



新型コロナウイルス克服・地域経済活性化支援 アドバイザー派遣事業

【ビジネスにつながるデジタル活用】

2022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

はじめに

1 本事業の目的 p.3

2 デジタル化の概要・背景 p.5

3 デジタル活用の検討ポイント p.10

4 ツール活用によるデジタル化 p.14

5 デジタルツール・事例のご紹介 p.29

6 デジタルを活用した新規事業 p.72

7 近年の技術トレンドのご紹介 p.77

付録 デジタル化検討ワークシート P.85

はじめに

本テキストはデジタル化の成熟度に応じて、推奨するご参照ページを設定しています

区分	目安	1	2	3	4	5	6	7	付録
		本事業の目的	デジタル化の概要・背景	デジタル活用の検討ポイント	ツール活用によるデジタル化	デジタルツール・事例のご紹介	デジタルを活用した新規事業	近年の技術トレンドのご紹介	デジタル化検討ワークシート
基本	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル技術、ツールに対して苦手意識がある ✓ 基本的な情報が理解できず検討を開始できない ✓ 情報が不足しており、デジタル化検討に際してどのような選択肢があるのか分からない ✓ デジタルツール導入後の活用方法操作イメージ等がわからない 	—	○	○	○	○			
応用	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 限られた予算内でデジタルツール・新技術の導入を段階的に進めたいが、どのように検討を進めれば良いのかわからない ✓ デジタルツールを一部導入したが使いこなせていない、または非効率が発生している 	—		○	○	○			○
発展	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル化時代に対応するための新たなビジネスアイデアを検討したい ✓ デジタル技術を活用したビジネスアイデアが知りたい ✓ 新規事業のアイデアに対して専門家からアドバイスが欲しい 	—		○			○	○	○

1.本事業の目的

1. 本事業の目的



デジタル技術のビジネス活用を段階的にご検討いただき、業務の効率化、事業拡大を目指す

01

デジタル技術の概要とビジネス活用に関するポイント、検討手順、デジタル技術を取り巻く環境変化等、基本的な背景知識をご理解いただく

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

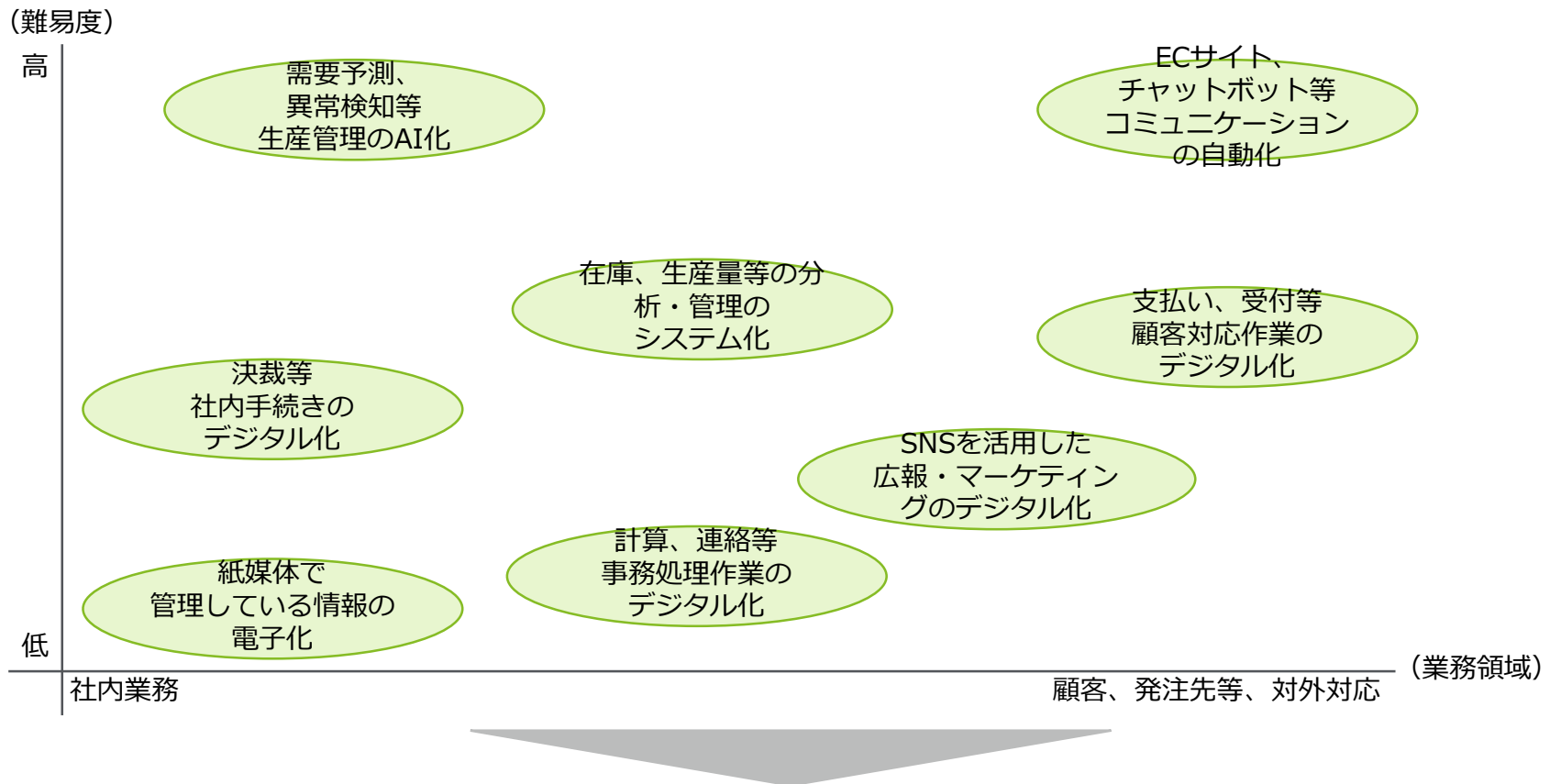
デジタル技術を積極的に活用した新規事業の事例と、近年の技術トレンドのうち一般的なワードをご理解いただき、デジタル化による事業拡大の参考としていただく

2.デジタル化の概要・背景

2. デジタル化の概要・背景

デジタル化とは

簡易なものからAIを使った高度なものまで、多種多様なデジタル活用ケースが存在



同一業務のデジタル化に際しても、手法によって難易度と効果に差があるため
取り組みやすい手法から着手することも一つの検討手順として有効です

2. デジタル化の概要・背景 デジタル化のメリットとデメリット

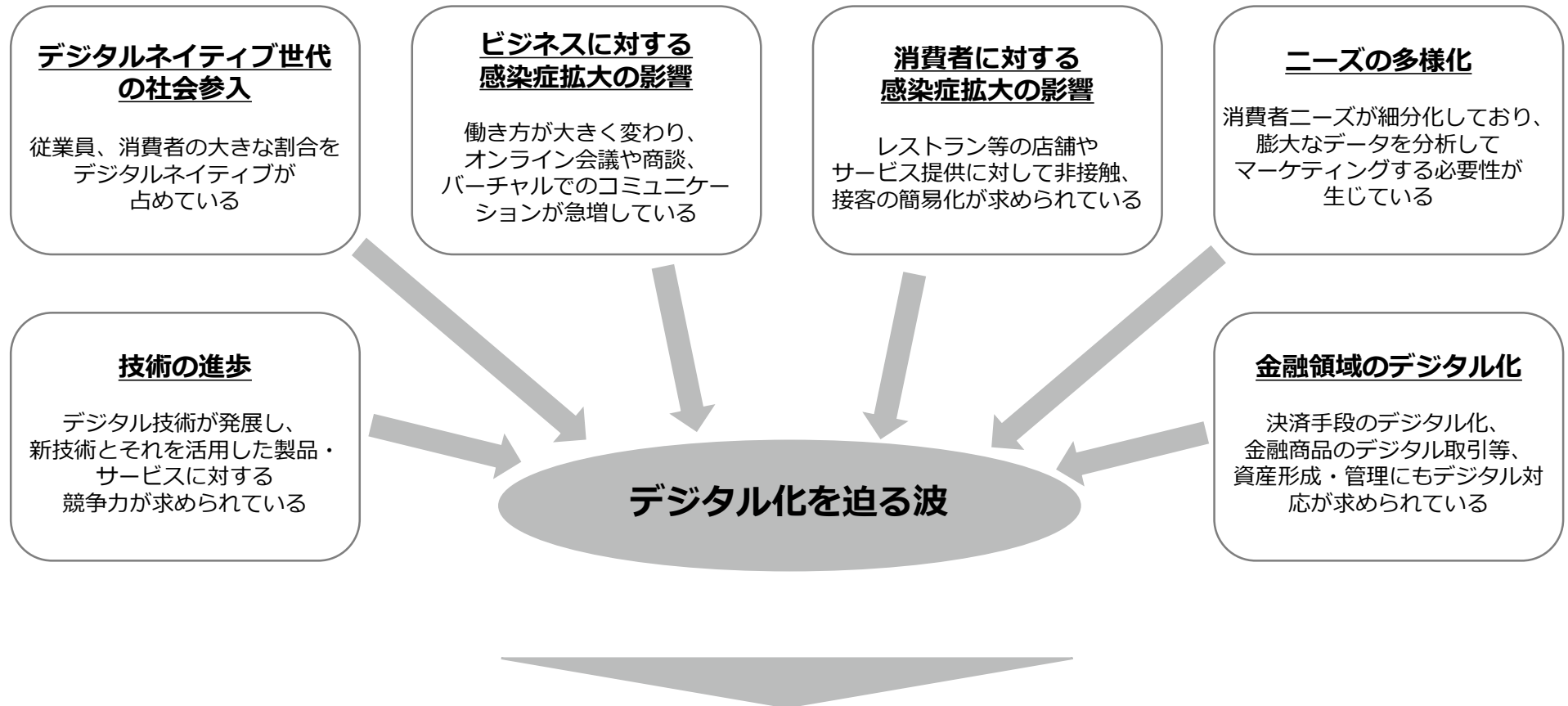
流行りや苦手意識にとらわれなくて、論理的な検討が必要

メリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 人的ミスの軽減 : 単純作業の自動化、繰り返し作業の自動化✓ 人手不足の解消 : ロボットによる接客、計算・決済等処理の自動化✓ コスト削減 : 長時間かかる作業の自動化、属人化しやすい業務の自動化✓ 機会損失の軽減 : バーチャル化による距離等物理的障害の排除、決済等手段の追加による顧客ニーズへの対応✓ 新たな収入源の獲得 : デジタル市場への新規事業による参入、デジタル金融商品の運用
デメリット	<ul style="list-style-type: none">✓ 一時的なコスト : システム構築に係る初期投資、ツール導入時の初期費用✓ 維持管理コスト : 保守・運用に係るランニングコスト、サーバー等リース料サービスの月間利用料✓ 有識者の確保 : 開発・管理について専門家と議論が可能な人材の雇用✓ 管理ポジションの常設 : 社内システムの総合管理、トラブル発生時の対応等の担当者または部署の新設✓ セキュリティ問題 : 情報漏洩、ハッキング、攻撃によるデータ破壊リスク

メリットだけではなくデメリットも考慮したうえで、
目的に対して費用対効果が高いと判断できる手法で具体的なデジタル化の検討を開始します

2. デジタル化の概要・背景 デジタル化を迫る環境の変化

技術の発展と社会環境の変化によりデジタルの活用は必須となりつつある



企業としての競争力を維持し、既存の売り上げ・顧客を継続確保するためには
デジタル化に対応することが必須条件となりつつあります

2. デジタル化の概要・背景

デジタルのビジネス活用に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。(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できやすい。(製造業)

【付加価値】

- ✓ 将来に対する種時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。(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。(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(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)



