

生産性向上

ベストプラクティス 70選

人手不足時代を乗り切る解決策をご紹介します！



はじめに

未曾有の被害をもたらした熊本地震から3年以上が経過しました。

これまで県では、創造的復興に向けて、被災された方々の「すまいの再建」をはじめ、産業や経済の再生、道路や鉄道の復旧などに取り組んできました。

熊本地震で被災された事業者の方々につきましては、中小企業向けの制度融資の拡充やグループ補助金等による寄り添った支援を行ってきました。

これら施策による後押しにより中小・小規模事業者のハード面での復旧・復興は着実に進んできたことから、今後は、経営の再建や発展に向けた取組を進めていく必要があります。加えて、中小・小規模事業者を取り巻く経営環境は少子高齢化や人口減少、デジタル化・グローバル化の進展などに伴い、一層厳しさを増しております。これらの経営環境の変化に対応するため、経営資源を有効活用し、持続的発展に取り組むことが重要であります。

地域経済を支え、雇用の受け皿となる中小・小規模事業者の成長・発展は県内経済の復興と力強い発展に必要不可欠であり、そのためには生産性向上に取り組むことが有効な方策の一つです。

この度、熊本県では、IT活用や働き方改革をはじめ、様々な手法で生産性の向上を実現している県内外の事業者の取組や効果を紹介した事例集を作成いたしました。

本事例集が、中小・小規模事業者の皆様の生産性向上につながるとともに、熊本地震からの復旧・復興の一助となれば幸いです。

令和2年(2020年)1月
熊本県商工振興金融課

目次

1.	ベストプラクティス事例 掲載企業一覧	3
<hr/>		
2.	生産性向上について	
<hr/>		
(1)	生産性向上とは	6
<hr/>		
(2)	生産性向上のためのアクション	7
<hr/>		
3.	ベストプラクティス事例	
<hr/>		
(1)	営業活動	
	イントロダクション	8
	各社事例	9
<hr/>		
(2)	コスト把握・効率化	
	イントロダクション	20
	各社事例	21
	【コラム】補助金・助成金制度(その1)	22
<hr/>		
(3)	マネジメント	
	イントロダクション	34
	各社事例	35
	【コラム】補助金・助成金制度(その2)	42
<hr/>		
(4)	人材	
	イントロダクション	47
	各社事例	48
	【コラム】補助金・助成金制度(その3)	54
<hr/>		
(5)	IT	
	イントロダクション	59
	【コラム】補助金・助成金制度(その4)	59
	各社事例	60
<hr/>		

1. ベストプラクティス事例 掲載企業一覧

営業活動	
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 合名会社森美老園 ✓ 株式会社カワムラモーターズ ✓ 株式会社オキノ
外食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 重光産業株式会社(★) ✓ A社 ✓ B級ご当地グルメ・ネットワークス株式会社
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社KPG HOTEL&RESORT ✓ 株式会社新湯ホテル
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 摂津工業株式会社(★) ✓ 有限会社タンポポ ✓ 株式会社長崎堂 ✓ 株式会社星製作所

コスト把握・効率化	
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社富建 ✓ すててこ株式会社 ✓ B社 ✓ 小迫商店 ✓ サミット株式会社 ✓ 株式会社大丸松坂屋百貨店(大丸札幌店)
外食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社一蘭 ✓ 株式会社イーストン
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社湯元館 ✓ 株式会社向瀧 ✓ 九州教具株式会社
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ムーンムーン株式会社(★) ✓ 倉敷青果荷受組合 ✓ C社 ✓ 株式会社ミヨシ

★：熊本県内企業

1. ベストプラクティス事例 掲載企業一覧

マネジメント	
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社赤岡青果市場 ✓ 角上魚類ホールディングス株式会社 ✓ 株式会社ZOZO
外食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社五味八珍 ✓ 有限会社ゑびや
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社クア・アンド・ホテル ✓ 株式会社一の湯 ✓ あらや滔々庵
生活関連業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ みなと観光バス株式会社 ✓ D社 ✓ 美的感覚集団美髪堂株式会社
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大豊工業株式会社 ✓ 株式会社大川印刷 ✓ E社
人材	
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社山形屋 ✓ e-no株式会社 ✓ 株式会社健康家族 ✓ 株式会社高島屋 横浜店
外食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社銚子丸 ✓ 株式会社ワンダーテーブル
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 有限会社手塚旅館
生活関連業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社くまもと健康支援研究所(★) ✓ 株式会社武蔵野
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 北海道はまなす食品株式会社 ✓ KIGURUMI.BIZ株式会社 ✓ 能瀬精工株式会社

★：熊本県内企業

1. ベストプラクティス事例 掲載企業一覧

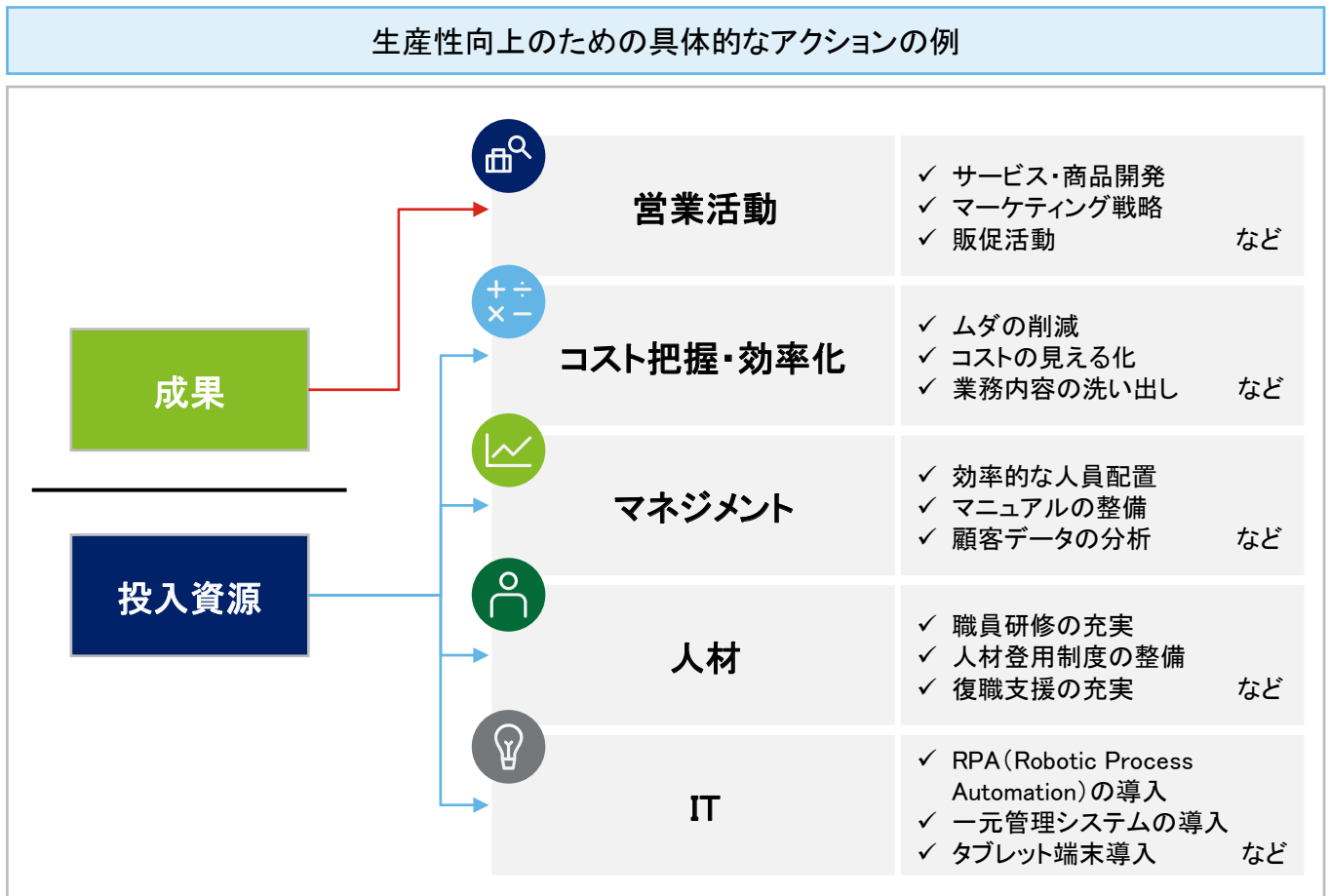
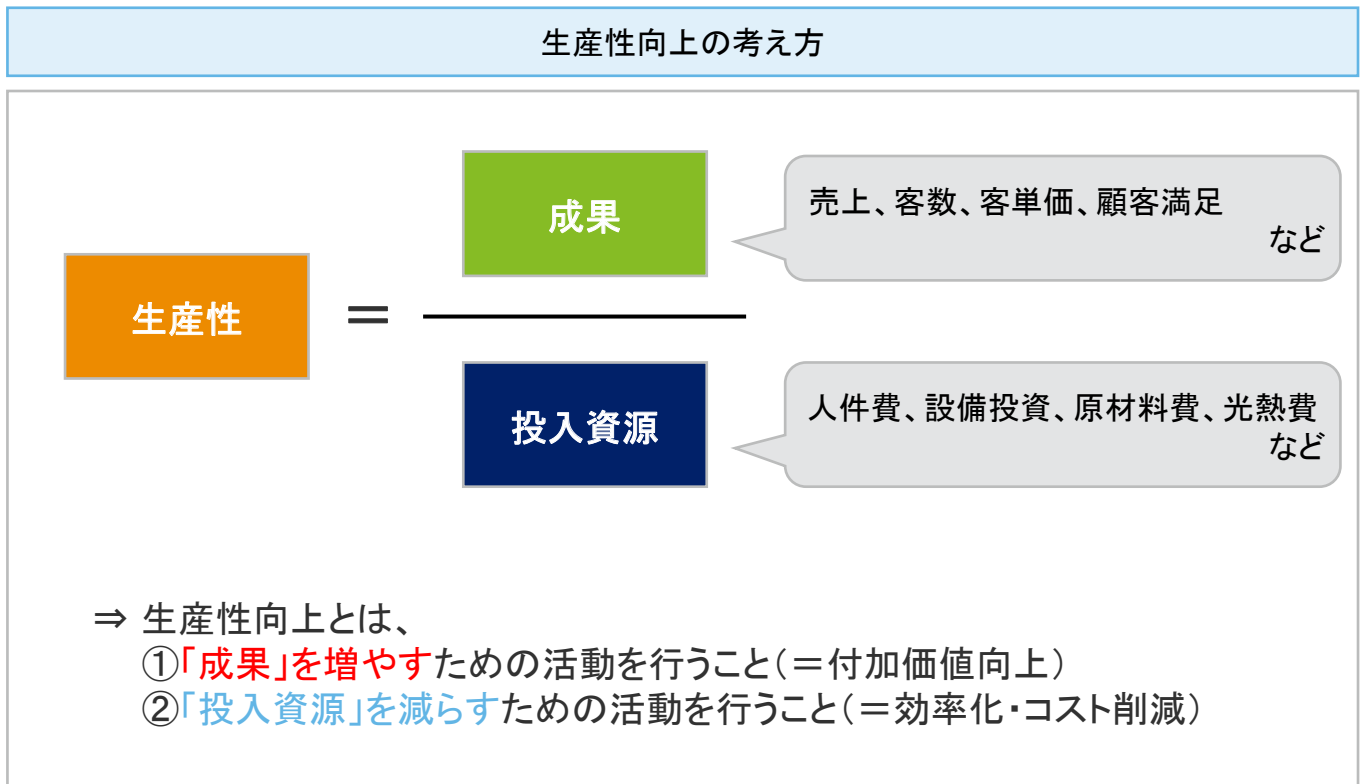
IT	
卸・小売業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リコージャパン株式会社 ✓ 株式会社ネクストクリエイション ✓ 株式会社スーパーまるまつ ✓ 株式会社十一屋ボルト ✓ 株式会社旭フーズ
外食業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 有限会社 HAPPY ISLAND
宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 合資会社蘇山郷(★) ✓ アーダンリゾート株式会社 ✓ 株式会社陣屋 ✓ プラザホテル豊田
生活関連業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社オフアサポート
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 熊本製粉株式会社(★) ✓ 青紫蘇農場株式会社(★) ✓ シタテル株式会社(★) ✓ 株式会社池上鉄工所 ✓ 株式会社英田エンジニアリング ✓ プラスエンジニアリング株式会社

★：熊本県内企業

2. 生産性向上について

(1) 生産性向上とは

生産性向上は、コスト削減だけではなく、成果の向上も意味する



2. 生産性向上について

(2) 生産性向上のためのアクション

課題解決のためのアプローチ

具体的なアクションに向けた作業フロー(イメージ)

業務の洗い出し

- ✓ 業務の棚卸を行い、現状の業務を「見える化」することで、業務内容を正しく認識する。



課題の発見

- ✓ 業務ごとの人件費、時間など業務量を分析する。
- ✓ 業務全体の流れを図式化するなどして、問題の所在を明らかにする。



解決策の検討

- ✓ 解決に向けたアイデアを発散し、現状の資源(人・モノ)で対応できるのか、新たな設備が必要なのかなどを検討する。



取組の開始

- ✓ 実施体制を整備し、実施計画を作成するなどして、課題解決に向けて取り組む。





3. ベストプラクティス事例 (1) 営業活動

海外需要の獲得の例

イントロダクション

外国人観光客の取り込み

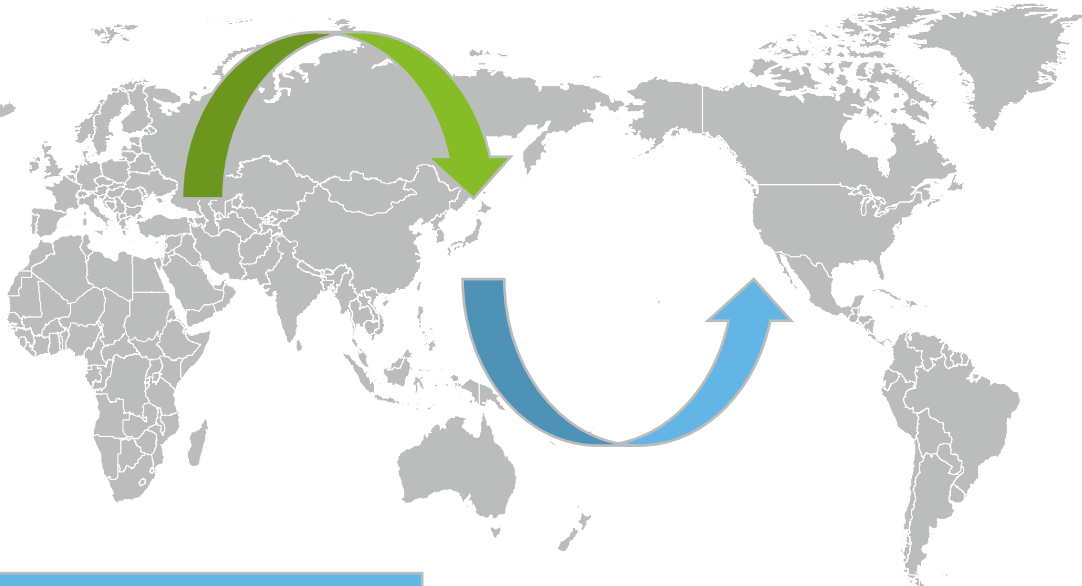
【現状】

- ✓ 外国人観光客が周辺にまでは来ているが、取り込めていない
- ✓ いまだ現金主義が定着しており、キャッシュレスでの支払いが主流の外国人観光客に敬遠される
- ✓ HP等では効果的なアプローチができていない

外国人
観光客を
ターゲット
にした
取組

【導入後】

- ✓ 多言語対応により、海外からの個人旅行者にも対応できるように
- ✓ キャッシュレス端末の導入により、多言語での現金のやりとりの手間が削減できた上、売上も増加
- ✓ SNSに写真を投稿するなどして、幅広い客層にアプローチが可能に



現地のニーズの取り込み

【現状】

- ✓ 現地のニーズと既存商品が合っていない
- ✓ 日本から派遣したスタッフが現地の顧客対応に苦慮
- ✓ 現地オーナーのモチベーションが低い



現地経営、
現地採用
の導入

【導入後】

- ✓ 現地の食文化に合う商品の開発により、売上が増加
- ✓ 現地スタッフの採用により、顧客対応の満足度が上昇
- ✓ 現地に経営を任せることで、モチベーションを向上

卸・小売業 × 営業活動 — 合名会社森美老園

販売経路の拡大による売上の向上

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 合名会社森美老園 【業種】 卸・小売業 【代表者】 森 睦男 【所在地】 鹿児島県鹿児島市中町5-2 【資本金】 — 【従業員】 15人 【URL】 http://birouen.com</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 既存顧客の減少 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 全世代共通して、お茶離れによる茶葉の消費量が減少している ➢ 店頭への来店頻度が減少しており、特にギフト時期の来店の落ち込みが著しい ■ 他企業との競合 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 類似商品があふれており、差別化が困難である ■ 企画・分析力が弱い <ul style="list-style-type: none"> ➢ 店頭販売や通信販売で、顧客に効果的なアプローチをどのようにすればよいか不明確である ■ 情報発信元の不足 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 英語圏のホームページの整備がなく、国外へのPR方法が不足している <p>▼同社HP</p>  
沿革・その他	
<p>【沿革】 創業130年余年。鹿児島の老舗日本茶専門店として、安心・安全・良質な鹿児島茶を国内外へ発信するとともに、昔ながらのお茶の文化の伝承とお茶のある楽しい暮らしの提案をする企業を目指す。</p>	

課題への取組

	これまで	これから
顧客	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 鹿児島市内を中心とした顧客 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 鹿児島市内を中心とした顧客 ✓ インバウンド需要の積極的な取り込み ✓ 通販客のさらなる取り込み
提供価値	<ul style="list-style-type: none"> ✓ FSSC22000認証取得工場からの仕入れ ✓ 安心安全なおいしいお茶 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 安心・安全でおいしいお茶 ✓ 個人の好みに合わせたさまざまな商品メニュー ✓ お茶を体験できる場の提供
提供方法	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 接客サービス ✓ 接客接遇研修 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客管理システムを導入し、どのような商品、どのような価格帯が求められているかマーケティング調査を実施 ✓ 店頭での対応力強化(英語版商品説明パンフレットの作成、タブレットを利用した翻訳アプリの導入などにより、インバウンド顧客対策) ✓ 取引先のホテル・飲食店、観光客船、旅行代理店に向けてパンフレット等を配布し、情報発信元を強化 ✓ お茶の先生による抹茶の点て方、茶の淹れ方、抹茶摘みツアー等、他企業と連携して体験型コンテンツを準備 ✓ ストレスなく買い物ができるように店舗レイアウト変更を実施 ✓ 年間を通して販売できるパーソナルギフトを強化

卸・小売業 × 営業活動 — 株式会社カワムラモータース

顧客のニーズを徹底的に追及した満足度の向上

企業概要

【企業名】 株式会社カワムラモータース
 【業種】 卸・小売業
 【代表者】 河村 将博
 【所在地】 福井県三方郡美浜町
 河原市17-3-1
 【資本金】 20百万円
 【従業員】 28人
 【URL】<http://www.hondacars-wakasa.co.jp>

企業の抱える課題

【課題認識】

- 顧客満足度の見直し
 - ✓ ただの「挨拶運動」になりがちな営業活動や、効率を重視するが故に機械的になりがちなCRM（顧客関係性のマネジメント）
 - ✓ クレームの多くが「修理したのに直っていなかった」というものであることから、修理を必要としない予防整備を顧客が求めていることに着目

▼同社HP



沿革・その他

【特徴】

「トラブルフリーのクルマ創り」をミッションに、自動車を販売するだけでなく、「壊れづらいという状態」を同社のサービスの要として提供すべく、販売後の点検や予防整備、保険などのアフターセールスに注力している。

課題への取組

アフターマーケットの開拓

営業やサービスプロセスの可視化

- ✓ 顧客にとっての本当のCS（顧客満足度）とは何かということ問いかけ、顧客のクレームの多くが「修理したのに直ってなかった」というものであることから、修理を必要としない予防整備を施し、常に車をいい状態に保つようなサービスを提供することに着目。
- ✓ 提案型営業をサポートする「Clear Box」を開発。オイル・タイヤなどの消耗品の耐用年数、顧客の整備履歴を基にした平均走行距離などのデータからの状態予測により、例えば次のオイル交換タイミングにはいつ頃到達するかを予測し、その指定された時期になったら自動でのDM発行に加えて、営業やフロントスタッフが案内をするというシステムで、顧客が本当に欲する情報を提供。

▼営業プロセス可視化ツール
Clear Box

▼顧客へ送られるダイレクトメール



Clear Box導入から1年弱で

- 在庫台数増加
- 収益が約1.4倍に改善


卸・小売業 × 営業活動 — 株式会社オギノ

顧客ロイヤルティを追求したマーケティングの実施

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社オギノ</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 荻野 寛二</p> <p>【所在地】 山梨県甲府市徳行 1-2-18</p> <p>【資本金】 98百万円</p> <p>【従業員】 2,161人</p> <p>【URL】 http://www.ogino.co.jp</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客の「ロイヤルティ」をいかに高めるか <ul style="list-style-type: none"> ✓ 「だれに」「どこで」「何を」を明らかにすることで、顧客が本当に求めているものを訴求する必要がある ✓ ロイヤルティが高い顧客を明らかにし、それらの顧客に向けて質の高いサービスを提供することで、さらなるロイヤルティの向上に貢献ができる <p style="text-align: center;">▼オギノ外観</p> 
<p style="text-align: center;">沿革・その他</p> <p>【特徴】 山梨県内を中心に47店舗を展開する総合小売業。POSの活用に定評がある。1996年にポイントカードを導入、データ収集分析を行い、「だれに」「どこで」「何を」を明確にしたきめ細やかなDM発送をしている。</p>	<p style="text-align: center;">課題への取組</p>
<p style="text-align: center;">ポイントカードに基づくマーケティング</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ポイントカード「グリーンスタンプカード」の導入購買金額上位から顧客を10分割するデシル(分位)分析の結果、上位40% (デシル1~4)の顧客で売上の81%を占める。さらに、デシル上位の優良顧客は、購買頻度、客単価ともに高く、ここにマーケティングコストを集約すれば、費用対効果の飛躍的な向上が見込めることも判明。 ✓ データ分析に基づくロイヤルティマーケティング →デシル上位の顧客に対してはダイレクトメールでピンポイントに様々な優遇告知を行い、特別なポイントを付加することで、全顧客の平均買い上げ点数が1割上がり、売上が1割増えた。 ✓ 「個客」への対応強化 →例えば購買履歴から赤ちゃんのいる家庭を割り出し、そこに限定してベビーフードや紙おむつの案内をDMに特典を付けて送付している。 ✓ マーチャンダイジングへの活用 →例えばデータでは完全に死に筋商品であっても、デシルランクの高い顧客がコンスタントに買っている商品はカットしない。 <p style="text-align: right;">▼ポイントカード</p> 	

