

特集

ITコーディネータ 表彰事例

～ DX 認定企業の輩出を目指してII～

1

DXは便利な道具(デジタル)を活用し会社の強みや良い点を伸ばし、お客様のために変革していくこと

株式会社みらい蔵
(大分県豊後大野市)

2

小さなことをやってみて、その成功がDXの自走につながる

株式会社NISSYO
(東京都羽村市)

3

DX認定の準備の中で、会社の未来についてしっかりと考えられた

株式会社古賀製茶本舗
(福岡県八女市)

4

なるべく現場の作業上におき、負担の少ないDXを

株式会社しゃもじや
(愛知県安城市)

3

4

1

2

2021年度のITCカンファレンスでは、ITコーディネータ資格20周年を記念し、パートナーシップよくDX推進態勢を構築している経営者とITCとともに6社を表彰し、架け橋31号の特集でも支援事例を掲載いたしました。

昨年に引き続き2022年度も表彰制度を実施し、中小企業のDX推進を支援するITコーディネータと経営者の皆さまを表彰し、事例発表をしていただきました。

従来の表彰制度が「企業が成果を出しているか」を求めていることに対して、本表彰では、「ITCが的確に支援をおこなって、企業が成果を継続的に生み出せる態勢づくりをおこなっているか」に重きをおき、DX推進態勢を構築している経営者とITCとともに表彰することが特徴です。

応募についても、経営者と対話しながら、ITCが行い、対話のなかで、DX認定基準を満たすような態勢をつくっているかどうか、重要なポイントの一つとなっております。

今回は、最優秀賞（経済産業省商務情報政策局長賞）優秀賞（独立行政法人情報処理推進機構理事長賞）のDX認定企業を含む計4社の支援事例を取材いたしました。

ITコーディネータが経営者とともにどのようにDXを進めていったのか、経営者に寄り添って支援するITコーディネータならではの事例が、DX戦略を考える皆さまの参考になれば幸いです。

ITコーディネータ協会 コミュニティデザイン部 中村 路子

特集

ITコーディネータ表彰事例

～DX 認定企業の輩出を目指してII～

1

DXは便利な道具(デジタル)を活用し会社の強みや良い点を伸ばし、お客様のために変革していくこと

－株式会社みらい蔵(大分県豊後大野市)－

DX戦略の中心となるのが
土壌診断・施肥設計システム

最初に紹介するのは、最優秀賞(経済産業省商務情報政策局長賞)を受賞した株式会社みらい蔵。水田や畑が広がる大変自然豊かな地域、大分県豊後大野市の会社である。

みらい蔵は、1997年より肥料や農薬等の農業資材専門店「夢アグリ」として店舗事業を展開。現在ではこの夢アグリと米の集荷をする米穀集荷部門、土や堆肥、作物の分析をする農産分析科学研究所、イチゴなどを生産する農業生産法人を運営している。

同社のDX戦略の中心となるのが、土壌診断・施肥設計の「ソイルマン」というシステム。土の中の養分と土の物理性を科学的に分析し、土の状態を見える化し、その両方のデータを基に肥料の量を設計するクラウド型のシステムである。

土づくりは経験と勘に依存していて、天候不順で品質が悪くなる、反

収が上がらないなど、ベテランの農業者でも悩みは尽きなかった。この「ソイルマン」は、そんな悩みを解消し、土壌づくりから栽培管理、販売管理までを、データサイエンスに基づきトータルで支援するシステムである。

この「ソイルマン」を開発するまでは紆余曲折があった。同社は1998年頃までは、店舗での販売しか行っていなかった。しかし、営業で顧客を訪問してみたら、意外なことに、農業者は経験と勘に頼りすぎていて、土の状態をデータで把握していないところがほとんどだった。そこで、山村洋央社長の父が土壌分析の研究を開始。最初の5年間は全く相手にされず苦労したが、実績が徐々に上昇。研究開始から8年後に大分県より経営革新計画の認定を受け、2010年に本格的な事業化に着手した。

そして、農業者が使用しやすくなるために、大分県のビジネスプラングランプリ等の補助金を利用しながら、3年をかけて4つの特許を取得し、ク

ラウド型のシステムを開発。そして、2014年に「ソイルマン」をリリースし、同時にホームページも全面的にリニューアル。全国から土壌分析の依頼をインターネットで受けられるようになった。