3.デジタル活用の検討ポイント



3. デジタル活用の検討ポイント ビジネスへのデジタル活用のケース

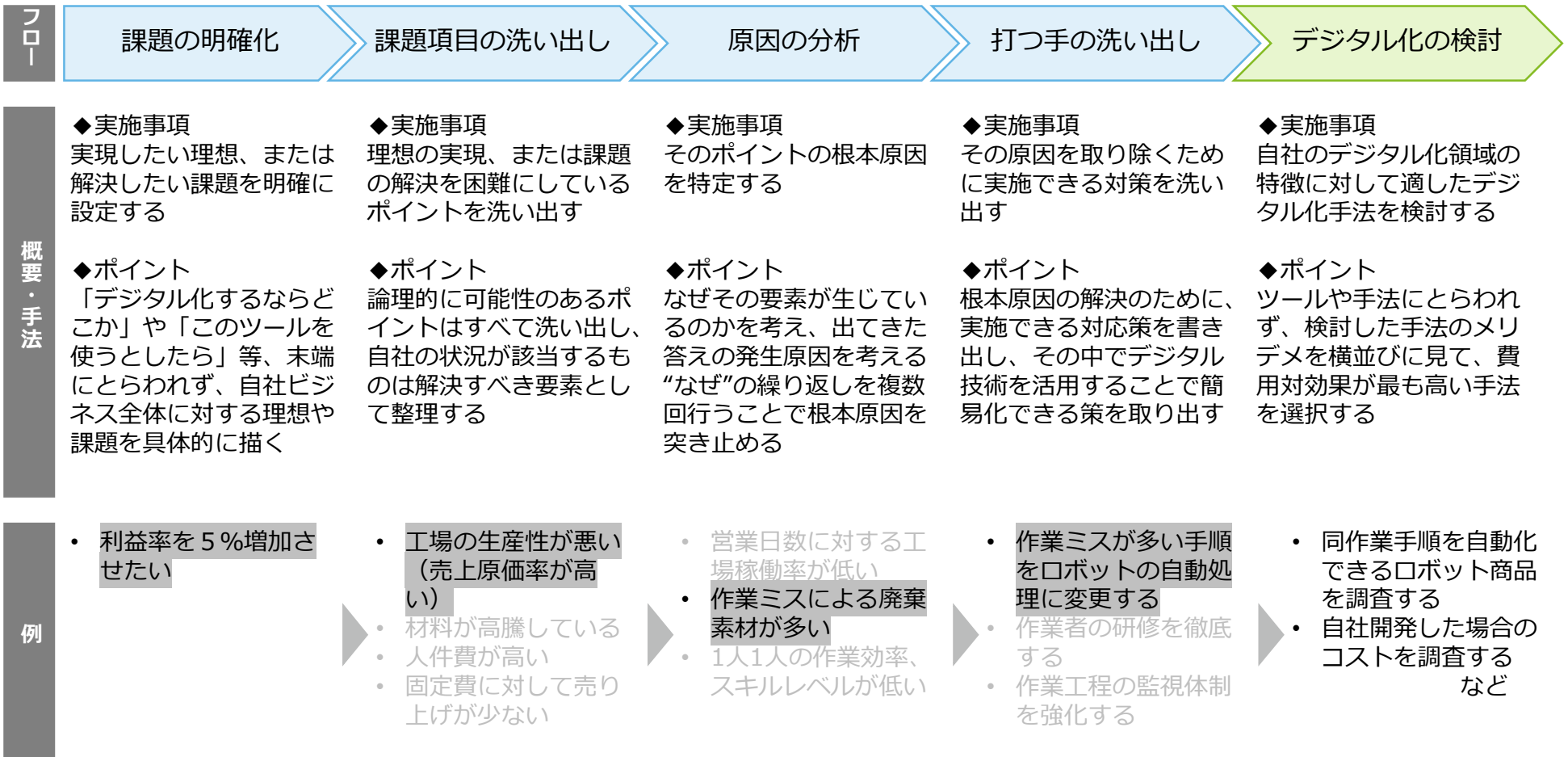
一般的なデジタル活用ケースは大きく分けて4パターン

		課題解決・業務効率化	事業・売上の拡大
手法	ツール導入	<ul style="list-style-type: none"> ● 自動計算ツールで手作業による計算ミスをなくす ● PCログイン・ログアウトを自動記録することでタイムカード押し忘れを防止 ● スケジュール管理ツールでメンバーのスケジュールを共有 ● 決済ワークフローシステムを導入し、押印処理を簡易化、回覧時間を短縮 	<ul style="list-style-type: none"> ● SNSを活用したマーケティング・データ分析で新商品開発、新規顧客を獲得 ● ECサイト、フリマアプリ等を利用してECサイトを開設、オンライン販売による売上を獲得 ● デジタル金融商品の運用による営業外利益の獲得
	独自開発	<ul style="list-style-type: none"> ● 扱う部品のサイズに合わせたロボットの導入による、作業ミスの防止 ● 高セキュリティな顧客管理システムの構築による、センシティブな情報の安全管理 ● 外部公開できないデータの分析のためのシステムを構築し、分析業務の負荷を軽減 ● シミュレーションシステムを構築し、研究開発を短時間化 	<ul style="list-style-type: none"> ● “あったら便利”なアイデアのアプリ開発による、利益獲得 ● バーチャル店舗を開設し、遠隔地にいる顧客へ情報発信、売上獲得 ● ノウハウやスキルに関する動画を作成し、オンラインサロンや動画サイト等で発信、会費やアフィリエイト報酬等の新たな収入源を獲得

3. デジタル活用の検討ポイント デジタル活用の検討ステップ

まずは解決したい課題の根本原因を特定してからデジタル化を考える

 経営や業務全体の視点で検討
 デジタル化という視点で検討



3.デジタル活用の検討ポイント デジタル活用手法ごとの向き不向き

既製品のツール導入と専用システムの独自開発には向き不向きが存在する

		メリット	デメリット
手法	ツール導入	<div style="border: 2px solid green; border-radius: 15px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> 手軽で安価にデジタル化を推進したい企業様向き </div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 初期投資額が安価に抑えられる ✓ 導入に際して高度な専門知識を要しない ✓ 保守・運用に特別な人材が不要 ✓ 操作マニュアル等、汎用的なものが準備されているケースが多い <ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用期間が長くなる場合、ランニングコストがかさむ ✓ ツールに合わせて業務や作業フローを工夫しなければならない ✓ サービス提供企業側の都合でUIやサービス内容の変更、提供終了等が生じる可能性がある 	
	独自開発	<div style="border: 2px solid green; border-radius: 15px; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> 高品質で自社にベストマッチなデジタル化を目指したい企業様向き </div> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 現在の業務フローや求めるセキュリティレベルに合わせてことができ、現場業務を変更しなくて良い ✓ 納品された商品は自社のものであるため、半永久的に継続利用が可能 ✓ システムやデータを自社内で保有するため、情報漏洩のリスクが下がる <ul style="list-style-type: none"> ✓ 開発時の初期投資に大きな金額が必要 ✓ システム構築に関して業者と議論・指示できる程度の専門知識を有する人材が必要 ✓ マニュアル等を自前で準備する必要がある 	

ツール導入によるデジタル活用を検討される方は「4. ツール活用によるデジタル化」へ

Go!

4. ツール活用によるデジタル化

4. ツール活用によるデジタル化 デジタルツール導入の目的と成功のポイント



目的 : スムーズな業務遂行と事業拡大

デジタルツールの導入は業務のミスや負荷を軽減し、自社利益を押し上げることが目的です。デジタルツールの導入そのものが目的とならないよう、注意が必要です。



成功の定義 : 業務改善または利益改善

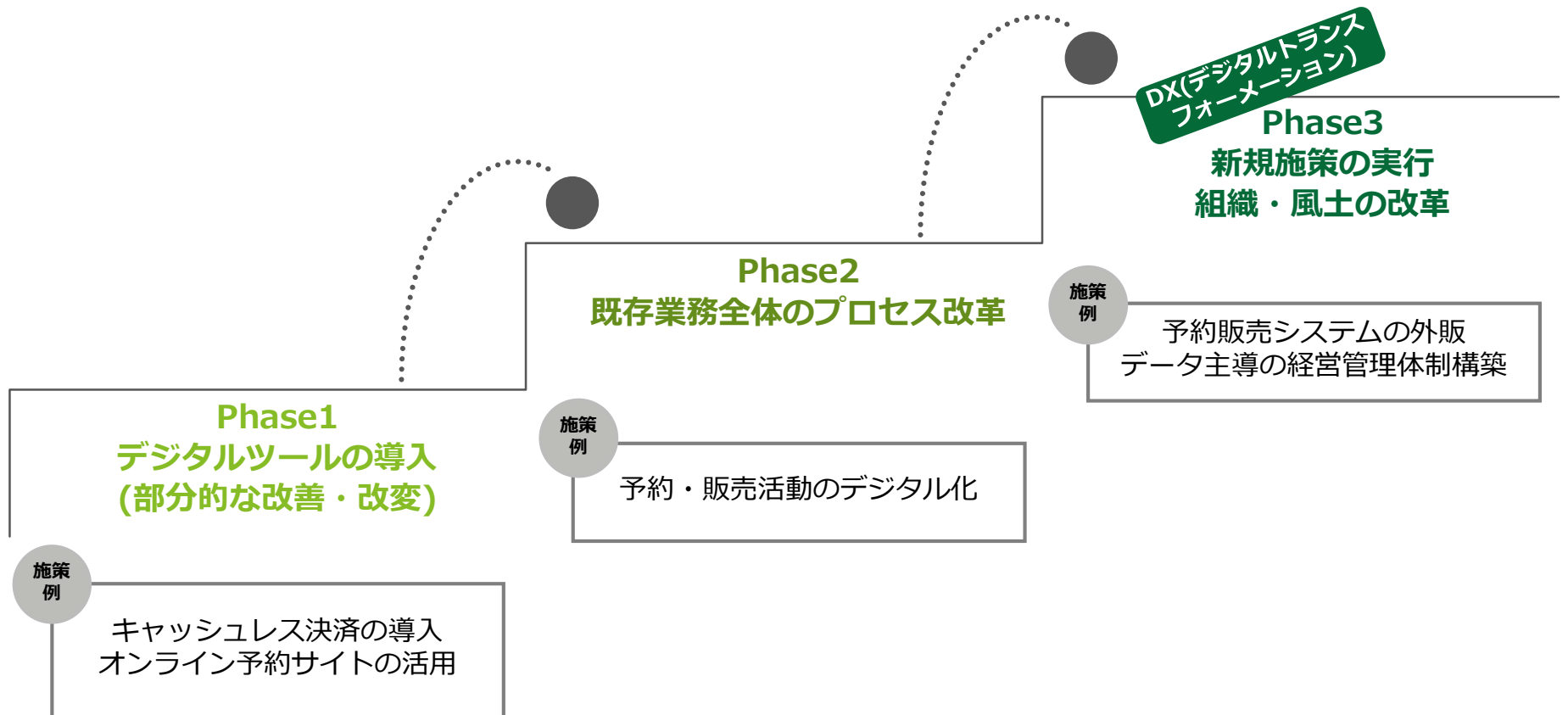
デジタルツールの導入にあたっては費用対効果を厳格に判断する必要があります。導入したことに満足せず、業務フローや利益が改善されたか、現場の反応も確認しつつ効果を測定します。



ポイント : 先入観を排除した論理的な分析

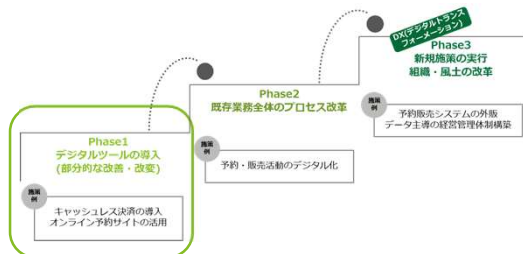
世間の流行や苦手意識等に影響されず、自社の状況とツールの持つ機能のマッチング率を確認し、論理的で冷静な判断が重要です。

4. ツール活用によるデジタル化 デジタルツール導入に向けた検討ステップ (1/2)



4. ツール活用によるデジタル化

デジタルツール導入に向けた検討ステップ (2/2)



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



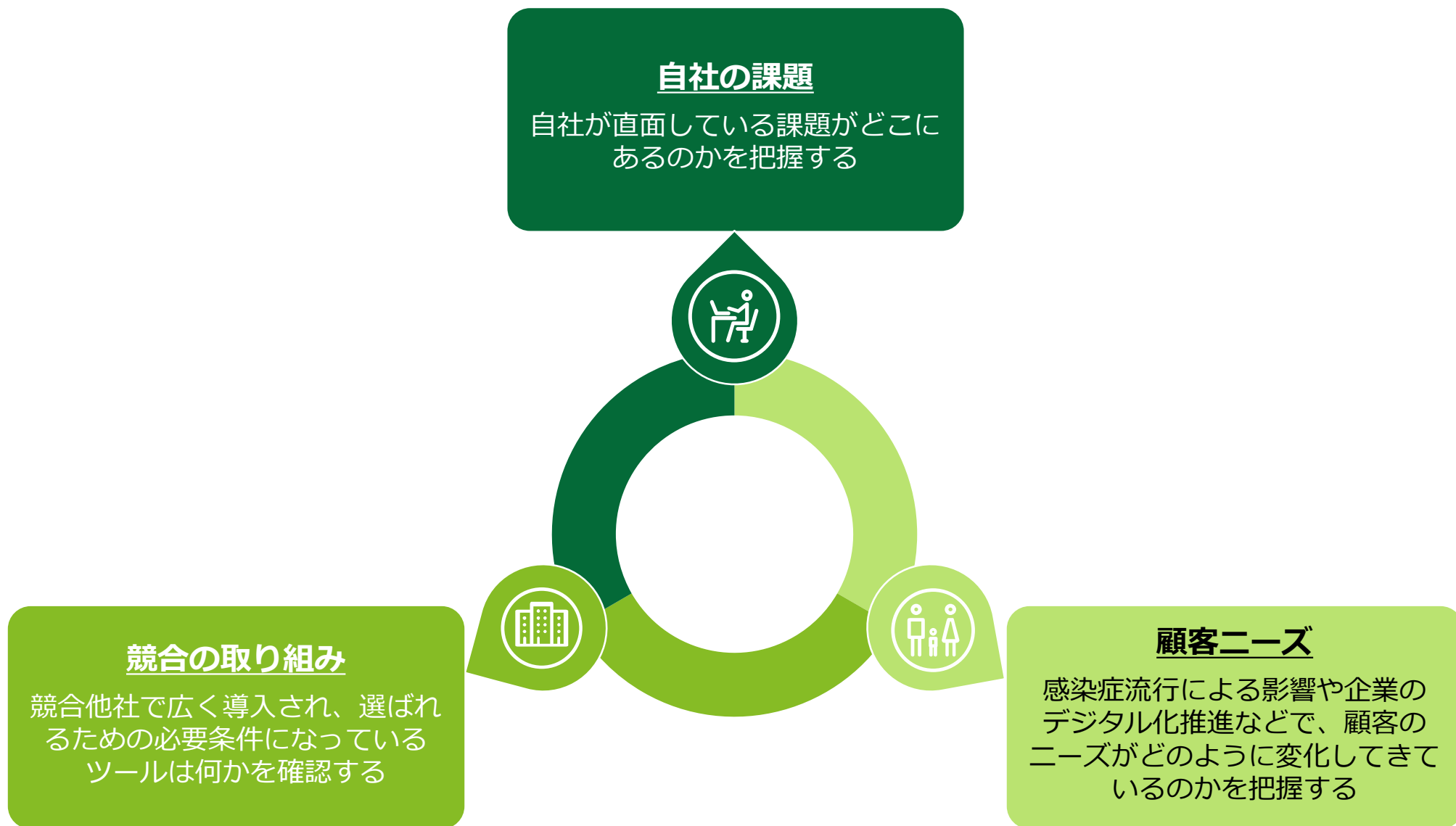
- デジタルツールの効果最大化に向けた業務の見直し
- 定着に向けた対応(従業員教育、マニュアルの整備)
- 効果検証および改善活動