外食業×営業活動 — 重光産業株式会社

海外現地法人との信頼関係構築により、安定的な売上を確保

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 重光産業株式会社 【業種】 外食業 【代表者】 重光 克昭 【所在地】 熊本県菊池郡菊陽町辛川 448 【資本金】 64.5百万円 【従業員】 97人 【URL】 http://www.aji1000.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 現地の味の好みと自社ブランドの維持とのバランス ② “即断・即決” の意思決定などによる経営力の向上 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① <u>マーケティングや商品開発などの営業戦略は現地法人のアイデアを尊重し、自社は品質管理等に関して、適時・適切な情報共有・助言等を行うことで、信頼関係を構築。</u> ② <u>即断・即決の経営を可能にするため、現地法人に権限移譲し、ロイヤリティも最小限にとどめることで、利益追求へのモチベーションを向上させる。</u> <p>▶世界の味千メニュー (出典元より引用)</p> <p>オマール海老(シンガポール)や、ラム肉(モンゴル)など、現地の食文化を取り入れながら、世界各地で商品開発を進める</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 国内外に多くFC店舗を持つ「味千ラーメン」チェーンの本部企業。1994年に台湾に進出して以降、積極的に海外へ出店。出店先の国の食文化に合わせてメニュー開発を行い、店舗数は国内74店舗、海外819店舗に及ぶ。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2017年版(中小企業庁)
 (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2017.htm>)を加工して作成

外食業×営業活動 — A社



SNS等の活用による集客促進

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 A社 【業種】 外食業 【代表者】 — 【所在地】 — 【資本金】 — 【従業員】 —</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 少子高齢化の進展で、地元高校生が減少傾向にあり、コアなファンをつくっていく必要があった。 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① メールマガジンコンテンツの見直し <ul style="list-style-type: none"> ✓ ワンスクロールで情報が分かるようにレイアウトを工夫 ✓ 一押しポイントを明確にする ✓ 情報の優先順位をつける ② 目的に適したSNSや店頭広告などの媒体の使い分け <ul style="list-style-type: none"> ✓ 地元密着企画を店頭で訴求 ✓ 割引企画は新聞折り込みで広く訴求 ✓ メルマガにより年代やエリア等、ターゲット別企画の訴求 ✓ スピーディな告知、顧客主体の情報発信を促進し、それに対する反応・拡散などを目的としたSNSの活用 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ メールマガジン会員数やフォロワー数の増加
沿革・その他	
<p>【特徴】 ハンバーグ、カレーなどを提供(体に、心に、地域に、環境にやさしい経営、楽しい、感動を提供)するセルフレストラン。関連物販の販売も行う。</p>	




出典:「外食・中食の生産性向上に向けた手引き～他社の取り組みからのヒント集～」(農林水産省)
 (<http://www.maff.go.jp/shokusan/gaisyoku/attach/pdf/seisanseikoujyou-10.pdf>)を加工して作成

外食業 × 営業活動 — B級ご当地グルメ・ネットワークス株式会社

情報発信や効果的なPRで郷土の食をブランド化し、地域資源に

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 B級ご当地グルメ・ネットワークス株式会社</p> <p>【業種】 外食業</p> <p>【代表者】 佐々木 伸夫</p> <p>【所在地】 青森県八戸市北白山台 2-4-23</p> <p>【資本金】 10百万円</p> <p>【従業員】 ー</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 地元八戸市以外では認知度が低く、地域食材としてのブランドイメージもなかった「八戸せんべい汁」に関する様々な情報提供やイベント開催などの活動により、全国的な八戸せんべい汁の認知度向上とブランド確立に取り組んでいる <p>▼八戸せんべい汁</p>  <p>▼せんべい汁のお土産商品</p> 
沿革・その他	
<p>【沿革】</p> <p>2002年の新幹線開業を機に、「青森といえば八戸せんべい汁」と言われるための地域ブランド化への取組をスタートし、情報発信や効果的なPRで郷土の食のブランド化に取り組んでいる</p>	

課題への取組

<ul style="list-style-type: none"> ■ 地元では特別視されていなかった独自の地域資産である八戸せんべい汁に着目し、そのブランド化による地域活性化に取り組むとともに、全国の食による地域興し団体と連携した食の祭典「B-1グランプリ」を企画・プロデュースしてきたことや、ユニークな応援歌などのマスコミ戦略によって、効果的なPRを実現 ✓ せんべい汁は居酒屋、小料理屋で出されており、店を外から見ただけではせんべい汁があるのかどうか観光客には分からないため、ガイドマップ作成とともに飲食店に掲示してもらう「せんべい汁あります」という旗を作って配布 ✓ PRのため、マスコミに取り上げてもらう話題づくりに注力。代表的なものとしては、2004年より公式応援ソング「好きだDear!八戸せんべい汁」によるPR活動を行っている ✓ 八戸せんべい汁の全国的なPRのため、全国で食による地域興しを行っている団体に参加を募り、B級ご当地グルメの全国的祭典「B-1グランプリ」を立ち上げた。第1回「B-1グランプリ」は八戸せんべい汁研究所が主催したことから多くの取材を受け、八戸せんべい汁の認知向上に大きく貢献した ✓ 大手コンビニや地元南部せんべい製造業者、地元ホテルなどの八戸せんべい汁関連の共同開発を行い、地元産せんべいの使用による業界支援にも一役買っている 	<p>▼日本各地で開催される「B-1グランプリ」</p> <p>B級ご当地グルメ日本一決定戦</p>   <p>▼公式応援ソング「好きだDear!八戸せんべい汁」</p> 
--	---


宿泊業×営業活動 — 株式会社KPG HOTEL&RESORT

海外セールスの拡大と付帯施設予約システムの一元化による収益増加

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】株式会社KPG HOTEL&RESORT 【業種】 宿泊業 【代表者】 加藤 友康 【所在地】 長崎市伊王島町 1-3277-7 【資本金】 10百万円 【従業員】 1,219人 【URL】 https://www.kpg.gr.jp/</p>	<p>【海外セールス強化とネット予約業務効率化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ リニューアルオープンに伴う客室増やインバウンド対策の強化を図るためにも、新しいシステムを導入する必要があった。 <p>【付帯施設予約システムの導入】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ リゾートホテルとして複数の付帯施設をかかえているが、ホテルのフロント、温浴施設、アクティビティ受付など、それぞれの施設ごとの予約用パソコンにエクセルの台帳で予約管理しており、手続きが煩雑であった。
<p>沿革・その他</p>	<p>▼通年型リゾートホテル</p>  <p>▼様々な付帯設備</p> 
<p>沿革</p> <p>2003年に通年型リゾート施設「やすらぎ伊王島」オープン、2018年4月にリニューアルオープン。国内初の体験型アトラクション「アイランドルミナ」が好評で、長崎の夜の新たな周遊型観光の確立を目指す。</p>	
課題への取組	
<p>海外セールス強化とネット予約業務効率化</p> <p>ネット予約の自動取込システムの導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1件当たりの処理時間が従来の8分の1に短縮。 ✓ 残業時間短縮による従業員満足度向上、空いた時間でコンシェルジュ業務を行い顧客満足度向上にも寄与 	<p>付帯施設予約システムの導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ フロントカウンター、温浴施設、アクティビティカウンター、レストランなど各所で予約が可能 ✓ 作業の効率化はもちろんのこと、データベース上での顧客管理が可能に。各施設における顧客の嗜好を把握・分析し、さらに効果的なマーケティングにつなげる
<p>海外セールス強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 海外OTA(Online Travel Agent)への提供部屋数を増加 ✓ ネット予約の自動取込システムを導入したことにより、作業負担を上げることなく対応 ✓ 多言語対応可能スタッフも常駐 	<p>QRコード決済システムも導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ リストバンド型のQRコードによる決済システムを導入。会計を部屋付けにすることで、顧客の利便性にも寄与 
取組の効果	
<p>➤ システムを導入し作業効率化を図ることによって、各スタッフがお客様と対応する機会が増え、顧客満足度の向上につながるとともに、残業時間削減により、従業員満足度の向上にもつながった。また、顧客分析による売上増加を見込んでおり、施設リニューアル・スタッフによる多言語対応等の顧客受け入れ体制の強化により、今後さらなる付加価値向上が期待できる。</p>	

宿泊業 × 営業活動 — 株式会社新湯ホテル

遊休施設の活用による顧客満足度向上

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社新湯ホテル 【業種】 宿泊業 【代表者】 豊田 紗英子 【所在地】 長崎県雲仙市小浜町雲仙320 【資本金】 6百万円 【従業員】 40人 【URL】 http://www.sinyuhotel.co.jp</p>	<p>【旧館の客室稼働率低下】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 当館には、旧館と称される建築後、年数を経た棟があり、改装やリニューアルを重ねてきてはいるものの、稼働率は新しい客室に比べると低い状況であった。 ■ 旧館の部屋を個室食事場として利用し、付加価値を高めて生産性の向上を図ろうと考えた。 <p>【個人客取込の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客管理システムを強化し、リピーター化につなげたい。
沿革・その他	 <p>▲個室の食事会場</p>
<p>【沿革】 明治30年創業。 雲仙国立公園の中にある温泉旅館。 インバウンド客も含め、様々な宿泊客が訪れている。</p>	

課題への取組

旧館客室の個室食事会場への転換・個人客取込強化

食事場所としての雰囲気を出すため、客室、廊下、アプローチ、パントリーの改装設計を実施。まず、パントリーに食事提供のための機材の導入と動線を整備。廊下と客室は、今後改装予定。併せて顧客管理システムを強化。効果的なプロモーションにつなげていく。

従業員満足度アップ

- ✓ 食事会場の場合と異なり、準備や片付けの際にお客様の目に触れないため、アルバイトでも対応できる

収益改善

- ✓ 標準の宿泊料金より高くても、個室食事会場を選択頂ける
- ✓ 繁忙期の団体受け入れ時には客室として使用し、繁閑調整を行うことができる
- ✓ マーケティング強化

顧客満足度アップ

- ✓ 子ども連れの客層など、周りに気兼ねせず利用できる
- ✓ 口コミの向上につながる

全社的な生産性の向上

製造業×営業活動 — 摂津工業株式会社

多様な連携で地元経済や6次産業化に貢献

企業概要

【企業名】 摂津工業株式会社
 【業種】 製造業
 【代表者】 摂津 隆祐
 【所在地】 熊本県水俣市浜松町
 4番101号
 【資本金】 30百万円
 【従業員】 70人
 【URL】 <http://www.settsu-web.co.jp/>

沿革・その他

【特徴】
 各種プラント設備や圧力容器の設計・製造、据付け、配管工事、工作機器加工、メンテナンスまで一貫した対応ができる高い技術力と品質は国内外の取引先から高い評価を獲得している。

企業の抱える課題

【課題認識】

- ① 地域企業の技術力を活用した海外需要の獲得
- ② 米消費拡大や健康増進への貢献のための玄米ペースト市場への参入

▶玄米ペースト化装置

農機具販売の中九州クボタの子会社である熊本玄米研究所が、玄米ペースト事業に取り組み始めたが、安定稼働する装置がなく、事業化ネックとなり、同ペースト市場への参入が遅れていた。



玄米



ペースト化後

課題への取組

課題の解決

地域企業や関係機関との連携による需要獲得

- ✓ 水俣市に古くからある高度なプラント技術を持つ中小企業群内の企業と連携し、高度な技術力集団「チームみなまた」を形成し、海外展開活動を進める。
- ✓ 「熊本県産業技術センター」などと連携し、玄米の全自動ペースト化装置を共同開発し、異分野での需要拡大を実現。

取組の効果

地元経済や6次産業化に貢献

- ✓ 海外市場では4か国ほど環境関連装置等の出荷実績を生み出す。
- ✓ 自社の技術力が、農業から食・健康産業までの広範囲に渡った高い付加価値創出につながり、地域経済の活性化にも貢献。

熊本県産業技術センター

【概要】

産業技術や農林水産物に関する研究開発等の支援を行う、熊本県の技術支援機関。

支援メニュー

技術支援

研究開発

人材育成

産学官連携

+

マーケティング

(公財)くまもと産業支援財団との連携

⇒「売れるものづくり」の実現

(参考) <http://www.iri.pref.kumamoto.jp/index.php>

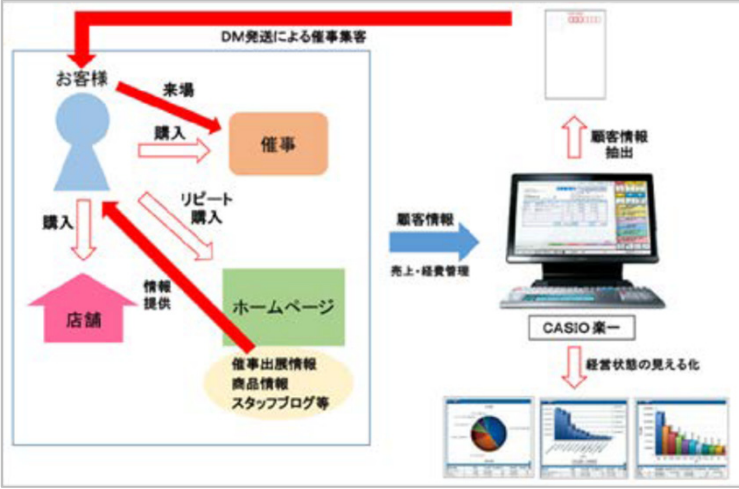
製造業 × 営業活動 — 有限会社タンポポ

新鮮・安全の食品づくり。インターネット通販や百貨店催事出店で売上拡大

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 有限会社タンポポ 【業種】 製造業 【代表者】 長坂 喜義 【所在地】 群馬県高崎市鼻高町 1380 【資本金】 3.6百万円 【従業員】 23人 【URL】 http://www.tan-popo.co.jp/</p>	<p>【課題認識と目標設定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 売上や顧客情報等の紙ベースでの管理 ✓ 情報が一元管理されず効率性が低かった。 ■ ネット通販利用時の支払い方法の改善 ✓ 代金引換と銀行振込で対応しており、クレジットカードが主流の顧客のニーズに即していなかった。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">  </div> <p style="text-align: center;">▲同社の製品</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 直営の長坂牧場で採取した牛乳を原料に「飲むヨーグルト」「牧場ジェラート」等の乳製品を製造・販売している。群馬県優良県産品への選出、群馬県知事賞を受賞するなど、高品質と評価されている。</p>	

課題への取組

経営支援基幹システム導入	全面的なホームページの見直し
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 売上や顧客情報の一元管理による業務効率化、残業時間の減少等の効果 ✓ 顧客情報を一元管理できる仕組みを構築し、ネット注文をした顧客に向け、全国各地での催事出展を案内するDM発送に活用 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スマートフォンやタブレット等への対応 ✓ 支払方法にクレジットカード払いを加えることで顧客の利便性向上 ✓ 店舗・催事・HPを連動させた集客を展開



◀システム概念図(経済産業省事例集より)

取組の効果

- 売上高約1.5倍、経常利益も大幅UP
- DMヒット率80%(DMを出したお客様が来場する比率)

製造業×営業活動 — 株式会社長崎堂

基幹ブランドに新ブランドを加え、実店舗とEC事業を組合わせたオムニチャネル経営の実践

企業概要

【企業名】 株式会社長崎堂
 【業種】 製造業
 【代表者】 荒木 貴史
 【所在地】 大阪府大阪市中央区
 心斎橋筋2-1-29
 【資本金】 30百万円
 【従業員】 244人
 【URL】<https://www.nagasakido.com/top/>

沿革・その他

【沿革】
 歴史と伝統と熟練の技術を継承し、創業百周年を迎える菓子製造・販売会社。企画開発、デザイン、店舗開発、製造、販売の全てを一貫してマネジメント。海外進出、オムニチャネル戦略の実現を推し進めている。

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- 長崎堂の特徴：
 企画開発、デザイン、店舗開発、製造、販売の全てを、グループ内で一貫してマネジメントを行う

「創造と革新」が必要

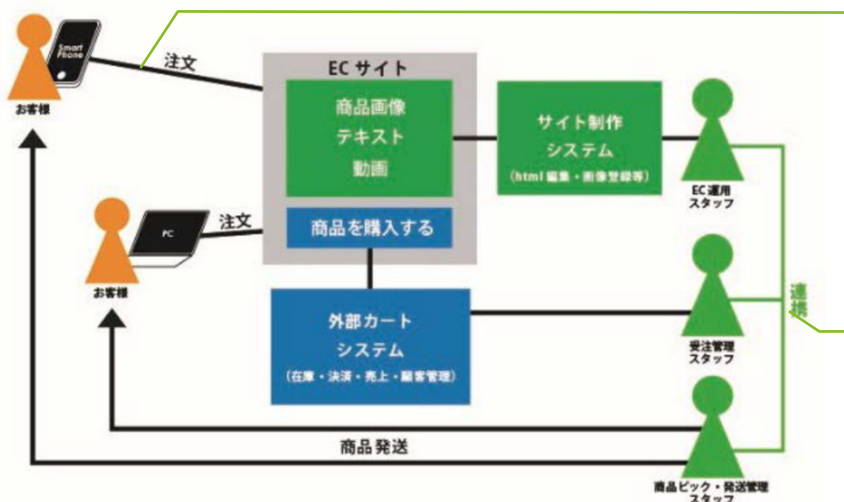
- ✓ 複数のブランドを同時運営する幅広い販売チャネル
- ✓ 海外事業への進出
- ✓ 実店舗だけでなくネット、SNSを活用したオムニチャネル戦略の実現



▲同社の製品
 (同社HPより)

課題への取組

実店舗とのシナジー効果を狙ったEC事業の強化



【ポイント】

【顧客側】

- お客様にとって、見やすい、探しやすい、決済しやすい、画面の設計やカートシステムの構築
- PC、スマートフォン、タブレット等複数のユーザー環境への対応を考慮


【運営側】

- 基本となる運用業務の流れや手続きの流れを標準化し、専門技術のない社内スタッフでも更新が可能な仕組みの構築

効果：過去5年間の売上高の伸び約1.3倍、リピート率約40%超

製造業×営業活動 — 株式会社星製作所

ニッチな市場に訴求するデジタル経営戦略とWeb自動見積もりによる営業力強化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社 星製作所</p> <p>【業種】 製造業</p> <p>【代表者】 星 肇</p> <p>【所在地】 東京都八王子市美山町 2161-15</p> <p>【資本金】 5百万円</p> <p>【従業員】 8人</p> <p>【URL】 http://hoshi-ss.co.jp/</p>	<p>【課題認識と目標設定】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 従業員数が少なく、新規顧客獲得の成果が出ない ⇒極力少人数で確実に受注できる体制を構築（営業力強化） ■ 景気低迷による業績悪化 ⇒個々の受注の生産性を上げ、利益を確実に取れるようにする  <p>←同社HP</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 1984年設立。元請けに頼らない販路開拓や製造のプロセスなどにおいて、BtoB専門技術サイトの開設や、Web自動見積もり機能による板金筐体の「価格の見える化」サービスを開始し営業力強化。</p>	

課題への取組

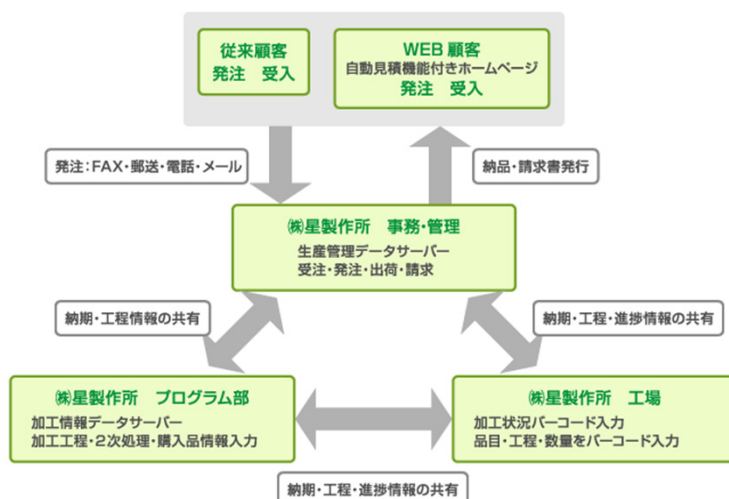
HPを新設し、「板金ケース.com」と命名

- ✓ ユーザーへ製品価格を明示し、不安感を払拭するためにWeb見積りが可能なHPを制作。
- ✓ 様々な分野のシステム開発会社をターゲットに、板金に関する知識がなくても分かりやすいHPを目指す。

受注状況や工程進捗を事務所と工場と共有

- ✓ 個々の受注の生産性を上げ、的確な作業指示、進捗管理を円滑に行えるよう、受注から製造・納品、請求・入金までの一貫システムを導入。

システム概念図(経済産業省HPより)



取組の効果

- 顧客の獲得期間の短縮や低コスト化に貢献
- 生産管理システム導入による人為ミスを削減
- クレームが減少し、顧客評価向上

3. ベストプラクティス事例 (2)コスト把握・効率化

ヒト・モノ・場所の効率化の例

イントロダクション

場所の効率化

【現状】

- ✓ 遠隔地への出張時や職場外にいる場合に社内資料を確認できない

社内ツールのクラウド化

【導入後】

- ✓ 外出先や在宅からでも作業が可能となり、コミュニケーションが効率的に

人員の効率化

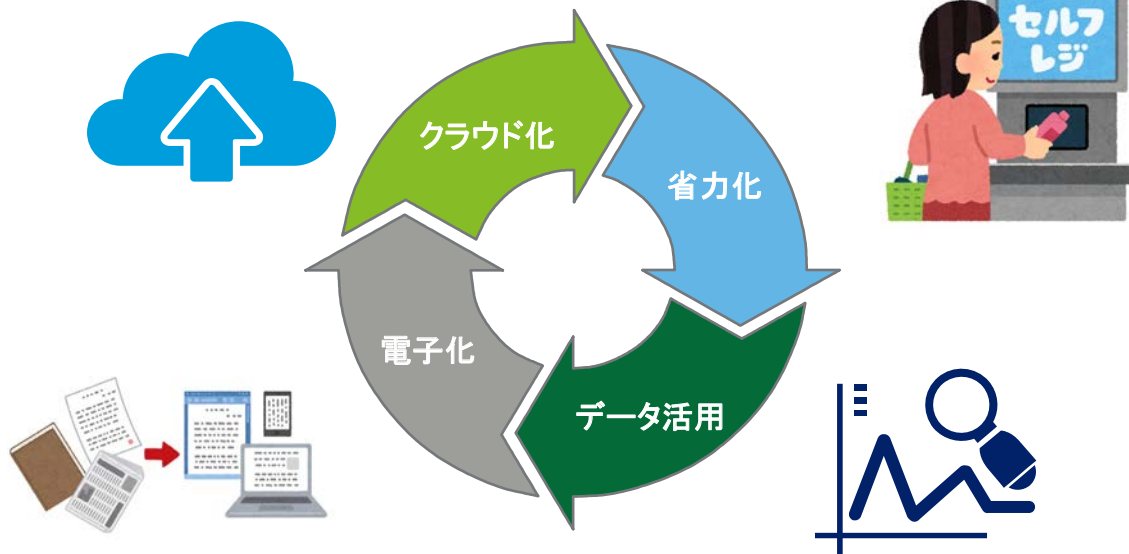
【現状】

- ✓ 購入代金や釣銭の受け渡しまで対応し、ピーク時に行列が頻繁に発生

セルフレジの導入

【導入後】

- ✓ 買い物客が自身でレジ精算を行えるようになり、レジ業務が効率化



モノの効率化

【現状】

- ✓ 注文を受けた際には、手書きで伝票に記入したものを転記する作業が発生

Webなどで電子化

【導入後】

- ✓ Web上での注文管理ができるようになり、作業効率が大幅に改善

マーケティングの効率化

【現状】

- ✓ 顧客データは蓄積しているものの、データを有効活用できていない

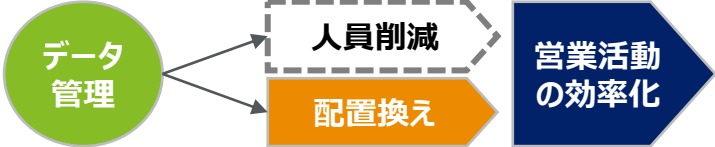
データの見える化

【導入後】

- ✓ 頻繁に購入する層に対して、DMを送付するなど、効率的なアプローチが可能に

卸・小売業×コスト把握・効率化 — 株式会社富建


データ管理による効率的な人員配置

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社富建</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 原田 岳</p> <p>【所在地】 長崎県大村市富の原 1丁目1545-1</p> <p>【資本金】 50百万円</p> <p>【従業員】 100人</p> <p>【URL】 http://www.tomiken.gr.jp/</p>	<p>【課題】</p> <p>① タイムリーな顧客対応</p> <p>② 営業担当のデスクワーク業務の削減</p> <p>【取組】</p> <p>① 材料の追加注文などの際には、その都度品番を確認してから発注作業を行っていたが、同一現場での注文履歴を検索できるシステムを導入したことで、業務時間の大幅な短縮を実現。また、商品の入荷状況や、配送状況なども管理できるようになったため、顧客からの問合せにタイムリーに対応できるようになった。</p> <p>② 社内の販売管理システムを活用することにより、経理事務員を減らし、営業のバックヤード部隊として、売上に直結する業務へのシフトチェンジを実施。</p>
沿革・その他	 <p>データ管理 → 人員削減 / 配置換え → 営業活動の効率化</p>
<p>【特徴】</p> <p>1910年創業、長崎県内に5拠点、佐賀県内に1拠点を構えその地域の工務店や建設会社に住宅資材を提供する地域密着型卸業。それら以外にも、総合的にサポートすることで住環境の向上と創造に貢献している。</p>	

