

ステージ1・2で深めた生産性向上に関する理解を踏まえ、既存の戦略や業務プロセスの見直し、またデジタル技術の活用などにより生産性向上に取り組んだ企業の事例を見ていきましょう。

サービス産業取組事例集 目次



初級編

p. 18~21

✓ 対象読者

- ✓ まずはお金をかけずに、生産性向上に向けて小さくチャレンジしてみたい方
- ✓ ツールを導入したり、外部の業者に頼る前に、自分たちでできることをやってみたい方

✓ 事例

- スイレン（香川県高松市） **教育** **業務負荷軽減**
既存業務の標準化・定型化によりコストを圧縮し、売上が5倍増
- ひらめき塾（宮城県多賀城市） **教育** **プロモーション** **ブランディング**
顧客目線の情報を時代に合った手段で発信し、コロナ禍でも過去最高の生徒数を実現
- 株式会社サン（静岡県静岡市） **ビルメン** **ムダ・ムラをなくす**
作業効率の高いスタッフの手順の見える化・標準化により、職場全体の生産性を向上
- 株式会社浮月（静岡県静岡市） **外食・中食** **プロモーション** **ブランディング**
Web広告の実施結果を定量的に把握・分析し、次の広報戦略に活かすプロセスを構築



中級編

p. 22~27

✓ 対象読者

- ✓ SaaS（Software as a Service）などを活用して、コストを抑えながら生産性向上に向けた取組にチャレンジしてみたい方
- ✓ 特定の業務プロセスの生産性向上に取り組んでみたい方

✓ 事例

- 株式会社クリブ（東京都港区） **外食・中食** **従業員満足度向上** **業務負荷軽減**
従業員を巻き込んだDXの推進により効率よく、楽しく働ける職場作りを実現
- 株式会社希望荘（三重県三重郡） **観光** **顧客満足度向上** **業務負荷軽減**
顧客情報管理システム導入とマルチタスク化の推進で、顧客満足度を向上
- アルコット株式会社（富山県富山市） **ビルメン** **業務負荷軽減**
クラウド型ITツール導入により採用率の向上とOJTの品質向上を実現
- 株式会社村松園（静岡県富士市） **小売** **プロモーション** **ブランディング**
地域のパートナー企業とともに顧客ニーズの変遷に合わせた商品を開発・販売
- 合資会社石川商店（静岡県御殿場市） **小売** **業務負荷軽減** **販売チャネル拡大**
ECとWebプロモーションの充実で歴史ある商品を時代に合わせた方法で販売
- 株式会社どんどん（静岡県静岡市） **外食・中食** **従業員満足度向上** **販売チャネル拡大**
デジタルツール導入を「楽しみ」、経営理念「HAPPY TOGETHER」を実現



✓ 対象読者

- ✓ 自社の課題解決のため、複数の既存技術・サービスを組み合わせたり、新しい仕組みの開発にチャレンジしたい方
- ✓ 社会情勢の変化に応じて社内システムの在り方を見直したいと考えている方

✓ 事例

- 株式会社湯元館（滋賀県大津市） **観光** **従業員満足度向上** **IoT活用**
先端テクノロジーのフル活用により生産性を向上し、従業員の待遇を改善
- 株式会社陣屋（神奈川県秦野市） **観光** **顧客満足度向上** **従業員満足度向上** **IoT活用**
高付加価値戦略とDXを両輪で推進することで働き方改革を実現し、離職率を低減
- 株式会社大津屋（福井県福井市） **外食・中食** **業務負荷軽減** **IoT活用**
AIの画像認識技術を活用し、自社業務に最適化したシステムを開発
- 株式会社ドリームプラザ（静岡県静岡市） **小売** **業務負荷軽減** **従業員満足度向上**
テナント売上を効率的に管理するための基幹システムの刷新

付録1：生産性向上のためのポイントまとめ

ステージ1・2で深めた生産性向上に関する要点を以下にまとめました。簡単に復習いただき、次ページ以降の事例を読み進めてみましょう。

✓ 工数削減・業務効率化

- 工数削減のために業務効率化は、下記の3ステップで進めます。

Step1：実態調査
Step2：課題整理・改善案検討
Step3：効果検証・展開検討

- 何のために工数削減・業務効率化を行うのか、目的を従業員と共有し、巻き込みながら取組を進めていきましょう。
- DXは有効な手法ですが、あくまで手段なので目的化しないよう留意しましょう。

✓ 付加価値向上・売上増加

- まずは以下の3つの枠組みから、どのような付加価値をどのように創出するかを検討し、ビジネスモデルを描いてみましょう。

① 誰に：対象とするターゲット層・地域
② 何を：自社のサービス・商品
③ どうやって：実行する際の手段

- また、最大限に付加価値を向上させるには、自社の強み・弱みや顧客のニーズ、外部環境の変化を正しく認識する必要があります。あわせて「SWOT分析」や「3C分析」、「PEST分析」などのフレームワークを活用して、「他社にはない自社ならではの強み」を明らかにし、顧客のニーズに合わせた伝え方ができるように工夫してみましょう。

- 初級編 -

教育

業務負荷軽減

既存業務の標準化・定型化により コストを圧縮し、売上が5倍増

所在地：
香川県高松市

実施事業者：
スイレン（水泳教室）

事例出典：
よろず支援拠点事例紹介より



改善施策実施の背景

- 水泳のマンツーマンレッスンを提供するスイレンは、レッスンのフィードバックを丁寧に記載した指導カルテ作成など生徒一人一人に合った指導により好評を得ている。
- 生徒数増加に伴い、経営者は当初、作業時間を確保しサービス品質を維持するため、事務員の雇用を検討していたが、その前にまず作業の簡素化・効率化にチャレンジすることにした。



業務改善手順

STEP① 「作業時間が足りない」のはなぜか、真の原因を分析

- 人気インストラクターである経営者が丁寧に作成する指導カルテは他社との差別化要因である一方、カルテ作成方法が標準化されておらず、都度個別にコメントを考えながらExcelフォーマットに手入力していることが業務改善のポイントであることを特定した。

STEP② 作業を標準化し、手入力作業をExcelで定型化

- 「指導のカテゴリ分け」「指導メニューの細分化」により、カルテの仕様を整備することで指導の標準化につながった。
- コメント文を定型文化することで、カルテ作成時間の削減に成功した。

