



新型コロナウイルス感染防止対策強化推進 アドバイザー派遣事業

【デジタルツールの活用テキスト】

2021年6月

三重県雇用経済部
中小企業・サービス産業振興課

目次

1 本事業の目的	p.2
2 デジタル化の概要・背景	p.4
3 デジタルツールの活用方法	p.11
4 ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール	p.19
5 近年重要性が高まってきているデジタルツール	p.43
6 業種別の取り組み具体例の紹介	p.62
7 5G下における新たなデジタルサービスの展望	p.71
参考資料(その他観光に係るデジタルの取り組み)	p.77

1. 本事業の目的

1. 本事業の目的



デジタルに対応した事業実施による効率化を進めるため、デジタル化に関する具体的な検討に向けて、
第一歩を踏み出していただく

01

デジタルツールの活用の重要性や、今後国・地方自治体で推進されるデジタルトランスフォーメーションについて、ご理解いただく

02

デジタルツールの全体像および各ツールで解決可能な課題、ツールの導入に向けて留意すべきポイントをご理解いただき、今後の活用の参考としていただく

03

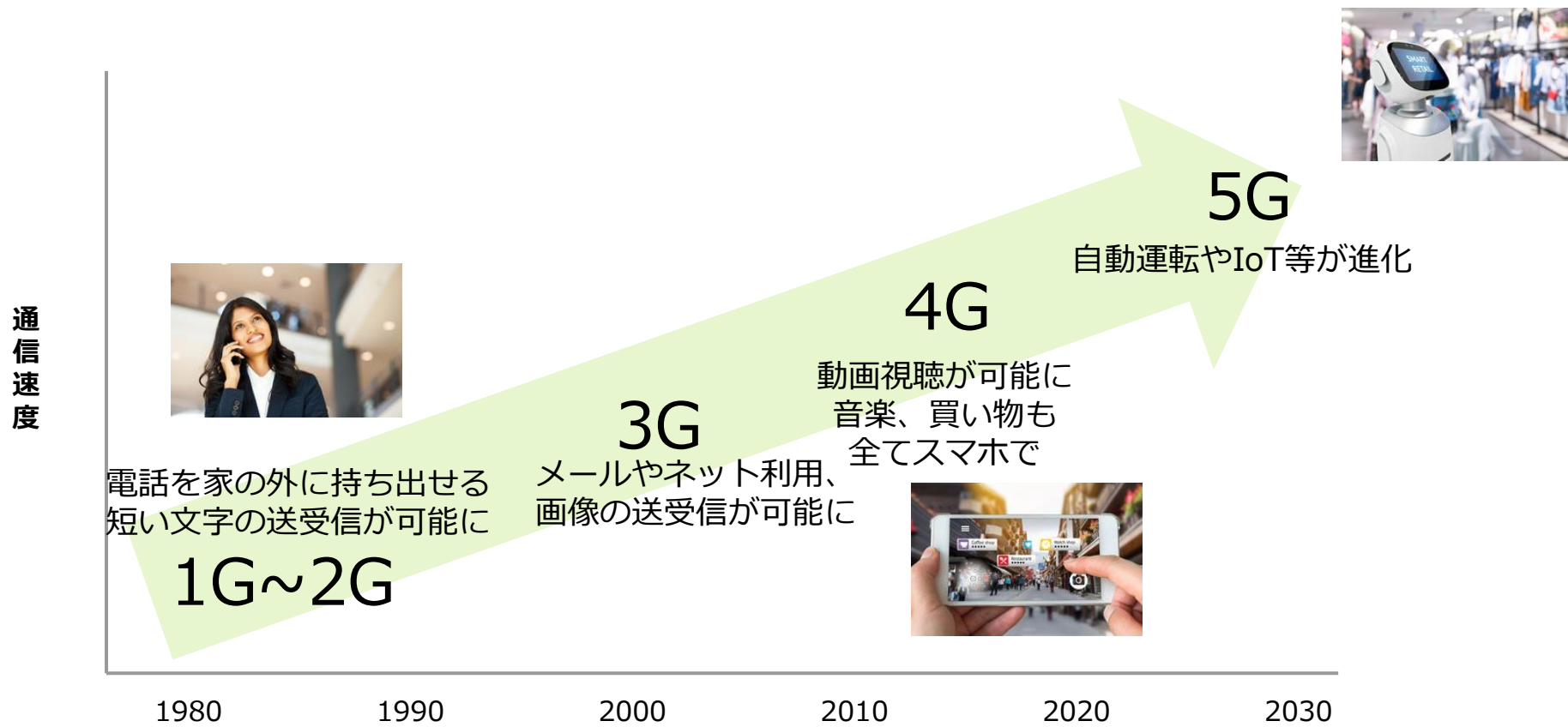
コロナ禍におけるデジタル化への変化や、今後の行政の支援方針を踏まえ、今後重要性が高まるデジタルツールの具体例をご説明する

2. デジタル化の概要・背景

2. デジタル化の概要・背景

デジタルツールの重要性_デジタル技術の進化

デジタル技術の進化に伴い、様々なサービスが実用化、より身近に

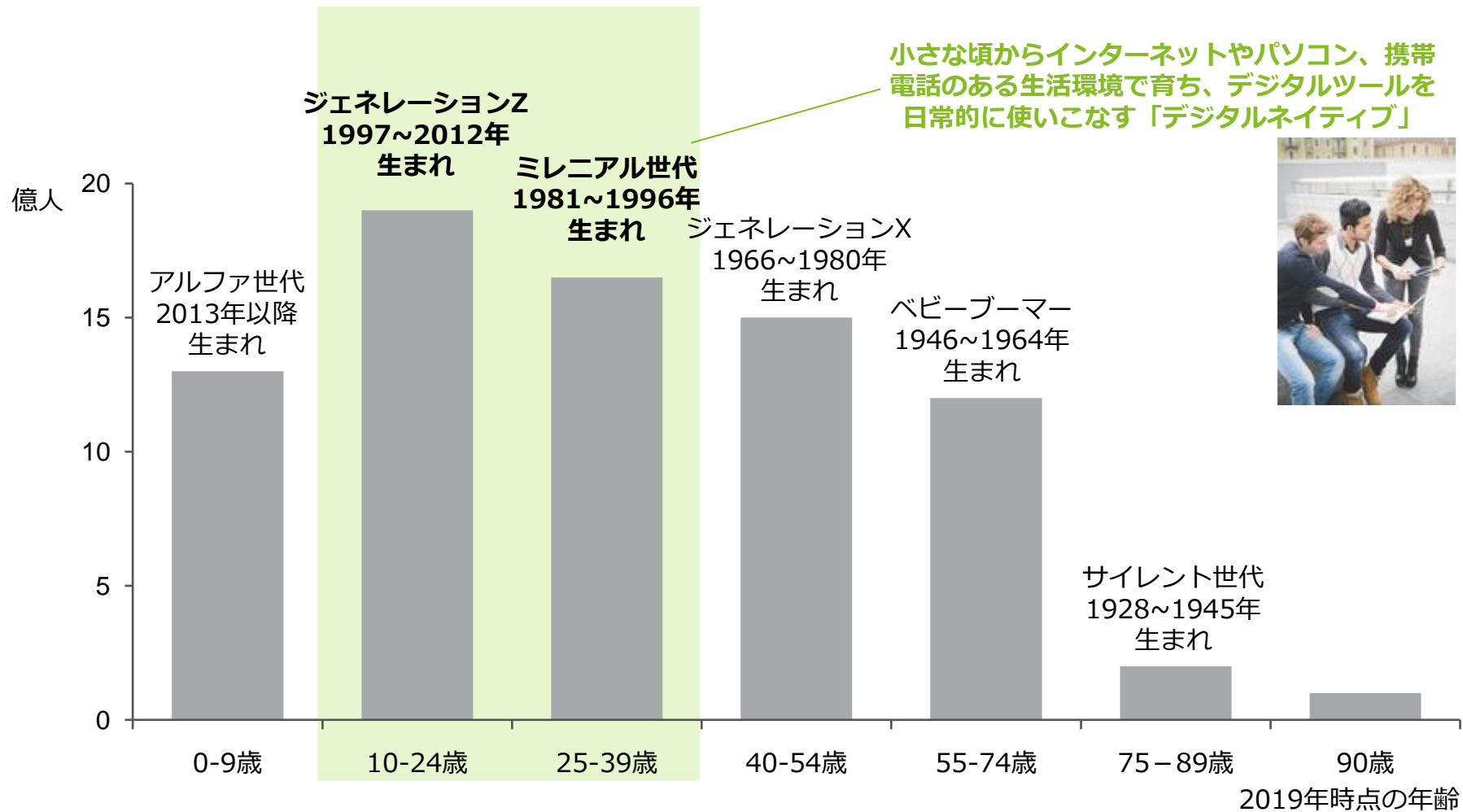


出所：経済産業省「スマートリゾートハンドブック」を参考に作成

2. デジタル化の概要・背景

デジタルツールの重要性 デジタルネイティブの台頭

消費者・従業員ともに、デジタルネイティブが主役に



出所：経済産業省「スマートリゾートハンドブック」を参考に作成

2. デジタル化の概要・背景

デジタルツールの重要性 データに基づくマーケティングの必要性

多様化する旅行者ニーズに対応するため、データに基づくマーケティングが重要に

市場環境・顧客ニーズの変化への対応

- ✓ 顧客のニーズは年々変化し、細分化してきている
- ✓ 新型コロナウイルスの影響により、新たな顧客層へアプローチする必要性が高まっている

勘や経験に頼らない分析が重要に

- ✓ 顧客とのやり取りなど様々なデータを、より安価で、タイムリーに、詳細に収集・分析することが可能となってきた

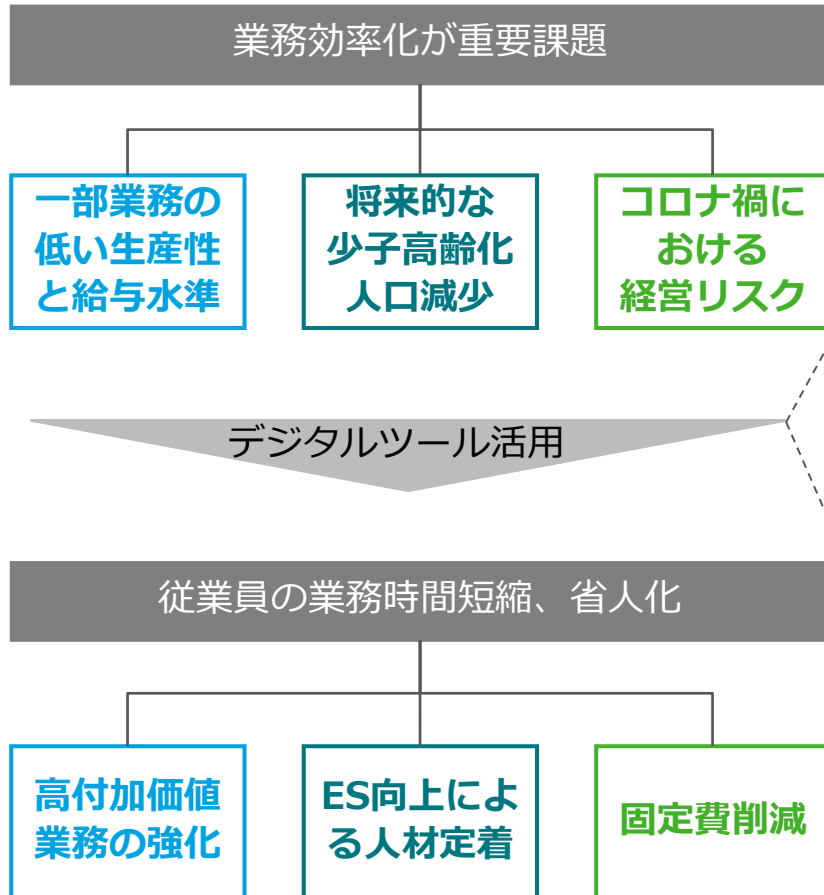
デジタル技術の進化

目的なくデータ収集・分析するのではなく、戦略をたてたうえで、その実行・改善にあたり、どのようなデータが必要かを整理するとともに、分析結果に基づいて戦略・施策を見直すことが重要です



2. デジタル化の概要・背景 デジタルツールの重要性 人手不足への対応

今後一層対応が求められる“人に関わる課題”の解決に、デジタルツールは有効



(例)清掃業務代行ロボットの活用



(例)問い合わせ対応のAI化



2. デジタル化の概要・背景

デジタルツールの重要性 取り組んだ事業者の声

業種により多少異なるが、デジタル化導入の狙いとしては以下などの声もある

【業務効率化】

- ✓ 業務の「ムリ・ムダ・ムラ」を排除する。(宿泊業)
- ✓ デジタル化による効率化・合理化で慢性的な人材不足を解消させる。(機械器具製造業)
- ✓ 売上は環境変化に依拠する部分が多いが、費用は自社内の努力で削減しやすい。(機械器具製造業)

【付加価値】

- ✓ 将来に対する種蒔きができない状況を回避するため、省ける業務にはシステムを導入し、前に進んでいく業務(クリエイティブな業務)に人員を増やしていく。(機械器具製造業)
- ✓ 「Society5.0」「SDGs」などの世界的な潮流への対応にはアナログ対応では限界があるため、デジタル化を進めて行く必要がある。(機械器具製造業)
- ✓ 足下ではグループウェアや勤怠管理ソフトを導入し、バックオフィス業務の効率化を図り、将来への投資として、必要な部署に3D CAD等の設計ツールを導入し競争力強化を図る(機械器具製造業)

出所：近畿経済産業局、現場と共創する中小企業のデジタルトランスフォーメーション(DX)