出典：『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2019年版（中小企業庁）
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2019.htm> を加工して作成

卸・小売業×コスト把握・効率化 — すててこ株式会社

顧客データの見える化で効率的にアプローチ

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 すててこ株式会社</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 笹原 博之</p> <p>【所在地】 福井県あわら市春宮 2-4-22</p> <p>【資本金】 10百万円</p> <p>【従業員】 26人</p> <p>【URL】 https://www.suteteko.jp</p>	<p>【課題】</p> <p>① 顧客との効果的なコミュニケーションの実現</p> <p>② 繁忙期における効率的な倉庫管理</p> <p>【取組】</p> <p>① 顧客の購入頻度や金額などのデータを「見える化」し、顧客カテゴリ毎に、効果的なコミュニケーションを使い分ける仕組みを構築。例えば、頻繁に購入する層に対しては、ハガキでアプローチするなど、効率的なコミュニケーションに成功。</p> <p>② 商品情報と在庫を一括管理するシステムを導入し、すべての商品にバーコードを付けデータ化することで、単品管理を実現。受注からピッキング、出荷までの一連の作業の効率化を達成。</p>
沿革・その他	<p>▶ 顧客管理システムによるデータ分析 (出典元より引用)</p> 
<p>【特徴】</p> <p>インナー専門のインターネット販売を行う。現社長が事業承継後、実店舗を物流倉庫に改修。下着のネット販売に特化。ITを活用した物流改善、商品・顧客管理システム導入等、生産性向上に注力している。</p>	

出典：『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2019年版（中小企業庁）
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2019.htm> を加工して作成 21

卸・小売業×コスト把握・効率化 — B社

業務改善助成金を活用してレジ業務を効率化

企業概要		企業の抱える課題と取組
【企業名】	B社	【課題】 ✓ 購入代金や釣銭の受け渡しまでをすべて従業員で行っていたため、顧客の多い時間帯でレジ待ちの行列ができる。
【業種】	卸・小売業	
【代表者】	—	【取組】 ✓ セミセルフPOSレジを導入し、商品のバーコード読み取り後の購入代金や釣銭の受け渡しを顧客が機械で行うようにしたことで、精算時間が短縮し、同じ時間でより多くの精算処理が可能に。 →従業員の時給(事業場内最低賃金)を52円引上げ
【所在地】	九州地方	
【資本金】	—	
【従業員】	24人	

【コラム】補助金・助成金制度(その1)

業務改善助成金(厚生労働省)

- ✓ 中小企業・小規模事業者の生産性向上を支援し、事業場内で最も低い賃金(事業場内最低賃金)の引上げを図るための制度
- ✓ 生産性向上のための設備投資(機械設備、POSシステム等の導入)や人材育成に係る研修、業務改善のためのコンサルティングなどを行い、事業場内最低賃金を30円以上引き上げた場合、設備投資などにかかった費用の一部を助成

コース	引き上げる労働者数	助成上限額	助成対象事業場	助成率
30円コース (800円未満)	1~3人	50万円	事業場内最低賃金800円未満の事業場かつ 事業場内最低賃金と地域別最低賃金の差額が30円以内及び 事業場規模30人以下の事業場	4/5 生産性要件を満たした場合は 9/10(※)
	4~6人	70万円		
	7人以上	100万円		
30円コース	1~3人	50万円	事業場内最低賃金と地域別最低賃金の差額が30円以内及び 事業場規模30人以下の事業場	3/4 生産性要件を満たした場合は 4/5(※)
	4~6人	70万円		
	7人以上	100万円		

(※)ここでいう「生産性」とは、企業の決算書類から算出した、労働者1人当たりの付加価値をいう。助成金の支給申請時の直近の決算書類に基づく生産性と、その3年度前の決算書類に基づく生産性を比較し、伸び率が一定水準を超えている場合等に、加算して支給される。

【支給要件】



- ① 賃金引上げ計画を策定すること(事業場内最低賃金を一定額以上引き上げる(就業規則等に規定))
 - ② 引上げ後の賃金額を支払うこと
 - ③ 生産性向上に資する機器・設備などを導入することにより業務改善を行い、その費用を支払うこと
(①単なる経費削減のための経費、②職場環境を改善するための経費、③通常の事業活動に伴う経費は除く)
 - ④ 解雇、賃金引下げ等の不交付事由がないこと など
- その他、申請にあたって必要な書類がある。

【助成額】

- ✓ 申請コースごとに定める引上げ額以上、事業場内最低賃金を引き上げた場合、生産性向上のための投資等にかかった費用に助成率を乗じて算出した額

卸・小売業×コスト把握・効率化 — 小迫商店

「売場環境を効率化」による、顧客満足度の向上・生産性の向上を実現

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 小迫商店 【業種】 卸・小売業 【代表者】 小迫 高雄 【所在地】 鹿児島県曾於市末吉町南之郷4520番地 【資本金】 — 【従業員】 代表1人、専従者2人、パート4人 【URL】 http://kozako.net</p>	<p>【具体的な課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ メイン顧客に対して訴求力の高い売場環境が整っていない <ol style="list-style-type: none"> ① 突出した陳列により、メイン通路幅が狭い ② 計り売りの精肉により十分な接客ができない ③ 定番什器が低く、商品陳列量が少ない ④ 惣菜弁当の売り場が狭く、メニューもマンネリ化 <p>▼突出した陳列の通路  突出し陳列</p> <p>▼陳列量が少ない従来の什器  135cm</p>
沿革・その他	
<p>【沿革】 大正10年、小迫栄吉が「小迫商店」を創業。以降、たばこ・酒の販売、精肉・鮮魚・惣菜の販売、弁当の販売と商品力を強化し、地方新聞紙やテレビ番組でも取り上げられる地域の人気商店となる。</p>	

課題への取組

売場環境の効率化による快適な売場づくり

① オープン冷蔵ケース入れ替えで通路幅拡大
 容量の大きな機種に入れ替え、収容能力を向上させるとともに、突出していた陳列をなくすことで、ゆっくりとお買い物できる空間を提供

② セミ多段冷蔵ケースで精肉のセルフ販売を実現
 待ち時間なく、好きなときに精肉をお買い物できる環境を実現
 計り売りによる作業削減による生産性の向上を実現

③ 高い定番什器への入替えで商品陳列量を拡大
 従来よりも品揃えを拡大することにより、お客様の満足度向上を実現

④ レイアウト変更により惣菜弁当売り場を2倍に拡大
 総菜売り場を2倍に広げて品数と量を充実させることにより、売り切れることが多かった惣菜弁当の機会ロスによる損失を削減

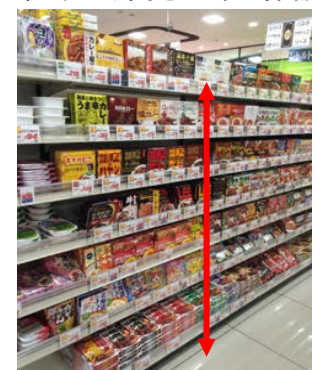
総投資額 1,450万円

5年間で1,600万円の営業利益向上(見込み)

▼精肉のセルフ販売



▼従来より高さのある什器



卸・小売業×コスト把握・効率化 — サミット株式会社

LSPの導入によりムリ・ムダ・ムラを排除

企業概要

【企業名】	サミット株式会社
【業種】	卸・小売業
【代表者】	竹野 浩樹
【所在地】	東京都杉並区 永福3-57-14
【資本金】	3,920百万円
【従業員】	2,324人
【URL】	http://www.summitstore.co.jp

沿革・その他

【特徴】
「嘘のない仕事」を経営理念に関東で食品スーパー「サミットストア」のチェーン展開を行っている。日本でいち早く、LSP(レイバー・スケジューリング・プログラム)を導入、作業の効率化を実現した。

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- ムリ・ムダ・ムラの排除実現へ
 - ✓ 職人気質のスタッフが仕切っていた個々の売場、作業場を科学的に管理し、作業を効率化・最適化

LSPの導入が必要

LSPとは、アメリカのスーパーマーケットで生まれた店舗運営方式で、人に作業を割り振るという考え方とは逆の発想で、「必要な作業に人を付ける」ことにより、作業の効率化とコストの削減を目的とする仕組みである

▼同社HP



▼環境活動・社会貢献活動



課題への取組

LSP導入による作業の標準化・最適化

- ① 同業他社との勉強会にてLSPについて研究し、実験店舗を設けてグロサリー部門から取組を開始
- ② 作業を定量管理するに当たって、**まずはすべての作業をリストアップ**するという基本中の基本部分をスタート点と定めた
- ③ 次に、この段階で**作業区分を変動作業と固定作業に分類**。変動作業とは物量により作業量が増減するもの、固定作業とは売場面積やハード面により作業量が増減するものである
- ④ 蓄積したデータを整理し、**人時(マンアワー)として数値化**した。この1人時とは、1人が1時間を要する作業のことである
- ⑤ 人時を用いて、**それぞれの作業のRE基準(合理的な基準値)を算出**した。RE基準とは、「個々の作業を平常な状態でマニュアル通りに行うのに必要な時間」である
- ⑥ 算出された**RE基準を基に個々の作業別・曜日別の基準表を作成**、作業割当表にスタッフを割り当てた。作業割当表は計画した売上高を入力すると、標準の作業時間数と、いつまでにどんな作業をするかまで表示されるようになっている
- ⑦ 実際にLSPに基づく作業を開始するとともに、一定の期間をおいて追跡調査を行った。「作業システムチェックリスト」という**評価表を用いて、RE基準を満たしているかチェック**するという仕組みで、90点を及第の目安とした
- ⑧ RE基準を満たしていない場合は、原因を調査。ケースによっては、基準そのものの見直しを実施
- ⑨ 最終的に、LSPを本部から現場のマネージャー・店長に引き継ぎ、店舗主導で管理

- ✓ 全ての社員がLSPシステムを指針として行動するようになった
- ✓ 作業場の問題を現場のスタッフが解決する仕組みが構築された
- ✓ スタッフの異動と作業の引継ぎがスムーズに行われるようになった

卸・小売業×コスト把握・効率化 — 株式会社大丸松坂屋百貨店 (大丸札幌店)

顧客にとって重要な仕事かどうかを基準とした業務の効率化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社大丸松坂屋百貨店 (大丸札幌店)</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 好本 達也</p> <p>【所在地】 北海道札幌市中央区 北5条西4丁目7番地</p> <p>【資本金】 —</p> <p>【従業員】 —</p> <p>【URL】 https://www.daimaru.co.jp</p>	<p>【課題と背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> 1990年代後半、百貨店業界はバブル以降の不況の影響を受け危機的状況にあり、百貨店事業自体が「高コスト・低収益・低効率経営」の構造不況業種であるという見方が強かった。これに危機感を抱き、同社では1998年より経営改革をスタート。「第一次営業改革」では「最大の顧客満足度を最小のコストで実現」をモットーに経営体質強化に取り組んだ。 <p>▼大丸札幌店</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>札幌店はパート・アルバイトの活用によって正社員を最小限に抑え、出店後半年で営業黒字を達成。その立地環境の良さも手伝い、2009年からは老舗の丸井今井を抜き、地域一番店となっている。</p>	

課題への取組

業務標準化及び業務プロセス見直しによる業務効率化を推進

- ✓ 全売り場の仕入れから販売に至るまでの150以上の仕事を洗い出し、売場を仕入れと販売の運営形態別に18のパターンに集約。その上で「顧客にとって重要な仕事か、重要でない仕事か」を切り口に、業務の標準化・システム化・マニュアル化を行った
- ✓ 接客パターンの分析により
 - 百貨店の特徴である、商品情報を顧客に伝えることで販売を行う「コンサルティング」
 - 顧客との挨拶等のやりとりをして購入してもらう「対面販売」
 - 従来百貨店ではあまり意識されていなかった顧客に勝手に商品を選んでレジに持って行ってもらう「ポイントサポート」
 の3つに分類。必要な社員数を洗い出し、人員の最適化を行った
- ✓ 売り場と倉庫の導線を短くし、整理整頓を徹底して売場の効率性を高めた。また従来は販売員が行っていた納品済み商品の荷捌きや売り場倉庫への運搬は、アルバイト店員を中心とした「営業支援部」が行い、販売員が顧客販売に集中した

▼売場周辺に通常より大きい倉庫を設置



▼札幌店から開始されたポイントカード



人件費率が、通常6%以上のところ、札幌店では**3.9~4%**程度に抑えることに成功

外食業×コスト把握・効率化 — 株式会社一蘭

サービスプロセスの改善による業務効率化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社一蘭 【業種】 外食業 【代表者】 吉富 学 【所在地】 福岡県福岡市博多区中洲 5-3-2一蘭本社ビル 【資本金】 40百万円 【従業員】 386人 【URL】 https://ichiran.com/</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客に最大限においしく自社のラーメンを食べてもらうために開発した独自の店舗システムが業務効率の改善や向上に大きく貢献するとともに、オリジナルの魅力となっている。また経営理念をベースに顧客や地域、社会に貢献するさまざまな活動を行い、企業価値の向上にも努めている。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>▼一蘭店舗</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>▼一蘭のとんこつラーメン</p>  </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>▼替え玉システム</p>  </div>
沿革・その他	
<p>【沿革】 1960年創業の老舗博多ラーメン店のチェーン展開を行っている。独自の唐辛子をベースにした秘伝のたれなどが人気を博し、全国にファンを作った人気ラーメン店である。</p>	

課題への取組

- ✓ 1号店開店時より「替玉システム」と「オーダーシステム」を始め、後の「味集中カウンター」の基礎となる目隠し暖簾をカウンター各席に配置。目隠し暖簾に加え、隣席に仕切り板を設け現在のスタイルとなったのは4年後。取り外し可能な仕切りに開発するなど、年々進化を遂げている。基本的に**店員とも顔を合わさずに済む仕組みで、女性客のラーメン店への入りにくさの緩和にも役立っている**。また半個室とすることで、会話などに時間を割かれることがなく、結果的に顧客の回転率が向上。2009年からは家族連れやグループで来店する顧客向けに「味集中個室」の導入も始めている
- ✓ 博多ラーメンでは「替玉」と呼ばれる麺のおかわりは当たり前だが、**おかわりをする姿を見られたくない女性客などに配慮し、声を出さずに替玉ができる元祖「替玉システム」を開発**。替玉プレートテーブルの前のボタン上に乗せるとチャルメラ音が鳴り、従業員が替玉プレートを回収に来るという仕組み。プレートは麺のかたさや量によって色分けし、厨房での作業ミスを防止
- ✓ **個人の微妙な味覚の違いに 대응するため「オーダーシステム」を採用**。顧客は専用のオーダー用紙の選択肢に丸をつけていくことで、簡単に味を自分の好みにアレンジすることができ、店側では聞き間違いや注文を取る手間、厨房での作り間違えがなくなるなどの効率化が図られている。オーダー用紙のレイアウトは、厨房のスタッフが作りやすいよう改良を重ね、また**外国人客が多いことから、英語、韓国語、中国語のオーダー用紙も用意している**
- ✓ 「味集中カウンター」「替玉システム」「オーダーシステム」や店舗レイアウト、その他システムなどを含めた「味集中システム」は、2009年に特許承認を取得。**顧客とスタッフの導線がぶつからず、半個室であっても客の動きやオーダー状況を的確に把握できるなどで、人員やスペースを最大限に有効活用している**
- ✓ 顧客とスタッフとの接点が少ないため、店舗でのアンケートシートやホームページでの顧客の要望などを重視。また、こうしたアンケートの回答や専門の顧客対応要員の対応状況は、社員全員で共有している



外食業×コスト把握・効率化 — 株式会社イーストン

生産・加工・販売を一貫で提供する6次産業化でコスト削減

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社イーストン</p> <p>【業種】 外食業</p> <p>【代表者】 大山 泰正</p> <p>【所在地】 北海道札幌市北区北十二条西3丁目2-13</p> <p>【資本金】 97.5百万円</p> <p>【従業員】 165人</p> <p>【URL】 https://www.eastone.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <p>✓ 人件費、食材費などのコスト削減</p> <p>【取組】</p> <p>① あべ養鶏場を事業承継し、養鶏技術を受け継ぐとともに、鶏舎の集卵ラインの自動化に取り組み、効率化。</p> <p>② 札幌市内にサポートキッチンを稼働させ、飲食店舗で使用する加工品等を集中生産。人件費と食材費を削減。</p> <p>③ 各店舗では随時自動ゆで麺機や自動ビールサーバーを導入し、経験の浅いスタッフでも業務を遂行できるよう機械化に取り組み。</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>生産者の想いが込められた北海道食材のおいしさを伝え、価値ある感動商品を届けるレストランビジネスを北海道、東北、首都圏に展開。さらに6次産業化を達成し、生産・加工・販売を同社で一貫して行っている。</p>	

出典：『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版（中小企業庁）
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>)を加工して作成

宿泊業×コスト把握・効率化 — 株式会社湯元館

バックヤードのIT化や自動化による徹底した現場改善

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社湯元館</p> <p>【業種】 宿泊業</p> <p>【代表者】 針谷 了</p> <p>【所在地】 滋賀県大津市苗鹿2-30-7</p> <p>【資本金】 50百万円</p> <p>【従業員】 155人</p> <p>【URL】 http://www.yumotokan.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <p>① 顧客の要望等の的確な把握</p> <p>② 料理運搬など、宴会の準備時間の短縮</p> <p>③ 重労働に従事する従業員の職場環境改善</p> <p>【取組】</p> <p>① 予約から客室管理、請求まで処理するITシステムの導入により、デジタルサイネージに顧客の要望を反映するなど、スタッフ全員で情報共有が可能となった。結果として、ミスの削減につながるとともに、顧客満足の向上に貢献。</p> <p>② 料理の運搬の際、厨房から宴会場まではローラーコンベアで運び、宴会場内ではお座敷台車を導入し、従業員の負担を軽減しつつ、作業効率の向上を実現。</p> <p>③ 現場の社員に積極的に改善提案を出してもらい、報奨金を出すとともに、とりわけ優秀な改善には、全社員研修で毎年表彰するなど、従業員の改善活動へのモチベーション向上を図っている。</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>琵琶湖畔のおごと温泉で最初に創業した老舗温泉旅館「湯元館」をはじめ、滋賀県、京都府にて旅館事業を営む。バックヤードのIT化や自動化など徹底した現場改善に取り組み、利益率向上を実現した。</p>	

出典：『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版（中小企業庁）
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>)を加工して作成

宿泊業×コスト把握・効率化 — 株式会社向瀧

老舗ならではの古い慣習を見直し、業務を効率化

コスト把握・効率化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社向瀧 【業種】 宿泊業 【代表者】 平田 裕一 【所在地】 福島県会津若松市東山町大字湯本字川向200番地 【資本金】 62百万円 【従業員】 25人 【URL】 http://www.mukaitaki.com</p>	<p>■ 老舗旅館ならではの悩み</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 経営者として改善しようと取り組むも、古くからの慣例やしきたりに従って仕事をしている従業員からの反発が大きく、改革が進まない ➢ 仕事への熟練度や年輪が感じられない ➢ 売上や顧客の減少を景気や時代のためだとし、改善の努力に踏み出せない ➢ 目指すべきビジョンが明確でない <p style="text-align: center;">自己満足・保守主義により 時代への変化に対応できないまま 取り残されてしまった</p>
沿革・その他	
<p>【沿革】 明治6年創業。国・登録有形文化財として指定されている。平成17年経済産業省IT百選優秀企業や、平成24年経済産業省・おもてなし経営企業・先進的モデル企業として選定された経験を有する。</p>	

課題への取組

取組概要	仕入れの見直し	調理場の整理	調理法見直し
社内への効果	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 無駄・ムラ・無理の削減 ✓ 能動的な仕事の組み立て 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 時間短縮・疲労低減 ✓ 破損食器の削減 ✓ 光熱費低減 ✓ 調理事故防止 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 間違いの減少 ✓ スピードアップ ✓ 連帯感の向上 ✓ 味の追求、こだわりの追求
顧客への効果	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新鮮な地元の美味しさを味わえる 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 盛り付けの向上 ✓ 食品材料の安全管理 ✓ 鮮度向上、出来立て料理の提供 ✓ 衛生・品質の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 出来立て料理の提供 ✓ おもてなしの意識向上、接客力の向上

宿泊業×コスト把握・効率化 — 九州教具株式会社

業務量調査による高効率業務モデルの構築

コスト把握・効率化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 九州教具株式会社 【業種】 宿泊業 【代表者】 船橋 修一 【所在地】 長崎県大村市桜馬場1丁目214-2 【資本金】 60百万円(全社) 【従業員】 228人(社員) 【URL】 http://q-bic.net/</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 事業拡大や収益性向上のため、優秀な人材を確保し、ワーク・ライフ・バランスを重視した働き方ができるよう、社員の処遇改善を図る必要性を認識。 ■ そのため、全業務の棚卸を行い、さらなる業務効率化を図り、部門毎の管理指標(KPI)を設定。 ■ 本事業で構築した適正人員算出モデルを活用し、ホテルオペレーション事業への展開を目指したい。
沿革・その他	
<p>【沿革】 1946年にオフィス機器の販売店として創業。ICT機器やオフィス備品等を提案するソリューション事業、ホテル事業、ボトルドウォーター製造宅配事業を展開。異なる事業間での情報共有・活用を強みとし、地域の課題解決を目指すCSV経営(Creating Shared Value:価値共創)を推進。</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>▲ホテルベルビュー長崎出島</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>▲ホテルウイングポート長崎</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>▲ホテルクオーレ長崎駅前</p> </div> <div style="width: 50%; text-align: center;">  <p>▲ホテルブリスヴィラ波佐見</p> </div> </div>

