DX推進優良事例集

令和6年2月作成

目次

1. はじめに	3
1-1. 緒言	4
1-2. DXと両利きの経営	5
2. DX優良事例集	6
事例の一覧	7
事例の紹介	9
3. DX優良事例からの示唆	88
4. Appendix	90
4-1. 優良事例の企業情報	91
4-2. DXツール一覧表	94
4-3. 支援メニュー一覧表	98
4-4. 相談先・情報収集先一覧	107

chapter

01

はじめに

Contents

1-1 緒言 P4
1-2 DXと両利きの経営 P5

緒言

本書の目的

- 本書は、デジタル技術の活用によって自社の生産性向上にチャレンジしたいと考える企業の皆様に、全国の先進企業の取組を参考にしていただくために作成したものです。
- 本書では、DX推進に取り組む企業の「取組の背景」や「取組のプロセス」、「DXを推進する社内体制」、「経営層の生の声」をまとめてあります。自社の課題やDX推進レベルに応じて事例を参照できるように、**「両利きの経営」の考え方**のもとで掲載事例を分類しています。

本書の対象読者

- 本書は、DXに取り組もうとする**中小企業の経営者・従業員の皆様**のうち、以下のようなお悩みをお持ちの方を対象とした内容になっています。
- 事例ごとに取り組みのステップとポイントも整理しているので、支援機関の皆様もぜひ参考にしてみてください。

経営者

- 漠然とした危機感があるが、どこからDXを進めたら良いかわからない
- DXに挑戦したいが、社員をどう巻き込んだら良いか分からない
- 他の経営者がどんな考え方や心構えでDXを進めているのか知りたい
- 業務効率化はある程度進んできた。今後のDXの進め方を検討したい

従業員

- 経営者にDX推進を提言するにあたり、他社の取り組みを知りたい
- 導入を検討しているデジタルツールを使った事例を参考にしたい

DXとは

DXとは、Digital Transformation（デジタルトランスフォーメーション）の略称です。DXと聞くと真っ先に「デジタルツールを導入する」ことを思い浮かべますが、本書では、**デジタル技術を手段として捉え、ビジネスや企業自体の在り方を変革すること**を「DX」と定義しています。

望ましいDXの進め方の例

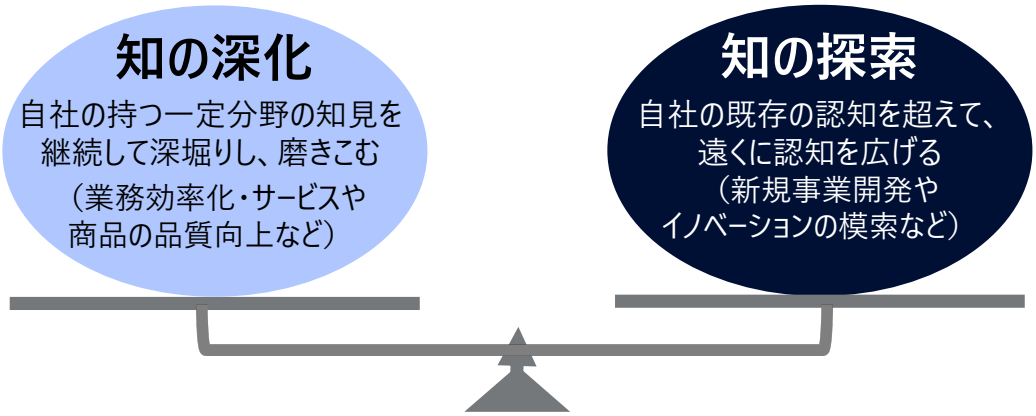
- ✓ 目指すゴールと現状のギャップを埋めるためにデジタルツールを導入する
- ✓ 経営層と従業員が十分な対話により変革の方向性を定め、そのステップとしてシステムを刷新する
- ✓ 継続的にデジタル化の状況・成果のモニタリングと改善を担う体制を設ける
- ✓ 改善意識の高い従業員に権限委譲して経営者は後ろ盾となり、従業員主体で取り組みを進める

避けるべきDXの進め方の例

- ✓ とりあえず流行りのデジタルツールを使ってみる
- ✓ 経営層と従業員の目線合わせをしないまま新システムを導入しようとする
- ✓ デジタルツールを導入したまま、効果を検証したり、改善しようとしない
- ✓ 経営層が指示だけして、従業員にデジタル化を丸投げしてしまう

両利きの経営とは？

- 技術革新が急速に進む変化の時代において、企業が持続的に成功し続けるために、既存事業の堅実な改善である「知の深化」と、未来を見据えた新規事業の探索である「知の探索」の両方をバランス良く実践することを「両利きの経営」と呼びます。
  ※ 本書においては、「知」を「ビジネスモデルおよびそれを裏打ちする技術・ノウハウ・組織風土等の総体」と定義します。



- 「両利きの経営」の考え方は、DXの進め方を検討する際にも役に立ちます。デジタル技術の活用により既存事業の改善（知の深化）と、新規事業の展開（知の探索）を両立させることで、DXが実現できます。以下に例を示します。

知の深化	× デジタル	✓ 案件管理ソフトを導入し、受注から納品までの管理業務を効率化する ✓ チャットツールを導入し、コミュニケーションミスを防ぐ ✓ 日報をデジタル化して業務の進捗をリアルタイムで把握できるようにする
知の探索	× デジタル	✓ データ分析により職人の暗黙知を体系化し、外販する ✓ 社内のDXノウハウを生かしてコンサルティングサービスを提供する

本書の構成

- 本書では、「両利きの経営」の考え方に基づいて、「知の深化」「知の探索」の取組状況に合わせて、DXの取組事例を分類し、紹介します。

DX新興企業	「知の深化」を高いレベルで実践し、DXによって付加価値を高めている
DX推進企業	「知の深化」を高いレベルで実践し、「知の探索」に挑戦を始めている
トップランナー	「知の深化」を高いレベルで実践し、デジタル技術を活用した新規ビジネス創出を実現している

chapter

02

DX優良事例集

Contents

事例の一覧 P7
事例の紹介 P9

2. DX優良事例集

事例の一覧

- これから紹介する30の事例は、デジタル技術を活用して業務効率化を推進している「DX新興企業」、DXによる新規事業展開など付加価値upへのチャレンジを行っている「DX推進企業」、多角的な事業展開を確立している「トップランナー」に分類しています。また、それぞれの分類の中で、さらに「建設業」「製造業」「宿泊業」「その他」と、業種ごとに分類しています。
- 異業種やDX推進段階の異なる事例からも普遍的な示唆が得られることがあります。ぜひ目を通してみてください。

DX新興企業

No.	会社名	業種	事例タイトル	ページ
1	株式会社伊藤組	建設業	デジタル・アナログ両面からのDX推進	9
2	株式会社高舘組	建設業	「ボトムアップ型」DXで働き方改革を目指す	12
3	株式会社保坂組	建設業	従業員にデジタルの利点を伝え、変革に巻き込む	15
4	株式会社三原田組	建設業	「共感できる」経営戦略を策定し、変革を推進	17
5	エヌ・エス・エス株式会社	製造業	製造工程を「レシピ化」し、均質化を実現	19
6	株式会社京屋染物店	製造業	デジタルで部署間連携を強化し、売上アップ	22
7	佐渡精密株式会社	製造業	「全員参加型の経営」で生産性向上を実現	25
8	株式会社新武	製造業	進捗管理の改善をスモールステップで実現	27
9	株式会社南雲製作所	製造業	DX計画を策定し、注力ポイントを明確にする	29
10	hakkai株式会社	製造業	情報共有を推進し、企業文化を変革する	32
11	株式会社千歳館	宿泊業	DX推進で人材獲得・付加価値向上を目指す	34
12	株式会社ホテル小柳	宿泊業	DXを推進し、変化する顧客ニーズへ対応	37
13	株式会社ホテル清風苑	宿泊業	課題の優先度とKGI・KPIを決め、PDCAを回す	40
14	有限会社五十嵐本店	その他	費用対効果の高い業務から優先的にDXを推進	42
15	株式会社ウスタ	その他	魅せる技術×デジタル技術で新サービスを展開	44
16	株式会社カーブドッチ	その他	現場ニーズを捉えたDXを従業員主体で推進する	46
17	協業組合太陽自動車工業	その他	DX推進で社内協力体制の構築を目指す	48
18	ループ治療院	その他	目的に応じたプロモーション手法の実践	51

DX推進企業

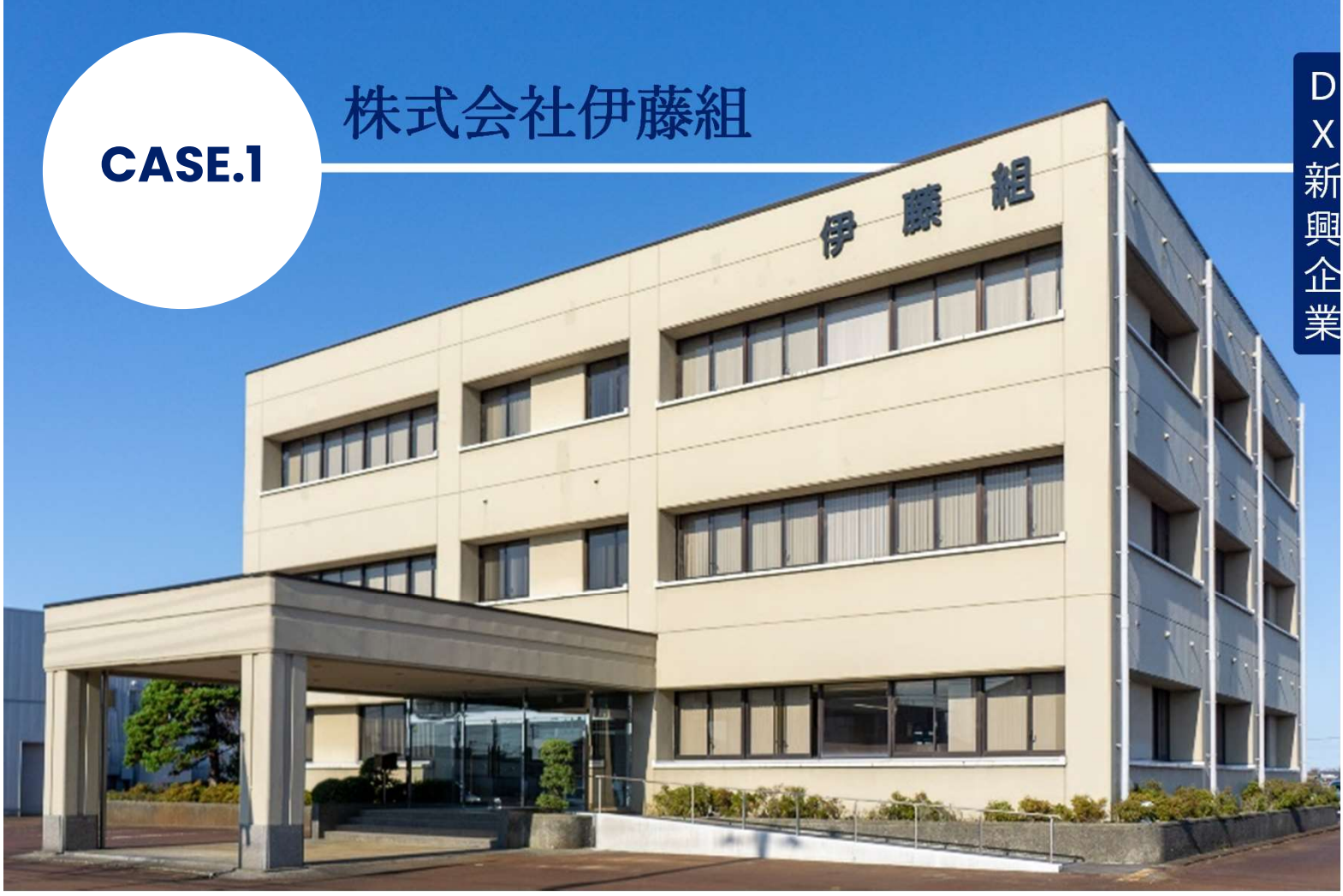
No.	会社名	業種	事例タイトル	ページ
19	伊米ヶ崎建設株式会社	建設業	全従業員をDXに巻き込み、変革機運を醸成	53
20	株式会社遠藤製作所	製造業	外部の専門家・技術の積極活用によりDXを加速	56
21	株式会社サカタ製作所	製造業	「攻めのIT」で働き方改革を実現	59
22	Jマテ.カッパープロダクツ株式会社	製造業	取引先と共に業務改善を推進し、活人化を実現	62
23	セキ技研株式会社	製造業	DXの推進によりデータドリブン経営を実現	65
24	株式会社山口製作所	製造業	営業領域のデジタル化に向けた挑戦	68

トップランナー

No.	会社名	業種	事例タイトル	ページ
25	小柳建設株式会社	建設業	「楽しくスマートに働ける」建設業界の実現へ	70
26	株式会社カワイ精工	製造業	自社の業務改善経験を生かした新規事業開発	73
27	株式会社いせん	宿泊業	従業員と目線を合わせ、変革に挑む	76
28	株式会社陣屋	宿泊業	DXによりサービスの高付加価値化を実現	79
29	有限会社ゑびや	その他	変革を楽しみ「世界一IT化された食堂」を実現	82
30	株式会社GRA	その他	職人技×DXで、農業をより強い産業に	85

CASE.1

株式会社伊藤組



デジタル・アナログ両面からのDX推進

伊藤組では、従業員のニーズに基づくデジタルツールの導入を進めつつ、現場-バックオフィス間の業務の再分担などにより全従業員が長く働ける環境づくりに努めている。

企業紹介

同社は「和をもって貴しと為し、安全、誠実、迅速、正確を旨とすべし」を社是とし、創業111年の歴史を誇る新発田市の総合建設事業者である。土木部門・建築部門および冬期の除雪作業や災害復旧支援などを行う生産事業部門の3部門を擁する。

同社の強みは国交省および新発田市より優良工事表彰を何度も受けている品質の高さであり、令和4年度「ICT活用工事成績優秀企業」に認定。令和5年度「生産性向上技術活用表彰」を受賞している。

伝統を重んじながらも新たな技術や仕組みを取り入れることにも積極的に取り組んでおり、インスタグラムを活用しての情報発信・企業ブランディングなどを推進している。

DXに取り組む目的

同社がDXに取り組むことになったきっかけは、全社的な情報共有ができていないことへの課題意識を持ったことであった。現場ごとにハードディスクで情報を管理していたため、現場横断的な情報共有が難しく、担当者でなければ顧客対応ができないなど業務の属人化が生じていた。特に現場代理人（工事現場の現地責任者）の書類作成・ファイリング等の書類管理業務に係る負担の低減や社内における適切な作業分担に関して改善余地があった。

この課題を解決するために、同社ではツール導入などのデジタル面の施策だけでなく、「建設ディレクター」を中心としたバックオフィスへの業務移管など、アナログ面の施策についても並行して検討を行った。

取り組みの内容

情報共有を推進するため、同社が最初に取り組んだのは、ハードディスクからオンラインクラウドストレージ「Dropbox business」へのデータ移行であった。導入時には、全従業員を集めて社長自ら説明会を行い、その場で全員のパソコンにツールをインストールした。重いハードディスクを持ち歩かずに済む、電話で現場の状況を確認せずとも済むようになったなど、現場にとっての利便性が認識されると、スムーズに浸透していった。その後は現場の課題感に応じ、現場写真の管理を自動化する「写管屋クラウド」や「蔵衛門Pad Tough DX」、勤怠管理ソフト「KING OF TIME」など様々なツールを積極的に導入することでDXを推進した。

併せて、現場代理人の業務負荷の低減を図るべく、特に改善意欲の高い事務担当者を、現場実務を支援する「建設ディレクター」として育成し、現場代理人との業務分担にも着手している。建設ディレクターは専門性を身に着けながらリモートワークでの就業が可能な職種である。多様な人材がそれぞれの状況に応じて協力し合って働き続けられる環境の整備を目指している。

撮影と同時にクラウド上へ保管。建設ディレクターがタイムリーに編集可能

取組のステップとポイント

1. 情報共有ツール導入
   - オンラインストレージ導入
   - 勤怠管理ソフト導入
   - など
2. ツール利用ルールの整備
   - 3-1 継続的な情報収集
     - 施工管理アプリ導入検討
   - 3-2 アナログ面施策推進
     - 建設ディレクターの育成・業務分担

STEP1. 現場のニーズ・課題に応じたツールを選定

- 導入するツールは、トップダウンで一方的に決定するのではなく、現場の困りごとを丁寧に確認し、課題解決に繋がるものを選定することが重要である。

STEP2. ツール運用のルールをあやふやにしない

- 「どのデータを、どこにどのような様式で置くか」や「勤務開始の打刻タイミングをどのように定義するか」などのルールを明確化することで、スムーズな浸透に繋がる。

STEP3-1. 最新技術・ツールの情報を把握する

- 新たな技術や優れたツールはどんどん登場する。一度ツールを入れたら終わりではなく、情報収集し続けることで更なる改善に繋がる。

STEP3-2. 業務運用面でも最適化を図る

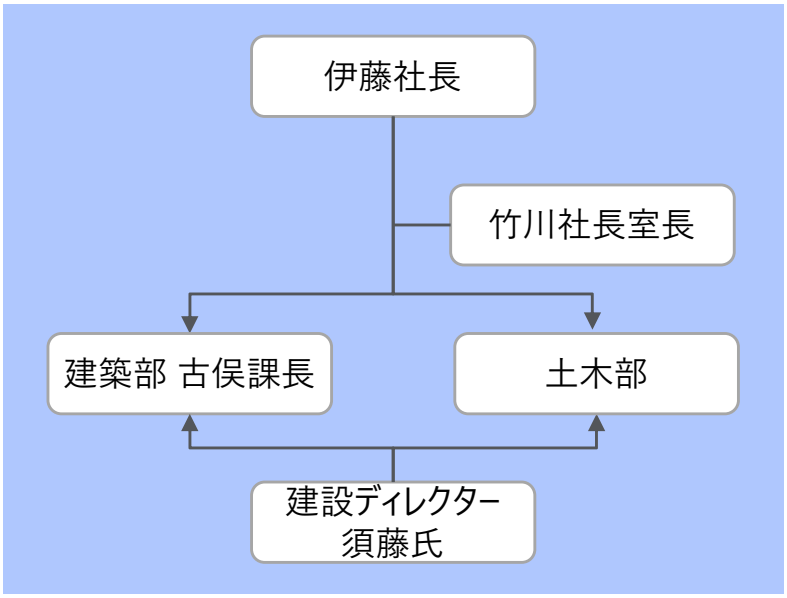
- ツールの導入による業務効率化と並行して、部門横断的に業務分担の見直しをかけることで、現場代理人の業務負荷の更なる軽減や建設ディレクターの専門性強化に繋がる。

推進体制

DX方針の策定や導入ツールの決定、運用ルールの策定などは、IT経験を有する伊藤社長自らが行っている。

ツールの導入に際しては、同社にて現場代理人としての長い業務経験を持つ古俣課長を中心として、そのツールが現場の課題解決にどのように貢献できるかを現場目線で確認したり、導入後の運用面でのサポートを行っている。

建設ディレクターの育成や、現場との業務の切り分けなど他部署との折衝が必要となる局面においては、伊藤社長の右腕であり、異業種から同社に参画した竹川社長室長が調整役となることで、円滑な推進に貢献している。



創出した成果

オンラインストレージ「Dropbox business」の導入により、多くの書類や写真、大容量のCADファイルをクラウド上に共有できて大切なデータを安全に保存できるようになった。

また勤怠管理ツール「KING OF TIME」の導入により、4人の事務担当者の月次の締め処理が省力化され、6.3時間(/月・事務担当者あたり)の時間短縮に繋がった。

建設ディレクターの本格運用はこれからだが、建設ディレクターの資格を取得したことで担当者のモチベーションが向上し、更なる業務改善に向けた機運が高まっている。

伊藤社長より

「今後も生産性向上のために広い視野で情報を取り入れ、タイミングを図ってテスト運用やツールの導入を実行していきます。

また、技術者の業務をワークシェアし、効率化をはかり、ITスキルを有した新しい領域である建設ディレクターの活躍とチームで仕事をするバックオフィスの新しい働き方の仕組みづくりに真剣に取り組んでいきます」

推進ウラ話

伊藤組では、新たに施工管理アプリの導入を検討しましたが、既存ツールとの棲み分けや費用対効果を考慮し、見送りにしたこともあります。気軽に検討して試せるのがSaaSの良さなので、ツールをひとつ導入したあともぜひ情報収集を続けてください。

株式会社高舘組

CASE.2

「ボトムアップ型」DXで働き方改革を目指す

高舘組では、変革意欲の高い従業員からなるプロジェクトチームが主体となってDXを推進し、経営層がサポートに回る体制を構築し、働きやすい環境づくりを進めている。

企業紹介

株式会社高舘組は、創業97年を迎える上越市の総合建設事業者であり、土木・建築・住宅リフォーム・不動産事業を展開している。

同社は、県立謙信公武道館、上越妙高駅、水族博物館うみがたりなど新潟県上越市の主要施設やインフラの施工に携わるなど地域に根差した事業活動を行っている。

「健康経営優良法人2024-ブライト500-」「にいがた健康経営推進企業マスター」の認定を受けており、禁煙に成功した従業員を表彰する企画などユニークな取り組みを通じて、社員の健康増進を後押ししている。また、若手社員にも積極的に活躍の場を与える社風に特長がある。

DXに取り組む目的

少子高齢社会において、建設業が「地域の守り手」として役割を果たしていくためには、将来の建設業を支える担い手確保が急務となる。若者や女性の入職や定着の促進に重点を置きつつ、あらゆる世代が活躍できる環境整備、働き方改革、生産性向上を一体として進めることが重要となる。

同社では、全社員が心身共に健康で働けるようにと健康経営を推進してきた。近年では、社員がワークライフバランスを意識できる仕組みづくりにも取り組んでいる。その一つが勤怠管理の見直しだった。従来は社員の働き方がリアルタイムには把握しにくく、個々人に目が行き届かない場合があった。この課題をクリアし、かつデジタイゼーションによって社内に変革の波を起こすため、社員が主体となり勤怠管理ツール「TeamSpirit」の導入にチャレンジした。

取り組みの内容

同社における勤怠管理の仕組みづくりは、手書きの出勤簿をExcel化並びに電子提出対応にすることから始まった。しかしそれだけでは依然として紙ベースで管理していた頃の名残があり、残業申請や休暇申請が事後提出になることも多く、就労時間に対する更なる意識醸成が課題となった。

そこで、「各自の月次工程から次月の残業時間をある程度逆算した上で、その時間内に収まるように計画を立てる」取組みを実施した。これら一連の取組みが、社員自らも就労時間を意識するきっかけに繋がった。

このような下地を作った上で、ツールの導入はスムーズに進んだ。導入にあたっては、高舘常務を中心に、変革意識の高い若手社員からなるDXプロジェクトチームを編成・権限移譲し、少人数制の説明会の実施やツールの不明点があった場合のフォロー体制整備など、誰も取り残さない工夫を行った。

ツールの導入成功はDXプロジェクトチームの自信にも繋がり、その後も積極的に活動している。また、DX方針を定めて、社員への説明を繰り返し行うことで、更なる変革の機運醸成を図っている。

取組のステップとポイント

- 社内会議のオンライン化
- ペーパーレス化
- 社内稟議の電子化など

STEP1. ツール導入以前に変革機運を醸成

- 「勤怠管理ツールさえ導入すればあとは適正な管理がなされる」ことは少ない。労務管理意識の醸成や残業の計画実施など、アナログ面での変革が非常に重要となる。

STEP2-1. ツール導入により得られるメリットを訴求

- ツールの導入により、社員に対しては勤怠報告の手間が、経営層・管理者層には労務管理の手間が削減できることを訴求するなど、それぞれの立場によって異なるメリットを訴求するような工夫も重要である。

STEP2-2. 共に変革を志す仲間を募る

- DX推進意欲の高い社員へ積極的に権限を委譲しつつ、経営層がその取組を全面的にサポートに回ることで、社員のニーズに即した、社員が主役のDX推進に繋がる。

STEP3. 変革の波を波及させる

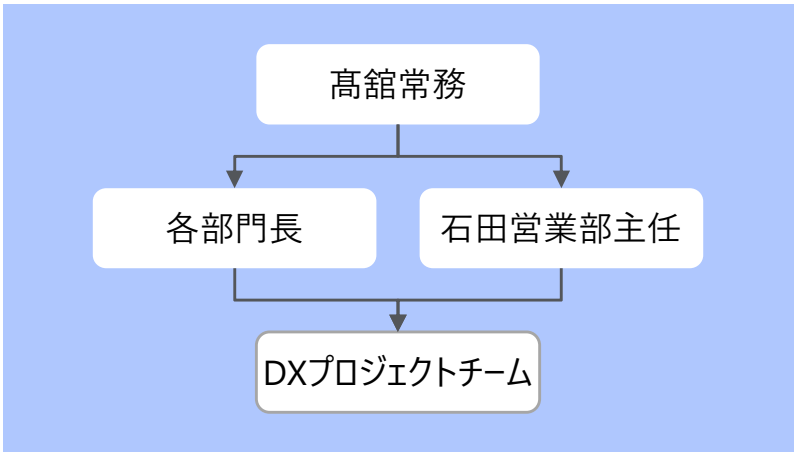
- DXプロジェクトチームは、現場の繁閑や取り組む分野に応じて都度、重点メンバーを決めるなど、柔軟な運用が望ましい。
- 全社員を巻き込むため、自社としてDXをどう進めているのか、方向性を発信していくことは重要なポイントである。

推進体制

DX方針の策定は高舘常務が中心となり、対外的な発信および社員への説明を担っている。

実際のDX推進に関する取組は、高舘常務とそのパートナー役である石田営業部主任および有志により組成されたDXプロジェクトチームが主体となって推進している。当該チームは常時所属するコアメンバーと、取組み分野に応じて参加するテンポラリメンバーから構成されており、社員の課題感・ニーズに基づく取組みを検討し、推進するため、それ自体がインセンティブとなり、高いモチベーションで活動を行っている。

各部門との調整が必要になった場合は、必要に応じて各部門長がサポートに入る体制をとっている。



創出した成果

TeamSpirit導入により、社員一人ひとりは自身の勤怠データをいつでもどこでも確認できるようになり、また管理者も全体の稼働状況を確認できるようになり、時間意識の更なる向上や忙しい現場をカバーする体制づくり等の施策をタイムリーに実施できる環境が整った。

また、総務担当の毎月の給与計算にかかる時間が３日以上削減され、手計算によるミスも無くなった。空いた時間は、現場サポートに振り向けるなど、全社残業時間削減のために充てている。

DXへの取組みが加速し、2023年は、社内会議をオンライン化したことで、出席率の向上、移動時間の削減を実現。会社の方針も伝わりやすくなったなど、DXプロジェクトチームの取組に対してポジティブなフィードバックが寄せられている。

高舘常務より

「当社のDXは、単にデジタル化することではなく、社員の働き方改善に繋げていくことを目的としています。出来る限り社員の意見に耳を傾け、課題と向き合う事を意識しています。引き続きDXプロジェクトメンバーとともに、当社DXの歩みを着実に前に進めて参ります」

推進ウラ話

TeamSpiritの導入にあたっては月次の利用料のほか初期費用が必要となりますが、同社では「新潟県建設産業バックオフィスDX推進モデル事業補助金」を利用して負担の軽減を図りました。自治体等の補助事業活用も検討してみてください。

株式会社保坂組

CASE.3

従業員にデジタルの利点を伝え、変革に巻き込む

株式会社保坂組では、従業員にデジタル化のメリットを伝えてDX推進に巻き込むため、ツールの導入やDX推進チームの編成など、様々な取組を行っている。

企業紹介

株式会社保坂組は、昭和14年に妙高市で創業して以来、「地域のために　地域と共に　地域と繁栄」を経営理念に掲げ、地域に根差して土木・建築事業を展開している。神社・仏閣など伝統的建築物の新築・改修を担うことのできる高い技術力も同社の強みである。

毎週水曜日をノー残業デーに設定するなど、残業削減に向けた取組が評価され、「健康経営優良法人」の認定を4年連続で受けており、20代の女性現場監督をはじめ多くの女性が活躍している。

従業員の発案により、従業員の誕生日にホールケーキをプレゼントする福利厚生制度を整備したり、「中の人」が工事の様子などを収めた動画をInstagramで発信するなど、ユニークな取組も行っている。

DXに取り組む目的

同社では、2024年問題や建設業界における慢性的な人手不足の状況を踏まえ、主に保坂常務取締役とITの知見を有する水嶋取締役によって各業務でデジタルツールを導入。全外勤者にスマホを貸与し、チャットツール、工事写真整理、原価管理等のシステムを活用し、積極的にDXを進めてきた。

デジタル化は、人によっては利便性より慣れた業務が変わることへの抵抗感が大きい場合もあるが、採用の難しい人口減少局面においては、従業員の負担軽減のために取り組まなければならないことである。そこで同社では、従業員にデジタルツールの利便性を感じてもらうため、タイムカードから勤怠管理ツールへの移行や、現場からのニーズが高い「紙の手書き帳票からエクセル形式の報告書への転記作業」の自動化にチャレンジすることとした。

取り組みの内容

勤怠管理ツールの選定にあたっては、まず同社にとって特に必要性の高い要件の洗い出しを行った。その結果、「現場ごとの直接人件費を算定するために工数管理機能を備えている」「サポート体制が充実している」「費用が安価である」との要件を満たし、同規模の同業他社で導入実績を有するSaaS※1「KING OF TIME」を導入することを決定した。

紙の帳票からエクセルへの転記処理については、AI-OCR※1とRPA※1の組み合わせによる実現可能性を検討した。複数のサービスをテスト利用したところ、実装自体は可能だが、多様な業務に対応できるよう汎用性の高いプログラム構成にするのは自社の知見だけでは難しいことが判明し、当該システムの専門家も交えて引き続き検討を行うこととした。

併せて、従業員を更にDX推進に巻き込んでいくために、各部署から改善マインドの高い従業員を選出してDX推進チームを編成した。従業員向けのデジタル研修プログラムや、DX推進方針の検討も開始しており、従業員の負担を減らし、安心して働き続けられる環境の構築に向けた挑戦を続けている。

※1：Software as a Serviceの略称。インターネット経由でソフトウェアやアプリケーションを利用できるサービス形態のこと。
※2：OCR（Optical Character Recognition/光学文字認識）に、AI（人工知能）技術を融合させた最先端のOCR技術のこと。
※3：Robotic Process Automationの略称。パソコンで行う事務作業を自動化できるソフトウェアのこと。