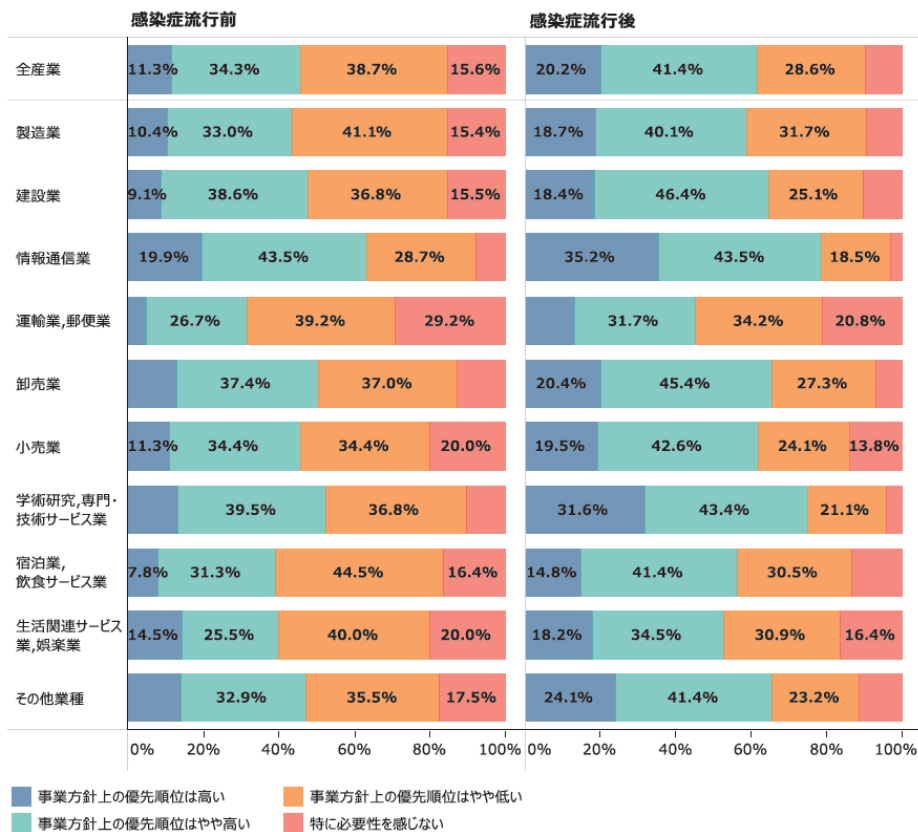


2. デジタル化の概要・背景

デジタルツールの重要性 感染症流行による変化

新型コロナウイルス感染拡大等の影響もあり、デジタル化への優先度は変化してきている

デジタル化に対する優先度の変化（感染症流行前後）



感染症流行による変化

- ✓ 感染症流行開始後には、全業種においてデジタル化の優先度が高まってきており、必要性を感じていない事業者は限定的になってきている

将来的なデジタルツールの重要性

- ✓ 全産業でのデジタル化が進むことにより、取り組みが遅れた企業が顧客へのアプローチの機会を失うなども将来的には想定される

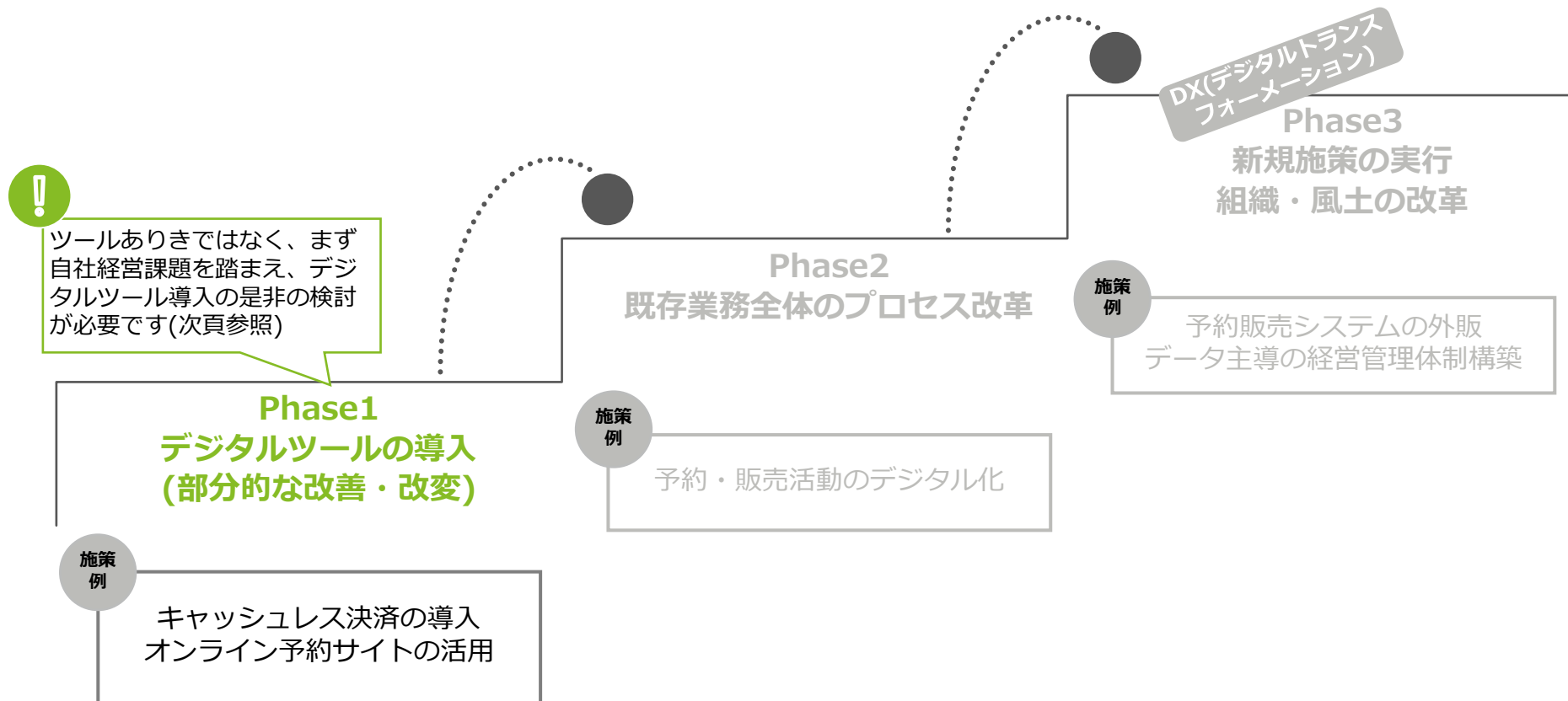
例)オンライン等のツールの準備がないと商談の機会を失う など

資料：(株)野村総合研究所「中小企業のデジタル化に関する調査」

(注)1.回答数(n)は以下のとおり。全産業：n=4,329、製造業：n=2,221、建設業：n=386、情報通信業：n=216、運輸業,郵便業：n=120、卸売業：n=476、小売業：n=195、学術研究,専門・技術サービス業：n=76、宿泊業,飲食サービス業：n=128、生活関連サービス業,娯楽業：n=55、その他業種：n=456。
2.「全産業」では、業種不明の企業は除外して集計している。

3. デジタルツールの活用方法

3. デジタルツールの活用方法 何から始めるか？



3. デジタルツールの活用方法

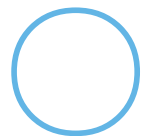
デジタルツール導入にあたっての基本的な考え方



デジタルツールをピックアップ



個別に活用方法を検討する



自社において解決すべき課題・
「あるべき機能」を明確にする



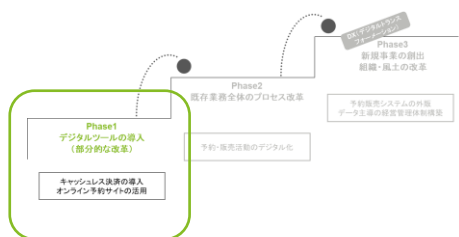
「あるべき機能」を構築・強化する
手段の一つとして
デジタルツールを幅広く探索し、
活用を検討する



全てデジタル化すればよいわけではなく、デジタルツールと人手による対応のそれぞれの良さを踏まえ、戦略を検討する必要があります

3. デジタルツールの活用方法

デジタルツール導入に向けた検討ステップ



Step1 デジタル化対象の検討



- 自社が置かれている現状および課題の把握
- 優先的に解決したい課題の選定
- デジタル活用によって解決すべき課題の選定

Step2 デジタルツールの選定



- デジタルツールおよび提供会社の調査・リストアップ
- デジタルツールの要件定義(求める機能・価格等)
- 提供会社の選定

Step3 運用・定着・改善



- デジタルツールの効果最大化に向けた業務の見直し
- 定着に向けた対応(従業員教育、マニュアルの整備)
- 効果検証および改善活動

3. デジタルツールの活用方法

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

デジタル化対象の検討にあたっての視点

自社の課題

自社が直面している課題がどこにあるのかを把握する
(課題把握の例)人材不足のケース：人数不足なのか担い手不足なのか、どの業務が大きく影響を与えていると考えられるかなど詳細の調査を行う

競合の取り組み

競合他社で広く導入され、選ばれるための必要条件になっているツールは何かを確認する

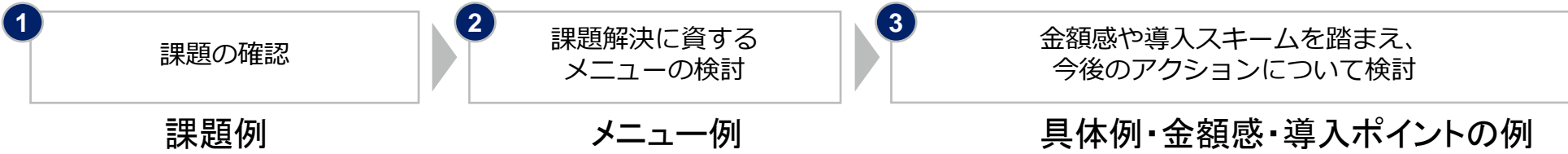
(例)生産管理・販路拡大・予約受付
ツール導入など

顧客ニーズ

感染症流行による影響や企業のデジタル化推進などで、顧客のニーズがどのように変化してきているのかを把握する
(例)キャッシュレス化、オンライン商談、デジタルでのサービス提供など

3. デジタルツールの活用方法

課題に対応したツール検討のイメージ



課題例

メニュー例

具体例・金額感・導入ポイントの例

人員数を増やさず
対応数を増やしたい

定期的が発生する
事務等を効率化
したい

情報管理に割く
時間を削減したい

例えば以下の場合

対応できていなかった顧客等に
アプローチしたい

感染対策防止策を
強化したい

- 問い合わせ対応の自動化
- PC操作の自動化
- ロボットによる業務代行
- 人事・勤怠管理の効率化
- 稟議等の社内手続きの効率化
- スケジュール管理の効率化
- 受注・売上情報管理
- 給与・財務情報管理
- 在庫・設備・購買情報管理
- 顧客情報管理
- 販路拡大**
- 決済方法拡充
- 広報手段拡充
- 健康管理
- 感染リスク低減

具体例・金額感

導入のポイント

楽天市場、Amazon、天猫国際、メルカリ...

売上の2~15%の手数料
※プラットフォームによっては数十万~の初期費用や
補償金が必要

ツールの概要 ネットを通してモノやサービスの販売を行うことができる

- 分類** 自社ECサイト、既存のECサイト (楽天市場、Amazonなど)
- メリット** 顧客にとっては時間や場所の制約なくモノやサービスを購入することができる。事業者にとっては顧客ターゲットを広げることができる
- デメリット** 顧客にとっては商品を実際に手に取ることができない

期待できる効果 販売ターゲットを従来より増やすことができる。また、顧客のデジタル
導入にあたってのポイント

- 導入スキーム** 主に外部プラットフォーム活用
 - 柔軟性が高く機能を独自に組み合わせることができるが、構築に時間がかかる場合もある
 - 導入の流れ (自社ECサイトを構築する場合)
 - ベンダーに見積依頼、申込・契約
 - サイト構築 (商品登録、決済方法登録、独自ドメイン取得等)
 - 動作テスト、サイト公開
 - 集客、商品情報更新等
- 機能がワンバックで提供されることが多く、構築が比較的容易だが、月額使用料やロイヤリティ (売上の一部を支払う) が必要な場合がある
- 導入の流れ (既存ECサイトを活用する場合)
 - 既存ECサイトに申込・契約
 - 提供される店舗運営システムを元に準備
 - サイト公開
 - 集客、商品情報更新等

その他近年導入が進みつつあるツールについては、p.43以降に掲載 (例)メニューのデジタル化システム、混雑状況確認システム など

3. デジタルツールの活用方法

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

デジタルツール提供会社の検討のポイント

担当者

- 事業理解：消費者・取引先のニーズや、自社の業種・事業への理解度
- 協力度：集客やデータ共有などに積極的か
- 導入後、中長期的に対応可能か

実績

- これまでの導入実績：類似実績の有無(業種・業態・規模)
- 会社としての信用度・経営体力(資本金や提携企業)
- 他事例における効果(本当に効果があったのか)

費用

- 初期費用・維持費用(他社比較含め)、更新・修繕時における負担区分
- 補助金・助成金(行政の制度を利用できるか)
- スケールメリット(同業他社・DMOとの連携)や経年、不要機能除外による交渉

CS

- 従業員への教育ツール・研修機会の提供、効果的な活用のためのセミナー
- 導入・設置サポート(作業代行)
- 施策に繋がるビッグデータの活用支援

3. デジタルツールの活用方法

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

デジタルツール導入後の運用・定着・改善に向けたポイント

ツール導入後によくある悩み

せっかくデジタルツールを導入したのに使われない

具体的な収益改善につながらない

顧客・従業員にツールを使いこなしていただく

ツール活用の効果を事業全体に波及させる

対顧客

- 商品・サービスの認知を高めるための情報発信の強化
- 利用方法および利用メリットを分かり易く説明するための説明ツールの用意

組織・役割分担・働き方の見直し

- 業務効率化により創出された余剰時間を主体的にサービス改善・新商品開発に取り組んでもらうための教育・評価制度の導入
- 働き方改革による勤務時間・場所等の見直し



対従業員

- 高齢者やパートタイマー等を含め、活用方法を理解するための教育
- 当該デジタルツール活用を前提とした業務手順への統一

顧客・従業員満足の上昇

- 付加価値の高いサービス提供や顧客満足度の向上を通じた売上増加
- 残業時間削減による、従業員満足度の向上を通じた従業員の定着

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ① 業務代行

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	問い合わせ 対応の自動化	<ul style="list-style-type: none"> 個別の問い合わせ時にチャット(簡易な会話ツール)形式でAIが自動で回答する。問い合わせ側の端末ですべての対応が完了するため、24時間回答が可能。【チャットボット】 	<ul style="list-style-type: none"> Tripla BEBOT Talkappi 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数万円～
2	PC操作の 自動化	<ul style="list-style-type: none"> 同一フォーマットのデータに対して同一の処理を繰り返す場合、操作の流れを記憶させて自動で処理を行う。Wordやexcelなどの情報をコピーしてインターネットで検索するなどの操作も可能。【RPA】 	<ul style="list-style-type: none"> Biz Robo! PowerAutomateDesktop BluePrism Autoジョブ名人 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数千～数万円/ユーザー～、数百万まで 開発用と実行用があり、それぞれ契約が必要 無料体験版あり
3	ロボットによる 業務代行	<ul style="list-style-type: none"> 企業のエントランス等にロボットまたはアプリケーションを設定したタブレットを設置することで担当者へ来客を伝える。 掃除や配膳など、定型業務を指示することで自動で業務を遂行する。 	<ul style="list-style-type: none"> デジタルコンシェルジュ ウエルボ ラクネコ 	<ul style="list-style-type: none"> 【デジタルコンシェルジュ】 売り切り型：数万円/台、サブスク型：月額数百～千円/台 【ロボット】 月額数万～十万/台

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ② 業務効率化

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	人事・勤怠管理の効率化	<ul style="list-style-type: none"> 従業員の出退勤情報をPC、スマートフォンなどで管理する。製品によっては出退勤時にボタンを押すだけで記録でき、労務情報を自動で集計する。 従業員の経歴、スキル、実績などを一元管理し、人事評価のデータ作成を簡易にする。主観を排除して画一的な評価を支援する製品も存在する。 	<ul style="list-style-type: none"> カオナビ SmartHR HRMOS Touch On Time BIZWORK+ 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数万円～ 30名以下の小規模事業者向けに0円提供の製品あり 無料体験あり
2	マーケティングの効率化	<ul style="list-style-type: none"> 顧客の属性に応じて、自社HPで表示される写真・記事や、配信されるメールの内容・時期・頻度を自動選定し柔軟に変えることで、効率的かつ効果的に顧客を獲得する。 施設管理システムや予約管理システムとのデータ連携・調整が必要となり、半年～1年程度の準備期間が必要となる。 	<ul style="list-style-type: none"> Salesforce「Pardot」 Marketo SATORI おもてなしコンテンツ 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数十万～ 指定のシステム導入・改修が必要な場合あり
3	社内手続きの効率化	<ul style="list-style-type: none"> 社内稟議を電子化することで事務処理を効率化し、スピードを上げる。同時に、スマートフォンなどからの操作により外出先でも申請、承認を可能にする。 申請書の履歴、アクセス、承認者の情報を一元管理し、不正やトラブル防止、内部統制を強化する。 	<ul style="list-style-type: none"> Shachihata Cloud ジョブカン 承認Time X-point Cloud 楽々Workflow II 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数百円～数千円/ユーザー ユーザー数、オプションの有無で増額
4	スケジュール管理の効率化	<ul style="list-style-type: none"> 個々人のスケジュールを電子化・共有することで従業員同士の情報連携をスムーズにする。スケジュールの公開範囲、公開情報の制限は個人で設定可能である場合が多い。 会議室、プロジェクターなどの資材の使用予約にも応用可能。 	<ul style="list-style-type: none"> Outlook Googleカレンダー Kintone aipo 	<ul style="list-style-type: none"> Microsoft office搭載PCまたはgoogleアカウント開設で無料～ 有料版は月額数百円/ユーザー～