4. ツール活用によるデジタル化 デジタル化対象の検討にあたっての視点

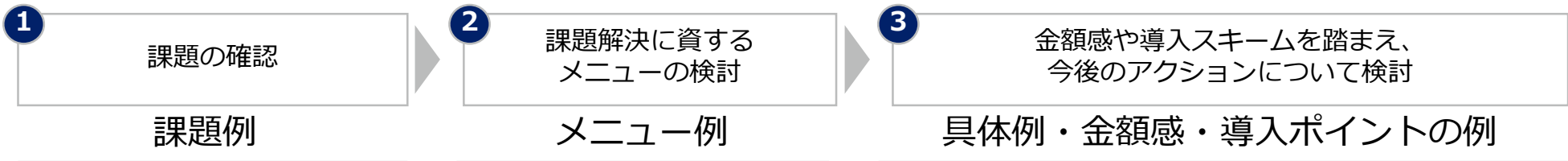
Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革



4. ツール活用によるデジタル化 課題に対応したツール検討のイメージ



- 人員数を増やさず
対応数を増やしたい
- 定期的に発生する
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

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

導入のポイント

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 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・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。また、顧客のデジタル情報を収集し、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。小売業等での活用が見込まれる

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
 - 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

4. ツール活用によるデジタル化 デジタルツール提供会社の検討のポイント

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

4. ツール活用によるデジタル化

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

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

顧客・従業員にツールを使いこなしていただく

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やすく説明するための説明ツールの用意



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

具体的な収益改善につながらない

ツール活用の効果を事業全体に波及させる

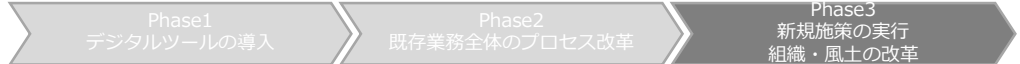
組織・役割分担・働き方の見直し

- 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

顧客・従業員満足度の向上

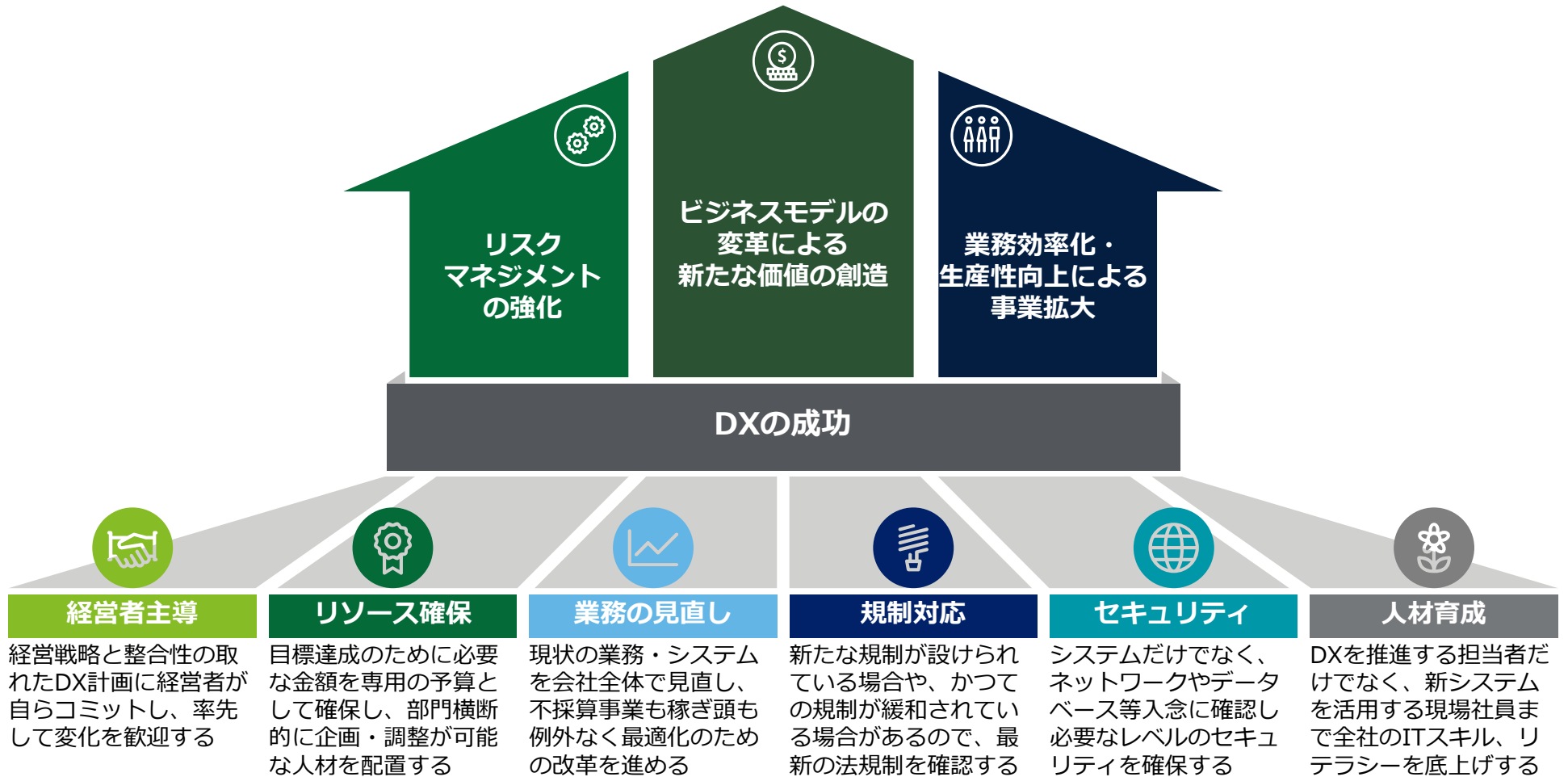
- 付加価値の高いサービス提供や顧客満足度の向上を通じた売上増加
- 残業時間削減による、従業員満足度の向上を通じた従業員の定着

4. ツール活用によるデジタル化 業務領域を超えたデジタルの活用



DXの本質とは、（中略）事業環境の変化に迅速に適応する能力を身につけること、そしてその中で**企業文化（固定観念）を変革（レガシー企業文化からの脱却）**することにあると考えられる

——— 経済産業省「DXレポート2（中間とりまとめ）」 2020.12.28



4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_陣屋(陣屋コネクト)①

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_陣屋(陣屋コネクト)②

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

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

具体的な 成果

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

4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_法律・会計 梅谷事務所①

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_法律・会計 梅谷事務所②

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_碌々産業株式会社(AI Machine Dr.)①

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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。顧客製品の精度向上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。

4. ツール活用によるデジタル化 DXの事例_碌々産業株式会社(AI Machine Dr.)②

Phase1
デジタルツールの導入

Phase2
既存業務全体のプロセス改革

Phase3
新規施策の実行
組織・風土の改革

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

具体的な 成果

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



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

5. デジタルツール・事例のご紹介

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 デジタルツール検索サービス

サービス名	ここからアプリ	提供元	経済産業省
提供場所	https://ittools.smrj.go.jp/	利用料	無料

◆デジタルツールの検索方法

1. 上部「ここからチェック」または「アプリ検索」を開く
2. 業種を選択する
3. 目的・デジタル化の対象業務を選択する

◆サイトでできること

- ✓ デジタルツールの検索
- ✓ 導入事例の学習
- ✓ デジタルツール導入を支援する補助金や支援機関の情報収集
- ✓ 関連セミナーの一覧確認
- ✓ メールマガジンの登録
- ✓ 特集記事の閲覧

など

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

各課題解決に対応したデジタルメニュー

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

① 業務代行

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	<p>基本 応用 発展</p> <p>問い合わせ 対応の自動化</p>	<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。 <p>チャットボット P.40</p>	<ul style="list-style-type: none"> Tripla BEBOT Talkappi 	<ul style="list-style-type: none"> 月額数万円～
2	<p>基本 応用 発展</p> <p>PC操作の 自動化</p>	<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。 <p>RPA P.41</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>ロボットによる 業務代行</p>	<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。 <p>業務代行ロボット P.42</p> <p>デジタルコンシェルジュ P.44</p>	<ul style="list-style-type: none"> デジタルコンシェルジュ ウェルボ 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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

各課題解決に対応したデジタルメニュー



② 業務効率化

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	<p>基本 応用 発展</p> <p>人事・勤怠管理の効率化</p>	<ul style="list-style-type: none"> 従業員の出勤情報を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。 <p>人事評価システム P.45</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>マーケティングの効率化</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>社内手続きの効率化</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>スケジュール管理の効率化</p>	<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。 <p>スケジュール共有アプリ P.46</p>	<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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

各課題解決に対応したデジタルメニュー

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

③ 情報管理・処理(1/2)

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	<p>基本 応用 発展</p> <p>受注・売上の情報管理</p>	<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。 <p>受注管理システム P.47</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>給与・財務状況の情報管理</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>在庫・設備状況の情報管理</p>	<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。 <p>在庫管理システム P.48</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>顧客の情報管理</p>	<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。 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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介 各課題解決に対応したデジタルメニュー

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

③ 情報管理・処理(2/2)

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
5	基本 応用 発展 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	基本 応用 発展 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	基本 応用 発展 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	基本 応用 発展 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。 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

BIツール P.49

* 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. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

各課題解決に対応したデジタルメニュー

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

④ 領域等拡大・拡充

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	<p>基本 応用 発展</p> <p>販路を拡大する</p>	<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。 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。 <p>ECサイト P.50</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>決済方法を拡充する</p>	<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。 <p>キャッシュレス決済 P.52</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>広報手段を拡充する</p>	<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は廉価だが更新作業が必要
4	<p>基本 応用 発展</p> <p>資金調達方法を拡充する</p>	<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 商品やサービスの情報発信と同時に行うことにより、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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介 各課題解決に対応したデジタルメニュー

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

⑤ 感染症対策

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	<p>基本 応用 発展</p> <p>健康管理 (体温測定)</p>	<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。 <p>非接触型体温計 P.54</p> <p>スマートバンド P.55</p>	<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	<p>基本 応用 発展</p> <p>感染リスク低減 (換気)</p>	<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。 <p>CO₂濃度センサー P.56</p>	<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

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール (1/3)

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
1	基本 応用 発展 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	基本 応用 発展 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	基本 応用 発展 事前予約サイト・アプリ	<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 <p style="text-align: right;">予約サイト・アプリ P.57</p>	<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人が多い • 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	基本 応用 発展 混雑状況確認予測システム	<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 <p style="text-align: right;">混雑状況確認・予測システム P.59</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 混雑ランプ • 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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール(2/3)

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
5	基本 応用 発展 デジタルキー	<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 デジタルキー P.61	<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	基本 応用 発展 無人フロント/チェックインシステム	<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 無人フロント/CIシステム P.63	<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	基本 応用 発展 デジタルメニュー	<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 デジタルメニュー P.65	<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	基本 応用 発展 翻訳サイト・翻訳端末	<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 翻訳サイト・翻訳端末 P.67	<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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール(3/3)

Pickupページ

No.	メニュー	概要・特徴	具体例	コスト*
9	基本 応用 発展 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門ベンダー等多数 	<ul style="list-style-type: none"> 施設規模等により、費用感は様々だが、数十万～数百万の初期費用
10	基本 応用 発展 オンラインツアー作成ツール	<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 <p>オンラインツアー作成ツール P.68</p>	<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	基本 応用 発展 ダイナミックプライシング	<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 <p>ダイナミックプライシング P.70</p>	<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. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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

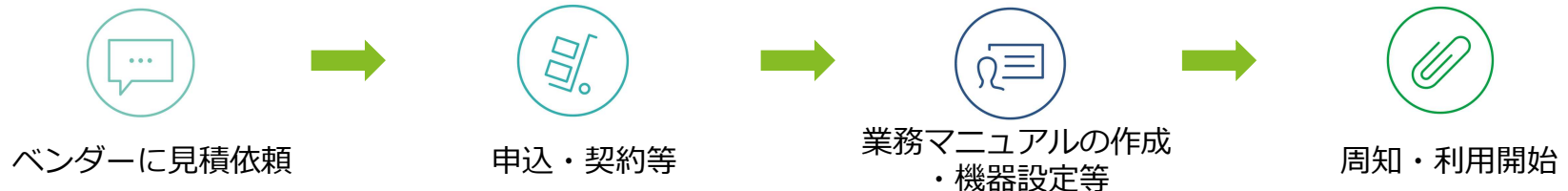
初期費用として0円～数万円が、維持費用として月額数万円～数十万円程度かかる
構築内容によって費用は異なるが、簡単な問い合わせに答えるレベルであれば、低価格で導入できる



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



5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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

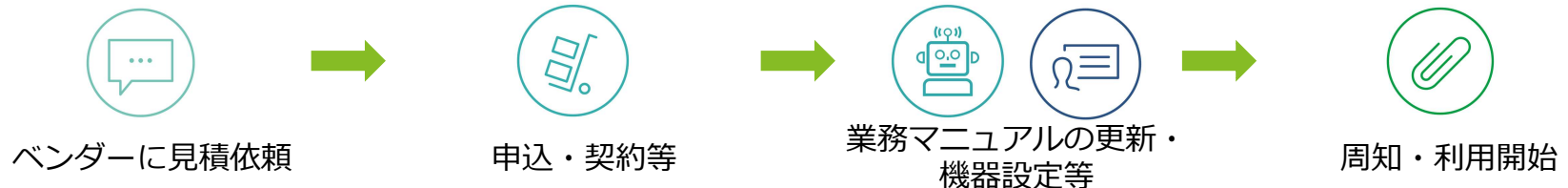
ライセンス料(月額または年額/年間数十万～数百万円)が必要となる
製品によっては数カ月程度の無料体験版がある



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



5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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



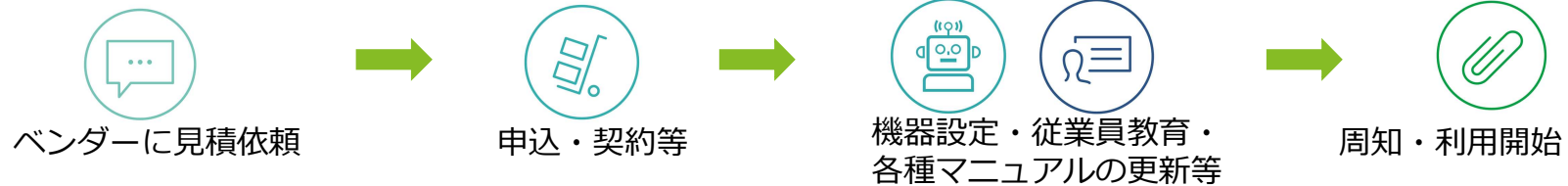
5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