取組のステップとポイント

1. ツールに求める要件を見定める
2. DX推進体制を編成する
3. DX推進の方向性を確認する

STEP1. ツールを選定するための軸を明確化する

- 世の中に存在する無数の製品の中から自社にとって最適な製品を選定するのは非常に難しい。SaaSは無料トライアルが可能な場合もあるので、譲れないポイントを決めたら、気軽に始めてみるのが重要である。

STEP2. 従業員にDX推進の権限を委譲する

- 同社では、当初はITの知見を有する経営層が主としてDXを進めてきた。取組の主体が従業員からなるDX推進チームに移ることで、従業員の当事者意識やリテラシーが高まり、変革の推進力の向上が期待できる。

STEP3. ある程度DXが進んだところで、改めてビジョンを整理する

- DXビジョンは、DXに本格着手する前に策定する会社も多いが、同社ではDXがある程度進んできたところでこれまでの取り組みを総括し、改めて今後の方向性を確認するために検討を開始した。
- 自社はなぜDXに挑戦していて、従業員にはどんなメリットがあるのかなどを言語化し伝えることで、従業員の理解を促進することが期待できる。

保坂常務取締役より

「DX化の推進にあたり、トップダウンのアプローチではなく、会社がビジョンを示した上で、DX推進チームが社員視点でツール利用のメリットを伝えるプロセスを踏んだことで、社員が抵抗感なくデジタルツールの利用に取り組むようになったと感じています。」

CASE.4

株式会社三原田組

「共感できる」経営戦略を策定し、変革を推進

株式会社三原田組では、経営戦略をストーリーで語り従業員の共感を得るための準備を進めるとともに、コミュニケーションツールの導入検討をスモールスタートで実施した。

企業紹介

株式会社三原田組は、昭和26年に上越市で創業した総合建設業者である。令和4年に株式会社三商、株式会社キヨサト生コンと合併してからは、総合建設業のほか砂利採取、生コンクリート製造販売も事業の柱に加わった。

創業時からの経営理念は「地域社会への貢献」であり、小さな農道のインフラ整備から山や河川などの大規模公共工事まで、現場の作業計画・管理・施工を一貫して行っている。

同社が運営し、新潟労働局登録教習機関でもある三原田組上越トレーニングセンターでは、求職者に建設関係の資格取得機会を提供しており、建設業の人手不足解消に努めている。

DXに取り組む目的

同社は、公共工事の縮小や新型コロナウイルス感染症の影響に伴う工事数の減少など、厳しさを増す経営環境を受け、リソースの効率的な活用や人材確保を目的としてほか２社を合併した。一方で、合併による組織再編に伴い、社内コミュニケーションの面で課題を抱えていた。

デジタル化の面では、これまでも都度必要なツールの導入に挑戦してきたが、経営戦略やDXで目指す姿の全体像を描けていなかったため、従業員の巻き込みが難しい状況であった。特に合併先の従業員に対して事業の方向性を明確に指し示すことができていなかった。

そこで、デジタル技術を活用したコミュニケーション・情報共有の改善と、今後とるべき経営戦略について検討を行った。

取り組みの内容

社内コミュニケーションについては、複数サービスとの比較検討の結果、多様な機能、LINEと類似した画面操作や導入事例の多さなどから、まずはLINE WORKSをトライアル利用することとした。

バックオフィス業務を担当する従業員に絞って試用を行う中で、 各機能の同社における利用イメージや権限管理等について詳細に検討を行った。特にスケジュール管理機能については、現状のホワイトボードによる管理を代替するものとして期待されている。今後は現場も巻き込んで本格導入を進めていく予定である。

また、経営戦略の策定にあたっては、受け継がれてきた経営理念も踏まえ、現経営者の立場から、「自社として大切にしたい価値観は何か」「その上で自社の目指すべき姿はどのようなものか」「あるべき姿の実現のため、自社はどのような経営方針を取るべきなのか」という順に言語化・具体化を進め、従業員が自社の方向性に共感し、自分ごととして理解してもらえるよう「ストーリー化」を行い、その実現のための手段としてデジタル化を位置付けた。今後は従業員向けの説明会を行うなどして、全従業員が一丸となって変革に立ち向かう機運を醸成していく。

取組のステップとポイント

1. 経営理念を磨き込む
2. ツール導入は小さく始める
3. 全従業員を巻き込む工夫をする

STEP1. 従業員が共感できるよう経営理念を具体化し、腹落ちする

- 同社では、先代経営者から受け継いだ経営理念を出発点として、目指すべき姿や大事にしたい価値観を具体化する作業を行った。
- 経営層と従業員の視点は違うため、経営理念・方針はざっくりした概念を伝えるだけでは浸透しない。文字に落として丁寧に説明できるよう、まずは経営者自身が腹落ちする必要がある。

STEP2. デジタルツール導入はスモールスタートで実施

- LINE WORKSのトライアル利用は、全員ではなくバックオフィスの23名で行った。範囲を絞ることで、短期間でも様々な機能検証を行い今後の方向性を決定できた。

STEP3. アナログなコミュニケーションも大切にする

- 同社では、デジタル化に関する取り組みを知らない従業員にも、試行錯誤の課程を知ってもらい忌避感を緩和するため、令和5年から紙ベースで社内報の配布を始めた。
- デジタル化の効果を最大限発揮するためには、アナログなコミュニケーションを丁寧に行うことも重要である。

三原田代表取締役社長より

「DXを推進するにあたり、原点である経営理念に立ち返って、課題や取組を考えていくことが重要だと感じました。
短期間でLINE WORKSを導入しましたが、実際にやり切れたことが自信に繋がり、従業員に様々な意見があることに気付けました。」

CASE.5

エヌ・エス・エス株式会社

製造工程を「レシピ化」し、均質化を実現

エヌ・エス・エス株式会社では各製品の製造方法・組立方法を可視化し、全従業員がリアルタイムで共有することで、製造品質の均質化を実現し、生産性を向上させた。

企業紹介

同社は明治17年に鍛冶を生業として創業した歴史ある金属加工業者である。現在では工作機械の工具を取り付け回転させる主軸「スピンドル」を超精密加工技術で製造している。スピンドルは工作機械の心臓部とも称されることから、同社はスピンドルの製造により日本の「モノづくり」をサポートしているという自負を持ち、素材・熱処理・加工・仕上げ・検査などすべての工程において超精密加工を追求している。平成20年には品質と環境のマネジメントシステム国際規格（ISO）を取得するなど、製造技術に加えて、製造体制も評価されている。

バックオフィスだけでなく工場勤務者も在宅勤務ができる環境整備を目標に掲げるなど、改善を追求するチャレンジングな社風が特徴である。

DXに取り組む目的

同社の生産方式は変種変量生産であり、部品ごとに複数の製造工程が存在する。以前は、各工程の標準作業手順が整備されていなかったため、製造品質が個人の技量・経験に左右されてしまい、製品不良が発生する頻度が高い、ベテランの技術が伝承されないなどの課題を抱えていた。同社ではこうした課題によって生産性が同業他社と比較して非効率であるという懸念があり、その改善が急務となっていた。

そこで同社ではデジタル技術を活用した課題解決を推進するため、DX推進室を立ち上げ、部品構成表や工程表をデジタル化するとともに、段取り・加工の注意点などを可視化することで、生産性向上に取り組むこととした。

取り組みの内容

同社は加工作業を統一し、全員が同じ手順で作業できるようにするために、Notion※1を用いて加工情報閲覧システム「レシピ」を構築した。

同システムでは部品ごとの製造工程や、ユニット品の組立工程・必要部品などを記録し、それぞれをレシピと呼んでいる。データベース同士の情報を紐づけることでレシピを構築しており、データを活かした加工改善や生産性向上に寄与している。レシピには画像付きの加工条件やメモが記載されているため、段取り時間の短縮にも繋がる。

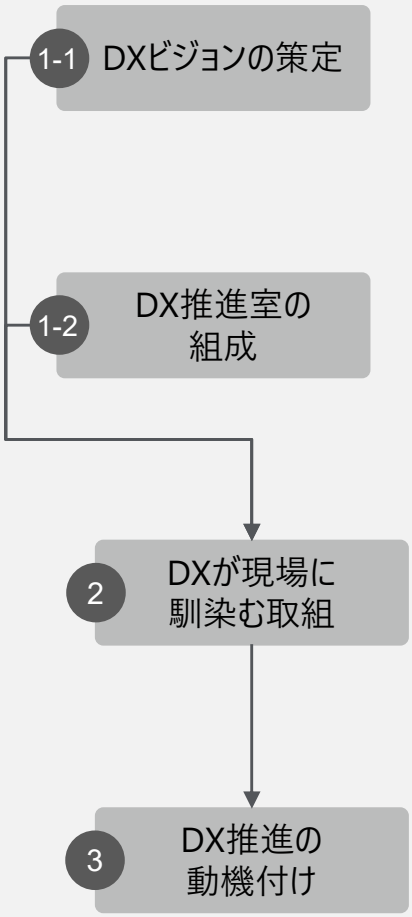
同社では、DX推進室が中心となってDXビジョンの策定や具体の取り組みを推進しており、Notion導入などの取り組みも主導している。Notion導入時には、DX推進室のメンバーを現場に常時待機させ、現場社員がいつでも使い方を聞くことができる「二人三脚サポート体制」を敷いた。現在ではSlack※2に即レスチャネルを設けて、現場の問い合わせに対応している。

さらにレシピへの加工情報の登録件数を設定することを各課のKPIとすることで、データベースに登録される情報を増やすことに成功している。

二人三脚サポート体制の様子

※1：データベースを構築することができるメモ取りウェブアプリ
※2：ビジネス用チャットアプリでコミュニケーションやファイルの保存ができたり、外部アプリと連携ができる。

取組のステップとポイント



STEP1-1. ありたい姿から逆算して取り組みを進める

- 細かなプランは必要ないが、将来実現したい姿を明確化することで進む方向性を定めることができる。
- 同社では「製造現場における暗黙知の形式知化」を目指し、DXを推進している。

STEP1-2. DXの専門部署を組成する

- 期間の決まったプロジェクトだと責任の所在が不明瞭となったり、責任感が薄れ、スピードを維持することが難しい場合がある。

STEP2. 現場でDXツールが活用されるよう工夫する

- ツールやシステムを導入しても、価値の源泉である現場で活用されなければ意味がない。
- 同社では、導入当初よりDX推進室のメンバーが付きっ切りで問い合わせに対応したことで現場でのDXがスムーズに進んだ。

STEP3. 知見を蓄積することの重要性への理解を深める

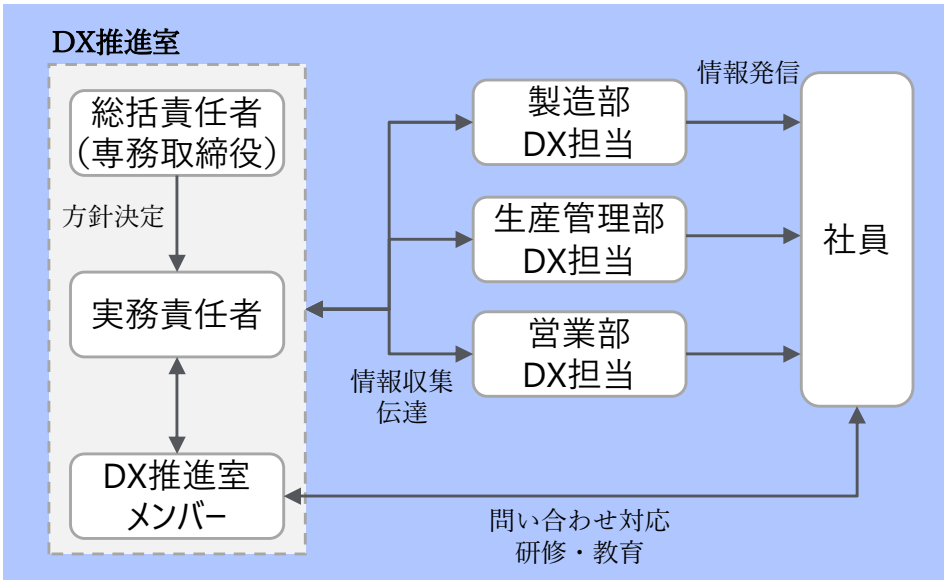
- データベースに現場の知見を記録する作業は従業員に敬遠されることが多い。
- 現場の知見を蓄積して情報の価値を最大化するためにも、現場の従業員に対するメリットの説明やKPI設定などの動機付けが重要となる。

推進体制

DX推進室は統括責任者である専務取締役を筆頭に、実務責任者と3名のメンバーで構成されている。DX推進室では、適正なデジタルツールの検討・選定、各部署との協議・連携を行い、必要な情報発信や社員教育を行っている。

月に1回、各部署のDX担当者が集まるDX会議を実施しており、現場からの意見を収集したり、社員向けに発信する情報をDX担当者に伝達する。

DX推進室は専属メンバーのみからなっているため、常時社員からの問い合わせやデータベースの修正・アップグレードに対応している。



創出した成果

Notionの導入による大きな成果のひとつは、新人研修が効率化されたことである。新入社員が先輩社員に聞かずとも「レシピ」で製造工程や必要部品を参照することができるため、製造方法を教えるのにかかる時間が、1ユニット品あたり20~30時間から、10時間程度にまで短縮できた。

またDX計画より2か月前倒しで全社員135名へのタブレット配布を完了した。現場社員からは、タブレットの水準器アプリを活用した現場機器とのデータ接続を提案されるなど、ボトムアップによるDX推進の雰囲気が醸成されつつある。

今後は職人の勘や経験などの暗黙知の言語化を進めることで、製造品を均質化するだけでなく、製品の水準を飛躍的に高めることを目指し、取り組みを続ける。

中町専務取締役より

「インダストリー4.0、IoTが新語から日常に使われるようになり、DXもそれに続いている。当に「産業革命」が起きていることを実感せずにはいられない。ウイズ・コロナが定着しリモートミーティング、リモートワークが普通になり、産業の構造だけでなく、生活、習慣、働き方まで変わってきた。江戸時代から明治に変わるくらいの変革期なのではないかと思っている。その覚悟を持ってDXに取り組みたい。」

推進ウラ話

同社のDX推進室では、話し合いの際は否定から入ることを禁止している。アイデア時点での粗探しは可能性を否定することになり非生産的になるためである。メンバーが委縮せず、建設的な議論ができるためにもこうしたルール作りは重要である。

CASE.6

株式会社 京屋染物店

デジタルで部署間連携を強化し、売上アップ

京屋染物店では、業務進捗や在庫・顧客情報などをアプリ上に集約・共有することで、部署間の連携が促進され、創業100年超の歴史の中で最高の売上高を実現した。

企業紹介

同社は岩手県で大正7年に設立した創業100年を超える老舗染物屋であり、デザインから染め、縫製まで一貫して行える、全国でも数少ない染工場である。

先代社長までは縫製工程を外注し、染色を専門とする家内工業だったが、現社長よりデザインから縫製まで一貫生産する体制を確立し、事業を拡大してきた。

プログラミング不要で業務アプリを簡単に作成できるkintoneの導入によりDXを進め、平成29年にはkintone 導入の好事例を表彰するkintone AWARDでグランプリを獲得した。さらにDXにより従業員の働き方が大幅に改善されたことで令和3年にホワイト企業大賞を受賞した。現在では海外ブランドとのコラボ商品や自社ブランド商品の開発を進めており、世界一の染物屋を目指している。

DXに取り組む目的

同社では、以前は案件ごとの業務タスクを記載した付箋をホワイトボードに貼り付けることで進捗管理していた。家内工業の時代は問題なく対応できていたが、染色以外の業務を内製化したことで管理すべきタスクが増え、従来の方式では他部署の業務進捗や作業量の把握が難しくなり、正確な納期の見積もりができない状況になっていた。

また、過去の注文履歴は全て紙で管理されていたため、問い合わせがある度に紙の資料から顧客情報を探し出す必要があり、顧客を待たせてしまうこともあった。

このような状況を受け、同社では、現行の業務に合った情報管理・共有方式を実現することにより顧客や従業員の満足度を向上すべく、kintoneを導入することを決めた。

取り組みの内容

情報共有の効率化のため、約100万円の費用を投じてトップダウンで仕様を決定し導入したシステムは、現場に馴染まず従業員に利用してもらえないということがあった。

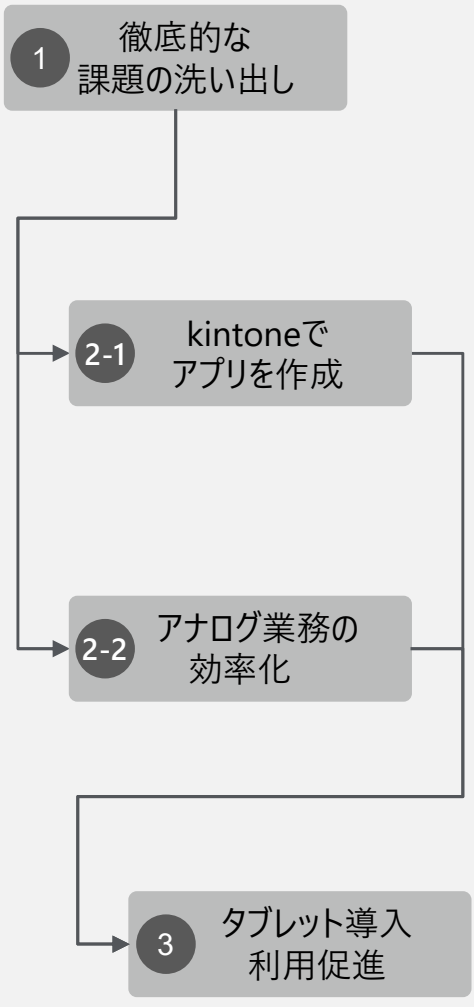
その反省を生かして、kintoneを導入する際は、仕様検討の段階から従業員を巻き込んで課題の洗い出しを徹底的に行った。また、kintoneで作成したアプリは使いながら改善していけばよいものであるため、最初から細部にこだわって完璧なアプリを作り上げるのではなく、本質的な課題を見据えながら細かくPDCAを回すことでDXを推進した。

加えて、それぞれの部署にkintoneをインストールしたタブレットを配布し、それを見ながら朝礼を実施するようにしたところ、デジタルに不慣れな従業員が「使い方を教えて欲しい」という動機付けとなり、kintoneの定着に繋がった。

現在では受注管理アプリや販売管理アプリなど計13個のアプリを作成し、工程ごとの案件数など業務の見える化を実現している。またアプリの仕様に合わせて無駄な管理項目を減らす・統合することで業務フローを改善し、生産性を大幅に向上させている。

受注管理アプリによる
工程ごとの案件数可視化

取組のステップとポイント



STEP1. 現場のニーズを深く理解する

- トップダウンでシステム構築した場合、現場のニーズに合わず利用されないことがある。ツール導入以前に現場の課題を詳細に理解することが重要である。

STEP2-1. 目的に向かって、小さく始める

- 「完璧なツール」の導入を目的にするとDXは進まない。ツール導入は課題解決の手段であるため、細部にこだわり過ぎず小さく進めていくのがよい。
- すべての課題を一気に解決しようとするのではなく、DXの目的を明確にし、優先度の高いものから実装していくことが重要である。

STEP2-2. いきなりデジタルツールを導入しない

- 現行の業務プロセスをそのままアプリ化するのではなく、まずは無駄なプロセスを省き・まとめられるものは統合して、新しい業務フローを構築することが重要である。
- そのうえでツールを導入することで、飛躍的な業務効率の向上に繋がる。

STEP3. ツールを「使いたい」と思わせる工夫を行う

- 導入したツールとタブレットを多用した朝礼や会議を実施するなど日々の業務にツールを組み込んでいくことで、デジタルに不慣れな従業員にも利用を動機付けることができる。

創出した成果

各部署の業務進捗が把握しやすくなったことで、負担の集中している部署を他部署が支援するなどの協力体制が生まれた。また、これまでは情報共有の不足から納期を長めに見積もっていたが、適正な納期へと大幅に短縮することができた。無駄な在庫を抱える必要もなくなり、在庫ストックに使っていたスペースを作業場として使えるようになった。その結果、別々に作業をしていた各部署のスタッフが集まって業務を行えるようになり、対面でのコミュニケーションが促進されたことで部署間の更なる連携強化に繋がった。

働き方の面でも、以前は深夜まで残業することもあったが、kintone導入に伴い業務効率化が進んだことにより、ほとんどの従業員が定時に退社できるようになるなど大幅に改善した。

同社では、在庫の適正化によってキャッシュフローが1,000万円以上改善し、kintoneによる業務効率化・納期短縮により、経常利益が130%以上向上した。

kintoneを用いた
商品企画会議の様子

蜂谷社長より

「DX推進の結果、待ち時間や無駄な時間が減り、本来注力すべき業務にたくさんの時間を使えるようになりました。kintoneを導入される皆さん、ぜひ弊社に見学に来てください。アドバイスできると思います」

TAKEAWAY 皆さんの会社でも参考になるポイント
「ローコード/ノーコード」ツールを活用したDX

これまでアプリ開発をするには専用のプログラミング言語を使いこなす必要がありましたが、従来より少ないプログラムコードによる開発（ローコード）や全くプログラムコードに触れないで行う開発（ノーコード）を可能にするツールが普及してきています。京屋染物店で導入されたkintoneもローコード/ノーコードツールの1つです。

大規模開発を必要とせず、プログラミング言語のスキルがない方でも簡単に業務に必要なアプリの開発ができます。DXの最初のステップとして業務の自動化やデータ化を図るツールとして適しています。

ツールを活用するためには使い方を学ぶ必要があり、場合によっては最低限のプログラミング知識が必要となることがありますが、ベンダーが分かりやすい学習素材を提供しています。

kintoneではドラック&ドロップで
アプリが制作可能

出典：https://kintone.cybozu.co.jp/feature/basic.html

CASE.7

佐渡精密株式会社

「全員参加型の経営」で生産性向上を実現

佐渡精密は、離島の厳しい採用環境においても顧客に高品質な製品を届け続けるために、生産性向上を図るべく、従業員を巻き込み積極的にデジタル技術の活用に取り組んでいる。

企業紹介

佐渡精密株式会社は、新潟県佐渡市に本社を構える昭和45年創業の精密金属加工事業者である。医療機器、光学機器、航空機器など多様な産業機器の部品のほか、半導体製造装置や水素燃料など先端分野でも利用される製品を製造しており、多品種少量生産・微細加工を得意としている。

佐渡島という離島に立地しているからこそ、ないものは作るという発想で技術を磨き、「離島から、世界へ」というテーマを掲げ、全国800を超える企業へ部品を供給している。

同社では、売上や利益など経営に関わる数字を毎週全従業員に共有するとともに、トップダウンではなく部署毎で次年度の計画を立てる「全員参加型の経営」を実践している。

DXに取り組む目的

一般的に、離島では少子高齢化の影響が他の地域と比較して早期かつ顕著に表れるという傾向があるとされる。同社においても、採用環境の厳しさから、今後も現在の生産量を維持するためには生産性の向上は避けられない課題であると認識していた。

同社では、以前は作業者が機械の加工プログラムの作成から、工具の段取り、加工まで全て一人で行う生産形態を取っていたが、作業者の負担が高い状態が続くことや、ノウハウが共有されないことを課題視していた。その他、工作機械の稼働状況をリアルタイムに把握して待機時間を最小化するために先手を打っていく仕組み作りなど、人が人にしかできない仕事に集中できる環境の整備を目指し、DXに取り組んだ。

取り組みの内容

同社では、NC加工機にインプットするプログラムを自動生成し加工作業を制御する製造AI製品「ARUMCODE1」を導入した。粗加工までを同製品で行い、仕上げ加工は作業者が行うように分担することで、完成品の品質は担保しつつも自動化可能な作業はAIに任せ、作業者の負荷軽減とノウハウの見える化を推進した。

また、工作機械の稼働状況のリアルタイム把握は、Python※1を利用して自社開発したプログラムをインストールしたRaspberry Pi※2と光センサーを工作機械に設置することで実現した。待機・段取り・稼働・停止など機械の状態が視覚的に表示されるほか、残加工時間が可視化されたことで、事前に段取り替えの準備ができるようになり、効率化に繋がった。

今後は、予測収益に基づく受注量の最適化やノウハウ・熟練度の更なる可視化、従業員のモチベーション向上など、従業員アンケートなどで収集した様々なデータと併せ、経営戦略の検討に活用する予定である。

IoTによる設備状況の見える化
マップ表示・稼働履歴など多角的な解析が可能

※1：Webアプリ開発やAI開発などに幅広く用いられるプログラミング言語。
※2：1枚の基板の上に最低限のCPU等を取り付けた簡易なコンピューター。

取組のステップとポイント

1. DX機運醸成
2. 適切な内外製区分設定
3. 従業員のモチベーション向上

STEP1. 従業員への積極的な情報開示と巻き込み

- 同社では、経営層が早期にDXの必要性を認識するとともに、厳しい数字も隠さず示し、部門横断的な改善ミーティングを月次で開催するなど、従業員と積極的にコミュニケーションをとることで、全社的なDX推進機運の醸成に成功した。

STEP2. 既成ツール・自社開発ツールをバランスよく利用する

- 「ARUMCODE1」は、ある従業員がネット検索で見つけたことがきっかけとなり導入に至った。
- 既成のツールを積極的に試しつつ、自社の環境に合わせた仕組みを自社で安価に構築するなど、費用対効果・用途に応じた使い分けが重要である。

STEP3. 従業員に向き合い、更なるやる気を引き出す

- 生産性向上のためには、従業員のモチベーション向上も重要な要素である。同社では1on1面談の制度化やタレントマネジメントツールの導入なども検討しており、従業員のキャリア支援に向けた取り組みを進めている。

末武社長より

「課題解決に向けて、そのために何をするかを逆算的に考え、具体的な行動に落とし込んでいくことで実現可能な行動計画が策定できます。データ収集の際も、目標を見据えて必要なデータを精査して取得することで、効率よく課題解決に生かすことができます」

CASE.8

株式会社新武

左：代表取締役社長 斉藤氏　右：DX管理・構築担当 斉藤氏

進捗管理の改善をスモールステップで実現

株式会社新武では、進捗管理業務を改善するためのデジタルツールの導入に挑戦したが、現場に合わず利用を中止した。しかし挑戦から学びを得て、再び業務改善に挑んでいる。

企業紹介

株式会社新武は、洋食器用のプレス金型設計製作を主たる事業として、昭和47年に燕市で創業した。「金型で社会に奉仕する」をスローガンに掲げ、顧客ニーズを満たすQCDにおいて高い評価を得ている。

家庭用品・弱電・建築・自動車・医療へと得意分野を広げ、現在では自動車関連のプレス金型が主力となっている。制作した金型を使ったプレス加工には、同市内の他社と連携して対応するなど、地域のリソースをフル活用して、一気通貫して金型加工のオーダーに応えている。

従業員12名の小規模事業者でありながら、加工技術をより高めるための調査研究や新技術の活用に向けたセンシングプリンタなどの設備投資、人材育成に積極的に取り組む、挑戦的な社風を有している。

DXに取り組む目的

同社では、社内全体の進捗管理（案件・スケジュール・工程管理）がシステム化されていなかった。そのため、進捗の全体像を把握するのに時間を要した。また繁忙期ではやり残し・見落としが発生しやすく、それを原因とした納期遅れ・残業増・案件失注が業績改善の障害となっていた。

その結果として業務（部品加工）の優先順位がつけられず、繁忙・閑散のムラが生じたり、工程管理の非効率から残業が発生していた。また作業時間を把握するために、日報を作成していたこともあったが、繁忙などから形骸化してしまっていた。

同社ではこのような状況を改善し生産性の向上に取り組むため、DX推進にチャレンジした。

取り組みの内容

金型は百以上の部品から構成されるため、金型を納期に合わせて仕上げるためには部品ごとの製造状況の管理が重要である。以前は斉藤社長が各担当者に毎日個別にヒアリングを行い進捗状況を把握していたが、自社の業務に合わせたアプリを簡単に作成できるSaaS※1「kintone」を利用して、「日報アプリ」と、日報アプリに入力された部品ごとの製造進捗データを集計し、金型ごとの製造進捗を可視化する「案件管理」アプリなどを作成した。

しかし、デジタルに不慣れな従業員にとってはkintoneへのデータ入力の負担が重く、結果として作業工数の増加に繋がった。現場の意見を反映させる形でkintoneの改良を試みたが、費用感に見合わず、kintoneの利用を中断する決断を下した。

他方で、kintoneの導入をきっかけに進捗を管理し共有することの重要性を従業員が認識し、ホワイトボードによる進捗管理を行うようになった。アナログでの管理体制が整ったことで、従業員1人の1日あたりの残業を1時間減らすことができた。

デジタルツールについては、まずは自社の業務に馴染みやすいと思われるスマートグラス※2の導入から検討を進めている。

※1：Software as a Serviceの略。インターネット経由でソフトウェアやアプリケーションを利用できるサービス形態のこと。
※2：眼鏡のような形状のウェアラブルデバイス。実際に見ている光景に情報を重ねて表示することができる。

取組のステップとポイント

1. 変革の方向性を示す
2. 従業員のニーズを理解する
3. 外部リソースの活用

STEP1. ツール導入を前提とせず、まずは目指す姿を示す

- 同社では、変革の方向性を提示しないままツールを導入したため、その利用が現場に定着しなかったという教訓を得た。「どんな課題を解決するために、何をしようとしているのか」をしっかり示すことが最初の重要なステップである。

STEP2. 現場のニーズ・状況を十分に把握する

- 導入したツールは現場で使ってもらうことで初めて意味をもつ。事前に従業員の困りごとやニーズ、リテラシーなどを経営層が理解することが重要である。

STEP3. 外部の知見を活用しながらDXを進める

- 同社は利用を中断したが、 kintoneはプログラミング経験のない人でも比較的簡単に扱えるツールである。
- SaaSのベンダーはオンライン相談窓口を設けている場合も多いので、自社で抱え込まず外部の知見を活用することは重要である。

斉藤代表取締役社長より

「DXが成功するポイントはコミュニケーション・仕事の言語化・ITスキル・スモールスタート・リーダーのやり切る覚悟だと思います。弊社は社員間での「ITスキル」の差が障壁となり、アナログ管理に立ち返って進めています。デジタルツールの利用を中断しましたが、DXによる意識改革で残業減、効率的な管理・運営が可能になったと感じてます。将来的にはスキルの差に関係無いシステムの導入を目指し、社員を巻き込んで模索しております。」

