

(システム・取組み概要)

## タクシーのデリバリーサービス



## 取組の具体的効果

(効果)

- ・市内の複数店舗が登録できるモール形式を採用し、複数の店にまたがって注文できるアプリを開発した。店舗の営業時間、開店情報、メニュー等の最新情報の提供、配達日・時間の指定、配達料金の自動計算など利用者にとって便利な機能を備えた。出前業務スタッフの確保が不要で売上につながるため、加盟店舗が増加している。(スタート時4店舗→11店舗と拡大中)
- ・利用者からは複数の飲食店のメニューが自宅で楽しめることと好評価を得ている。

(ビジネスモデル・今後の展開)

- ・コロナ禍においても市場が拡大しているフードデリバリーに着目した。
- ・土地勘があり迷わず届けることができる運転手、現金授受等の直接接触を避けることができるキャッシュレス決済と、既存のリソースを活用することで、スピーディにサービス化を実現できた。
- ・県内他地域のタクシー会社へ展開を計画している。

## ★取組成功のポイント

- ・地域の業者が連携することで安心して利用できるフードデリバリーサービスを提供できたこと

## 今後の課題

将来的には全国のローカルで利用されるデリバリーアプリ展開を目指す。

# 協力会社も含め全国現場の人員と機材を一元管理し売上拡大・利益向上

## 日進工業株式会社

●所在地（本社）山口県（事業拠点）東京都 大阪府 鹿児島県 ●従業員数：83人  
●資本金：2050万円 ●事業内容：タンク・配管・機器クリーニング、ウォータージェット、検査・診断  
<https://www.nissink.co.jp/>

## ■経営課題・解決の方向性

### （当初の課題）

主力業務の産業用設備の洗浄は全国各地の客先での作業となるため、要員や機材・設備の効率的な割り振りが難しい。お客様側からの声掛けにより、突発的に発生する施工案件が多く、資機材や車両の使用状況、対応できる人員の確保ができず、受注機会を逃す場面や整合性に欠けた配置により多くのムダが発生していた。

### （解決の方向性）

全国各地の客先で行う作業のリソースと進捗状況を一元管理できる業務管理システムを導入、Eラーニングも活用することで、サービスの向上を図っている。

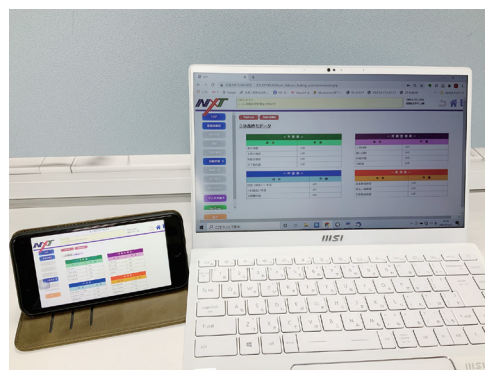
## ■経営課題解決に向けたデジタル技術活用の取組

### （取組の体制）

総務人事部：4名 業務部：1名 技術部：1名

### （ベンダーの活用状況、役割分担）

- ・システムの構築はベンダーを活用
- ・文書による定義書と対面、WEB ミーティングを活用し運用方法をベンダーと協議しながら開発を行った。



### （取組の経過）

2013年 経営計画におけるデジタル化方針明示  
2013年 デジタル化導入計画作成  
スマートフォン化、タブレット端末導入  
2015年 JOB管理システム導入  
2016年 Eラーニングシステム開発  
2017年 人員配置システム導入（IT補助金活用）  
2019年 業務管理システム導入計画策定  
2020年 業務管理システム導入

