会に大きな変革をもたらしています。これは、地方・中小企業にとって、大きなビジネスチャンスであると同時に、変化への対応という新たな課題を突き付けています。  この変革の時代において、私たちがお客様に提供すべき真の価値とは何か。それは、単に最新ツールを導入することではありません。データやAIが示す『客観的な知性』と、私たち人間が持つ『血の通った伴走』とを融合させ、お客様が抱える経営上の"迷い"を"確信"に変え、変革への揺ぎない一歩を力強く後押しすることだと確信しています。  自らがDXの実践者となり、その「生きた知見」を地域へ還元する  この新しい価値を提供するため、私たちはまず、私たち自身が徹底的にDXを実践することにコミットします。  私たちのDX戦略の核は『社内業務変革と提供価値向上を直結させる、実践主導型DX戦略』です。全社的な業務基盤であるGoogle Workspaceを最大限に活用し、AppSheetやLooker Studioを用いてデータドリブンな経営体制を構築。AI（Gemini）の支援を受けながら、組織のナレッジを形式知化し、全社的な生産性を最大化します。  しかし、これは単なる社内改革に留まりません。この私たち自身の変革プロセス（成功も失敗も含む生々しい実践知）そのものを、最も価値のあるサービスとして、同じ課題を抱える地方・中小企業の皆様へ提供していく。これこそ、東京の大企業には真似のできない、私たちだからこそできる、地域への貢献の形だと信じています。  私たちは、このDX戦略の進捗を、「労働生産性」や「顧客満足度」といった具体的な指標で厳格に管理し、その成果を皆様に公表していくことをお約束します。  私たちグローカルマーケティングは、自らが「地域のDX推進のモデルケース」となることで、一社でも多くの企業の変革を支え、『地域創造』を新たな次元へと引き上げてまいります。 どうか、私たちのこれからの挑戦にご期待ください。  グローカルマーケティング株式会社 代表取締役 CEO 今井 進太郎  ②　【経営者による情報発信とステークホルダーとの対話】  ○発信方法・媒体  　以下の媒体を通じて、ステークホルダーの皆様との対話を促進します。  ・公式表明：コーポレートサイトへの固定ページ新設  ・定期的発信：コーポレートサイト「お知らせ」欄での進捗報告（半年に1回目安）  ・多角的展開：採用サイト等でのDXへの取り組みのアピール |   　(5) 実務執行総括責任者が主導的な役割を果たすことによる、事業者が利用する情報処理システムにおける課題の把握   |  |  | | --- | --- | | 実施時期 | 2025年 4月頃　～　2025年 6月頃 | | 実施内容 | 「DX推進指標」を用いて課題把握を実施し、IPAの入力サイトより提出済み。 |   　(6) サイバーセキュリティに関する対策の的確な策定及び実施   |  |  | | --- | --- | | 実施時期 | 2025年 5月頃　～　継続実施中 | | 実施内容 | SECURITY ACTION制度に基づき自己宣言（二つ星）を行っている。 |   （注）(1)～(3)の取組において公表先のURLを提出しない場合は次の①の書類を、(4)の取組において情報発信内容を確認できるウェブサイトのURLを提出しない場合は、次の②の書類を添付すること。また、必要に応じて③、④の書類を添付できる。  ①　(1)～(3)の取組における、公表を行っていることを明らかにする書類（公表先のウェブサイトの画面を印刷した書類等）  ②　(4)の取組における、情報発信を行っていることを明らかにする書類（情報発信内容を確認できるウェブサイトの画面を印刷した書類等）  ③　(1)の取組における企業経営の方向性及び情報処理技術の活用の方向性、(2) の取組における戦略を補足説明するための書類（最新の情報処理技術の変化による影響を踏まえた観点から決定していることを説明する書類等）  ④　(5)～(6)の取組における、実施内容を補足説明するための書類 |

備考．用紙の大きさは、日本産業規格Ａ４とすること。

様式第１６（第４０条関係）（第四面及び第五面）

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 情報処理の促進に関する法律施行規則第４１条第２号に掲げる基準による認定を受けようとする場合は、以下についても記載すること。  　(1) データ連携システムの運用及び管理に関する説明   |  |  | | --- | --- | | データ連携システムの目的、概要に関する説明 |  | | データ連携システムの運用及び管理を開始した日 | 年　　月　　日 | | ガイドラインその他の機構が定める文書等の名称 |  | | 開発、運用及び管理を共同で行うことが合理的であることの説明 |  | | データ連携システムにおいてデータ流通機能及び連携サービス機能を有することの説明 |  |   (2) 利用者に対するデータの管理に関する事項の開示   |  |  | | --- | --- | | 文書等の名称 |  | | 記載箇所・ページ |  | | 実施内容 |  |   　(3) データ連携システムの安全性及び信頼性の確保のために必要な措置の継続的な実施   |  |  | | --- | --- | | 文書等の名称 |  | | 記載箇所・ページ |  | | 実施内容 |  |   　(4) データ連携システムに接続する情報処理システムの安全性及び信頼性を確保されていることを確認するために必要な措置の継続的な実施   |  |  | | --- | --- | | 文書等の名称 |  | | 記載箇所・ページ |  | | 実施内容 |  |   　(5) 他のデータ連携システムとの相互の連携を確保するためにデータ連携システムが準拠する基準の公表   |  |  | | --- | --- | | 公表媒体（文書等）の名称 |  | | 準拠する基準に対してデータ連携システムで機能を整備していることの説明 |  |   　(6) データ連携システムに係る事業の実施に必要な経営の安定性及び経営資源の確保   |  |  | | --- | --- | | 経営の安定性の確保に関する説明 |  | | 経営資源の確保に関する説明 |  |   （注）(1)～(6)の取組においては、必要に応じて実施内容を補足説明するための書類を添付するものとする。 |

備考．用紙の大きさは、日本産業規格Ａ４とすること。

様式第１６（第４０条関係）（第六面）

（記載要領）

１．「申請年月日」欄は、経済産業大臣に認定申請書を提出する年月日を記載すること。

２．「住所」欄は、一般事業主が法人の場合にあっては、主たる事務所の所在地を記載すること。

３．一般事業主が法人の場合であって法人番号が記入されている場合は、一般事業主の氏名又は名称、代表者の氏名、住所の記載を省略することができる。

４．申請を行う類型について、該当するものの番号を○で囲むこと。

５．申請内容は正しく記載すること。認定後、虚偽または不正の申請を行ったことが判明した場合には、認定の取消し等所要の措置を講ずることがある。