売り上げは、土壌分析と「ソイルマン」の利用に伴う肥料を合計すると初年度は80万円だったが、現在は1億3,000万円を超えている。また、土壌分析の依頼数も年間6,000件に上っている。

知りたいデータを
リアルタイムで“見える化”

みらい蔵のIT化やDXを推進してきたのが、前社長である山村恵美子会長だ。

同社の創業期は、競合店との安売り合戦の毎日だった。借金は増え、従業員のストライキなどもあり、大きなピンチを迎えた。そこで、山村会長は販売管理システムからデータを抽出し、売り上げデータの解析を行っ



代表取締役社長
山村洋央氏



代表取締役会長
山村恵美子氏



ITコーディネータ
中尾克代氏

た。それによりどんな商品がいつ頃売れるのかが分かり、顧客のニーズをつかめるようになってきた。そして、その努力が実り、少しずつ業績が改善していった。

「この苦しい経験から、データを読む大切さがすごく身に染みました」と語る山村会長。

その後、店舗にパソコン版のポスレジシステムを導入し、知りたいデータをリアルタイムで“見える化”するようになった。それにより従業員も売れ筋、顧客の動き、商品の在庫などを、毎日確認できるようになった。そして、仕入れるべき商品等の判断がしやすくなり、数字に基づく会社全体の行動計画も立てやすくなっていった。

「私の考えるDXとは、便利な道具であるIT機器を、お客様のため、社員のため、そして世の中のために活用し、会社の強みや良い点を伸ばし、弱いところは改善、変革していくことだと思っています」(山村会長)

“いらん世話”によって 次の一手が見えることがある

みらい蔵とITコーディネータの中尾克代氏との出会いは、2010年のこと。大分県産業創造機構が主催したIT経営セミナーの場で、同社がパソコンレジ導入の成果を発表したときだった。そこで山村会長は、「外部支援者には、我々のモチベーションを上げてほしい。新しい刺激を与えてほしい。そして、夢を語る対話の相手となってほしい」と熱く語った。

そのエネルギーな山村会長の発表を聞いて、中尾氏はみらい蔵に猛烈に売り込み、中小企業IT経営力大賞の申請を提案。そして、2011年に同賞の審査員会奨励賞を受賞した。

山村会長は、さらに「外部専門家には、新しい知識や情報を経営者にこれでもかと押し付けてほしいと思います。良い意味での刺激を与えてい

ただきたいのです。大分弁で言う“いらん世話”です。そのいらん世話によって、次の一手が見えることがありますから」と言う。

中尾氏も外部支援者の役割をこう語る。

「経営者に寄り添いながら、将来のありたい姿を一緒に描き、どうやって実現するかを伴走しながら考え、アドバイスし続けることだと思います。会長の言ういらん世話ですが、私が心がけていたのは、タイミングを見て余計なお世話をいっぱいすることでした。

経営者というのはとても孤独です。ですから、いっぱい褒めることも大切だと考えます。褒めることによって、自然とモチベーションも上がり、実現したい未来も見えてくると思います」

2023年の完成を目指し 「ソイルマンII」開発に着手

みらい蔵は、中尾氏のアドバイスのもと経済産業省に申請を行い、2022年7月にDX認定を受けた。

同社はDX戦略の大きな柱として、「ソイルマンII」などによる「農業経営の生産性向上」と、顧客管理のデジタル化や販売管理システムの改修などによる「社内業務プロセスの改善」を掲げている。このDX戦略を実現するために、毎年売り上げの1%をIT

化やデジタル化、人材育成に投資を行う。

手始めに、2023年の完成を目指して「ソイルマンII」の開発に着手する。国の有機農業へのシフト方針に応じ、有機農業に求められる地域ごとの土壌や作物に応じたきめ細やかな対応ができるようにすることが狙いだ。そして、「農業経営のデジタル化に貢献していきたい」と山村社長は語る。