### （導入技術・データの活用方法）

協力企業等のリソースの見える化による受注・施工の最適化

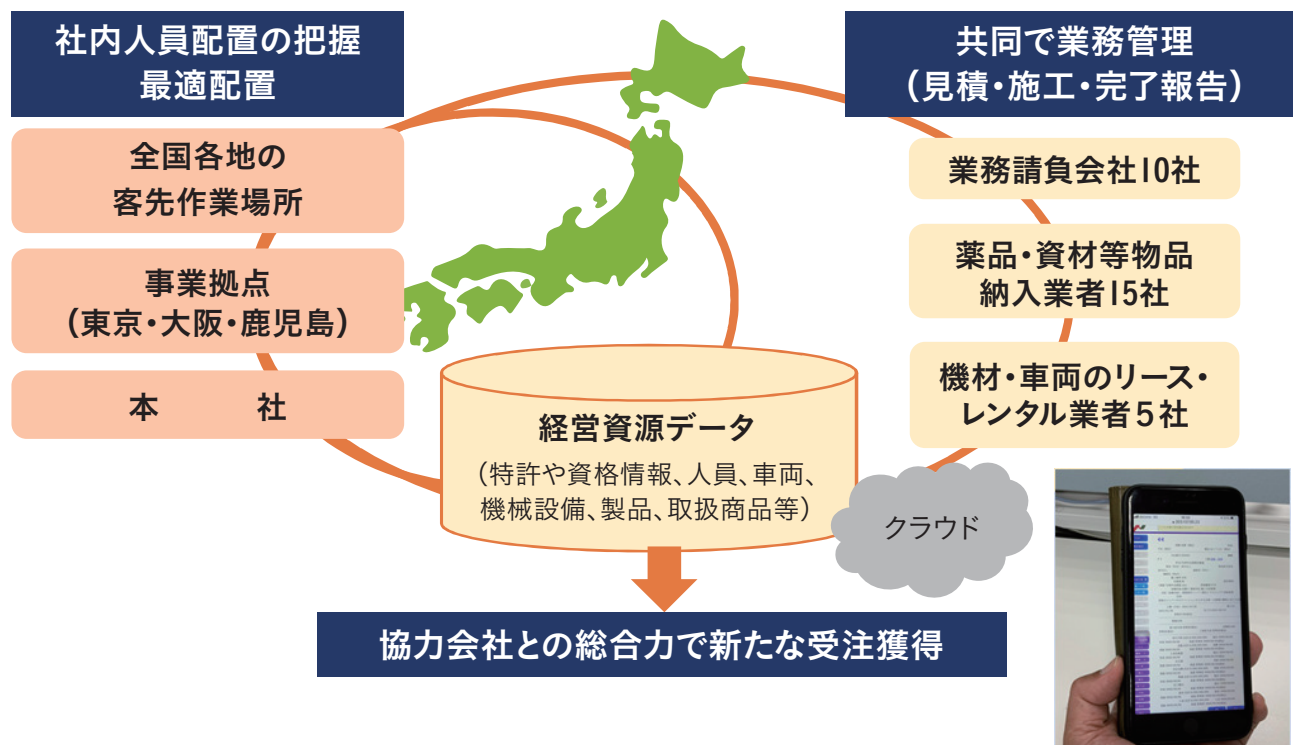
### （セキュリティ対策）

- ・UTM（統合脅威管理）導入
- ・各パソコンにセキュリティソフト導入

### （コスト）

ものづくり補助金等活用

## (システム・取組概要)



## ■取組の具体的効果

## (効果)

- ・業務管理システムの導入で、協力会社も含め、全国各地の客先で誰がどう働いたかがシステム上で相互に確認でき、効率的に人員や機材・設備を割り振りできるようになった。
- ・協力会社と業務管理システムを統合したことで、当社工事担当者は常に工事原価の把握ができるようになった。事務処理作業も双方大幅に効率化できた。
- ・Eラーニングシステムを活用して、客先ごとに異なるルールや法律など必要な知識を習得する社内教育を実施した。
- ・必要な資料を出先でも参照できるようにした。また、協力会社の社員教育にも活用する。

## (DX定着・継続運用の工夫)

- ・これまで人員や設備、車両の都合がつかず失注していた仕事の受注に加え、タイムリーな経営資源のコントロールと、システム化により軽減された事務作業に相当する時間を営業活動や施工方法の検討に用いた。
- ・今後は、今回の成果で得られた利益を運用し、連携企業社員を含む人材の育成と当社の特徴である作業の機械化・自動化を更に推進し、現在受注している作業の前工程および後工程といった幅広い業務の一括受注を目指す。

## ★取組成功のポイント

- ・協力会社と経営資源（特許や資格情報、人員、車両、機械設備、製品、取扱商品等）を共有し、総合力で新たな受注獲得を目指す取組を行っていること
- ・協力会社も業務管理システムにアクセスできるようにすることで、全国各地の客先に効率的に人員や機材・設備を割り振りできるようにしたこと

## ■今後の課題

データ整備から分析・活用段階への移行など人材の有効活用を進めていく。

# 全店ネットワークで効率的な店舗運営や商品在庫調整を実現

## あさひ製菓株式会社

●所在地 山口県 ●従業員数：415人 ●資本金：1000万円

●事業内容：和洋菓子製造販売

<https://www.kasinoki.co.jp/>

## ■経営課題・解決の方向性

### (当初の課題)

山口県内約 50 店舗に対して、年間 100 回を超える臨店（社長と本社スタッフが各店舗を回り、現状把握や改善指導等を行うこと）を実施。また年間 12 回、全店の店長が柳井の本社に集まる店長会議を実施していた。移動時間・交通費が大幅にロスになっていることに加え、交通事故等のリスクもあった。さらに、改善活動に時間がかかっていたことも課題であった。