①業務代行ロボット(2/2)

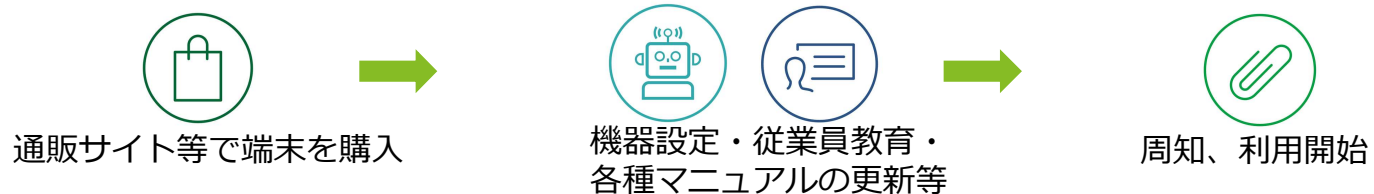
導入にあたってのポイント

 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)



5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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



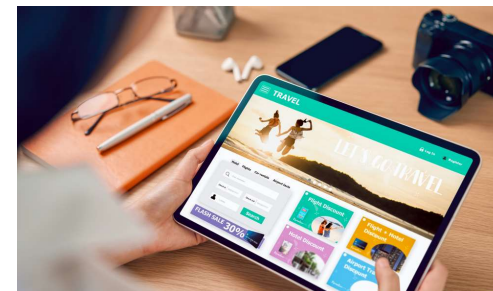
期待できる効果 ・活用用途

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



ベンダーに見積依頼



申込・契約等



機器設定・従業員教育
・マニュアル更新等



周知・利用開始

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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



ベンダーに見積依頼



申込・契約等



マニュアルの作成・利用
社員の教育など



周知・利用開始

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介


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

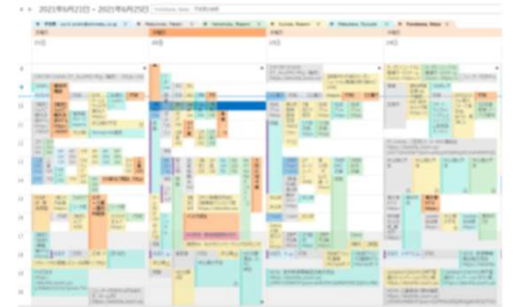
お互いにスケジュールを公開することで誰がいつどこで何をしているか確認が可能になる
同様に備品の予約スケジュールを公開することで管理が簡略化できる

 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


5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介


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

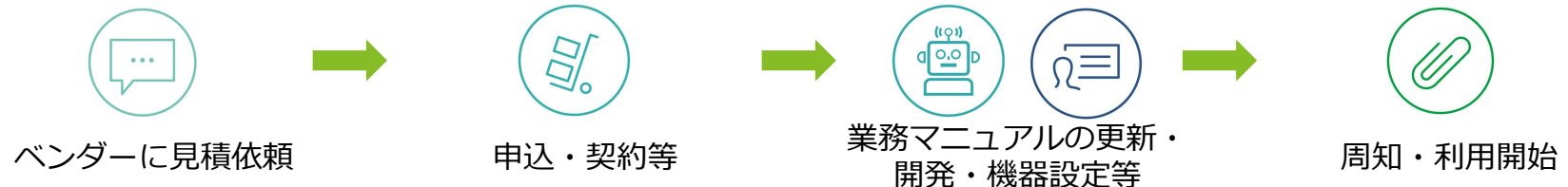
 **導入コスト** ECサイト向けで初期費用0円～数万円、月額1万円前後から
カスタマイズや開発が必要な場合は機能や規模によって大幅に上下するが、100万～数百万ほどになる可能性がある



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



5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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

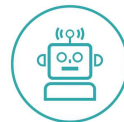
■ 導入の流れ



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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

③ 情報管理・処理 BI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

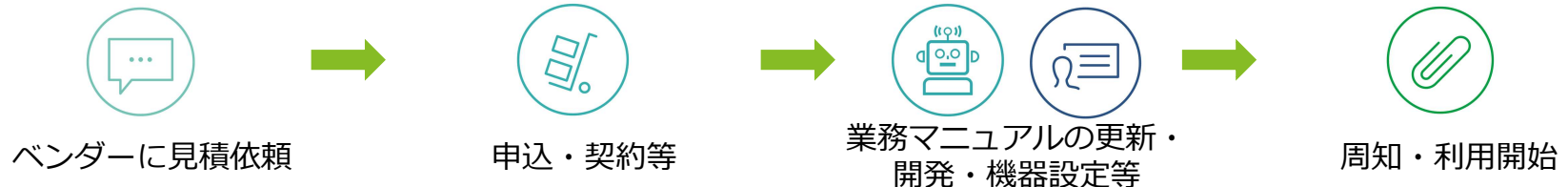
無料版を提供しているツールも多いが、機能やセットアップをカスタマイズしたい場合は個別見積もりが必要
その場合、開発費用に数百万必要となるケースもある



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)



5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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



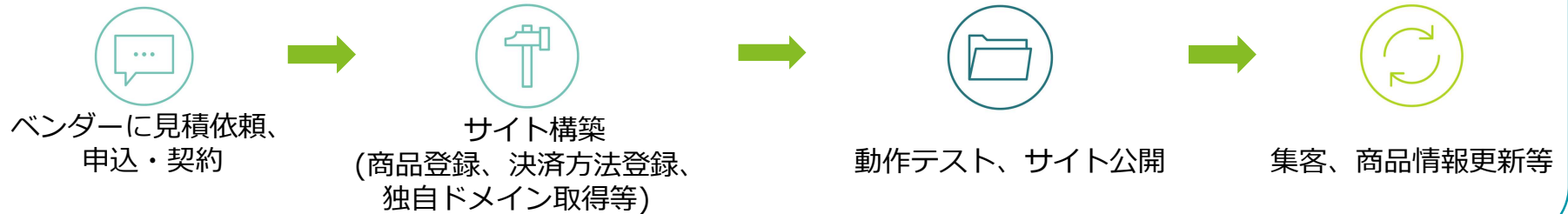
5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

④ 領域等拡大・拡充 ECサイト(2/2)

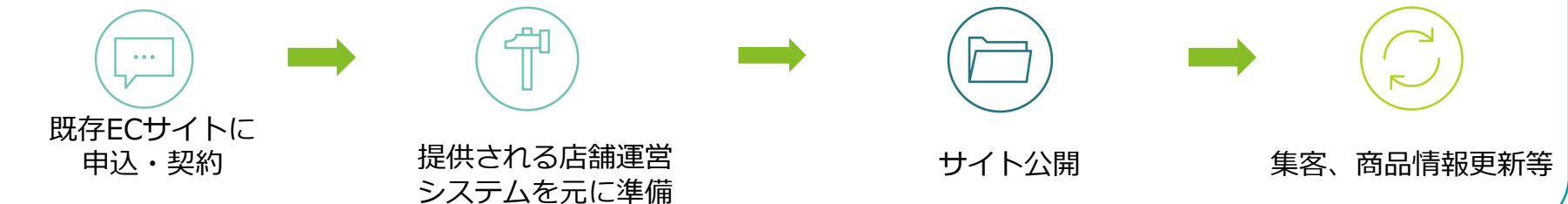
導入にあたってのポイント

 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)



■ 導入の流れ(既存ECサイトを活用する場合)



5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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




5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

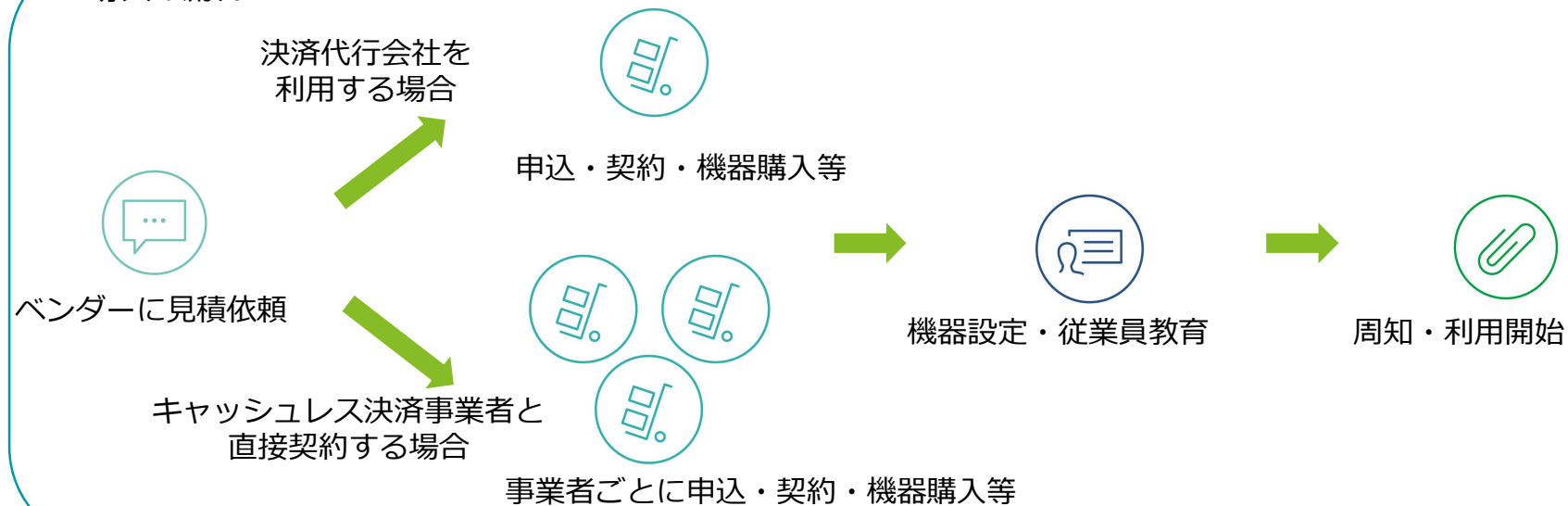
④領域等拡大・拡充 キャッシュレス決済(2/2)

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



5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介


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 提供企業より事業者が購入

■ 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

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介


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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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

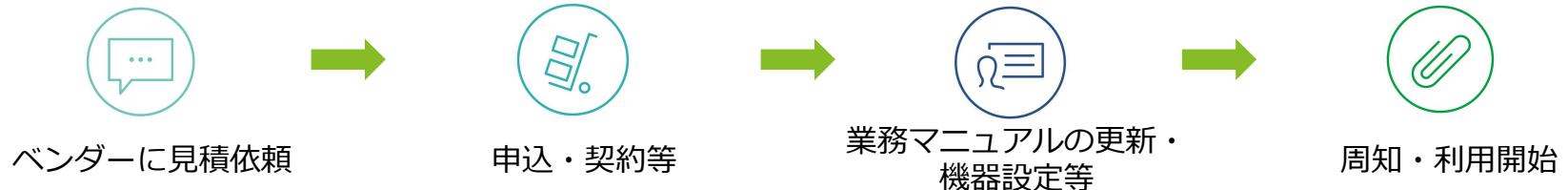
自社サイトを構築する場合、初期費用として数万～数百万円、維持費用として月額が掛かる場合がある
外部サービスを活用する場合、売上×10%～20%の手数料が発生する



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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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

月	火	水	木	金	土	日
30	●	●	●	●	●	●
7	●	×	×	●	×	×
14	●	●	●	●	●	●
21	●	●	●	●	●	●
28	●					

● 空き × 満席

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. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 混雑状況確認・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元～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


5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 混雑状況確認・予想システム(2/2)


事例

導入先：あびや大食堂

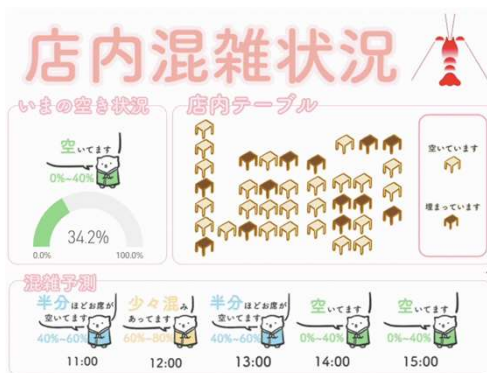
-  事業者概要

 - ✓ 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

出所：EBI LAB HP「混雑予想AI」

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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

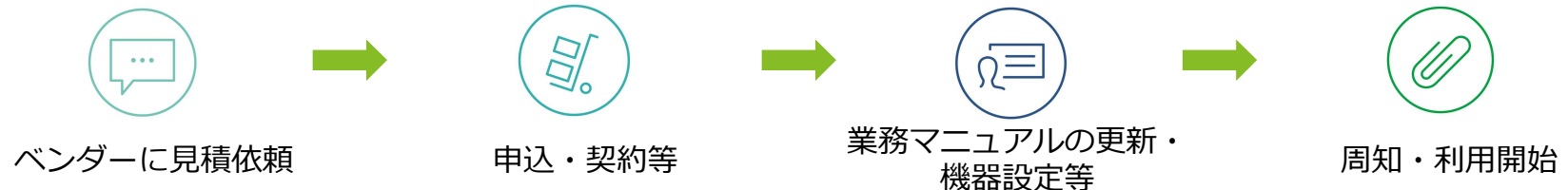
-  **メリット** チェックイン等の効率化により、待ち時間の軽減等利便性が向上する
カードキーの消毒・紛失対応等の接客の手間が軽減できる
-  **デメリット** 顧客にとってはセキュリティに対する不安感がある
スマートフォンを所持していない人は利用できない
-  **期待できる効果・活用用途** 顧客対応を効率的に実施できる
-  **導入コスト** 初期費用、維持費用ともに宿泊施設の規模によって異なる



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



5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 無人フロント/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



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

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 無人フロント/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：Keeyls HP「プレスリリース」

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール デジタルメニュー(2/2)