CASE.9

株式会社南雲製作所

DX計画を策定し、注力ポイントを明確にする

南雲製作所では、「ICT企画推進室」のミッションやアクションプランを整理し、特に注力すべき重要課題から順に解決に向けた取り組みを進めている。

企業紹介

株式会社南雲製作所は、上越市で昭和22年に創業した金属加工事業者である。

現在の主たる顧客は自動車部品メーカーであり、高精度プレス金型の設計製作や高精度精密部品加工を担い、顧客のニーズに応じた金型をテイラーメイドで製作できる技術力が強みである。他社では製造ラインに組み込まれていることもある技術部門を独立させており、顧客を訪問して解決策の提案まで行うことで、競争力の源泉である顧客からの高い信頼を得ている。

また同社では、毎年1億円以上の設備投資を行って最新の機械を導入するとともに、それを扱うことができる技能者を育成することで、年々高度化する顧客の要望に応え続けている。

DXに取り組む目的

同社では様々なデジタル活用にチャレンジしてきた。具体的には、CRM※1ツールを導入しての顧客情報の管理と情報共有や、従業員の個人情報まで一元管理できる勤怠管理ツールの導入、IoTを利用した加工機の稼働率調査の仕組みの導入などである。

しかし、EV化の進展による部品点数の減少や、自動車メーカー側での内製化の推進など厳しさを増す外部環境および「アフターデジタル※2」の世界観を踏まえ、全社戦略の再検討に取り組むこととした。その一環としてDX推進組織「ICT企画推進室」を設置し、ミッションやアクションプランを明確化するとともに、従業員がより高いモチベーションをもって働ける企業文化の創造のための施策について、検討を行った。

※1：Customer Relationship Managementの略で、顧客との良好な関係構築のため、顧客情報や行動履歴、関係性を管理すること。
※2：現実世界からオフラインの状態がなくなり、リアル世界がデジタル世界に包含される状態を表す概念

取り組みの内容

まずはICT企画推進室の存在意義を定義し、従業員に分かりやすく伝えるため、同室のミッションを定めた。その上で取り組むべきタスクを全て洗い出し、売上・利益へのインパクト、従業員のモチベーションへのインパクト、金銭的な負担、従業員のスキルなどを踏まえた「実現可能性」と「期待効果」の二軸で整理し、優先順位付けを実施した。特に優先順位の高いテーマに位置付けられた「IoTの継続的な利活用」「自動設計の仕組導入」「工程計画の精度向上」などについては、直近半年間程度のスケジュール検討まで行った。

「部門間コミュニケーションの活性化」は、同社の課題でもある従業員のモチベーション向上へ大きく寄与することが期待されるため最重要取組テーマに位置付けた。コミュニケーション活性化を担当するワーキンググループを立ち上げて調査した結果、社内の情報共有へのニーズが高いことが判明したため、早速Microsoft SharePoint※1を利用したポータルサイトの構築に着手した。サイトから社内情報をリアルタイムに確認できる状態を目指している。

また、縦割りの組織に横串を通し、人員配置含め組織としての全体最適を図ることもDXの重要な要素である。同社では多様な職場のローテーションを通して多能工化を進め、変革に強い組織への改編も進めている。

ICT企画推進室のミッション

※1：Microsoftが提供するサービスで、ファイル共有やポータルサイトの構築などに利用できる。

取組のステップとポイント

1 ローリングプランを作成する

STEP1. 先の行動計画まで厳密に定めすぎない

- 昨今の外部環境の変化は激しく、デジタル技術も日進月歩で進化している。このような状況下では、DXについて先々の計画まで詳細に定めるのは現実的ではない。
- 大局的なビジョンとその実現に向けた課題を整理し、直近半年～１年程度の行動計画を定め、細かく見直しをかける「ローリングプラン」とするのがよい。
- DX推進のための人手が不足している場合には、タスクを洗い出して優先順位を定めることが特に重要となる。

2-1 成功体験を積む

STEP2-1. 小さな成功体験を重ねる

- 精緻な計画作りにこだわるよりも、大まかな方向性は全社で合意した上で、現場のニーズに即した取組を現場主導で小さく進めていくのがよい。

2-2 従業員のモチベーション向上

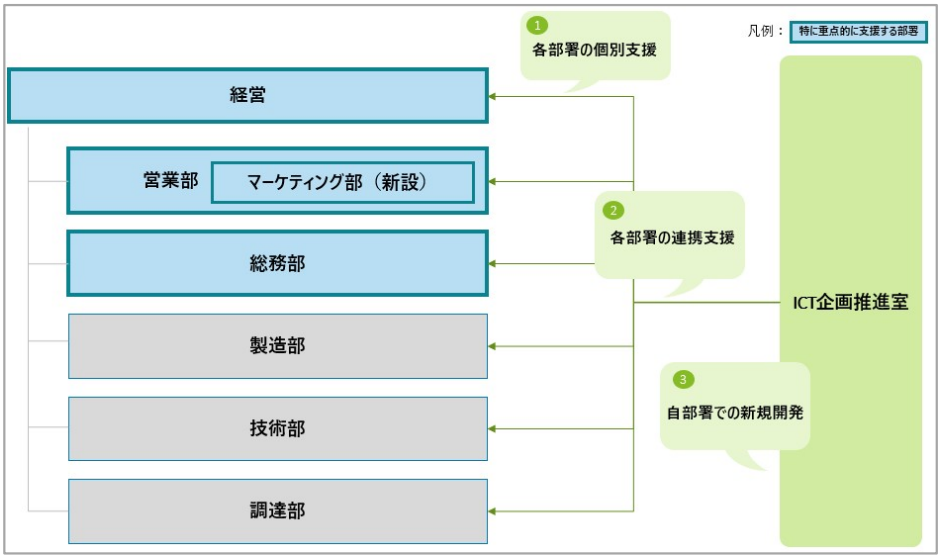
STEP2-2. アナログなコミュニケーションも大切にする

- 同社では、Microsoft SharePointを使った情報共有の取り組みに加えて、各人の状況や今後のキャリアに関する希望などを把握するため、舟見専務が全従業員約120名との面談を行った。
- デジタルツールの活用だけでなく、対面でのコミュニケーションもうまく組み合わせることが重要である。

推進体制

同社のICT企画推進室は、経営層含む全部署のDX推進を横串で支援する組織体となっており、各部署の個別支援、部署間の連携支援、自部署での新規開発を行っている。

同室は、舟見専務とデジタルに知見のある渡邉氏のほか、新入社員も加えた4名体制で活動しており、他部門と同様に、KPIが設定されていることが特徴である。同室では生産性向上の責任を負い、機械の稼働率や現場の実働状況の把握を進めている。



創出した成果

ICT部門が稼働状況システムや生産計画への関与をし始めたことで、これまで間接部門からの要望が多かったが、製造部門からも何かと相談が来るようになり、ICTの認知が向上した。

また、新人には主にデータベースの構築方法、各種サーバーからの情報収集方法を指導し、半年ほどでBIツールを活用した情報の見える化ができる様になった。

ICTの認知と新人の育成により、社内のあらゆる情報の見える化（見せる化）が加速し始めており、プラットフォームから情報を引き出せる環境を構築した。

舟見専務より

「我々の活動はまだまだ真の意味でのDXにはほど遠いですが、社内にデジタル人材がいることは非常に頼もしいことです。今は細かな業務効率化を行っているレベルですが、今後はICTにも一定の目標を与え、単なる支援部隊ではなく、業績にも貢献できる組織にしていきたいと考えます。但し、必ずしも人材が必要というわけではなく、トップが「何をしたいか」を明確にすることが大切なのだと思います。」

推進ウラ話

同社では、コロナ禍で対面でのコミュニケーションが難しくなった時期に、顧客向けの「バーチャル工場見学」動画を製作したり、Instagramを利用した求職者向けの情報発信を開始しました。クラウドファンディングを活用した新製品開発も検討するなど、コミュニケーションツールを活用して地域にとらわれない繋がりを創出しています。

CASE.10

hakkai株式会社

情報共有を推進し、企業文化を変革する

hakkai株式会社では、現在利用している様々なシステムのMicrosoft365への一本化を進め、更なる効率化に加え、情報共有を是とする企業文化の創出に取り組んでいる。

企業紹介

hakkai株式会社は、昭和42年に南魚沼市で創業し、現在はタイ、中国、メキシコにも拠点を有している。

同社は、デジタルカメラやゲーム機、家電製品、車載部品などに内蔵されるミクロン（1,000分の1ミリ）単位の寸法精度を誇る、高精密なプラスチック部品の製造を得意としており、業界トップクラスの技術を誇る。また金型の設計から製作、成形加工まで一貫生産できることも同社の強みである。近年では自動車部品製造へも参入し、コイル巻線加工や組立加工なども行っている。

成形用のロボットシステムや、AIによる自動検査装置も自社開発し、デジタル技術を活用した省力化・自動化にも取り組んでいる。

DXに取り組む目的

同社では、本社従業員186名のうち3割が60歳以上と高齢化が進んでいることに加え、近隣地域の労働生産人口の激減が予想されていることから、業務効率化は必須であると考え、デジタル技術を積極的に活用し、省力化・自動化を図ってきた。

製造部門ではロボットやAIの活用が進んでいるが、非生産部門では、会計・生産管理といった各システムから出力したデータを加工・再集計し、データ管理や報告資料の作成を行っているなど、非効率な業務プロセスも存在していた。

非生産部門のデジタル化を進め、最終的には海外に住みながら働けるような会社とすることを目指すべく、同社では更なるDXに取り組むことにした。

取り組みの内容

非生産部門が抱える問題の真因は、各部署で異なるツールを使用しているためデータの連携が難しいことであった。また、長年使用してきたグループウェアは国外からの利用ができず、海外拠点とのコミュニケーションが難しい状況もあった。

同社ではかつて生産管理システムのリニューアルが難航した経験もあり、慣れた業務の刷新には難しさもあったが、更なる業務改善を目指して、Microsoft365（以下M365）への一本化を進めることを決断した。

まず、管理会計、人事、総務、営業の各部署の業務を棚卸し、M365の活用可能性を検討した。生産活動報告をMicrosoft Teams※1で行う、管理会計・営業管理データをMicrosoft SharePoint※2で共有するなど、特に同社の課題であった情報共有の推進に向けての施策を講じることとし、3年後に基幹システムをM365に切り替えるための中期計画を策定した。

取組の推進にあたっては、従業員の意見を吸い上げることも大切にした。同社では、従業員に施策への意見を求める際は、フォーマルな場ではなくDX推進担当者が従業員の席まで行って話を聞くなど、現場に寄り添いながら大きな変革にチャレンジしようとしている。

※1： Microsoftが提供するグループウェア。チャットや資料共有、通話などの機能を有する。
※2：Microsoftが提供するサービスで、ファイル共有やポータルサイトの構築などに利用できる。

取組のステップとポイント

1. 経営層によるメッセージ発信
2. 外部専門家の積極活用
3. 成功体験を積む

STEP1. 経営層が変革に前向きな態度を示す

- 同社が以前生産管理システムの更改で困難に直面した際、社長が「変革への挑戦なので失敗しても仕方がない」とのメッセージを発信し、従業員が勇気を得たことがあった。
- 経営者が変革に立ち向かう従業員を支持するという態度を貫くことで、従業員が主体となってチャレンジする機運の醸成に繋がる。

STEP2. 外部専門家のDXに関する知見を積極的に活用する

- 同社では、M365のポリシーの設定やPower Platform※3の活用など、技術的な専門性が求められる部分は、にいがた産業創造機構の専門家派遣事業を活用し、Microsoft製品の導入支援を得意とする専門家にアドバイスを受けることとした。行政の支援事業などを活用し、外部専門家の知見を頼ることも有益である。

STEP3. デジタル活用の成果を積み重ね、自信を得る

- 変革を簡単に受け入れられる人ばかりではない。まずは「消耗品の発注をMicrosoft Forms※4で行う」など、小さなことから少しずつ進め、成功体験を積むことも重要である。

※3：Microsoft社が提供するローコードアプリ（プログラミングやデザインの知識がなくてもアプリを構築できるツール）の総称。
※4：Microsoft社が提供するアンケート作成・収集ツール。集計まで行うことができる。

小杉管理部ソリューショングループ長より

「hakkaiはDXの取り組みを始めたばかりです。DXは一朝一夕に達成できるものではありませんが、持続可能な成長への道を切り開くためには、この挑戦が不可欠です。特に中小企業では、自社の力だけでDXを進めるのは難しいため、新潟県やNICOなどの外部支援を積極的に活用しながら、一歩一歩着実に取り組みを進めていきます。」

CASE.11

株式会社千歳館

DX推進で人材獲得・付加価値向上を目指す

人材を獲得するため、DXによる生産性向上・長時間労働改善を目指すとともに、削減された時間を顧客対応に充てることにより、提供サービスの付加価値向上を目指す

企業紹介

同社は新潟県十日町市に位置し、草津・有馬と並び日本三大薬湯として並び称される松之山温泉にて「ひなの宿 ちとせ」を経営する、創立100年を超える老舗企業である。

旅館名にある「ひな」は、都会の反対語を意味する「鄙びた（ひなびた）」に由来し、昔から続く田舎ならではの暮らしや食の知恵を伝承し、お客様に伝えることを大切にしている。

観光事業者として、「宿は地域のショールームである」という意識を持ち、旅館業に留まらない、松之山温泉街の景観整備・保護や古民家の再生、観光センターとの連携など、地域活性化に向けた取組も積極的に実施している。

DXに取り組む目的

同社では、従業員の高齢化が進んでおり、65歳間近の従業員が多く在籍している。高齢の従業員が退職した後の人材として、外国人材の受入を検討したが、外国人材を獲得するためには、職場環境の改善が急務と考えた。

特にコロナ禍においては、サービスの高付加価値化により顧客単価を上げ、経営基盤をより安定させることも重要な課題の一つであった。

これらの課題に対応するため、同社では補助金を活用した施設リニューアルに加え、働きやすい環境づくりと顧客体験価値の向上を目指してDXに取り組むことを決定した。

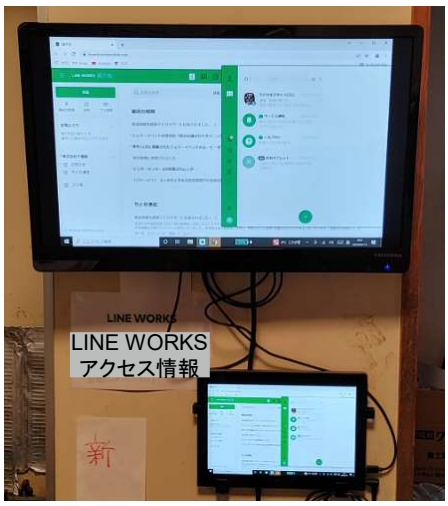
取り組みの内容

DX推進にあたり、同社ではまずは職場環境の改善が重要と考え、LINE WORKSを導入した。口頭での情報共有をデジタル化することで、「言った・言わない」といったコミュニケーションミスの削減に取り組んだ。導入にあたっては、年配の従業員に配慮し、タブレットの画面を共有スペースの大型モニターに表示し「まずは皆で使ってみる」ことから始め、利用のハードルを下げる工夫を行った。

ダイニングでは、オーダーシステムを導入し、端末から直接注文ができるようにして従業員が注文を受ける負担の軽減を図った。

また、顧客体験価値の向上のため、施設だけでなくサービスも大幅にリニューアルした。近年高まるSDGsの潮流を踏まえ、地域に古くから伝わる伝統的なぬか釜や温泉熱を活用した調理や、間伐材を活用した薪で焼いた料理を提供する等のサービス内容に変更した。

あわせて各客室にタブレット端末を導入し、これらの取組や地域の魅力を顧客に伝えるための情報発信にも取り組んでいる。



共有スペースに配置された
タブレットとモニター

取組のステップとポイント

1. 外部人材の活用
2. 外部人材との役割分担
3. 社員を巻き込んだツールの活用

STEP1. デジタルが得意な外部人材の知見を活かす

- 同社では、デジタルツールの導入提案に関する部分は専門家の外部人材に委託した。
- あえてDX推進の人材を育成せず、第三者目線で外部人材から最適な提案を受けるのも一つの選択肢である。

STEP2. 適切に内外製区分を設定する

- 導入提案は外部人材、運用・改善提案は現場責任者（内部人材）で実施することを事前に定め、外部人材と内部人材の役割を明確にしておくことが重要である。

STEP3. デジタルに苦手意識を持つ従業員を巻き込む工夫

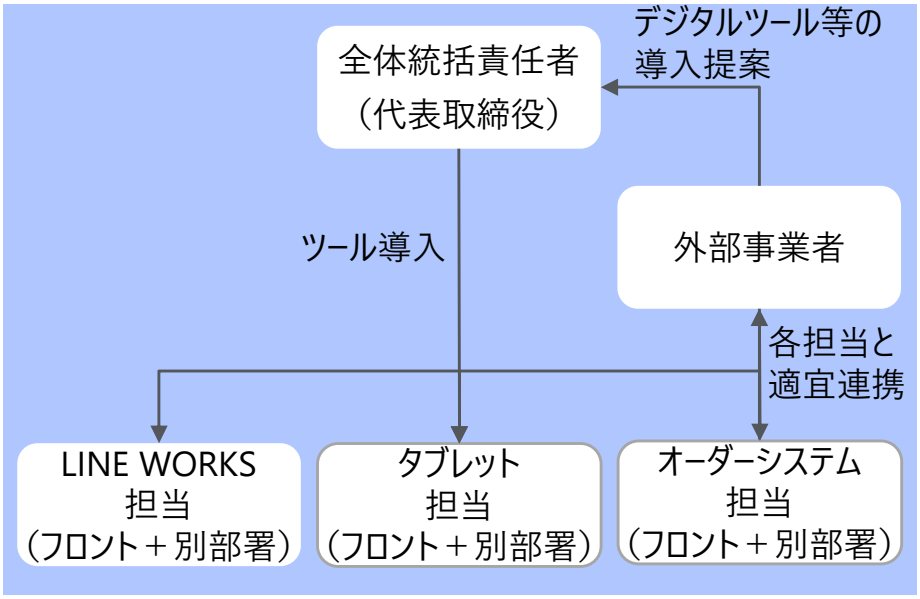
- 「経営者が率先してデジタルツールを利用する姿を示す」「質問がしやすいよう少人数制で説明会を行う」「いつでも分からないことを聞ける相談役を設置する」「デジタルが苦手な人は、まずはツールを使わずに画面を見るだけでいいことにする」など、デジタルが苦手な従業員を巻き込むための工夫の余地は大きい。

推進体制

代表取締役自らが全体統括責任者となり、DXを推進している。

デジタルツールの導入提案は外部事業者に委託している。現場では、ツールごとに責任者を数名配置し、改善提案や要望等があれば、現場担当者が外部事業者と連携する体制をとっている。

責任者は顧客情報を持つフロントの社員が入るよう工夫している。



創出した成果

コミュニケーションミスの削減のために導入したLINE WORKSは、導入後すぐに、社長・管理者による掲示板投稿の既読率が平均85%を達成するとともに、従業員満足度調査にて、ITに苦手意識を持つ50～60代従業員の7割が「デジタル技術を身近に感じることができた」と回答するなど、短期間で成果を創出した。

注文対応などの従業員の負荷の軽減によって、料理やサービスの紹介などの顧客対応の時間が増え、顧客満足度も向上している。

施設やサービスのリニューアルにより客単価の引き上げが実現したことで、休館日を増やし、従業員に休暇を増やすことができた。その結果、新卒・中途・外国人材を計7名採用することができた。

柳社長より

「DXの取組により、サービスの質が下がることがないよう、ぬか釜での炊飯や、間伐材・温泉熱を利用した料理の提供など、SDGsを意識したプラスアルファのサービスを提供することにより、付加価値の向上を意識しました。ハード・ソフト両面でのリニューアルにより、高単価で営業ができるようになり、職場環境の改善につながっています。」

推進ウラ話

元々社内のIT担当者が1人でDXを推進していたが、DXの推進は外部事業者に委託し、ツールごとに運用責任者を複数人配置する体制に変更した。責任者が主体性を持ってツールの運用改善提案を考えるようになり、現場の従業員へ浸透しやすい環境となった。

CASE.12

株式会社ホテル小柳

DXを推進し、変化する顧客ニーズへ対応

ホテル小柳では、積極的にデジタルツールを活用することで業務効率化や部署を超えたコミュニケーション活性化を実現し、変化する顧客ニーズへ対応する体制を整えている。

企業紹介

同社は、新潟県長岡市と新潟市の中間である田上町に位置する、創業111年の老舗旅館である。

「遠くの名湯より、近くのいい湯」をコンセプトに、気軽に普段使いできる宿を目指して営業を続け、宿泊客の8割が新潟県民と、地域密着型の経営を行う。

宿泊客以外も参加できるアナログレコード鑑賞会などのイベントを行うなど、老舗の温泉旅館でありながら世代を問わない交流の場としての役割を担うことも目指している。

また、コロナ禍を経た社会の変化や人々のニーズに対応するため、ワーケーションやセルフチェックイン・決済といった新たな需要にもいち早く応えている。

DXに取り組む目的

同社では、コロナ禍を経て客層が変化し、県外顧客の増加に加え、若年層や家族連れの顧客が増加した。それに伴い、顧客ニーズに合わせて露天風呂をインフィニティプール風に改修したり、ワーケーション需要の高まりから露天風呂付客室を設置するなどの取組みを進めていた。

一方で、社員については接客担当者をはじめとして高齢化が進んでおり、業務の効率化や、業務量のばらつきの平準化が急務となっていた。

また、サービス業の課題である長時間労働の改善のため、積極的にデジタルツールを導入することを決意し、既存業務の効率化、生産性向上を目指している。

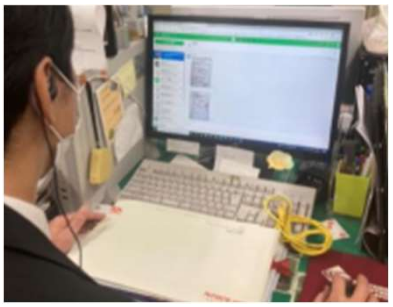
取り組みの内容

ホテル小柳では、まずPMS（ホテル管理システム）の導入から着手した。その結果、料理提供の進行状況や追加注文をリアルタイムで把握したり、顧客がチェックアウトしたことが自動で清掃担当者に通知されるようになり、調理・清掃・フロント担当者の業務効率化につながった。

各担当者ごとの生産性は上がったものの、担当者間・部門間のコミュニケーションは紙や対面で行われており改善の余地があったため、チャットツール「LINE WORKS」の導入にもチャレンジした。日々の連絡事項は掲示板機能を活用して行うほか、業務マニュアルや会議資料の共有もデジタル化し、社員が都合の良いタイミングで確認できるような環境を整えている。

予約・顧客管理システムを使用している様子

清掃担当者間の作業効率のばらつきに対しては、「Google Forms」を活用し、清掃の各工程の所要時間を担当者ごとに可視化することで、適切な清掃人員数の割り当てや業務の標準化を図っている。



チャットツールを使用している様子

取組のステップとポイント

1-1 トップによるツール活用

1-2 勉強会・研修会の実施

2 取組効果の測定

STEP1-1. トップが率先してツールを活用する

- 経営者自らが、従来紙や口頭で行っていた情報共有や、資料の配布等をLINE WORKSへと切り替えるなど、率先して新たなツールを活用した。その結果、会社としての変革の意思が従業員に伝わり、DXの推進に繋がった。

STEP1-2. 使い方の勉強会・研修会を開催する

- ツールを導入しても、現場で使われなければ意味がないため、従業員に新たに導入するツールの便利さや、メリットについて理解してもらうために使い方の勉強会・研修会を開催した。
- 従業員がデジタルツールの便利さを実感できると、早期の浸透に繋がる。

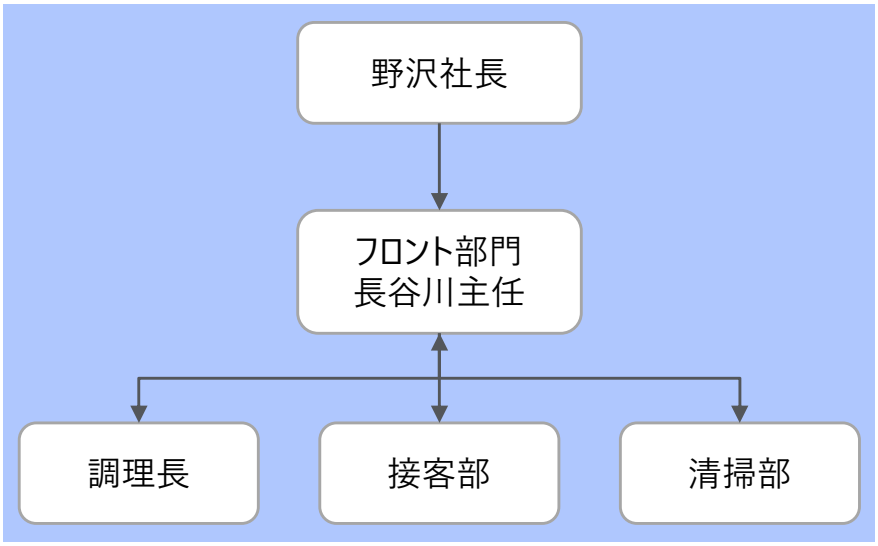
STEP2. 業務効率化の効果を測定する

- ツールを導入して終わり、ではなく、ツール導入前後の業務時間の変化など、効果測定を実施した。目に見える効果を従業員に示すことができると、変革への納得感が生まれる。

推進体制

DX方針やツールの検討などの戦略部分は、野沢社長が統括・推進している。

ツールの導入フェーズにおいては、普段から各部署と連携をとることが多いフロント部門の長谷川主任が中心となり、調理長、接客部、清掃部など、各部署と連携しながら推進している。



創出した成果

LINE WORKSの導入により幹部会の準備に要する時間を各回30分削減するとともに、使用する紙の量を各回15枚減らすことができた。また他部署の情報が連携されることで、部門の垣根を越えて連携する組織風土が醸成されていった。

LINE WORKSはLINEと連携させることが可能であり、LINE WORKSを使用していない取引先ともLINEを通じてやり取りすることができる。同社においてもこの機能を活用し、これまで主として電話で行っていた取引先との連絡をLINEおよびLINE WORKSで実施するよう変更したことで、事務所にいない時もタイムリーに顧客とやりとりできるようになり、他従業員への電話引継ぎなどの負担の軽減に繋がった。

また、カレンダー機能を用いて各従業員のスケジュールを可視化・共有できるようになり、他の従業員の空き時間を把握し、コミュニケーションを効率化することができた。

野澤社長より

「とりあえずSaaSを使ってみる、実際にツールを利用してみて、社員に便利だと実感してもらう、という点は重要です。年配の社員も、若手から自分の知らない機能を教えてもらうなどしながら新しいツールを活用しており、ポジティブな反応があります」

推進ウラ話

LINE WORKSはフリープランであれば30人まで無料、Google Formsについても、Googleアカウントさえ作成すれば無料で利用できるので、コストをかけずに気軽に導入することができます。

CASE.13

株式会社ホテル清風苑

課題の優先度とKGI・KPIを決め、PDCAを回す

ホテル清風苑では、従業員アンケート等により課題の優先順位を決め、気軽に使えるSaaS※1を利用した業務の効率化やツール導入による効果測定指標の検討を行った。

企業紹介

同社は、国内でも有数の硫黄含有量を誇る泉質で名高い、新発田市の月岡温泉にて昭和3年に創業した。「快適で幸福な体験の提供、社会貢献」をビジョンに掲げ「ホテル清風苑」を経営している。

客室数は80室を超え、男女合わせて4つの大浴場に12の浴槽、うち6つの露天風呂がある。月岡温泉では唯一、夕食・朝食ともにブッフェ形式で食事を提供しており、幅広い世代や顧客ニーズに対応できることが同社の強みである。地域の風土や文化を料理で表現することに取り組む事業者を表彰する「新潟ガストロノミーアワード」を受賞したり、旅行新聞社主催「第49回プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」では総合部門で第40位に選ばれるなど、独自性も備えた高いサービス品質に定評がある。

DXに取り組む目的

同社は、原価や人件費などの財務面、清掃部門等の人員不足や高齢化、プロモーション不足など様々な課題を抱えていた。デジタル技術の活用による課題解決を目指して自動精算機の導入を検討したが、コストの高さから見送りとなり、その後の打ち手が見いだせていなかった。

そこで現場を熟知する従業員に対してアンケートを実施するとともに、中立的な外部専門家の支援を受けて業務プロセスごとの課題を整理した。その結果、勤怠・シフト管理と清掃業務について、デジタル化による改善の余地が大きいことが明らかになった。同社では、まずは初期費用を掛けずに気軽に試せるSaaSの導入にチャレンジすることとした。

※1：Software as a Serviceの略。インターネット上にあるソフトウェアを必要な機能・期間だけ利用できる仕組みのこと

取り組みの内容

清掃業務については、作業が標準化されていないため、スタッフにより清掃の品質に差があるという課題があった。勤怠・シフト管理業務については、タイムカードと月次で提出される紙のシフト希望表に基づき管理を行っていたため、リアルタイムに勤怠の状況を把握できない、急な宿泊需要増への対応が難しいなどの課題があった。

これらの課題解決に使えるデジタルツールは、同業他社での導入実績や従業員への馴染みやすさ、費用面などの諸条件を勘案して検討した。その結果、清掃作業などの動画マニュアルを作成するためのサービス「Tebiki」※2と、勤怠・シフト管理システム「KING OF TIME」※3の導入を検討するに至った。

併せて、デジタル化の効果を検証できる仕組みづくりも進めた。会社のビジョンからKGIとKPI※4を設定し、達成度をモニタリングするための管理表を作成した。KGIを設定したことで、デジタルツールに求める機能が明確になり、ベンダーとのコミュニケーションの精度も向上した。

このようなDX方針を経営層から従業員へ説明するとともに、若手社員を中心としたDX推進チームを発足させ、具体の取り組みを進める権限を委譲したことで、同社はデジタル化の第一歩を踏み出すことができた。

※2：動画作成支援ツール。自動翻訳機能や教育効果・習熟度の可視化機能があり、人材育成で活用される。
※3：多様な打刻方法を持ち導入実績が豊富な勤怠管理システム。給与や会計システムとの連携も可能である。
※4:KGI(経営目標達成指標)とKPI(重要業績評価指標)の略。経営目標や目標までのプロセスを観測するための定量的な指標を指す。