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ③ 情報管理・処理(1/2)

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	受注・売上の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 関連データを一元管理することで収支をリアルタイムで確認したり作業の属人化を予防する。製品によって受発注自体をWEB化して電話対応を削減するなど可能。 財務諸表や見積書などの帳票を出力することが可能である製品が多く、転記ミスを防ぎ作業のスピード化を図る。 	<ul style="list-style-type: none"> 楽楽販売 弥生販売 商奉行クラウド Aladdin EC MOS 	<ul style="list-style-type: none"> サブスク型：月額数万円～+初期費用 売り切り型：数万～十数万 無料体験あり
2	給与・財務状況の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 従業員の労務データから残業代などの各種手当を自動計算し支給給与額を算出する。給与明細の出力、メール配信が可能な製品も多い。 製品によっては前払給与の管理や法改正に伴う計算式の変更にも自動対応している。 	<ul style="list-style-type: none"> ジョブカン Jinger オフィスステーション CRIA 楽天早トク給与 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数百円～ 無料体験あり
3	在庫・設備状況の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 部門、拠点、倉庫間での在庫情報の共有をリアルタイム化し、在庫確認の手間削減や在庫切れ・過発注を防止する。 発注書転記ミスや出荷指示の行き違いを防止し、帳票作成業務の手間削減、属人化防止も実現する。 	<ul style="list-style-type: none"> Hoteken設備・備品 スマートマットクラウド 陣屋コネクト 楽楽販売 受発注クラウドサービス 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用数万～十万+月額数万円
4	顧客の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 顧客情報や受発注履歴などの情報を一元管理、共有する。これを基に、一括メール送信やDMなどの宛名印刷なども対応可能な製品が多い。【CRM】 営業状況をリアルタイムで把握し、戦略立案や売上予測を支援、営業担当者の負担平準化などを実現する。 	<ul style="list-style-type: none"> Sales Cloud MOTENASU eセールスマネージャー Knowledge Suite 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数十万～ 指定のシステム導入・改修が必要な場合あり

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ③ 情報管理・処理(2/2)

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
5	購買状況 の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 製造材料から文具備品まで、部門・支店ごとに実施していた購買活動を一元管理することでトータルの支出を算出。購買記録を集計し、予算管理と発注作業の効率化を支援。 支払処理の金額、期日、方法などを管理し、支払い遅れの防止、経理担当者の負荷軽減を実現する。 	<ul style="list-style-type: none"> EPCUS ProcureMeister 便利ネット Aladdin Office 楽々Procurement II 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数十万円～ 詳細は各製品ごとに直接問い合わせ、見積もりが必要
6	生産・品質 の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 生産スケジュールや生産性(生産の遅れ、不良率、原価率など)の分析を自動で処理し、生産管理の効率化を図る。 生産プロセスや作業手順をみえる化し、誰でも正しい手順で作業ができるようにする。 	<ul style="list-style-type: none"> Simplifex V3 KAMINASHI 小ロットスケジューラ i-FORT 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数万円～ 詳細は各製品ごとに直接問い合わせ、見積もりが必要
7	書類、データ の情報管理	<ul style="list-style-type: none"> 紙で管理していた書類をスキャンしてPDF化、インターネットにアップロードすることで遠隔地からもアクセスできるようにする。 従来社内サーバーなどで管理していたデータをインターネット上で管理することで社内ネットワーク外からもアクセスできるようにする。 	<ul style="list-style-type: none"> Teams Slack Googleドライブ どこでもキャビ 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用、月額ともに無料で利用可能 セキュリティを上げたり容量を増やしたいなどの場合、月額費用が必要
8	大規模データ・ 非構造化データの 管理・分析	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用して消費者動向や顧客の反応、社内データなど大量かつ構造化されていないデータを分析する。【ビッグデータ分析】 分析結果を活用して効果的な経営戦略や新商品企画、営業戦略など策定や業務の見直しなどを効率的に実施できる。 	<ul style="list-style-type: none"> OTAインサイト メトロエンジン iRateExplorer 	<ul style="list-style-type: none"> 数万円～の月額利用料 指定のシステム導入・改修が必要な場合有

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ④ 領域等拡大・拡充

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	販路を拡大する	<ul style="list-style-type: none"> インターネット上でモノやサービスの販売を行うことができ、来店なく売買ができる。自社サイトを構築する場合と外部プラットフォームを活用する場合の2パターンがある。【EC】 ライブ動画を配信し、視聴者がリアルタイムに質問やコメントをしながら商品を購入する「ライブコマース」という形式も普及しつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> 楽天市場 Amazon 天猫国際 メルカリ 	<ul style="list-style-type: none"> 売上の2~15%の手数料 プラットフォームによっては数十万~の初期費用や補償金が必要
2	決済方法を拡充する	<ul style="list-style-type: none"> 現金を使うことなく手早く支払いができ、利便性向上に伴う消費拡大効果が期待できる。通貨の換金が不要となるため、特にインバウンド集客では、重要性の高いインフラとされる。 カード系・電子マネー系・QR/バーコード決済系の3種類に大別される。 	<ul style="list-style-type: none"> VISA(クレジットカード) ICOCA(電子マネー) PayPay(QR/バーコード) 	<ul style="list-style-type: none"> 数千~万円の初期費用に加え、決済売上の4%前後の手数料、数千円の月額利用料
3	広報手段を拡充する	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイトやSNSなどで掲載され、紙媒体よりもピンポイントでターゲットに情報を配信しやすい。広告のクリック回数や購入率を計測できるので、費用対効果を把握しやすい。 SNSではダイレクトかつ、電話・メールよりも気軽な質疑応答・交流が可能。またそのやりとりを見ている当事者以外の人にも親近感を伝えることができる。 	<ul style="list-style-type: none"> Google広告 Facebook WeChat PRナビ 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブ広告はクリック単位で課金され、相場はトータル十万円~ SNSは初期費用、維持費用共に無料もしくは廉価だが更新作業が必要
4	資金調達方法を拡充する	<ul style="list-style-type: none"> オンライン上で不特定多数の個人や組織、企業から資金を募る手法で、募集者の実績に関わらず実施することができ、資金のリターンに関する内容・水準設定の自由度が高い【クラウドファンディング】 商品やサービスの情報発信と同時にを行うことにより、テストマーケティングやファンづくりの機会としても活用できる 	<ul style="list-style-type: none"> CAMPFIRE READYFOR Makuake 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用、開始までの相談やサポートは無料 獲得金額の10~20%の手数料

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

3. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

Step1
デジタル化対象の検討

Step2
デジタルツールの選定

Step3
運用・定着・改善

各課題解決に対応したデジタルメニュー ⑤ 感染症対策

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	健康管理 (体温測定)	<ul style="list-style-type: none">非接触かつ瞬時に体温を測ることができ、検温業務の効率化や顧客・従業員双方の検温時の感染リスクを軽減することができる。	<ul style="list-style-type: none">非接触型体温計(商品多数)スマートバンド	<ul style="list-style-type: none">数千～十数万円の初期費用WiFi等の通信環境整備が必要な場合も有
2	感染リスク低減 (換気)	<ul style="list-style-type: none">専用のIT端末を通じてCO₂濃度を計測し、(商品によってはスマートフォン等でも)当該濃度を確認できる。通じて換気状況が適切であるか確認することができ、特に換気頻度が低くなりやすい寒冷期において、適切な時間の換気を促し、室内の感染症の感染リスクを低減できる。	<ul style="list-style-type: none">KDDI IoTクラウド Standard 換気促進パッケージeAir換気モニター	<ul style="list-style-type: none">数万円～/台の初期費用に加え、数千円～/台の月額利用料

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

① 業務代行 AIチャットボット

ツールの概要

会話をロボットが代行してくれるプログラムのことで、会話の情報をデータベースに蓄積し、顧客からの問い合わせに自動で返答できる



メリット

人との接触なく接客や問い合わせ対応ができるので、顧客にとっては時間や場所の制約なく問い合わせをすることができ、事業者にとっては接客の手間が軽減できる



期待できる効果 ・活用用途

顧客対応を効率的に実施でき、かつ24時間対応が可能なので顧客との接点を増やすことができる
また、蓄積されたデータをもとに顧客の課題検討等に活用できる



導入コスト

初期費用として0円～数万円が、維持費用として月額数万円～数十万円程度かかる
構築内容によって費用は異なるが、簡単な問い合わせに答えるレベルであれば、低価格で導入できる



導入にあたってのポイント



導入スキーム 主に外部プラットフォームを活用

■ 導入の流れ



ベンターに見積依頼



申込・契約等



業務マニュアルの作成
・機器設定等



周知・利用開始

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

① 業務代行 RPA

ツールの概要

PCの操作手順を記憶し、自動で処理を継続するシステム

Wordの受注データをExcelに転記したり、住所をコピーしてネット検索→地図を画像にして保存なども可能

メリット

毎回同じ手順で同じ処理を繰り返す定型業務を完全に自動化する
付加価値の低い業務から人材を切り離し、生産性高く活動することが可能になると同時に操作ミスによるトラブルを防止することができる

期待できる効果
・活用用途

単純な繰り返し作業を自動化し、従業員の作業負担を軽減する
複数のアプリケーションをまたがった作業や処理手順の多い作業をミスなく確実に遂行する

導入コスト

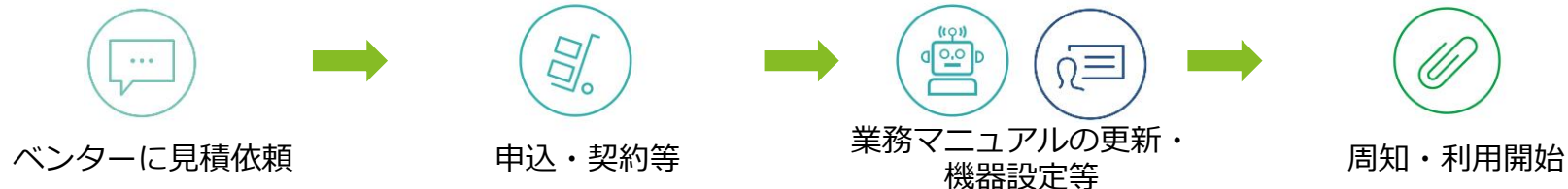
ライセンス料(月額または年額/年間数十万～数百万円)が必要となる
製品によっては数ヵ月程度の無料体験版がある



導入にあたってのポイント

導入スキーム ベンダーとライセンス契約を結び、自社PC端末にソフトウェアをセットアップする

■ 導入の流れ



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

① 業務代行ロボット(1/2)

ツールの概要

自立走行するロボットが施設の清掃、配膳等を代行することができる



メリット

人による清掃や配膳対応が不要となるので、事業者にとっては人員や手間を軽減できる



期待できる効果 ・活用用途

無人での清掃や配膳作業が可能なので人員削減、同時に顧客・従業員の接触機会低減による感染リスク軽減を実現できる



導入コスト


機器をレンタルする場合、維持費用として月額数万円～十万円程度かかる(初期費用がかかる場合もある)
機器を購入する場合、1台5万円～15万円程度かかる



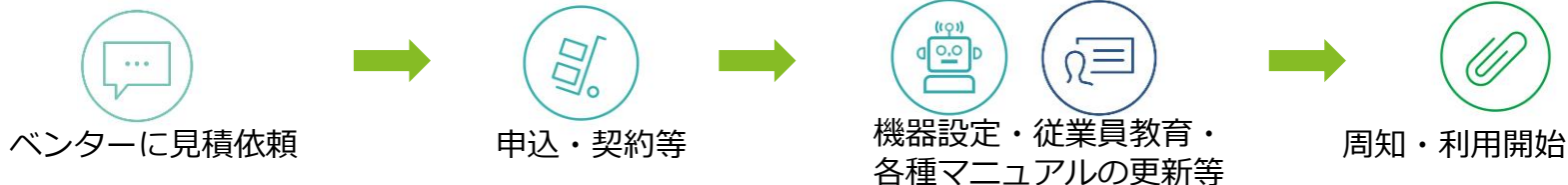
4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

① 業務代行ロボット(2/2)

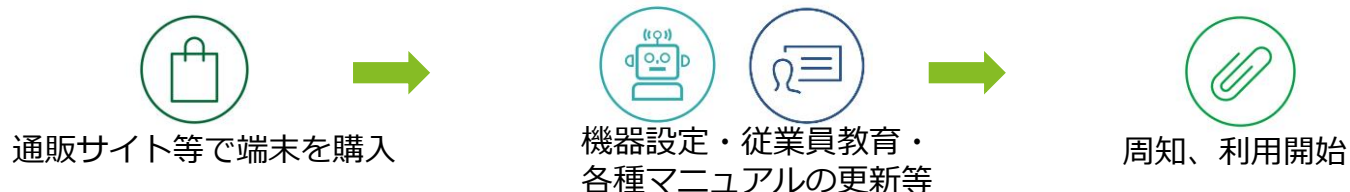
導入にあたってのポイント

 導入スキーム ベンダーからリース・レンタルするケースが多いが、通販サイトにて購入することも可能

■ 導入の流れ(ベンダーからレンタル・リースする場合)



■ 導入の流れ(通販サイトを利用する場合)



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

① デジタルコンシェルジュ

ツールの概要

顧客からの問い合わせに対し、タブレット等を活用して自動で回答することができる
また、会議室や客室などからの飲み物の提供依頼、清掃、ルームサービスなどの注文を自動化できる

メリット

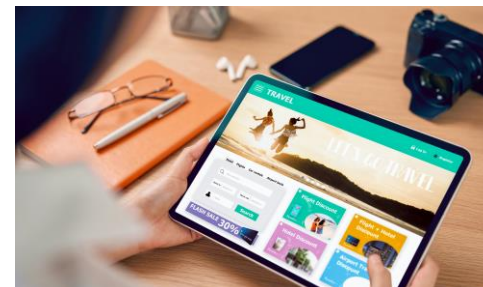
人との接触なく業務依頼や問い合わせ対応ができるので、接客の手間や感染リスクが軽減できる

期待できる効果・活用用途

顧客対応を効率的に実施できる。また、顧客と従業員との接触を避けることができる他、会議室・客室内の設備や備品への接触機会も減らすことができる。

導入コスト

初期費用として数万円程度かかる。維持費用として月額5000円程度～数万円程度かかる。構築内容によって費用は異なる。

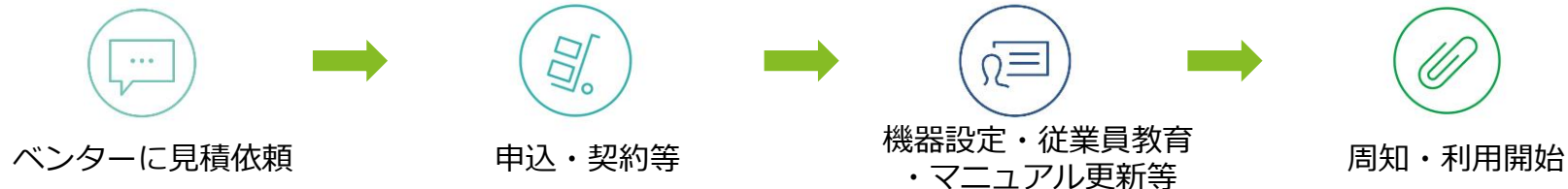


導入にあたってのポイント

導入スキーム

主にベンダーからリース・レンタルにて導入するケースが多い

■ 導入の流れ



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール


② 業務効率化 人事評価システム

ツールの概要

従業員ごとの目標設定や自己評価、目標達成までの進捗度や達成率などを一元管理し見える化する

 メリット

個人の目標管理や評価項目の設定、集計、分析といった人事制度の運用を容易に実現することができる
高精度な考課シートで従業員のステータスを視覚化することが可能

 期待できる効果・活用用途


評価を可視化・比較分析することで、人材育成に反映しやすくなる
実績や評価を給与や社歴と結び付けて管理することもできる場合が多く、異動のシミュレーションにも活用可能