様のレッスン状況表



2月4日	種目	クロール	7月22日	種目	平泳ぎ
予定	泳力チェック		予定	キック	
結果	呼吸なしのクロールで7mOK!		結果	足の形がだいぶ整ってきました。水の感覚がもう少し感じられるとOK!	
2月18日	種目	クロール、基礎	9月2日	種目	平泳ぎ
予定	呼吸付クロール	12.5m	予定	手足のタイミング	
結果	恐怖心が見えたので基礎練習中心に練習しました!		結果	足首が戻っていたので修正を行いました。	

7月1日	種目	水慣れ	バタ足	7月10日	種目	バタ足
予定	クロール		12.5m	予定	クロール	15m
結果	目標：恐怖心克服! ヤル気が出ていてとってもGood!			結果	基礎練習中心に練習しました! 今日はとてもよかったです!	
	種目	※	※		種目	※
予定	※		※	予定	※	※
結果	※		※	結果	※	※

ポイント



「忙しくて作業にかける時間が足りない…」
そんなときは、まず「時間が足りない原因は何か？」を考えてみましょう。業務効率化のポイントが見えてくるかもしれません。Excelの使い方を工夫するだけでも、生産性向上は十分可能です。



業務改善効果

- 事務員を新規雇用せず、他社との差別化ポイントである丁寧な指導カルテを提供し続けることができた。
- 指導カルテの作成時間を1/2に短縮できたことで、1日の指導件数を増やせたため、年間売上は初年度100万円から500万円までアップした。今後は経営者以外の指導員を増員し、年商2,000万円を目指す。

- 初級編 -

顧客目線の情報を時代に合った手段で発信し、 コロナ禍でも過去最高の生徒数を実現

教育

プロモーション

ブランディング

所在地：
宮城県多賀城市

実施事業者：
ひらめき塾

事例出典：
よろず支援拠点事例紹介より



改善施策実施の背景

- 個別指導でも、集団指導でもない、生徒一人ひとりに合った指導を行う「勉強方法追求型授業」を強みとする学習塾。1999年の創業以来11年連続で学年トップの成績の生徒を輩出。
- 少子化、大手学習塾の進出、個別指導へのニーズの集中など外部環境が厳しさを増す中、手作りチラシに時間と労力をかけ配布するも、安定した生徒数確保につながらなかった。



業務改善手順

STEP① 自社事業の「強み」と「課題」を分析し、可視化

強みは、卒業生が「人生の課題を乗り越える糧となっている」と感じるほどの指導方法

- 一人ひとりの性格や、順位別、志望校別などの違いにより勉強方法を個別に最適化。
- 同じ内容を指導する場合でも一人ひとりのレベルに合うよう塾長が自らテキストを作り変えて提供。

課題は、自社の強みの「見せ方」と発信方法

- 「潜在顧客に、自社にしかない強みを理解してもらう」という視点で情報発信できていなかった。
- 唯一の発信活動が手書きチラシであり、デジタル媒体を活用できていなかったため、限られた範囲にしか情報を届けられていなかった。

STEP② 潜在顧客に「刺さる」情報を、デジタル・アナログの両面から幅広く発信

- 競合他社との違いを整理し、そこから導かれる特徴を洗練させ「当社の事業とは何であるか」を一言で表すキャッチコピーを作成。
- 「業者のテキストは一切使わず、塾長が手作業で作成した完全オリジナルのテキストを使用している」などの独自の強みがひと目で伝わるよう、折込チラシのデザインを改善するとともに、「勉強法を変えれば人生が変わる！」という強いメッセージを掲載。
- ウェブサイト・若年層に利用者の多いTwitterの活用を開始。塾指導の考えなどを週1～2回発信するなど定期的な情報提供を実施。

ポイント

「自社のサービスや商品をまだ知らない人に対し、自社にしかない強みを伝える」という目線で情報発信ができていないか、確認してみましょう。



業務改善効果

- 新型コロナウイルス感染症の影響のなか、生徒数が230%アップし開塾以来最多となった。
- 顧客目線で言葉を紡ぐノウハウを得たことで、発信する情報の質が向上した。
- 従来の手書きチラシとウェブサイト・ブログ・SNSによる情報発信が相乗効果を生んだ（チラシを見た後、ウェブサイト等で教育内容を確認して入塾を決めるなど）。

- 初級編 -

ビルメン

作業効率の高いスタッフの手順の見える化・標準化により、職場全体の生産性を向上

ムダ・ムラをなくす

所在地：
静岡県静岡市

実施事業者：
株式会社サン

事例出典：
令和3年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

- 株式会社サンは、静岡県内に5事業所を有し、清掃・設備管理・警備などの総合ビルメンテナンス事業を展開している。
- 同社が請け負うあるホテルの清掃業務は、作業品質は高いものの、清掃スタッフによる作業時間のばらつきが大きい（作業の早いスタッフは1室当たりの清掃を20分で終わるが、遅いスタッフは40分かかる。中央値は30分程度）ことが課題であった。



業務改善手順

STEP① 清掃スタッフへのインタビュー実施

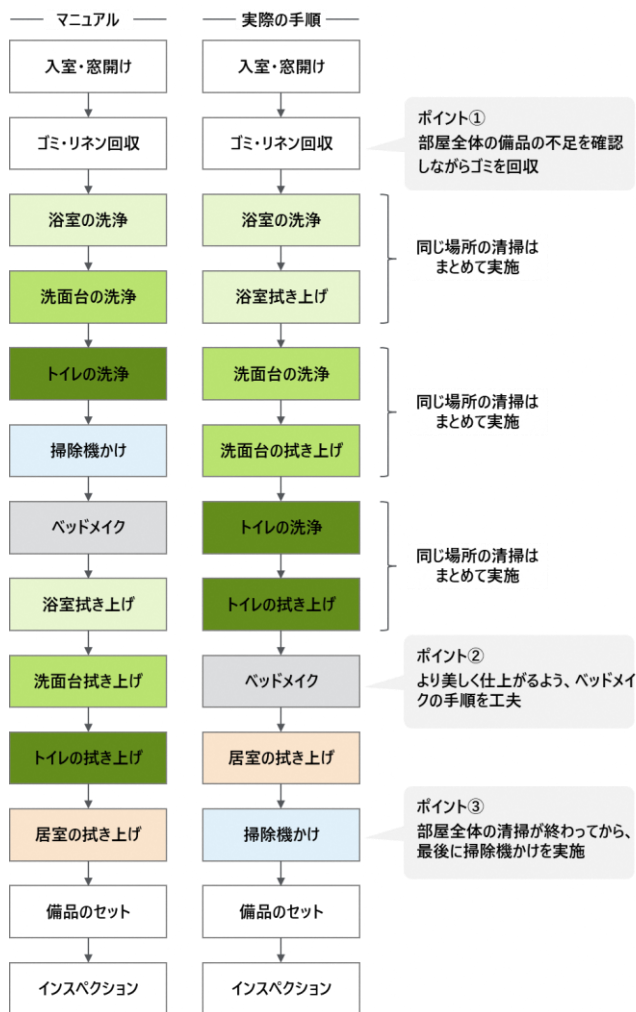
- 作業の早いスタッフへのインタビューの結果、効率化のため清掃マニュアルに記載の手順とは大きく異なる手順をとっていることが判明した。
- 作業の早さの決め手となっているのは、部屋とリネン庫・備品置き場との往復移動回数を1回に抑えていることであった。入室時のゴミ・リネン回収の際に不足備品を記憶し、ゴミ・使用済みリネンを排出した後、そのまま不足備品を取って部屋に戻っていることが分かった。