取組のステップとポイント

1. 現状課題の把握
2. DXツールの比較検討
3. 定量的な効果測定指標の設定
4. 若手社員の巻き込み

STEP1. 現状を把握し、課題の順位付けを行う

- 業務課題を洗い出し、その解決により得られる経営効果や導入難易度によって対応の優先順位を付けることができる。

STEP2. 同業他社の取組事例を参考にする

- 同業他社のDX事例から自社への示唆を得ることができる。同時に事例収集はあくまで自社に適したDX推進方針の検討材料を集めるための手段であり、目的化しないことが重要である。

STEP3. デジタル化によって達成したい目標を設定する

- 同社では、ビジョンから数値目標を導出し、DXの効果検証に活用している。PDCAサイクルを細かく回し、改善を繰り返すことが重要である。

STEP4. 経営層がメッセージを発信し従業員を巻き込む

- 同社では、経営層が変革の方向性を発信をすることで、若手社員の支持を得ることができた。
- 巻き込んだ若手社員に積極的に権限移譲することで、会社全体のDX推進力の向上に繋がる。

山田事業統括兼営業本部長より

「従業員アンケートから勤怠管理の問題点に気付き、今回の検討に至りました。今後も従業員と共に改善に向けた努力を行い、従業員満足度の向上ならびにお客様満足度の向上に役立てて参ります。」

CASE.14

有限会社五十嵐本店

費用対効果の高い業務から優先的にDXを推進

有限会社五十嵐本店は、各業務をデジタル化することで得られる費用対効果により優先度を設定し、最優先に位置付けられた納品書・請求書のデジタル化に挑戦している。

企業紹介

同社は、明治36年に上越市で創業した、高級フルーツ・野菜問屋であり、社長が毎朝市場で直接仕入れる新鮮かつ高品質な商品を販売している。冬に旬を迎え、皮まで食べられる柏崎産の高級バナナ「越後バナーナ」を取り扱うなど豊富な品揃えも同社の特長である。学校や病院・飲食店などに対する卸売が中心であるが、店頭やショッピングサイト、公式HPでは個人消費者向けの販売も行っている。

五十嵐社長夫妻とアルバイト従業員の2名で運営する小規模企業であるが、自社ブランドのジェラートを開発・販売するほか、菓子店とコラボしての商品企画なども行っており、販路の拡大に向けた取り組みにもチャレンジしている。

DXに取り組む目的

同社では慢性的に人手不足の状況が続いていたが、卸売・小売業の慣習から大半の業務で手書きの紙帳票を利用しており、効率化の余地は多くあった。しかし日々のルーティン業務に追われてしまい、業務効率化などの改善活動や、商品ラインナップの拡充・販促など売上アップに直接的に繋がる取り組みを進める時間がないという課題を抱えていた。また将来的には、社長の勘と経験に頼った利益管理から脱却し、データに基づく商材別の利益管理を行いたいという考えもあった。

まずは、人手不足の状況下でも付加価値向上に向けた施策に取り組む時間を捻出するため、デジタルツールを導入してルーティン業務の効率化を進めることとした。

取り組みの内容

最初に、どの業務から優先的にDXを進めるかを判断するため、販売・購買・経費・給与・会計等の各プロセスおよび内包される業務を整理した。その後、各業務のデジタル化の難易度と効果の度合いからDX推進の優先度を決定した。

その結果、販売プロセスのうち日常的に発生する納品業務と、月次で発生する請求・入金業務について、特に紙帳票への書き込み処理に多くの時間を要していることが明らかになった。それらの業務の中でも特に費用対効果の大きい「納品書・請求書等の紙帳票のデジタル化」を優先的に進めることとした。

必要な機能を整理して複数のツールを比較検討した結果、帳票の項目名やテンプレートの変更が可能であるほか、無料お試し期間があるため気軽に試せるクラウド型のソフト「MISOCA※1」を選定した。お試し期間中に一部の取引先を対象に試験的に導入し、その効果を確認した上で利用範囲を拡大し、本格導入を進めた。

MISOCAの導入により納品・請求業務の一部が標準化・単純化された結果、これらの業務をアルバイト従業員に任せられるようになり、社長夫妻のルーティン業務の負荷軽減の一助となった。

※1：クラウド型の請求書等の作成ツールで、テンプレートを活用したシンプルな操作感が特長である。

取組のステップとポイント

1. 現行業務の整理
2. 費用対効果の確認
3. 無料試用期間をフル活用する

STEP1. まずは現行業務をしっかり分析して改善余地を見極める

- デジタルツール導入に着手する前に、まずは現行業務を分析して課題を洗い出し、整理することが重要である。

STEP2. 費用対効果を意識してデジタル化の優先度を決める

- 同社では、効率的に改善を進めるために、闇雲にDXに取組むのではなく、費用対効果の高い（＝デジタル化の難易度が低く、得られる効果が大きい）業務から順に着手することとした。投下できるリソースの限られる中小企業では、特に費用対効果の観点が重要である。

STEP3. まずは無料で試し、有用性を確認する

- SaaSの場合、無料試用期間を設けている場合も多い。ある程度求める機能を充足しているソフトであれば、まずは気軽に利用して導入効果を確認してみるのがよい。
- 同社では、2件の取引先を対象にトライアル利用を開始し、徐々に対象を広げ、無料で作成できる帳票の上限数に達したところで、その有用性が確認できたとして有料プランへ移行した。

五十嵐代表取締役より

「クラウド型のDXツールを導入することはハードルが高いと感じていましたが、躊躇せずに無料版で実施してみると、意外とスムーズにトライアルすることができました。また、トライアルの中で、DXツールの導入効果を実感しながら、納得して本格導入に踏み切ることができました。紙利用が多い業界ですが、自社がリードして効率化に向けた取組を進めていきます。」

CASE.15

株式会社ウスタ

魅せる技術×デジタル技術で新サービスを展開

株式会社ウスタでは、長年の写真撮影で培った「魅せる」技術とデジタル技術を融合し、写真撮影に留まらない新たな事業を展開している。

企業紹介

株式会社ウスタは、昭和10年に燕市にて創業した老舗の写真館である。同社は新潟県で初めて学校の卒業アルバムを白黒からカラーに変更するなど、チャレンジ精神を持って経営に取り組んできた。主として、家族写真やポートレートなどの「スタジオ事業」の他、学校のイベント撮影や卒業アルバム制作等を行う「学校事業」、結婚式の撮影を行う「婚礼事業」の3つの事業を展開している。

最近では、地元の老舗写真館として「高度な金属加工技術が集まる、ものづくりのまち　燕三条」の担い手である金属加工事業者の魅力を発信し、地域を盛り上げるため、写真業で培った「魅せる」技術を生かした新規事業「企業・地域プロモーション事業」の立ち上げを進めている。

DXに取り組む目的

人口減少のみならず、スマートフォン・デジタルカメラの普及や画像生成AI※1の台頭などにより、個人経営の写真館は厳しい競争環境に置かれている。同社も例外ではないが、薄田社長はこの環境変化を経営のあり方や仕事に対する価値観を変革するチャンスであると捉えた。若手従業員からはDXに挑戦したいという要望もあった。

そこで、同社ではデジタル化の推進により既存事業の業務効率化・付加価値の向上を図るとともに、新規事業の中でどのようなデジタル技術を活用し、どのようなサービスを提供して収益化するのか、企画の具体化を進めることとした。

まずは、中長期的な各事業のデジタル化イメージを可視化するために、DX推進計画の作成に着手した。

※1：完成画像のイメージをテキストで与えるだけで、自動的にAIが画像を生成するサービス・ソフトウェアの総称

取り組みの内容

DX推進計画は、薄田社長と外部専門家のサポートの下、各事業部のリーダーが主体となって策定を進めた。

スタジオ事業については、メール・電話等による予約管理に時間を要していたため、顧客が直接アプリ・ブラウザから予約を確定できるシステムの導入に向けた検討を進めることとし、新たなサービスとしてセルフ写真館※1の導入を決めた。

学校事業では、卒業アルバムの製作時に手作業で行っていた写真選定作業を、顔認証システムを導入することで効率化を図ることとした。

新規事業である企業・地域プロモーション事業では、地域企業の魅力を最大限引き出し分かりやすく伝えるため、自社の強みである写真や動画の撮影だけでなく、企業のブランドコンセプト設計の支援からコーポレートサイトのデザイン・制作、SNS運用支援までを一気通貫で提供できるようになることを目標に定めた。その実現に向け、既存事業の効率化により捻出された時間を使って従業員が必要なスキル習得に取り組むこととした。

同社は、まちの老舗写真館から「人、企業、地域を輝かせるクリエイターカンパニー」への変革を目指し、これからも挑戦を続けていく。

※1：写真スタジオでありながら、カメラマンはおらず自分のタイミングでシャッターを切り、自由に写真撮影が可能

取組のステップとポイント

1. 従業員主体で計画を具体化
2. ビジョン・パーパスの再構築と周知
3. DX推進体制の構築

STEP1. 従業員が主体となってDX推進計画書を策定する

- 同社では、経営層が投げ下ろす形ではなく、各事業のリーダーが主体となってDX推進計画を策定した。難しい場面もあったが、薄田社長の熱量や外部専門家の視点に触れ、変革への意欲が高まる形となった。

STEP2. 今後の事業理念を分かりやすく従業員に伝える

- 同社では、デジタル化による事業改革に先立ち、企業の行動指針となる経営理念や事業ビジョン、パーパスを刷新した。
- 慣れた業務の変化に不安を抱く従業員を取り残さないよう、自社の目指す姿を絵図で具体的に示し理解を促した。

STEP3. DX推進体制の構築

- DXを全社横断的に推進するため、同社では新たに各事業部の責任者からなる会議体「DX推進会議」を新設した。
- 併せて、意思決定や行動の迅速化のため事業部制を導入したことで、DXのスピードアップも期待される。

薄田代表取締役社長より

「外部専門家のサポートを通じて、これまでのビジネスモデルや経営のあり方を見直し、デジタル技術を活かした事業計画の策定、新たな経営体制へ刷新することができました。DX推進のためには自身が将来の成功イメージをもつこと、社員全員に新たな自社の姿を写真・絵を使用して分かりやすくプレゼン、一人も取り残さないため個別に社員へ声掛けし、何より社員を巻き込んだ楽しいプロジェクトとして取り組むことが大切です。」

CASE.16

株式会社カーブドッチ

現場ニーズを捉えたDXを従業員主体で推進する

株式会社カーブドッチでは、従業員が主体となって導入ツールの選定や既存ツールの運用検討を行うよう巻き込みを図ることで、DXの機運を醸成している。

企業紹介

同社は、新潟市角田山麓の砂丘地にて平成4年にブドウ栽培を始めた。翌年にワイン醸造・販売を開始して以降事業拡大を続け、現在ではレストランや温泉、ホテルなどを備えた観光型の「滞在するワイナリー」を運営している。

製造されるワインは年間約10万本で、その大部分が直営ワイナリーでの販売やリピーターによる定期購買、新潟市内のほか東京の系列店舗での提供など、直販率が高いことが特徴である。

平成30年に経済産業省の地域未来牽引企業の認定を受け、令和2年度には農業の6次産業化※1の好事例として総務省の「ふるさとづくり大賞」を受賞している。

DXに取り組む目的

同社敷地内には各事業を展開する建物が分散しており、事業部間のコミュニケーションは内線やFAX、紙のメモの受け渡しなどアナログな手段で取られていた。各事業部の代表者へヒアリングを行ったところ、コミュニケーションの非効率さへの課題意識が高いことが明らかになったため、特に優先的にデジタルツール導入を検討することとした。

加えて、自社・外部サイトからのホテル予約を手作業でPMS※2に転記する必要があるなど、システム間連携が取られていないことに起因する課題もあった。この点についても中立的な外部専門家を交えて見直しを図り、従業員が良質なサービス提供に集中できる環境整備に取り組むこととした。

※1：農家が自ら加工（2次産業）、販売・サービス（3次産業）を手掛け、生産物の付加価値を高める取り組み。
※2：「Property Management System」の略称。主にホテル・旅館など宿泊施設の管理システムのこと。

取り組みの内容

同社では既にチャットツールを導入していたが、使用感が従業員に合わず利用されない状態であった。そこで従業員のニーズを踏まえ、改めてツールの選定を行った。

選定にあたっては、各部門から業務に精通する6名の従業員を選出し、複数のツールを試すグループワークを実施した。その結果、見慣れた画面と使い勝手の良さからLINE WORKSの導入を決定した。グループワークに参加した従業員でLINE WORKS導入チームを編成するとともに、三条市が公開しているLINE WORKS運用ガイドラインなども参照し、ハラスメント防止を考慮した独自の運用ルールを設定した。

PMSについては、直ちにシステム更改を検討するのではなく、まずはベンダーと直接協議を行って自社の要望を伝える場を設けた。その結果、予約サイトとPMSを連携させるためのアイディアを得ることができた。現場主導で既存システムの改善点を検討し起こした行動が具体的な改善に繋がったことで、ボトムアップでDXを進める機運が醸成されつつある。

グループワークの様子

取組のステップとポイント

1. 従業員へのヒアリング
2. 従業員の巻き込み
3. 運用ルールの策定

STEP1. 現場の意見を直接収集し、課題を把握する

- 現場レベルの課題の全体像を経営陣だけで把握することは難しい場合が多い。
- 現場のニーズを解像度高く認識するためにも、従業員にヒアリングやアンケートを実施することは効果的である。

STEP2. ボトムアップによるDX推進のきっかけを作る

- 新規ツールの選定をワークショップ形式で実施したり、既存ツールの運用の改善点について従業員にアイディアを求めることで、従業員が主体的にDX推進に取り組むきっかけを作ることができる。

STEP3. 既存の運用ルール・マニュアルを最大限活用する

- 導入したツールの運用を定着させるためには、運用ルールの策定が重要である。
- 従業員主導で検討を進めるのが望ましいが、SaaSの場合は運用ルールの策定事例が公開されている場合もある。ゼロベースで作成するのではなく既存の資料を効率的に活用できる場合もある。

今井代表取締役社長より

「DX導入に際しては今回の伴走支援のように外部の専門家の力を借りられるとよい。現場の課題を整理したり、導入ツールの比較検討といったことが、社外の人を交えてフラットに議論ができる。導入により「仕事が楽になった」と感じてもらえることが第一だと思う。今後のツール導入に向けてはスタッフ中心の導入チームを作り、運用や使い方を検討していきたい。」

協業組合 太陽自動車工業

CASE.17

DX推進で社内協力体制の構築を目指す

協業組合太陽自動車工業では、全従業員が助け合う社風を醸成するため、コミュニケーション円滑化と情報共有の推進を目的としてDXに取り組んだ。

企業紹介

協業組合太陽自動車工業は、理想的な「総合自動車整備企業」を目指す上越市内の歴史ある自動車整備企業4社によって昭和53年に組成された。協業という事業形態を採ることで、異なる4社が存続しつつ同じ理念に向けて助け合うことをコンセプトとして、創業40年を迎えるに至る。

組成時から対象事業の拡大を進め、現在では自動車の販売・リース・保険・修理、点検、特殊・大型車両の整備など、自動車整備の総合サービスを提供している。

同組合は、環境マネジメントシステムの国際規格を取得し、国土交通省より「環境に優しい自動車特定整備事業場」を受賞しており、「健全なクルマ社会の実現」という社会的責任を果たそうとする取組が評価されている。

DXに取り組む目的

同組合は広い敷地の中に部門別に分かれた5つの建物を有している。全従業員への一斉連絡の手段がなく、スケジュール管理も紙などのアナログ媒体でなされていたことから、部門を超えたコミュニケーションや会議招集に多くの手間が生じていた。また、複数のデジタルツールを導入したことで、社員が持つアカウントとパスワードが増えて管理が煩雑になっていた。

加えて、組織の硬直化やセクショナリズムを排除し、全体最適を求めるには、情報共有を促進することで全従業員が助け合う社風を醸成することが重要な課題であった。

このような背景から、同組合では、コミュニケーションの円滑化および情報共有の効率化を目指し、DXに取り組むこととした。

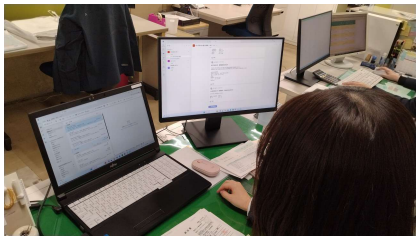
取り組みの内容

同組合では、客観的な視点を持つ専門家の意見を仰ぐべく、日本マイクロソフト社と提携し、同社製品の活用支援を行う「Microsoft Base Joetsu-Myoko」を運営する㈱ジェーミックスへ相談した。自社の業務・組織体制に合ったデジタルツールを検討した結果、 既存の複数ツールをMicrosoft365 (M365)に一元化することを決定した。

導入にあたっては、5部門から代表者を6人選出し、前システムとの機能の違いを確認・整理し、少人数で利用する期間（試験導入期間）を設けることで、ツールが十分に活用されるよう、運用設計に現場のニーズや課題感を反映させる工夫を行った。

正式導入後は代表理事が自らTeams会議等でM365の説明会を実施したり、試験導入期間での経験も踏まえてツール運用ルールをアップデートするなど、従業員が新システムに馴染むための取り組みを積極的に実施した。その結果、M365は若手社員を中心に活用されるようになっていった。

会社貸与PCおよびM365のアカウントを持たない従業員向けにはLINE WORKSを導入し、全従業員への一斉連絡など情報共有のために活用されている。



取組のステップとポイント

1. 業務内容・課題の整理
2. 少数メンバーでの試験導入
   - 3-1 利用ルールの整備
     - ツールの利用方法
     - 前システムからの変更点
   - 3-2 経営陣による機運醸成
     - 代表理事による説明会
     - 部署ごとの講習会

STEP1. 導入ツール検討前に課題を整理する

- デジタルツールの統一は手段であり目的ではない。同組合の場合は複数のデジタルツールが混在することによる非効率が問題となっていたが、各ツールの機能を理解したうえで使い分けられる場合もある。

STEP2. ツール導入は「小さく」始める

- 少人数での試験導入期間を設けることで、新しいツール導入による影響を踏まえた対策を打つことが可能となり、スムーズな正式導入に繋がる。

STEP3-1. 利用ルールを設定・説明する

- ツールを適切に利用してもらうため、利用ルールや注意点などを明文化して説明することが重要である。

STEP3-2. 経営陣がツール利用を推奨する

- 経営陣が率先してツールを活用したり、説明会を企画することで、DXの機運醸成に繋がる。

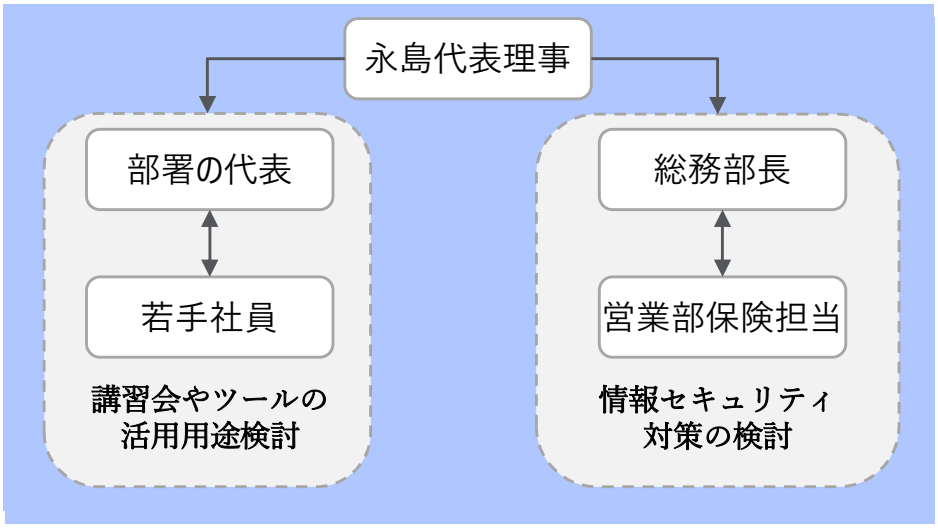
推進体制

永島代表理事がDX推進方針やツールの利用ルールの整備、説明会の実施など積極的にDXを推進している。

M365の試用メンバーとなった各部署の代表6名を中心に、部署ごとにTeamsやOutlook活用について講習会を実施している。また若手社員が中心となって、ツールの新たな活用可能性を検討している。

永島代表理事に加え、金融機関・保険会社で個人情報保護やセキュリティ対策に関する勤務経験を持つ総務部長と営業部保険担当者の3名で個人情報保護体制の確立に向けて、ルール化や運用体制を検討している。

今後はIT専門家と連携し、情報セキュリティ対策を強化するために社内のITリテラシー教育を推進していく方針である。



創出した成果

これまでは紙中心の会議だったため、事前の情報共有ができずに、会議は報告事項が中心となっていた。M365導入により事前に資料共有を行えるようになり、会議時間を建設的なディスカッションに充てられるようになった。

また、月次会議が1つ廃止になり、会議の時間を30分~1時間/回減らすことができた。さらにオンライン会議が可能となり、外部セミナー参加のための出張を削減することができたことで、社内コミュニケーションを充実させることができた。

併せてLINE WORKSを導入したことで、PCを持たない従業員への連絡が容易となり、令和6年1月の能登半島地震では安否確認に活用することができた。

永島代表理事より

「自動車業界はアナログな部分が多いため、積極的にDX推進を行い、デジタルに強い若い人材に興味を持ってもらいたいと考えています。また、移動困難者への支援など「車」を中心としたDXも必要となるなど、業界が多角化・国際化していく中で外国人整備士を受け入れる必要が出てきています。今後は外国人材の採用にもITを活用していきたいです」

推進ウラ話

同組合はM365導入プロセスで外部事業者に相談しただけではなく、今後もIT専門家と顧問契約を結ぶことでセキュリティ体制を整えていく意向がある。自社で抱え込まず積極的に外部の協力を仰ぐことで突破口を見つけられる可能性がある。

ループ治療院

CASE.18

目的に応じたプロモーション手法の実践

ループ治療院では、顧客像を明確化したうえで、新規顧客の獲得と既存顧客のリピーター化に向け、アナログ・デジタル両面からのアプローチを行った。

企業紹介

ループ治療院は、静岡県富士市にて、鍼灸あん摩マッサージ指圧師やアスレティックトレーナーなどの資格を有する菊地夫妻が令和4年4月に創業した治療院である。

全身治療メニューのほか、一時的な不調の緩和だけではなく不調が起きない身体づくりをサポートする「猫背改善プログラム」「腰痛改善プログラム」に加え、パーソナルトレーニング、美顔鍼など、2名体制ながら顧客の様々なニーズに対応する高品質なメニューを提供している。

同治療院では、特に子育て中の女性向けのサポートに力を入れており、施術中の託児サービスの提供や、産後の女性向けの姿勢改善教室の開催などにも取り組んでいる。

DXに取り組む目的

開業にあたり、同治療院ではまずパンフレットやWebサイトを製作した。それだけでは十分な集客には至らず、プロモーション戦略の組み立てを相談するため、富士市が運営する経営相談窓口「Beぱれっとふじ」を訪れた。

同窓口では、最初にメニューごとのターゲット設定を明確にすることの重要性や、治療院は近隣住民をターゲットとする場合が多いため、プロモーションにおいてはデジタルではなくアナログ媒体が有効であるケースもあることなどについてアドバイスを受けた。

同治療院では、引き続き相談窓口を活用しながら、デジタル・アナログ両面からプロモーションに取り組んでいくこととした。

取り組みの内容

同治療院では、まずは通行人に治療院の存在を知ってもらうための看板の製作から始めた。子育て中の女性客の獲得に向けては、カフェなど対象層が集まる場所にパンフレットを置くなど、アナログ媒体による地道なプロモーションを行った。

並行してデジタルツールを活用したプロモーションも進めた。新規顧客の獲得に向けては、口コミを醸成するためGoogleビジネスプロフィール※1のコンテンツを充実させる、顧客の声や施術の様子の写真などをInstagramへ定期的に投稿することで、提供するサービスの内容や品質のイメージを具体化し来店へのハードルを下げるなどの工夫を行った。既存顧客のリピーター化に向けては、LINE公式アカウントにて限定メニューを発信するなど、ニーズに応じた適切な媒体を選定してプロモーションを展開している。施策の実施による効果を測定するため、アクセス解析ツール「Google Analytics」※2の導入も行った。

また、子育て中の女性客との接点を増やすため、休業日に店舗でイベントを開催するなど、保有するリソースを最大限活用し、限られた人員で効率的に成果を創出している。

※1：GoogleマップやGoogle検索に、店舗・企業情報を掲載し、自由に管理できるサービス。
※2：Googleが無料で提供するWebサイトのアクセス解析サービス。

取組のステップとポイント

1. ターゲットの設定
2. アナログ・デジタル施策の実行
3. 成果測定・取組への反映

STEP1. 顧客になったつもりで考える

- プロモーションはあくまでビジョンを実現するための手段である。潜在顧客の購買行動を想像してプロモーション戦略を具体化することで、プロモーションの精度向上・効率化につながる。

STEP2. アナログ媒体の長所を把握し使い分ける

- デジタル全盛の今だからこそ、対象が近隣住民であり、まずは認知度を上げたい場合などアナログ媒体が有効な局面もある。使い分けが重要である。

STEP3. 取組結果を次の施策に生かす

- まずは立てた仮説に沿って行動し、その結果を次の行動に生かすことが重要である。
- Google Analyticsなどのアクセス解析ツールを使い、普段から自社サイトへのアクセス数を把握しておけば、SNSへの投稿への反響やイベントの効果が把握しやすく、改善検討が容易になる。

菊地代表取締役より

「上記の『取組のステップ』は常に意識しています。顧客の反応を見ながら、無料で使えるツールを活用してトライ＆エラーを繰り返すことで、徐々に質の良い販路開拓ができてきています。
SNSやチラシで発信する内容がターゲット層に響くよう、行政の相談窓口や知人からアドバイスを頂いていますが、第三者的な視点からの意見もとても有効だと思います。」

CASE.19

伊米ヶ崎建設株式会社

全従業員をDXに巻き込み、変革機運を醸成

伊米ヶ崎建設株式会社では、現場のニーズやITリテラシーに合わせたツール導入や、変革に必要なスキルを持つ従業員の育成により、DXを推進している。

企業紹介

伊米ヶ崎建設株式会社は、昭和7年に魚沼市で創業した総合建設事業者である。『お客様と従業員の物心両面の豊かさを追求し、従業員と企業が継続的に成長することを通じて、魚沼地域になくてはならない建設会社であり続ける』を経営理念に、創業から90余年に渡り、地域の安心と安全、そして発達を支え続けている。

土木工事においては新潟県のほか、国土交通省や魚沼市・南魚沼市発注の工事に参画する一方、冬季間の道路除雪においては高速道路、県道、市道、各公共施設の除雪を請け負う。建築工事においては公共工事の他に地元民間企業の新築工事やメンテナンス工事を行っている。

グループ会社の大栄産業㈱ では建築分野専門のプレキャスト※1製品を製造しており、首都圏向けのビジネスも推進している。

DXに取り組む目的

同社では、平成30年にiPadを全社員に貸与し、業務でも日常的に利用を開始した。令和元年には勤怠管理アプリを、令和2年には社内稟議申請アプリを、令和3年にはMicrosoft Teams※2を導入するなど、多くのデジタルツール活用実績を有し、主に全社的な情報共有の観点からDXを進めてきた。

一方で、建築現場や建築部内、および協力業者との情報共有について改善の余地があった。また、現場担当者の業務負荷が高い状態が続いているものの、フォロー体制を構築するための人材採用は簡単ではないことから、同社ではデジタル・アナログの両面から更なる業務改善を図ることとした。

※1：規格化された壁や柱などを構成するコンクリート部材をあらかじめ工場で量産し、現地で組み立てること。
※2：チャット・資料共有・通話やビデオ会議など、多様な機能を有するコラボレーションツール。

取り組みの内容

同社では、建設業に特化した施工管理アプリ「ANDPAD※1」を導入し、チャット機能・ストレージ機能を利用することで、建築現場ごとに情報を集約し、関係者にタイムリーに共有できようになった。また「若手から毎日一人3件、ANDPAD上のスレッドに業務に関連する質問をする」というルールを設定し、日別に回答者も決定した。「ANDPADをみんなが使う」ためのルールを設定することで、導入がスムーズに進むと同時に、暗黙知の見える化や、コミュニケーション活性化に繋がった。

併せて、ICTスキルを活用してオフィスから現場をサポートする「建設ディレクター※2」を育成し、ICT施工に関わる3次元設計データの作成や修正、書類作成などを任せることで、現場担当者は工事の品質管理や人財指導・育成などの本来業務に専念できるようになった。帰社後に行う事務作業などの負担も減り、長時間労働の改善に繋がった。今後はMicrosoft Power Platform※3を活用した業務改善にも対応できるよう、スキル開発を進める予定である。

同社では、将来を見越して毎年新卒採用を行っている。現場ごとにベテランと若手の混成チームを編成しており、施工ノウハウやマシン操作をベテランが教え、若手がタブレットの操作を教えるといった、学び合いの文化も育っている。

※1：建築・建設業に特化した施工管理アプリ。チャット・現場確認・案件管理など施工現場で必要となる機能を一括提供。
※2：一般財団法人建設ディレクター協会が普及を進める、オフィスから現場支援を行う新しい職域。
※3：Microsoft社が提供するローコードアプリ（プログラミングやデザインの知識がなくてもアプリを構築することができるツール）の総称。

取組のステップとポイント

1. 情報共有のインフラ整備
2. 取組の優先順位を設定
3. 従業員のスキル開発

STEP1. DXのハードルを下げ、小さく始める

- 同社では、従前からグループウェアは導入していたものの、現場に出る従業員は端末を持っていない場合が多かった。まずは全員が同じ情報に触れられる状態で仕事ができるようにするためiPadを導入し、全従業員に貸与した。
- 必ずしも抵抗なくツールを使える人ばかりではない。ツールを触り少しずつ慣れることから始めることで、全員が当事者意識をもってデジタル化に取り組む機運が醸成される。

STEP2. まずは影響の小さい周辺業務からDXに取り組む

- 最初からコア業務のDXに着手すると現場からの反発や業務の混乱が発生しかねない。まずは周辺業務のデジタル化を地道に進め、一定の理解が醸成された後にコア業務のデジタル化に着手するのがスムーズである。
- トップがコミットして小さな成功体験をしっかり積み重ねることで、変化を是とする企業文化の転換に繋がる。