課題への取組

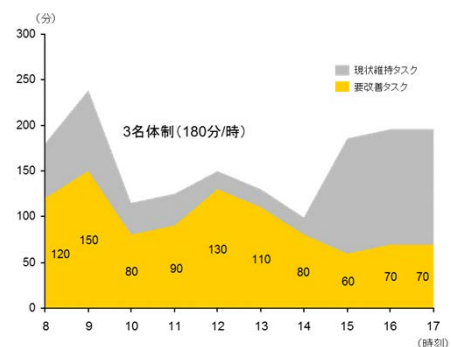
業務量調査による、全業務の見直し

外部コンサルタントを導入し、社員全員が日々どのような業務を行っているのかを詳細に調査。結果を見える化し、社内(グループホテル間)及び社外(高効率型のホテル)と比較。各ホテルの業務量・人員配置・人材スペック等の状況を把握。

▼業務量調査、業務見直しの流れ



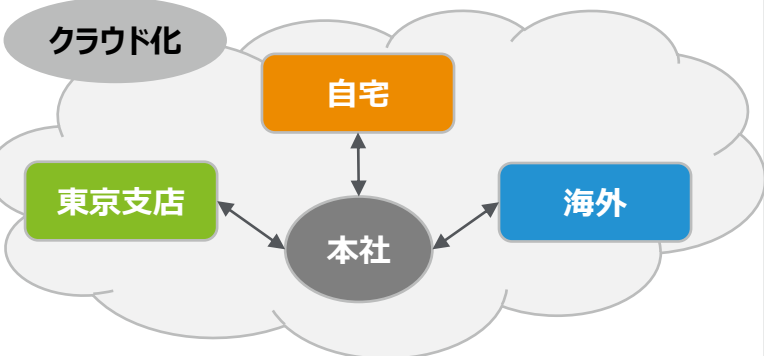
▼時間帯別フロント業務量調査(イメージ)





- ムリ・ムダ・ムラをなくし、業務効率化
- (新規出店・ホテルオペレーション事業進出を見据えた)組織として統一された高効率業務モデルの構築
- 公休日の増加などによる社員の処遇改善

製造業×コスト把握・効率化 — ムーンムーン株式会社

社内ツールのクラウド化により、世界中どこでも勤務可能に

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 ムーンムーン株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 竹田 浩一 【所在地】 熊本県熊本市中央区神水 1-24-6 建神ビル8F 【資本金】 30百万円 【従業員】 13人 【URL】 https://moonmoon.biz/</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 熊本本社と東京支店との間での円滑なコミュニケーションの実現に加えて、今後の海外展開を見据え、世界中どこでもパソコンやスマートフォンがあれば、仕事ができる環境の整備。 ✓ スタッフの多くが子育て世代であるため、子どもの急病などで、急遽出勤できなくなった場合に備え、自宅からでも仕事ができるような環境の整備。
沿革・その他	
<p>【特徴】 睡眠に関連する商品の企画から販売、サポートまでを提供。商品開発にあたっては、大学、医療機関など関連研究機関等との連携のもと科学的根拠に基づく価値ある製品・サービス開発を推進している。</p>	

課題への取組

ICT技術による社内ツールの効率化	職場環境の整備
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ICT技術の活用により、熊本と東京、両事務所間の物理的、心理的な隔たりを縮減し、高い業務効率性を確保。 ✓ 多数の社内ツールをクラウド化し、在宅勤務等、様々な従業員のワークライフバランスに応じた勤務体系を実現。 <p>▼ITツールをフル活用(出典元より引用)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 「いい仕事をするにはチームプレイやコミュニケーションが大切」という考えのもと、ニューヨークのカフェバーのようなオフィスを作り、社員はもちろん、社外の人とも交流できるスペースを創出している。 ✓ 睡眠を事業としている会社の社員として、「仕事は定時で終わらせ、早寝早起き・規則正しい生活を心がける」をモットーに、7時間勤務を実践。 <p>▶オフィスの様子</p> 


経営者からのコメント

- ✓ 社内ツールのクラウド化については、**自前でシステムを開発したりはせず、大手IT企業等が提供しているシステムを活用したため、費用面や作業面で困ることはありませんでした。**
- ✓ 子育て世代の方でも、お子さんの急病の際には、**自宅で看病しながら在宅勤務ができるため、お子さんを置いて無理に出勤することもなく、仕事に穴をあけることも少ないため、働きやすさとしては好評です。**

製造業×コスト把握・効率化 — 倉敷青果荷受組合

受注から加工、納品まで一貫したシステム構築により業務効率化

コスト把握・効率化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 倉敷青果荷受組合 【業種】 製造業 【代表者】 富本 尚作 【所在地】 岡山県倉敷市 西中新田525-21 【資本金】 27百万円 【従業員】 279人 【URL】 http://kuraka-g.com/</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ カット野菜事業のさらなる拡大のためIT経営へ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 時代のニーズに合わせてカット野菜部を立ち上げ、順調にシェアを拡大 ✓ 高品質かつスピーディな商品提供を実現することが、この分野で他を圧倒する大きな差別化要因として必須 <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div data-bbox="724 725 1102 1016" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>情報インフラ整備が必要 顧客サービスレベルを向上させながら、現場の作業効率を低下させず、業容を拡大していくために、IT経営をベースとした情報インフラ、アプリケーションの整備を行う</p> </div> <div data-bbox="1118 725 1453 1016">  </div> </div> <p style="text-align: right;">▲カット野菜 (同組合HPより)</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 岡山県を拠点に青果事業を核とした「食」に関わる事業を多角的に展開。荷受け業務では、地元倉敷で65%のシェアを確保するとともに、洗浄野菜、カット野菜の加工販売にいち早く取り組んでいる。</p>	

課題への取組

Web-EDIによる受注システム、社内の工程管理システムの導入			
	導入前	導入後	効果
受注・納品	FAX受注	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 約50%はWeb-EDIへ (Webによる電子商取引) ✓ 他はFAX-OCRへ (光学文字認識) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 6~19時の受付時間が24時間体制へ拡大 ✓ 納期が受注後2日から1日へ短縮 ✓ 人為ミスによる誤納品がなくなる
製造工程	FAX注文書をもとに手書き指示書により作業指示	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社内の加工、ピッキング、配送に至るまで一貫したシステム 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ピッキングシステムは、野菜の重量や硬さを計算することが可能で、作業者は指示どおりにピッキングしていけばそのままダンボール詰めして検品、発送できる ✓ 配送中の商品劣化を防止し、月間40件程あったピッキングクレームが20件まで減少
<p>【定量的な効果】 ※平成21年度・同22年度比較</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 売上40%UP ➢ 作業時間30%削減 ➢ 事務員の人数5名→3名、作業時間合計200時間/月→22時間/月 			

製造業×コスト把握・効率化 — C社

新しい機器の導入による業務効率化及び独自の高付加価値製品の製造により生産性を向上

コスト把握・効率化

企業概要

【企業名】 C社
 【業種】 製造業
 【代表者】 —
 【所在地】 近畿地方
 【資本金】 約20百万円
 【従業員】 50~100人

沿革・その他

【特徴】
 精密プラスチック射出成形部品の企画製造事業。成形機の自動化やオートストッカー（自動箱入れ機）の導入などにより作業の効率化を実現。高付加価値でコスト競争力のある高品質プラスチック製品を製造。

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- 労働コストの安いアジアに打ち勝つための高付加価値・低コストの実現
 - ✓ 同社は同業他社製造拠点を中国やASEANに移す中、国内の社員の雇用を守り、地元へ貢献するため、拠点である京都に集中投資することを意思決定した
 - ✓ 海外に拠点のある企業に勝つため付加価値を高める必要があった



▲工場のイメージ

課題への取組

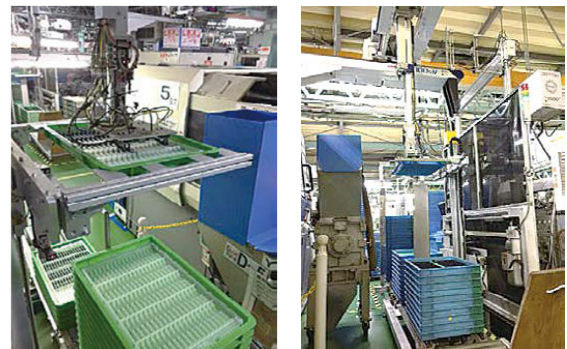
こだわり抜いた材料で高付加価値化

- ✓ メーカーの将来的なニーズをいち早く読み取り、市場にはない材料を独自に開発。
- ✓ 耐久性や熱伝導度の高い製品など、優位性のある高付加価値製品の製造を実現。



成形機の自動化などによる効率化

- ✓ 成形機の自動化やオートストッカーの導入により、作業の大幅な効率化を実現。
 ⇒通常、従業員1人当たりが担当する成形機は5台のところ、同社では10台を実現



【効果】

- 製造現場における自動インサート機導入により、**生産性30%UP**、**生産コスト20%DOWN**
- 上がった利益を福利厚生に使用するなど、従業員に還元することでモチベーションUP

製造業×コスト把握・効率化 — 株式会社ミヨシ

学生インターンシップの活用で業務改善

企業概要

【企業名】 株式会社ミヨシ
 【業種】 製造業
 【代表者】 松南 修
 【所在地】 東京都台東区浅草橋
 1-10-10-誠ビル3F
 【資本金】 10百万円
 【従業員】 30人
 【URL】 <https://www.mco.co.jp/>

沿革・その他

【特徴】
 1981年に設立。
 マルチメディアと呼ばれる、電話、テレビ・オーディオ、ネットワークなどの周辺アクセサリを中心に開発・製造を展開。

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- 社員の不満の明確化
 - ✓ 社内の無駄を排除し業務改善を図る上で、社員の不満を聞き出す必要があったが、社長という立場ではなかなか聞き出せない悩みがあった。

肩書や社歴にとらわれない学生ならば、
社員の本音を聞き出せるのでは？



▲同社HP

課題への取組

インターンシップの学生を受け入れ、学生の視点を活用した「業務改善」

学生による全社員のヒアリング

課題の抽出

「社内会議が非効率」

改善策

「会議運営マニュアル」の策定

<内容>

- ① 会議目的の明確化
 - ② 「議題」や「会議終了要件・時刻」の事前設定
 - ③ 会議進行上の留意点
 - ④ 書記の設置
- など



▲会議運営マニュアル

【定量的な効果】

- 会議の平均所要時間: 1時間⇒30分
- 書記が会議中に議事録を作成する方法に改め、会議終了後の議事録作成事務を削減
- 年間200時間分以上の人件費が削減

3. ベストプラクティス事例 (3) マネジメント

見える化・マニュアル化によるムダ・ムラの削減の例

イントロダクション

ムダ・ムラの発生

ムダの削減

【現状】

- ✓ 経験に基づく発注により食品ロスが発生している
- ✓ 売れ残った商品は廃棄するのみで廃棄コストがかさんでいる

データによる 原因分析



【導入後】

- ✓ 天候や季節による適切な発注量が予測できるようになり、食品ロスが大幅に削減
- ✓ 売れ残り商品を値下げした場合の購入頻度が高くなっていたため、積極的な売りさばきでロス削減

ムダ・ロスの見直しで
大幅なコスト削減

ムラの削減

【現状】

- ✓ 接客方法はベテラン社員から代々引き継いでいるため、新人が育つまでに時間を要する
- ✓ 接客に個人差が出ており、顧客満足度が安定しない

マニュアル化



【導入後】

- ✓ 新人教育にかかる時間が短縮され、コストが削減された
- ✓ 急な人事異動により経験者が不在となった場合にも、これまで通り業務が遂行できるようになった
- ✓ サービスの質が向上

均質なサービスの提供
で顧客満足度向上

卸・小売業×マネジメント — 株式会社赤岡青果市場

農家の労働力不足をあらゆる側面からサポート

企業概要

【企業名】 株式会社赤岡青果市場
 【業種】 卸・小売業
 【代表者】 堤 俊治
 【所在地】 高知県香南市
 赤岡町1365番地
 【資本金】 47百万円
 【従業員】 59人
 【URL】 <http://www.akaokaseika.co.jp>

沿革・その他

【沿革】
 大正12年創業。有限会社、協同組合を経て、昭和51年に株式会社として設立した、高知県東部の公認地方卸売市場。扱ひ品目は地元産品野菜、果物、花卉が主体で、受託品は全品競りにより販売を実施。

企業の抱える課題

【課題認識】

- 「農家を豊かに」の基本理念
 - ✓ 地場産地の担い手である農家の高齢化や女性化による労働力不足を解決する必要がある

▼同社HP



産地と共に歩む地方市場

赤岡青果市場は、高知県香南市赤岡町にある青果市場です。
 戦前から現在まで、産地市場として地場産品とのつながりを大切にしています。

市場カレンダー

日	月	火	水	木	金	土	日
							1 2 3
4	5	6	7	8	9	10	毎時競り日
11	12	13	14	15	16	17	
18	19	20	21	22	23	24	毎時競り日
25	26	27	28				



課題への取組

- 同社の強みは、「農家を豊かに」を基本理念に、地場産地の担い手である農家の高齢化や女性化による労働力不足を補うための**集荷や規格外品の受け入れ、農家毎の競りの実施**など、産地市場のあり方を根底から問い直し、青果市場としては前例のないサービスプロセスを創出したことにある
 - ✓ 東西50km圏内に設けた約80の庭先集荷所において**青果の集荷を行い**、現在ではこの庭先集荷青果物が全入荷量の約8割を占め、出荷登録している生産者は3,000軒以上に上る
 - ✓ 農家からの青果は全て委託販売で、**競り取引によって販売農家毎に競りを行うことで、農家の努力が価格に反映され、生産意欲が向上**
 - ✓ 無選別、バラ荷、規格外品も受け入れ、場内のパッケージ加工場で包装・調整し流通。市場流通に適さない**規格外品も、地元の外・中食産業などへ販売**
 - ✓ 年間数十回、産地内の各集落に出向き、**消費者や市場状況などに関する情報を提供**
 - ✓ 自社で営農指導員を配置し、生産者への**技術指導や営農相談**を実施

▼農家毎に行われる競りの様子



▼袋詰の代行で労働力不足をサポート




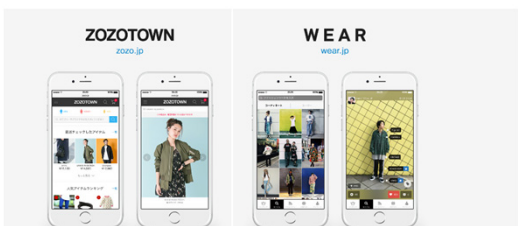

卸・小売業 × マネジメント — 角上魚類ホールディングス株式会社

専門知識・経験を活かした競合との差別化

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 角上魚類ホールディングス株式会社</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 柳下 浩三</p> <p>【所在地】 新潟県長岡市 寺泊下荒町9772-20</p> <p>【資本金】 354百万円</p> <p>【従業員】 935人</p> <p>【URL】 http://www.kakujoie.co.jp</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 大手スーパーと差別化を図り、鮮魚専門店ならではの付加価値により顧客を獲得する必要がある ■ 鮮魚取扱業者ならではの課題である「廃棄損益」を抑える必要がある <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="724 696 1098 1077"> <p>▼同社HP</p>  </div> <div data-bbox="1114 696 1422 1115"> <p>▼市場のような実店舗</p>  </div> </div>
沿革・その他	
<p>【沿革】 家業であった鮮魚卸売業から1974年に小売業に転身。1976年株式会社化。2000年には東京に進出し小平店を開店するなど、現在7都県に22店舗を展開。一般鮮魚店業界では群を抜いた存在となった。</p>	
課題への取組	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 大手スーパーにはない「スキルを生かした仕入れ」と、店舗側スタッフの裁量に任せた「廃棄損益を抑えた販売」の両輪により、低価格化を実現し、市場競争力をさらに高めている ✓ 「季節の魚を適正な価格で消費者に提供したい」という考えから、利益率を仕入れごとに調整。その商品本来の価値を販売基準とする小売価格を設定し、消費者の信頼を得ることに成功 ✓ 取り扱い魚種の多さにも対応した専門知識による商品説明や調理法のアドバイスを行い、希望者には無料で魚を下ろして提供するなど、対面販売を基本とした手法に特化 ✓ 値引きや、加熱処理し調理済み商品としての販売に切り替えるなどの決断は販売店舗スタッフの裁量とする方針を取り入れることで、鮮魚小売店で問題とされる廃棄損益を抑えることに注力し、結果的に同業他店に比べ2割程低い小売価格設定を実現。さらなる競争力を得ることに成功 ✓ 一貫してロードサイド型のイメージを継承し、消費者とのコミュニケーションを重視した展開を行うことで個性化に成功した。店舗アクセスや販売形態から対象消費者層を一部限定してしまうものの、仕入れ部門が保証する商品の質と豊富さ・価格、販売部門が保証する見栄えの良い加工調理や販売サービス・店舗イメージの相乗効果により、消費者に高く評価され、着実に売上実績を伸ばし続けている 	<ul style="list-style-type: none"> ▼加熱調理商品に切り替えることで商品を売り切る工夫 <div data-bbox="1098 1335 1385 1704">  </div> <ul style="list-style-type: none"> ▼店舗に掲げられた「四つのよいか」 <div data-bbox="1054 1787 1433 2074">  </div>



卸・小売業×マネジメント — 株式会社ZOZO

業務効率化によるモチベーションの向上

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社ZOZO 【業種】 卸・小売業 【代表者】 澤田 宏太郎 【所在地】 千葉県千葉市美浜区 中瀬2-6-1 WBGマリブウエスト16F 【資本金】 1,359百万円 【従業員】 1,139人 【URL】 https://corp.zozo.com/</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 効率性の追求により、労働時間を減少させ社員の充実感向上と会社発展の原動力に転換 ■ 仕事とプライベートを両立し、スタッフの人生を充実させることで企業の活性化を図る <p>▼同社HP</p> <p>START TODAY <small>世界中をカッコよく、 世界中に笑顔を。</small></p>  
沿革・その他	
<p>【沿革】 1995年に輸入CD・レコードのカタログ通信販売を行う企業として創業。現在は、アパレルのオンラインショッピングサイト、ZOZOTOWN(ゾゾタウン)を運営する日本の企業である。</p>	
課題への取組	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2012年5月より、一日の労働時間を9時～15時の6時間に変更。朝9時から昼休みなしで一気に働くことで、集中して仕事に取り組める環境を整備した。15時終業となるため、子どものいるスタッフは時短勤務制を利用しなくとも、定時で退社すれば保育所に子どもを迎えに行くことができる ✓ その背景には、顧客対応やシステム構築、通販ビジネスに関わる大半の業務を自社でまかなう“自前主義”で、トラブル時にも自社内の部署間での調整等だけで対応が可能になっていることもある ✓ 物流部門やカスタマーサポート部門など15時で終了ができない場合は、2部制を設けて就業時間をずらすことなどで、業務時間を十分に確保している。また、通常1時間だった社内会議を45分に短縮したり、社内会議の資料を簡素化するなどの工夫を凝らし、生産性向上に取り組んでいる ✓ 「生活を豊かにすることでうまれる、人間としての自然な喜びを大切にしたい」という代表の考えで、“ろくじろう”というキャラクターを作り、そのコンセプトを社会全体に広く発信している  ✓ 障がいを持つスタッフも多く採用している。聴覚障がいのスタッフがいる部門では他の社員が自主的に手話を身につけたり、人事部門は採用時にコミュニケーションをとれるように朝礼を手話で行ったりしている。他にもSE、デザイン、物流など多様な部門で障がいを持つスタッフが働いており、お互いにコミュニケーションを丁寧に行うなど心掛けている。 	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 6時間制の導入により、労働時間25%減となったことで、取扱高は変わらないまま生産性が25%プラス ✓ 終業後の時間に店舗を回りトレンドを把握するなど、生じたゆとりがマーケティング業務に活かされた ✓ やりたいことにチャレンジできる風土や労働環境改善による社員のモチベーションの向上 	

外食業 × マネジメント — 株式会社五味八珍


認定制度の導入による従業員をマネジメント

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社五味八珍 【業種】 外食業 【代表者】 渡瀬 徹 【所在地】 静岡県浜松市東区小池町 2424-3 【資本金】 32百万円 【従業員】 1,357人 【URL】 http://www.gomihattin.co.jp/</p>	<p>【改善のポイント】 ■ 従来は暗黙知であった調理技術を形式知化することで技術の標準化に取り組むとともに、これを判定する独自の認定制度を導入することで、均質・均一で高品質なレストランの多店舗展開を実現している点にある。また自発的なサービスマインドを醸成する仕組みづくりや、サービスのベストプラクティスの横展開にも取り組み、高い顧客支持につなげている。</p>
沿革・その他	<p>▼同社ホームページ </p> <p>▼店舗外観 </p>
<p>【特徴】 中華ファミリーレストラン「五味八珍」を運営し、現在、静岡・愛知・山梨県下に43店舗、FC7店舗を展開している。他にも、食材販売(ルートセールス・ネット販売)、中華食品(餃子・麺など)の製造を実施している。</p>	


課題への取組

- 複数の店舗でサービスや商品(料理)の品質にブレが出るという課題に直面し、均一で均質化されたサービスの提供に取り組んだ。また**従業員のスキルに加えてホスピタリティやおもてなしの心も重視し、高品質なサービスに不可欠である人材の育成に注力**
 - ✓ パート・アルバイト社員にも調理をしてもらうことや、また同社の理念の一つである均一・均質化、安心・安全のため、**メニューの品目全てにマニュアルを作成**
 - ✓ 調理人の暗黙知をオープンにして形式知とし、**隠された勘所やポイントを文章化することで、スキルの「見える化」を図った**
 - ✓ 求められる品質の商品を作ることができるか、それが提供できているかを見極めるための**認定制度**「GOMIHATTIN FACTORY LEADER(GFL)(=正社員向け認定)」、「GOMIHATTIN FACTORY STAFF(GFS)(=パート・アルバイト社員向け認定)」と「クオリティ・スペシャリスト(QS)」を導入
 - ✓ 接客は「気づき」であり、先に気づくことで顧客には「喜び」が、スタッフには「充実感」が残ると考え、先回りのサービスによる顧客満足度(CS)の向上と、CSの向上による従業員のモチベーション向上と満足度の向上を目指した
 - ✓ **調理の認定制度に加え、現在は、接客の認定制度である「SS(サービススペシャリスト)」という資格制度の構築に取り組んでいる**