それには今後も、ITコーディネータなどの外部専門家の支援は欠かせない。山村社長にとって中尾氏は、「親戚のような存在」と絶対的な信頼を寄せている。

そして、「土づくりに着目したデジタル農業を推進し、みらい蔵は農業イノベーションリーダーとして地域に根を張り、DXを推進していく」と若きリーダーは意気込んでいる。

会社概要

株式会社みらい蔵
事業内容：農業資材の店舗販売、営農支援、
土壌・作物体・堆肥等の分析など
大分県豊後大野市犬飼町大寒1700番地
<https://mirai-zou.co.jp/>

ITコーディネータ

アイティ経営研究所
代表 中尾克代氏
<https://www.itbizlab.jp/>



特集

ITコーディネータ表彰事例

～DX 認定企業の輩出を目指してII～

2

小さなことをやってみて、その成功がDXの自走につながる

－株式会社NISSYO(東京都羽村市)－

「Change or Die」(変化か死か)
変わらなければ死んでしまう

2つ目に紹介する企業は、優秀賞(独立行政法人情報処理推進機構理事長賞)に輝いた株式会社NISSYO。東京都羽村市に1967年に設立された電気機械器具製造業の会社である。

NISSYOは、設立当初は織物業を営んでいたが、東南アジアの安い製品にどんどん押され、織物業自体は徐々に衰退していた。そんな中で同社が注目したのが、電力を変換する「変圧器」だった。

現在もこの変圧器が製品の主力だが、変圧器の周辺事業のほうも順調に業績を伸ばしてきて、現在は売り上げの約40パーセントをこの周辺事業が占めている。

平均年齢は、製造業では極めて若い31歳。そして、従業員240名のうち、約40%にあたる100人近くが外国人という構成になっている。現在は

ベトナム、インドネシアなどの東南アジアからの若い人材が集まっているという。

同社のスローガンは「Change or Die」「Fast eats Slow」。直訳すると「変わらなければ死んでしまう」。

「とにかくスピードが命です。時代の流れを敏感に感じて、それ以上のスピードで変化する会社にしていかなければ、NISSYOはなくなってしまうという意味です」と語るのは、同社の代表取締役社長、久保寛一氏。

そして、DX戦略の本質もずばり「チェンジ」と「早くやる」だ。

「データドリブン経営」と
「アスヨクDX」でDXを

同社のDX化で最初に取り組んだのは、従業員の意識改革だった。全従業員に売り上げなどの現状のデータを図表で見せて、会社のことを自分事として考えてもらうこと。経営サイドにも立ってもらうことだった。

「このように意識を変えていけば、

人の可能性や夢は無限大に広がります。会社もどんどんどんどん伸びていくと考えました」と久保社長は言う。

具体的なDX戦略で、1番初めに掲げたのは「データドリブン経営」。データを基に経営判断をすること、Plan、Do、Check、ActionというPDCAを素早く回すことを会社の基本にした。そして、もう1つは「アスヨクDX」というクラウド型のポータルサイトを作り、すべてのデータを集約することだった。

2015年にはタブレット55台を配り、久保社長は「これでDX行くよ」と社員に宣言した。

「みんなで使ってみるというのが始まりでした。タブレットを会社だけで使っても上手にならないから、家に持ち帰ることもOKにしました。社員がYouTubeを見たり、ゲームをしたりして、そのうちうまく使いこなせるようになっていったのです」

その成果はペーパーレス化にも現れた。それまで年間60万枚の紙を印刷していたが、タブレットを業務に使うようになってからは印刷する枚数は激減した。

さらに、2020年にはEDIを導入し、メーカーへの発注や納期調整などを、FAXからWebベースに替えていった。

そして、2021年にはリアルタイムで不良分析ができるBIツールを搭載した「アスヨクDX」を導入。このシステムは、どこで不良が起きたのか、誰にどんなトラブルが起きたのかなどを自動的に分析し、クラウド経由でリアルタイムに図表に表示する。社員全員がタブレットを持っているため、瞬時



代表取締役社長
久保寛一氏



ITコーディネータ
中尾克代氏

にそれらの情報を知ることができる。

さらに「アスヨクDX」では、弁当の注文や残業時間の確認なども行うことができ、81歳の社員も毎日利用しているという。

「『大きいことはやらなくていいから。ちっちゃな体験を繰り返して、失敗しながらやっていいんだよ』と社員に言いました。敷居がすごく低いので、いつの間にかみんなが使うようになり、システムが社内で自然と活用されていきました」