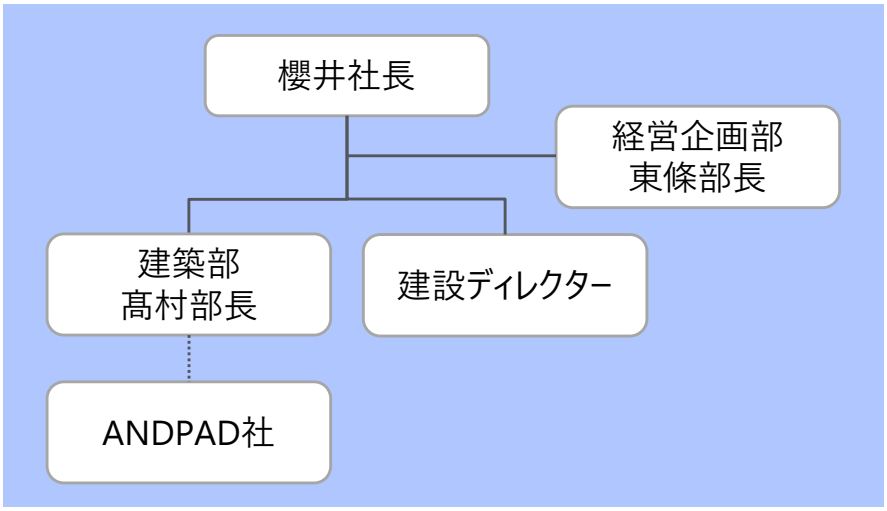
STEP3. 変革に必要なスキルを持つ人材を育成する

- 建設ディレクターやMicrosoft Power Platformなど、日々新たな仕組みやツールが登場する。自社に合いそうなものがあれば、「できる人がいないからやらない」と諦めるのではなく、時には外部の知見も借りながらチャレンジすることで、人材育成に繋がり、変革が推進される。

推進体制

ANDPAD導入プロジェクトは、高村建築部長をリーダーに抜擢し推進した。高村部長は優れた技術者であり、現場の状況や上位者・下位者双方のニーズを的確に把握し、ANDPAD社のサポートも得ながら導入を遂行した。

全社的なDX推進は、東條経営企画部長が担っている。同氏は総務部経理課にて業務経験を積む中で、ネットワーク機器やOA機器の管理などに携わるようになり、現在はITシステムの管理や今後の設備投資の検討なども担っている。ローコードツールの操作にも長け、建設ディレクターなど他の従業員にもノウハウを伝え、チームのデジタルスキル強化にも貢献している。



創出した成果

ANDPADについて従業員アンケートを実施したところ、導入開始から3か月という短期間で、回答者の全員が「社内コミュニケーションが改善した」、20%が「書類作成時間が削減できた」と回答するなど、目覚ましい効果を発揮した。

現在では、工程管理アプリの自社開発にも着手しており、将来的には、建設ディレクターの従業員が他社の現場の書類作成をBPO先として担うようなビジネス展開も検討している。

櫻井代表取締役社長より

「どんな道具やサービスも使ってみて初めてメリットやデメリットが理解できると感じています。建設分野にも、さまざまなSaaSのサービスが増えているので、目的に応じた最適なサービスを日々導入したり入れ替えたりしながら、継続的に生産性を向上させていきたいと考えています。」

推進ウラ話

同社においても、100%の賛同と協力を得たうえでDXを開始できたわけではありません。ANDPAD導入時は、従業員の7～8割は納得している状態で進め、徐々に気運が高まったことで、それに引っ張られて次第に使ってくれる人が増えていきました。

まずは改善意識の高い数名と小さく変革を始め、目に見える実績を地道に積み重ねることが重要です。

CASE.20

株式会社遠藤製作所

外部の専門家・技術の積極活用によりDXを加速

遠藤製作所は、従来は自社でシステムを開発・運用していたが、方針を転換し、外部の専門家や技術を積極的に活用することにより、DXを加速させ業務効率化を実現した。

企業紹介

同社は、新潟県燕市に本社を置く金属部品加工メーカーであり、昭和25年の創業から鍛造と金属塑性加工に関する事業を行っている。

創業当初はミシンの部品やキッチンツールの製造を手掛けていたが、高度経済成長期には顧客ニーズに応えながら鍛造と金属の塑性加工の技術を高めた。

現在は、同社の強みである「深絞り」技術から発展したメタルスリーブ事業、ゴルフ事業、医療機器事業、鍛造事業の4つを軸とした事業を展開している。

日本のみならず、タイにも1,000名規模の製造拠点を構え、世界各国の企業とパートナーシップを築き、積極的にグローバル化を進めている。

DXに取り組む目的

同社では、情報システム部門の社員2名が自社システムを開発・運用していたが、常にリソース不足でシステムの更新もままならず、デジタルを活用した新しい取組ができない状態であった。

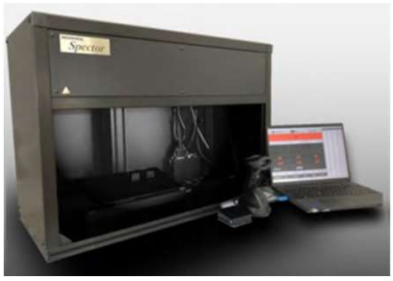
生産現場においては、属人的な工程や経験と勘に頼る作業からの脱却や、稼働率・歩留まりの向上が課題となっていた。

そこで同社では、デジタルを活用した業務改善に挑戦するため、DXの企画・推進を担う経営戦略室を新設した。経営戦略室は、自社でのシステム開発・運用の工数を削減するため、これまでの自前主義を方向転換し、既製ツールの活用と外部専門家との連携へと大きく舵を切ることを決断した。

取り組みの内容

まずは、生産に直接影響のある製造業務ではなく、デジタルツールを導入しやすい経理業務から変革をスタートした。経理データをAWS※1に集約し、Tableau（タブロー）※2で可視化することで、視認性の高い情報をリアルタイムで確認できるようになった。経理以外の業務についても、順次AWSへ移行した後データをビジュアル化するという手順を繰り返し、DXを推進した。製造業務では、AWSに工場の生産加工データや作業日報データなど全データを格納し、製造状況を可視化した。

属人的な作業が発生していた業務については、積極的にデジタル技術を活用した。例えば、ゴルフヘッドの検品作業では、検査員に対し長時間の教育訓練が必要であり、検査員によって検品結果のバラツキが生じることがあった。そこで同社では、外部事業者のレーザーセンシング※3技術を活用して自動検査装置を共同開発することで、検査員の手を介さずに検品できるようにするなどの工夫を行っている。



ゴルフヘッドの自動検査装置

※1： Amazon Web Servicesの略称であり、ストレージなどアマゾンが提供する100以上のクラウドサービスの総称。
※2：大量のデータを簡単に分析・可視化（ビジュアル化）し、レポートが作成できるツール。
※3：対象物にレーザーを照射し、その反応を分析して対象物の情報を得る技術。

取組のステップとポイント

1. 既成ツールの積極活用
2. 外部パートナーとの関係構築
3. スタッフの巻き込み

STEP1. システム開発・運用の自前主義からの脱却

- クラウドサービスでは、インターネットを介してデータを保管するが、サービス提供事業者はセキュリティ対策を講じており、自社で管理するサーバーよりも安全性が高いケースもある。
- サービス提供事業者から十分に説明を聞き、メリットやリスクを理解した上で利用の可否を判断するのがよい。

STEP2. 信頼できる外部専門家との関係構築

- 同社では、外部専門家を単なるベンダーとして見るのではなく、パートナーとして向き合った。
- 課題を外部専門家に丸投げするのではなく、自社でできること（意思決定や体制づくりなど）を率先して行いながら、外部専門家と対等にコミュニケーションを取って関係性を築くことが、課題解決への近道である。

STEP3. 現場スタッフを巻き込んだプロジェクトの組成

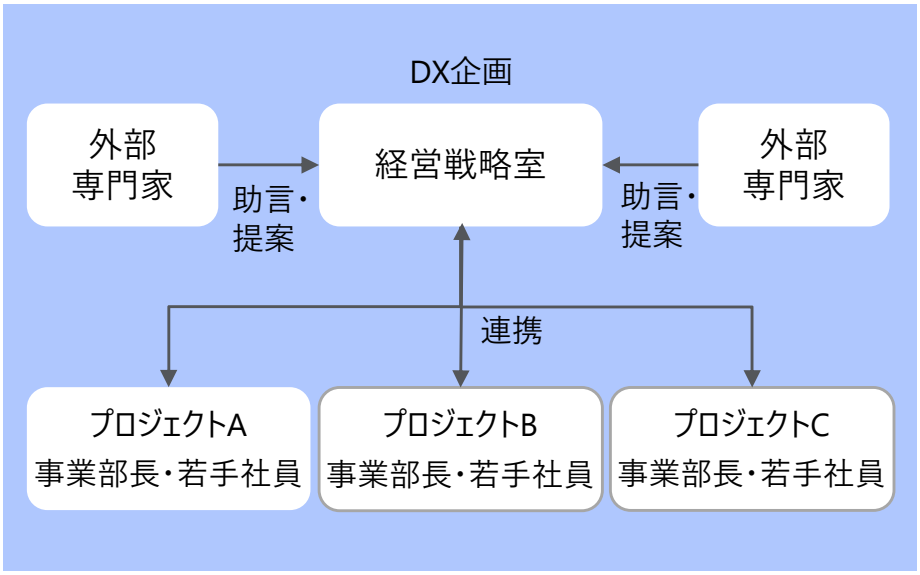
- 同社では、経営戦略室の従業員、現場の事業部長、若手社員、外部専門家でプロジェクトチームを組成した。
- 現場に精通する従業員からの意見に基づき、複数の外部専門家が現場ニーズに対応するツールや成功・失敗事例を紹介することで、自社に最適なツールを選定することができた。

推進体制

DXの企画については、同社の経営戦略室が担う。

外部専門家は、伴走者として成功・失敗事例の共有や、デジタルツールの提案を行う。

プロジェクトをスタートさせる際には、経営戦略室・現場の事業部長・若手社員・外部パートナーでプロジェクトを組成し、適宜コミュニケーションを取りながら進めている。



創出した成果

AWSへのデータ蓄積とTableauによるビジュアル化で、設備や製品、作業者ごとの詳細な製造データをリアルタイムで把握できることにより、生産における判断が迅速化し、稼働率・歩留まりの向上に繋がった。

また、AWSに蓄積された設備の稼働データから、停止要因ごとの発生割合と頻度を分析することが可能となり、設備の緻密な保全計画と設備に負担をかけない生産計画の立案ができ、安定生産に繋がった。データを製造日報に自動連係することで、1人当たり1日15分の日報作成時間を削減できる見込みもたった。

加えて、自動検品装置の導入により、検査員の経験と勘に頼っていた属人的な作業を削減することができた。検品時間も熟練の検査員が1個あたり30秒要していた作業を4秒に短縮、業務効率化に繋がった。

遠藤取締役 経営戦略室担当より

「当社では「限りない未来の創造」を創業からの経営理念とし、ものづくりの指針としてきました。
遠藤製作所のものづくりは、常に進化し続けます。変化をいとわない社風や、DXに前向きに取り組む姿勢のベースには、この経営理念が根底にあるように思います。」

推進ウラ話

プロジェクトを推進する際は、現状の「As-Is」と目指す姿の「To-Be」を検討する企業が多いが、同社では現実的な着地点の「Can-Be」を目指し、できるところからスピード感をもってDXを推進することを心がけている。

CASE.21

株式会社サカタ製作所

「攻めのIT」で働き方改革を実現

サカタ製作所は、デジタル技術の積極的な活用により、業務効率化・顧客満足度の向上だけでなく、働き方改革による従業員満足度の向上を図った。

企業紹介

株式会社サカタ製作所は、 昭和26年に長岡市で大工職人用の鉋（かんな）を製作する会社として創業し、時代の変化に合わせて事業を展開してきた。現在では建築金物の製造販売を行っており、金属屋根部品では国内トップシェアを誇る。100を超える特許・実用新案・意匠登録を取得するなど高い技術力が強みである。令和元年には高級かき氷機の製造で話題になった。

デジタル化にも積極的に取り組んでおり、平成29年に経済産業省「攻めのIT経営中小企業100選」に選出された。また令和元年に「ホワイト企業アワード」で最優秀賞を受賞、令和2年にプラチナくるみん認定を受けるなど、働き方の面でも変革を進めている。

DXに取り組む目的

同社では平成23年のITシステム課創設以降、Office365の導入など積極的にDXに取り組んできたが、東日本大震災の影響で太陽光発電の需要が急増し、ソーラーパネルの取付金具の見積依頼が殺到したことを受け、設計や営業担当者の業務負荷が高い状況が続いていた。

また、同社の生産方式は多品種少量生産であるため、新製品の設計開発業務の負担が重く、従業員は残業を前提として業務に取り組んでいた。

このような状況を受け、同社では平成26年に「残業時間ゼロ」を宣言し、 既存のビジネスの変革に向けた「攻め」のIT活用およびより一層の業務効率化を推進することとした。

取り組みの内容

ソーラーパネル取付金具の見積もり業務の効率化に向け、同社では画像認識AIの活用に挑戦し、顧客がwebサイトから利用できる自動見積もりシステム「SaQS」（サックス）を開発した。顧客が設置条件を入力すると、設置図面と概算見積を取得できるようになり、顧客満足度の向上と受注拡大に加え、従業員の負荷の大幅な軽減にも繋がった。

設計開発業務については、Microsoft Power Apps※1を活用して日報アプリを作成し、ボトルネック工程を特定することから開始した。分析の結果、熟練者のノウハウが形式知化されておらずチームメンバーに共有されていないことが明らかになった。そこで、熟練者から設計ノウハウをMicrosoft Viva Engage※2に投稿するなどして言語化してもらい、チームへのナレッジ共有を推進するとともに、その結果に基づき作業の「設計開発標準」を策定してチーム力の向上を図った。効率化によって捻出された時間は、3Dスキャナの利活用など更なる付加価値向上の追求に充てている。

最近では、重要顧客との受注・出荷に係る文書取引をEDI化※3して業務効率化やコスト削減を図るなど、取引先も巻き込んだ「攻めのIT」の推進にチャレンジしている。

熟練者のナレッジ投稿の様子

※1：Microsoft社が提供するローコードアプリ（プログラミングやデザインの知識がなくてもアプリを構築することができるツール）の総称。
※2：Microsoftが提供する社内向けのSNSサービスであり、X（旧Twitter）と類似した使用感が特徴である。
※3： Electronic Data Interchange（電子データ交換）の略称で、企業間取引で発生する帳票を、専用回線やインターネットを用いて電子データとして自動的にやり取りする仕組みのこと。

取組のステップとポイント

1. トップが変革にコミットする
2. 「スモールスタート」で始める
3. 自社だけで頑張り過ぎない

STEP1. トップが変革の推進を意思決定する

- 「残業ゼロ宣言」は、同社トップの坂田社長の鶴の一声で決定された。従業員からは顧客からの信頼に関わるのではとの声もあったが、坂田社長が絶対に達成できると従業員を信じて強いメッセージを出した結果、各部署では残業を減らすための総意工夫がなされるようになった。
- まずは経営者自身が腹を決めてコミットすることが、変革の最初の一歩である。

STEP2. まずは他社の真似からでも小さく始める

- 最初から網羅的な計画を立てようとせず、まずは他社の成功を真似てみることも重要である。
- 事務作業の効率化は、ツールを導入しなくても、エクセルだけで改善できることも多くあるので、まずは小さく始めて着実に成果を積み重ねていくのがよい。

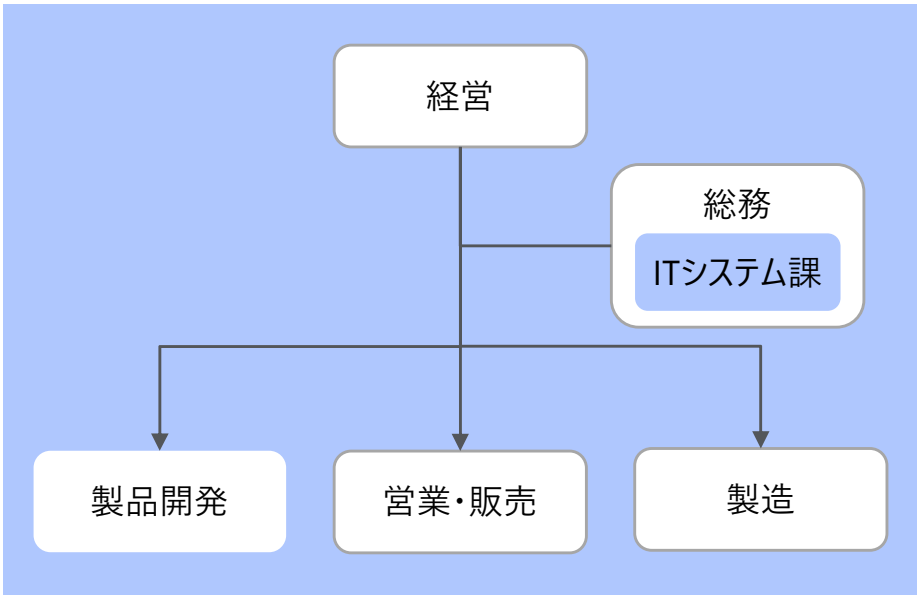
STEP3. 外部の知見やリソースも積極的に利用する

- AIやEDIなど先進的かつ自社での利用実績のない技術を導入する場合は、自社だけで何とかしようとせずに、行政機関の相談窓口などを利用して専門家を紹介してもらい、費用感含め提案してもらうのがよい。
- DXについては新潟県や基礎自治体でも様々な補助メニューを準備して支援しているので、まずは気軽に問い合わせてみることが近道である。

推進体制

同社では、全社的なDXを推進するため、平成23年に総務部の中に「ITシステム課」を設置した。

ITシステム課が他部署から業務の改善相談を受け、様々なデジタルツールの比較検証を行った上で、現場の課題解決に資する最適なデジタルツールの提案や、システム開発の総括などを行っている。



創出した成果

自動見積もりシステム「SaQS」の導入前は、見積提示までに3日を要していたが、導入後は約5分となった。屋根に設置するパネルは気象条件の影響を受けるため、設置場所の気象条件もシステム上で提供するなど、顧客の利便性を考慮した設計とし、導入後1年程で売上が2倍となった。

働き方改革については、トップのコミットと現場での業務改善の努力が実を結び、月平均残業時間は平成26年には1名当たり17.6時間であったが、27年には5.9時間、その後、令和元年までは毎年約1時間で推移している。

平成28年からは副業を解禁し、今後は自宅以外でも柔軟に働くことができる場としてサテライトオフィスの設置を検討するなど、デジタルを最大限利用しながら業務の在り方、会社の在り方を変革し続けている。

また、これまでFAXで行っていた仕入先とのやり取りを、Microsoft Power Appsで作成したアプリを活用することで、情報がリアルタイムで共有された。その結果、発注に係る問合せが削減される、在庫情報の連携により仕入先の独自在庫管理が不要となるなど、自社のみならず取引先にも恩恵をもたらしている。

坂井ITシステム課長より

「単に今やっている内容をデジタル化・ペーパーレス化するだけではなく、これから先も必要なのか・流れを変える事で省力化が出来るのではないかといった部分にも着目しDXを推進しています」

推進ウラ話

同社では「サカタ塾」という社内勉強会を開催し、ITシステム課の従業員が講師となり、従業員に対し新しく導入するツールの説明、使い方のレクチャーなど、全従業員がデジタルツールを使いこなせるよう支援を行っている。

CASE.22

Jマテ.カッパープロダクツ株式会社

DX推進企業

取引先と共に業務改善を推進し、活人化を実現

Jマテ.カッパープロダクツは、 RPAやAI-OCRなどのテクノロジーの活用と、取引先を巻き込んだ業務フローの改善により、人が人でしかできない業務に注力できる環境を整備した。

企業紹介

同社は、新潟県上越市に本社を置き、上水道関連部品等の銅製品の製造・販売を手掛ける企業である。

銅合金のプロフェッショナルとして、素材開発から溶解、鋳造、加工、リサイクルまで一貫した事業ポートフォリオを構築している。

持続可能な社会の実現に向け、回収した銅資源を銅合金製品として再利用するなど、環境負荷の低減を推進しており、リサイクル素材を活用した上水道関連製品は国内トップシェアを誇る。

令和4年には上越地域において初のDX認定取得事業者に選定された。取引先など他事業者と連携して、自社だけでなく地域のDX推進に貢献している。

DXに取り組む目的

現社長である山本氏は、社長就任前の常務時代より、令和32年には日本の生産年齢人口が約3割減少すると見込まれていることから、将来的には現在の生産規模や操業方法を維持することが難しくなるという危機感を抱いていた。同社では、平成27年からトヨタ生産方式を導入して業務改善に取り組んでいたが、将来の人材不足に対応するためには、さらなる業務改善や効率化、生産性の向上が必要だと考えた。

そこで、令和4年の社長就任を契機に、山本氏をトップとするDX推進プロジェクトを立ち上げ、思考や判断を要しない業務をすべてデジタルレイバー※1に代替することで、従業員の生産性向上を図ることとした。

※1：業務を自動化するソフトウェア・ロボット全般を指す。人間の補完としてさまざまな知的業務を代行・代替できることから「仮想知的労働者」とも称される。

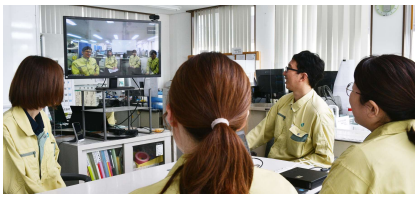
取り組みの内容

同社では、RPA※1やAIの導入に先立ち、既存の業務の棚卸しと現場の改善活動を実施し、「デジタル化できること」を徹底的に明確化した。その上で、DXの効果を上げやすい間接部門の業務に対し、RPAツール「BizRobo!」を導入した。

同社の特徴は、顧客を巻き込んで改善活動を実施することである。例えば受注業務では、業務の理想像を描いた上で現行業務の全体像を把握すると、顧客に起因するイレギュラーな業務が明らかになったため、顧客側のメリットを示しつつ一緒に改善に取り組んだ。他にも総務、生産管理、品質保証などの業務改善を行い、事務の工数を削減した。

併せて、場所を問わずに働ける環境を構築するため、紙書類やFAXをAI-OCR※2でデータ化する製品「デジパス」を導入した。AI-OCRの設定作業や読み取り結果の確認など、人手による作業も全てアウトソースできるため、大幅な業務効率化に繋がった。

また同社では、自社の課題解決だけでなく、物流の2024年問題の解決に向け、取引先である新潟運輸㈱とシステム連携を行い、その結果を銀行や行政と共有し課題提起するなど、産学官金と連携した地域・業界の課題解決にも取り組んでいる。



※1：「Robotic Process Automation」の略語。パソコンで行う事務作業を自動化するソフトウェアのこと。
※2：AI技術を取り入れた光学文字認識機能（画像データからテキストを認識し文字データに変換する）のこと。

取組のステップとポイント

1. DX推進プロジェクトチームの組成
2. 効果の見えやすいDXから始める
3. 利用するツールを理解する
4. 明確な数値目標の設定

STEP1. 組織横断でDX推進体制を構築

- 各部署から若手やITに興味・関心の高い従業員を選定し、組織横断型のプロジェクトチームを組成することで、スピード感をもってDXに取り組むことが可能となる。
- さらに同社では、月次で「改善研究発表会」を実施し、各部門の成果を共有することで、DX推進を加速させた。

STEP2. DXはバックオフィス業務から始める

- 一般的に、DXはフロント業務からではなく、「ペーパーレス化の実現」「ハンコ押印作業をなくす」などの明確なゴールが立てやすく効果が見えやすいバックオフィス業務から始めるのが良いとされる。同社においてもバックオフィス業務からRPAの導入を開始し、大きな効果を上げている。

STEP3.ツールを理解し、あるべき業務の姿を定める

- 同社では、RPAの本格導入に先立ちRPAの勉強会を実施した。その上で既存の業務の棚卸、業務のあるべき姿を定義し、RPAをどのように役立てられるかを検討することで、RPA導入の機運の醸成に繋がった。

STEP4. 明確な数値目標を掲げ、進捗を共有する

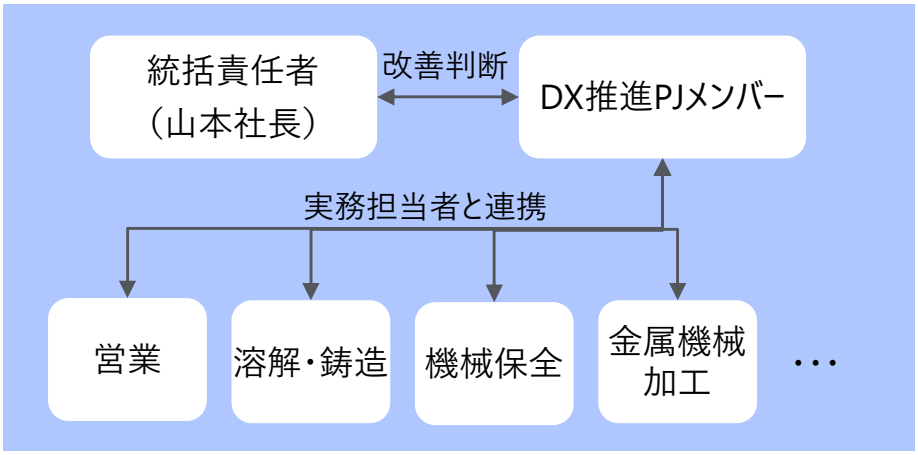
- 同社では「令和4年度末までに1,000時間の業務時間の削減」という目標を掲げ、達成状況をリアルタイムで従業員に共有することによりモチベーションアップに繋げている。

推進体制

同社では、令和3年に業務改善の専門部署を発足し、インフラ整備等に取り組んだのち、令和4年に山本氏が社長に就任したことをきっかけにDX推進プロジェクト（PJ）を開始した。

本PJは、山本社長を統括責任者、DX推進PJリーダーを実務責任者とし、各部署から選定した次世代を担う24名で、組織横断的に活動している。

改善活動はトップダウン、DX推進はボトムアップの形式が採られている。社長・DX推進PJリーダーがDXによる費用対効果を判断し、実際のDXの導入はDX推進PJメンバーと各部署の実務担当者が連携することで実現している。さらに定期的に実施する研究会においてボトムアップによる意見の収集や改善領域の発掘を行っている。



創出した成果

同社では、RPAによる定型業務の自動化で令和4年度末までに1,000時間の業務削減を目標に進めたが、一連の取組を通じて目標を上回る2,544時間の削減を達成した。

また、受注業務については、顧客起因のミスやイレギュラーな業務を減らすため、顧客を巻き込み、共に改善活動を実施したところ、42工程の業務を9工程まで減らすことができ、RPA導入後は受発注業務の時間を75%削減することができた。

また製造予測AIで最適な受注量や生産量を把握することで、在庫を100t（約1億円）削減し、生産計画の乖離率も3%以下に抑えることに成功した。

取引先である新潟運輸㈱とは、送り状発行システムを連携することで紙による集荷指示書や荷札の貼り付け作業を削減し、全4工場の内、1工場のみの改善で2社合わせて月に25.5時間の業務削減を実現した。

山本代表取締役社長より

「DXへの第一歩として、ペーパーレス化から始めることを提案します。帳票やFAXのデジタル化により、RPAなどのデジタルツールの活用がスムーズになり、取引先とのデータ連携も実現可能となります。また経済産業省の『DX認定』取得過程では、自社の不足部分が明確になり、何をすべきかがはっきりします。何をするにしても「とにかくまずやってみる！」という取組姿勢があればDXは進められます」

推進ウラ話

同社では、RPAソフト「BizRobo!」をロボット社員に見立ててキャラクター制作を行いました。制作にあたっては、社内だけでなく地域行事「大潟かっぱ祭り」の実行委員会のスタッフにも投票してもらい、キャラクターの選定を行うなど、RPAに親しんでもらうために工夫しています。

CASE.23

セキ技研株式会社

左：事業部長 石原氏　中央：取締役副社長 関氏　右：DX推進課長 山崎氏

DXの推進によりデータドリブン経営を実現

セキ技研では、デジタル技術の活用によって経営データの可視化や事務作業の自動化・効率化を推進し、データドリブン経営※1と労働生産性の向上を実現した。

企業紹介

同社は平成3年に創業し、製造ラインの自動化・省人化を実現するFA（ファクトリー・オートメーション）機器をオーダーメイドで開発製造する事業を展開している。令和3年にDX推進室を立ち上げ、デジタル活用による業務効率化およびデータに基づいた意思決定や企業活動を推進し、令和4年には経済産業省「DX認定取得事業者」に選定された。

令和5年には自社におけるDX成功事例を基礎として、生産現場におけるDXソリューションを提供するDX事業を開始した。

「人にしかできない活動にもっと取り組める社会にする」ことを目標に掲げ、デジタル技術を活用した事業によって、データドリブン経営を推進している。

DXに取り組む目的

DXに取り組む前は、適切な情報管理と共有の不足が見られ、個人の経験や勘に頼った経営判断が行われてきた。しかし、経営環境が大きく変化するにつれ、従来までの直感的なやり方だけでは経営課題に対する効果的な打ち手が見いだせなくなっていた。このような課題を解決するため、同社では、情報インフラの整備やツールの導入によるリアルタイムでデータドリブンな経営判断を可能とする仕組みの整備に挑戦した。

現在では、自社のDXに留まらずクライアントのDXを支援することにより、社会全体の経済環境や労働環境を持続可能なものに進化させていくことを目標とし、事業に取り組んでいる。

※1：収集・蓄積されたデータの分析結果に基づいて行う経営

取り組みの内容

同社では、最初に検査成績表などの紙の帳票をデジタル化し、iPadから参照できるようにする仕組みの構築に取り組んだ。社内の情報に簡単にアクセスできるようにすることで、データドリブンな経営を実現する下地を整えた。

また、蓄積していくデータから適切な示唆を抽出するためにBIツール※2「MotionBoard」を導入し、これまでエクセルで集計していた生産や営業データをリアルタイムで可視化できるようになった。その結果、現状を適時適切に把握してKPI設定を柔軟に見直すなど、課題に対して迅速に対応できる経営を仕組み化することができた。

さらに、これまで手作業で行っていたデータの転記・集計のような単純作業を、RPA※3の導入により自動化した。単純作業が削減されたことで、従業員はより生産的な仕事に従事できるようになった。

自社で培ったノウハウは他社からのニーズもあり、DX推進支援・データ活用支援・事務作業効率化支援の3軸で事業展開するに至った。

社内会議でMotionBoardを活用する様子

取組のステップとポイント

1. スモールスタートで改善実績を作る
2. 組織変革に向けた基盤固め
3. トップダウンのDX方針と現場に寄り添うDX推進
4. DX事業を展開

STEP1. 小さな改善実績を積み重ねる

- 紙帳票の電子化による紙の印刷コスト・データ手入力作業の削減といった、小さな改善テーマから着手。その後、データの可視化やDX認定取得など実績を積み重ねていくことで、全社推進に向けた下地を作る。