▼認定制度と連動したキャリアプログラム



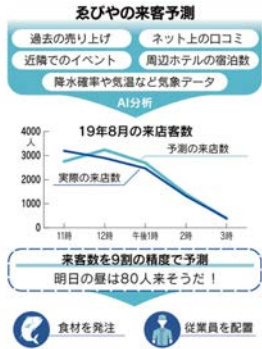
▼人気の浜松餃子



マネジメント

外食業×マネジメント — 有限会社ゑびや

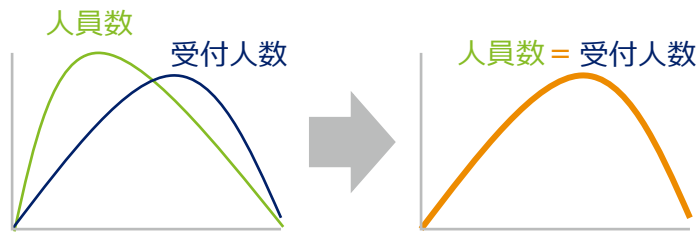
AIによる需要予測で、食品ロスを削減

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 有限会社ゑびや 【業種】 外食業 【代表者】 小田島 春樹 【所在地】 三重県伊勢市 宇治今在家町13 【資本金】 5百万円 【従業員】 44人 【URL】 http://www.ise-ebiya.com/</p>	<p>【課題】 ✓ データに基づく来客予測 ✓ 食品ロスの削減</p> <p>【取組】 ✓ 経験等に基づく属人的な「勘」により、来店を予想するのではなく、観光予報プラットフォームの宿泊予測等のオープンデータと、食べログのアクセス数等の自社保有データを融合し、食堂への来客者を予測するアルゴリズムを開発。</p> <p>【効果】 ✓ 効率的な人材配置や食材ロスの削減を実現。 ✓ 料理提供時間の短縮化。</p> <p>▶ ゑびやの来客予測 (日経新聞2019年9月17日付より引用) 18年6月、同社は来客予測システムを外販するEBILABを設立。</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 1912年、「伊勢ゑびや大食堂/ゑびや商店」という食堂として伊勢神宮近くのおはらい町に創業。2017年10月に代替わりし、ビッグデータ、ITを積極的に活用し、攻めの経営に取り組んでいる。</p>	

出典:『「はばたく中小企業・小規模事業者300社」・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁) (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>) を加工して作成

宿泊業×マネジメント — 株式会社クア・アンド・ホテル

顧客の利用実績と従業員の業務内容の洗い出しによる適切な人員配置

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社クア・アンド・ホテル 【業種】 宿泊業 【代表者】 三森 中 【所在地】 山梨県甲府市丸の内 2丁目21-1 【資本金】 10百万円 【従業員】 394人 【URL】 https://www.kur-hotel.co.jp/company/</p>	<p>【課題】 ✓ 年間利用者数に対する効率的な従業員の配置</p> <p>【取組】 ✓ フロント、浴室、食事などの顧客の利用実績と従業員の業務内容の洗い出し分析を行い、顧客の動きに応じて従業員が他部署へ応援に回れるようにすることで、社員が複数の部署をこなせる多能工化を実現。</p> <p>【効果】 ✓ 従業員の総労働時間を約10%削減</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 温浴と宿泊の施設を融合した新しいビジネスモデルをもとに、多様なサービスメニューを揃えている。様々な顧客を取り込み、顧客の動きと従業員の業務内容と動きを分析し見直し、顧客満足度を高くしている。</p>	

出典:『「はばたく中小企業・小規模事業者300社」・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁) (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>) を加工して作成

宿泊業×マネジメント — 株式会社一の湯

人時生産性に基づいた業務のコントロール

企業概要

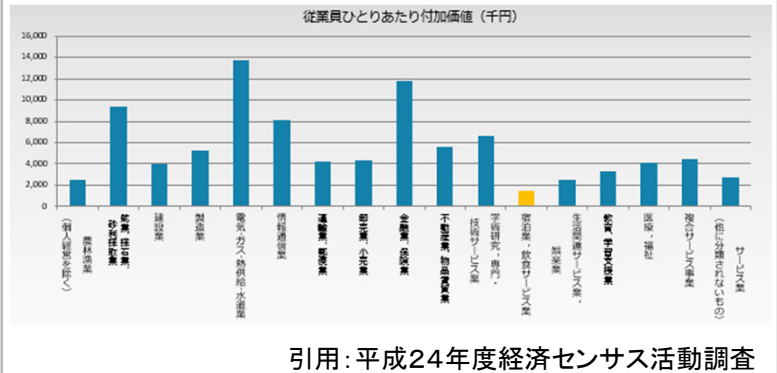
【企業名】 株式会社一の湯
 【業種】 宿泊業
 【代表者】 小川 尊也
 【所在地】 神奈川県足柄下郡
 箱根町塔ノ澤90
 【資本金】 11百万円
 【従業員】 124人
 【URL】 <https://www.ichinoyu.co.jp>

企業の抱える課題

- 「人時生産性」の低さと理解度に関する課題
 - ✓ 宿泊業や飲食サービス業は、他業種と比べても「生産性」が最も低く、一の湯においても同様の状況であった。

「人時生産性」とは

$$\text{人時生産性} = \frac{\text{粗利益高}}{\text{総労働時間}}$$



沿革・その他

【沿革】
 創業300年を超える伝統文化の維持・継承を、国指定登録有形文化財として認定。第6回かながわ観光大賞受賞、第4回ハイ・サービス日本300選受賞などの受賞歴を誇る。

課題への取組

人時生産性向上に向けた一の湯の取組

「週間コントロール」

- ✓ 週単位で、全メンバーの労働時間を1分単位で計測し、生産性を算出
- ✓ ガス代や電気使用量、別注料理、日帰り入浴等も比較
- ✓ 週の中で繁閑が推移するため、週で比較することで前年比等の評価がしやすくなる

「稼働計画と作業割り当て」

- ✓ 稼働計画
 従業員の現時点での労働力を十分に活用し、ムダとムラとムリを無くす勤務体制についての命令計画
- ✓ 作業割り当て
 マネジャーが作業計画を立て、部下の職務遂行能力に応じて、一人ごとに作業種類の命令を出す

「MWS(モデルワークスケジューリング)」

- ✓ 品質(労働時間)と生産性安定のために、一の湯オリジナルで開発
- ✓ 週間コントロール表とともに毎週乖離表を送信

「センター機能の拡大」

- ✓ 店舗作業種類と量の削減のために、調理・予約・広告・購買等の機能を集約

人時生産性1,500円から5,000円を実現



宿泊業×マネジメント — あらや滔々庵

客室のセッティングマニュアル作成により均質なサービスを実現

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 あらや滔々庵 【業種】 宿泊業 【代表者】 — 【所在地】 石川県加賀市山代温泉 18-119 【資本金】 — 【従業員】 — 【URL】 http://www.araya-totoan.com/</p>	<p>【課題】 ✓ 客室のアメニティや備品等のセッティングの方法が、ベテランの接客係の経験に任されており、人によって異なっている部分があった。場合によっては、お客様が使いづらい、見栄えがよくない等の事態が発生していた。</p> <p>【取組】 ✓ 客室のアメニティや備品等のセッティングの方法を詳細まで統一して、それをマニュアルとしてまとめたことにより、既存の従業員のセッティングの仕上がりを全く同一にできるとともに、新人でも同じ仕上がりにできるようになった。</p> <p>【効果】 ✓ 全てのお客様に均質なサービスを提供することで、顧客満足度を高めることができた。 ✓ 細部まで徹底する意識や物事の小さな変化への気づきが生まれた。 ✓ 新しく入った社員がセッティングを覚える期間が短縮された(2か月⇒1か月)。</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 石川県山代温泉の老舗宿。藩政時代、前田家歴代藩主入湯の宿として湯番頭の命を受けて以来十八代を数える。源泉が滔々と溢れる大浴場と露天風呂、伝統が育んだ美器佳肴のお料理とおもてなしを提供。</p>	

出典:「宿泊業の生産性向上事例集2(2019年5月)」(観光庁)
<https://www.mlit.go.jp/common/001289259.pdf> を加工して作成

生活関連業×マネジメント — みなと観光バス株式会社

生体センサによる運転手の健康管理

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 みなと観光バス株式会社 【業種】 生活関連業 【代表者】 松本 浩之 【所在地】 兵庫県神戸市東灘区 向洋町東1丁目4 【資本金】 50百万円 【従業員】 100人 【URL】 http://www.kobe-minato.co.jp/</p>	<p>【課題】 ✓ 運転手の健康管理 ✓ 新人ドライバーの育成</p> <p>【取組】 ✓ 運転席の背もたれに生体センサを設置し、呼吸状態と心拍数を計測。 →基準値以下になると、LEDランプが黄色や赤色に光り、運転手に警告を発する。同社が開発した「デジタルタコグラフ」(※特許取得)を採用。</p> <p>✓ 運行データと車両から送信されたデータを独自アルゴリズムで解析し、車両情報・道路情報など運行情報について多面的に解析。 →このシステムの活用で、運転手の健康管理とともに、熟練ドライバーの技術を新人ドライバーに伝えることができるようになった。</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 1991年9月設立。阪神・淡路大震災では、神戸市中心部で代行輸送を担う。その後、大手企業の従業員定期送迎バス事業を受託。その後、「交通弱者」の住居区に巡回バスを運行する事業を積極的に展開している。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁)
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm> を加工して作成 41

生活関連業×マネジメント — D社

厚生労働省の助成金を活用して、時間外労働を短縮

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 D社</p> <p>【業種】 生活関連業</p> <p>【代表者】 —</p> <p>【所在地】 九州地方</p> <p>【資本金】 —</p> <p>【従業員】 11人</p>	<p>【課題】</p> <p>✓ 日報作成業務と出退勤管理業務に重複が発生</p> <p>【取組】</p> <p>✓ 個別に行っていた日報作成と出退勤管理を統合して実施できるようにしたことで、報告作成時間が短縮されるとともに、管理者が各社員の残業時間や有給取得率を簡単に把握できるようになり、労働時間の長い社員に対するフォローがしやすくなった。</p>

【コラム】助成金・補助金制度(その2)

時間外労働等改善助成金(厚生労働省)

- ✓ 中小企業・小規模事業者が時間外労働の上限規制等に円滑に対応するため、生産性を高めながら労働時間の短縮等に取り組む事業主に対して助成するものであり、中小企業における労働時間等の設定の改善(※1)の促進を目的としており、**全5コースの助成金**がある。

(※1)「労働時間等の設定の改善」とは、各事業場における労働時間、年次有給休暇などに関する事項についての規定を、労働者の生活と健康に配慮するとともに多様な働き方に対応して、より良いものとしていくことをいう。

(※2)詳細については、欄外の出典元を参照。

時間外労働上限設定コース	36協定で、設定する時間外労働時間数を短縮するための取組を行う事業主を支援
勤務間インターバル導入コース	新規に勤務間インターバル制度を導入する事業主を支援
職場意識改善コース	右記のとおり
テレワークコース	在宅又はサテライトオフィスで就業するテレワークに取り組む事業主を支援
団体推進コース	中小企業の事業主団体又はその連合団体が、その傘下の事業主の労働条件の改善に取り組む場合に支援

職場意識改善コース

- ✓ 生産性向上等を図ることにより、**所定外労働時間の削減**や**年次有給休暇の取得促進**等に取り組む中小企業事業主に対して経費の一部を助成するもの。

【対象事業主の要件】

- ✓ 雇用する労働者の年次有給休暇の年間平均取得日数が13日以下であって月間平均所定外労働時間が10時間以上である事業主 など

(注)中小企業事業主とは以下のAまたはBの要件を満たす中小企業。

業種		A.資本金または出資額	B.常時使用する労働者
小売業	小売業、飲食店など	5,000万円以下	50人以下
サービス業	物品賃貸業、宿泊業、医療、福祉複合サービス業など	5,000万円以下	100人以下
卸売業	卸売業	1億円以下	100人以下
その他の業種	農業、林業、漁業、建設業、製造業、運輸業、金融業など	3億円以下	300人以下

【助成対象となる費用】

- ✓ 外部専門家によるコンサルティング、就業規則等の作成や変更、**労働管理用機器の導入**や更新、人材確保に向けた取組、**労働能率の増進に資する設備や機器の導入**や更新 など

【助成額】

- ✓ **最大100万円**

生活関連業×マネジメント — 美的感覚集団美髪堂株式会社

従来の型にとらわれず新しい形でサービスを提供することにより価値を創出

企業概要

【企業名】 美的感覚集団美髪堂株式会社
 【業種】 生活関連業
 【代表者】 鈴木 勝裕
 【所在地】 東京都豊島区
 南長崎5丁目33番12号
 【資本金】 98百万円
 【従業員】 100人
 【URL】 <http://belles-beaute.jp>

企業の抱える課題

【改善のポイント】

■ 流行だけを追うあまりに盛衰を繰り返してきた理・美容業界において、高齢化や核家族化、さらにはペットの家族化などの社会環境、生活環境の変化に対応する新しいサービスや業態を創造し、あらためて美容の価値を高めている事業展開力にある。美容室に行けない人のために、同社のサロンで活躍しているプロの美容師が希望の場所（福祉施設・医療施設・自宅等）を訪問する「訪問美容サービス」を提供。美容の設備などが無い場合は「組み立て式シャンプー台」を持参。

沿革・その他

【特徴】

特別養護老人ホームなどの介護施設を訪問し、従来のボランティア色の強い訪問美容とは一線を画し、カラーやメイク、ネイルや撮影まで、サロンと遜色のない理美容サービスを行う訪問美容を展開している。

▼美容総合ショップ「ビューティシモ」



課題への取組

▼訪問美容

- ✓ 同社が独自に福祉美容車として開発した「移動サロンカー」により、カット・カラー・パーマに加え、メイク、ネイル、エステティック、写真撮影及びアルバム制作という、**サロンと同じサービス・メニューを提供**
- ✓ 「訪問美容サービス」「移動サロンカーサービス」は料金が同一で、**1名からでも受け付け**
- ✓ 顧客の生活環境の変化に比べて美容室に変化がないという点に着目し、**従来の「美容室」からの脱却を図り**、2007年10月、入間市に「ホスピタリティパーク＝おもてなしの公園」というコンセプトで、**家族全員が楽しくゆったりのんびり時間を過ごせるように、美容室の他、男性対象の理容室、犬の美容室、移動できる福祉美容室、写真館など様々な空間とサービスを提供する「ビューティシモ」をオープン**。ペットも含めて家族全員でヘアメイクをし、記念写真を撮ったりするというペットの家族化などの新しいニーズにも対応



▼移動サロンカー



製造業 × マネジメント — 大豊工業株式会社

生産性向上に向けた全社的なプロジェクト展開と体系づくり

企業概要

【企業名】 大豊工業株式会社
 【業種】 製造業
 【代表者】 杉原 功一
 【所在地】 愛知県豊田市緑ヶ丘
 3-65
 【資本金】 6,712百万円
 【従業員】 1,720人
 【URL】 <http://www.taihonet.co.jp/>

沿革・その他

【特徴】
 1944年創業。トライボロジー(現象を解明し、摩擦や摩耗を提言する学問分野)をコア技術とするすべり軸受メーカー。国内6拠点、国内子会社4社、海外子会社7社を持ち、大手自動車・部品メーカーを顧客に持つ。

企業の抱える課題

- ✓ 自動車市場の拡大に伴い、輸出の拡大、海外生産の拡大が急速に進んだ2008年にリーマンショックが起こり、業績の回復を優先したことで、伝統的なモノづくりの継承を後回しにした結果、人財力が低迷してきた。
- ✓ グローバルに発展し持続的に成長していくためには、大豊工業のモノづくりの伝統である「職場の問題は自分達で解決する」風土を再生する活動を要した。
- ✓ また、中期経営方針を策定し達成するため、少子高齢化、労働法令等の外部環境の変化を踏まえ、働き方改革の考え方を明確にするとともに、グローバル企業としての基盤をつくるには従業員一人ひとりがモチベーションを高め、能力を向上させることが必要と考えた。

【中期経営方針】(2016~2018年度)

- 技術・品質・原価の徹底追求により、世界トップの競争力をもつ企業となる
- 人財・組織づくりとリソースの最大活用により、グローバル基盤を更に強化する

課題への取組

『燃える職場、社員総活躍プロジェクト』を全社展開

働き方改革の考え方を明確にし、全社プロジェクトをスタート

- 第一の矢:「人財力向上に向けた体系づくり」
 - ・現場を支える人財力向上を目指す元気工場プロジェクト
 - ・人財力向上を目指す問題解決力向上プロジェクト
 - ・教え、教えられる風土、全社での一体感醸成
- 第二の矢:「グローバル生産拡大への対応」
 - ・海外拠点マネジメントの強化、大豊本社機能としてのサポート力強化
 - ・本社と海外拠点が一体となったグローバルビジネスオペレーションの実現
- 第三の矢:「環境変化に対応した新しい仕組みづくり」
 - ・能力開発を支える人事制度、福利厚生制度の構築
 - ・ダイバーシティへの取組

【効果】

- ・生産性の向上、雇用管理改善 ・離職率は0.9%/年
- ・従業員のモチベーションアップ ・3年後新卒定着率は95.9%

『燃える職場・社員総活躍プロジェクト』 ~教え、教えられる風土の醸成~



プロジェクトポスター



問題解決力向上プロジェクトの合宿研修

製造業 × マネジメント — 株式会社大川印刷

SDGs経営による新たな事業機会の創出

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社大川印刷</p> <p>【業種】 製造業</p> <p>【代表者】 大川 哲郎</p> <p>【所在地】 神奈川県横浜市戸塚区 上矢部町 2053</p> <p>【資本金】 20百万円</p> <p>【従業員】 41人</p> <p>【URL】 https://www.ohkawa-inc.co.jp/</p>	<p>【社会背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 国連総会でSDGs が採択され、印刷業を活かした社会課題解決をビジネスとして取り組むべきと考えた。 <p><SDGsとは></p> <p>持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals)。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さない (leave no one behind) ことを誓っている。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル (普遍的) なものであり、2016年から2030年までの国際目標とされている。</p>  <p>◀外務省HPより</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>1881年(明治14年)創業。社会的課題を解決できるソーシャルプリンティングカンパニーとして、環境印刷やSDGs経営に取り組む。</p>	

課題への取組

「SDGs経営計画」の策定

- ▶ 北海道などの森林育成や太陽光発電導入によりCO2削減量を購入することで、印刷事業のCO2排出量を打ち消す「カーボンオフセット」を活用し、日本で唯一のゼロカーボンプリントを展開。
- ▶ 違法伐採による材料を使用していないことを第三者認証するFSC (森林管理協議会) 森林認証紙及び石油系溶剤0%インキの使用による環境に配慮した印刷の推進。
- ▶ 認知度向上のため、「SDGsを忘れないメモ帳」を作成し、従業員への活用とともに各所で無料配布。



▲SDGsを忘れないメモ帳

【効果】

- SDGsに熱心な企業としての認知度が高まったことで、年間約50社の新規顧客を獲得。
- 3年間でCO2を515トン削減。
- 「SDGsを忘れないメモ帳」の活用により従業員の認識を深め、ボトムアップ型での関連新規プロジェクトの立ち上げに繋がったほか、他社の社員教育にも活用

製造業×マネジメント — E社

生産性向上に向けた全社的なプロジェクト展開と体系づくり

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 E社 【業種】 製造業 【代表者】 — 【所在地】 中国・四国地方 【資本金】 約100百万円 【従業員】 100～200人</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 団塊の世代の退職による人手不足 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 1970年代に拠点を移転した時に採用した従業員がここ数年で定年を迎えており、会社の中核となる人材に不足感があつた ■ 賃金・評価制度の見直しが必要 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2007年頃に過去の中途採用者を対象に賃金を調査したところ、業績に比べて賃金が低い従業員がおり、評価制度も含めた賃金の見直しが必要であつた  <p>▲工場のイメージ</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 光通信ケーブル、通信用電話線、LAN用ケーブル、同軸ケーブル、ビニールコードなどの生産・販売事業を展開。原料から製品までの一貫した生産設備を有し、ISO9001に基づく徹底した品質管理を行う。</p>	
課題への取組	
受注・納品	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 目標管理による評価を導入。 ✓ 評価にあたっては、目標を達成したかどうかだけでなく、設定された目標の難易度に配慮した。 ✓ 評価と連動した退職金制度の導入。
製造工程	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全ての社員が自社製品の製造過程を理解するため、採用後数年間、製造現場へ配属する。 ✓ 生産現場において、複数の機械での作業ができる多能工の養成。 ✓ 将来の幹部候補の従業員に対して、会社経営に関わる事項を中心的に取り上げる研修を積極的に実施。
業務管理 組織管理	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 月1回の全体朝礼での経営情報の開示や会社としてのビジョン共有。 ✓ 社員からの提案制度を導入し、提案に対し表彰を実施。 ✓ 研究開発、生産性向上、業務改善における従業員への表彰を実施。
<p>「働きがい」・「働きやすさ」の醸成</p>	

3. ベストプラクティス事例 (4) 人材

職場環境の改善、復職支援の充実による雇用環境改善の例

イントロダクション

人手不足への対応が急務

職場環境の改善

【現状】

- ✓ 社内のコミュニケーションが希薄で、オフィス内の雰囲気良くない
- ✓ 会議資料は紙で印刷しているため、準備作業に膨大な時間を費やしている

フリーアドレス化
ペーパーレス化

【導入後】

- ✓ フリーアドレス制の導入により、部署を超えたコミュニケーションが活発化
- ✓ ペーパーレス化の推進により、会議の準備時間を大幅に削減



復職支援の充実



【現状】

- ✓ フルタイム勤務のみの雇用体系のため、結婚、出産を機に、職を離れる人が多い

時短勤務の導入
託児所の設置

【導入後】

- ✓ 短時間勤務や企業内託児所を利用することで、出産後も安心して働くことができるようになった

社内教育システムの充実

【現状】

- ✓ 社員を一斉に集めて研修を実施することができず、OJT中心の社員教育となっているため、十分な教育が行き届いてない。

動画研修の導入
段階的な研修プログラムの実施

【導入後】

- ✓ 各自が都合の良い時間に動画研修を受講できるようになり、効率化
- ✓ キャリアステージに合わせた研修の実施により、教育の質が向上



働きやすい職場環境の実現、安定的な雇用の実現

卸・小売業 × 人材 — 株式会社山形屋

安心して働き続けることができる環境づくり

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社山形屋 【業種】 卸・小売業 【代表者】 岩元 修士 【所在地】 鹿児島県鹿児島市 金生町3番1号 【資本金】 988百万円 【従業員】 663人 【URL】 http://www.yamakataya.co.jp</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 社是にもある「顧客本位」、基本理念としての「地域のために」を徹底するために、従業員が安心して働き続けることができる環境づくりが不可欠であると考えた。 <p>▼山形屋の歴史 明治～大正～昭和</p>  <p>明治 11年 西南の役焼災後、再建した店舗</p> <p>大正 5年 10月 6日開館 当時関西以西随一を誇った近代建築のデパート</p> <p>昭和 38年 11月 16日 内部、外観ともに一新、山形屋の増改築成る</p>
沿革・その他	
<p>【沿革】 創業宝暦元年(1751年)の老舗百貨店。鹿児島に本店を持ち、「信用第一」「顧客本位」「あくまでも堅実に」を社是に、南九州一円において地域に密着した事業展開を行っている。</p>	
課題への取組	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 従業員が安心して働き続けることができる環境づくりが不可欠であるとの認識のもと、女性社員の雇用継続(育児／介護休業等)や高齢社員の生涯雇用に取り組んだ <ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客本位に立ったより良いサービスや地域への貢献を実現するため、従業員が明日の生活を心配せず、安心して仕事に専念できる環境が必要であり、また従業員の離職や退職は人材流出であるとして、早くから60歳定年制度や女性の結婚・出産などに関する雇用制度の改革に取り組む ✓ 従業員全体の半数を占める女性従業員のため、育児関連では、出産のための期間(8週間)とは別に、1年間の育児休業制度を設けており、利用率は100%。休業制度の利用中には社内報を送るなど、定期的に職場情報の提供を行い、職場復帰の支援をしている。また育児短縮勤務制度により、子供が小学校に上がるまでは夕方に帰宅でき、企業内託児所も設置している ▼山形屋の歴史 ～平成～ ✓ 定年は60歳で、その後65歳までは1年更新の再雇用制度があり、再雇用率はほぼ100%。65歳でいったん退職した後も、希望者はその後フリースタッフとして働き続けることができ、これまでの最高齢は82歳。フリースタッフの中で、部長級だった人材も多く、そのノウハウと顧客関係は貴重であり、また皆から頼られることがやりがいにもつながっている ✓ 各種の休業制度や短縮勤務は、現場の他の人たちの協力が必要不可欠であるが、お互いに支え合うことが当然だという共通理解、社内風土ができています ✓ 様々な雇用制度により、従業員の勤務年数は長期化し、女性の部長職も誕生している  <p>平成 山形屋1号館外壁工事竣工</p>	

卸・小売業 × 人材 — e-no株式会社

社員の成長のためのしくみづくり

企業概要

【企業名】 e-no株式会社
 【業種】 卸・小売業
 【代表者】 川畑 信介
 【所在地】 沖縄県那覇市
 牧志1-2-24
 【資本金】 30百万円
 【従業員】 90人
 【URL】 <http://www.cha-genki.co.jp>

沿革・その他

【特徴】
 従来の通信販売の常識を超え、アフターフォローを徹底する「カウンセラー販売」を掲げて、顧客密着度を高めた事業を展開している。また、従業員の多様性を認めることで満足して働ける環境をつくり出している。

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- 顧客満足度を向上させるためには、従業員が満足して働ける環境を作ることが重要ととらえ、社員の教育システム改善に取り組む必要があると考えた

▼同社通信販売サイト

The screenshot shows the e-no website interface. At the top, there's a navigation bar with 'MYページ', '新規会員登録', and 'カゴの中を見る'. Below that, a banner for '原種野生ウコン' (Original Wild Ukon) is displayed with a bottle and product image. To the right, there's a login section with fields for 'メールアドレス' and 'パスワード'. On the left, there's a shopping cart section showing '現在のカゴの中' with a total of 0 items and 0 yen. Below the cart, there's a '商品カテゴリー' (Product Category) list including 'ウコン(17)', '玄米酵素(2)', 'ハツ目うなぎ(2)', '黒糖ちろみ餅(7)', '漬汁(7)', 'グルコサミン(3)', and 'ビルベリー(2)'.