事例

導入先：しんぱち食堂 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

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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



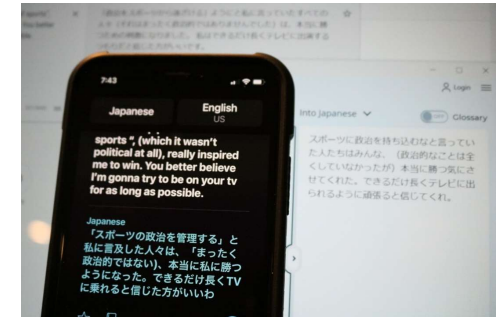
期待できる効果
・活用用途

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かできる



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)



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

5. 具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 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

■ 導入の流れ



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

5.具体的なデジタルツール・事例のご紹介

その他需要の高いツール 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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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

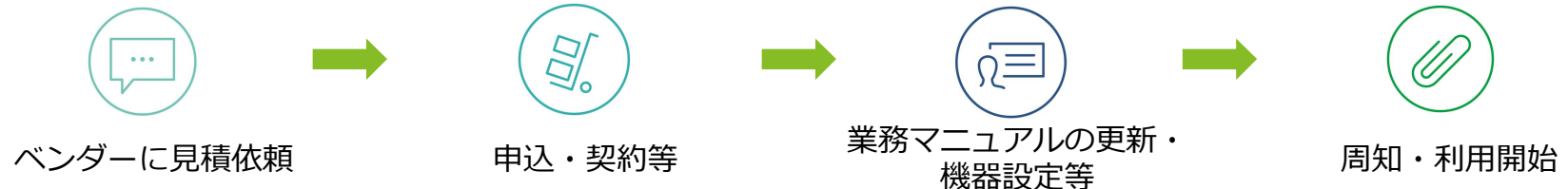
百万円～の初期費用に加え、数千円～の月額利用料がかかる



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.具体的なデジタルツール・事例のご紹介 その他需要の高いツール 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 : -



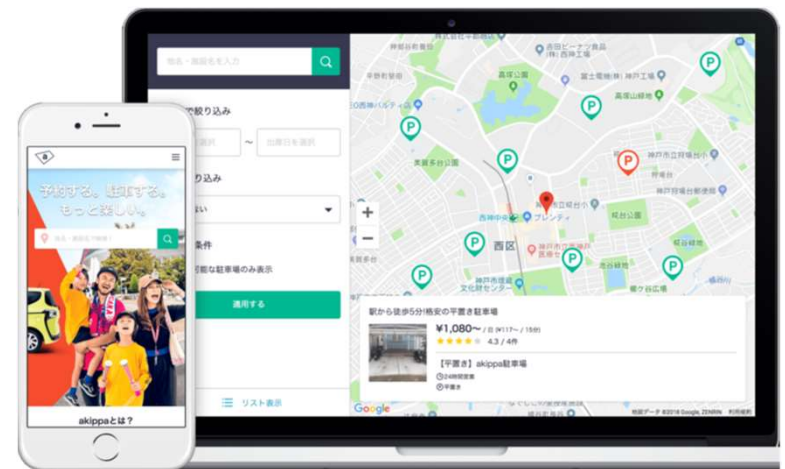
導入の背景・目的

- ✓ 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

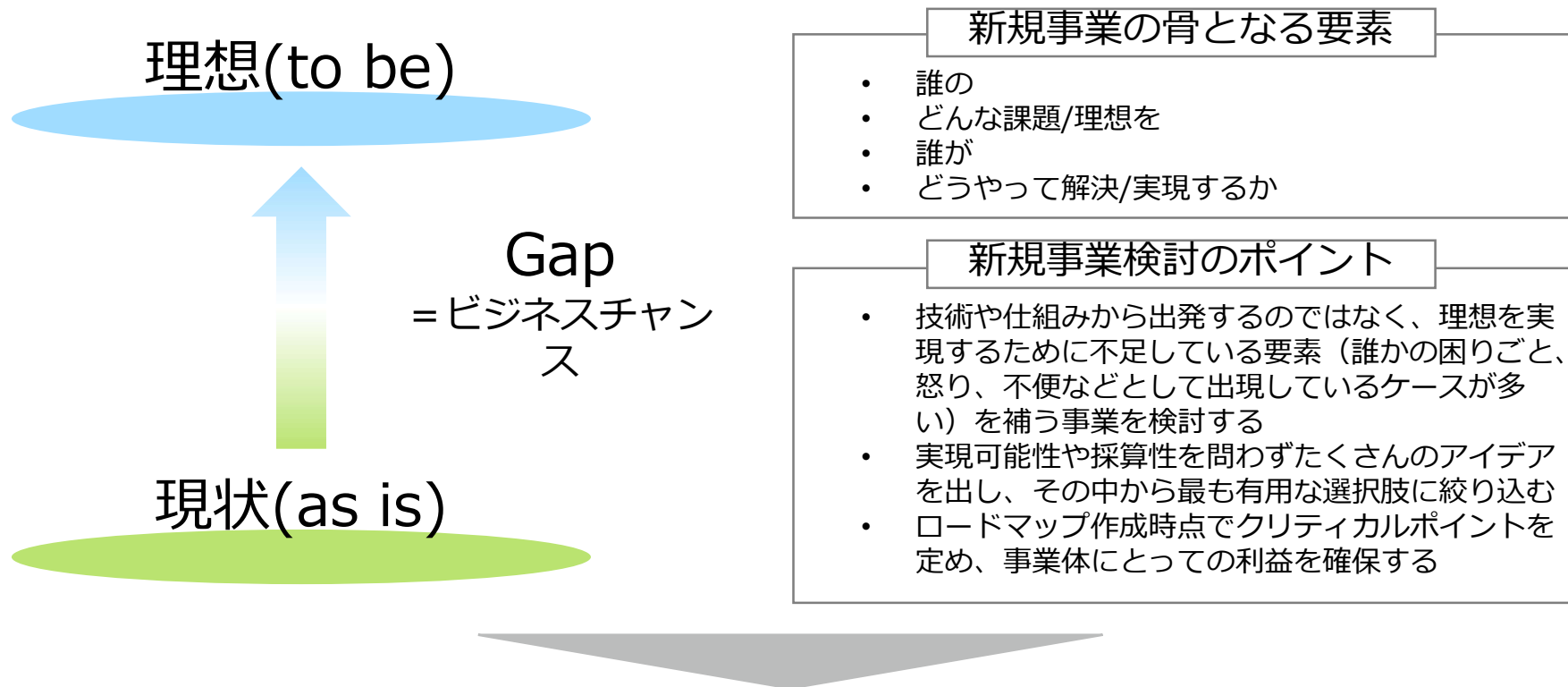


出所 : akippa株式会社 ニュースリリース
FUTURE STRIDE

6. デジタルを活用した新規事業

6. デジタル技術を活用した新規事業の事例 新規事業企画のポイント

- ✓ 新規事業を企画する際は、**実現したい社会像をイメージ**し、現状とのギャップを求め、その**ギャップを埋める事業アイデア**を導くことでターゲットニーズにマッチした事業を形成することができます
- ✓ 理想の社会像（グランドデザイン）や事業の内容（ビジネスモデル）を検討する際は実現可否や実現手法（デジタルの活用等）に意識をとらわれず、**高い視点で大枠から設計**します



実際に検討される際は、**事業継続力強化のテキスト**や本テキスト末尾の**「付録：デジタル化検討ワークシート」**をご活用ください

6. デジタル技術を活用した新規事業の事例 イーデザイン損害保険株式会社（「&e（アンディー）」）

悩み解決から強みづくりへ

事業者概要

会社名 : イーデザイン損害保険株式会社
業種/業態 : 損害保険業
所在地 : 東京都新宿区
規模 : 従業員数 319名

活用したデジタル技術・ツール
 ✓ AI
 ✓ IoT
 ✓ クラウド

事業内容

■ 取り組みの背景

顧客を取り巻く環境やニーズの変化に保険会社として、デジタルの利便性を最大限に取り入れ、一人ひとりのニーズに寄り添う全く新しい保険が必要であると考えた。

■ ターゲット

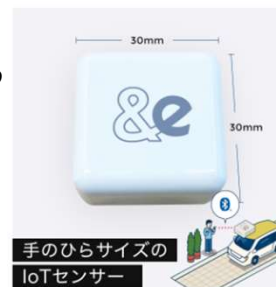
主要顧客層：デジタルネイティブ世代

■ 製品・サービス内容

- ・ &eでは、契約手続き・補償内容に関する問い合わせ・事故の連絡・保険金の支払いをスマートフォンだけで完結でき、保険料試算は最短60秒で完了できる。
- ・見積もりや申し込みの際に必要な入力、保険証券をスマートフォンで撮影・アップロードすることで、AI画像認識機能により、大幅に削減。
- ・契約者には手のひらサイズのIoTセンサーが無償提供され、事故の際には、のIoTセンサーが衝撃を自動検知し、スマートフォンから1タップするだけで事故を連絡できる。
- ・さらにIoTセンサーが検知したデータを基に事故状況を動画で再現。これにより、事故担当者が事故前後の車の状況を把握できるため、事故に遭った顧客の不安を軽減するようサポートし、事故の早期解決にも役立てることが可能。

■ 現在の成果、反響、影響など

- ・イーデザイン損保は既存の自動車保険から共創型自動車保険「&e（アンディー）」への一本化を開始している。



出所：イーデザイン損保HP ニュースリリース (https://www.edsp.co.jp/company/company_010/2021/2021_11_18.html)

6. デジタル技術を活用した新規事業の事例 株式会社ミヤックス（デジタル、AI事業）

モノを売る経営スタイル→地域企業の課題解決事業を拡大

事業者概要

会社名 : 株式会社ミヤックス
業種/業態 : 小売業
所在地 : 宮城県仙台市
規模 : 従業員数 33名

活用したデジタル技術・ツール

✓ バーチャル技術
✓ AI

事業内容

■ 取り組みの背景

従来、扱ってきた机や椅子や家具は定価があり、利益をあげづらい。お客様の価値観、ニーズも多様化しているため、付加価値に重きをおいた事業の展開が必要と考え、デジタル、AI事業を始めることにした。

■ ターゲット

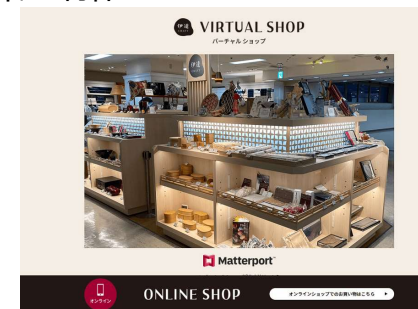
地域企業

■ 製品・サービス内容

- DIGITAL×店舗：3Dカメラで撮影したバーチャル店舗で現実に近い形のECサイトの作成
- DIGITAL×データ：専門知識やスキルがなくてもAIモデルが構築できるツールでPOSレジから店舗のデータを見える化し、来客数や販売数を予測を行う
- DIGITAL×集客：HPやアプリ、チラシ、ノベルティなど集客のためのツールの提案・制作

■ 現在の成果、反響、影響など

- 老舗百貨店の「藤崎—FUJISAKI」の店舗内にある伝統工芸品を扱うセレクトショップ「伊達CRAFT」のバーチャル店舗・プロモーションビデオの制作、仙台市の外国人留学生定着支援事業におけるマッチングイベントや講義の提供、県内企業を紹介する動画制作など、いくつも実績を残している。
- そのうちの一つである、地元企業が抱える企業課題をデジタル、AI技術を駆使して産官学連携で解決するDX支援事業は、2021年東北経済産業局主催で開催された「TOHOKU DX大賞」において、優秀賞に選ばれている。



「伊達クラフト」のバーチャル店舗

出所：METI Journal ONLINE (<https://journal.meti.go.jp/p/21071/>)
株式会社ミヤックスHP (https://www.miyax.jp/service_innovation/)

6. デジタル技術を活用した新規事業の事例 株式会社フレアサービス（フレアユニクルソリューション事業）

ルーティンワークと専門性の高い仕事でITと人が住み分け

事業者概要

会社名 : 株式会社フレアサービス
業種/業態 : 食品製造業
所在地 : 北海道旭川市
規模 : 従業員数 140名

活用したデジタル技術・ツール

✓ AI
✓ IoT

事業内容

■ 取り組みの背景

労働人口不足、最低賃金の引き上げが大きく経営を圧迫しており、いかに商品価値を高め、製造原価を抑え、粗利を確保するかということが近年の課題だった。また、栄養士は献立をしっかりと作り込む時間がなく、お客様の意見を聞くことができずにいたため、ルーティンワークを軽減し、専門性の高い業務に取り組む時間を増やす目的があった。

■ ターゲット

給食事業者

■ 製品・サービス内容

- ユニクルAIオートメニュー：
献立作成のAIによる自動化、個人の健康状態や嗜好に合ったきめ細かな献立を効率的に作成するシステムを構築
- ユニクルIotビューアー：
工場スタッフの衣類に専用のタグなどをつけることで、工程を可視化する

■ 現在の成果、反響、影響など

- 自社の問題解決のための取組だったが、同業他社にも外販し、給食業界の経営体質強化を行っている。

からだ想い、かぞく想いの食事で、毎日健康に
株式会社フレアサービス ifsm

03 理念の具現化

■ ルーティンワークを軽減して、専門性の高い仕事に従事する



機械化、システム化、Iot活用が目的ではなく
働きがいのある会社を目的とする

= 【働きがいのある会社を目指す企業】

出所：フレアサービスHP (<https://hokkaido-kaigosityoku.com/blog/flareunicle/>)
一般社団法人北海道中小企業家同友会 (<https://hokkaido.doyu.jp/hdoyu70-104/>)

7.近年の技術トレンドのご紹介

7. 近年の技術トレンドのご紹介 AI/ディープラーニング

ロボット棋士にも活用される機械の脳みそ

概要

人間の介在なしで、大量のデータから特徴を抽出するDNN（ディープラーニングニューラルネットワーク）を用いた学習技術。
※DNN：人間や動物の脳神経回路をモデルとしたアルゴリズムを多層構造化したもの
ディープラーニングはAI技術の内、機械学習の要素技術の1つであり、画像や音声を認識したり自然言語の処理や機械の異常を検知するなど高度で複雑な処理の自動化が可能となります。