 導入コスト

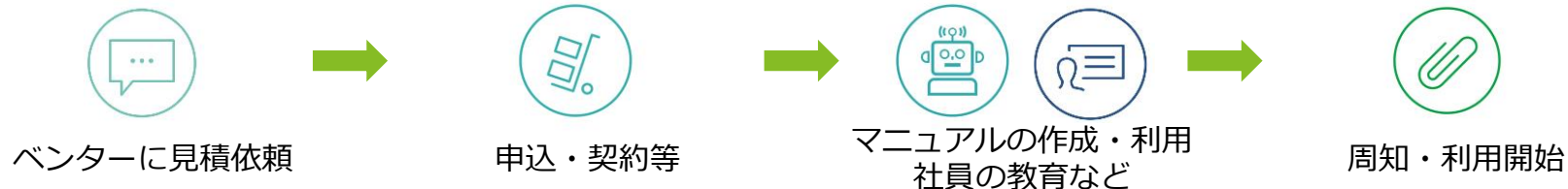
月額1~5万円や1ユーザー辺り300~800円の設定が平均
小規模利用や基本機能のみは無料~格安で提供している企業もある



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 主にクラウド型サービスの利用とシステム開発に大分できる。

■ 導入の流れ



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール


② 業務効率化 スケジュール共有アプリ

ツールの概要


従業員同士でスケジュールを共有したり、会議室やプロジェクターなど共有備品の予約なども管理できる

 **メリット**

お互いにスケジュールを公開することで誰がいつどこで何をしているか確認が可能になる
同様に備品の予約スケジュールを公開することで管理が簡略化できる

 **期待できる効果・活用用途**


関係者が増えても管理が容易で、日程調整などは空き時間を確認して設定できるので作業が効率化できる
急な予定変更もリアルタイムに共有されるので出張先や直行直帰でも出先から情報共有可能になる

 **導入コスト**

GoogleカレンダーやOutlook、スマートフォン向け無料アプリを利用することで0円～
セキュリティを上げる法人向け有料版もある



導入にあたってのポイント

 **導入スキーム** 主に外部プラットフォームを利用

■ 導入の流れ



アカウント発行



各種設定



周知・利用

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

③ 情報管理・処理 受注管理システム

ツールの概要

受注における一連の業務を管理、効率化する
受注管理だけでなく、契約・請求管理や発注管理をすることもできる



メリット

複数の販路からの受注を一元管理可能



期待できる効果
・活用用途

店舗、倉庫等からの情報連携漏れや人的ミスを削減し、受注業務を効率化留守ことができる
同時に煩雑な作業を単純化することで人件費を削減できる



導入コスト

ECサイト向けで初期費用0円～数万円、月額1万円前後から
カスタマイズや開発が必要な場合は機能や規模によって大幅に上下するが、100万～数百万ほどになる可能性がある



導入にあたってのポイント



導入スキーム

主にベンダーとライセンス契約を結んでソフトウェアを導入

■ 導入の流れ



ベンターに見積依頼



申込・契約等



業務マニュアルの更新・
開発・機器設定等



周知・利用開始

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

③情報管理・処理 在庫管理システム

ツールの概要

複数の店舗や倉庫にある在庫をリアルタイムで共有し、在庫管理や発注業務を効率化する



メリット

リアル店舗だけでなく、ECサイトの在庫も含めて一元管理することができる



期待できる効果・活用用途

受発注の際に在庫状況確認の手間がなくなり、経費の削減や在庫管理をしていた人材の負荷を減らすことができる
余剰在庫や過発注などを予防でき、経費を削減できる



導入コスト

プランやシステム構築方法によって大きく異なる。
初期費用なしで月額数千円というものから、開発費用数百万まで。
完全に無料で使えるツールも存在する。



導入にあたってのポイント



導入スキーム

主にベンダーとライセンス契約を結んでソフトウェアを導入

■ 導入の流れ



ベンダーに見積依頼



申込・契約等



業務マニュアルの更新・
機器設定等



周知・利用開始

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

③情報管理・処理 ビッグデータ解析ツール

ツールの概要

顧客の消費行動や店舗の立地、人材の動きなど大量に存在する非構造化データを戦略立案に資する形に解析する

メリット

社内に蓄積されている大量のデータを活用することができる
新しい観点で経営や自社ビジネスを分析することができる

期待できる効果 ・活用用途

需要予測や来店率の予測などによって発注量を最適化できる
より消費者ニーズに合った商品開発や経済動向に応じた経営戦略を立案することができる

導入コスト

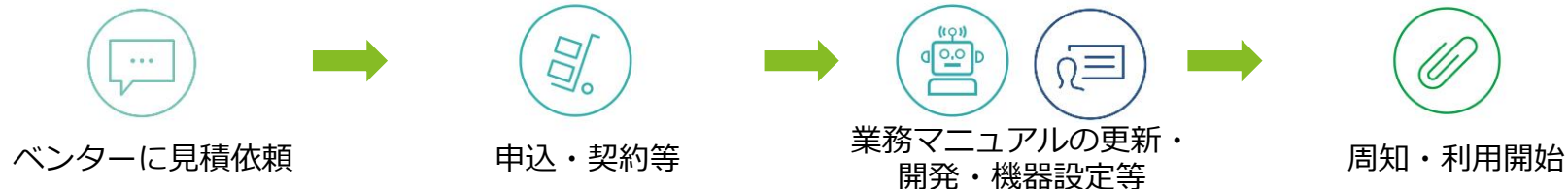
無料版を提供しているツールも多いが、機能やセットアップをカスタマイズしたい場合は個別見積もりが必要
その場合、開発費用に数百万必要となるケースもある



導入にあたってのポイント

導入スキーム 主に外部ベンダーを利用

■ 導入の流れ(有料の場合)



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

④ 領域等拡大・拡充 ECサイト(1/2)

ツールの概要

ネットを通じてモノやサービスの販売を行うことができる



分類

自社ECサイト、既存のECサイト(楽天市場、Amazonなど)



メリット

時間や場所の制約なくモノやサービスを売買することができる
これにより顧客ターゲット層を広げることができる



デメリット

顧客にとっては商品を実際に手に取って見ることができない



期待できる効果
・活用用途

販売ターゲットを従来より増やすことができる
顧客情報を収集し、購入履歴から自動でおススメ商品を提案する等販売
促進策の検討等に活用できる



導入コスト


自社ECサイトを構築する場合、初期費用としてサイト構築費用がかかり、維持費用として保守費用等がかかる
既存ECサイトを活用する場合、初期費用は0円～格安なサイトが多いが、月額使用料やロイヤリティ(売上の一部を支払う)が発生する



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

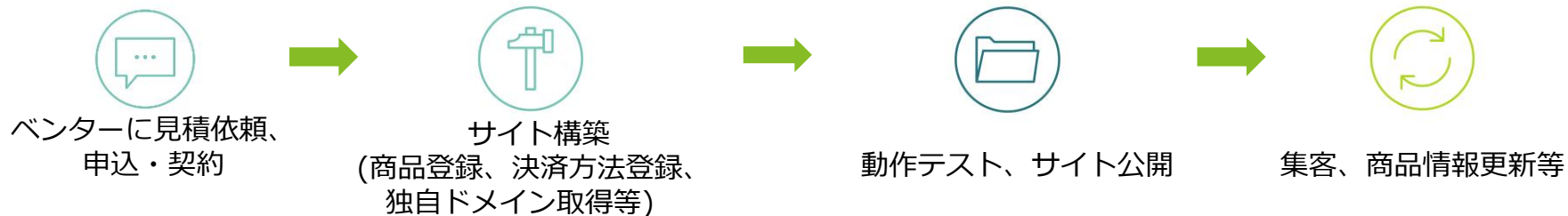
④ 領域等拡大・拡充 ECサイト(2/2)

導入にあたってのポイント

 導入スキーム 主に外部プラットフォーム活用

■ 導入の流れ(自社ECサイトを構築する場合)

柔軟性が高く機能を独自に組み合わせることができるが、構築に時間がかかる場合もある



■ 導入の流れ(既存ECサイトを活用する場合)

機能がワンパックで提供されることが多く、構築が比較的容易だが、月額使用料やロイヤリティ(売上の一部を支払う)が必要な場合がある



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

④ 領域等拡大・拡充 キャッシュレス決済(1/2)

ツールの概要

お札や硬貨といった現金を使うことなく、買い物や料金の支払いができる
政府がキャッシュレス決済を推進していることもあり、急速に普及している



分類

カード系(クレジットカードやデビットカード等)、
電子マネー系(Suica等の交通系、nanacoやWAON等の小売業)、
QR/バーコード決済(PayPay、楽天Pay等)



メリット

スピーディーかつスムーズな支払いが可能となり、事業者・顧客双方
にとって決済手続きの手間を軽減できる
顧客が自身の支払い履歴を簡単に確認できる



デメリット

顧客にとってセキュリティに対する不安感がある



期待できる効果 ・活用用途

スピーディーな決済、売上管理等の簡略化、新たな顧客層の発掘が可能
観光業界においては、幅広く活用が見込まれる



導入コスト



キャンペーンを実施している事業者が多く、0円～格安で導入が可能だが、端末費用
(0円～10,000円程度)がかかる場合がある
また、決済手段によっては決済手数料がかかる場合もある



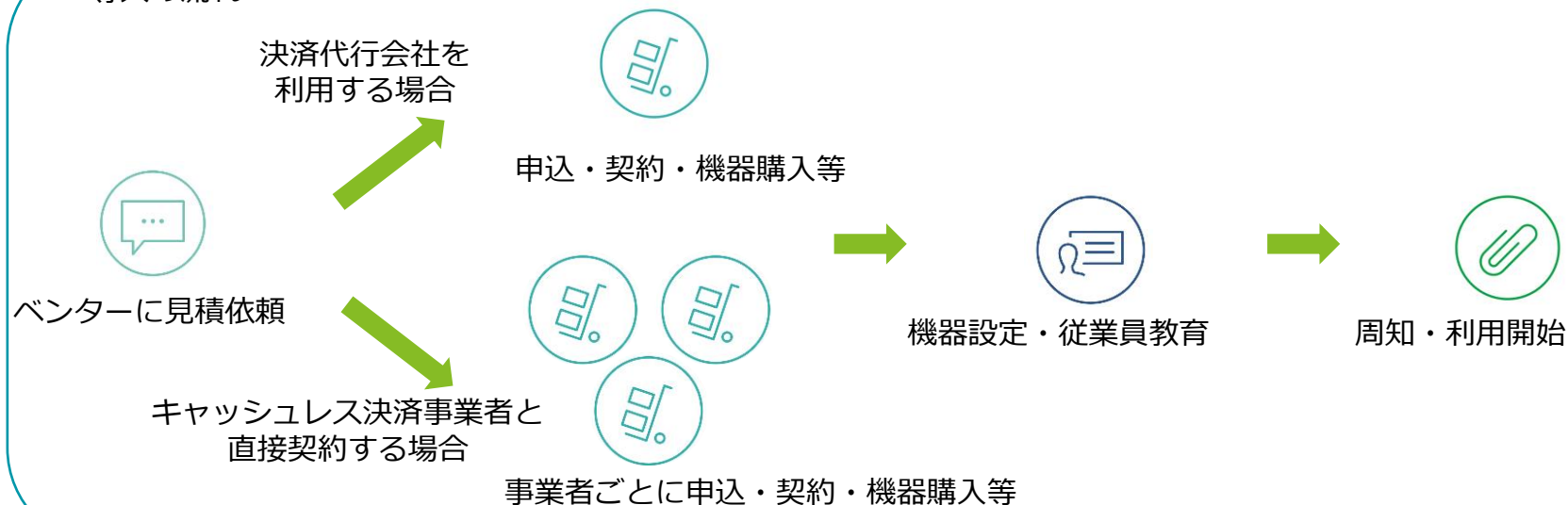
4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

④ 領域等拡大・拡充 キャッシュレス決済(2/2)

導入にあたってのポイント

-  **導入スキーム** 決済代行会社を利用、キャッシュレス決済事業者と直接契約
 - ✓ 決済代行会社を利用した場合、端末1台で複数の決済サービスが利用可能
 - ✓ キャッシュレス決済事業者と直接契約した場合、契約したサービスの数だけ端末の用意が必要
-  **留意すべき点** Wi-Fiなどの通信環境の整備が必要となる

■ 導入の流れ



4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

⑤ 感染症対策 非接触体温計

ツールの概要

非接触かつ瞬時に体温を計測することができる



メリット

短時間で検温が可能なので、事業者・顧客双方にとって検温の手間を軽減できる



期待できる効果 ・活用用途

短時間で検温が可能なのでスムーズな出勤・顧客対応が可能になり、検温時の感染リスクも軽減できる
企業やホテル・飲食店、文化施設などの出入り口付近で活用



導入コスト

初期費用として、端末購入代(1台10万円程度)がかかる



導入にあたってのポイント



導入スキーム

主に外部プラットフォームを活用

■ 導入の流れ



端末の購入



出入口・フロント等に設置



周知・利用開始



留意すべき点

端末によってはWi-Fiなどの通信環境の整備が必要となる

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

⑤ 感染症対策 スマートバンド

ツールの概要

手首に巻き付けて用いるウェアラブルデバイスのことで、付けるだけで自動的に体温等を測定することができる



メリット

体温計で検温しなくても体温を把握することができ、従業員の検温の手間を軽減できる



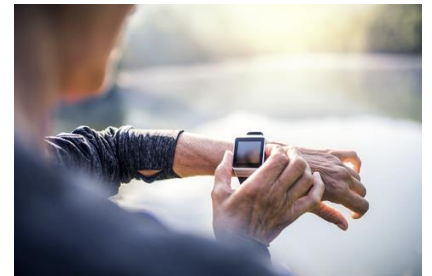
期待できる効果 ・活用用途

従業員の体調不良や業務中の突然の発熱を検知することができる
特に大人数の従業員を有する企業、分野での活用が可能



導入コスト

初期費用として、端末購入代(1台3,000円~9,000円程度)がかかる



導入にあたってのポイント



導入スキーム

通販サイトにて事業者が購入

■ 導入の流れ



端末の購入



従業員に周知・配布



利用開始
(顧客に周知してもよい)



留意すべき点

Wi-Fiなどの通信環境の整備が必要となる

4. ビジネスの側面で活用可能な具体的なツール

⑤ 感染症対策 CO²濃度センサー

ツールの概要

専用のIT端末を通じてCO²濃度が計測され、当該濃度をリアルタイムで確認できる

メリット

CO²濃度計測を通じて換気状況が適切であるか確認することができるスマートフォンによる確認や、自動アラート機能も備えられている商品もある

期待できる効果・活用用途

CO²濃度の計測と換気の促進を合わせて実施することにより、換気頻度が少なくなりやすい寒冷期においても、室内における感染症感染リスクを低減できる

導入コスト

レンタル・リースの場合、数万円～/台の初期費用(端末費用含む)に加え、通信機能を備える商品は、数千円～/台の月額利用料が発生する



導入にあたってのポイント

導入スキーム

通販サイトにおける購入やベンダーからのレンタル・リースに大別される

■ 導入の流れ



ベンダーに見積もり依頼



申込・契約等



機器設置・
従業員教育等



周知・利用開始



留意すべき点

計測する空間の広さによって複数の端末が必要な場合がある

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール

5. 近年重要性が高まってきているデジタルツール (1/3)