STEP2. 組織の変革

- 全社的なDX推進に向け、時間をかけてDXにコミットする経営体制を固めながら、職務分掌や権限規定の整備も進める。DXに対する意欲の高い若手を他事業部からDX推進チームに社内異動させることも有効である。

STEP3.トップダウンとボトムアップの両面を重視

- 経営者が自らDX方針や改善実績を繰り返し社内に伝達する。一方でDX推進者は、現場の社員に寄り添った業務の効率化・自動化を実施する。両面からのアプローチで、全社的にDX気運を醸成することに繋がる。

STEP4. 積極的な情報発信による事業拡大

- 自社で培ったDXの知見を積極的にSNSやセミナー等で発信することで、同様の困りごとを抱える事業者との接点を得ることができる。

※2：データをグラフや表で可視化するツール
※3：事前に設定されたルールや手順に従って作業を行うソフトウェア

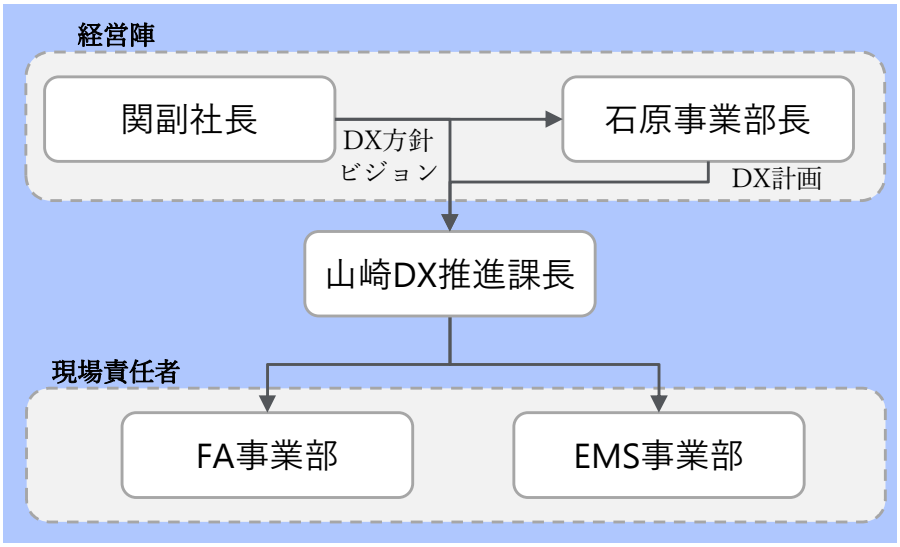
推進体制

関副社長を中心としてビジョンや経営戦略としてのDX方針を打ち出し、DXへの意欲の高い若手経営層がサポートすることで、データドリブンな経営判断ができる体制となっている。

DX方針の綿密な計画への落とし込みは、自らも生産管理や在庫管理のシステム構築経験を有する石原事業部長が推進している。

山崎DX推進課長はDX方針と計画を踏まえながら、従業員に丁寧なヒアリングを行うことでトップダウンとボトムアップでのDX推進を橋渡しする役目を担っている。

経営陣と現場の橋渡し役の存在により、従業員はニーズや課題意識を経営層に上げやすくなっている。



創出した成果

アナログなデータ管理によって発生していた事務的な単純作業をRPAやVBA※4を用いて自動化することで、月142時間、年間約1,700時間の工数削減を実現した。

年間2,000件に上る社内稟議書の申請もデジタル化することで管理業務の生産性向上に貢献した。

生産データがリアルタイムで可視化されたことで社員の意識が変わり、設備全体の稼働率向上に繋がっている。営業データからは営業効率の低いアクションが顕在化し、その後の営業活動の改善により、受注率の５％改善を実現している。

また、DX推進を通じて属人化した業務プロセスの顕在化や見直しが進むという副次的効果があり、欠員補充の採用を回避することができた。

※4：Microsoft社が提供するプログラミング言語

関副社長より

「可視化されたデータを元に仮説を立て、実際に行動することは、人間にしかできない仕事です。また、仕事だけでなく、もっと社会的な活動や家族と一緒に過ごす時間を増やしたい人もいるでしょう。そうした、精神的豊かさを感じられる活動にもっと取り組める未来を実現したい。そのために、FAやDXで労働生産性を変革し、経済環境と労働環境を持続可能なものに進化させること。それが、私たちの事業の社会的な意義だと思っています」

推進ウラ話

DX事業の展開は当初計画よりも2年前倒しすることになった。そのきっかけは新潟県が支援する800人規模のセミナーで、自社の取り組みを紹介したところ、予想より引き合いがあり事業化に繋がった。情報発信は新たなニーズ開拓に繋がる可能性を秘めている。

CASE.24

株式会社山口製作所

営業領域のデジタル化に向けた挑戦

山口製作所は、製造現場におけるIoT導入や研究開発に注力してきたが、コロナ禍における営業機会の減少などの状況を踏まえ、デジタルマーケティングにチャレンジした。

企業紹介

株式会社山口製作所は、昭和43年に小千谷市で創業して以来、事業を拡大し、現在ではプレス加工・組立・金型製作を主たる事業内容とする。従業員数は28名で、高度な技術を求められる精密順送プレス金型のノウハウを豊富に有し、試作品開発から量産まで対応できる技術力が強みである。製造業におけるDXに関する知見を生かしたDXソリューション事業も企画している。

令和5年には新潟県工業技術総合研究所との共同研究結果が高く評価され、「日本塑性加工学会賞 技術開発賞（中小企業）」を受賞するなど研究開発にも力を入れている。

従業員のチャレンジを応援し、試行や検討に時間を使うことを是とする挑戦的な社風が特長である。

DXに取り組む目的

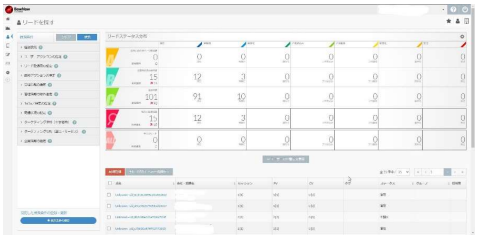
同社では、少人数でも高精度加工・短納期対応を実現するため、補助事業も活用しながら積極的にデジタル技術の導入を進めてきた。社内の全プレス機と連携した生産管理システムを自社で開発して生産状況を自動取得できるようにする、紙の図面をデータ化して必要な時にQRコードから参照できるようにする、プレス加工後の仕掛品のピッキング作業をロボットで行えるようにするなど、IoTをはじめとする先進技術を積極的に利活用している。

一方で、営業体制は未整備であり、既存顧客からの紹介や展示会などで新規顧客開拓を行ってきた。今後を見据え、同社では営業専任人材の配置を検討する前に、デジタル技術の活用による営業力の強化に取り組むこととした。

取り組みの内容

同社では、具体的にマーケティングオートメーション（MA）ツール※1の導入検討を行う前に、改めて自社の営業活動の状況と今後獲得したい顧客像について整理を行った。展示会はコロナ禍で開催が難しくなり対面での営業機会が失われていること、今後は新技術をこれまでとは異なる同業の顧客層に売り込んでいきたいことなどを踏まえ、直接の接点がない相手にも場所の制約なく営業活動が行えるMAツールのメリットは大きいと判断し、導入を決定した。

MAツール「BowNow」を導入した結果、同社Webサイトへアクセスした企業名が可視化され、プッシュ型営業をかけられるようになったが、同時にWebサイト閲覧数が少ないことが明らかになった。そのため、今後の対策としてWebサイトを定期的に更新し掲載情報を充実させる（顧客の声など）ほか、SNSを活用して潜在顧客へアプローチし、問い合わせフォームへ誘導するなどの手法を検討した。



BowNow分析画面

※1：見込顧客・商談獲得に活用できるデジタルツール。

取組のステップとポイント

1. 自社の現状を把握
2. ツールの選定
3. ツール導入 SNS活用

STEP1. 自社の現状に合った課題解決の選択肢を探す

- 営業専任人材の配置が難しい場合もあるが、「人手不足の自社では営業力強化はできない」と諦めず、まずは既存のMAツールを試すという選択肢もある。無料トライアルが可能な場合もある。

STEP2. 自社に合ったツールの選定

- どのMAツールが自社に適しているか、そのツールにはどのような機能があるのか、行政機関など中立的な外部専門家のアドバイスを受けながら選定をする。無料でも十分な機能を備えたツールもあるので自社の目的に合わせたツールを検討する。

STEP3.ツール導入結果から次のアプローチを探る

- 導入したツールの結果から問題点を抽出し、その問題点に対してどうアプローチしていくか検討する。SNSを活用するときは他社のSNS活用方法を参考にするなど情報を集めて、どのように発信すればよいか検討していく。

業務管理部 情報技術課　嶋係長より

「多機能の有料ツールをいきなり試すのではなく、目的を絞って機能を１つずつ確実に使いながら実践していくことが重要だと思います。未開拓のアプローチが多いので、まず知識・知見を深める為にも、フリー・オープンソフトの有効活用を心がけています」

CASE.25

小柳建設株式会社

「楽しくスマートに働ける」建設業界の実現へ

小柳建設は、アメーバ経営の導入や基幹システムのフルクラウド化、先端技術を活用したアプリ開発などの挑戦を通し、企業文化を変革し、建設業界の変革に挑んでいる。

企業紹介

小柳建設株式会社は、終戦の年である昭和20年に新潟県加茂市で創業した。材木業から始まり、高度経済成長期を通して土木、建築、浚渫と事業領域を拡大してきた。中でも重労働で危険が伴う浚渫においては、新潟県で初めて機械化された工法を取り入れるなど、新たな技術を取り入れるチャレンジを積極的に行ってきた。

創業者から3代目に当たる小柳卓蔵社長の就任後は経営改革やDXを進め、建築物の実寸大3D映像の表示機能や遠隔会議機能を有するアプリ「Holostruction」を日本マイクロソフト社と連携して開発するなど、建設業界の変革の旗手として注目を集めている。

明るく開放的なオフィスには、キッチン併設のコワーキングスペースを設け、地域の飲食事業者の市場調査や学生のチャレンジを応援している。

DXに取り組む目的

現在では建設DXのトップランナーである同社だが、小柳社長が入社した平成20年当時は、情報は全て紙もしくは個人のパソコンで管理されており共有の仕組みがないなど、アナログなオペレーションが多く残っており、長時間労働が常態化していた。

建設業界では受注から売上計上までの期間が長い工事もあるため、経営者は年度単位の売上と利益しか把握していない場合が多い。しかし売上進捗率や日々発生する経費、累積生産量などの数字がリアルタイムに把握できないことで、同社でも問題発生時の対応が後手に回る状況が起きていた。

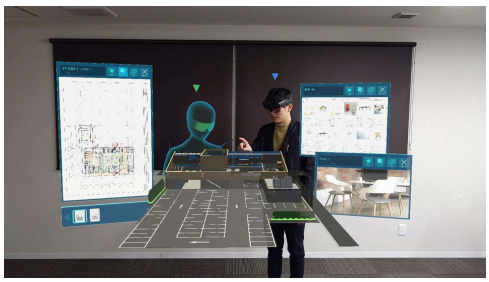
このような課題を仕組み化とテクノロジーで克服し、従業員が楽に楽しく働けるようにするため、また自社だけでなく建設業のビジネスモデルを転換するため、同社はDXにチャレンジした。

取り組みの内容

まずは社内のチーム単位で経営管理や人材育成を行う「アメーバ経営」の導入に取り組んだ。従業員の拠り所となる経営理念を再構築し、従業員1人・1時間当たりの付加価値を管理する「時間当たり採算表」による部門別の厳密な採算管理を行うとともに、例外を認めず定めたルールを適用し変革を推進した。ガラス張りの経営にしてあらゆる情報を見える化したことで、不必要な残業が減り、市場の動きや問題への対応力が増すとともに、従業員がフォローし合い自発的に改善提案する社風が醸成されていった。

同社では、デジタル化を「アメーバ経営という基盤の上で蓄積される経営データを活用して更なる課題解決を行うための手段」と捉えてDXを推進した。老朽化した基幹システムを、災害時の業務継続とリモートワークの環境構築という観点から、Microsoft Azure※1上に移行するとともに、Office365をフル活用して業務効率化に取り組んだ。遠隔地の従業員とも常にMicrosoft Teams※2で接続して会話できるようにするなど、コミュニケーションも充実させている。

その後、日本マイクロソフトとの接点を得たことを契機に、同社のMR技術※3を利用したアプリ「Holostruction」を開発した。工事の完成検査などもリモートで行えるようになり、更なる効率化に繋がるとともに、同製品の販売や建設DXの知見の共有などを通し、建設業界の変革に向けた挑戦を続けている。



※1：Microsoftが提供するクラウドサービス。クラウド上でコンピュータを利用した分だけ費用を払う従量課金制をとっている。
※2：Microsoftが提供するグループウェア。チャットや資料共有、通話などの機能を有する。
※3：Mixed Reality（複合現実）の略称で、現実空間の形状をMRゴーグルが認識し、現実世界に仮想的な物体を投影する技術。

取組のステップとポイント

1. 経営理念の設定と共有
2. 人事制度の整備
3. 付加価値向上に向けた取り組み

STEP1. 従業員の価値判断の基準を統一

- 時には部門間の利害が対立し変革が停滞することもあるが、全従業員が経営理念を同一の価値観として共有していれば、落としどころを見つけて前進することができる。
- 同社では、創業者が作った経営理念を現代の情勢に合わせて再構築し「経営哲学手帳」に落とし込み、従業員と共有している。

STEP2. 公平な人事制度を整備し、挑戦的な社風を醸成

- 同社では、職務等級制度に近い人事制度を導入し、各等級の期待役割を明確に定義した。従業員は自分で設定した目標に基づいて公平に評価されるとともに、上司は部下の目標達成に向けた行動計画の実行を支援できているかを評価されるようにして、上司としての能力の向上を図った。
- より難易度の高い目標を掲げた従業員の評価を高くすることで、従業員が自発的に挑戦する風土を作り上げた。

STEP3. DXには順序とオープンなマインドセットが重要

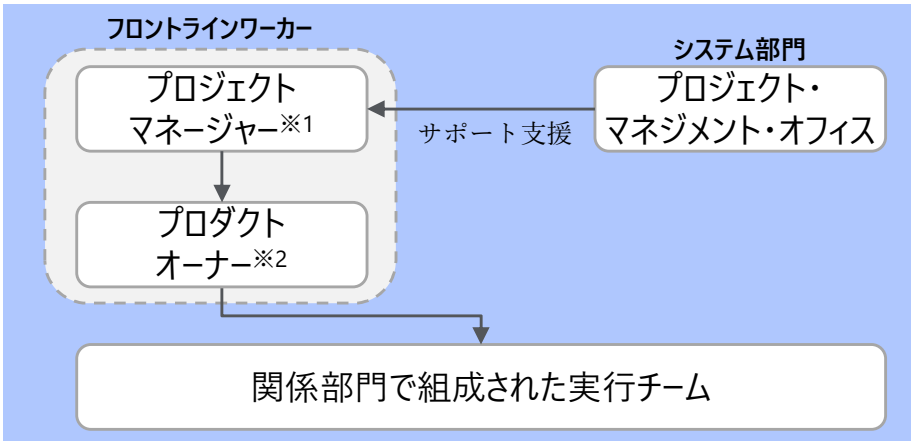
- 最新のデジタル技術を導入しても、情報を隠蔽する文化ではDXは進まない。先に情報共有を是とする文化を作り上げることが重要であるという意味で、DXには順序がある。
- 加えて、新たな技術や知見を積極的に取り入れ、他社と協力し合うオープンなマインドを持つことで、自社だけでは難しい変革も成し遂げることができる。

推進体制

経営層からのトップダウンや特定の部署がDXを推進するのではなく、小柳建設では、現場で働くフロントラインワーカー（全従業員）が各々の課題解決を先導することにより、結果として会社全体でDXが加速している。

「Holostruction」開発プロジェクトについても同様である。システム部門がプロジェクトの中心にいるのではなく、建設現場で従事しているメンバーが、実際に抱えていた課題を解決するためにプロジェクトをリードすることで、解決策や新たなソリューションを創出している。

小柳建設だけではなく、多くの方にとって、テクノロジーのチカラを活用することで、その恩恵を受ける機会は増えている。



創出した成果

変革の結果、同社では業務効率化や従業員の意識改革が進み、月平均の残業時間が7.2時間（平成30年）から1.7時間（令和4年）へと大幅に改善した。

創出した利益は積極的に従業員に還元している。令和元年からの3年間で、従業員の平均年収は30～40万円増え、年間ボーナス平均は数年前と比較すると2倍の4か月分へと増えた。また同社では、これからの時代は金融リテラシーを身に着け自己資産を自分で増やせるようになることが重要であると考え、福利厚生の一環として「iDeCo＋※3」を導入するなど、従業員が幸せに働けるためのフィールドを提供している。

深刻な人材不足が続く建設業界の中で、同社では毎年5～10名の新卒採用を行っている。同社の変化を楽しみ、挑戦を続ける社風に共感する県外からの応募者も多い。

※1：プロジェクトの品質やコスト、納期などに責任を持つ担当者。
※2：期限が付くプロジェクトに対して、期限を持たないプロダクトそのものの価値を最大化することに責任を持つ担当者。
※3：個人が加入するiDeCo（公的年金にプラスして給付を受けられる私的年金制度のひとつ）に、会社が掛け金を上乗せし、従業員の福利厚生を拡充させる仕組みのこと。

小柳代表取締役社長CEOより

「“働く人を楽にしたい”という思いが、改革に着手した一番の理由です。3K（きつい、汚い、危険）イメージ払拭という建設産業の課題を解決するためにも、まずは今働いている皆さんがより働きやすく、働き甲斐を感じられる職場環境を実現することが必要と考えました。今では、現場レベルでボトムアップによる改善活動が進んでいます。これらの取り組みが国土交通省の提唱する新3K（給与・休暇・希望）の実現に繋がると考えています」

推進ウラ話

同社の売上高は、前社長時代は100億円ほどあったが、令和4年には65億円になっている。受注を抑えることで、現場に配置される人員数は減らさず従業員にかかる負荷を抑え、高い工事品質を保っている。また、業務効率化により経費を削減することで利益率を高め、以前と同じ利益水準を保っている。売上高は増やし続けることではなく最適化することが重要である。

CASE.26

株式会社カワイ精工

自社の業務改善経験を生かした新規事業開発

カワイ精工では、自社の業務フローをデジタル・アナログの両面から徹底的に改善し、積み重ねたノウハウを他社へサービスとして提供している。

企業紹介

株式会社カワイ精工は、精密プラスチック金型設計・製作およびプラスチック成形を主たる事業として、昭和53年に上越市で創業した。自動車の内外装部品を中心とする多様な分野のプラスチック製品加工の実績を有し、3次元データシステムによる金型設計から量産成形まで一気通貫で対応できることが強みである。

近年では、自社における業務改善に関する取組の結果得られたノウハウを生かして、ユーザー企業向けにシステム・ソフトウェア開発事業を展開している。また、同市内で積極的にDXに取り組むJマテ.カッパープロダクツ株式会社と連携し「地産地消」の購買発注管理システムの共同開発を行っている。

DXに取り組む目的

20年近くシステム開発経験を積んで同社に入社した川合専務は、設計図面や顧客情報が紙で管理されているためデータの活用が難しい、社内外とのやりとりが電話やFAXであるため業務のスピードが遅い、無駄が多いといった課題の解決を目指して、業務改善とデジタル化に着手した。

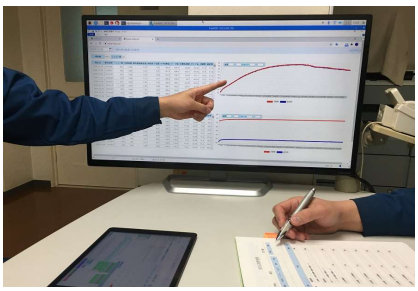
改善活動の開始当初には、紙ベースで行われていた作業をタブレットからできるようにして従業員に渡してみても、従業員のデジタルに対する苦手意識やリテラシーに対する考慮が不十分であったため利用を拒否されるということもあった。デジタルに対する抵抗感には人によって差があることも踏まえ、まずは現場のニーズを正しく把握することから着手した。

取り組みの内容

現場ヒアリングの結果、人によってやり方が異なったり、同じことを繰り返し行っているなど、既存の業務フローに非効率な点があることが判明した。カワイ精工では、いきなりデジタルツールを入れるのではなく、現在の業務フローを詳細に書き出して整理し、あるべき業務フローとの差分を埋めるために、まずはアナログの業務改善を推進した。その後、業務フローを最適化したうえでデジタルツールを導入するという順序でDXを推進した。

取組の推進に際しては、意欲の高い従業員数人からなるプロジェクトチームを組成し、「小さく成功体験を積み共有すること」を重視して改革を是とする土壌を作るため、顧客からの問い合わせ対応や見積業務を改善する「金型カルテ（金型の製造に関する諸データを電子化したもの）」や、金型カルテへの入力を簡易化するためのRPAの導入などに取り組んでいった。

また、新規事業の立ち上げを模索する中で、同社が積み重ねてきた業務改善のノウハウ自体に需要があることに気づき、現在ではユーザー企業向けの業務改善支援・システム開発も行っている。



取組のステップとポイント

1. 現場の課題を把握
2. 業務フローの改善検討
3. チームでDXを推進
4. 新規事業への展開

STEP1. まずは現場や業務の理解に努める

- トップダウンでのツール導入は、現場に受け入れられないばかりかデジタルに対する苦手意識を持たせてしまうことにも繋がりかねない。最初に現場の課題感やニーズを把握することが重要である。

STEP2. すぐにデジタルツールを導入しようとしない

- 現行の複雑な業務フローをそのままデジタル化すると、業務に合うパッケージソフトがない、開発費用が高価になるなどの問題が発生することもある。まずは現行の業務フローを整理することから始めるのがよい。

STEP3. 最初から全従業員を巻き込もうとしない

- 「2:6:2の法則」の通り、一般的に改革に対して最初から積極的な反応を示す人は2割程度である。
- まずは2割の従業員と小さく取り組みを始め、実績を作り、機運を醸成させていくことが更なる取組の発展に繋がっていく。

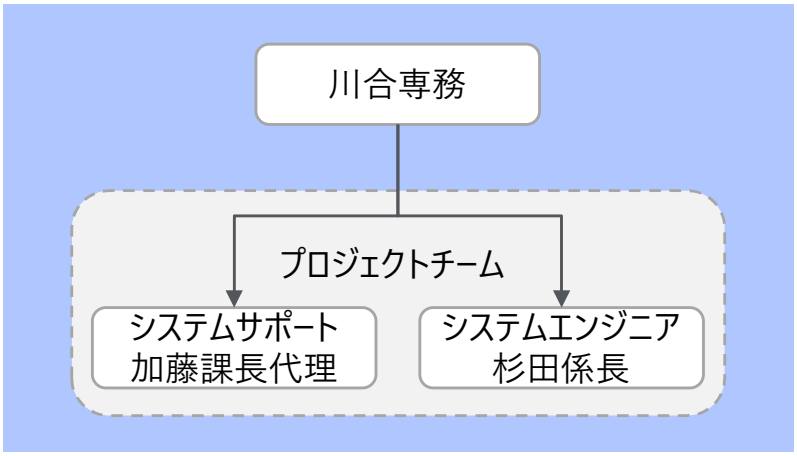
STEP4. 常に新規事業のきっかけを探す

- 他社のニーズと自社の強みがマッチするところに新規事業の種がある。潜在顧客が集まるところに出向いて情報発信・収集することが重要である。

推進体制

ゴールイメージを明確に示し、部門横断的な調整を行うプロジェクトリーダーの役割は、川合専務が自ら担っている。

プロジェクトメンバーは、立場やITに関する知見は問わず、現場から意欲の高い従業員を2～3名選抜してチームを組んだ。取組開始当初はIT経験者が不在であったため、業務改善によって得られるメリットを訴求しながら川合専務がOJT形式で指導を行った。プロジェクトメンバーが安心してチャレンジできるようにサポートしながら育成することで、現在では指導を受けたメンバーがシステムエンジニアやシステムサポート担当となって新規事業をリードしている。来春には新規事業の拡大に向け、IT技術者の採用を予定している。



創出した成果

部品や材料は1日あたり100～200点の手配が必要になる場合もある。DX推進以前は1～2日要していた手配作業が1時間程度で終えられるようになった。また、生産状況は事務担当者が手作業で集計し共有していたため、現場に伝わるまでに1～2日のタイムラグがあったが、デジタル化の進展によりリアルタイムに把握し生産計画に反映できるようになった。

また、新規事業は令和3年4月に開始してから2年程度で、売り上げ比率が15%を占めるまでに急成長した。新規事業は、市場や競合製品を綿密に分析し、自社の強みを生かした事業コンセプトを打ち出し差別化を図ることで、既存顧客からの口コミで新規問い合わせが来るまでに支持を得られている。

川合専務より

「実際に自社のDXに取り組んでみて、中小企業のDXの難しさを経験しました。失敗も多く経験しましたが、すべて自身の成長、会社の成長に繋がったと感じています。
これからDXに取り組む方は多くの困難や課題に直面することかと思いますが、常に挑戦し前進することで成功への道は拓かれると思います」

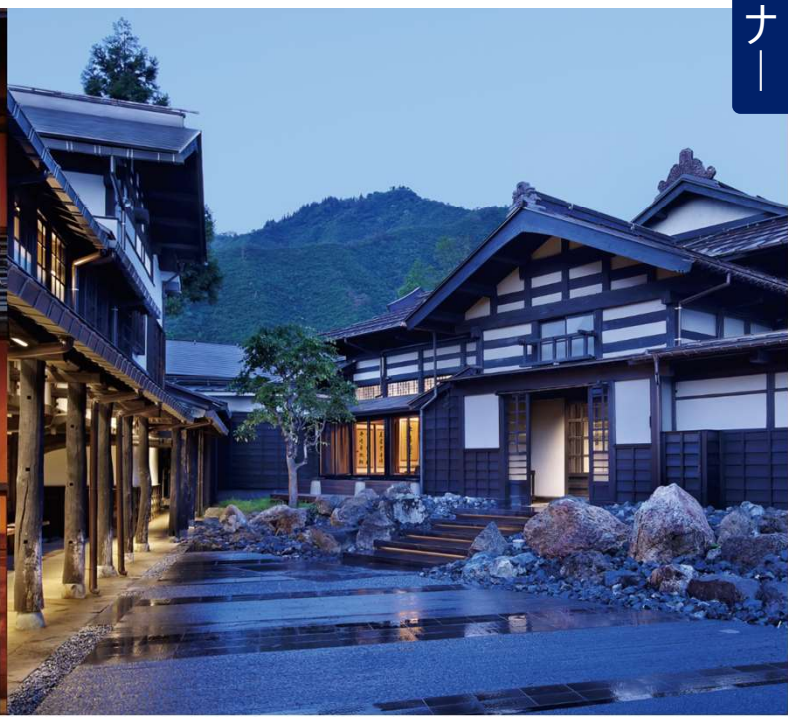
推進ウラ話

新規事業の検討を開始した当初は、自社で確立した金型製造技術を生かせることや金型製造業務の閑散期に受注が見込めることを重視しすぎて上手くいかなかったことがありました。自社のリソースだけでなく他社のニーズを客観的に分析し、マッチングを図ることが重要です。

CASE.27

株式会社いせん

トップランナー



従業員と目線を合わせ、変革に挑む

株式会社いせんは、従業員と経営理念を共有し自律性を引き出す育成を行うとともに、DXによる徹底的な業務効率化と雪国文化を伝えるサービス提供を行っている。

企業紹介

株式会社いせんは、JR越後湯沢駅の開業に合わせ、昭和6年に湯沢町で創業した。現在では湯沢町・南魚沼市にて温泉旅館「HATAGO井仙」「ryugon」および5店舗の飲食店・小売店を経営している。同社では、地域で営まれている暮らしを体験する「地域のショールーム」として旅館を捉え、雪国の郷土料理を地元の人と一緒に作るアクティビティを提供するなど、「暮らすように旅をする」ことをコンセプトとしてサービスを構成している。

代表取締役の井口氏は、新潟県・群馬県・長野県にまたがる3県7市町村にて、雪と共生してきた雪国文化を軸にエリアブランディングを行い、地域の魅力を広く発信するDMO「一般社団法人雪国観光圏」の代表理事も務めている。

DXに取り組む目的

宿泊業は慢性的な人手不足の状況にあるうえ、周辺人口も減少しており、今後は人材の確保がより難しくなることが予想される。同社では、井口社長の「失敗は中小企業にとって研究開発費である」との考えのもと、以前から積極的にデジタル技術の活用にチャレンジし、労働生産性の改善に取り組んできた。

令和元年のryugonのリニューアルオープンにより、2つの旅館を運営することとなったため、より一層業務効率化を推進し、従業員が無理なく働ける環境づくりが重要な課題となっていた。

また、従業員間のコミュニケーションについては、宿泊事業者であるため全員が集まって情報共有を行う機会が少ない、日報作成などの定常業務の省力化など、業務改善の余地があった。

取り組みの内容

同社では、各旅館の業務を一元管理するオペレーションセンターを設置した。具体的には「Googleスプレッドシート」※1上で宿泊台帳などの業務情報を共有するとともに、クラウド録画カメラ※2「Safie」、AI搭載インカム「RECAIUS」※3を導入し、各旅館の状況を見ながらタイムリーに指示を出す仕組みを構築した。オペレーションセンターが各従業員の動きを分析・フィードバックして育成に活かしている。

ルームオーダーは客室のタブレットからRECAIUSを通じ自動連携され、ルームサービスの省力化にも繋がった。その他、「Googleフォーム」※4を活用した清掃時間計測の仕組化・日報の作成など、宿泊業の要である接客以外の業務を徹底的に効率化した。

また「LINE WORKS」※5の利用により、朝礼不在の従業員とも確実に情報共有できるようになったことに加え、現場での気づきを逐次共有し、上長からのフィードバックをタイムリーに受けられるようになったことで、改善に向けた取り組みが加速した。

業務効率の最大化のためには、各従業員の担当業務の幅を広げる「多能工化」も重要である。同社では、従業員の意見も取り入れつつマルチタスク化を進め、仕事を通して学び続けられる職場づくりを推進している。