やっているうちに楽しさが見えてきて、便利になった実感が湧いてくれば、DXは勝手に走り出すと久保社長は強調する。

こちらの思っていることを ずっと差し出してくれる人

ITコーディネータの中尾克代氏と久保社長の出会いは、2021年11月に青梅商工会議所主催で行われた中小企業のためのビジネスゲームの研修の場だった。青梅地域のものづくりの経営者が20名ほど集まり、中尾氏が講師を務めた。

久保社長はビジネスゲームが始まって30分くらいで、ゲームのポイントを素早く理解し、チーム内でリーダーシップを発揮し始めたという。その研修の場で中尾氏がDX認定の話をする、後日、久保社長から連絡があった。

中尾氏は、ビジョン作成、DX戦略作成、KPI作成、セキュリティアクション、そして申請と、体系的に同社のDX認定を支援。そして、NISSYOは2022年6月にDX認定を取得した。

「中尾さんに教えてもらう前は、DXに対するKPIというのは、何のこたなのか、どう表現すればいいのかわからなかったし、そんなことを考えたこともなかった」と久保社長は言う。

そして、「中尾さんは、こちらの思っていることを、ずっと差し出してくれ



る人です。そこが一番感度がいいといつも思っています。これからも我が社を良くするには、いろいろなことに挑戦したいです。それには、中尾さんのような専門家を大いに利用して、その力を借りながらやっていきたいと思っています」と久保社長は中尾氏を大いに評価している。

一方、中尾氏は、久保社長のDXに対する姿勢をこう語る。

「NISSYOさんのDXの特徴というのは、デジタルツールを上手に使う、戦略的に変革をされているところだと思います。まず久保社長がいろいろなところに行かれて、いろいろな新しい情報やツールを仕入れてくる。そして、タブレットを全社員に提供したように、新しいアイデアをタイミングよく投入する。それによって、ますます早く、そして高いレベルの変革ができる体質になっていると思います。まさにDXはかくあるべきかが実践されているのではないかと思います」

そして、「『DXだから、すごいシステムを入れなくてはいけない』と言う社長さんもいます。しかし、そうではなくて、NISSYOさんのようにタブレットを入れたりして、とりあえず目の小さな改善をする。それからだと思うのです」と同社のDXの歩みを、中小

企業の良い手本であると捉えている。

勉強することが大切 学び続ければ人生は無限

最後に久保社長に、中小企業のDX戦略へのアドバイスを聞いてみた。

「まずはトライして、エラーしてみたらいいんじゃないかと思います。多くの人がDXを大きく考えすぎていて、いきなり大きなハードルを越えようとしているように見受けられます。目の前の小さなことからやってみて、それが実は手段となってDXにつながるのだと思います。

もう一つは、やっぱり勉強することが大切だと思います。中尾さんもよく言っていますが、学び続ければ人生は無限だと。学びを止めたら終わってしまう。それがDXに限らず、経営者に必要なことだと考えます」

会社概要

株式会社NISSYO

事業内容：変圧器、電源装置、半導体製造装置の設計、製造、販売など

東京都羽村市神明台4-5-17

<https://www.nissyo.tokyo/>

ITコーディネータ

アイティ経営研究所

代表 中尾克代氏

<https://www.itbizlab.jp/>

特集

ITコーディネータ表彰事例

～DX 認定企業の輩出を目指してII～

3

DX認定の準備の中で、会社の未来についてしっかりと考えられた

一株式会社古賀製茶本舗(福岡県八女市)一

玉露や高級な煎茶として有名な 福岡県八女市の製茶会社

優秀賞(特定非営利活動法人ITコーディネータ協会会長賞)に輝いたのは、株式会社古賀製茶本舗。福岡県八女市に本社を構える、お茶の製造・卸売・小売業・通信販売を営む会社である。

日本茶の生産・製造といえば、静岡県や京都府がよく知られているが、この八女市も玉露や高級な煎茶として有名な「八女茶」で全国的に知られ、特に伝統的な本玉露の生産において、品質・量ともに日本一の規模を誇っている。