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	クチコミ 投稿サイト	<ul style="list-style-type: none"> • 双方向のコミュニケーションが可能であり、投稿者からの評価情報を通じて、サービス改善を図ることができる • 顧客にとって、サービス利用の重要な判断基準となっており、口コミ数の増加や点数の改善に向けた取組みを通じて、顧客獲得を図ることができる 	<ul style="list-style-type: none"> • Trip Advisor • 食べログ • アソビュー！ 	<ul style="list-style-type: none"> • 初期費用、維持費用ともに無料もしくは低廉 • 定期的な更新やクチコミ管理のためにマンパワーがかかる
2	MEO対策	<ul style="list-style-type: none"> • Google やGoogle マップで企業・施設名検索時に表示される基本情報・写真・地図等を登録・管理できる • 自社情報の掲載やクチコミの管理、閲覧状況の簡易分析が可能であり、登録作業は30分~1時間程度で完了できる • 欧米の旅行者には代表的なクチコミ情報収集ツールとしても認知されており、インバウンド集客において特に重要となる 	<ul style="list-style-type: none"> • Google マイビジネス 	<ul style="list-style-type: none"> • 無料で活用可能
3	事前予約 サイト・アプリ <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客がインターネット上でサービスの予約を行い、事業者側が予約状況を確認・一括管理できる • 営業時間等に縛られずいつでも予約ができ、顧客にとっては利便性が向上、事業者にとっては予約管理にかかる人員や手間を削減することができる 	<ul style="list-style-type: none"> • じゃらん.net • Table Check • アソビュー！ 	<ul style="list-style-type: none"> • 売上に応じて、10%~20%の手数料が発生するが多い • 利用に際して、指定の管理システムの導入が必要な場合がある
4	混雑状況確認 予測システム <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> • 顧客のスマートフォン等から混雑状況をリアルタイムで確認することができ、AIを活用し混雑する時間帯等を予測することができる • 混雑回避による顧客満足度の向上や繁閑差の平準化、三密回避による感染症拡大リスク抑制が期待できる 	<ul style="list-style-type: none"> • 混雑ランブ • VACAN • vivuan 	<ul style="list-style-type: none"> • 数千~数万円の初期費用に加え、数百~千円の月額利用料

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

5. 近年重要性が高まってきているデジタルツール (2/3)

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
5	デジタルキー <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> 顧客のスマートフォンやI暗唱番号等を介して、出入口のドアを開錠できる チェックイン等の対応が効率化ができるので、顧客にとっては待ち時間の軽減等利便性が向上でき、事業者にとってはカードキーの消毒・紛失対応等の接客の手間が軽減できる 	<ul style="list-style-type: none"> akerun Remote LOCK KEYBOX 	<ul style="list-style-type: none"> 数万円/ドア～の初期費用に加え、数千円～の月額利用料/ドア
6	無人フロント 無人チェック インシステム <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> ホテルのチェックイン、鍵の受け渡しなどを非対面・無人で実施できる チェックイン等の対応が無人で実施できるので、顧客にとっては待ち時間の軽減等利便性が向上できる。事業者にとってはチェックイン対応等の接客の手間が軽減できる 	<ul style="list-style-type: none"> Key - station ホテルスマート RONT2 	<ul style="list-style-type: none"> クラウド型は、数万～十万の月額利用料が発生 端末設置型は、数十万～百万の初期費用発生 システム導入・改修が必要な場合有
7	デジタル メニュー <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> 飲食店のメニュー等を電子化することができ、顧客のスマートフォン・タブレット等でQRコードを読み込み電子メニューを表示する場合と各席に設置してあるスマートフォン・タブレット等で電子メニューを表示する場合に分かれる 	<ul style="list-style-type: none"> Dinii QAApa Satisfood 	<ul style="list-style-type: none"> 無料～月額数万円の利用料に加え、端末機器を購入する場合、数万円の初期費用が発生する場合有 システム導入・改修が必要な場合有
8	翻訳サイト ・ 翻訳端末 <small>ツール紹介</small>	<ul style="list-style-type: none"> 機械やアプリにより、翻訳することができ、主にインバウンド客へのサービス向上と多言語人材の採用・育成コストを削減することができる 	<ul style="list-style-type: none"> Google翻訳 Talkappi Payke 	<ul style="list-style-type: none"> 無料の簡素サービス有 有料サービスの場合、数万円～の初期費用に加え、数百円～の月額利用が発生

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

5. 近年重要性が高まってきているデジタルツール (3/3)

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
9	WiFi	<ul style="list-style-type: none"> 顧客のスマホやタブレットによる情報収集・コミュニケーションの増加に対応するため、自施設内における通信環境を整備することが求められており、特にインバウンド集客において重要となる 	<ul style="list-style-type: none"> 大手通信会社系や 専業ベンダー等多数 	<ul style="list-style-type: none"> 施設規模等により、費用感様々だが、数十万～数百万の初期費用
10	オンライン ツアー 作成ツール ツール紹介	<ul style="list-style-type: none"> VR・AR、映像コンテンツ等を活用し、観光地の紹介、ツアーなどをオンライン・バーチャル空間で開催できる 感染症拡大に伴う外出自粛時における顧客との関係性維持や、文字や写真では伝わりにくい雰囲気やホスピタリティ等、無形の体験を伝えることができる クーポンや特産品物販等を組み合わせることで収益確保につなげることも期待できる 	<ul style="list-style-type: none"> zoom等の会議ツール Youtubeチャンネル Douga VR 	<ul style="list-style-type: none"> 会議ツールであれば、数千円の月額利用料 専用ツールであれば数万円～の月額利用料
11	ダイナミック プライシング ツール紹介	<ul style="list-style-type: none"> 主にホテルを中心として、基幹システムと連携のうえ、ビッグデータ分析をもとに、適時適切な価格設定を自動化することができる 特にコロナ禍のような不足の事態が発生した場合には、過去の勘や経験、データが役に立たないため、本ツールの活用は有効となる 	<ul style="list-style-type: none"> メトロエンジン Magic Price through 	<ul style="list-style-type: none"> 百万円～の初期費用に加え、数千円～/室の月額利用料 指定のシステム導入・改修が必要な場合有

* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください


5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 事前予約サイト・アプリ(1/2)

ツールの概要

顧客がインターネット上でサービスの予約を行い、事業者側が予約状況を確認・一括管理できるシステムのこと
で、予約作業を非対面で実施できる

 メリット

営業時間等に縛られずいつでも予約作業ができるので、顧客にとっての利便性が上がる
予約管理にかかる人員や手間を削減することができる

 期待できる効果
・活用用途


顧客対応を効率化できる
実店舗での密集を避けることができる

 導入コスト

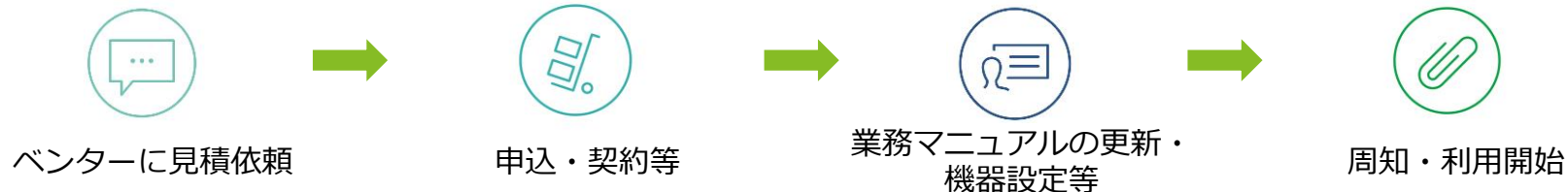
自社サイトを構築する場合、初期費用として数万～数百万円、維持費用として月額が掛かる場合がある
外部サービスを活用する場合、売上×10%～20%の手数料が発生する



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 外部の予約サービスを活用する、または独自のサイトを開発する（開発またはパッケージの利用）

■ 導入の流れ



5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 事前予約サイト・アプリ(2/2)

事例

導入先：茶の間



事業者概要

- ✓ 会社名：公益財団法人するが企画観光局
- ✓ 業種、事業内容：観光関連産業の振興、地域経済活性化の促進等
- ✓ 所在地：静岡県静岡市
- ✓ 従業員数、規模：21名



導入の背景・目的

- ✓ ICT活用により、業務効率化や改善を実現するため



効果

- ✓ 予約管理にかかる人員や手間を削減することができた



「予約日時」の選択

2020年12月

日	月	火	水	木	金	土	日
10	●	●	●	●	●	●	●
7	●	×	×	●	×	×	×
14	●	●	●	●	●	●	●
21	●	●	●	●	●	●	●
28	●						

茶畑の一角に設置されたウッドデッキテラスで過ごす体験プログラム「茶の間」は、完全予約制で茶畑の景観と静岡名産のお茶を楽しむことができる

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 混雑状況確認・混雑予想システム(1/2)

ツールの概要

顧客のスマートフォン等から混雑状況をリアルタイムで確認することができる
また、AIを活用し混雑する時間帯等を確認することができる



メリット

混雑状況をリアルタイムで確認できるので、顧客が混雑を回避することができる



期待できる効果 ・活用用途

混雑状況をリアルタイムで把握でき、入場制限等の判断も可能になる
また、蓄積されたデータをもとに販売促進策の検討等に活用できる
飲食業、小売業、文化施設、イベント・体験・アクティビティ事業等での活用が可能



導入コスト

初期費用は0円～50万円程度、維持費用として月額数千円～数万円程度かかる(設置する機器の種類や台数等構築内容によって異なる)

導入にあたってのポイント



導入スキーム

主に外部プラットフォーム活用

■ 導入の流れ



ベンターに見積依頼



申込・契約等



業務マニュアルの更新・
機器設定等







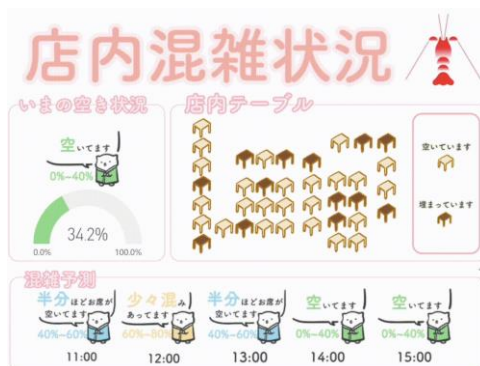
周知・利用開始

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 混雑状況確認・混雑予想システム(2/2)

事例

導入先：あびや大食堂

-  事業者概要
 - ✓ 会社名：あびや大食堂
 - ✓ 業種、事業内容：飲食業
 - ✓ 所在地：三重県伊勢市
 - ✓ 従業員数、規模：160席
-  導入の背景・目的
 - ✓ 新型コロナウイルスの感染拡大防止にむけて、混雑状況をリアルタイムで見える化し、回避する必要があるため
-  導入スキーム
 - ✓ 内部開発(現在は、システム部門を分社化し、飲食店向けのクラウドサービスを提供するEBI LABとして運営)
-  効果
 - ✓ 混雑状況をリアルタイムで把握できるようになったため、顧客・従業員双方の感染リスクを軽減することができた



混雑具合をリアルタイムで更新し、お店の混雑状況を外から確認することができる店頭サイネージやWEBページ等にも掲載し、顧客が来店前に混雑状況を確認することができる

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール デジタルキー(1/2)

ツールの概要

顧客のスマートフォンをルームキー化し、出入口のドアを開錠できる



メリット

チェックイン等の効率化により、待ち時間の軽減等利便性が向上する
カードキーの消毒・紛失対応等の接客の手間が軽減できる



デメリット

顧客にとってはセキュリティに対する不安感がある
スマートフォンを所持していない人は利用できない



期待できる効果
・活用用途

顧客対応を効率的に実施できる



導入コスト

初期費用、維持費用ともに宿泊施設の規模によって異なる



導入にあたってのポイント



導入スキーム

主にベンダーに外注

■ 導入の流れ



ベンターに見積依頼



申込・契約等



業務マニュアルの更新・
機器設定等






周知・利用開始

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール デジタルキー(2/2)

事例

導入先：相鉄フレッサイン上野御徒町店

-  事業者概要
 - ✓ 会社名：株式会社相鉄ホテルマネジメント
 - ✓ 業種、事業内容：宿泊業
 - ✓ 所在地：神奈川県横浜市
 - ✓ 従業員数、規模：全国42店舗、海外1店舗
-  導入の背景・目的
 - ✓ ICT活用により、業務効率化や改善を実現するため
-  効果
 - ✓ チェックイン時の処理が効率化し、宿泊客を待たせてしまうことが減った
 - ✓ 客室の鍵を持ち運ぶ必要がなくなり、紛失対応や部屋番号を忘れた宿泊客対応の手間が軽減した



自身のスマートフォンでホテル指定のアプリをダウンロードしておけば、Bluetooth機能を活用し、自身のスマートフォンをルームキー化できる
その他、チェックイン、チェックアウトやエレベーター解除等も自身のスマートフォンで実施できる


5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 無人フロント・無人チェックインシステム(1/2)

ツールの概要


ホテルのチェックイン、鍵の受け渡しなどを非対面・無人で実施できる

 メリット


チェックイン等の対応が無人で実施できるので、待ち時間の軽減等利便性が向上する
チェックイン対応等の接客の手間が軽減できる

 デメリット

顧客にとってはセキュリティに対する不安感がある

 期待できる効果
・活用用途


顧客対応を効率的に実施できる

 導入コスト

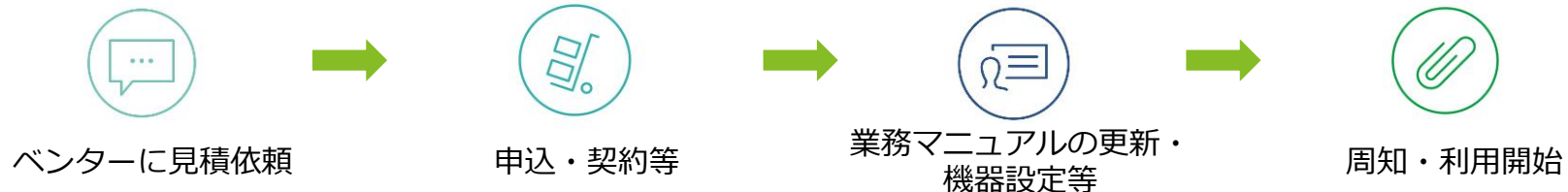
宿泊施設の規模によって異なる
初期費用として部屋の鍵本体費用や設置工事費用が、維持費用として1部屋あたり月額数千円～1万円程度がかかる



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 主にベンダーから購入もしくはリース・レンタルするケースが多い

■ 導入の流れ



5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 無人フロント・無人チェックインシステム(2/2)

事例

導入先：HOTEL BAMPKY



事業者概要

- ✓ 会社名：HOTEL BAMPKY (ホテル バンプキー)
- ✓ 業種、事業内容：宿泊業
- ✓ 所在地：東京都新宿区
- ✓ 従業員数、規模：13部屋



導入の背景・目的

- ✓ 顧客の利便性向上と効率的なホテル運営を目指すため



効果

- ✓ ホテル運営の無人対応が可能になり、運営経費を削減することができる
- ✓ チェックイン等に時間の制約がなくなり、顧客満足度が向上できる

無人フロントにて、24時間いつでも自動チェックインが可能
リモートで本人確認後に、鍵の受け渡しを実施








出所：Keelys HP「プレスリリース」

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール

デジタルメニュー(1/2)