活用シーン

- ✓ 物体認識、顔認識、文字認識、物体検出
- ✓ 画像キャプション生成音声認識
- ✓ 音声認識を活かした、会話の文字起こし
- ✓ 異常検知

活用事例 サービス例

- ◆ サービス名：AmiVoice® MinutesWriter
- ◆ 提供元：株式会社アドバンスト・メディア
- ◆ サービス概要
経営会議・取締役会、決算説明会や株主総会の議事録作成、セミナー・インタビュー・打ち合わせ・Web会議などの幅広いシーンで利用できる文字起こし支援アプリ。
ディープラーニング技術を実装した独自開発の音声認識エンジンは導入企業に合わせてカスタマイズ（専門分野への対応）可能。
- ◆ 価格等
不明



出所：株式会社アドバンスト・メディア HP

7. 近年の技術トレンドのご紹介 NFT

オンライン上で唯一無二を証明する保証書機能

概要

Non-Fungible Token（非代替性トークン）の略で、ブロックチェーン技術を使用して発行された「暗号資産」。
※仮想通貨はFT（Fungible Token/代替性トークン）
デジタル資産にNFTを紐付けて発行することによってその所有者を明確にするとともに、贋作等との区別がつく証書として希少性担保も実現します。

活用シーン

- ✓ デジタルアート（オンライン上のイラスト、画像など）
- ✓ ゲーム内のアイテム等のデータ管理、プレイの不正防止
- ✓ オンライン上での音楽配信
- ✓ スポーツ選手によるデジタルアイテム、SNSの投稿等、著名人に紐付くことで高価格となる資産

活用事例 ・ サービス例

- ◆ サービス名：ブロックチェーンゲーム“CRYPTO SPELLS”（クリプトスペルズ）
- ◆ 提供元：CryptoGames（クリプトゲームス）株式会社
- ◆ サービス概要
国産のデジタルカードゲーム（NFTゲーム）
クリプトスペルズはデジタルでもユーザー同士で自由な売買ができることで、「カードが資産になる」次世代カードゲーム。
Crypto Spellsではゲーム内のカードがNFTとなっている。
- ◆ 価格等
それぞれのカードの発行枚数ごと価値に違いがある



出所：CryptoGames HP

7. 近年の技術トレンドのご紹介 メタバース

Meta + Universe 地球上に無限の空間を作り出す技術

概要

仮想世界を意味する概念。狭義にはアバターを介して交流することが可能となるオンライン空間。概念としては古くから存在しており、VRやAR、3Dコンピューティング等はメタバースの背景技術の一つです。NFT（またはブロックチェーン）の技術発達が仮想空間での“個”の特定を実現し、インターネットの在り方や世界的感染症流行による人と人の関わり方の見直しが迫られる風潮が相まって急速に注目されるようになりました。

活用シーン

- ✓ オンライン会議
- ✓ ゲームでの利用
- ✓ バーチャルライブ

活用事例 サービス例

- ◆ サービス名：メタバースプラットフォーム「cluster」
- ◆ 提供元：クラスター株式会社
- ◆ サービス概要
「cluster (クラスター)」はスマートフォンやPC、VR機器など様々な環境からバーチャル空間に集って遊べるメタバースプラットフォーム。
- ◆ 価格等
アプリダウンロード無料



出所：クラスター株式会社 HP

7. 近年の技術トレンドのご紹介 5G

通信速度が飛躍的に向上した最新鋭の通信システム

概要

携帯電話等、移動通信媒体に使用される通信システムの第5世代技術。「第五世代移動通信システム」と表現され、「高速大容量」「高信頼・低遅延通信」「多数同時接続」という3つの特徴を有します。2019年よりアメリカ、韓国、イギリス等19カ国で商用サービスがスタートし、日本でも2020年春から提供が開始されました。

活用シーン

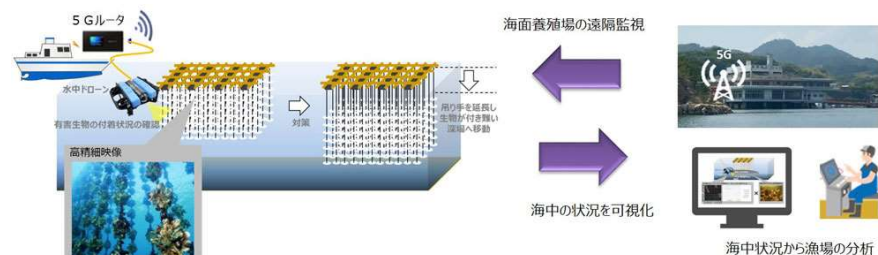
- ✓ 4K・8Kなど高精細な動画のライブ配信
- ✓ オンラインでの在宅医療
- ✓ AI解析を用いた高精度の警備システム
- ✓ 遠隔技術の活用

活用事例 サービス例

- ◆ サービス名：ローカル5Gを利用したカキ養殖の生産性向上
- ◆ 提供元：NECネットアイ株式会社

◆ サービス概要
海面養殖においてローカル5Gを活用し、海中状況をリアルタイムに把握することで生産性の向上を実現。海中状況は水中ドローンやセンサーを活用し、高精細映像と環境データ（水温や塩分濃度等）を取得することで、海面養殖における生産性の向上に繋がります。

- ◆ 価格等
不明



出所：NECネットアイ株式会社 HP

7. 近年の技術トレンドのご紹介 デジタルヘルス

パーソナライズされた一生涯の健康管理をデジタルがサポート

概要

AIやチャットボット、IoT、ウェアラブルデバイス、ビッグデータ解析などのデジタル技術を活用して、医療やヘルスケアの効果を向上させる仕組み。
医療業務のデジタル化とは異なり、ヘルスケア領域では日常の活動の記録が重要であり、かつセンシティブな個人情報の長期間管理・共有・活用が必要となります。

活用シーン

- ✓ オンライン診断
- ✓ 電子健康記録
- ✓ ウェアラブル技術

活用事例 ・ サービス例

- ◆ サービス名：Mystar
- ◆ 提供元：株式会社PREVENT
- ◆ サービス概要
疾病マネジメントプログラムです。
モニタリングデバイスを装着することによって、
脈拍や歩数、塩分摂取量などのライフログを
スマートフォンアプリに同期させることが出来る。
得られたデータは医療専門者が分析してくれるので
個々に適した健康づくりプランを提案してもらうことが可能。
- ◆ 価格等
不明



出所：株式会社PREVENT HP

7. 近年の技術トレンドのご紹介 次世代型リアル店舗

小売店舗のデジタル化による新たな顧客体験の創造

概要

クラウドやIoTを活用してデジタル化された小売店舗およびその空間。オンラインショッピングやキャッシュレス決済が普及する中で、消費者の購買行動が急速に変化し、更に新型コロナウイルス感染症の影響を受け“非接触”のニーズが高まる中で、大手小売店やIT企業を中心としてIoT技術を活用した小売店舗業務の自動化や新たな顧客体験の提供、店舗の魅力向上に取り組まれています。

活用シーン

- ✓ 店舗管理（棚や照明、空調等にセンサーを設置し、店内環境を最適化する等）
- ✓ 顧客管理（顔認証システムや値札の無線タグとの連携などにより来店者の行動や消費パターンを自動識別する等）
- ✓ 顧客体験の向上（スマホカメラによる料金計算、レジなしでの退店・自動決済等）
- ✓ 在庫・発注管理（電子タグによる賞味期限管理、棚卸作業の自動化等）

活用事例 サービス例

- ◆ サービス名：ビヘイビアーマーケティングマネキン
- ◆ 提供元：株式会社パールイデア
- ◆ サービス概要
来店客の動向や属性情報を可視化できるスマートカメラ内蔵のマネキン。来店客のカウント、属性、滞留時間などデータを取得し、クラウド上で集計・分析して店舗マーケティングに活用できる。
- ◆ 価格等
不明



出所：pearly days（Pearl Idea情報発信サイト）

7. 近年の技術トレンドのご紹介 仮想アシスタント/バーチャルアシスタント (VA)

会話によるシステムのコントロールを可能とするUI革命

概要

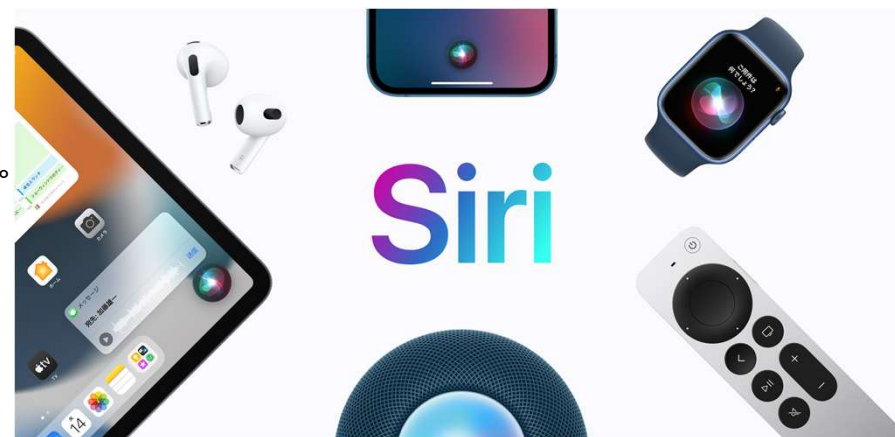
音声またはテキスト入力によるコマンドを理解するAIを搭載し、タスクを自動完了することができるアプリケーション。AIアシスタントとも。
※オンラインアシスタント：インターネットを介して人が業務をサポートするサービスでVAとは異なるボタンやメニューの有無に関わらず会話型インターフェイスを有し、複雑なユーザーの発話を理解してそれらに応答することができます。複雑なUIを自然言語に置き換えるため、ユーザーの操作学習が不要です。

活用シーン

- ✓ スマート家電の操作
- ✓ インターネット検索や端末内に記録したデータの呼び出し、アプリの起動
- ✓ ホテルや飲食店での受付、オーダー
- ✓ チャットや電話による問い合わせ対応

活用事例 サービス例



- ◆ サービス名：Siri
- ◆ 提供元：Apple Inc.
- ◆ サービス概要
AppleのiOS、iPadOS、watchOS、macOS、tvOSに搭載されているバーチャルアシスタント。音声による入力の他、ジェスチャーによる操作も可能。“Hey Siri”のコマンド入力で起動し、質問への回答、推奨事項の提示、インターネット検索、アプリケーションの操作等を声による指示のみで実行する。
- ◆ 価格等
搭載端末購入により、利用料無料

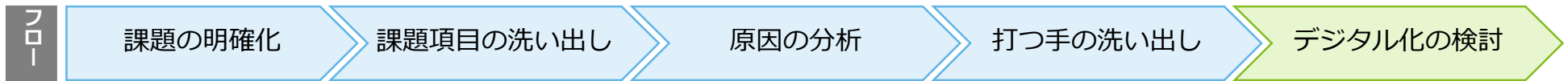


出所：Apple社ホームページ

付録：デジタル化検討ワークシート

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート サマリー

 経営や業務全体の視点で検討
 デジタル化という視点で検討



概要・手法	<p>◆実施事項 実現したい理想、または解決したい課題を明確に設定する</p> <p>◆ポイント 「デジタル化するならどこか」や「このツールを使うとしたら」等、末端にとらわれず、自社ビジネス全体に対する理想や課題を具体的に描く</p>	<p>◆実施事項 理想の実現、または課題の解決を困難にしているポイントを洗い出す</p> <p>◆ポイント 論理的に可能性のあるポイントはすべて洗い出し、自社の状況が該当するものは解決すべき要素として整理する</p>	<p>◆実施事項 そのポイントの根本原因を特定する</p> <p>◆ポイント なぜその要素が生じているのかを考え、出てきた答えの発生原因を考える“なぜ”の繰り返しを複数回行うことで根本原因を突き止める</p>	<p>◆実施事項 その原因を取り除くために実施できる対策を洗い出す</p> <p>◆ポイント 根本原因の解決のために、実施できる対応策を書き出し、その中でデジタル技術を活用することで簡易化できる策を取り出す</p>	<p>◆実施事項 自社のデジタル化領域の特徴に対して適したデジタル化手法を検討する</p> <p>◆ポイント ツールや手法にとらわれず、検討した手法のメリデメを横並びに見て、費用対効果が最も高い手法を選択する</p>
-------	---	--	--	---	--

検討結果	1 ※別紙ワークシートなし	2	3	4	5 ※別紙ワークシートなし テキスト参照

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ②課題項目の洗い出し

- ✓ ①で設定した目標を構成する要素を分解し、各項目ごとに課題となり得る事象を全て洗い出したうえで自社の課題を特定します
- ✓ ここでは「課題/目標の数式化」の手法を用いて検討します

<div style="text-align: center; background-color: #555; color: white; padding: 10px; font-weight: bold;">数式化</div> <div style="text-align: center; background-color: #555; color: white; padding: 10px; font-weight: bold; margin-top: 20px;">深掘り</div>	<ul style="list-style-type: none"> ①で設定した目標を構成する要素を数式に置き換えてみる 	①	=	A	+	B	+	C	
	<ul style="list-style-type: none"> 数式の項ごとに課題となり得る現象をすべて書き出す 書き出した事象の中で、自社に該当する項目の□にチェックを入れる 該当する項目の中から今回対応を検討する項目を決定する 	A		□			□		
		B		□			□		
		C		□			□		

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ②課題項目の洗い出し

使い方サンプル
(例) レストラン

- ✓ ①で設定した目標を構成する要素を分解し、各項目ごとに課題となり得る事象を全て洗い出したうえで自社の課題を特定します
- ✓ ここでは「課題/目標の数式化」の手法を用いて検討します

数式化

- ①で設定した目標を構成する要素を数式に置き換えてみる

深掘り

- 数式の項ごとに課題となり得る現象をすべて書き出す
- 書き出した事象の中で、自社に該当する項目の□にチェックを入れる
- 該当する項目の中から今回対応を検討する項目を決定する