課題への取組




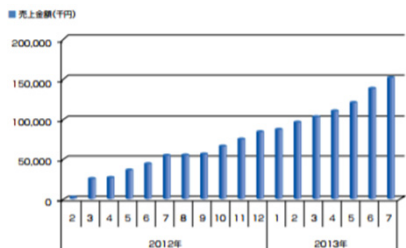
- 従業員の自主性を育むことで、一人ひとりを考える人材へと成長させるための教育システムに取り組んでいる。さらに通信販売においても顧客密着度を高めたカウンセリング販売が成果を見せており、徹底したアフターフォローも高い評価を得ている
 - ✓ 朝礼ではさまざまな「場」を作ること大切にしており、実際に効果的に機能している
 - ✓ 新商品などは従業員が輪番で説明だけを行い、顧客にどう勧めるかは個々の多様性に委ねている
 - ✓ 「ぴびっと3行魔法の鍵」は128文字3行のメールで一日に一情報、提案や改善を簡潔に報告し、考える習慣が身につく取組を推進
 - ✓ オペレーターを束ねるチームリーダーは世話人、その世話人を束ねる従業員は大世話人と呼ばれ、それぞれ他従業員の手助けをベースとして管理全般を任されている
 - ✓ 一切売り込みはせず、売上目標も立てていない。徹底的に顧客の目線で判断している
 - ✓ 顧客を「始めたばかりで健康食品の食べ方、飲み方を丁寧に説明すべきレベル」、「孫の話や冠婚葬祭の世間話をするようなレベル」など数段階に分けることで、常に最適な対応を行い、顧客満足ではなく、顧客感動レベルのアフターを目指している
 - ✓ 単なる通信販売ではなく、カウンセラー販売であることを掲げている。広告を見て購入した顧客には、「効能はいかがでしたか？」とブッシュ型で電話をかけ、顧客密着度を高めている
 - ✓ マニュアルがあると頼ってしまい、個々が考え、努力することを阻害してしまうため、クレーム対応マニュアルは使用していない
 - ✓ 徹底したアフターフォローなどの高評価が浸透し、売上も好調である。また朝礼などによる従業員の成長も著しく、心を育てる育成法が根付いている

▼朝礼の様子



卸・小売業 × 人材 — 株式会社健康家族

女性の活躍を最大限に高めるための環境・制度の構築

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社健康家族 【業種】 卸・小売業 【代表者】 藤 朋子 【所在地】 鹿児島県鹿児島市 平之町10-2 【資本金】 50百万円 【従業員】 340人 【URL】 http://corporate.kenkoukazoku.co.jp</p>	<p>【重視しているポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 女性ならではの目線やアイデア、丁寧な顧客対応こそが企業の成長につながると考え、女性の採用やキャリアアップのための人事制度、子育てしながらでも働きやすい環境を構築することを目指している <p>▼ 同社通信販売サイト</p>  <p>▼ 社内託児所</p> 
沿革・その他	
<p>【沿革】 1976年の創業以来、鹿児島県の伝統健康食に着目し、手軽に取れるカプセル状にした「伝統にんにく卵黄」「伝統黒酢かめ吉」「熟成黒酢にんにく」等が人気となり、月間1億円を売り上げる新商品もある。</p>	
課題への取組	
<ul style="list-style-type: none"> ■ 通信販売は電話対応が中心になるビジネスであり、女性の能力を活かすことが企業の成長につながる <ul style="list-style-type: none"> ✓ 副社長、業務推進部長をはじめ、管理職にも多くの女性を登用 ✓ 副社長が、自らが欲しかった制度やそれを利用できる社内の雰囲気を実現しようと実体験に裏打ちされた強い信念から環境づくりを推進 ■ 経験豊富な女性社員が働き続けるための環境づくり <ul style="list-style-type: none"> ✓ 産休・育休制度のほか、時短勤務制度や介護休業制度などを導入し、結婚・出産後も女性が働き続けやすい環境づくりを推進 ■ 社内に託児所を設けることで出産退職した人材が復職 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 保育園の送り迎えに煩わされることなく、子供が体調を崩した場合もすぐに対応できるようになった ✓ 託児所の設置により、出産後も働き続けてほしいという会社の意思が明確に ■ 営業成績に生活態度を加味した人事評価制度 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 「礼儀・挨拶・返事・言葉遣い・時間の観念等の基本行動ができてい」などの内容も含まれ、営業実績だけの評価ではないことが特徴 ✓ お客様相手の仕事であるがゆえに、日常生活態度が仕事に反映されやすいと考えてのことである ■ 自社オリジナルのネット販売システムで若いユーザー層の開拓が進む <ul style="list-style-type: none"> ✓ インターネットで注文から決済までを完結できるようにしたいという若手社員からの提案が契機となり、システム立ち上げを決定 ✓ インターネットを利用する若い世代のユーザー層開拓に貢献 ■ 新卒採用を積極的に展開し、若手女性のアイデアを活かした新商品づくり <ul style="list-style-type: none"> ✓ 女性が働き続けやすく活躍できる企業という評判もあいまって、鹿児島県内では大学卒業者の就職先として人気が高まっている 	<p>▼ 「熟成黒酢にんにく」パッケージと月間売上推移</p>  



卸・小売業×人材 — 株式会社高島屋 横浜店

フリーアドレス制を活用し、コミュニケーションを活性化

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社高島屋 横浜店</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 —</p> <p>【所在地】 神奈川県横浜市西区南幸1丁目6番31号</p> <p>【資本金】 —</p> <p>【従業員】 1,500人</p> <p>【URL】 https://www.takashimaya.co.jp/yokohama/</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 明るく楽しく働きやすい職場をモットーに、部署の枠を超えた職場内コミュニケーションの活性化や業務効率化 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 社員の固定席を設けず自由に席を選んで仕事を可能とするフリーアドレスを導入。 ✓ 時間や場所を気にせず気軽に打合せ可能なスペースとして「ファミレス席」を設置。 ✓ フリーアドレス導入と同時に、会社・個人が所有する文書を電子化し、ペーパーレス化を推進。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ フリーアドレス導入により、部署を超えた職場内のコミュニケーションが活発化し、柔軟な発想が生まれやすくなった結果、新たなイベントアイデアが創出。 ✓ ペーパーレス化の推進により、用紙代などの経費を大幅に削減。
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>大阪府に本社を置き、国内外各地で百貨店業を展開。百貨店や商業開発、金融業をはじめとするグループシナジーの発揮により、お客様に新しい価値を提供していく「まちづくり戦略」をさらに進化させている。</p>	

出典：「平成30年度 先端技術の活用等を通じた生産性向上事例集(2019年2月)」(関東財務局) (<http://kantou.mof.go.jp/content/000224610.pdf>) を加工して作成

外食業×人材 — 株式会社銚子丸

積極的な働き方改革で従業員の労働環境改善

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社銚子丸</p> <p>【業種】 外食業</p> <p>【代表者】 石田 満</p> <p>【所在地】 千葉県千葉市美浜区浜田2-39</p> <p>【資本金】 315百万円</p> <p>【従業員】 495人(正社員)</p> <p>【URL】 http://www.choushimaru.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 外食産業における採用難と人手不足などが続く中、人材確保と育成強化、自社のスタンダードの向上が課題 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① シフト制で労働時間の厳格化。 ② 店舗によって、リフレッシュ店休日や劇団員ファミリーホリデーを導入し従業員のQOL(Quality of Life)を向上。 ③ 他店舗で行う作業を動画で共有し、各自が手軽にノウハウを学べる教育プログラム講座「FCCアカデミー立志塾」を開講。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2019年5月期通期で営業時間20,188時間を短縮(短縮率5.6%)し、労働環境を改善。 ✓ 働き方改革の積極的な推進により、より高いレベルの労働生産性の向上と良質のサービス提供を実現。 ✓ 教育プログラムがあること、労働環境が整備されたことで中途入社希望者の増加、離職率が改善。
沿革・その他	
<p>【特徴】</p> <p>「グルメ回転寿司」業態の店舗運営事業を行う。産地から毎日仕入れる新鮮な旬の食材を使って職人が握る本物の江戸前寿司を追求。店舗を舞台として捉え、劇団員が観客をおもてなしするのがコンセプト。</p>	

出典：「平成30年度 先端技術の活用等を通じた生産性向上事例集(2019年2月)」(関東財務局) (<http://kantou.mof.go.jp/content/000224610.pdf>) を加工して作成 51

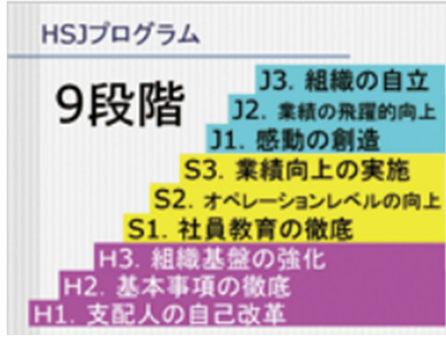


外食業×人材 — 株式会社ワンダーテーブル

社員の「本気でやる」きっかけ作りによる組織改革

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社ワンダーテーブル 【業種】 外食業 【代表者】 秋元 巳智雄 【所在地】 東京都新宿区西新宿 3-20-2 【資本金】 80百万円 【従業員】 220人 【URL】 http://www.wondertable.com/</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 長年飲食業に携わっている従業員やアルバイトを含めた若い従業員の特性を踏まえた上で、仕事のやり方を考える筋道やステップをわかりやすく明文化し、それを恒常的なコミュニケーションによって浸透させて、自発的な取組意欲を引き出している <p>▼同社ホームページ</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 世界を意識したブランド戦略と人材が特徴。日本の外食マーケットは外国人客が大幅に増えることが予想され、アジア各国の外食市場は今後も大きな伸びが期待できる状況の中、国内外で10カ国・150店舗を目指す。</p>	

課題への取組

<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人材育成をする上で一番大切なことは一人ひとりが「本気でやる」と思うきっかけをつくることであると考え、自己管理の大切さを起点に、会社としての理念や行動指針を周知徹底し、考えや行動の筋道を与えて自発的行動を促す施策を選択 ✓ 社長自らが、同社の「ミッション」を徹底すべく、全店を2回ずつ回り説明会を開催。また当時90人いた支配人(店長)・調理長などの幹部社員については、年に3回1時間ずつ、3年間にわたって1対1の面談を実施した ✓ 同社は「ビジョン」として「優れた商品・サービスとホスピタリティーでお客様を魅了し、必ずリピートして頂く」を掲げており、決められたことをきちんとやる「1対多」の一方通行の関係が「サービス」であり、ホスピタリティーは心に残る印象を与える「1対1」の双方向の関係だとして、両者の違いとともに、お客様にリピートしていただくためには両者が必要であることを理解させている ✓ 組織力、運営力、攻撃力などの現場力を上げるステップを明確に示した「HSJ(ホップ・ステップ・ジャンプ)プログラム」を作成し、個々の店舗の到達レベルに適した施策を行う仕組みを構築 ✓ 一連の取組の結果、社員のモチベーションアップで離職率が下がり、来店客からの礼状などに社員の名前が書かれていることが多くなるなど、単なるサービスではなく、ホスピタリティーを提供できる社員が増えている 	<p>▼HSJプログラム</p>  <p>▼行動指針「バリューズ」</p> <table border="1"> <tbody> <tr> <td data-bbox="997 1736 1204 1859"> <p>1.自分を大事にする。 健康に心掛ける 酒、タバコ持って自分と向き 家族に感謝する</p> </td> <td data-bbox="1204 1736 1444 1859"> <p>2.仲間を大事にする。 相手の話を聴く 問題を埋め、得意とする 率先して協力する</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="997 1859 1204 1982"> <p>3.お客様を大事にする。 笑顔と心で接する お客様の声を聴く お客様の立場に立つて考える</p> </td> <td data-bbox="1204 1859 1444 1982"> <p>4.社会を大事にする。 安全・衛生管理を徹底する 法・ルール・社会規範を守る 環境に配慮する</p> </td> </tr> </tbody> </table>	<p>1.自分を大事にする。 健康に心掛ける 酒、タバコ持って自分と向き 家族に感謝する</p>	<p>2.仲間を大事にする。 相手の話を聴く 問題を埋め、得意とする 率先して協力する</p>	<p>3.お客様を大事にする。 笑顔と心で接する お客様の声を聴く お客様の立場に立つて考える</p>	<p>4.社会を大事にする。 安全・衛生管理を徹底する 法・ルール・社会規範を守る 環境に配慮する</p>
<p>1.自分を大事にする。 健康に心掛ける 酒、タバコ持って自分と向き 家族に感謝する</p>	<p>2.仲間を大事にする。 相手の話を聴く 問題を埋め、得意とする 率先して協力する</p>				
<p>3.お客様を大事にする。 笑顔と心で接する お客様の声を聴く お客様の立場に立つて考える</p>	<p>4.社会を大事にする。 安全・衛生管理を徹底する 法・ルール・社会規範を守る 環境に配慮する</p>				



宿泊業 × 人材 — 有限会社手塚旅館

人材育成の仕組みづくりとオペレーションレベルの向上

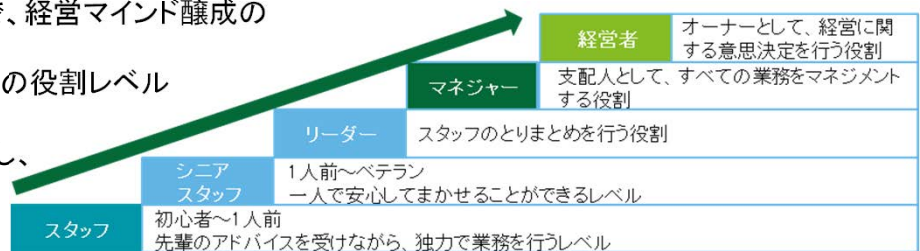
企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 有限会社手塚旅館 【業種】 宿泊業 【代表者】 手塚 良平 【所在地】 鹿児島県薩摩郡 さつま町湯田1482-1 【資本金】 13百万円 【従業員】 15人 【URL】 http://www.tetsuka.jp</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 次世代人材の育成 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 経営から現場業務まで、全てを経営者が管轄しており、経営者の負担が大きくなると同時に、人材がなかなか育たなかった ■ オペレーションの効率 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 男女で役割を分担し、業務を担当していた ➢ そのため、担当できる業務が限られており、アイドルタイムが長くなってしまっていた ■ おもてなし力の向上 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 顧客目線でのニーズや不満を把握できておらず、十分な社員教育ができていない
沿革・その他	
<p>【沿革】 1954年創業。 静かな木立に囲まれた宿。自然と安らぎに満ちた癒しの空間。手塚旅館は何もない非日常の時間を提供している。</p>	

課題への取組

次世代人材の育成

- ✓ 業務が見える化し、段階的にスタッフに任せることを推進
- ✓ 業務・権限を委譲することで、経営マインド醸成のきっかけづくり
- ✓ 人事制度を導入し、スタッフの役割レベルを明確化
- ✓ レベルに応じた処遇を実現し、安心して働ける給与水準の実現を目指す

▼人事制度導入のイメージ



オペレーションの改善・効率化

- ✓ 男女の役割分担を廃止し、多能工制を敷くことでスタッフのアイドルタイムを削減
- ✓ 男女の制服を導入することで、動きやすい服装で業務に従事し、作業効率を向上
- ✓ 部屋食から食事処での食事提供とすることで、食事出しに必要な従業員の移動距離を短縮
- ✓ 布団の代わりにベッドを設置することで、従業員が布団敷きをする必要がなくなり、作業負荷が軽減
- ✓ アンケートを取り、常に顧客のニーズや不満を把握
- ✓ 外部講師を招いた研修実施により基礎力を強化

▼外部講師による研修



生活関連業 × 人材 — 株式会社くまもと健康支援研究所

復職支援や新人育成のための制度導入によるきめ細かなサポート

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】株式会社くまもと健康支援研究所 【業種】生活関連業 【代表者】松尾 洋 【所在地】熊本県熊本市東区神園2丁目1番1号 【資本金】15百万円 【従業員】219人 【URL】http://www.kwsi.co.jp/</p>	<p>【課題】 ✓ 結婚等で一時離職した職員の職場復帰</p> <p>【取組】 ✓ それぞれのライフスタイルに合わせて結婚・出産・介護・育児で一時離職やパートタイムへの切り替えをしても、状況に応じて職場復帰できるよう支援する「キャリアバックシステム」を導入し、雇用市場から離脱していた女性専門人材の受け皿整備につなげている。 ✓ キャリアアップ支援としては、プリセプター(先輩スタッフ)がプリセプティ(新人スタッフ)をマンツーマンで教育・指導する「プリセプター制度」を導入し、各人の能力に合わせた、きめ細やかなキャリアアップを支援。</p> <div style="text-align: center;"> <p>プリセプター制度 → 一時離職 → キャリアバックシステム</p> </div>
沿革・その他	
<p>【特徴】 熊本大学医学部発の健康ベンチャー企業として、科学的根拠に基づく健康支援をテーマに地域・職域における医療・介護・地域・行政・地域事業者・民間企業による介護予防事業等を展開している。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2017年版(中小企業庁)
 (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2017.htm>)を加工して作成

【コラム】助成金・補助金制度(その3)

キャリアアップ助成金(厚生労働省)

- ✓ 有期契約労働者、短時間労働者、派遣労働者といった、いわゆる非正規雇用労働者の企業内でのキャリアアップを促進するため、**正社員化、処遇改善の取組を実施した事業主に対して助成する制度。**
- ✓ 「正社員化コース」をはじめ、全7コースが用意されている。

⇒支給対象事業主や各コースの概要・要件等については、厚生労働省HPをご参照ください。

キャリアアップ助成金 検索



導入をサポートする助成金

同一労働・同一賃金の導入

- ✓ 同一企業・団体におけるいわゆる正規雇用労働者(無期雇用フルタイム労働者)と非正規雇用労働者(有期雇用労働者、パートタイム労働者、派遣労働者)の間の不合理な待遇差の解消を目指すもの。
- ✓ 基本給、昇給、ボーナス(賞与)、各種手当といった賃金にとどまらず、教育訓練や福利厚生等についても対象。
- ✓ **中小企業における適用は、令和3(2021)年4月1日から開始。**

⇒詳細については、各都道府県労働局雇用環境・均等部もしくは、働き方改革推進支援センターまで。

働き方改革推進支援センター 検索



出典:「働き方改革特設サイト 支援のご案内」(厚生労働省)
 (<https://www.mhlw.go.jp/hatarakikata/index.html>)を加工して作成

生活関連業 × 人材 — 株式会社武蔵野

トップダウンによる意識改革とボトムアップによる組織づくりへの取組

企業概要

【企業名】	株式会社武蔵野
【業種】	生活関連業
【代表者】	小山 昇
【所在地】	東京都小金井市東町 4-33-8
【資本金】	99百万円
【従業員】	800人
【URL】	http://www.musashino.co.jp/

企業の抱える課題

【改善のポイント】

- 現社長である小山昇氏が社長に就任した1989年当時は、業績も赤字で従業員も業務に全くやる気がないという惨状であった。そこで業績向上に向け、人材育成のための様々な仕組みづくりに着手し、経営改革に乗り出した。
- トップダウンによる従業員の意識改革と、ボトムアップ型の組織づくりへの取組という2段階の経営変革を行うことで、顧客ニーズと競合他社の動向を的確にとらえられる人材を育成し、業績の向上を実現した。近年は自社の経営変革ノウハウを活用し、他社へのサポート事業も展開している。

▼同社ホームページ



沿革・その他

【沿革】

1956年に武蔵野市にふじ薬局として開業。その後、ダスキンの東京での第一号加盟店として契約した後、ダスキンの業務用向け商品を主力としたサービスを中心に成長し、株式会社武蔵野に社名変更。

課題への取組

- ✓ 効率的に仕事ができる環境づくりのため、**従業員全員で社内清掃・改善活動を行う「環境整備」を浸透**させた
- ✓ 人材育成を目的とした**ポイント付与制度「100回帳」を導入**。定められた30の義務を果たすたびにスタンプが押され、100個貯まると5万円の旅行券が支給される仕組み
- ✓ 社長を含む従業員同士が感謝の言葉を贈り合うことで、**コミュニケーション量を増やすことを目的に「サンクスカード」**を取り入れた
- ✓ 全社共通の課題について**改善策を検討する部門横断型のチーム活動**を実施
- ✓ 従業員に**長期休暇を取らせることや異動によって業務の共有、多能工化、標準化**が行われている
- ✓ 会社情報の**「見える化」を徹底**。経営計画や売上高から社長のスケジュールや接待交際費、個々の社員の賞与額までを全てWebで共有
- ✓ 人材教育の**カリキュラムや研修は社員が作り、担当。2年で交代**することで、文化の継承が**自動的・連動的に進む**仕組みとなっている
- ✓ **経営改革により、従業員の意識変革と業績向上を実現**。現在ではボトムアップ型組織に生まれ変わり、全従業員が自主的に改善活動に参画し、提案活動を行っている