ツールの概要

飲食メニュー等を電子化しペーパーレス化できる


-  分類 顧客のスマートフォン・タブレット等でQRコードを読み込み電子メニューを表示
各席に設置してあるスマートフォン・タブレット等で電子メニューを表示
-  メリット 接触なくメニュー確認・注文できるので、顧客にとっては注文が、事業者にとっては接客が簡易化できる
-  デメリット 各席のスマートフォン・タブレット等で電子メニューを表示する場合、機器の消毒が必要となる
-  期待できる効果・活用用途 顧客が自分で注文するのでオーダーミスを軽減できるほか、業務効率を向上できる
蓄積されたデータから販売促進策の検討等にも活用できる
-  導入コスト 初期費用は0円～格安で導入が可能なサービスもあるが、タブレット等本体費用がかかる場合がある。また、維持費用として月額数万円程度かかる(設置する機器の種類や台数等構築内容によって異なる)

導入にあたってのポイント

-  導入スキーム 主にベンダーに外注

■ 導入の流れ



-  留意すべき点
Wi-Fiなどの通信環境の整備が必要となる

5.近年重要性が高まってきているデジタルツール デジタルメニュー(2/2)

事例

導入先：しんばち食堂 浅草店



事業者概要

- ✓ 会社名：株式会社越後屋
- ✓ 業種、事業内容：飲食業
- ✓ 所在地：東京都港区
- ✓ 従業員数、規模：全国26店舗



導入の背景・目的

- ✓ 顧客の注文速度を向上し、店舗運営の効率化を目指すため



効果

- ✓ レコメンド表示機能を活用し、小鉢を自由に選択できるようにしたため、顧客の満足度が向上した
- ✓ 口頭で対応していた「ご飯の量を少なく」もシステムに組み込み、注文速度が向上した



電子メニュー画面

出所：：炭火焼干物食堂しんばち食堂HP
セルフオーダーシステムe-menuHP「しんばち食堂 浅草店」


5.近年重要性が高まってきているデジタルツール 翻訳サイト・翻訳端末

ツールの概要


多言語間で文章を自動翻訳することができる

 メリット


辞書や文法書がなくても短時間で簡単な翻訳ができる

 デメリット

文法や表現に不自然さや誤った解釈で翻訳されることがある

 期待できる効果
・活用用途


サイトの翻訳や外国人顧客とのメール対応などを短時間でできる

 導入コスト

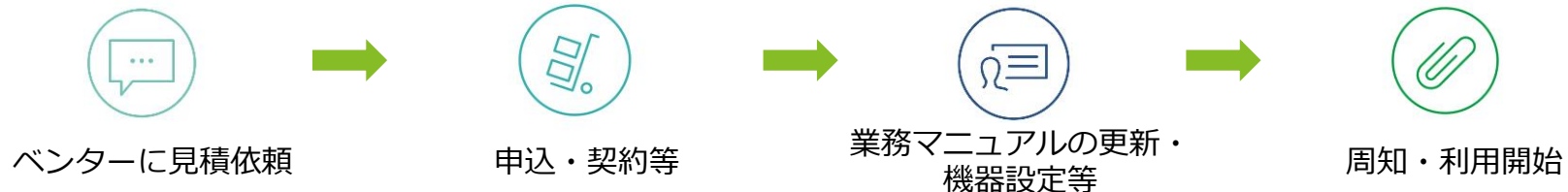
インターネットで無料提供されているものもある
より精度の高い翻訳や音声入力が必要な場合、端末の購入やシステム構築が必要



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 主にインターネット上で無料利用可能。精度や機能を高めたい場合、見積もりが必要。






■ 導入の流れ(有料の場合)



5.近年重要性が高まってきているデジタルツール オンラインツアー作成ツール(1/2)


ツールの概要

観光地の紹介、ツアーなどをオンライン・バーチャル空間で開催できる

 分類	VR・AR、ストリートビュー、映像コンテンツ等
 メリット	時間や場所の制約がなく参加することができる 顧客ターゲットを従来より拡大できる
 デメリット	顧客にとっては特別感を得にくい場合がある
 期待できる効果 ・活用用途	潜在的顧客の発掘や顧客情報の取得ができる バーチャル接客や従来のツアーのオンライン化が実現できる
 導入コスト	コンテンツによって大きく異なる 無料会議ツールの活用で0円～数万円程度から、複雑なコンテンツを作成する場合個別見積もりが必要



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 外部プラットフォームを活用することが多いが、内部開発も可能

集客・収益拡大につなげるためには、クーポンや特産品物販等との組み合わせやインフルエンサーの招聘等、企画面での工夫が必要です

■ 導入の流れ



5.近年重要性が高まってきているデジタルツール オンラインツアー作成ツール(2/2)

事例

導入先：あびや商店



事業者概要

- ✓ 会社名：あびや商店
- ✓ 業種、事業内容：小売業
- ✓ 所在地：三重県伊勢市
- ✓ 従業員数、規模：－



導入の背景・目的

- ✓ 新型コロナウイルスの感染拡大防止にむけて、店舗の混雑状況の回避、遠隔地の顧客への販売促進が必要になったため



効果

- ✓ 店舗の混雑を回避することができ、顧客に安心感を与えることができた
- ✓ 遠方の顧客が快適に商品を購入することができ、新たな顧客を獲得することができた



HP上の3D来店画面

WEB来店では、テレビ会議でスタッフが商品を紹介する
3D来店では、店内の様子を確認しながら商品を購入することができる
(オンラインショッピングサイトと連携)

出所： あびや商店HP


5.近年重要性が高まってきているデジタルツール ダイナミックプライシング(1/2)

ツールの概要


商品やサービスの価格を繁忙期・閑散期の需要変化に合わせて変動させ利益または販売数の最大化を目指す仕組みをAIで自動化する

 メリット


長期休暇や特定の伝統行事、シーズンイベントなどの影響で需要が大きくなる時に価格を上げて利益を最大化することができる
一方で閑散期など需要低減の時期は価格を下げて販売個数を増やす

 デメリット

消費者の信頼を損ない、買い控えが起こる可能性がある

 期待できる効果
・活用用途

常に獲得可能な最大利益を追求することができる
閑散期の売れ残りを防止し、コスト削減を実現する

 導入コスト

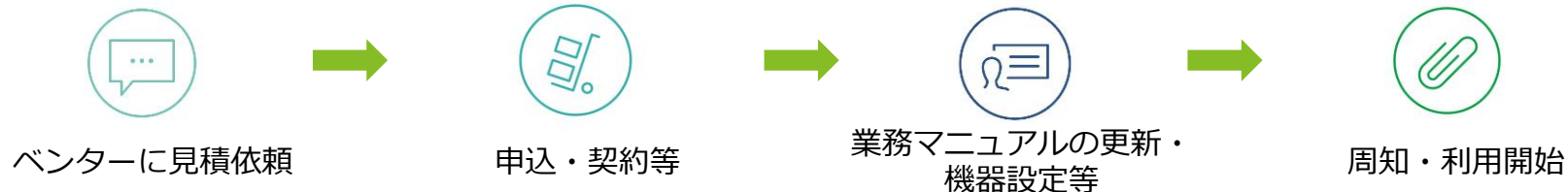
百万円～の初期費用に加え、数千円～の月額利用料がかかる



導入にあたってのポイント

 導入スキーム 主に外部サービスやベンダー提供のパッケージなどを導入する

■ 導入の流れ(有料の場合)






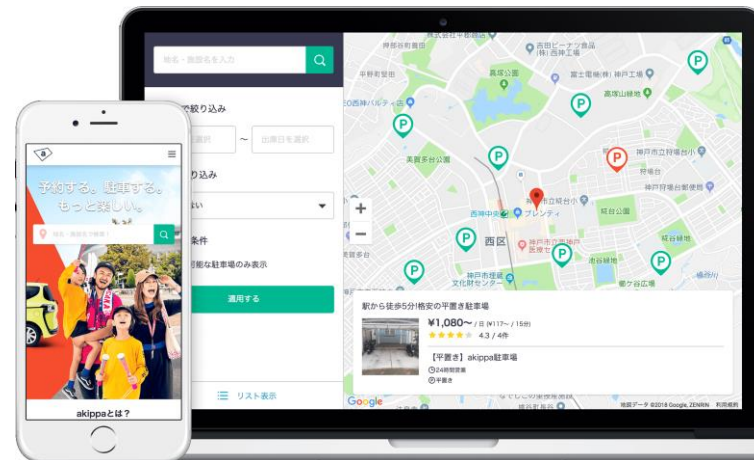
5.近年重要性が高まってきているデジタルツール ダイナミックプライシング(2/2)

事例

導入先 : akippa

※月極駐車場や商業施設、個人宅の空き車庫・空き地などのスペースに、ネットで予約して駐車できるサービス

-  事業者概要
 - ✓ 会社名 : akippa株式会社
 - ✓ 業種、事業内容 : 情報通信
 - ✓ 所在地 : 大阪市浪速区
 - ✓ 従業員数、規模 : -
-  導入の背景・目的
 - ✓ 人手で料金設定することで労力と人件費が大きな負担となっており、これを解決したい
 - ✓ 利用者の増加に伴うデータの急増に対処しきれない
-  効果
 - ✓ イベントの有無、規模、人気や過去の予約状況などに応じて適切な価格設定ができるようになった
 - ✓ 売上及び稼働率が10%増加した



6.業種別の取り組み具体例の紹介

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_ゑびや大食堂(EBI LAB)①

昔ながらの経営スタイル→データに基づいた経営に(売上予測、商品開発、販売戦略)

事業者概要

- ✓ 会社名：ゑびや大食堂
- ✓ 業種、事業内容：飲食業
- ✓ 所在地：三重県伊勢市
- ✓ 規模：160席

背景

課題意識

昔ながらの食堂、このままでは時代に取り残される

伊勢神宮前のおかげ横丁近辺にて長年にわたり食堂を運営。そろばんでの売り上げ計算や手切りの食券の利用等、販売管理は手作業に頼っていた。その結果、根拠のない感覚や経験による来店予想を行い、大量の廃棄ロスの発生、適切でない人員配置等、非効率な店舗運営が恒常化していた。

何から始めたか

スモールスタート、トライ&エラーを繰り返す

- ✓ 販売管理をそろばん(手作業)からエクセル管理へ
- ✓ あらゆるデータを収集・保存
- ✓ 販売データを自動的に管理できるPOSレジの導入



来店予測システム開発



5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_ゑびや大食堂(EBI LAB)②

昔ながらの経営スタイル→データに基づいた経営に(売上予測、商品開発、販売戦略)

成功の ポイント

社長のトップダウン、社長自らが旗振り役に

- ✓ 社長自ら業務プロセスの見直しを図り、業務のシステム化や来客予測開発に取り組んだ
- ✓ データ経営に向けた従業員への教育を充実させた

人のコミュニケーションを重視(実態に即した改革を)

- ✓ 飲食業・サービス業・小売り業、いずれをとってもお客様は“人”であり、人間同士のコミュニケーションが最重要という認識のもと、「対人間のサービスは人間にしかできない」、「人でなければいけない部分は人がやる」と考えた

具体的な 成果

90%以上の精度の来客予想 (100%の日もあるほどの高精度)



売上の増加

- ✓ 年間売上は約4.8倍、社員一人あたりの売上高は約3.5倍に

従業員の労働環境の向上

- ✓ 給与アップ、長期休暇の提供、労働時間の減少等を実現

新ビジネス創出

- ✓ 別会社(EBI LAB)を設立し、来客予測AIシステムの外販



出所：ゑびやHP、EBI LAB講演会資料、朝日新聞 生成発展、TABI LAB
三重県主催令和元年度経営者向けIoTハンズオン講座 インタビュー

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_陣屋(陣屋コネクト)①

昔ながらの経営スタイル→データを一元管理し、見える化

事業者 概要

- ✓ 会社名：陣屋
- ✓ 業種、事業内容：宿泊業
- ✓ 所在地：神奈川県秦野市
- ✓ 規模：約20室

背景 ・ 課題意識

借金10億円、倒産寸前の老舗旅館

バブル崩壊後から売り上げが下がり続け、リーマンショックの影響もあり負債が10億円にまで膨らむ。手書きの予約台帳、紙やホワイトボードでの予約業務や顧客管理の共有等、情報をアナログで管理していた。また、顧客情報や営業情報も、女将の頭の中や営業担当の手帳にのみにある等、経営の全体像を把握する社員がいない状態が常態化していた

何から 始めたか

新たな経営方針を定める、情報を見える化

全社員へヒアリングを実施し、新たな経営方針を決定
情報を見える化するため、経営管理システムの導入を決めたが、最初は資金が不足し、クラウド活用のシステムを導入。



- ✓ 全データを一元管理し、業務の流れを見える化し、情報の共有漏れや二重予約などのミスが軽減した
- ✓ 従業員にiPadを配布し、全従業員がシステムにアクセスが可能となり、全従業員がデータを確認できるようになった



- ✓ 従業員からの改善要望を反映
- ✓ SNSを活用し、過去に宿泊した顧客からの投稿があった場合顧客情報と紐づけられるようになり、さらにきめ細かなサービス提供が可能に

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_陣屋(陣屋コネクト)②

昔ながらの経営スタイル→データを一元管理し、見える化

成功の ポイント

全てのデータを一元管理し、見える化したこと

- ✓ 全データを一元管理し、全従業員がデータを確認できるようになり、各従業員が主体性を持てるようになった

具体的な 成果

誰でも質の高いサービスを提供できるようになり、顧客満足度が高まる

- ✓ AIを活用し駐車場に止めた自動車のナンバーを認識、自動的に顧客情報と照合してスタッフに通知し、顧客の名前を呼んで声がけする等の対応ができるようになった

顧客情報を一元管理、リアルタイムで見える化

- ✓ お客様の情報が一元管理され、全従業員(社員、パートにかかわらず)間でリアルタイムに共有が可能に
- ✓ 最適な人員配置や、業務効率化によるコスト削減が可能に



売上の増加

- ✓ 年間売上は約2倍に

働き方改革

- ✓ 週休3日制の導入、給与アップ

新ビジネス創出

- ✓ 別会社(陣屋コネクト)を設立し、クラウド型の旅館管理システムの外販



出所：陣屋HP、陣屋コネクトHP、セールスフォース導入事例、ITmedia エンタープライズ特集記事

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_法律・会計 梅谷事務所①

作業効率の向上で生産性が大幅改善

事業者 概要

- ✓ 会社名：法律・会計 梅谷事務所
- ✓ 業種、事業内容：法律・会計事務所
- ✓ 所在地：兵庫県高砂市
- ✓ 規模：14名

背景 ・ 課題意識

昔ながらの事務処理で作業効率が悪い

明治42年創業、法律の専門家集団として代々ノウハウと地元との信頼関係を継承してきた同事務所。アナログベースで事務処理を行うことで、情報連携ミスが起きたり顧客情報の検索に1時間以上の時間を要することもあった。従業員が増えてホワイトボードで対応しきれなくなってきたからは「言った」「言わない」の事務所内トラブルも生じるようになっていた。

何から 始めたか

各種ツールを組み合わせることで事務処理を効率化

- ✓ スケジュール管理をホワイトボードからGoogleカレンダー、GoogleAppsへ
- ✓ 社員間、顧客とのコミュニケーションにChatworkを活用
- ✓ ノウハウはEvernoteにまとめ、顧客情報はPDF化してデジタルで管理
- ✓ 受電前に顧客情報を確認するため「おもてなし電話」を導入
- ✓ 顧客分析にはKintoneを採用、紙ベースでの作業が必要な時の手間を省くためKintoneから帳票出力できるRepotoneも契約