STEP② 清掃マニュアル改善ポイントの検討

- インタビュー結果を踏まえ、手順の入れ替えや「備品チェックシートの作成」など、清掃マニュアル改善ポイントを洗い出した。
- 併せてOJTの仕組みの整備など、改善したオペレーションを定着させていく手法の検討も実施した。

ポイント

「生産性向上＝デジタルツール導入＝お金がかかる」ということではありません。
 まずは、職場で作業の早い人にやり方を聞いて、それを他のスタッフに共有するだけでも生産性は格段に向上します。
 まずはできるところから、小さく始めてみましょう！



業務改善効果

- 今後、今回検討した方針で清掃マニュアルを改善してスタッフに手順を再教育することで、作業時間の短縮につながり、生産性が約1.5倍に向上することが期待できる。

- 初級編 -

外食・中食

Web広告の実施結果を定量的に把握・分析し、次の広報戦略に活かすプロセスを構築

プロモーション

ブランディング

所在地：
静岡県静岡市

実施事業者：
株式会社浮月

事例出典：
令和2年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

- 1892年(明治25年)創業の徳川慶喜ゆかりの老舗料亭であり、静岡を代表する日本庭園等を有している。
- 日本文化発信の地としても、県内外の利用者で賑わっていたが、コロナによる飲食等の自粛により利用者が激減。今後のコロナの影響の長期化も見据え、従来とは異なるアプローチでの認知度と集客力の向上を目指した。



業務改善手順

STEP① Googleアナリティクス、キーワードプランナーの活用による現状の可視化

実施事業者でもこれまでGoogleアナリティクスや広告の設定は行っていたが、あまり使われていない状況にあったため、コロナを機に本格的に活用を開始した。

- Googleアナリティクスを用いて、現在のウェブサイト等の訪問状況について把握・分析
例：日次・月次のアクセス数、訪問者の属性（年代、居住エリア、国籍等）、閲覧数の多いページ、離脱ページ 他
- 同サービスによるキーワードプランナーを活用し、現在のトレンドワード（よく検索されるワード）を分析し、実施事業者と関連性の高いキーワードを抽出

STEP② Google広告の活用促進

- 分析した現状を踏まえ、実施事業者にとってのターゲット層を改めて整理した。
- そして、整理したターゲット毎にGoogle広告での出稿を実施した。
- 広告出稿後の定期的なモニタリングを実施。Googleアナリティクス等を使って広告の効果、またキーワードプランナーでのトレンドを随時確認し、広告及びウェブサイトの文章等に反映していくという運営サイクルを構築した。

ポイント

- ◆ キーワードプランナーとは
ウェブサイトや広告配信のための最適なキーワードを見つけることができます。調べたいキーワードごとの検索数やトレンドワードを確認でき、SEO対策の一環としても使われるものです。
- ◆ Google広告とは
Google上で紹介したい商品・サービス等が興味のある人に効率よく届く広告プラットフォームです。ビジネス宣伝、商品・サービスの販促、認知度向上に役立ちます。



業務改善効果

- 大河ドラマ「青天を衝け」の影響もあり、本取組を開始してから1年弱の2022年1月時点で以下の通りの効果が現れている。
 - ✓ ページ別訪問数が対前年比で38%増加。特に、他サイトからの流入や有料広告・twitterをはじめとするソーシャルメディア経由でのアクセスが増えた。
 - ✓ 指名検索数（「浮月楼 静岡」など浮月楼の関連ワードによるGoogle検索数）が前年同月比で50%増加。
- 引き続き自社サイトへのアクセス状況を確認・分析しながら広報戦略を実践するとともに、コロナ禍で大きく変遷した顧客ニーズに合わせた新規事業展開により売上の増加を目指す。

- 中級編 -

外食・中食

従業員を巻き込んだDXの推進により 効率よく、楽しく働ける職場作りを実現

従業員満足度向上

業務負荷軽減

所在地：
東京都港区

実施事業者：
株式会社クリブ

事例出典：
農水省「外食・中食の生産性向上コラム集」(2019年3月)より



改善施策実施の背景

- クリブは東京都を中心に8店舗を展開するチョップドサラダ専門店。単なる業務の効率化ではなく、「飲食店の価値の向上 = 人の価値の向上」という哲学のもと、「スタッフが楽しく働ける」「顧客の注文体験をよりストレスなく進化させる」ことで、さらに魅力的な店舗作りを目指すため、キャッシュレスセルフレジシステムを導入。



業務改善手順

STEP① キャッシュレスレジシステムの構築

- 決済方法をキャッシュレスに絞り、店外からアプリで注文する「ピックアップ注文」、店内端末で注文する「セルフレジ注文」、店内からアプリで注文する「店内注文」の3つの手法から顧客が自由に選択できる方式を導入。

STEP② 従業員の巻き込み

- キャッシュレス化について、当初は顧客が離れるのではないかという心配の声が従業員から上がっていた。
- 「飲食業において最も大切なのは、模倣可能な「料理」や「内装デザイン」ではなく「人(従業員)」であるため、人がやらなくてもいい業務は機械化し、スタッフが顧客とのコミュニケーションに集中することで、スタッフと顧客双方の満足度を向上したい。そのためのキャッシュレス化である」との社長の思いを共有することで、従業員の理解を促進し巻き込んでいった。