八女市には製茶業を営む会社が多いが、古賀製茶本舗は1819年創業という老舗で、現在の代表取締役社長の古賀善信氏で9代目になる。

同社では、職人による確かな目利きで厳選した茶葉を、自社工場で毎日焙煎。新鮮な茶葉を最も適切な製法で焙煎し、うまみと香りを引き出す技術は創業から200年以上の歴史の中で培ってきた。



代表取締役社長
古賀善信氏

一方で、最新機械の導入など設備投資にも力を入れ、効率化と省コスト化にも積極的に取り組み、また近年は手軽なティーバッグの商品に力を入れるなど、さらなる安定供給も目指している。主な取引先として全国のお茶の専門店、コストコなどの量販店のほか、沖縄県のデパートリウボウに直営店も出店している。また、スターバックスコーヒーの福岡県限定の商品に抹茶を提供するなど、新しい日本茶の展開も積極的に進めている。

地場のITベンダーが廃業 システムをリプレースすることに

古賀製茶本舗がDXに取り組むきっかけになったのは、2021年のこと。基幹システムである販売管理システムを提供してきた地場のITベンダーの代表者が逝去し、この会社が廃業。OSのバージョンアップなどに耐えられるか不明であり、リプレースを検討せざるを得なくなった。

「今まですべてをこのベンダーに任せきりにして、うちの会社の中にはシステムのことがわかる人が一人もいない状況でした」と古賀善信社長は語る。

そこで相談したのが、福岡銀行の植木尚之氏だった。

ITコーディネータでもある植木氏は、福岡銀行が所属するふくおかフィナンシャルグループ

で「FFGデジタル化支援コンサルティング」というサービスのIT経営の支援を行っている。

古賀製茶本舗から相談を受けた植木氏は、早速、この基幹システムの再構築プロジェクトに取りかかった。

まずは、現状分析を行い、業務の流れを可視化し問題点を洗い出していた。そして、「ベンダーロックイン」の状態からの脱却を課題に掲げ、連携のしやすいコネクティビティと、乗り換えの簡単さを持たせるポータビリティを重視し、解決手段としてクラウドツールの活用を提案した。

さらに、費用負担軽減策として、人に対する補助金「中小企業デジタル化応援隊事業」、そして、主にモノに対する補助金「IT導入補助金」の活用も提案した。

次にRFP(提案依頼書)を作成し、依頼内容や選考の進め方などを決めて記載。そして候補先のベンダーの選定まで行った。2021年7月に着手したこのプロジェクトは、パッケージツールの導入と若干のカスタマイズも含めて、2022年3月末に終了した。

銀行員ITCの支援を受け DX認定の申請を

しかし、いざ新年度からシステムの本稼働というときに問題が発生した。

毎年4月から6月は新茶の時期で、製茶業界は一年で最も多忙な時期。新型コロナウイルスの感染拡大や人事異動もあり、人手が最も少なくなるというタイミングに稼働時期が重なってしまったのだ。

古賀製茶本舗のIT経営推進者である販売部長の古賀万智子氏は、5月



販売部 部長
古賀万智子氏

下旬になり新茶の時期が落ち着いたので、IT導入補助金の申請修正に着手。しかし、修正自体は終わったが、申請期限には間に合わなかった。

そこで古賀万智子部長は心機一転。「忙しいことを理由にやるべきことができていなかったの、これはいけないと思いました。絶対に9月には運用を開始すると、社内中にアナウンスしました」と言う。

そんな時に、植木氏からDX認定の話があった。最初のうちはDX認定にどのようなメリットがあるのか分からなかった。また、社員も少なく、誰がやるんだという声も多く上がり、DX認定にあまり興味を持つことができなかった。

「しかし、植木さんから詳しく教えてもらうちに、DX認定を受ける準備をする中で、会社の未来についてしっかり考えることができるんじゃないかということに気づきました」と古賀万智子部長は語る。