①

利益

↑

=

A

売上

↑

+

B

原価

↓

+

C

人件費

↓

A

売上

↑ (上げる) を目指すので少ない・下げる要因を考える

- 来店客数が少ない
- 1人当たり消費額が少ない
- おひとり様での来店が多い
- 回転率が悪い

B

原価

↓ (下げる) を目指すので多い・上げる要因を考える

- 廃棄量が多い → 今回検討項目
- 材料が高騰している
- 高額な材料を使用しすぎている
- 維持費（賃料等）が高い

C

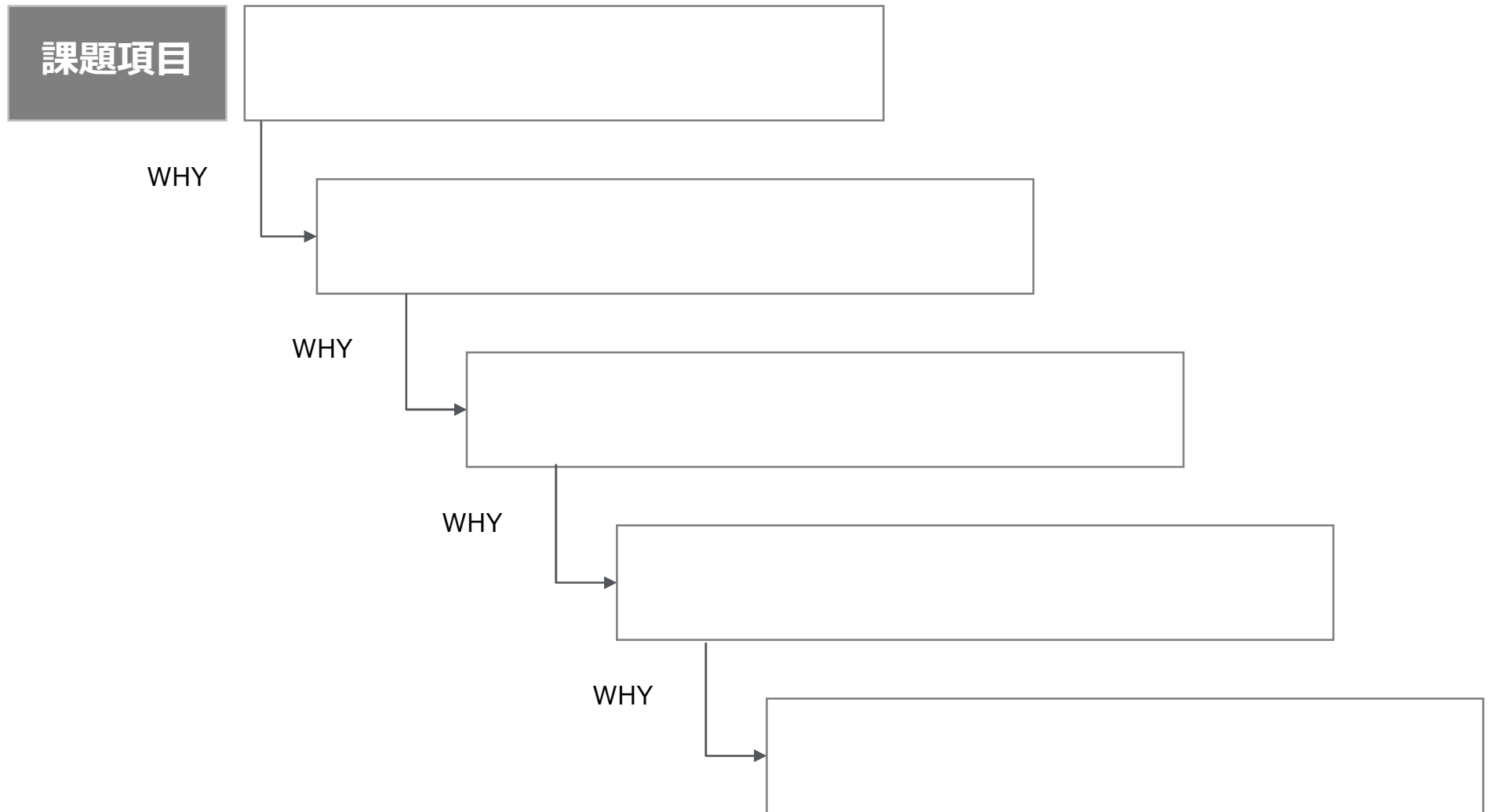
人件費

↓ (下げる) を目指すので多い・上げる要因を考える

- 正規雇用の人数が多すぎる
- 非正規雇用のシフト編成に無駄がある
- 1人ずつのスキルが低い
- 1人当たりの給料が高い

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ③原因の分析

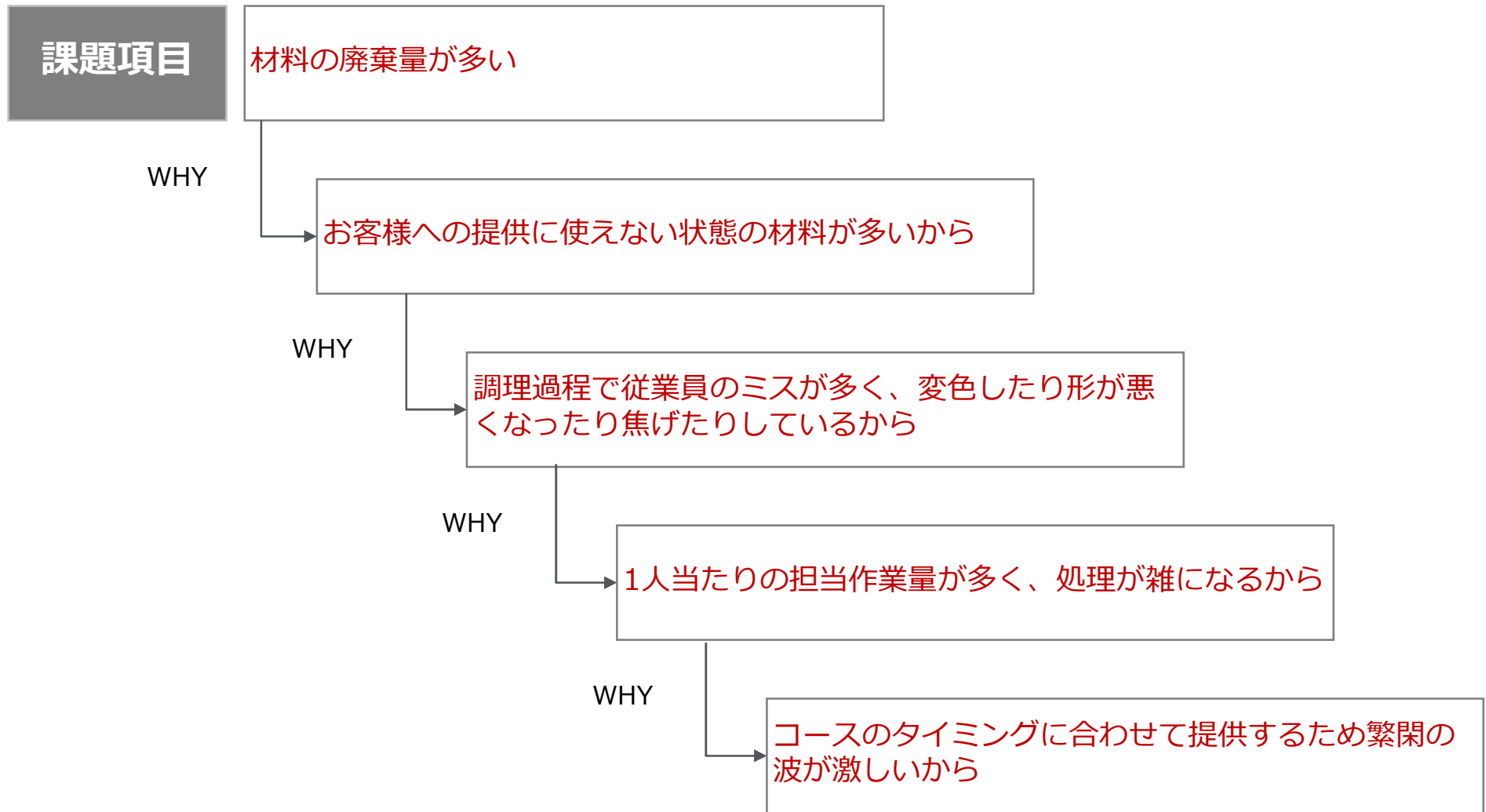
- ✓ 「②課題項目の洗い出し」で選定した今回対応を検討する課題項目について、根本的な原因を分析します
- ✓ ここでは「なぜなぜ分析」の手法を用いて検討します



【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ③原因の分析

使い方サンプル
(例) レストラン

- ✓ 「②課題項目の洗い出し」で選定した今回対応を検討する課題項目について、根本的な原因を分析します
- ✓ ここでは「なぜなぜ分析」の手法を用いて検討します



【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (1/5)

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

ステークホルダーを
分解する手法

	経営の改善	現場管理職の改善	現場スタッフの改善	調達先の改善	顧客の改善
現状					
ニーズ・課題					
	▼	▼	▼	▼	▼
対策					

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (1/5)

使い方サンプル
(例) レストラン

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

ステークホルダーを
分解する手法

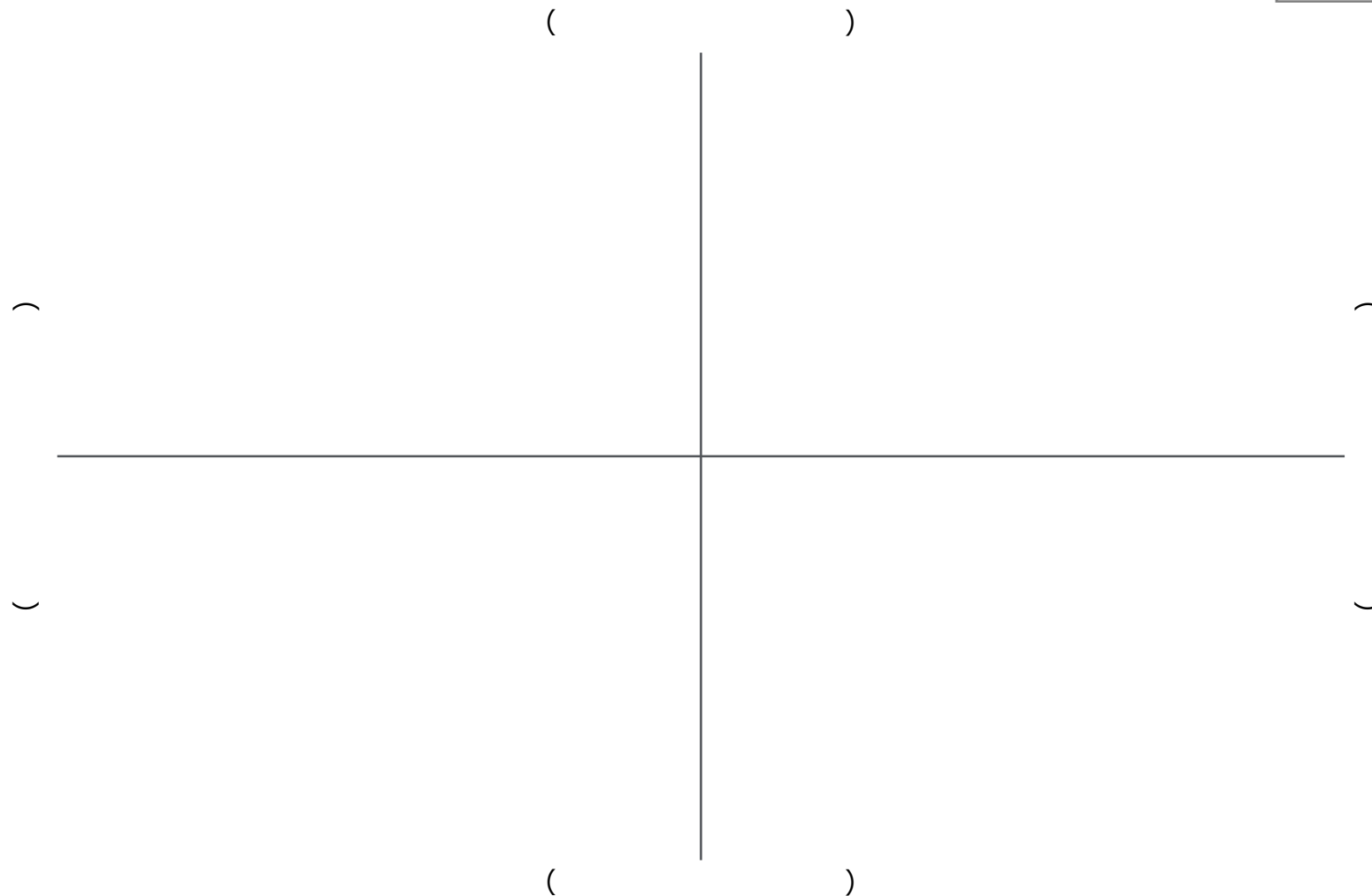
	経営の改善	現場管理職の改善	現場スタッフの改善	調達先の改善	顧客の改善
現状		<ul style="list-style-type: none"> 顧客の食事ペース、入退店時間がコントロールできず、料理提供の波が重なっている シフト管理が雑で予約量と整合できていない 	<ul style="list-style-type: none"> レシピを記憶できおらず調理をしながらレシピ集を確認している フロアとキッチンの情報連携が悪い 		<ul style="list-style-type: none"> 予約人数と異なる人数で突然来店するケースがある
ニーズ・課題		<ul style="list-style-type: none"> 予約コースと予約数に応じて最適な人数の予約上限をフレキシブルに設定したい シフトの設計を予約状況と連動させたい 	<ul style="list-style-type: none"> 調理場から離れずに調理手順を確認したい お客様の食事ペースをキッチンでリアルタイムに確認したい 		<ul style="list-style-type: none"> 直前の予約変更の連絡を簡易化したい
対策		<ul style="list-style-type: none"> 予約システムにAIを導入し、料理の提供ペースと予約数、スタッフ数を計算して予約上限数を自動調整する シフト調整ツールを導入し、希望の提出、シフト作成を自動化する 	<ul style="list-style-type: none"> スマートスピーカーを導入し、手と目を離さずに情報を確認できるようにする キッチンにモニターを導入し、フロアから食事の進み具合を報告、モニターに表示する 		<ul style="list-style-type: none"> HPからチャットで予約内容の変更可否を確認できる仕組みを作る チャットの応答はAIで自動化し、予約管理表へ自動反映する