ポイント

生産性向上やDXなどの取組を進めるときには、従業員の理解が必要不可欠です。「なぜその取組をやる必要があるのか」「どのような成果を求めてその取組を行うのか」などのメッセージやビジョンを、経営層が継続的に発信し、段階的に取組を進めていきましょう。



業務改善効果

- スループット（単位時間当たりの商品提供数）が31%向上した。
- スタッフがレジ締めなどの業務から解放され、帰宅時間が10～20分早くなった。その分顧客とのコミュニケーションに使える時間も増え、顧客ロイヤルティが向上するとともにスタッフも楽しく働ける職場へと変化した。
- 「イノベティブな注文体験」を通して顧客の利便性を向上するとともに、顧客から「すごい」「かっこいい」などのポジティブなフィードバックを受けるなど、顧客満足につながっている。

- 中級編 -

顧客情報管理システム導入とマルチタスク化の推進で、顧客満足度を向上

観光

顧客満足度向上

業務負荷軽減

所在地：
三重県三重郡

実施事業者：
株式会社希望荘

事例出典：
厚生労働省「収益力の向上に向けた取組みのヒント」(2018年3月・2019年3月)より



改善施策実施の背景

- 1967年(昭和42年)創業の老舗旅館。
- 予約台帳作成などの顧客管理業務を記憶頼りに手書きで行ってきたが、コスト削減と顧客満足度向上を目指し、社長と副支配人を中心として作業効率の向上に取り組むことにした。



業務改善手順

STEP① 顧客情報管理システム導入により業務効率化・接客サービス改善

- 顧客情報管理システムの導入により、部屋割り台帳作成作業をデジタル化。
- 従業員が簡単に宿泊者情報を確認できるようになったため、リピート客の食べ物の好みや送迎バス利用の有無を素早く把握するなどのサービスの向上につながった。

STEP② 従業員のマルチタスク(複数作業)化を推進

- 従業員のマルチタスク化推進のための「1.5人化生産性向上運動」により、フロント従業員が配膳業務を行ったり、送迎バス運転手が布団敷きを手伝うなど、他部署の業務をサポートし合える仕組みを整備した。

STEP③ 地産地消のメニューの開発でリピーター率を向上

- 郷土料理や地産地消の食材を取り入れたメニュー開発により、満足度とリピーター率が向上。
- 食材の仕入れにも、契約農家や産地直送の新鮮な食材を提供するシステムを構築し活用。

ポイント

生産性向上に取り組む目的のひとつは「事務作業などを効率的に処理できるようにすることで捻出した時間を、接客など売上に直結するより付加価値の高い業務に使えるようにする」ということです。単純にコストを下げるということだけがゴールではありません。

顧客管理は、顧客満足度の向上やリピーター化のための重要な業務です。業務効率化のためには、自社でシステムを構築をすることも考えられますが、最近ではSaaS (Software as a Service) といった、インターネット上の安価な顧客管理サービスを活用することもできます。自社に合ったサービスを探してみましょう。



業務改善効果

- 1日3時間かけていた部屋割り台帳の手書き作業時間を15分に圧縮できた。
- 従業員が簡単に顧客情報を閲覧できる環境を整備したことで、従業員が顧客の嗜好・状況に適したきめ細やかなサービスを提供できるようになり、顧客満足度が向上した。
- 従業員がマルチタスクに対応できるようになることで、配膳や布団敷きで宿泊客を待たせることが少なくなるとともに、繁忙期と閑散期の業務が平準化され、サービス向上と生産性向上を共に実現した。

- 中級編 -

ビルメン

業務負荷軽減

クラウド型ITツール導入により 採用率の向上とOJTの品質向上を実現

所在地：
富山県富山市

実施事業者：
アルコット株式会社

事例出典：
経産省中部経産局「IT活用事例集2019」より



改善施策実施の背景

- 北陸3県で200件以上の建物の「きれい」「安全」をつくる総合ビルメンテナンス企業として、毎年300人を超える採用を行っているが、昨今の人手不足の状況下で、採用率と定着率の向上、スタッフの早期戦力化が大きな課題となっている。
- また、社員の面接や現場教育対応の負荷が大きく、効率化する必要があった。



業務改善手順

STEP① IT導入補助金を活用し、面接に特化したクラウド型採用管理システムを導入

- クラウド型採用管理システムにより、面接日程調整を Web 上で行えるようになった。
- 担当者の空き状況から面接可能日を応募者に選択してもらうだけで申込みが可能になったこと、遠隔での面接が可能になったこと、面接前にヒアリングシートを送り条件等を把握できるようになったこと、録画した面接の様子を現場担当者に共有できるようになったことで、面接に関する負荷が下がり、採用者の質も向上した。

STEP② クラウド型マニュアル作成ツールの導入

- 機能が限定的な分シンプルにマニュアルを作成できるクラウド型マニュアル作成ツールの活用により、誰でも簡単にマニュアルを作れるようになり、ナレッジの横展開がスムーズになり、採用者の早期戦力化に貢献。



クラウド型マニュアル作成ツールによるマニュアル作成ステップ

ポイント

デジタルツールの導入を検討する際には、「そのデジタルツールを使ってどの業務をどのように変えていきたいのか」を明らかにしたうえで、「既存のオペレーションにどのような変化が起きるのか」「どんなリスクがあるのか」などの観点から、どんなツールが自社に合っているのか、整理してみましょう。



業務改善効果

- 日程調整から面接に至るプロセスが大幅に短縮化でき、社員の負荷の低減につながった。
- 約100名の面接に本システムを活用し、採用率が15%程度上昇した。
- クラウド型マニュアル作成ツールにより作成・公開されたマニュアルは導入3年で354本におよび、個人のもつノウハウの「見える化・共有化」が進んだ。これにより未経験者であっても画像や動画主体のマニュアルを見ながら作業をすることができ、OJTが順調に進むことから、早期戦力化も実現した。
- 今後はマニュアル閲覧用QRコードの作成により、マニュアルへのアクセスをより容易にし、マニュアル作成ツールの活用度を更に向上することを目指している。