※1：Googleが提供する表計算ツール。エクセルに類似した機能を有し、データはクラウド上に自動保存される。
※2：インターネットと接続し、撮影した映像をクラウド上に保存できるカメラ。
※3：東芝が提供するAIを用いた音声認識・音声合成・翻訳・対話などができるクラウドサービス。
※4：Googleが提供するフォーム作成ツール。アンケートや投票などに利用できる。
※5：企業向けのクラウド型チャットツール。LINEと画面が似ているため利用のハードルが低いことが特長である。

取組のステップとポイント

1. 従業員と志を共有する
2. ツールの棲み分け
3. 積極的な権限移譲
4. 地域へのノウハウ共有

STEP1. ビジョンを描き、従業員に共有する

- 同社では「顧客の満足」「社員の生きがい」「地域の利益」の「三輪の和」を経営理念として「旅籠三輪書」で定め、従業員と共有している。
- 確かな経営理念を分かち合えているからこそ、DXや新規事業開発などの変革にも、経営者と従業員が同じベクトルでチャレンジできる。

STEP2. 各ツールの用途を明確に定義する

- 重複する機能を有するツールを複数導入する際は、各ツールを利用する目的や機能、運用ルールを明確にすることで、混乱の回避に繋がる。

STEP3. 従業員にしっかり任せる

- 同社では、各従業員のミッションを設定したうえで権限・裁量を与え、自律性を高めている。
- その結果、各従業員は指示待ちの姿勢から脱し、自らチャレンジしてスキルを向上させ、やりがいも創出するようになった。

STEP4. 効率化ノウハウを同業他社へ展開する

- 地域の持続的な繁栄のため、同社では地域ブランディングだけでなく、自社で蓄積した業務効率化・DXノウハウを横展開し、同業他社の支援にも取り組んでいる。

推進体制

フロアマネージャー萩野氏が中心となり、井口社長と従業員との間に立ってDXを推進している。

萩野氏は、同社が就職情報サイトを通して採用した初めての大卒入社社員であり、特段ITに関する実務経験を有するわけではなかったが、新しいことに積極的にチャレンジする同社の社風の中で、独自に学びを深め、Googleプロダクトを活用したオペレーションの改善などを主導している。

同社では従業員のやりたいことや得意なことに合わせて仕事を作り、従業員の成長に合わせて事業を検討するため、移住者含め多様な人材が全国から集っている。

料理　移住　転職　10年以上勤務

ryugon 料理長

ピアノ　山登り　スキー　50歳からの転職

ryugon AC

大卒　移住　10年以上勤務

フロアマネージャー

山菜料理　土間クッキング　三味線　唄

スイーツ　んまや駅ナカ店　製菓学校

短大卒　在住　10年以上勤務

ryugon 支配人

創出した成果

業務効率化や多様な新規事業開発に取り組んだ結果、井口社長が代表に就任した平成17年以降の10年間で、売上・客単価ともに3倍となった。マルチタスク化の推進により、従業員が事業の枠を超えて自身に合った働き方や勤務体系を選択できるようになるなど、長く安心して働ける環境が整備されつつある。

LINE WORKSは、導入後1か月程度の期間で、当初紙媒体で運用していた従業員の「気づき」の投稿件数が1.8倍になるとともに、従業員アンケートで回答者の87.5%が業務効率化・コミュニケーション活性化に繋がったと回答するなど、短期間で高い効果を発揮した。

井口代表取締役より

「私たちの宿泊業はお客様の要望にあわせてオペレーションを柔軟に変化させていく必要があります。また近年ではインバウンドやリモートワークの急増により、業態の変革も問われています。こうした環境の中では、常に成果を意識し、小さな変化を継続していく体制づくりが重要であると考えています。」

推進ウラ話

いかにDXを進めようとも、宿泊業には接客など人間にしかできない仕事も多くあります。南魚沼市のryugonでは、敷地内に無料で泊まれる宿「さかとケ」をオープンし、宿泊客が観光やテレワークをしながらryugonの仕事を手伝うという新しい取り組みを始めました。効率化の一方で、顧客と「親戚づきあい」のような関係性を育み、従業員の他にも多様な人材が活躍する旅館づくりを目指しています。

CASE.28

株式会社陣屋

DXによりサービスの高付加価値化を実現

株式会社陣屋は、クラウド型旅館・ホテル管理システムを自社開発・販売し、新たな収益源を確立するとともに、サービスの高付加価値化を推進することで、経営改革に成功した。

企業紹介

同社は、神奈川県秦野市の鶴巻温泉にて大正7年に創業した老舗旅館である。明治天皇が宿泊するために作られ、数々の将棋・囲碁の名勝負の舞台として使用される貴賓室「松風」が有名である。

1万坪の敷地に対して客室数が20室と少なく、リーマンショックの影響による宿泊料金の低下および多額の債務のため、存続の危機に直面した。そのタイミングで事業を承継した現社長・女将夫妻が背水の陣で経営を刷新した。

現在では、自社で利用するために開発したクラウド型旅館・ホテル管理システム「陣屋コネクト」を販売する「株式会社陣屋コネクト」を立ち上げ、全国の宿泊事業者のDXや経営改革を支援している。

DXに取り組む目的

事業承継当時、顧客情報は前女将の記憶や営業担当者の手帳にしかなく、情報共有は紙のメモや資料の受け渡しによるやり取りのみであった。そのため従業員間の連携が取りづらく、「言った・言わない」などのコミュニケーションミスが発生していた。

また、由緒ある旅館であるにも関わらず、1泊2食付きのプランが1万円以下と低単価であったことも経営を圧迫する要因であった。

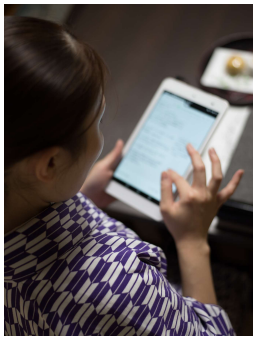
同社では、顧客情報を紙からデジタルに移行することから情報共有・業務効率化を進め、創出した時間を使ってひとりひとりの顧客に寄り添うサービスを高単価で提供する方針を取ることで、経営を安定させるとともに、従業員満足度の向上を目指した。

取り組みの内容

情報共有の効率化にあたっては、既存のサービスを利用するのではなく、システムエンジニアを1名採用し「Salesforce」※1を利用して「陣屋コネクト」を自社開発した。顧客管理・予約機能のほか、旅館業務で必要となる全業務データを同システムで管理できるようになったことで、従業員の負担軽減に加え、経営者の意思決定の迅速化にも繋がった。情報格差がなくなったことで、従業員は指示を待つのではなく積極的に他の多忙な部署を支援する「マルチタスク」の意識を高めていった。

また、全従業員にiPadを配布し、いつでも顧客情報にアクセスできる環境を整えた。リピーターの来館時には、氏名や年齢、来館履歴、食べ物の好み等の顧客情報を事前に把握できるようになり、各顧客に最適なサービスを提供できるようになった。

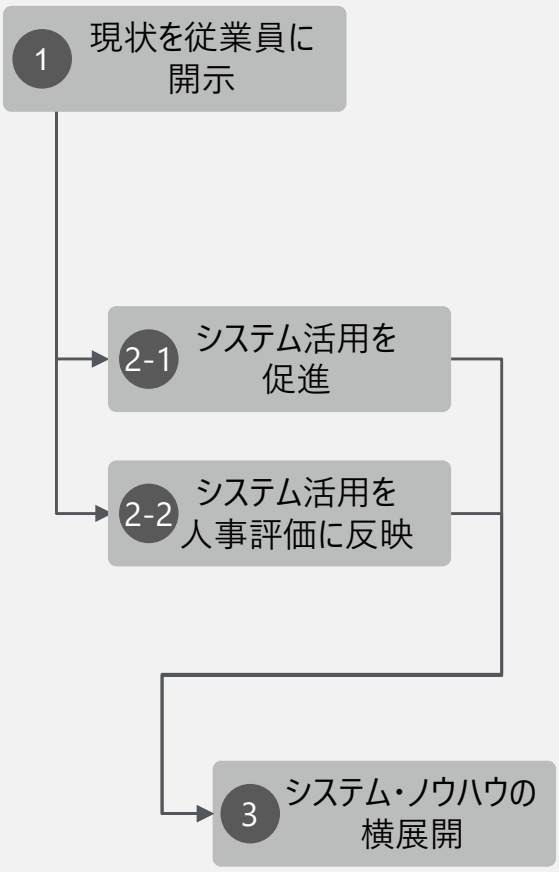
ITに苦手意識を持つ従業員に対しては、勤怠管理を強制的にデジタル化することでシステムを使わざるを得ない環境を作るほか、社内SNSを使った情報交換など学び合いを促進することで、全従業員が部分的にでもシステムを利用できるようになった。



陣屋コネクトで顧客情報を確認している様子

※1：顧客管理を強みとするクラウドサービス。

取組のステップとポイント



STEP1. 従業員にDXの必要性を腹落ちしてもらう

- 同社では、経営状態の悪化を従業員に隠さず開示した。その結果、従業員は経営改革や業務効率化の必要性について腹落ちし、DXの最初の一歩を踏み出すことに繋がった。

STEP2-1. 従業員のシステム利用を促す

- システムを開発しても、活用されなければ意味がない。経営陣が率先してシステムを活用すると共に、レシピサイトの調理手順のように誰が読んでも分かるマニュアルを整備するなどの工夫が求められる。

STEP2-2. 従業員のモチベーションアップのための工夫

- 同社では、システムの改善や運用面の工夫を提案するなどDXに貢献した従業員や、顧客から好評を得た従業員が評価されるよう人事制度を変更した。従業員のモチベーションアップも重要なポイントである。

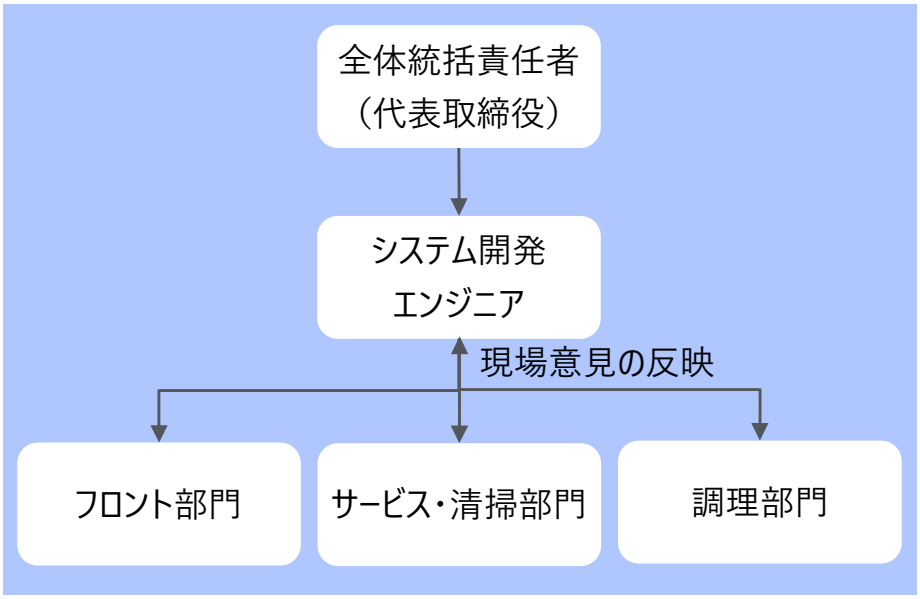
STEP3. 社員の声をシステムに反映し改善し続ける

- 従業員からのシステム改善提案を徹底的に反映し改善し続けることで、他社に展開し収益化できる高度なノウハウの蓄積に繋がる。

推進体制

代表取締役自らが全体統括責任者となり、システムエンジニアとしての実務経験を有する従業員がシステムを開発・運用している。

また、各現場から随時システムの改善提案を受け、適宜反映することにより、現場が使いやすいシステムを開発することを徹底している。



創出した成果

開発した「陣屋コネクト」を活用し、顧客情報など情報を一元管理するとともに、予約時の部屋割り等の定型業務を自動化することで、フロントスタッフを4名から1名体制に変更することができた。

業務効率化の進展に伴い、今までバックオフィス業務に費やしてきた時間を顧客への対面サービスの時間に充てられるようになったことで、サービスの品質が向上し、宿泊料金に反映することができ、DX推進以前と比較して客単価は約3.7倍に、売上は約2倍にまで上昇した。

収益が改善したことにより、週休を2日から3日とし、従業員の離職率の低下や、施設のリニューアル、設備のメンテナンスを計画的に進められるようになった。

また、「陣屋コネクト」を全国のホテル・旅館に販売することによって、新たな収益の柱を確立し、経営の更なる安定化に繋がった。

宮﨑代表取締役 女将より

「社内には大きな変革を求める人ばかりではありません。ITやデジタルリテラシーの習得状況も人それぞれです。「なぜITを使った変革が必要なのか」を経営者自身がシステムを使いこなす姿や社内SNSを使ってメッセージを発信するなど、積極的に示していくことも重要なのではないでしょうか」

推進ウラ話

システムを活用せざるをえない状況を作るため、紙の台帳への記入を一切禁止し、台帳はカギを付けて経営陣が管理しました。また、システム改善のため、接客経験がない開発担当のエンジニアに対し、現場のニーズをかみ砕き、わかりやすく伝える「翻訳者」となる人を置くことも重要です。

CASE.29

有限会社ゑびや

変革を楽しみ「世界一IT化された食堂」を実現

有限会社ゑびやが運営するゑびや大食堂は、徹底的に収集したデータに基づく経営改革の推進により、客単価を約3倍に引き上げることに成功した。

企業紹介

有限会社ゑびやは、三重県・伊勢神宮の門前町「おかげ横丁」にて、大正元年に創業した老舗「ゑびや大食堂」の運営会社である。創業当初はうどんを提供する飲食店であったが、大正期には西欧化が進む情勢を捉えて西洋料理店へと業態変更したり、太平洋戦争中は闇市で仕入れた食材を使った料理を提供する食堂として事業を継続するなど、時代の変化に合わせて柔軟に事業の形を変えながら経営を継続してきた。

現社長の小田島氏は東京の大手通信会社にて組織人事・新規事業開発を経験後、平成24年に運営会社の創業家に婿入りした。経営を受け継いだ平成29年以降はデジタル技術やデータをフル活用した経営改革を進めるとともに、そのノウハウを提供する「株式会社EBILAB」を設立した。

DXに取り組む目的

小田島社長の入社当時、ゑびや大食堂の主な提供メニューは、簡単に調理できる蕎麦やカレーなど地域性が低いものが多く、当時の客単価は約800円であった。

店舗では手切りの食券で注文を受け、そろばんを使って計算していた。各メニューの販売数を紙の売上台帳に毎日記録していたが、そのデータを活用して経営改善に役立てるには至っていなかった。

また、店先に置く看板に載せるメニューをその日の雰囲気で選ぶ、同地域とは関係の薄いグッズを店頭で販売するなど、「勘と経験」による経営がなされていた。

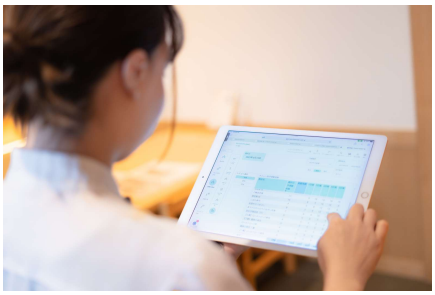
このような状況を受け、小田島社長は「誰に、何が、どのようなタイミングで売れているのか」を徹底的に可視化するところから経営改革に着手した。

取り組みの内容

まずは、売上台帳をエクセルに転記し、天気・気温などの情報も付加しながらピボットテーブル※1で整理することで、その時期に売れた商品の傾向を把握した。併せて、食事をした顧客に「本当に食べたかったもの」を聞き、その内容を踏まえて商品ラインナップを改善し、顧客満足度向上に努めた。

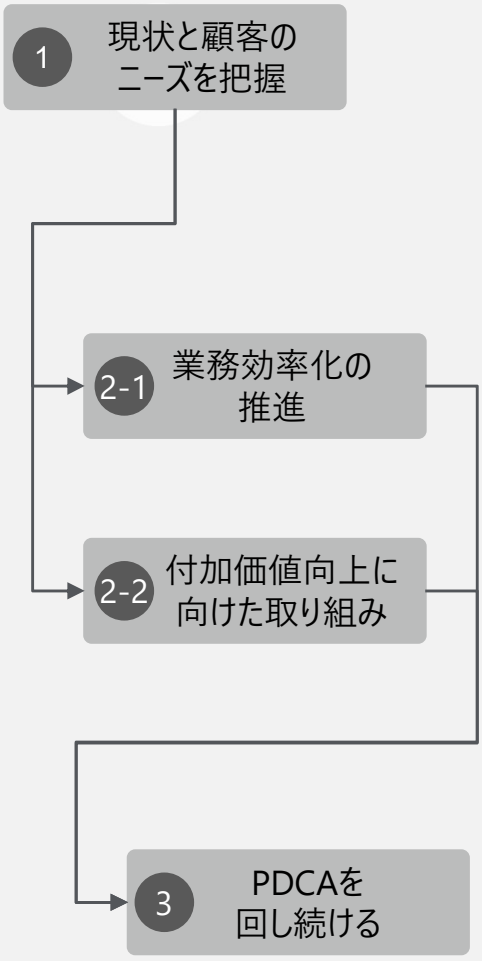
当時、ゑびや大食堂は団体客が入れるよう180もの席を確保していたが、データ収集・分析の結果、回転率が低い席の存在が明らかになった。その席を減らし創出したスペースでお土産・テイクアウト販売を行うことで、店内で飲食しない層も顧客として取り込むことができるようになった。また、店頭にカメラを設置し、店舗前の通行者数や来店者数を把握しながら、時間・天候ごとにどのような看板を設置し、どのようなメニューを提供すれば売上に繋がるのか、データの取得・分析を行うことで、販売予測精度の向上に加え、利益率の向上も実現した。

同社では様々なAIテクノロジーの活用も進めており、来客予測AIや人流データを可視化するカメラ・センサーソリューションなどを開発した。店舗変革ノウハウの横展開を担う株式会社EBILABの立ち上げにより、商圏は伊勢を超え全国に広がっている。



※1：エクセルなどに備わっている機能。大量のデータを一瞬で集計し、分析することができる。

取組のステップとポイント



STEP1. 顧客や従業員のニーズをよく理解する

- 顧客の生の声を聞き、店舗や従業員の状況を理解したうえで、変革の方向性を見定めるのが最初のステップである。
- 様々なツール・技術の中で自社に合うものを見つけるのは容易ではないが、可能な範囲で積極的に試してみることが重要である。

STEP2-1. より少ない人数で業務遂行するために工夫する

- 業務効率を上げるためには、同じ仕事をより少人数でできるようにするための工夫が重要である。
- ツールを導入するだけでなく、バックオフィス業務など自社の競争力に直接的に関わらない業務は積極的にアウトソースするのも一つの手法である。

STEP2-2. 日常業務の中に付加価値向上の糸口を見出す

- 例えば、食事をした顧客にお土産を買ってもらうためのクーポンを渡すだけでも「渡すタイミングは、席への案内時・食事中・帰りがけのいつが良いか」「渡す際にどんな言葉をかけると売上に繋がりやすいか」など、付加価値向上に向けて検証すべき業務プロセスは多くある。

STEP3. 変化を楽しみ、改善を続ける

- AIなどデジタル技術を導入すれば魔法のように売上が伸びるということはない。試行と分析を繰り返し、その過程を楽しむことが秘訣である。

推進体制

同社では、自社でIT人材の育成を行っている。各従業員が講師となり、それぞれが得意とすることを他の従業員へ教える形式で社内研修を行っている。店舗の店長がエンジニアに、店頭販売の担当者がデータ分析・BI※1デザイナーに転身して活躍するなど、ITに興味を持つ従業員の可能性を信じ、適切な研修期間を設けることで、IT人材としての能力を開花させている。

IT人材の採用が難しいとされる地方においても、リモート勤務を可能としたり、会社の利益を従業員に還元し、近隣エリアの1.5倍以上の基本給を支給するなど労働環境を改善することで、日本を超えて世界から若く優秀かつ変化を楽しむ人材が集まり続けている。

※1：データをグラフや表で可視化するツール

創出した成果

様々な顧客層のニーズに対応できるよう経営改革を進めた結果、客単価は約2,600円となり、10年間でおよそ3倍に伸びた。

また、正確な来客予測に伴う仕入れの効率化、現場業務の省力化が進み、食材のロスが減ったことで会社全体の生産性が大幅に向上した。平成24年には売上1億円、従業員一人あたりの売上が400万円弱だったが、令和4年度の時点で売上4.8億円、従業員一人あたりの売上は約1,153万円と、大幅アップを実現している。

小田島社長より

「データとは『過去の帰結』です。人口が減りマーケットが縮小する中、経営判断をする上で頼れるものは自社や世の中で過去に起きたことを示すデータです。難しいものではありません。データをもとに次のアクションを考え、商品開発に生かすことができれば、地方であっても今までとは違う世界を実現していけると思います」

推進ウラ話

ゑびや大食堂では、コロナ禍を経て、主たる顧客層が「首都圏から来る40代以上の顧客」から「関西など近隣から来る20代の顧客」へと大きく変化しました。データを取り続けているからこそ、このような変化を素早く捉え、新たな顧客層に応じて提供メニューやプロモーションを柔軟に変更し対応することができました。
常日頃から地道にデータを取り、活用できる環境の構築が重要です。

CASE.30

株式会社GRA

職人技×DXで、農業をより強い産業に

株式会社GRAは、デジタル技術により職人のイチゴ栽培技術を再現して生産力や付加価値を高め、その過程で得た知見を展開することで農業の変革に挑戦している。

企業紹介

株式会社GRAは、平成23年の東日本大震災後に宮城県山元町にて創業した。震災前は130件以上あった山元町のイチゴ農家の約95%が津波で流され、同地域の特産品であったイチゴ栽培は壊滅的な被害を受けた。同町出身の岩佐社長は、 最新のIT技術で伝統的なイチゴの農法を再現し、地域を復興することを同社のミッションとした。

同社が生産するイチゴのブランド「ミガキイチゴ」は、その品質の高さから1粒1,000円もの高値が付く。また、同社が培った先端農業の知見を体系的に整理・活用し、新規就農支援を行う「ミガキイチゴアカデミー」事業を展開したり、イチゴを原料とする製品を開発し海外で販売するなど、農業の6次産業化※1を推進することで、地域社会の持続可能な繁栄を目指している。

DXに取り組む目的

GRA創業前、山元町におけるイチゴ栽培は原価の人件費が50%を占める労働集約的な生産となっていた。そのため農家一人当たりの手取りが693円/時間となっており、長時間労働によって一定の所得水準を維持している状況だった。加えて、イチゴの栽培技術はベテランによる勘と経験に依存していたことから、再現性のある農法が確立されていなかった。

岩佐社長は「地域の復興を成し遂げるためには、山元町の基幹産業である農業をグローバルレベルで競争優位性のある産業にする必要がある」と考えた。そのための手法として、デジタル技術を活用して再現性のある農法を確立するとともに、業務効率化だけでなく売上アップも含む生産性向上に挑戦することとした。

※1：農家が自ら加工（2次産業）、販売・サービス（3次産業）を手掛け、生産物の付加価値を高める取り組み。

取り組みの内容

岩佐社長は、イチゴ栽培を始めるにあたり、日本におけるイチゴの市場規模や世界のイチゴ市場の成長率、個人消費額の推移などのデータを収集し、徹底的に市場分析を行った。その結果、イチゴは山元町で栽培できる他の作物と比べても市場規模が大きく、今後の伸びしろが期待できることが判明した。

栽培施設にはセンサーなどの先端機器を導入し、ハウス内の暖房調整や窓の開け閉めを自動化したり、室内の温度・湿度・二酸化炭素濃度・風速・肥料濃度や葉の長さなどあらゆる情報を数値化した。収集したデータをもとに作業を細分化・体系化することでベテラン農家の暗黙知をマニュアル化・形式知化した。その結果、高品質なイチゴがより多く生産できるようになり、国際的に高い評価を得るとともに、イチゴを原料とする付加価値の高い製品（化粧品、酒類など）の開発やカフェ事業の展開など、6次産業化を推進するに至った。

さらに、自社で培った農業DXのノウハウを新規就農支援事業という形で展開した。自社の知見を多数の同業者に実践してもらうことでさらに知見が蓄積され、農法を改善していく好循環を生み出している。

「イチゴアカデミー」で実技講習を行っている様子

取組のステップとポイント

1 デジタル活用による徹底的なデータ化

2-1 DXノウハウを同業者に横展開

2-2 事業ドメインの多角化

STEP1. 暗黙知を徹底的に形式知化する

- 伝統的かつ属人的な「職人技」でも、デジタル機器を活用してデータを集め分析することで、共通項やパターンを洗い出せる可能性がある。
- 職人から経験の共有を受け、取り組みへのフィードバックを得るためにも、まずは職人にDXの必要性について腹落ちしてもらい、信頼関係を構築することが重要である。

STEP2. ノウハウの提供でさらに知見を蓄える

- ノウハウを抱え込まずにオープンにすることで同業他社での取り組み結果を自社にフィードバックし、更なる改善活動に生かすことができる。それが自社だけなく、産業や地域経済の振興に繋がっていく。

STEP3. 業務効率化と付加価値向上を両輪で回す

- 当初の事業ドメイン※1に留まり、効率化・省力化を継続しても成長は鈍化していく。
- ノウハウ・技術・ブランド力など自社の強みを生かした新規事業の開発などによって付加価値を向上させ、競争優位性を確保し続けることが重要である。

※1：企業が経済活動を行う事業領域のこと。

創出した成果

先端機器の導入でイチゴ農法を最適化したことで、伝統農法と比較して単位面積当たりの収穫量が2倍、キロあたりの販売単価が2倍となった。

また新規就農事業としてDXによる農業の知見を体系化したことで、これまで15年かかっていた技術修得から独立営農までを2年で達成できるようになった。

さらに、ブランドイチゴが全国に周知されたことで、地元のイチゴ狩りに年間5万人が来訪するようになった。震災前から現在にかけて地元の年間交流人口が10万人から70万人まで増加し、町民所得が震災前の1.5倍まで拡大しており、地域振興に多大な貢献をしている。

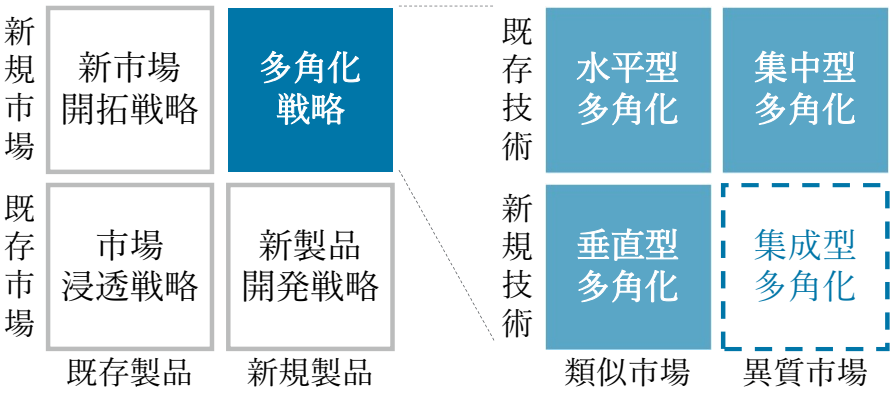
岩佐代表取締役CEOより

「DXに限らず新規事業の立ち上げでは分からないことに溢れています。ただし、行動に移さないと何も分かるようになりません。判断に迷うことがあれば、まずは行動に移す。実践を繰り返すことでリスクの取り方の勘所が分かるようになり、新しい一歩を踏み出しやすくなります。当社でも最初から完璧な計画を目指さずに、実践しながら失敗も含めたノウハウを蓄積していくことでスピード感を持って多角的に事業を展開することができました。」

TAKEAWAY 皆さんの会社でも参考になるポイント
自社の強みを生かして新規事業を検討するための考え方

事業を拡大していく上で、「アンゾフの成長マトリクス」は参考になります。「製品」と「市場」を既存・新規で4分類したもののうち、新市場に新製品を持ち込む「多角化戦略」が新規事業にあたります。

「多角化戦略」はさらに新規または既存の「技術」を使った製品と類似または異質の「市場」への進出で4分類されます。このうち、これまでの技術や市場と関連が無い事業に進出する「集成型」は「無関連多角化」とも言われ、自社の知見や事業との相乗効果は低く、失敗のリスクが最も高いとされています。



経営資源の限られる中小企業では、「集成型」の多角化は避け、他社には真似できない自社独自の能力である「コアコンピタンス」を理解してそれを活かす形で新規事業展開を検討することが望ましいです。コアコンピタンスを見定めるにあたっては、他者からの客観的な視点も参考になりますので、ぜひ外部の支援機関の活用も検討してみてください。

本記事で紹介した(株)GRAも、自社が独自に開発し栽培に成功した高級イチゴやその栽培ノウハウなど、自社のコアコンピタンスを活用する形で新規事業を展開しています。

chapter

03

優良事例からの示唆

3. 優良事例からの示唆

DXの取組ステップ

- DXは、企業としてありたい姿と現状を把握してから優先課題を定め、その解決手段としてデジタルツールを活用する、という順番で進めていきましょう。
- 十分に現場のニーズを踏まえるためにも、まずはスモールスタートでDXを始めることが望ましいです。デジタル化した業務プロセスを定着させるためには、強制力のある施策の検討もひとつの手段です。