* 例示であり、提供会社やツールの仕様等、価格体系は様々となりますので、ツール検討の際は、各社にお問い合わせください

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_法律・会計 梅谷事務所②

作業効率の向上で生産性が大幅改善

成功の ポイント

課題を明確に、手軽に取り組めるツールを複数組み合わせ活用したこと

- ✓ 大がかりな開発などをせず、自社の課題を確実に手当てできるツールを組み合わせ、無理のないデジタル化を推進した

具体的な 成果

事務処理スピードの改善

- ✓ コミュニケーションの効率化、書類の検索スピード向上、おもてなし電話との関連付けにより事務処理が円滑に

情報共有の手間が激減

- ✓ 情報検索時間が削減され、顧客情報を一括で全員が閲覧可能に
- ✓ これにより社内での食い違いの防止に成功



生産性1.4倍を実現



出所：梅谷事務所HP、船井総研HP

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_碌々産業株式会社(AI Machine Dr.)①

逆風を追い風に、ものづくりにこだわったデジタル活用

事業者 概要

- ✓ 会社名：碌々産業株式会社
- ✓ 業種、事業内容：製造業
- ✓ 所在地：東京都港区
- ✓ 規模：180名

背景 ・ 課題意識

減価償却期間の壁、高水準の品質維持へのニーズ

微細加工機のリーディングカンパニーとして創立118年を数える老舗企業だが、国内の生産設備の減価償却期間(10年)に販売機会が影響され、顧客との関係性が途絶えてしまう危険性があった。顧客製品の制度工場に伴ってミクロン単位の加工が求められ、これに応じるために精緻な機械管理が必要となった。

何から 始めたか

高難度の顧客ニーズから新たなビジネスチャンスを発掘

ユーザーの課題から新たなビジネスモデルを構築。

- ✓ 微細加工機のあらゆる部位にセンサーを設置し、温度や電力、流量、圧力、負荷、時間、指令など36項目のデータを取得、可視化
- ✓ 取得したデータを付属のメモリーに記録すると同時に専用クラウドにアップロード



微細加工機を遠隔監視し、予防保全やトラブルの早期解決のための新サービス「AI Machine Dr.」を開発。

5.業種別の取り組み具体例の紹介

DX推進事例_碌々産業株式会社(AI Machine Dr.)②

逆風を追い風に、ものづくりにこだわったデジタル活用

成功の ポイント

製品の品質にこだわり、ミクロン単位の品質を維持する要素を分析したこと

- ✓ 「良品が出来た時の機体状態を常に監視し、キープすれば、機械による不良は出なくなる」という考えから、機体の情報をリアルタイムで取得し、ビッグデータ化するという発想を得た

機体の状態をリアルタイムで確認し、最適なタイミングで適したサービスを提供

- ✓ 機体のリアルタイム情報から、専門技師による動作不良の早期原因究明や製品の使い方指導などを実施

蓄積したデータから新サービス「AI Machine Dr.」を開発

- ✓ クラウドに蓄積したデータをAIで診断し、良品の閾値を算出
- ✓ ノウハウをソリューション化して新サービスを開発

具体的な 成果



取引先の拡大

- ✓ 大手企業からソリューション利用の問い合わせを受ける

新規事業創出

- ✓ コンサルティングサービスの提供を開始



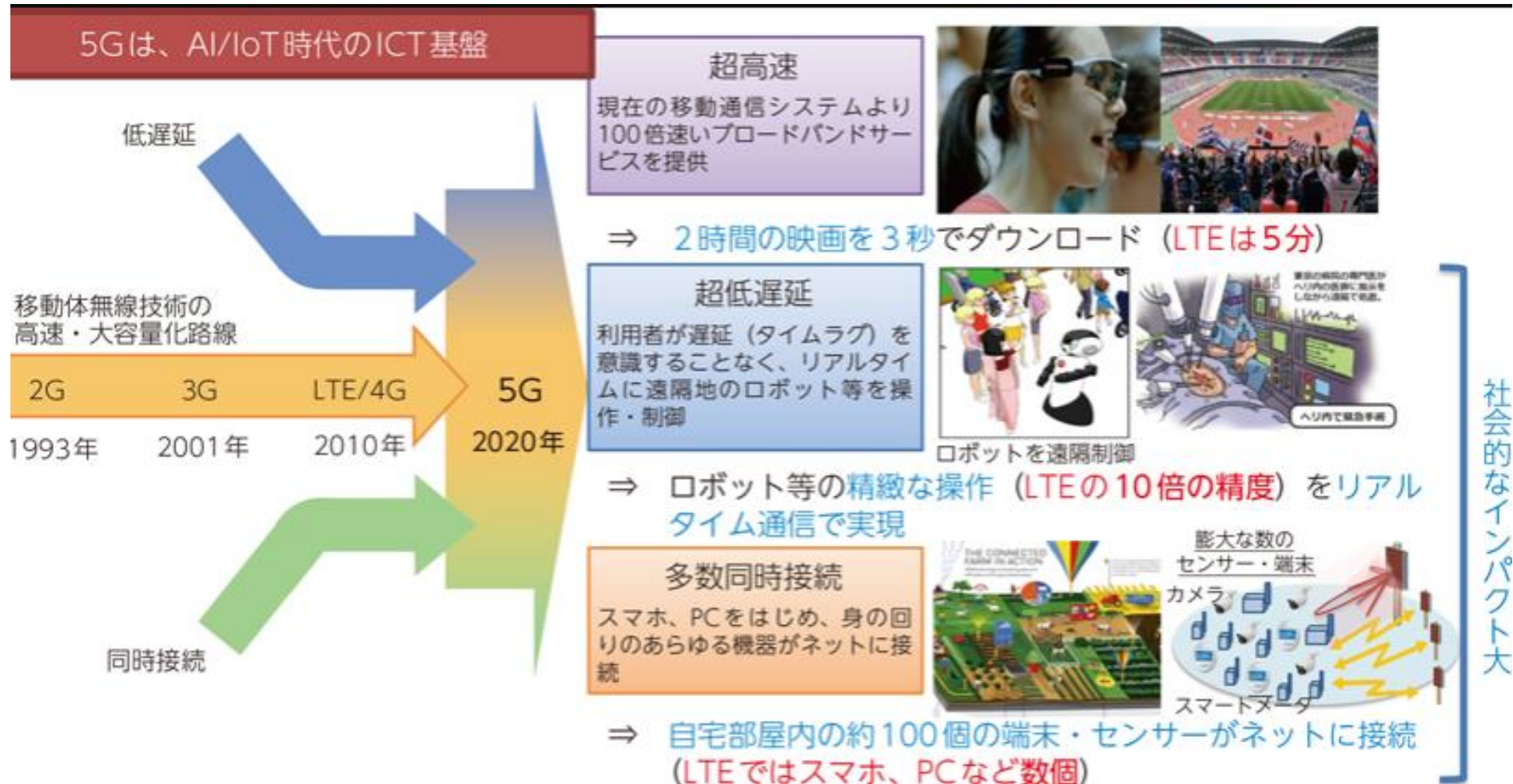
出所：碌々産業株式会社HP、株式会社コアコンセプト・テクノロジーHP、製造現場ドットコム

7. 5G下における新たなデジタルサービスの展望

6. 5G下における新たなデジタルサービスの展望

5Gとは？

5Gとは第5世代を表しており、超高速・超低遅延・多数同時接続可能などの特徴を有しています



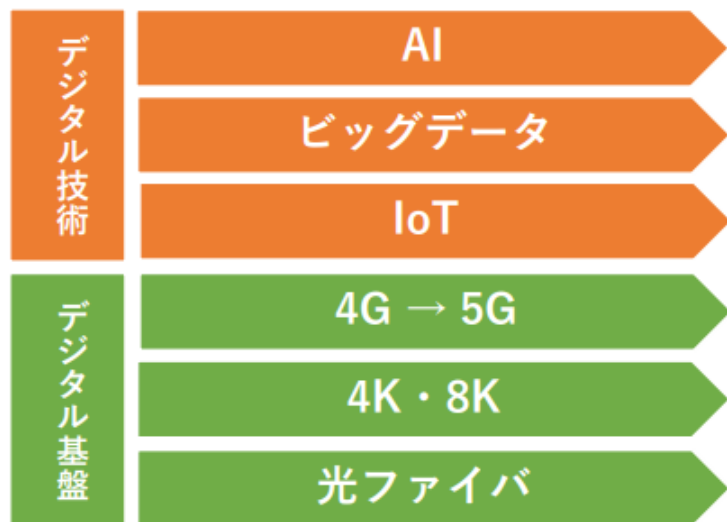
6. 5G下における新たなデジタルサービスの展望 感染症流行による5G等を活用したデジタル化の重要度の高まり

5Gの活用により、新たな価値創造が進むと言われており、デジタル化の重要度はより高まると考えられます

- ・ 新型コロナウイルス感染症の流行を契機として、ICTは国民生活や経済活動の維持に必要不可欠な技術となり、これまでデジタル化が進まなかった領域にもデジタル化の波が押し寄せてきています
- ・ 今後は、5Gを活用したサイバー空間とリアル空間の融合などが進み、デジタル技術の活用が今まで以上に重要になると言われています

Before Corona

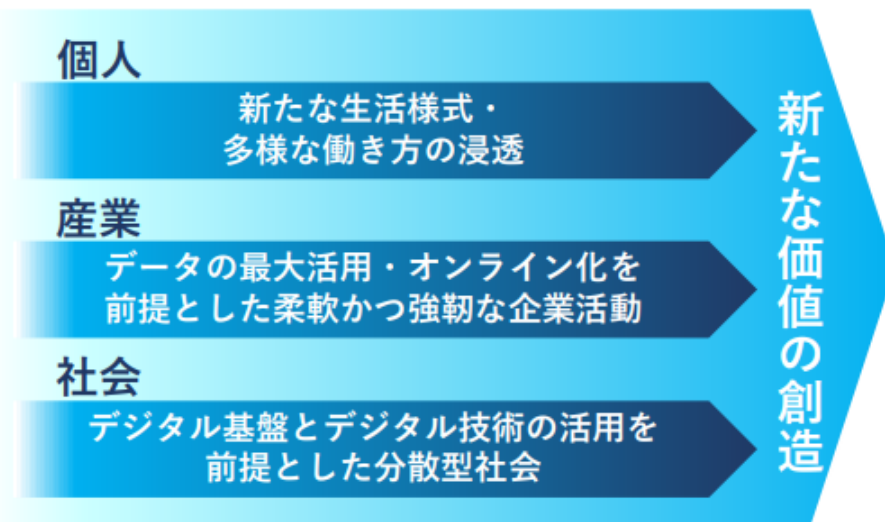
デジタル基盤整備及びデジタル技術活用により
デジタル・トランスフォーメーションを推し進め
産業の効率化や高付加価値化を目指してきた



新型コロナウイルス感染症の
世界的流行

With Corona

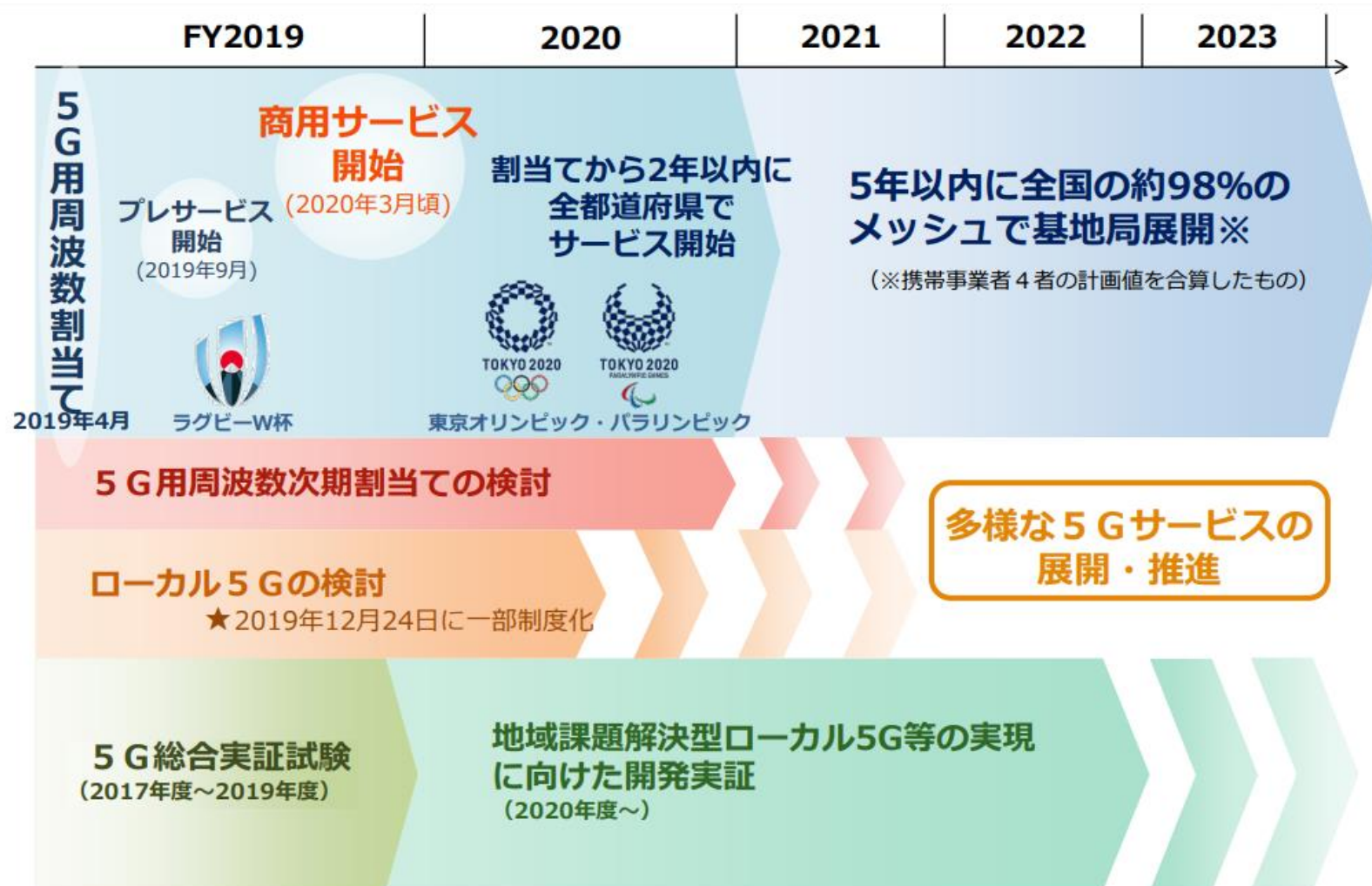
人の生命保護を前提にサイバー空間とリアル空間が
完全に同期する社会へと向かう不可逆的な進化が
新たな価値を創出