- 中級編 -

地域のパートナー企業とともに 顧客ニーズの変遷に合わせた商品を開発・販売

小売

プロモーション

ブランディング

所在地：
静岡県富士市

実施事業者：
株式会社村松園

事例出典：
令和3年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

- 村松園は茶の生産が盛んな富士市久沢地区で4代続く茶葉の生産・製造・販売を行っている。高い品質を誇る一方、競合の多い静岡県では激しい競争にさらされている。
- 同社は自社サイトでの販促にも取り組むものの、売上アップのためには更なるプロモーション施策を必要としていた。



業務改善手順

STEP① 「誰に・何を・どう売なのか」を整理し、新商品を開発

- 地元Web制作会社「わくわくわーくす」の協力の下、まずは自社の強みを明確にして競合との差別化を図った商品開発を実施することとした。
- これまでの村松園の商品ラインナップはリーフを中心としたものだったが、わくわくわーくすとのディスプレイを通し、特に若い人を中心に、急須で淹れるリーフのお茶から、オフィスなどでも手軽に飲めるティーバックのお茶へと大きくニーズが移行していることを把握。「急須を持たない若い人が、本格的な富士茶を気軽に楽しめるティーバックを、AmazonなどのECサイトで簡単に購入できる」ようにすることを目指し、新商品「縁（えん） マグカップで淹れるプレミアムなティーバック」を開発した。

STEP② デジタル・アナログ両面からプロモーション実施

- わくわくわーくすが村松園へのヒアリングを通し、新商品の特設サイトを設置。商品コンセプトの見直しに伴いコーポレートサイトも全面的に刷新することとした。刷新に伴うサイト制作費を成果報酬型とする（わくわくわーくすも販促に参加し、代理販売分の一部を手数料収入とする）ことで、初期費用がかからないプロモーションが実現した。
- 日常のサイト管理もわくわくわーくすが行うので、Web販促を必ずしも得意としない事業者でも、クオリティの高いWebプロモーションが可能となった。
- 自社にないノウハウを持った地元の事業者との連携により、優れた地域産品を固定費を抑えつつ広域に販売できる体制（地域商社型連携体制）を構築した。
- 村松園では従来から各地の物産展への出店を積極的に行っている。デジタル化を推進しても、顧客との直接的な接点を持ち、顧客の反応を見たり、生の声を聞くことは変わらず重要であるため、アナログのプロモーション活動も並行して行うこととした。

※ 写真は、2021年12月にKITTE丸の内内で実施された、静岡県富士市産業PR展への出展時の様子。



業務改善効果

- 新商品開発及び販売チャネルの増加により、今後の売上アップが期待できる。
- これまで固定費としてかかっていたWebサイト管理費用が変動費化し、固定費の軽減を実現。

- 中級編 -

ECとWebプロモーションの充実で 歴史ある商品を時代に合わせた方法で販売

小売

業務負荷軽減

販売チャネル拡大

所在地：
静岡県御殿場市

実施事業者：
合資会社石川商店

事例出典：
令和3年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

- 石川商店は1908年(明治41年)創業。避暑地として名高い御殿場の外国人村でアメリカ人・ドイツ人に教わったハムの製法を守りつつ、時代に合わせた塩分削減などの工夫や商品開発を行い、長い時間をかけて「御殿場ハム」というブランドを育ててきた。
- なお一層の売上アップを図るためには、アナログな業務オペレーションやプロモーションを変革して、生産性を向上し新規顧客にリーチする必要があったため、デジタル技術を活用することにした。



業務改善手順

STEP① 自社サイトのEC機能を充実

- これまでも自社サイト上のフォームからの問合せは可能だったが、支払方法は郵便振替のみであり、自社サイト上で支払いまで完結することができなかった。また一連のやり取りの中で電話での確認が必要になる場面もあった。
- そのため、自社サイトに注文から支払いまで一括対応できるEC機能を実装し、顧客の利便性を向上するとともに電話対応等にかかる従業員の負荷の軽減を図った。

STEP② Webプロモーションの強化

- EC機能の実装に合わせて、自社サイトにGoogle Analyticsを実装。その結果、サイト訪問者の所在地の傾向や滞在時間が短いという課題が明らかになったので、オフラインでのプロモーション（物産展への出店など）やサイトのコンテンツの充実を図った。
- SNSによる情報発信を開始するためTwitterアカウントを作成。SNSアカウントは「最新の情報が発信されている生きたアカウント」であることが重要なので、まずは1日1投稿を目標に、従業員が交代で工場の様子や商品のおいしい食べ方の紹介など、日々の投稿を開始した。

ポイント



ECの活用手法は大きく「自社ECサイトを構築」と「ECモールへ出品」に分けられます。石川商店の場合は既に商品に知名度があり、自社サイトへの誘客のハードルが高くないため前者の手法を採用しました。消費者に商品名で検索してもらえるほどまだ知名度が高くない・といった場合は、手数料負担も発生しますが、まずはECモールへの出品を検討してみるのも良いでしょう。



業務改善効果

- EC機能充実により、今後は注文から支払いにかかる従業員の負担軽減や、決済までサイト上で完了できることによるオンライン販売の売上増加が期待できる。
- ツイッターによる情報発信の開始により、自社ブランドの認知度の向上だけでなく、ツイッターを通してではあるが従業員と顧客とのコミュニケーションが促進され、従業員のモチベーションが向上することが期待できる。
- 今後は、無料の勤怠管理アプリも活用し、経営者の給与計算の負担を軽減するなど、できることから少しずつデジタル化を進めていく。

- 中級編 -

外食・中食

デジタルツール導入を「楽しみ」、 経営理念「HAPPY TOGETHER」を実現

従業員満足度向上

販売チャネル拡大

所在地：
静岡県静岡市

実施事業者：
株式会社どんどん

事例出典：
令和3年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

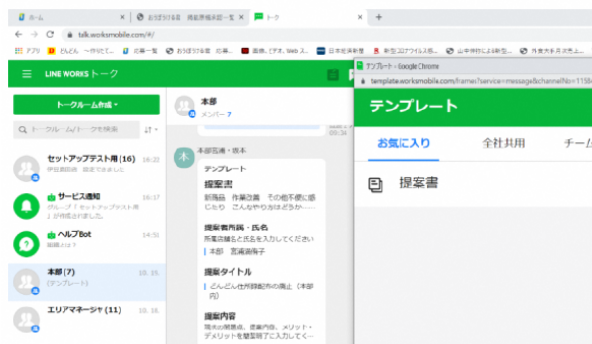
- 株式会社どんどんは、静岡県を中心に直営70店舗を展開する、創業40年の老舗お弁当チェーンである。「手作り・作りたて」のお弁当を「明るく・楽しく」提供することをモットーに地域に根差した経営を行ってきたが、コロナ禍により、これまで長年アナログを主体としてきた業務オペレーションについて、デジタル化を推進する必要に迫られた。