そこで、古賀製茶本舗では、植木氏のアドバイスを受けながら、3つのDX戦略を掲げた。

1つ目は情報をデジタル化すること。今回行った基幹システムのリプレイスのように、従来の業務にデジタル技術を取り入れ、業務の効率化を図り業務改善を実現する。

2つ目は業務プロセスをデジタル化すること。工場などの業務のデジタル



化や、システム間の連携、データ活用などに取り組み、地域の自然文化、茶摘みの様子など八女茶のPR動画を作成し、配信する。

そして、3つ目はデジタル化を前提としたビジネスを構築すること。八女茶ブランドのコミュニティをデジタル上で作り、国内だけではなく、海外の消費者や八女茶の栽培農家、製茶業者などがつながるようなプラットフォームにして、交流イベントの企画やコミュニティの構築など様々なことにチャレンジしていく。

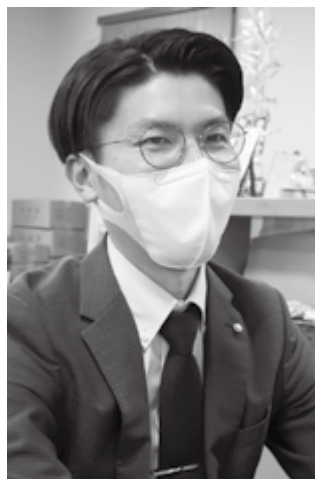
「今までの弊社はDXについて、何も分からずDXレディ以前の状態でしたが、植木さんから理解できるまで詳しく説明していただき、このようなDX戦略を立てることができました。このビジョンを実現するために、これからも植木さんにはお世話になりながら、DXを推進していきたいと思います」（古賀万智子部長）

して、植木さんのアドバイス通り、社内でちゃんと検討して確認できたことも良かったと思っています。会社の未来にとってDXは必要なことだと、今では思っています」

最後に植木氏に、中小企業のDX化を進める上で重要なポイントを聞いてみた。

「例えば勤怠管理アプリの導入などで、ちょっと便利になったと感じたことを積み重ねて、一步一步進んでいくことが大事だと思います。そういったITの成功体験の積み重ねがDX化につながっていくと思います。あと、伴走者の存在も欠かせません。第三者が入り、お金のことだったり経営のことだったり、何でも相談できることが必要だと思います」

ITコーディネータの資格を持った銀行員ならではの強みを生かし、今後も良き伴走者として中小企業の支援に当たっていききたいと植木氏は言う。



ITコーディネータ
植木尚之氏

ITの成功体験の積み重ねがDX化につながっていく

古賀善信社長は、このように基幹システムの変更やDX認定を受けることができたのは、植木氏の銀行員ならではの力が大きかったと言う。

「普段からお付き合いがあり、うちの会社のことを良く知っている銀行さんだからできたことだと思います。そ

会社概要

株式会社 古賀製茶本舗
事業内容：八女茶製造・卸売・小売業・通信販売
福岡県八女市山内486
<https://www.koganoyamecha.co.jp/>

ITコーディネータ

ふくおかフィナンシャルグループ
福岡銀行 植木尚之氏
<https://www.fukuokabank.co.jp/corporate/digitalsupport/>

特集

ITコーディネータ表彰事例

～DX 認定企業の輩出を目指してII～

4

なるべく現場の作業上におき、負担の少ないDXを

－株式会社しゃもじや(愛知県安城市)－

新型コロナの感染拡大で
大打撃を受けた飲食業

最後に紹介するのは、やはり優秀賞(特定非営利活動法人ITコーディネータ協会会長賞)を受賞した株式会社しゃもじや。同社は1972年創業の飲食業を営む会社で、愛知県の三河安城・刈谷地域に現在、和食居酒屋の「しゃもじや」、割烹料理店の「一井」(いちい)、そして炉端焼の店「ろばた一粋」(ひといき)の3つの店舗を運営している。しゃもじやの2019年の売り上げは3店舗で約3億円を誇り、この地域ではとても繁盛していた。

しかし、新型コロナウイルスの感染拡大で、飲食業は大打撃を受けた。2020年4月には1回目の緊急事態宣言が発出。しゃもじやでは、慣れないテイクアウトに力を入れた。世の中に飲食業を応援しようという機運もあり、最初は手応えがあった。しかし、それも短期間で終わり、6月ぐらいか