6. 5G下における新たなデジタルサービスの展望

5Gの活用展開

都市部を中心とした展開が想定されますが、今後は都市部以外の場所でも活用が進むと考えられます

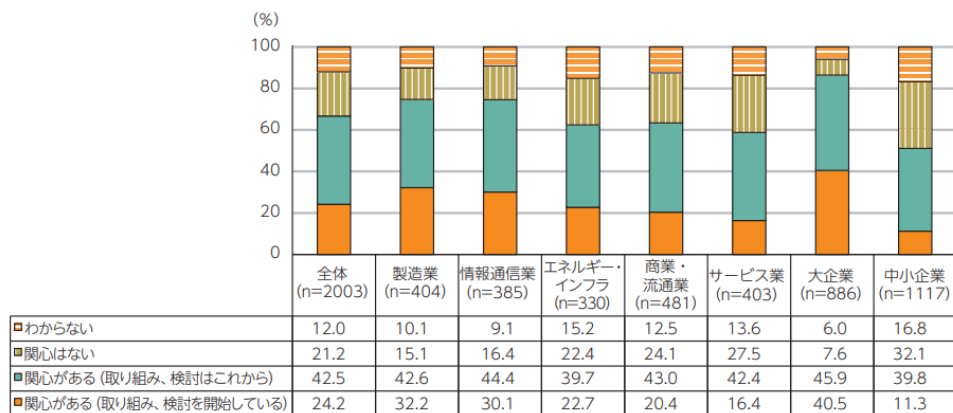


6. 5G下における新たなデジタルサービスの展望 企業の関心と5G活用で想定される場面

5Gについては、中小企業を含めても半数以上が関心を持っている状況です

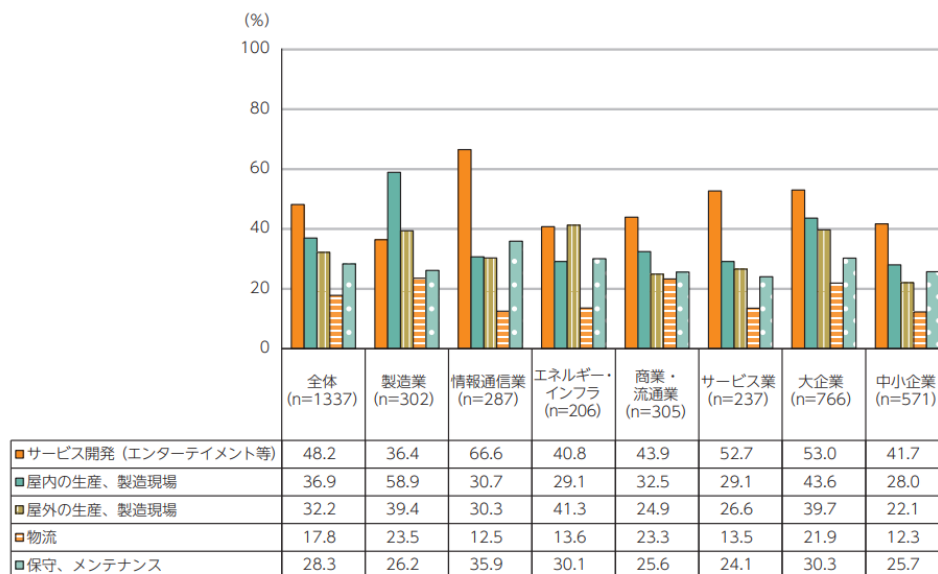
- ・ 回答企業のうち関心があるとの回答は60%を上回り、業種別にみてもいずれの業種も5割を超える結果となっています
- ・ 5Gの活用場面について尋ねた結果、製造業では「屋内の生産、製造現場」が最も高く、情報通信業やサービス業では「サービス開発」が最も高い結果となっています

■ 5Gへの関心の有無



(出典) 総務省 (2020) 「デジタルデータの経済的価値の計測と活用の現状に関する調査研究」

■ 5Gの活用場面



(出典) 総務省 (2020) 「デジタルデータの経済的価値の計測と活用の現状に関する調査研究」

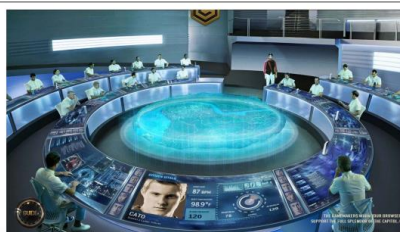
6. 5G下における新たなデジタルサービスの展望

デジタルサービスの展望

将来的には、5Gの特徴などを活かした新たなサービスの創造が想定されています

オフィス

- 多量のデータも瞬時に共有
- 離れた場所からもバーチャルな空間にて会議を実施



「ハンガーゲーム」より



- 不良品の検出や製品の分別を瞬時に行う
- 工場内の設備を全て5Gで接続し、リアルタイムな制御やメンテナンスを可能に

メンテナンス



- ドローンや電子タグを用いて、施工前から施工後まで一体的に品質管理。工程管理から施工後の維持管理まで。



<https://www.urbanengines.com/>

- 街中の交通情報が共有され、渋滞の解消される世界
- エネルギーが効率よく分配され、環境に優しい街

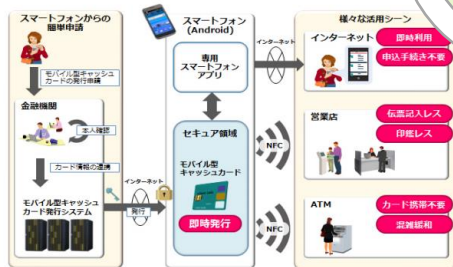
デジタルサービスの展望 (一部紹介)

小売り



<http://www.apple.com/>

Pay Tango



日立モバイル型キャッシュカード

5Gによって、

- 電子決済が普及し、支払いの無人化、ショップスタッフはサービスの提供に特化。
- スマートフォンがキャッシュカード等の役割を果たし、**カードレス、ペーパーレス**に。

交通



山間を走るリアモーターカー

会議に参加

360度ライブカメラ

超高速移動中に超高精細動画などを視聴



選手のパーソナルデータをリアルタイムで表示!!

5Gによって、

- 高速移動中の大容量通信を実現。
- 完全自動運転を実現し、モビリティ・エンターテインメントが登場。

電政政策2020懇談会・サービスWG
モバイルサービスTF第2回説明資料より

参考資料(その他観光に係るデジタルの取り組み)

観光に係るデジタルの取り組み

観光分野における国のDX推進の方向性

国において観光におけるDX推進に向けた各種支援の整備が予定されています

令和3年度観光庁予算概算要求

DX(デジタルトランスフォーメーション)の推進による 観光サービスの変革と観光需要の創出

デジタル技術及び観光資源の融合等により、これまでの態様に捉われない新たな観光コンテンツ・価値を生み出し、DX（デジタルトランスフォーメーション※）の推進による観光サービスの変革や観光需要の創出を実現する。

※ DXとは、デジタル技術及びデータを活用して、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することにより、競争上の優位性を確立すること。

オンラインを活用した 来訪意欲の増進

オンライン空間上でのツアーを通じて観光地の情報収集や消費の機会等を提供。



オンライン等を活用した観光ツアー例

今までにない新しい観光コンテンツ・ 価値の創出

高精度測位技術や5G等のデジタル技術を複合的に活用し、文化芸術や自然等の既存の観光資源を磨き上げ。



デジタル技術を活用した観光コンテンツ例

観光地経営・エリアマネジメント の変革

顔認証を活用した手ぶら観光や予約・購買・行動等に関するビッグデータの利活用拡大等の可能性を調査。



顔認証を活用した手ぶら観光等のイメージ

出所：観光庁「令和3年度観光庁関係予算概算要求概要」

観光に係るデジタルの取り組み

観光分野における三重県のDX推進の支援施策(例)

三重県においても観光におけるDX推進に向けた支援施策を進めることを予定しております

観光スマートサイクルの一層の推進

これまで三重県が実施してきた事業で蓄積したデータやノウハウを活用し、国が実施するGo to Travel キャンペーンと連動した、宿泊施設および体験施設利用促進のための割引の上乗せや「スマホでみえ得キャンペーン」との連携事業を実施する。さらに、航空会社、高速道路会社と連携し、三重県への誘客促進に向けたデジタル技術を活用した事業など県独自の誘客事業を展開する。

新型コロナウイルス感染症収束後の旅行者のニーズを把握する手段として、インターネット上の口コミ情報等に現れる旅行者の生の声を収集・分析する「ソーシャルリスニング」を活用するとともに、誘客プロモーションにおいても、オンライン上でのキャンペーン展開や、動画等を効果的に活用したSNS やホームページなどでの情報発信を強化・充実させる。

デジタルの活用による旅行環境改革

「AIチャットボット」を活用した外国人向け観光案内の実施や、スマホ一つで、複数の交通モードの予約、決済を一元的に行うことができる「観光Maas」(p12~13参照)の展開など、デジタル活用による利用者目線に立った旅行環境を整備する。

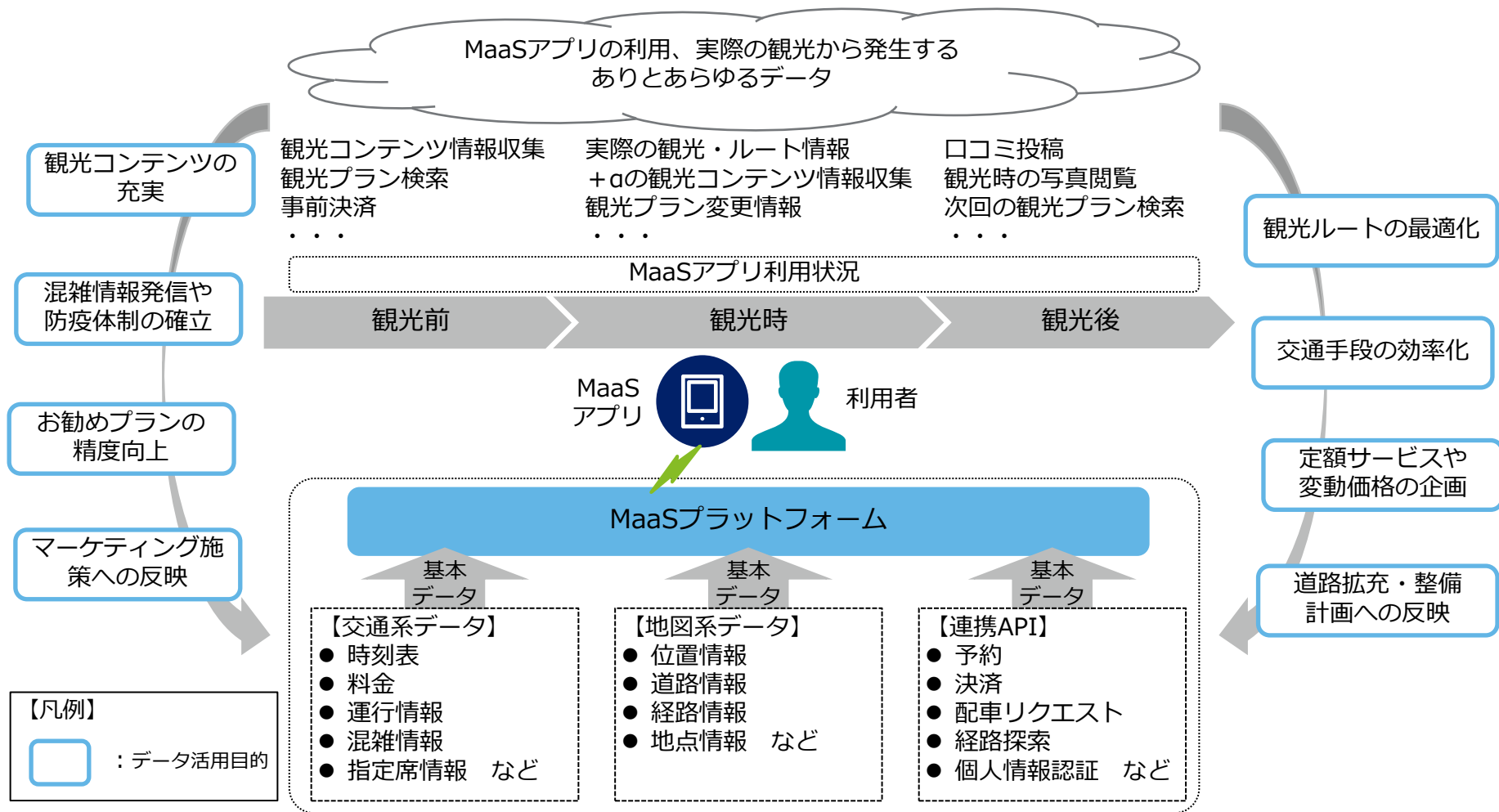
インバウンドセールスのデジタル化

海外事業者等とのつながりの維持・拡大を図るため、海外との往来ができない状況でも実施できるオンラインでの新たなインバウンドセールス手法の確立に取り組む。オンラインならではのメリットを生かし、ライブ映像を活用した三重の魅力紹介や、施設の現場から実際の様子を見せながらの商談、施設間の移動時間ロスのない効率的な現場視察など、オンラインセミナー、商談会およびファムトリップを効果的に組み合わせたプロモーションを先駆的に試行する。

観光に係るデジタルの取り組み

観光分野におけるDX推進事例_次世代モビリティサービス「Maas」

「Maas」とは旅程の最適経路を提示するとともに、ワンストップで複数の交通手段を予約・決済できるサービスを指します



観光に係るデジタルの取り組み

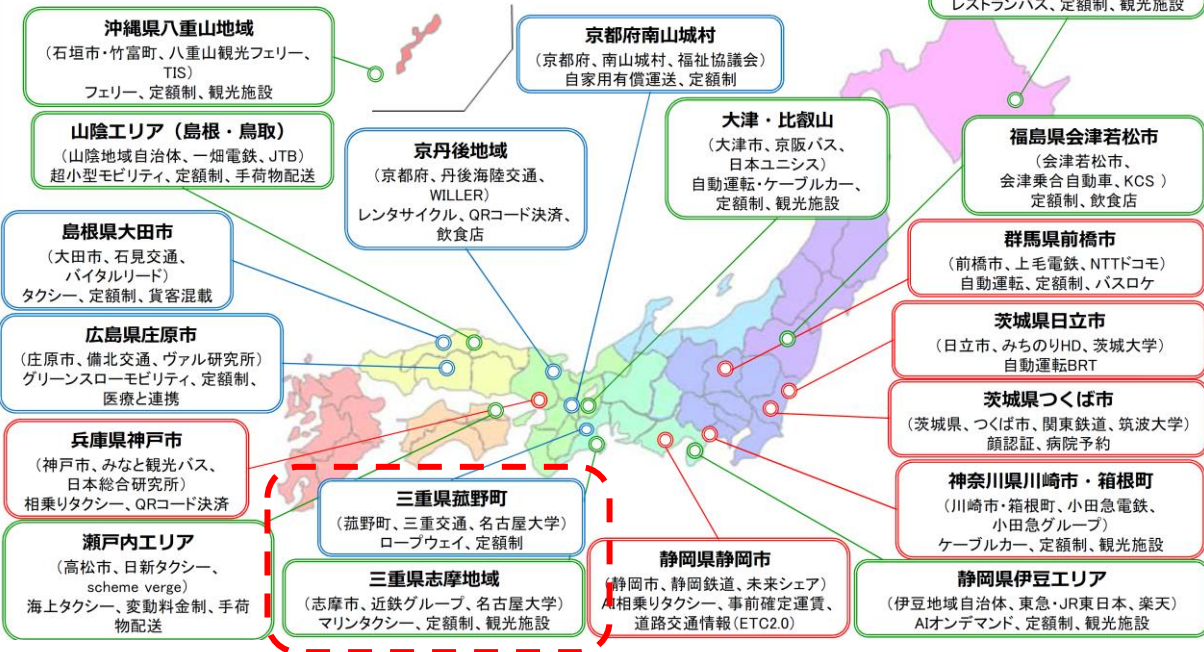
観光分野におけるDX推進事例_三重におけるMaas推進状況

三重県においても、志摩や菰野町にてMaasの実証実験が進められています

新モビリティサービス推進事業 先行モデル事業



○: 大都市近郊型・地方都市型(6事業) ○: 地方郊外・過疎地型(5事業) ○: 観光地型(8事業)



三重県志摩地域

「志摩地域観光型MaaS実証実験」

- 観光スポットが各所に点在している中で、交通手段の不足、事業者の連携や情報発信が充分でないといった課題を抱えていることから、MaaS環境・アプリを構築し、オンデマンド交通の予約や決済、観光地情報検索の一元化を試行
- 志摩市、三重県、近鉄グループHD、志摩マリンレジャー(株)等が協議会に参画

三重県菰野町

「こもののおでかけをMaaSで便利にするプロジェクト」

- 町民の生活利便性の向上を目的に、地域公共交通網全体の検索・予約システム作成およびオンデマンド乗合タクシーの配車のAI化を実施(導入に向けたニーズ把握)
- 菰野町、公共交通運行事業者(コミュニティバス、鉄道、ロープウェイ等)、名古屋大学大学院環境学研究科等が協議会に参画

出所：国土交通省HPを参考に作成