業務改善手順

STEP① チャットサービス「LINEWORKS」導入により社内コミュニケーションを改善

- 全店舗にLINEWORKSをインストールしたタブレットを導入。従来は本社が直接連絡するのは各店舗の店長までだったが、LINEWORKSにより全従業員と気軽にやりとりができるようになり、社内コミュニケーションが活性化した。
- LINEWORKSは画面がLINEに似ており、特段リテラシーがなくても従業員が気軽に扱えるのが大きなメリットである。どんどんでは、トーク機能のほか、アンケート機能を活用した各店舗の備品状況の確認や、テンプレート機能を活用しての休暇申請など各種申請の簡略化に取り組んだ。



LINEWORKS トーク画面

STEP② モバイルオーダーシステム導入に向けた検討の実施

- どんどんでは従来電話注文のみ対応していたが、顧客にとっての利便性向上や従業員の負荷軽減を目指してモバイルオーダーの導入を検討している。検討に当たっては、対応している決済手段などの機能要件、費用やサポート体制などの非機能要件の両面から複数の製品の比較を行った。
- モバイルオーダー導入に先行して自社HPのリニューアルも実施。またリニューアル時にGoogle Analyticsの設定を追加することで、ユーザーの属性やページごとの滞留時間、検索キーワード等のデータを収集し、今後のプロモーション施策に活かしていく。



業務改善効果

- LINEWORKS上の1投稿当たりの既読率が約90%となっており、LINEWORKSの活用が従業員に根付きつつある。
- 従業員へのアンケートの結果、LINEWORKSを「便利だと感じている」人が72%、「楽しく使っている」人が62%となった。またアンケート中「LINEWORKSを使ってやってみたいこと」との設問にも多数の回答が寄せられ、従業員のDXへの関心が高まっている。
- 店舗間の移動や店舗とのコミュニケーション（電話・メール）に割く人的コストが大幅に削減され、その分をプロモーション戦略検討やLINEWORKSを活用しての新しい施策検討など、より生産性の高い業務に回すことができるようになった。

- 上級編 -

先端テクノロジーのフル活用により生産性を向上し、従業員の待遇を改善

観光

従業員満足度向上

IoT活用

所在地：
滋賀県大津市

実施事業者：
株式会社湯元館

事例出典：
観光庁「宿泊業の生産性向上事例集3」(2019年)



改善施策実施の背景

- 湯元館は滋賀県大津市のおごと温泉街の老舗旅館。
- 過剰な設備投資により資金繰りがひっ迫し旅館存続の危機に直面してから約40年、現場の第一線社員を巻き込んだ継続的な改善を続け、現在では生産性の高さを従業員への給与に反映できるほどになり、顧客からも高い評価を得ている。



業務改善手順

STEP① 現場の社員を支える ICT 化、機械化など先端テクノロジーの活用

情報共有に関する取組

- 顧客情報管理システムの活用により、各部署（調理・配膳・フロント・サービススタッフ）へのスムーズな顧客情報の共有が可能になったことで、きめ細かな接客が実現。
- オーダーエントリーシステムにより、食事処におけるドリンクオーダー等の出数情報・会計情報を、顧客情報管理システムで管理することで、伝票の手書き作業が不要になった。



作業の効率化に関する取組

- ローラーコンベアによる、「調理場から各宴会場への料理の運搬」と、「各宴会場から調理場への下膳の運搬」により、重労働の軽減と移動時間の削減を実施。水平移動だけでなく、階をまたがる垂直移動にも対応。
- 運搬業務削減のため、AGV（自動搬送車、Auto Guided Vehicle）をシャープ株式会社と共同開発。



STEP② 人材への投資や活用による社員のモチベーションアップ

人材への投資に関する取組

- 旅館運営に必須な保全関係の管理・取扱者や調理関係の免許のほか、サービス能力や語学能力、事務能力の向上に関する資格取得を費用面で支援するなど、社員の自己啓発を応援。

社員を巻き込んだ改善活動に関する取組

- 実施の可否が現場で判断できる改善活動を実施後、事後報告することで奨励金を支給。社員が自主的に宴会予約に関するグループ基本情報を一覧化し、宴会予約を自施設で受けきれない場合にグループ内他施設を紹介することで、機会損失を防ぐなどの改善活動につながった。



業務改善効果

- 労働生産性について、2019年決算時点で大規模旅館平均値を上回る 816 万円を達成。
※31 室以上の中規模旅館（湯元館は中規模旅館に該当）の平均値は607万円、100 室以上の大規模旅館では 813 万円。
- 生産性の高さを給与に反映して、2020年卒初任給はサービススタッフ(高卒)23 万円、調理(高卒)21 万円、フロント(高卒)21 万円、フロント(大卒)23 万円と全国的に極めて高水準にある。

- 上級編 -

高付加価値戦略とDXを両輪で推進することで働き方改革を実現し、離職率を低減

観光

顧客満足度向上

従業員満足度向上

IoT活用

所在地：
神奈川県秦野市

実施事業者：
株式会社陣屋

事例出典：
観光庁「宿泊業の生産性向上事例集3」(2019年)



改善施策実施の背景

- 陣屋は鶴巻温泉に1918年(大正7年)に創業した老舗温泉旅館。1万坪の敷地に対し客室数は20室と少なく、リーマンショックの影響による宿泊料金の低下のため存続の危機に直面した。
- 客単価の向上のための高付加価値戦略と自社開発のシステムによる業務効率化により、業績を立て直すとともに働き方改革も実現し、従業員満足度の向上に成功した。



業務改善手順

STEP① ターゲット層を見極め、高付加価値戦略へ転換

- 少ない客室で売り上げを伸ばすために客単価を向上すべく、料理メニューを全面的に見直し。1,980円～6,800円の団体向け料理の提供をやめ、高価格な会席料理に転換。
- なお本戦略の成功要素として、鶴巻温泉は首都圏から電車で1時間程度の距離にあるため都心の富裕層や法人客に訴求しやすかったこと、広い日本庭園や日本建築の建物を保有する陣屋が高級懐石料理を味わう場所として相応しいとターゲット層に認識されたことが挙げられる。