▼環境整備の様子




▼「サンクスカード」によるコミュニケーション促進




製造業×人材 — 北海道はまなす食品株式会社

障がい者の能力開発・職域開発の推進により生産能力の向上を実現

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 北海道はまなす食品株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 佐藤 靖史 【所在地】 北海道北広島市 北の里56番地 【資本金】 100百万円 【従業員】 68人 【URL】 http://h-hamanasu.jp/index.html</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 雇用する障がい者数を増やし、戦力化する必要性 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 2012年度までは16人程度の障がい者を雇用し、簡単に大きな影響のない仕事を任せていた。 ✓ 2013年度に新たな部門統合により、生産規模拡大・社員の増強を図るうえで、障がい者の雇用を増やし、同時に戦力化する必要が高まった。 <p style="text-align: center;">▼</p> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px;"> <p>【戦力化のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 精度や速度を向上させること(能力開発) • 障がい者が携われる業務の範囲を増やすこと(職域開発) </div> <p style="text-align: right;">◀同社HPより</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 重度者を含めた障がい者雇用を目的として、北海道が主導し、1993年に設立された官民共同出資会社。会社経営と障がい者の職業訓練と雇用(一般就労)促進を両立させることを社是として事業活動を続けてきた。</p>	
課題への取組	
<p>Step1: 先進事例から学ぶ</p>	
<p>✓ 道内で別業種を営む企業とコンサルティング契約を結び、同社の工場現場の改善点等の指導や指導員の育成を行ってもらう。</p>	
<p>Step2: 戦力化に向けた具体的な取組</p>	
<p style="text-align: center;">能力開発・職域開発を推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 障がい者に対する評価表や職員記録を作成し、健常者と協働する際の情報共有ツールとして活用 ✓ 障がい者スタッフの呼称を「パートナー」とし、パートナー支援室を設置 	<p style="text-align: center;">社員の意識改革を目的とした全員研修の実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 当初は障がい者だけに対して行っていた研修会を、健常者スタッフも参加するようにし、全社的な意識改革を実践。
<p style="text-align: center;">▼</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div data-bbox="119 1848 1061 2060" style="border: 1px solid green; padding: 5px;"> <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 売上が約15%拡大(2014年6億8千万円→2016年7億8千万円) ➢ 障がい者雇用数が1.8倍に(2014年16人→2017年29人) ➢ 工場視察が増加するなど、同社のPR力向上 </div> <div data-bbox="1109 1780 1436 2060">  </div> </div>	



製造業×人材 — KIGURUMI.BIZ株式会社

女性の柔軟な働き方の整備による残業時間の削減

企業概要	企業の抱える課題	
<p>【企業名】 KIGURUMI.BIZ株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 加納ひろみ 【所在地】 宮崎市高千穂通 1丁目3番22号 エースランドビル2階 【資本金】 2百万円 【従業員】 30人 【URL】 http://www.kigurumi.biz/</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 離職率の悪化 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 業務拡大に伴い新たに人を雇用するも離職してしまう社員が増え、企業として技術力を継承する難しさに直面 ✓ 長く在籍する社員からも職場環境への不満が上がり始め、育て上げた社員が辞めていく危機に直面  <p>▲ 着ぐるみ製造の様子(同社HPより)</p>	
沿革・その他		
<p>【沿革】 1990年に造形技術製作会社として創業。舞台美術、舞台衣装などを手掛ける。ゆるキャラブームを追い風に、着ぐるみ製作中心の事業へと移行。技術と品質面にはこだわりがあり、自治体からの受注も増加。</p>		
課題への取組		
Step1 :解決すべき社内課題を明確化		
<p>職場環境や働き方に関するアンケートとトークブレイク(個人面談)を実施</p>	<p>社員の不満トップ2が判明</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 時間外労働の多さ ✓ 有給休暇の取りづらさ 	
Step2: 課題解決に向けた具体的な取組		
<p>残業時間削減、有給取得率向上への取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ ノー残業デー ✓ 評価制度の改善(残業を評価しない) ✓ 「有給カレンダー」導入 	<p>雇用形態の転換制度の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 正社員とパートタイマーを自身で選択できる制度の導入 ✓ パートタイマーがハンデとならない給与体系の採用 	<p>社内マニュアル「ビズバイブル」を活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ マニュアルが陳腐化することを避けるため、手書きマニュアルの「ビズバイブル」を活用
<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 残業時間80%削減(2011年月平均28.5時間→2017年5.4時間) ➢ ミスの減少による製造原価削減、利益率向上を実現 ➢ 海外メディアからも取り上げられる等、社外からの評価が向上 		

製造業×人材 — 能瀬精工株式会社

外国人理系学生への採用活動による生産性向上

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 能瀬精工株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 熊瀬 博 【所在地】 大阪府柏原市円明町 16-4 【資本金】 96百万円 【従業員】 99人 【URL】 http://www.nose-seiko.co.jp/ja/</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 海外への販路拡大に向けた人材採用の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新商品開発には、海外を含む競合他社の情報を技術面・言語面双方から理解できる人材の確保が必要 ✓ 知名度の低い中小企業において、優秀な人材を国内で採用することは困難であった ■ 繊細な感覚を持った女性社員のさらなる活躍の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 非常に精密な機器の検査・組立が必要な部品を取り扱うことから、綿密な作業を得意とする女性の社員比率が高かった(53.5%) ✓ 会社の成長のため、比率の高い女性社員の活躍が必須であった <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: right;">◀同社HPより</p>
沿革・その他	<h3 style="text-align: center;">課題への取組</h3>
<p>【沿革】 1964年設立。ベアリングの製造及び販売を行う。特にニードルローラーベアリングに特化し、50年以上にわたり安定した経営を続けている。1982年には海外進出。現在、取引先は66か国まで広がっている。</p>	
<h4 style="text-align: center;">外国人理系学生の採用</h4>	<h4 style="text-align: center;">各種技能検定への全社的なバックアップ</h4>
<ul style="list-style-type: none"> ✓ 英語が話せれば、日本語能力を不問とする採用基準の採用により、外国人学生への門戸を広げ、優秀な外国人学生をより多く採用できた ✓ 同社で採用した社員が出身大学に対して直接採用活動を行うことで、学生に信頼性のある情報を発信し、他企業の採用チームと差別化した <div style="text-align: center;">  </div> <p>▲外国人籍社員による出身大学での採用活動の様子</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 資格取得のための受験費用を、会社が全面的に負担 ✓ 製造現場メンバーだけでなくエンジニアも資格取得し、技術検定に合格した社員が講師となって他の社員に教える ✓ 技能検定の合格率UPのため、週に3日程度、定時後に勉強会や実技講習会を行う <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> • 女性の有資格者の割合が10倍に (2012年5%→2017年54%) • 従来は男性のみが行っていた作業についても、女性の参画が増えた </div>
<p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 新商品開発及び生産効率向上により5年間で25%の売上向上を実現 ➢ 急な受注に対応できる生産体制の整備によって、製品の在庫量の減少を実現 	

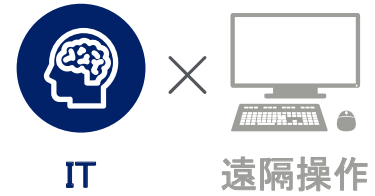
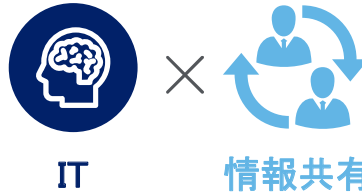
3. ベストプラクティス事例 (5)IT

全産業

IT

システム導入の例

イントロダクション



RPA

【現状】

- ✓ 請求書発行等の定型・反復業務に膨大な作業時間を消費している

RPA (Robotic Process Automation)による自動化

【導入後】

- ✓ 労働時間が短縮されたうえ、事務処理のスピード化、ミスの削減につながった

情報共有システム

【現状】

- ✓ 予約を受け取る度に手書きで伝票に記入し、関係部署に伝達している

システムで一斉共有

【導入後】

- ✓ リアルタイムの予約状況や変更内容をフロント以外の場所からでも確認できる

遠隔監視システム

【現状】

- ✓ 定期的に施設を巡回、異常がないか点検するため、時間を要し、ミスも起こる

モニターカメラの設置

【導入後】

- ✓ 遠隔操作で品質管理ができ、異常をいち早く検知できるようになった

【コラム】助成金・補助金制度(その4)

IT導入補助金(経済産業省・中小企業庁)

- ✓ 中小企業・小規模事業者が自社の課題やニーズに合ったITツールを導入する経費の一部を補助することで、業務効率化・売上アップをサポートするもの。

【対象者】

- ✓ 中小企業・小規模事業者(飲食、宿泊、卸・小売、運輸、医療、介護、保育等のサービス業の他、製造業や建設業等も対象)

【対象経費】

- ✓ ソフトウェア費、導入関連費(ハードウェアは対象外)
- ✓ RPA導入、一元管理システム導入、情報共有ツール導入など

【助成額】

- ✓ A類型: 40万~150万円未満、B類型: 150万~450万円
- ✓ 補助率: 1/2以下

⇒最新の情報については、中小企業庁HP等をご確認ください。



IT導入補助金

検索

卸・小売業×IT — リコージャパン株式会社


RPAを活用した業務効率化

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 リコージャパン株式会社 【業種】 卸・小売業 【代表者】 坂主 智弘 【所在地】 東京都港区芝3-8-2 芝公園ファーストビル 【資本金】 2,500百万円 【従業員】 18,240人(H31年4月) 【URL】 https://www.ricoh.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 高付加価値業務への従業員のシフト ② 働き方改革の実施 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① ソフトウェアロボット「RPA」※1による定型・反復業務の自動化を推進。 ② 販売・人事・経理業務等、業務特性に応じ、数種類のRPAソフトとAI-OCR※2を導入。 <p>※1 Robotic Process Automation: AI等の技術を用いて、業務効率化・自動処理を行うこと ※2 AI-OCR: 帳票に記載された項目の自動抽出ができるツール</p> <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 労務管理、請求書処理、各種報告書作成など163業務に導入し、月約5,000時間の労働時間をRPAに移行。 ✓ RPAを利用した業務改善により、スピード化と業務ミスの0化が実現され、社員のストレスが軽減された。 ✓ 作業を改善しRPAを導入していくことで、社員がワンランク上の業務にチャレンジする機会が広がった。
沿革・その他	
<p>【特徴】 リコー製品を中心とした商品・サービスの提供を通じて、お客様の経営課題の解決や企業価値の向上に貢献。オフィスにとどまらず、様々な業種における現場や地域社会まで領域を広げ、最適なソリューションを提供。</p>	

出典:「平成30年度 先端技術の活用等を通じた生産性向上事例集(2019年2月)」(関東財務局)
<http://kantou.mof.go.jp/content/000224610.pdf> を加工して作成

卸・小売業×IT — 株式会社ネクストクリエイション

製造過程にロボットを導入し、従業員の負担軽減

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社ネクストクリエイション 【業種】 卸・小売業 【代表者】 清藤 貴博 【所在地】 福岡県北九州市門司区 葛葉1-5-15 【資本金】 1百万円 【従業員】 3人 【URL】 http://takaishi-foods.com</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 従業員の高齢化への対応 ② 受注増加に対する生産力の増強 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 新規事業開拓による受注増加に伴い、生産能力が追いついていなかったことから、製造工程にロボットを導入し、これまで手作業で行っていた業務を機械に代替。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 生産能力の向上と従業員の負担が軽減され、業務効率化につながった。 →省力化によって生まれた時間と人員を活かし、新たな事業展開へ。 <p>▶創業100年以上続く「高石餅店」のあんこ餅 (同社HPより)</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 福岡県北九州市門司区で、創業100年以上の老舗餅屋「高石餅店」を営む。2014年に現代表が事業承継し、法人化。商品開発、ロボット生産設備の導入等がメディアでも取り上げられ、受注が急増している。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁)
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm> を加工して作成

卸・小売業×IT — 株式会社スーパーまるまつ

FSP(Frequent Shoppers Program)システム導入によるデータ分析に基づいた仕組みづくり

企業概要

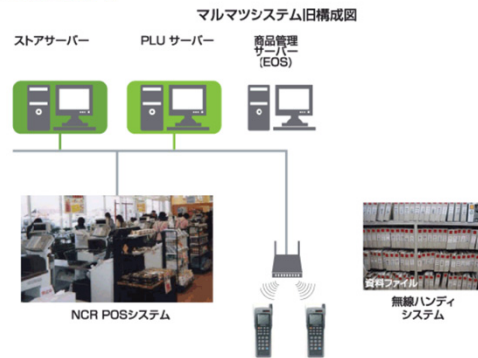
【企業名】 株式会社スーパーまるまつ
 【業種】 卸・小売業
 【代表者】 松岡 義一
 【所在地】 福岡県柳川市
 上宮永町394-5
 【資本金】 20百万円
 【従業員】 正社員9人、パート45人
 【URL】 <https://e-marumatsu.com>

企業の抱える課題

【企業の抱える課題】

大手チェーンストアなどの進出により、同地域に8社の同業他社がひしめくなか、利益の改善を堅実に行う必要があった。地域販売シェアNo.1を維持するためには、従来の仕組みを改善し、3つの仕組み「商品を買っていただく仕組み」「来店していただく仕組み」「満足していただく仕組み」を実現することで、他者との差別化を図るとともに、お客様にとっても満足度の高いサービスを提供することが求められた。

□ IT経営実践・前



沿革・その他

【特徴】

2006年経済産業省IT経営百選最優秀賞認定。その他、2008年IT経営実践認定企業、第2回サービス産業生産性協議会ハイ・サービス日本300選受賞など、数々の受賞歴を誇る。

課題への取組

「まるまつシステム」による3つの仕組みづくり

「商品を買っていただく仕組み」

- ✓ 仕入先にデータを共有し、消化仕入れのしきみを導入することで、販売力を強化
- ✓ PI値に基づく商品管理により、お客様のニーズに沿った品揃えを実現

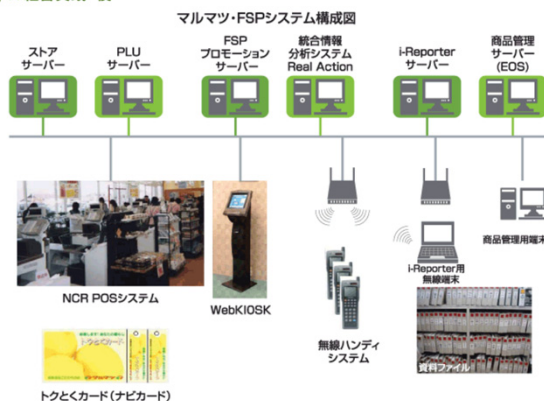
「来店していただく仕組み」

- ✓ FSPを導入し、ロイヤリティの高い顧客に対してより質の高いサービスを提供
- ✓ イベントや会員価格によって、ロイヤリティが高い顧客に対しては競合と大きく差別化

「満足していただく仕組み」

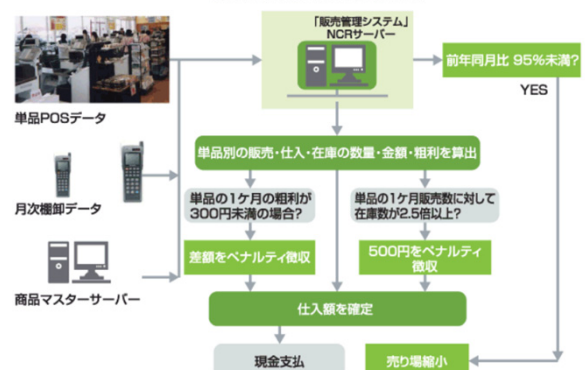
- ✓ 店舗の違いや顧客の違いに応じた売場づくりにより、満足度の高い売場を実現
- ✓ データに基づき、仮説・実行・検証を進めることで、より満足度の高いサービスを提供

✓ IT経営実践・後



データ分析による商品管理と仕入先管理

●低価格・高商品回転を実現したしくみ



卸・小売業×IT — 株式会社十一屋ボルト

ホームページの充実による情報発信と社員のITリテラシー向上

企業概要

【企業名】	株式会社十一屋ボルト
【業種】	卸・小売業
【代表者】	佐藤 兼紹
【所在地】	宮城県仙台市宮城野区 扇町七丁目1-17
【資本金】	10百万円
【従業員】	9人
【URL】	http://www.juuichiya.jp

沿革・その他

【沿革】
昭和30年自動車用ボルトの専門店として創業し、高度成長期に大型設備工事等幅広く販路を広げ、現在のDIYの先駆けとなる店舗形態で製造業や運輸業者への利便性を高めることで業績を拡大してきた。

企業の抱える課題

【課題認識】

- 需要収束による売上減少
 - ✓ 宮城県のボルト需要は公共インフラ整備が一段落し、下請け工場の減少、大型DIYの進出等により、事業環境は悪化の傾向にあった
- 大手取引先への対応強化
 - ✓ 取引を開始したA社は大手企業で業務がすべてIT化され、業務量、スピード、正確さにおいて同社をはるかに上回っていた。見積、注文の帳票様式は1品1様で単価が低く、点数が膨大で納期が短く、見積りの遅れがそのまま納期に影響してしまい、結果として、納期遅延、品揃えミスで納入成績不良となり、取引休止処分(平成21年4~9月)と改善命令を受けてしまった

▼本社



▼IT経営実践企業認定



IT経営実践認定企業

課題への取組

ホームページを利用した販売促進

- ✓ 社員一丸となってHPの原案をまとめ、同業者でも前例のないボルトに関する情報の網羅性、アクセス性の高いHPを構築
- ✓ 開発にあたっては、マーケティング理論やWeb開発技術等を勉強させるなど人材育成にも重点を置いた
- ✓ これが強みとなり、現在は9,300件/月のアクセス数を確保し、新規顧客の獲得・新規情報提供等に大きく寄与。全売上高は約1.1倍、HPの売上高は約4倍で全体の2割となっている

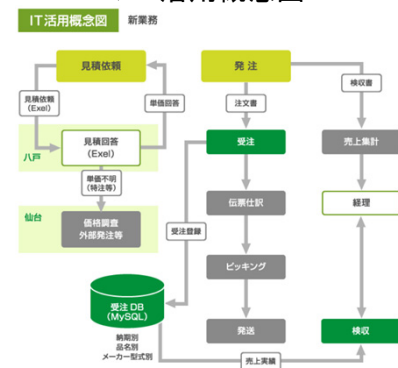
▼同社ホームページ サイトマップ



社員のITリテラシー向上



- ✓ 専門家派遣制度を活用し、IT専門家の指導を受け、自社でソフトを作成
- ✓ 具体的にはエクセルを利用した「見積回答システム」、注文書のバーコードを利用した「売上、粗利管理システム」、受注データベースを活用した特注品の「仕入れ管理システム」の作成
- ✓ 女性社員への能力開発としてエクセル研修を受講させ、売価、原価データベースを作成

▼IT活用概念図



卸・小売業×IT — 株式会社旭フーズ

在庫管理システム導入による業務改善

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社旭フーズ</p> <p>【業種】 卸・小売業</p> <p>【代表者】 菊地 多津子</p> <p>【所在地】 埼玉県日高市 馬引沢316-3</p> <p>【資本金】 100百万円</p> <p>【従業員】 29人</p> <p>【URL】 https://asahifoods.jp</p>	<p>【改善のポイント】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 得意先へのサービス向上を目指した当日受注・当日納品のスピード化、配送時間帯の正確さ、業界最高水準の欠品率の更なる向上などの改善 ■ 居酒屋以外の分野で、市場変動の中で発生する新たな物流ニーズを獲得 ■ 業務全体の効率化 ■ 情報共有により、顧客満足度を更に向上 <p>▼同社ホームページ</p>  <p>▼業務案内</p> 
沿革・その他	<p>【沿革】</p> <p>1984年東京都高田馬場にて創業。業務用飲料品卸として国内最大級の店舗数を誇る居酒屋チェーンと20年以上の取引を継続している。</p>

課題への取組

■ 攻めのIT活用(ITを活用した事業革新)の概要と成果

- ✓ 日々の入出庫は商品マスターに紐づけられて更新され、特に入庫時からロット別賞味期限を登録し管理することで期限切れ廃棄ロスの削減を図った
- ✓ また、滞留商品の可視化など各商品の入出荷の動きを共有し、得意先と密に連携して入荷判断を行うことで、欠品率の低下を実現
- ✓ 在庫情報は営業担当が外出先から携帯端末で確認可能となっているほか、在庫情報とリンクした出荷指示でピッキング作業のヒューマンエラーを防止し、出荷リスト作成業務の効率化等のスピードアップにより、配送トラックの定時運行を実現
- ✓ 管理職級への月次P/L、B/Sの開示により管理職会議を通じての経営参加意識を高めており、社内の情報交流を促進させるベースとして活用している
- ✓ IT経営に取り組んだ2012年からの売上高は上向きに推移し、欠品率は0.2%を達成している

▼同社システム





外食業×IT — 有限会社HAPPY ISLAND

市場の反応と来店誘導と顧客RFM分析で、顧客満足度実現サイクルを確立

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 有限会社HAPPY ISLAND 【業種】 外食業 【代表者】 福島 健司 【所在地】 群馬県高崎市緑町 1-28-2 【資本金】 3百万円 【従業員】 12人 【URL】 http://happyisland.jp/author/fukushima</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ アンケートやポイントカードなどのサービスを実施していたが、顧客の動向や反応を正確につかむのは困難で、当時は帳簿も手書き ■ またチラシを近隣地域に配布したり、ミニコミ誌に広告を出したりしていたが、その効果も測りにくい状況
沿革・その他	
<p>【沿革】 1975年創業。単に食事を提供するための飲食店ではなく、ご来店いただいたお客様に、心からの満足を感じていただき、来た時よりも幸せになっていただくことを目指す。</p>	

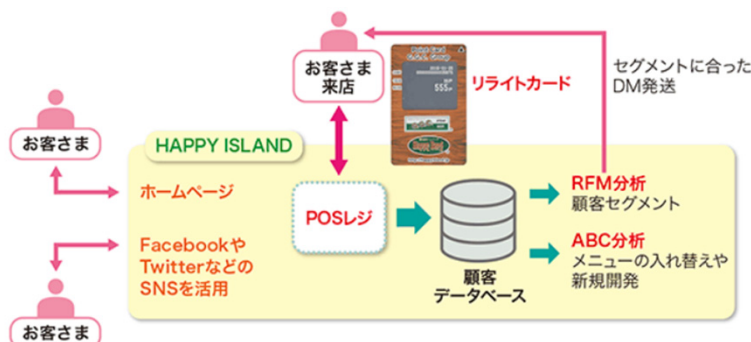
課題への取組

- ✓ 効地域イベントの場を活用して関心を高め、HPやSNSからの投稿や、Facebookの「いいね」などをきっかけに**来店サービスを紹介**するなど、ITを活用した来店のきっかけ作りを実施
- ✓ 来店客には**リライトカード**で顧客管理をし、**売上実績の集計やRFM分析とABC分析**で、購買分析や売れ筋・死に筋の把握を元にしたメニューの定期的な全面リニューアルを実施し、顧客との接点作りから来店誘導、購買動向把握、メニュー改定までのサイクルを継続
- ✓ 社内のIT活用として、**従業員間のLINEグループ**で、お客様のアンケートやクレーム情報を閲覧したり、**相互交流を促進**したりする等、モチベーション向上にも繋げている
- ✓ 過去5年間の**売上高の伸びは約1.3倍**、**登録顧客数は4万人**を超え、DMのヒット率は約30%超、1年間の来店率は約25%となり、**宣伝広告費は約4割減**を実現した