【ワークシート】

デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (2/5)

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

二軸分解の手法



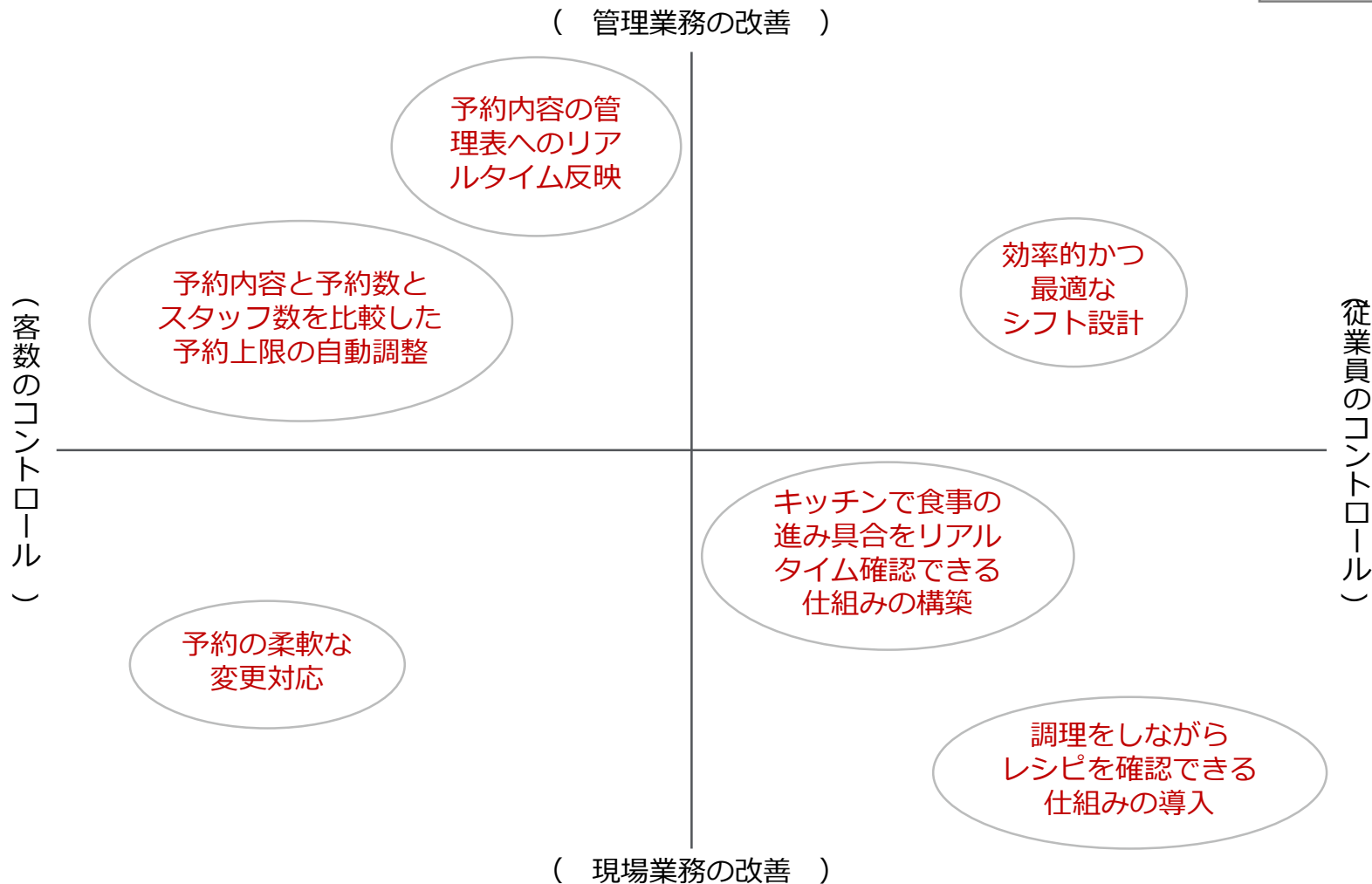
1. 現状と目標に対して重要と思われる軸を2つ抽出する
2. それぞれの軸に対して対局となるように上下/左右に値を記載する
例：高い/安い、拡大/縮小、売上増/コスト減、男性/女性、対顧客/対内部 等
3. 各軸の値に応じた四象限を意識してアイデア出しを行い、各エリアにマッピングする
4. アイデア数が不足しているエリアがあれば追加でアイデア出しを行う

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (2/5)

使い方サンプル
(例) レストラン

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

二軸分解の手法



1. 現状と目標に対して重要と思われる軸を2つ抽出する
2. それぞれの軸に対して対局となるように上下/左右に値を記載する
例：高い/安い、拡大/縮小、売上増/コスト減、男性/女性、対顧客/対内部 等
3. 各軸の値に応じた四象限を意識してアイデア出しを行い、各エリアにマッピングする
4. アイデア数が不足しているエリアがあれば追加でアイデア出しを行う

【ワークシート】

デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (3/5)

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

ECRS (イクルス) を活用した手法

#	項目	考え方	実施アイデア	想定デメリット、リスク	想定される副次効果
1	Eliminate (排除)	<p>「なくせないか」</p> <p>不要な工程、無くせる作業を中止、排除する 等</p>			
2	Combine (統合)	<p>「まとめられないか」</p> <p>複数の業務を同時処理する、担当を統一する 等</p>			
3	Rearrange (交換)	<p>「変更できないか」</p> <p>業務プロセスを変更する、順序を変える 等</p>			
4	Simplify (簡素化)	<p>「単純化できないか」</p> <p>業務の一部を省略する、デジタル化やBPOで簡略化する 等</p>			

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (3/5)

使い方サンプル
(例) レストラン

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

ECRS (イクルス) を
活用した手法

#	項目	考え方	実施アイデア	想定デメリット、リスク	想定される副次効果
1	Eliminate (排除)	「なくせないか」 不要な工程、無くせる作業を中止、排除する 等	<ul style="list-style-type: none"> スマートスピーカーを導入し、手と目を離さずに情報を確認できるようにする (紙による確認の排除) 	<ul style="list-style-type: none"> スマートスピーカーの導入コストがかかる 	<ul style="list-style-type: none"> スマート家電と連携し、多くの作業を簡易化できる
			<ul style="list-style-type: none"> 予約システムにAIを導入し、料理の提供ペースと予約数、スタッフ数を計算して予約上限数を自動調整する 	<ul style="list-style-type: none"> システム構築、AIの学習に時間とコストがかかる 	<ul style="list-style-type: none"> 希少性が生じることによる付加価値と話題性の向上 ダイナミックプライシングとの連携
2	Combine (統合)	「まとめられないか」 複数の業務を同時処理する、担当を統一する 等	<ul style="list-style-type: none"> キッチンにモニターを導入し、フロアから食事の進み具合を報告、モニターに表示する 	<ul style="list-style-type: none"> フロア側で食事の進み具合を入力する手間が生じる 	<ul style="list-style-type: none"> 結婚式の二次会など大規模な予約を効率的に回せるようになる
3	Rearrange (交換)	「変更できないか」 業務プロセスを変更する、順序を変える 等	<ul style="list-style-type: none"> HPからチャットで予約内容の変更可否を確認できる仕組みを作る 	<ul style="list-style-type: none"> 直前での変更に対応するオペレーションの柔軟性が必要となる 	<ul style="list-style-type: none"> 予約作業が簡単になることにより、消費者から選択される可能性を高める
4	Simplify (簡素化)	「単純化できないか」 業務の一部を省略する、デジタル化やBPOで簡略化する 等	<ul style="list-style-type: none"> チャットの応答はAIで自動化し、予約管理表へ自動反映する 	<ul style="list-style-type: none"> システム構築、AIの学習に時間とコストがかかる 	<ul style="list-style-type: none"> メニューの組み換えやオプションの追加等も自動対応できるようにAIを成長させることが可能
			<ul style="list-style-type: none"> シフト調整ツールを導入し、希望の提出、シフト作成を自動化する 	<ul style="list-style-type: none"> ツールが有料の場合コストがかかる 	<ul style="list-style-type: none"> シフトの過不足に応じて従業員が自ら希望を修正し稼ぎたい人に最適化できるようになる

【ワークシート】

デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (4/5)

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

マンダラチャートを活用した手法

	②			③			④	
			②	③	④			
	⑤		⑤	①	⑥		⑥	
			⑦	⑧	⑨			
	⑦			⑧			⑨	

1. 根本原因からキーワードを作る
例：製菓部門の売りが悪い
→売れるお菓子
2. 1で作ったキーワードを真ん中のマス①に記入する
3. ①の周りの②～⑨のマスに、①のキーワードに関連するキーワードを記入する
例：売れるお菓子
→子供向け、話題性、新食感、パッケージインパクト、おまけつき、珍しさ、遊べる、宣伝
4. ②～⑨のキーワードを外側の9マスの中央に転記する
5. 各キーワードから連想するキーワードを各9マスに記入する
例：子供向け
→甘い、動物の形、ダジャレ、チョコレート、学び、カラフル、駄菓子、ゲーム
6. 全てのマスから使えそうなアイデアを抽出する

【ワークシート】 デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (4/5)

使い方サンプル
(例) 売れるお菓子

- ✓ 「③ 原因の分析」で特定した根本的原因に対して、それを解決できる策を洗い出します
- ✓ デジタル技術によって効率的に実施可能な施策がある場合はデジタルの検討に進みます

マンダラチャートを活用した手法

1. 根本原因からキーワードを作る
例：製菓部門の売上げが悪い
→売れるお菓子
2. 1で作ったキーワードを真ん中のマス①に記入する
3. ①の周りの②～⑨のマスに、①のキーワードに関連するキーワードを記入する
例：売れるお菓子
→子供向け、話題性、新食感、パッケージインパクト、おまけつき、珍しい味、遊べる、宣伝
4. ②～⑨のキーワードを外側の9マスの中央に転記する
5. 各キーワードから連想するキーワードを各9マスに記入する
例：子供向け
→甘い、動物の形、ダジャレ、チョコレート、学び、カラフル、駄菓子、ゲーム
6. 全てのマスから使えそうなアイデアを抽出する

子ども向け	話題性	見た目のインパクト
新食感	新しいお菓子	おまけ付き
珍しい味	遊べる	宣伝



甘い	動物の形	ダジャレ	AR, VR	期間限定	健康的	近未来感	パッケージ	味によって違う色
チョコレート	子ども向け	学び	芸能人	話題性	コラボ	キラキラ	見た目のインパクト	シンボル
カラフルな色	駄菓子	ゲーム	You Tuber	料理に使える	キャンペーン	動物大	リアル	透明
ジュシー	固い	ムース	子ども向け	話題性	見た目のインパクト	おもちゃ	シール	フィギュア
生	新食感	新食感	売れるお菓子	売れるお菓子	売れるお菓子	アクアリウム	おまけ付き	おみくじ
ふわふわ	パリパリ	スプレー	珍しい味	遊べる	遊べる	カード	バッジ	デジタル
外国の食べ物	現実的な味	自分な味	形が変わる	橋、木に入る	合体する	デジタル広告	CM	無料サンプル
味が変わる	珍しい味	特産品	トッピング	遊べる	身に着けられる	SNS	宣伝	店舗
珍しいフルーツ	スパイス	昔の料理	パッケージで遊ぶ	ちぎれる	なりきりごっこ	キャラクター	街頭	イベント

出所：udemyメディア (<https://udemy.benesse.co.jp/business/skills/framework.html>)

【ワークシート】

デジタル化検討ワークシート ④ 打つ手の洗い出し (5/5)

- ✓ 1～4でご提示したフレームワークの他にも、活用できるものは多数あります
- ✓ 課題領域、目指す姿の方向性、業務フロー、現在の状況、検討時の参加人数や経験等に応じて使いやすいものを選択することが重要です

流れを軸にした検討手法

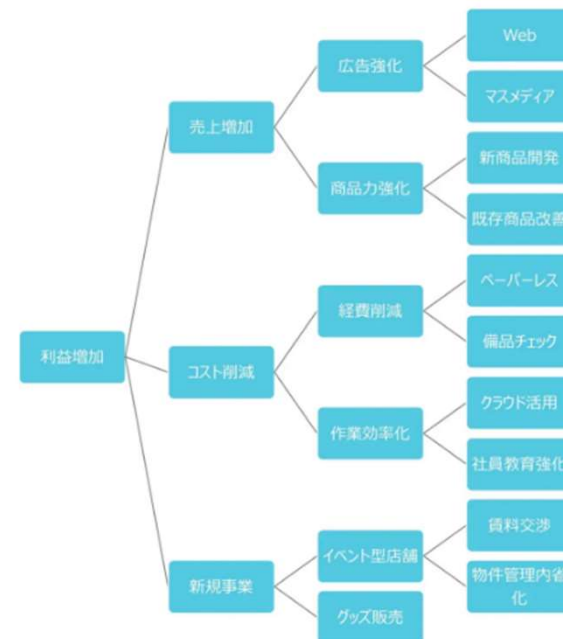
業務フロー、サプライチェーン、バリューチェーン等、流れや関係者が定まっているものをベースにして、そのカテゴリーごとに検討を深める手法



例: : バリューチェーン

論理的な分解を軸にした検討手法

マトリクス、ピラミッドストラクチャー、オズボーンのチェックリスト等、論理的に抜けもれなく (MECEに) 検討することができるフレームを活用して強制的に思考の枠を広げる手法



例: ロジックツリー

出所: Sofia (<https://www.sofia-inc.com/blog/5822.html>)

出所: udemyメディア (<https://udemy.benesse.co.jp/business/skills/framework.html>)