STEP② 宿泊業に特化した情報システムを自ら開発し業務効率化を推進

- 宿泊業に特化したクラウド型基幹システム「陣屋コネクト」を独自に開発し、SNS 機能、予約管理、顧客管理、設備管理、勤怠管理、会計管理、売上管理などの旅館業務全般を自動化。
- 従業員の負荷低減だけでなく、経営者が日々鮮度の高い情報に直接触れられるようになったため、PDCAサイクルを迅速かつ適切に回せるようになり、意思決定の精度も向上した。

STEP③ IoTの活用

- IoTにより大浴場の温度・水位・入浴者数を自動監視することで人の定期巡回の負担を削減。
- 常連客の自動車ナンバーを予めシステムに登録しておくことで、自動車での来館客の名前を従業員の端末に表示させ、従業員が客の名前を呼称して出迎えるというベテラントアパーソン並みの接客が可能となった。

STEP④ マルチタスク体制の整備

- 陣屋の業務分担は調理部門と接客部門のみからなっており、接客部門が調理業務以外の業務をすべて担当するマルチタスク体制をとることで、少人数での柔軟な業務分担が可能となり、従業員の知識・経験・意識の向上により人材育成のスピードと質がアップした。



業務改善効果

- 一泊二食プランの価格が9800円～(2009年)から37000円～(2018年)に上昇し、売上高は2億9千万円(2009年) から6億1.4千万円(2018年)へ、2.1倍となった。
- ITシステム・IoT活用等による業務効率化で、3分の1の従業員数で業務を回せるようになった(120名(2009年) → 42名(2018年))。その結果、生産性(付加価値額/従業員数)が5倍に向上した(200万円(2009年) → 1000万円(2018年))。
- 週休3日制の導入と有給休暇の完全消化の推進により、従業員の離職率は30%から3%へと大きく改善された。

- 上級編 -

外食・中食

AIの画像認識技術を活用し、 自社業務に最適化したシステムを開発

業務負荷軽減

IoT活用

所在地：
福井県福井市

実施事業者：
株式会社大津屋

事例出典：福井商工会議所「DX時代に向けた中小企業『デジタル化』ノススメ」、関西経済連合会「ICT・IoT・AI等活用事例集2021」より



改善施策実施の背景

- 福井県でコンビニ・惣菜店・食堂を一体化した「オレボステーション」などを運営する。
- 同店舗では惣菜の量り売りが売上高の約6割を占め、新商品の発売頻度の高さと品揃えの豊富さが強みである一方、総数約70種類の惣菜の「見た目」と価格を覚えるのがレジスタッフにとって大きな負担であり、新人の離職率が高い一因にもなっていた。



業務改善手順

STEP① AI連動はかりを開発

- AI搭載カメラを取り入れた「AI連動はかり」を株式会社インダと共同で開発。AI搭載カメラが惣菜の「見た目」で種類を判別し、その惣菜の“グラム当たりの価格”と“はかりの重さ”のデータをPOSレジに送ることで、レジ業務を省力化。

STEP② 継続的なAI搭載カメラの精度向上

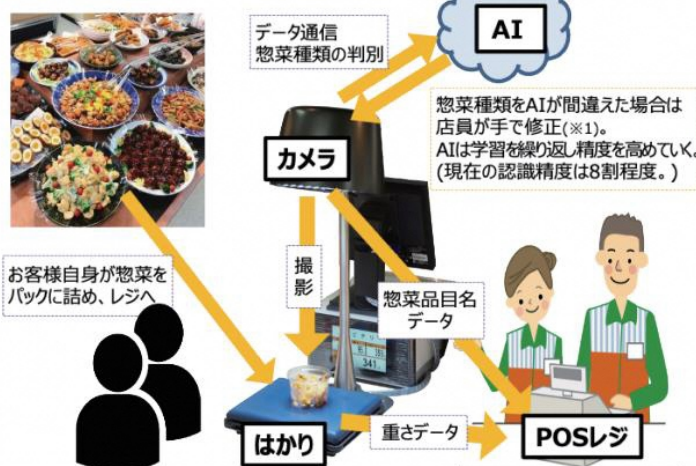
- 導入当初のAIの認識精度は5割以下であったが、店員の協力を得て（AIが間違えた場合は店員が修正する）機械学習を進め、現在は8割程度にまで精度を向上した。

ポイント

革新的な取組に失敗はつきものです。AI導入のような高度な事例に限らず、生産性向上やDXのような取組には、最初から100%の精度や確実な成功を求めるのではなく、「小さく失敗して、みんなで改善する」というスタンスでチャレンジしてみましょう。



<システム解説>



※1 AIが間違えた場合でも、惣菜の有力な候補順に並んでいるので修正も簡単。(1~3番目の候補の内にはほぼ100%正解の惣菜が出てくる。)



業務改善効果

- レジ業務の手間を大幅に削減できた(従来の所要時間:15~30秒×品目数 ⇒レジ導入後の所要時間:1秒×品目数)。そのため新人・外国人スタッフでもすぐに対応できるようになった。
- スタッフの記憶頼りのレジ打ちの結果生じていた、打ち間違いによる「見えないロス」が軽減できた。
- どの種類の惣菜がどれだけ売れたかのデータが取れるようになり、販売戦略を立てやすくなった。(従来レジ手打ちの方法では、何らかの量り売り惣菜がこの金額売れた、ということしか把握できていなかった)

- 上級編 -

テナント売上を効率的に管理するための 基幹システムの刷新

小売

業務負荷軽減

従業員満足度向上

所在地：
静岡県静岡市

実施事業者：
株式会社ドリームプラザ

事例出典：
令和2年度サービス産業活性化支援事業より



改善施策実施の背景

- 静岡市清水区にある複合商業施設であり、娯楽や買い物、食事など様々なリソースを有していることから、国内外から多くの観光客が訪れる。これまでの課題であった基幹システム機能の見直しを行い、テナント管理における業務効率化を図った。同時に昨今のコロナの影響も鑑み、テレワーク等にも対応可能なシステム導入を目指した。