	実施事項	実施期間（目安）	ポイント
① **目指す姿と現状の把握**	✓ 業界変化の理解 ✓ 現状の状態と目指す姿の把握 ✓ 課題と優先順位の特定	0.5ヶ月～1ヶ月程度	✓ DXを通じて、誰に対し、どのような価値を社会に届けるかを検討する ✓ DXが目的ではなく、目指す姿を達成するための手段であることを理解する
② **DXの推進体制の整備**	✓ 現場のDX推進体制構築（外部人材獲得を含む） ✓ 推進を担当するメンバーに十分な権限と決済権を譲渡	0.5ヶ月～1ヶ月程度	✓ DXの推進にあたり、現場の運用責任者を定める ✓ DX部門を新設することで、部門横断的に全社向けのDX推進を実施できる工夫をする
③ **小さくDXを始める**	✓ デジタル化できる業務の特定 ✓ 自社に合うツールの調査 ✓ 無料トライアルなどを活用した試験的な導入 ✓ 対象人数を絞ったツール導入	1ヶ月～2ヶ月程度	✓ 初期コストやハードルを下げるためにも既存のSaaSツールを活用する ✓ 全社員を対象にするのではなく、比較的DXに慣れている若手やDX推進チーム内での試験導入をすることで理解を深める
④ **定着に向けた取組**	✓ DX推進の効果検証を行う ✓ 評価体制の変更 ✓ 運用マニュアル等の整備	3ヶ月～6ヶ月程度	✓ 仮説やKPIを設定することでDX推進による効果を検証し、継続的な改善に努める ✓ DX運用マニュアルや規約等を整備し、社員が想定通りに使う環境を整備する
⑤ **新しい付加価値の創出**	✓ DXによって省力化したリソースを新規サービスの開発や顧客への還元に活用 ✓ DXの知見を体系化し外部に展開	–	✓ 他社のニーズを理解するために積極的に外部との接点の場を持つ ✓ 自社の強みを対外的に発信する

chapter

04

Appendix

Contents

4-1 優良事例の企業情報 P91
4-2 DXツール一覧表 P94
4-3 支援メニュー一覧表 P98
4-4 相談先・情報収集先一覧 P107

4-1.　優良事例の企業情報

● 4-1. 優良事例の企業情報

Appendix：事例集で取り扱った企業情報

会社名	所在地	業種	創業年	社員数	DX認定	ページ
株式会社伊藤組	新潟県 新発田市	建設業	大正元年	58		9
株式会社高舘組	新潟県 上越市	建設業	昭和2年	69		12
株式会社保坂組	新潟県 妙高市	建設業	昭和14年	50		15
株式会社三原田組	新潟県 上越市	建設業	昭和26年	103		17
エヌ・エス・エス株式会社	新潟県 小千谷市	金属 加工業	明治17年	130		19
株式会社京屋染物店	岩手県 一関市	繊維 加工業	大正7年	16		22
佐渡精密株式会社	新潟県 佐渡市	金属 加工業	昭和45年	110		25
株式会社新武	新潟県 燕市	金属 加工業	昭和47年	12		27
株式会社南雲製作所	新潟県 上越市	金属 加工業	昭和22年	112		29
hakkai株式会社	新潟県 魚沼市	製造業	昭和42年	182		32
株式会社千歳館	新潟県 十日町市	宿泊業	明治39年	21		34
株式会社ホテル小柳	新潟県 田上町	宿泊業	大正元年	100		37
株式会社ホテル清風苑	新潟県 新発田市	宿泊業	昭和3年	90		40
有限会社五十嵐本店	新潟県 上越市	小売・ 卸売業	明治36年	2		42
株式会社ウスタ	新潟県 三条市	写真業	昭和10年	13		44
株式会社カーブドッチ	新潟県 新潟市	卸売業	平成4年	210		46
協業組合 太陽自動車工業	新潟県 上越市	製造業	昭和53年	61		48
ループ治療院	静岡県 富士市	サービス業	令和4年	2		51
伊米ヶ崎建設株式会社	新潟県 魚沼市	建設業	昭和7年	64		53
株式会社遠藤製作所	新潟県 燕市	金属 加工業	昭和25年	115		56
株式会社サカタ製作所	新潟県 長岡市	金属 加工業	昭和26年	165		59
Jマテ.カッパープロダクツ 株式会社	新潟県 上越市	金属 加工業	平成17年	293	○	62
セキ技研株式会社	新潟県 魚沼市	製造業	平成3年	100	○	65
株式会社山口製作所	新潟県 小千谷市	金属 加工業	昭和43年	28		68
小柳建設株式会社	新潟県 三条市	建設業	昭和20年	236		70

● 4-1. 優良事例の企業情報

Appendix：事例集で取り扱った企業情報

会社名	所在地	業種	創業年	社員数	DX認定	ページ
株式会社カワイ精工	新潟県 上越市	金属 加工業	昭和53年	26		73
株式会社いせん	新潟県 湯沢町	宿泊業	昭和6年	60		76
株式会社陣屋	神奈川県 秦野市	宿泊業	大正7年	45		79
有限会社ゑびや	三重県 伊勢市	飲食業	大正元年	43		82
株式会社GRA	宮城県 山元町	農業	平成23年	34		85

4-2.　DXツール一覧表

Appendix：SaaSの紹介と活用事例（1/3）

業務		活用シーン	代表的なSaaS	事例
経理・財務	会計	■ 銀行・クレジットカードの入出金明細を自動読込 ■ 自動で取引状況を勘定科目ごとに集計し、残高試算表を出力	freee Money Forward	■ (株)スイーツビレッジは事業計画の数値作成に活用し、1,000万円の調達に成功 ■ (株)北洋食堂は給与の自動計算によって人手によるミスを解消 (出所：freee HP、Money Forward HP)
	経費	■ 経費の自動精算、領収書画像の自動読込 ■ 申請の電子化により承認の手間を削減 ■ 配車サービスDiDiとの連携により、タクシーの乗車区間や金額・日付等入力を短縮	SAP Concur 楽楽精算	■ (株)Table Checkは導入1ヵ月で75%負担軽減 ■ 栗本商事(株)は270時間の経費精算が30時間に短縮 (出所：Concur HP、楽楽清算 HP)
	給与計算	■ 社員ごとの給与計算から支払いまで実施可能 ■ 給与計算ミス、支払日遅延の解消、集計の時間短縮	Jinjer 給与 給与奉行クラウド	■ (株) P&Eフーズは給与計算の作業時間を1/9に短縮、8人分の人件費を削減 ■ ジー・オー・ピー(株) は勤怠集計から給与明細配付までの時間を5日間削減 (出所：Jinjer HP、給与奉行クラウド HP)
人事・労務	採用人材管理	■ 採用から組織人材のタレントマネジメントまで一貫管理、採用・選考状況のリアルタイム化 ■ 選考時間のリードタイム短縮、採用課題の可視化	HITO Link HRMOS 採用	■ (株)スペースは人材の獲得数が12名から30名（2.5倍）に増加 ■ コネヒト(株)は選考途中の離脱数は3分の1に、内定承諾率は約2倍に向上 (出所：HITO Link HP、HRMOS HP)
	勤怠・労務管理	■ 出勤・退勤の勤怠管理を把握することが可能 ■ 福利厚生、賃金、賞与、年末調整等の労務管理をすることが可能。その他、健康管理ツールを活用する事例も存在	Smart SME Supporter 勘定奉行クラウド	■ こうのとり(株)は、月末の処理業務が50％減 ■ (株)サンテクノスは、労働時間の適正把握で月間平均残業時間数を5時間以上削減、有休申請の年間平均取得日数が4日以上増加 (出所：Smart SME Supporter HP、勘定奉行クラウド HP)
	オンライン人材育成	■ 研修コンテンツの作成負担の軽減、集合研修にかかるコスト削減 ■ 集合研修の管理や受講状況・成績レポートの管理機能が充実した社員教育の効率化	AirCourse Schoo	■ リノベる(株)はナレッジ整理による工数の削減、スキルの均一化で50％の時間削減を実現 ■ (株)フォトクリエイトは、Schoo利用によりチームの団結が実現 (出所：AirCourse HP、Schooビジネスプラン HP)
税務・法務	契約管理	■ 契約書作成、締結更新、管理、承認の自動化による一元管理をワンストップで実現 ■ 契約書の自動テキスト化、契約締結日や契約者名等の情報抽出・検索が可能なデータベース活用	Holmes wanbishi WAN-Sign	■ (株)MUGENは入社時雇用契約の進捗可視化により雇用契約の工数を2週間から1日に短縮 ■ (株)MONEY SQUAREは契約期間の自動更新等、属人的な事務作業から解放 (出所：Holmes HP、WAN-Sign HP)
	契約書レビュー	■ AI機能を活用し契約書レビューを行うことによりヒューマンリソースを割いてのレビュー工数が削減 ■ 契約書の変更点の洗い出し、条文単位での検索ができる条文検索機能としての活用	AI-CON LegalForce	■ (株) 東急ハンズは担当部門ごとに発生する契約確認を総務に集約する体制を実現 ■ (株)大創産業は法務未経験者の教育活用により従来の業務時間を半分以下に削減 (出所：AI-CON HP、LegalForce HP)

業務		活用シーン	代表的なSaaS	事例
税務・法務	税計算	■ 法人税及び所得税の自動計算や申告書の作成が可能。申告書作成から電子申告・納税まで一連業務がデータ連携 ■ 各年の税制改正、扶養控除の変更に対応	First Contact freee	■ イーオクト(株)は税金の支払で約10時間分の作業が削減 ■ (株)神戸ギオンは、専門知識のないの現場責任者でも正確に入力作業を実現 (出所：freee HP、申告奉行クラウド HP)
総務	問い合わせ対応	■ 社内・社外からの問い合わせについてRPAやチャットボットサービス活用し、自動接客を実現 ■ 回答困難な質問はAIが認識し、管理者に連携させることでストレスフリーな対話を実現	KARAKURI 申告奉行クラウド	■ オリジナルラボ(株)は導入1ヶ月で電話・メールでの問い合わせが約20%削減 ■ (株)レアジョブはカスタマーサポートの業務効率が1.5倍、年間180万円のコストカットに成功 (出所：First Contact HP、KARAKURI HP)
	コミュニケーションツール	■ コロナ禍に需要が高まった領域で、電子メールや電話ではなくチャット機能やタイムライン等の投稿機能を活用し組織内のコミュケーションを円滑化 ■ 画像情報をトークで瞬時に共有	slack LINE WORKS	■ アスクルは周知事項の連絡作業をSlackに切り替えることで月300時間分の作業を削減 ■ (株) 出雲たかはしは電話の「言った、言わない」を未然防止し、業務の確実性とスピードが向上 (出所：slack HP、LINE WORKS HP)
	リモートワーク	■ コロナ禍に需要が高まった領域でテレワーク環境を確立 ■ オンライン会議による遠隔のコミュニケーションが実現。また、面接採用、オンライン講座に活用	zoom Microsoft Teams	■ 日商エレクトロニクスはTV会議システムに関する問い合わせ件数が年間500件から1件に削減 ■ 鹿島建設(株)は24,000台のクライアント環境を 一元管理 (出所：Zoom HP、Microsoft Teams HP)
営業管理	決済	■ iPadまたはiPhoneがあればレジとして利用でき、いつでも売上・在庫を確認可能 ■ キャッシュレス決済サービスによりお店と顧客の利便性向上	AirREGI PayPay	■ 手打蕎麦ごろうは導入により、レジ締めの業務時間を30分から5分に短縮 ■ DESSERT Re:onは会計時の従業員と顧客の手間を削減 (出所：ここからアプリ HP)
	予約管理	■ 予約者は24時間いつでも、どこでも空き状況を確認の上、予約可能 ■ ネット予約、電話や店頭での予約も連携できるため、予約の一元管理が可能 ■ 予約数・来店数などを簡単に分析できお店の状況を一目で把握可能	AirRESERVE Restaurant BOARD	■ (株)いなにわは患者の待ち時間を大幅に減少、スタッフの診療の準備の時間を確保 ■ 溶岩あぶり焼き 肉BAR流 やまとは導入により、営業時間外での予約可能、予約の重複が無くなる (出所：ここからアプリ HP)
	販売管理	■ 受注前の商談の進捗状況や確度を管理し、売上や利益の見込みを把握 ■ 見積書や受発注・請求に関する帳票発行や売掛金・買掛金の管理まで一元化 ■ クラウドで見積もりを管理できる	reforma Spread Office	■ (株)クリエイティブアローズは管理するデータの集計・処理が丸2日から1~2時間に減少 ■ 信越空調(株)は移動中に社員が見積書や報告書の作成作業を済ませることで、残業がほとんど無くなった (出所：HITO Link HP、HRMOS HP)
	CRM	■ 顧客情報と紐づけて商談の進捗状況や確度を管理し、売上の実績や見込みを把握可能 ■ 顧客の膨大な情報を簡易に保存・管理が可能	HubSpot ZOHO One	■ (株)オリコミサービスは見込み客を獲得し、ニーズに応じた営業、提案が可能に ■ 花徳フローリストは台帳への顧客情報の書き込みをシステム上でできることによる業務時間が削減 (出所：ここからアプリ HP)

Appendix：SaaSの紹介と活用事例（3/3）

業務		活用シーン	代表的なSaaS	事例
ホームページ	ホームページ作成	■ 難しい知識の必要なく「クリック&タイプ」だけでホームページを作成可能 ■ あらゆる用途に対応可能なWebサイト制作プラットフォーム	ジンドゥー WIX	■ トラットリア・ダ・ソリーヴォは客単価で1500円～2000円増 ■ (株)軸花はSNSとの相乗効果によりアクセス数が毎月500件伸び、売上が向上 (出所：ここからアプリ HP)
工程・在庫管理	工事管理	■ 現場監督の業務を、他の職種に分散させることが可能 ■ さまざまな現場における人の配置やモノの貸出を、直感的に操作・管理が可能	SPIDERPLUS Site Eye	■ 大鎌電気(株)は残業時間を1年間で23％程度削減 ■ (株)和賀組は適材適所の人員配置が可能になり、社員の負担が軽減 (出所：SPIDERPLUS HP、ここからアプリ HP)
	在庫管理	■ 販売実績と連動して在庫を把握し、必要数を仕入れるという一連の業務をスムーズに行うことが可能 ■ 様々なデバイスで在庫管理を行うことができ、実績を記録し、物流波動を予測可能	flam mimosa	■ 上毛食品工業(株) は月のランニングコストが5分の1、数時間かかっていた作業が数分に削減 ■ (株)ブルー・ツリー・ロジはピッキングリストなどを早く出力することができ、業務が効率化 (出所：mimosa HP、ここからアプリ HP)

4-3.　支援メニュー一覧表

デジタルツールの導入に当たっては、国や地方公共団体等の補助金を活用できる可能性が高いので、積極的に活用しましょう。以下にデジタルツール導入にあたって活用可能な補助金を例示しますが、補助金の内容が変更となる場合もあるので、常に最新の情報を確認するようにしてください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
中小企業庁 **IT導入補助金** https://www.it-hojo.jp/	中小企業・小規模事業者等の労働生産性の向上を目的として、業務効率化やDX、サイバーセキュリティ対策等のためのITツール（ソフトウェア、アプリ、サービス等）の導入を支援します。 ※IT導入補助金事務局（一般社団法人サービスデザイン推進協議会）に登録された「IT導入支援事業者」とパートナーシップを組んで申請することが必要	**通常枠（A類型）** 1種類以上の業務プロセスを保有するソフトウェアを申請	1/2	5万円～150万円
		通常枠（B類型） 4種類以上の業務プロセスを保有するソフトウェアを申請	1/2	150万円～450万円
		デジタル化基盤導入枠（デジタル化基盤導入類型）	・ITツール（会計、受発注、決済、EC）： 50万円以下　補助率3/4 50万円超～350万円　補助率2/3 ・PC・タブレット等：補助率1/2（上限10万円） ・レジ・券売機：補助率1/2（上限20万円）	
		デジタル化基盤導入枠（複数社連携基盤導入類型）	a)デジタル化基盤導入類型の対象経費：補助額・補助率ともに同じ b) a以外の経費：50万円×参画事業者数　補助率2/3 a＋bで合計3,000万円以内 c)事務費・専門家費：200万円以内・補助率2/3	
		セキュリティ対策推進枠	1/2	5万円～100万円
にいがた産業創造機構（NICO） **データ利活用型設備導入支援** https://www.nico.or.jp/hojokin/	企業がDXに取り組むため、データを利活用したシステム・機器等の導入やデータ購入等に係る費用を支援します。	**データ利活用型設備導入支援事業**	1/2	250万円

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

デジタルツールの導入に当たっては、国や地方公共団体等の補助金を活用できる可能性が高いので、積極的に活用しましょう。以下にデジタルツール導入にあたって活用可能な補助金を例示しますが、補助金の内容が変更となる場合もあるので、常に最新の情報を確認するようにしてください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
にいがた産業創造機構（NICO） **DX推進試作開発支援事業** https://www.nico.or.jp/hojokin/	DXの実現に必要なソリューション開発に取り組む企業体（コンソーシアム）に対し、開発等に係る費用を支援します。	**DX進試作開発支援事業**	1/2	500万円
にいがた産業創造機構（NICO） **NICO専門家派遣事業** https://www.nico.or.jp/sien/senmonka/63527/	中小企業等が抱える様々な経営課題（IT・IoT導入、DX推進など）を解決するために、NICOから派遣する専門家が継続的に支援を行います。	–	–	–

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
中小企業庁 **ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金** https://portal.monodukuri-hojo.jp/	革新的製品・サービスの開発又は生産プロセス等の改善に必要な設備投資等を支援します。 また、特に、大幅な賃上げに取り組む事業者へのインセンティブを強化するとともに、海外でのブランド確立などの取組への支援を強化します。	**通常枠** 革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善に必要な設備・システム投資等を支援	1／2 （小規模・再生事業者は 2／3）	社員5人以下：750万円 6～20人：1,000万円 21人以上：1,250万円
		回復型賃上げ・雇用拡大枠 業況が厳しい事業者が賃上げ・雇用拡大に取り組むための革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善に必要な設備・システム投資等を支援	2/3	
		デジタル枠 DXに資する革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善による生産性向上に必要な設備・システム投資等を支援		
		グリーン枠 温室効果ガスの排出削減に資する革新的な製品・サービス開発又は生産プロセス・サービス提供方法の改善による生産性向上に必要な設備・システム投資等を支援		**エントリー** 社員5人以下：　750万円 6～20人：1,000万円 21人以上：1,250万円 **スタンダード** 社員5人以下：1,000万円 6～20人：1,500万円 21人以上　：2,000万円 **アドバンス** 社員5人以下　2,000万円 6～20人：3,000万円 21人以上　：4,000万円

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
にいがた産業創造機構（NICO） **イノベーション推進事業** https://www.nico.or.jp/sien/hojokin/64837/	新規性や独自性の高い技術開発や製品・ブランド開発などに要する経費の一部を助成します。	**地域中核企業枠** 以下の条件を全て満たす企業 ①県内企業5社以上に、継続した（直近1年以内に2回以上）自社製品部材等の発注実績 ②直近決算において、自社製品部材等の発注額が1億円以上	2/3	1,000万円
		一般枠 上記以外の県内中小企業	1/2	500万円
新潟県 **新事業チャレンジ支援補助金** https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/chiikishinko/challenge202102niigata.html	電気・ガス料金等の高騰等により収益に影響を受けている県内中小企業等が行う経済社会活動の変化に対応するための新たな商品・サービスの開発等のチャレンジを支援します。	**重点型** DXや温室効果ガスの排出削減に資する製品・サービスの開発や生産プロセス・サービス提供方法の改善等の取組	2/3	133.3万円
		一般枠 新たな商品・サービスの開発や新たな販売・提供方法への転換等、経済社会に対応するための前向きな取組 ※売上高等５％減少が要件	1/2	100万円
中小企業庁 **ものづくり等高度連携・事業再構築促進補助金** https://www.teitanso.or.jp/monohojo2/	データ共有等により、複数の事業者が連携し、革新的な製品・サービス開発、生産プロセス等の改善の取組を行い、連携して生産性を高めるプロジェクトを支援します。	－	中小企業者：1/2 小規模企業者・小規模事業者等：2/3	1社あたり 社員数21人以上：2,500万円 6～20人：2,000万円 5人以下：1,500万円 １連携体あたり：10,000万円

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

Appendix：建設業・農林水産業に対する支援情報

制度名	事業概要	類型	補助率	補助上限
新潟県建設産業バックオフィスDX推進モデル事業補助金 https://www.pref.niigata.lg.jp/site/dobokukanri/kensetsu-backoffice-dx.html	デジタル技術やデータを活用したシステム等の導入により、バックオフィス業務のDXを推進する建設業者のモデル的な取組を支援します。	–	1/2	50万円
農林水産業DX・スマート農林水産業の推進 https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/nogyosomu/aff-dx-smart.html	ICTやロボット技術などを活用するスマート農林水産業の現場実装や、農林水産業のDXを支援します。	–	–	–

Appendix：企業向け補助金等制度の概要（中小企業向け融資制度）

制度名	融資対象者	限度額	資金使途・期間	利率（年率）
フロンティア企業支援補助金（DX推進枠） https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/chiikishinko/1356838447979.html	①デジタル技術を活用した設備導入により生産プロセス・サービス提供方法の改善等に取り組む中小企業者及び事業協同組合等 ②DXに資する製品・サービスの開発に取り組もうとする中小企業者及び事業協同組合等	5,000万円	運転：5年以内 設備：10年以内	・信用保証付き（責任共有制度対象外）：1.65％ ・信用保証付き（責任共有制度対象）：1.85％ ※信用保証協会の保証については全て保証つき

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
厚生労働省 **人材開発支援助成金** https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/d01-1.html	事業主等が雇用する労働者に対して、職務に関連した専門的な知識及び技能を習得させるための職業訓練等を計画に沿って実施した場合等に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部等を助成する制度	**人材育成支援コース（人材育成訓練）** 人材育成訓練は職務に関連した専門的な知識及び技能の習得をさせるための職業訓練等を事業主もしくは事業主団体等が実施する場合の助成メニュー	①経費助成； 雇用保険被保険者（有期契約労働者等を除く。）の場合 中小企業：45%(+15%) 中小企業以外：30%(+15%) 有期契約労働者等の場合 中小企業：60%(+15%) 有期契約労働者等を正規雇用労働者等へ転換した場合 中小企業：70%(+30%) ②賃金助成 中小企業：760円(+200円) 中小企業以外：380円(+100円) (　)内は賃金要件又は資格等手当要件を満たす場合	・中小企業事業主、事業主団体等 10時間~100時間未満：15万円 100時間~200時間未満：30万円 200時間：50万円 ・中小企業以外の事業主 10時間~100時間未満：10万円 100時間~200時間未満：20万円 200時間：30万円
		人材育成支援コース（認定実習併用職業訓練） 認定実習併用職業訓練は事前に厚生労働大臣の認定を受けた、OJTとOFF-JTを組み合わせた訓練である実習併用職業訓練（認定実習併用職業訓練）を実施し、ジョブ・カードによる職業能力の評価を実施した場合の助成メニュー	経費助成； 中小企業45%(+15%) 中小企業以外：30%(+15%) 賃金助成 中小企業：760円(+200円) 中小企業以外：380円(+100円) OJT実施助成 中小企業：20万円(+5万円) 中小企業以外：11万円(+3円) (　)内は賃金要件又は資格等手当要件を満たす場合	・中小企業事業主、事業主団体等 10時間~100時間未満：15万円 100時間~200時間未満：30万円 200時間：50万円 ・中小企業以外の事業主 10時間~100時間未満：10万円 100時間~200時間未満：20万円 200時間：30万円

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

所管・補助金名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
厚生労働省 人材開発支援助成金 https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/d01-1.html	事業主等が雇用する労働者に対して、職務に関連した専門的な知識及び技能を習得させるための職業訓練等を計画に沿って実施した場合等に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部等を助成する制度	**人材育成支援コース（有期実習型訓練）** 正社員経験が少ない有期契約労働者等を対象に、正規雇用労働者等への転換を目指すOFF-JTと適格な指導者の指導の下で行うOJTを組み合わせて実施する助成メニュー	①経費助成； 有期契約労働者等の場合 中小企業：60%(+15%) 有期契約労働者等を正規雇用労働者等へ転換等した場合 中小企業：70%(+30%) ②賃金助成 中小企業：760円(+200円) 中小企業以外：380円(+100円) OJT実施助成 中小企業：10万円(+3万円) 中小企業以外：9万円(+3万円) (　)内は賃金要件又は資格等手当要件を満たす場合	・中小企業事業主、事業主団体等 10時間~100時間未満：15万円 100時間~200時間未満：30万円 200時間：50万円 ・中小企業以外の事業主 10時間~100時間未満：10万円 100時間~200時間未満：20万円 200時間：30万円
		教育訓練休暇等付与コース 有給の教育訓練休暇制度を導入実施した事業所に対して助成	–	30万円
		建設労働者認定訓練コース 職業開発能力促進法に定められた認定訓練を行った建設業を行っている中小企業や中小建設事業主業団体などを助成	経費助成： 支給対象経費とされた額の1/6相当額	賃金助成： 認定訓練を受講した労働者1人1日あたり3,800円（1事業年度につき合計1,000万円まで） 生産性向上助成：認定訓練を受講した労働者１人あたり1,000円
		建設労働者技能実習コース 雇用する建設労働者の技能向上を目的に、有給で技能実習を受講させた事業所に対して助成	雇用保険被保険者数20人以下：3/4 21人以上：35歳未満の場合：7/10、35歳以上の場合：9/20 中小企業以外の企業：助成のみ・3/5	賃金助成/日 20人以下：8,550円 21人以上：7,600円 生産性向上助成/日 20人以下：2,000円 21人以上：1,750円
		障害者職業能力開発コース がい者雇用の促進や雇用の継続などを図ることを目的とし、障がい者を対象に、職業能力開発訓練事業を実施する事業所を助成	障害者職業能力開発訓練 重度障がい者：4/5 重度障がい者以外：3/4	–

※上記は本DXノウハウ集作成時点（令和5年度）の内容です。補助金等を活用する場合は、最新の状況を確認してください。

制度名	事業概要	類型	補助率	補助上限額
新潟県 DX推進意識改革支援事業	銀行、信用金庫及び信用組合、商工団体等のデジタル化支援者を対象に、セミナー、実践研修を通じてデジタル化支援スキル向上を支援します	–	–	–

補助金・助成金の活用ポイント・注意点

補助金・助成金の活用にあたっては、公募要領をよく確認し、以下の申請ポイント、注意点に留意したうえで、自社に沿った補助金、助成金を選定、申請するようにしましょう。

【申請時のポイント】

- **申請目的の明確化**
  補助金・助成金の公募要領をよく確認し、自社の事業計画と補助金・助成金の目的が合致するように作成しましょう。
  申請書は図表等を活用して、簡潔で分かりやすい内容となるよう、工夫しましょう。

- **事業計画の具体化**
  補助金・助成金の事業計画書には、資金計画や収支計画についても記載する場合が多いです。
  事業計画書に記載する内容は、具体的かつ実現可能性が高い事項を記載しましょう。
  資金計画・収支計画に記載する数字の根拠についても、根拠を明確にして記載しましょう。

【申請の注意点】

- **支払いのタイミング：**
  補助金・助成金の支払いタイミングについて、後払い制が多い傾向にあります。
  後払いの場合、補助金・助成金を活用する事業をスタートする際、まずは企業側で費用を負担する必要があります。
  申請する事業総額と同額の資金が用意できるか確認したうえで申請しましょう。

- **事業期間：**
  補助金・助成金では、事業期間が定められていることが一般的です。
  事業期間外に支出した費用については、申請の対象と認められない場合がある可能性が高いので、費用を支出する際には申請する補助金・助成金の事業期間を事前に確認しましょう。

- **提出資料：**
  申請時に提出する資料についてはもちろんですが、事業期間終了時にも報告書や支払証憑などを提出する必要のある補助金・助成金もあります。
  補助金・助成金の申請前に、事業期間後に提出する資料を事前に確認の上、支払証憑（領収証等）については、まとめて保管しておきましょう。

4-4.　相談先・情報収集先一覧

Appendix：相談先やDXの情報収集ができるサービス（1/2）

DX推進にあたり、つまづいてしまった際や、デジタル技術の活用に係る専門家に相談したい際には、以下に記載している支援機関やサービスに気軽に相談することができます。自社の課題等に応じて、ぜひご活用ください。

相談先

支援機関・サービス名	対応可能な相談内容	ホームページ	QRコード
新潟県よろず支援拠点	DXを通じた新商品の開発や業務効率化、販路拡大等、支援先企業の経営課題に応じたあらゆる相談に対応可能	https://www.niigata-yorozu.go.jp/	
にいがた産業創業機構	経営革新計画、専門家派遣事業：DXを通じた新商品の開発や新規事業の立案、DX推進計画の立案に係る相談 プロフェッショナル人材相談：DX推進に係るプロフェッショナル人材採用に係る相談	https://www.nico.or.jp/	
新潟県工業技術総合研究所	DX推進事業活用支援事業：AIを活用した業務効率化や、AI、IoT、ロボット、CAE、3Dプリンタなど、デジタル技術導入に係る技術相談に対応可能	https://www.pref.niigata.lg.jp/site/iri/	
新潟県ITコーディネータ協会	DX・ITコンサルティング、DX・IT人材育成サポート、支援機関向けDX推進サポートに対応可能	https://itcngt.com/	
みらデジ	DX推進に関する各種支援施策、連携先の紹介等、DXに関するあらゆる相談に対応可能で経営課題解決に向けた"気づき"を見つけていただくためのチェック＆サポートツール「みらデジ経営チェック」も提供	https://www.miradigi.go.jp/	
IT経営サポートセンター	中小企業の支援を行う支援機関が抱えるDX推進に係る問題の整理、解決策の提案等、DXに関するあらゆる相談に対応可能	https://it-sodan.smrj.go.jp/index.html	
E-SODAN（イーソーダン）	中小企業基盤整備機構が提供する経営課題相談サービスで、AIチャットボットもしくは専門家に対し、中小企業が抱える経営課題についてチャットで相談可能	https://bizsapo.smrj.go.jp/	

Appendix：相談先やDXの情報収集ができるサービス（2/2）

相談先

支援機関・サービス名	対応可能な相談内容	ホームページ	QRコード
税理士ITサポート	中小企業基盤整備機構が提供する税理士のためのIT情報提供サイトで、支援先企業のDXを推進する支援機関に対し、IT化支援事例等を提供	https://ittools.smrj.go.jp/zeirishi/index.html	
IT経営簡易診断	専門家との3回の面談を通して、支援先企業の経営課題・業務課題を整理・見える化し、デジタル技術の活用可能性を提案	https://www.smrj.go.jp/sme/enhancement/diagnosis/index.html	

情報収集先

サービス名	収集可能な情報	ホームページ	QRコード
IT戦略ナビ	中小企業基盤整備機構が提供するサービス 支援先企業の経営課題や悩み事を入力するだけで、web上で簡単にIT戦略マップや導入プランが作成可能	https://it-map.smrj.go.jp/	
J-Net21	中小企業の支援機関などを対象とした経営課題解決のための支援情報やDX事例、セミナー・イベント、補助金等の情報が収集可能	https://j-net21.smrj.go.jp/index.html	
ITコーディネータ協会（ITCA）	ITコーディネータ資格認定に関する情報収集が可能	https://www.itc.or.jp/	
DX推進指標	DX推進指標はDXの推進に向けた現状や課題に対する認識を共有し、アクションにつなげるための気付きの機会を提供する指標で、DXを進める上で重要な観点についての情報収集が可能	https://www.ipa.go.jp/digital/dx-suishin/about.html	
DX認定	DX認定制度※で認定を受けた企業に関する情報収集が可能 ※DX認定制度：「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応する企業を国が認定する制度	https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/investment/dx-nintei/dx-nintei.html	