▼セグメントにあったDM




▼同社のICT概念図



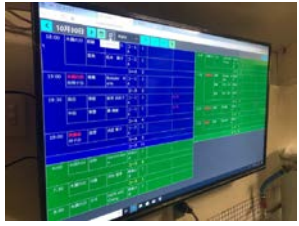



宿泊業×IT — 合資会社蘇山郷

IT導入により、従業員の手間と入力・注文ミスを削減

企業概要	沿革・その他
<p>【企業名】 合資会社蘇山郷</p> <p>【業種】 宿泊業</p> <p>【代表者】 永田 祐介</p> <p>【所在地】 熊本県阿蘇市内牧145</p> <p>【資本金】 —</p> <p>【従業員】 —</p> <p>【URL】 http://www.sozankyo.jp/</p>	<p>▼特徴</p> <p>歴史ある建物を活かしながら地元の生産者の想いのこもった食材でお客様に「元気」を届けられるよう「時間」と「空間」を磨いている。</p> <p>▼外観(同社HPより)</p> 

企業の抱える課題と取組

ITを使った予約と食事数の一元管理	レストランPOSレジとオーダーエントリー導入
<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 予約のFAXを受け取る度に、宿泊台帳とフロント表に手書きで記帳し、食事のリクエストやアレルギー、人数変更等も全て手書きで調理場に記帳していたため、ミスがないよう何度も確認する作業が業務の負荷になっていた。 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 各旅行予約サイトの客室在庫情報を一元管理するクラウドシステムとフロント会計システムを連動させ、その情報を調理場に設置した大型モニターにも同時に反映させることで、新規予約や変更がそのまま調理場で把握できるようにした。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 重複して書き写すという作業が減り、記入漏れや、記載ミスが無くなった。 ✓ 1週間や先々の予約まで調理場がモニターで確認できるようになったため仕入れにも効果が出た。 <p>▼調理場に設置してある大型モニター</p> 	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ レストランや個室での飲料の注文等は全て手書きの伝票で処理していたため、記入ミスや入力ミスが多発。 ✓ 注文とオーダーにタイムラグがあったため、待ち時間が発生していた。 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 飲料の注文はPOSレジを入れたタブレットで瞬時に入力可能にし、そのまま会計システムに取りこむことで、ミスが無くなった。 ✓ 注文後すぐに、調理場設置のプリンターに反映されるようにし、調理場まで訪れる回数が激減。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 手書き入力業務を削減したため、伝票のとりまとめや会計システムへの入力業務が削減でき、ミスも減った。 ✓ 注文時に調理場と連動することで、調理場までの1往復が削減された。 <p>▼調理場に設置してあるプリンター</p> 

経営者からのコメント

✓ ITを使った改善手法で「手書き」による**手間とミスを削減**できた上、アレルギー対応や食材の変更などがダイレクトに調理場に伝わるようになった。また、オーダーエントリーを活用し、食事所と調理場のスタッフが直接繋がったため、**発注ミスや注文するための移動距離が大幅に削減**できるようになった。



宿泊業×IT - アーダンリゾート株式会社

顧客満足度の向上に向けたシステムの導入

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 アーダンリゾート株式会社 【業種】 宿泊業 【代表者】 藤 陽一 【所在地】 鹿児島県鹿児島市 南栄1-3 【資本金】 50百万円 【従業員】 41人 【URL】 https://www.silk-inn.jp</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 客層ごとに対応したサービスが十分できていない <ul style="list-style-type: none"> ➢ ビジネスホテルの特性上、「時間帯によって異なる顧客層」が存在する中で、それぞれの顧客に対応したサービスが十分になされていない。 ➢ 特に、構造的な問題から大浴場は脱衣・洗面スペースが狭く、時間帯によっては混雑がひどいため、改善が求められる。 ■ 外国人観光客獲得へ向けた受け入れ体制が不十分 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 現状、外国人観光客は全体の5%程度であるが、今後は、大河ドラマや国体、オリンピック等、外国人観光客増のチャンスがある。一方で、外国人観光客を受け入れる上での特別な対策を行っておらず、社員教育を含め、“おもてなし”ができる体制を整える必要がある。
沿革・その他	
<p>【沿革】 鹿児島市上之園にある「シルクイン鹿児島」は、1979年オープンのかげ流し天然温泉をそなえたビジネスホテル。客室数の増築や全面リニューアルにより売上を伸ばしつつも、近年は近隣ホテルとの競争が激化。</p>	

課題への取組

IT導入による課題の解決

大浴場混雑状況確認システムの導入

- ✓ 客室から大浴場の混雑状況が把握できるシステムを導入することで、混雑時の利用者を分散
- ✓ 混雑緩和に伴い、利用者の満足度が向上
- ✓ 構造的な面でも、化粧室を設置することで、女性脱衣所の混雑がさらに緩和

多言語化への対応

- ✓ 自社ホームページや館内サイネージ、レストランメニュー、近隣マップなどの多言語化に対応
- ✓ レストランでは「Putmenu」システムを導入することで、利用者にも分かり易く、かつ従業員にとっても注文を受けやすい体制を構築

▼大浴場混雑状況確認システム



▼多言語化対応されたレストランメニュー



導入後2年で(見込み)

- **750万円**の営業利益
- 外国人宿泊比**5%⇒10%**へアップ

宿泊業×IT — 株式会社陣屋

あらゆる業務を独自システム化により管理

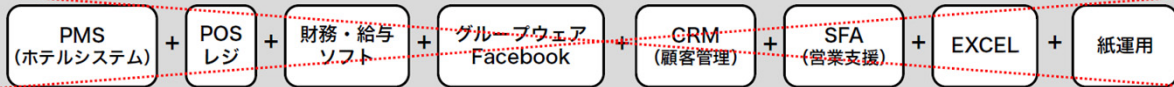
企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社陣屋 【業種】 宿泊業 【代表者】 宮崎 知子 【所在地】 神奈川県秦野市 鶴巻北2-8-24 【資本金】 41百万円 【従業員】 陣屋33人,陣屋コネク7人 【URL】 https://corp.jinya-inn.com</p>	<p>【現場の実態】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 売上アップに向けた取組ができていない <ul style="list-style-type: none"> ➢ 顧客情報が前女将の経験・知識による管理となっており、顧客満足度向上に向けた取組ができていない ➢ 営業情報が営業担当の経験・知識による管理となっており、KKD(勘・経験・度胸)による営業手法からの脱却が必要 ➢ インターネットと社内における紙面ベースの2つの予約台帳による顧客管理(パソコンを使える人材が1名しかいなかった) ■ 経費削減に向けた取組ができていない <ul style="list-style-type: none"> ➢ 原価管理が全体管理のみのドンブリ勘定となっており、商品タイプ別の原価が不明 ➢ パート比率が高く月末まで人件費が不透明 ➢ 売上実績が紙で管理されているだけであり、予算が従業員に知らされていないため、危機感が無い
<p>沿革・その他</p>	
<p>【沿革】 創業大正7年の温泉旅館。過去には明治天皇をお迎えした歴史があり、以後将棋や囲碁のタイトル戦が昭和初期より数多く行われている。1万坪を超える庭園内に、20の客室と6つのレストラン・宴会場を有する。</p>	

課題への取組

Salesforceをベースに、旅館業に特化したクラウド型基幹システム「陣屋コネク」を独自開発



複数ツールの混在利用は行わず、すべての業務を陣屋コネクに集約・一元管理



EBITDA -6,000万円 ⇒ +1億2,000万円 を達成

※EBITDAとは、利息を減算して減価償却費を加算した税引前当期利益



宿泊業×IT — プラザホテル豊田


SNSのトーク機能を活用した情報共有の効率化

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 プラザホテル豊田 【業種】 宿泊業 【代表者】 松山 純大 【所在地】 愛知県豊田市豊栄町 1-88 【資本金】 10百万円 【従業員】 151人(H27年6月) 【URL】 https://www.plaza85.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 発生案件がその都度メモで貼り付けてあり、情報共有のルールが明確でなく情報が整理されていなかった。 ✓ 朝礼の引継ぎ時間も長く、連絡事項も人により伝わり方にムラがあったり、聞いていないという事態も。 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 「情報伝達補助ツールアプリ」の導入 →通知機能を使い、知らせたい相手を指定して即座にメッセージを通知、連絡システムのスピードが大幅に改善。 ✓ 「グループチャット機能」の利用 →様々な情報をメンバー同士でリアルタイムに共有。データが記録に残り、マニュアルとしても活用。 <p>【効果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 全スタッフに向け一斉かつリアルタイムに情報を共有でき、作業効率やスタッフ間の連絡効率、コミュニケーションが向上された。 ✓ 朝礼時間の短縮や情報を探すムダ時間の削減
沿革・その他	
<p>【特徴】 豊田東ICより車で5分、トヨタ自動車本社ビルに一番近いホテル。ナチュラルで機能性重視の客室、本格サウナ付き大浴場のほか、お食事処やマッサージ、無料駐車場を備えるなど、充実した施設となっている。</p>	

出典:「宿泊業の生産性向上事例集2(2019年5月)」(観光庁)
(<https://www.mlit.go.jp/common/001289259.pdf>)を加工して作成

生活関連業×IT — 株式会社オファサポート


自動車運転評価システムを開発し、リハビリプログラムに取り入れ

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 株式会社オファサポート 【業種】 生活関連業 【代表者】 服部 幸雄 【所在地】 宮崎県宮崎市島之内古川 3535-2 【資本金】 10百万円 【従業員】 160人 【URL】 http://ofa-support.com/</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 高齢ドライバーの自動車事故軽減への対応 ② 高齢ドライバーの運転寿命の延伸 ③ 高齢ドライバーの運転免許返納に対する可否判断 <p>【取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 自動車教習所とリハビリ介護施設の運営をしてきた経験を踏まえ、被検者が運転する自動車教習所内のコースを走行した結果を基に、運転技能を評価する「AI型自動車運転評価システム」を開発し、同教習所に併設するデイサービスのリハビリプログラムとして取り入れている。 ✓ 令和元年度に中小企業庁「新連携支援事業」に採択され、加齢とともに衰える身体機能を維持・改善する「運転寿命延伸支援トレーニングサービス」の提供と「安全運転適性診断システム」の構築を通して、全国展開を目指す。 <p>▶運転評価システムを搭載した自動車(同社HPより)</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 自動車教習所、医療・療術業、介護事業の3本柱で展開。2013年、自動車運転を使ったリハビリ専門のデイサービスを開業。産学官連携によってAI型自動車運転評価システムを自社開発し、全国展開に向け挑戦中。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁)
(<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>)を加工して作成

製造業×IT — 熊本製粉株式会社


システム導入による作業効率化を実現

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 熊本製粉株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 宮本 貫治 【所在地】 熊本市西区花園1丁目25-1 【資本金】 493.5百万円 【従業員】 198人 【URL】 http://www.bears-k.co.jp/</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 熊本地震で被災したサイロ(小麦を保管する施設)の復旧 ② 受け入れた小麦原料の品質把握を人手で行っていたため、作業効率が悪かった。 ③ サイロ内の温度急上昇による品質変化への対応 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 熊本県のグループ補助金で投資額の4分の3を補填。 ② <u>近赤外線による成分分析装置を導入し、受け入れた小麦原料の品質を、いち早く把握ができるようになり、生産調整の対応力が強化</u>できた。 ③ サイロ内の小麦の常時温度監視装置を導入し、異常を早い段階で把握でき、<u>品質が変化する前に対応が可能</u>になった。 <p>▼完成したサイロ(同社HP)</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 1947年設立。熊本の自然豊かな立地を活かして、製粉事業を中核とし、プレミックスなど加工食品事業、営業倉庫事業やそば粉・米粉事業へと順次業容を拡大しながら半世紀以上生活文化の向上に寄与してきた。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2018年版(中小企業庁)
 (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2018.htm>)を加工して作成

製造業×IT — 青紫蘇農場株式会社

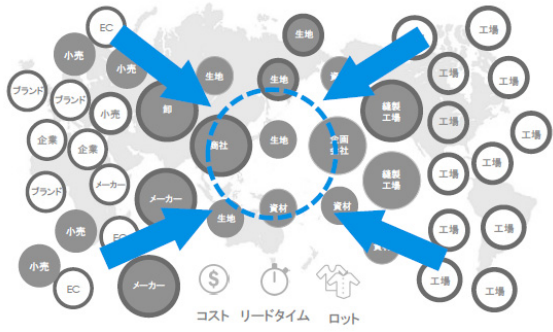
センサーとモニターカメラを設置し、人的ミスの削減と作業効率の向上を実現

企業概要	企業の抱える課題と取組
<p>【企業名】 青紫蘇農場株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 吉川 幸人 【所在地】 熊本県合志市野々島5472-7 【資本金】 26百万円 【従業員】 8人 【URL】 http://shiso.net</p>	<p>【課題】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 限られた資源の中で価値を最大化する製造設備・生産体制の構築の必要性 ② 煩雑なバックオフィス業務の見直し ③ 多様な人材が働きやすい環境の整備 <p>【取組】</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 全ハウスにセンサーとモニターカメラを設置し、データに基づく栽培管理を実現。 ② 煩雑な各種入力等業務を見直し、<u>専用ソフトウェアによるタッチパネル式に変更し、作業時間を65%短縮、人的ミスを100%削減</u>。 ③ 収穫後の品質管理工程における<u>自動選別システム等</u>を導入し、<u>作業負担が86%削減、作業効率が6.7倍向上</u>。 <p>▼タブレット端末</p> 
沿革・その他	
<p>【特徴】 地域資源の「紫蘇」(しそ)を活用し、生産から加工品開発・販売・輸出まで一貫した複合的・多角的経営による次世代型の稼げる農業経営に取り組んでいる。差別化、ブランド化を図るための加工品も開発している。</p>	

出典:『はばたく中小企業・小規模事業者300社』・『はばたく商店街30選』2019年版(中小企業庁)
 (<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/monozukuri300sha/index2019.htm>)を加工して作成

製造業×IT — シタテル株式会社

受発注を管理する基幹システムの導入により、効率的な生産を実現

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 シタテル株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 河野 秀和 【所在地】 熊本県熊本市中央区 水前寺公園28-23 2階 【資本金】 877百万円 【従業員】 61人 【URL】 https://sitateru.co.jp/</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 衣服生産における発注側(小売店・メーカー等)としては、ニーズの多様化、流行トレンドの短期化、コモディティ化が課題 ■ 他方、受注側(縫製工場)としては、多重構造による流通不全に陥っている <p>▼第4回地域しごと創生会議資料(内閣官房) プラットフォームの必要性</p>  <p>コスト リードタイム ロット</p>
沿革・その他	
<p>【特徴】 オリジナルブランド服を作りたい事業者から、ネットで注文を受け、最適な技術レベル・稼働状況の縫製工場へと発注し、小ロット、短納期での製品化を可能とする新流通プラットフォームを構築・運営している。</p>	

課題への取組

IT導入による課題の解決

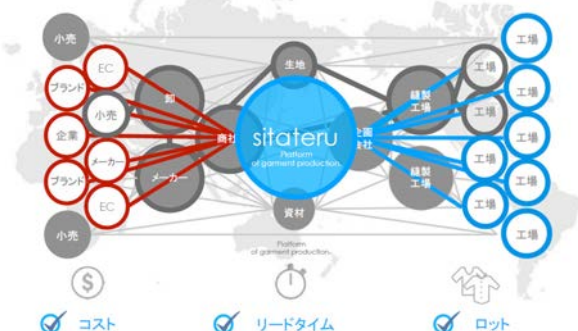
Sitateru Control System(SCS)の導入

- ✓ 発注側と受注側間のストック情報(決定事項やデータ)やフロー情報(会話等)の橋渡しをしているシタテルの基幹システム
- ✓ 相談→サンプル作成→本生産まで、このシステム一つで管理可能



▼第4回地域しごと創生会議資料(内閣官房)

シタテルの事業により解決



取組の効果

多様化するニーズにマッチした効率の良い生産

- ✓ 本システムを活用することで、発注側は**オリジナル商品を小ロット、短納期で製品化**できる。
- ✓ 一方の受注側も、既存の設備・人材を有効活用して、**コストを低減しながら利益を上げる**ことができる。

製造業×IT — 株式会社池上鉄工所

IT導入による全行程の見える化と、提案型営業への転換

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 株式会社池上鉄工所 【業種】 製造業 【代表者】 松田 清 【所在地】 宮崎県延岡市 大武町39-6 【資本金】 76.9百万円 【従業員】 46人 【URL】 http://www.ikegamitekko.co.jp/</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 受け身営業による受注のとりこぼし <ul style="list-style-type: none"> ➢ リーマン・ショックの影響で受注が減少していた ➢ 受け身営業のため、提案をすれば取れる可能性のある受注をとりこぼしていた ■ 低利益体質からの脱却 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 社内システムを利用しているものの、そのデータを活用した評価ができていなかった ➢ 製造や営業、メンテナンスまで多岐にわたる各工程間の連携が取れていなかった <div data-bbox="769 857 1428 1084" data-label="Image"> </div> <p>▲宮崎県企業成長促進プラットフォーム事務局HPより</p>
沿革・その他	
<p>【沿革】 昭和21年設立。地場の大手企業からの受注生産を中心に、設計から機械加工、製缶溶接、工事配管、メンテナンス業務等を扱ってきた。多品種少量特注品の受注生産を、メンテナンスも含め一貫して行う。</p>	
課題への取組	
<p>データ分析と結果共有による全社工程の見える化</p>	<p>提案型営業ツールとしてのウェブサイト開設</p>
<p>既存システムと連携する分析ツールの導入</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ エクセルベースの分析ツールを導入し、既存の業務システムとデータ連携を図ることで、案件ごとの採算評価を行う ✓ 経営シミュレーションにより、よりの確な資源配分に役立てる 	<p>専用ソリューションWebサイトの開設</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 提案営業による営業力強化を目指して「大物製缶溶接.com」「多管式熱交換器製作.com」「圧力容器製作.com」等のWebサイトを立ち上げ ✓ 限られた営業人員で、Webからの問合せ対応をきっかけとした新規顧客獲得に効果を発揮
<p>社内での分析データ共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 分析データを従業員全員で共有することで、社員の意識改革に繋げる ✓ さらなる見える化のため、社内ネットワークの強化を実施(業務システム、ファイルサーバ、端末、VPN接続等の入替え) 	<div data-bbox="874 1563 1401 1787" data-label="Image"> </div> <p>▲Webサイト</p>
取組の効果	
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 本業での営業利益が直近4年連続黒字化し、V字回復を実現 ➢ 新規顧客獲得が取引客数の約13%に(平成29年度) 	

製造業×IT — 株式会社英田エンジニアリング

システムの改善・導入による営業力強化

企業概要

【企業名】 株式会社英田エンジニアリング
 【業種】 製造業
 【代表者】 万殿 貴志
 【所在地】 岡山県美作市三保原678
 【資本金】 60百万円
 【従業員】 135人
 【URL】 <http://www.aida-eng.co.jp/>

沿革・その他

【特徴】
 昭和49年設立。成形機など各種産業用機械企画・設計・開発・製造・販売・アフターサービスを行う。中でも、無人駐車場関連機器は同社の売上の50%以上を占める主要事業である。

企業の抱える課題

【課題認識】

- 営業手法の効率化
 - ✓ 営業手法が属人的で個人差が大きい
 - ✓ 営業活動状況を会社として掴む体制が整っておらず顧客へのアプローチ状況が不明瞭
 - ✓ 受注確度の低い案件に必要な以上の手間をかけたといった、見積業務が非効率
 - ✓ 経費削減が効率的に行われていない

▼同社HPより



課題への取組

生産・販売管理システム改善、営業支援システムの新規導入

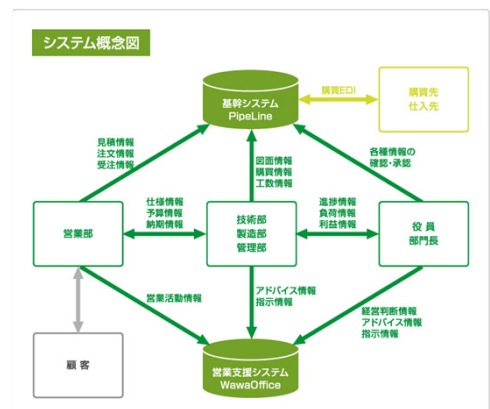
既存・新規顧客への営業力強化のため、SFAシステムを導入

- ✓ 既製品の営業支援(SFA)システムを導入したうえで、当社の営業戦略に合わせた運用ルールを策定し、ユーザーの利用推進を図った。
- ✓ 営業担当者、上長、経営者層がそれぞれ新鮮な情報にアクセスできるようにし、チーム営業で受注に繋がる体制を構築。

生産・販売管理システム(EPR)の購買システムをカスタマイズ

- ✓ EPRのカスタマイズを行い、科目、ユニットを跨いだ複数部品の発注、受け入れを一枚の発注書でできるようシステムを改善。
- ✓ 発注進捗確認表により、部品の入荷や未入荷等の進捗管理も可能とした。
- ✓ また、主要供給先の約80%に対して発注・入荷業務を行えるEDIを汎用ソフト(エクセル)で開発。

▼システム概念図(経済産業省HPより)


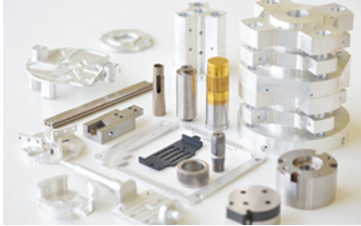


- 経常利益が約5倍、売上高が約1.8倍
- 受注決定確率(件数)8%→15%

※平成21年度・同24年度比較

製造業×IT — プラスエンジニアリング株式会社

多品種少量・特殊形状部品加工を一元管理する自社開発業務システム

企業概要	企業の抱える課題
<p>【企業名】 プラスエンジニアリング株式会社 【業種】 製造業 【代表者】 鈴木 重人 【所在地】 東京都豊島区 池袋2-47-3 【資本金】 60百万円 【従業員】 110人 【URL】 https://www.pluseng.co.jp/</p>	<p>【課題認識】</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製造工程の特殊性 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 生産設備用重要部品の加工製造では、部品が納入先製品の生産工程に直結し、特別な形状や精度を求められ、複数の加工工程の組合せで製作されるという極めて特殊かつ複雑な工程で製造される ■ ネットワークの複雑性 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 多品種少量生産になることから、100台を超える加工機と70名の技能者からなる社内製造部門と、特殊加工を専門とする社外の100社を超える協力工場のネットワークにより、顧客の要求に応じている
<p>沿革・その他</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>▲製品の一部(同社HPより)</p>

課題への取組

自社開発業務システム導入による受注業務の効率化

販売管理

1. 顧客からの見積り合い
2. 工程設計とそれに基づく原価と期間を算出
3. 工場ラインの稼働率と照合しながら速やかな見積り・納期回答

生産管理

1. 見積り段階の工程設計や見積り額を元に、スケジューラーでシミュレーション
2. 実行工程及び予算への連携に加え、機械及び担当者への作業指示を作成



【効果】

- 過去5年間の売上高の伸び約1.3倍
- 生産計画作成工数の半減(1日当たり16時間⇒7時間)
- 受注から日程計画確定までの時間が半減(48時間⇒24時間)
- 見積り回答時間の短縮(48時間以内)

お問い合わせ

熊本県 商工観光労働部 商工労働局 商工振興金融課

〒862-8570 熊本県熊本市中央区水前寺6-18-1

電話:096-333-2316

<https://www.pref.kumamoto.jp/>



熊本県