### (解決の方向性)

コロナの影響で、本社の出勤人数も減少し、店舗も営業時間を短縮せざるを得なかった。全店舗ネットワークを活用して、効率化・働き方改革に本格的に取り組むことにした。

## ■経営課題解決に向けたデジタル技術活用の取組

### (取組の体制)

- ・時代背景に合わせて編成
- ・キーマンはプロジェクトリーダーの取締役社長

### (ベンダーの活用状況、役割分担)

地域ベンダーから機器等調達

### (導入技術・データの活用方法)

- ・WEB受発注・在庫・売上管理データの共有による商品在庫調整
- ・全店WEBカメラ、タブレット、インタラクティブホワイトボード導入によるオンライン会議、オンライン販売支援

### (セキュリティ対策)

- ・個人情報保護
- ・入退室管理

### (取組の経過)

- 2005 年頃 グループウェアを導入。
- 2006 年 全店ネットワークを導入。WEBによる受発注をスタート。
- 2012 年 POSレジを導入。受発注システムをリニューアルして各店舗の商品在庫・売上也リアルタイムで把握可能に。
- 2020 年 全店にWEBカメラ設置、タブレット配布。
- 2021 年 本社にインタラクティブホワイトボード導入。

## (システム・取組概要)



## ■取組の具体的効果

## (効果)

- ・社内システムを利用して、各店舗の売上や商品在庫はリアルタイムでどこからでも確認できるため、無駄のない生産計画や商品の店舗間移動が可能。商品廃棄の削減にも貢献している。
- ・社内SNSを利用し、必要な情報を全店に瞬時に共有したり、誰でも容易に会社に対する意見・要望・提案などを発信できるようになった。
- ・「時差出勤での店舗対応」「チーム内の徹底した情報共有」「社内ネットワークの活用によるチーム内外の引継ぎ業務の円滑化」など業務の改善と効率化を図ることで、時間外労働時間数は全社で31,315時間(2018年4月～2019年3月)から25,815時間(2019年4月～2020年3月)になり、約18%の削減を実現した。
- ・経営会議や店長会議をオンライン化することで交通費、時間削減、移動にかかるリスクも削減した。
- ・各店舗に360度が見渡せるWEBカメラを設置することで、店舗のディスプレイや入店状況をリモートで確認できるようになった。

## (DX定着・継続運用の工夫)

- ・どれだけ効果が出ているのかを、各使用者や管理者が把握・実感し、さらなるデジタル技術の活用・店舗運営や商品管理、コミュニケーション円滑化などを推進していくことで、会社全体の財産として育てていく。

## ★取組成功のポイント

- ・使える機能をきちんと活用するようルールを定め、社内研修を行うこと
- ・デジタル技術を活用することで、店舗運営や商品管理、コミュニケーションなどを向上させる実感を持つ経験を積み重ねること

## ■今後の課題

全店舗に配布したWEBカメラ設置やタブレット等を活用して、会社にもスタッフにも有益なものとしていきたい。

# AI営業スタッフが対応するECで 新しい車の買い方を提案

## 岡山ダイハツ販売株式会社

- 所在地 岡山県
  - 従業員数：412人
  - 資本金：8000万円
  - 事業内容：新車販売、中古車販売、損害保険代理店業、アフターサービス
- <https://www.oka-daihatsu.co.jp/>

## ■経営課題・解決の方向性

### （当初の課題）

営業スタッフ1名当たりの担当するお客様数は全銘柄中ダイハツが最も多く、営業に関する業務工数が不足していた。車両の高機能化や支払方法の多様化などにより説明事項が増え、商談が長時間化していた。自動車販売は対面を基本としているが、「実店舗への来店が面倒」と思っているユーザーが4割もいることが調査でわかった。

### （解決の方向性）

経験豊富なベテラン営業スタッフのノウハウを凝縮した“AI営業スタッフ”が24時間365日対応する自動車車両EC販売サービスを提供。コロナ禍の新しい車の買い方を提案を行っている。

## ■経営課題解決に向けたデジタル技術活用の取組

### （取組の体制）

- ・販売促進部をデジタルマーケティング部に改組、みらい支店を設置
- ・キーマンは取締役総合企画本部長

### （ベンダーの活用状況、役割分担）

スピードを重視し、ECやデジタルマーケティングを外部委託。短期集中でデジタル化を実施

### （取組の経過）

- 2015年～ 構想づくり
- 2018年11月 販売促進部がデジタルマーケティング部に組織改革
- 2019年11月 委託業者選定
- 2020年7月 自動車車両の常時EC販売サービス  
「みらい支店」開店  
楽天市場にショップ開設  
AIチャットボット提供
- 2021年1月 動画コンテンツ強化、オンライン商談開始

### （導入技術・データの活用方法）

AIによる24時間顧客対応と対応データの活用・分析を通じた顧客満足度向上

### （セキュリティ対策）

- ・ダイハツグループのセキュリティポリシー遵守
- ・サーバーを自社から外部委託へ変更

### （コスト）

初期費用5000万円、  
運用費・PR費用など7000万円  
（補助金なし）