業務改善手順

STEP① 基幹システム候補の洗い出し

次のような条件を踏まえ、対応可能な基幹システムを選定した。仕様条件等については、同システム担当者だけでなく、営業・経理のスタッフや各テナントの従業員等にもヒアリングを行い、幅広く意見を募った。

- 各テナントが売上入力を行う際のデータ入力ミスの削減が可能（可能な限り自動化する）
- 同社を中心に各テナントとも円滑な情報共有を行うことができるサービスの構築が可能
- 昨今のコロナの影響も鑑み、売上入力を行うスタッフがテレワークでも対応可能
- 清水港近くの立地であることを踏まえ、地震・津波等の災害時にも対応できるクラウド型システムであること

STEP② システムの導入

ショッピングモール等の複合商業施設の基幹システム導入実績が豊富な都内システム会社を選定した。十分なヒアリングを通じて、オプション機能等の要望も踏まえ、基幹システム入れ替えにおける手順全体の協議を実施した。導入においては影響範囲の大きさを考慮し、十分な時間をかけることとした。

ポイント

クラウド型のシステム（SaaS）では、インターネット上にデータを保存することになりますが、SaaSを提供する企業もセキュリティ対策を講じているため、必ずしもセキュリティレベルが低いということではありません。みなさんの業務で使用するデータの特性などを考慮し、SaaSを使うか、自社保有のサーバー上にシステムを構築するのかを判断しましょう。

自然災害や火災などの緊急時に損害を最小限にとどめ、中核事業を継続・早期復旧するために行う方法・手段を決めておく計画のことをBCP(Business Continuity Plan)といい、SaaSの利用はそのひとつです。よろず支援拠点などお近くの産業支援機関でもBCPの策定を支援しているので、まだ策定されていない方はぜひ相談してみてください。

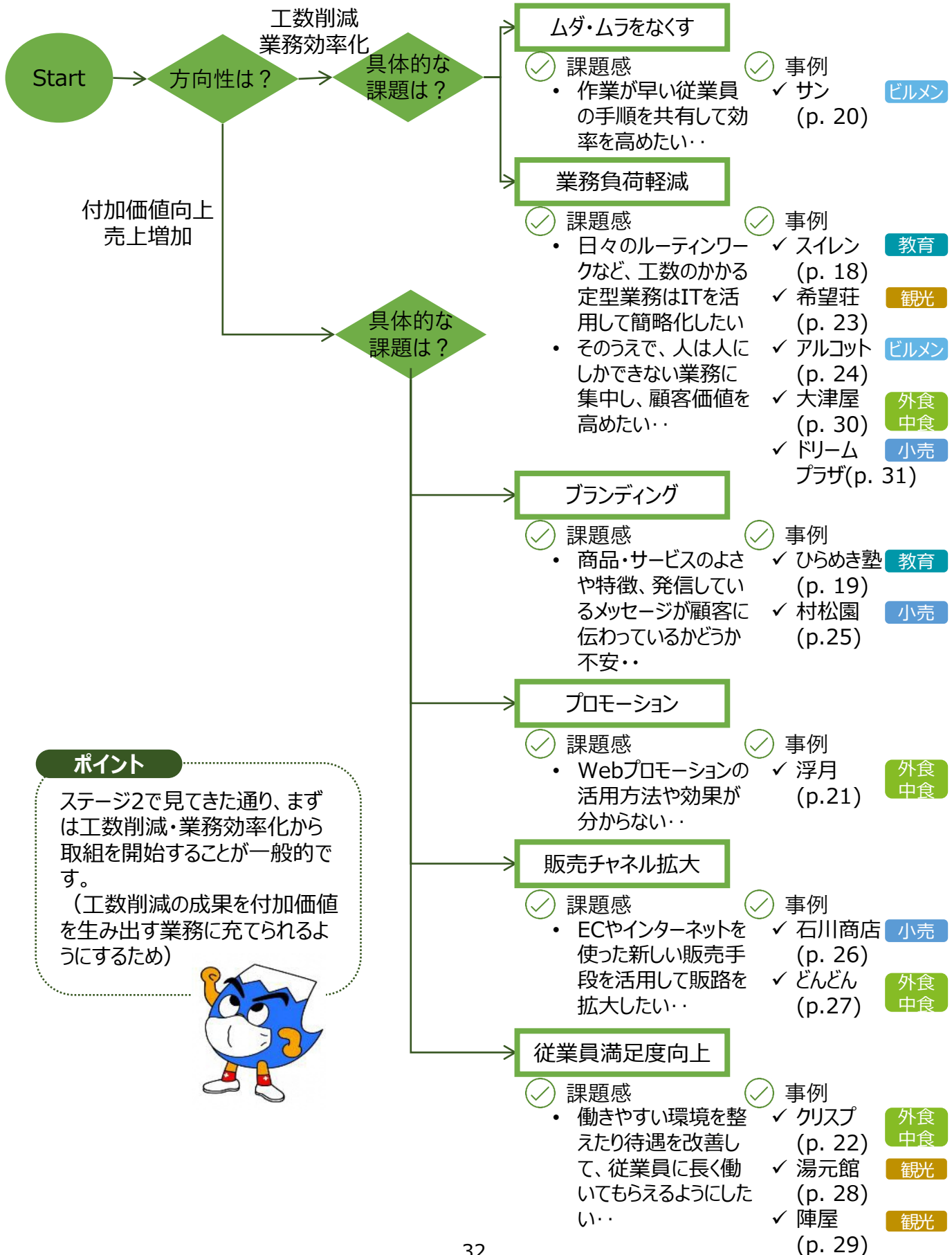


業務改善効果

- 現在実施中のため、今後以下のような効果が期待される。
 - ✓ データ入力や印刷にかかる時間の削減によって創出される余剰時間の活用によるサービスの質の向上
 - ✓ システム管理費用の低減によるコスト削減
 - ✓ クラウドを活用した情報管理によるデータの安全性向上やBCP対策の実施

付録2：事例逆引きフローチャート

自社の状況にあった事例を見つけたいときは、この「事例逆引きフローチャート」を活用してみましょう。別分野の事例であっても気づきがあるかもしれませんので、ぜひ確認してみてください。



発行者：
静岡県経済産業部商工業局商工振興課

連絡先：
TEL：054-221-2182
FAX：054-221-3216

富国有徳の美しい“ふじのくに”



Shizuoka Prefecture