ら徐々に売り上げは落ちていった。

同社は、多くの従業員を抱えているため、代表取締役の木村直道氏はなんでもやった。社員を守るためにテイクアウトも率先して行い、自身で自転車や車を使ってデリバリーもやった。働き過ぎて、一時、ダウンしてしまうこともあった。

新型コロナウイルスの影響で、しゃもじやの2020年の店内売上は2019年の49パーセントに落ち込んだ。そして、2021年はさらに悪化し、33パーセントまで売り上げが落ちた。

まずは事業の分析を行い
テイクアウトとデリバリーをIT化

そんなときに、木村社長はITコーディネータの笠岡はじめ氏に連絡を取った。

笠岡氏は飲食店のコンサルタントという顔のほかに、ITコーディネーターとして、飲食店や中小企業のIT化の支援も行っている。

しゃもじやと笠岡氏の出会いは、10年ほど前。先代から会社を引き継ぐことになったときに、事業承継の件でコンサルを受けた。そのときは単発の支援だったが、その後、新しい店を出すときに、再び笠岡氏にコンサルを依頼。店のコンセプトやメニューの構成などのアドバイスを受けた。

コロナ禍で生き残っていくために木村社長と笠岡氏は、まずはテイクアウトやデリバリーの事業の分析を行った。その中で、発注や決済に時間や手間が取られていることが分かり、テイクアウトやデリバリーのIT化を進めることにした。

飲食店では現場がいつも忙しく、普段の業務の動線上では基本的にIT化は難しいと笠岡氏は考えている。そのため、しゃもじやのIT化では、現場に導入しても負担の少ないやり方をまずは考えた。

具体的な課題として見えてきたのが、テイクアウトやデリバリー事業は受注作業に時間がかかることだった。電話で注文を受けると、1件あたり5～10分かかっていた。また、デリバリーでの決済もやはり5分程度時間がかかった。さらに、Webサイトで注文できないかという問い合わせも多く寄せられていた。

これらの課題の洗い出しとともに、笠岡氏はマーケット分析も行った。

まずは、1,500円以下の弁当や惣菜に需要があることが分かり、同時に三河安城地域ではお祝いごとや企業の接待に1,500円以上の弁当などを注文するケースが多いことも見えてきた。顧客のニーズは、この両方の商品にあると分析した。



代表取締役
木村直道氏



ITコーディネータ
笠岡はじめ氏

そして、和食居酒屋の味を生かした普段づかいの1,500円以下の商品、割烹料理店のクオリティを生かした高級な1,500円以上の商品という、2つのブランドを設定。さらに同社ではウナギを調理できる高い技術力を持っており、ウナギ専門の商品のブランドも立ち上げた。そして、この計3つのブランドで、テイクアウト、デリバリーの事業を改革することにした。

ブランドは決まったものの、苦しい経営状況の中ではシステムに大金はかけられない。そこで、安価で導入、運営ができる「ショッピファイ」というシステムを使いメインの通販サイトを作ることにした。それから、ウナギ専門のブランドに関しては実店舗がないので、WordPressで店のWebサイトを作成。そして、受注管理を一括化するために、ショッピファイの買い物かごをWordPressに埋め込み、管理画面はショッピファイの方でやるように設計した。

Webサイトの稼働で

店外売上はコロナ禍前の43倍に

この3つのブランドの立ち上げとWebサイトの稼働によって、結果はどうなったか。

店外売上は、コロナ禍前の2019年に比べて43倍にもなった。そして、2021年以降は月間の平均売上が200万円を超えるようになった。店外の売上比率も2019年の0.2パーセントから24パーセントに上がり、店内の売り上げが回復してきた2022年も12パーセントを占めている（2022年9月現在）。テイクアウト、デリバリーの事業は、完全にしゃもじやの利益の柱へと成長した。

さらに、Webサイトでの受注は現在、約25パーセントを占めている。注文数は2021年で697件、2022年は9月までで476件となっている。電話で注文を受けると5～10分かかっていたので、このWebサイトに



受注機能を装備したことは生産性の向上となり、結果的にDXにつながっていた。

このプロジェクトが成功したポイントは、1つはなるべく現場の作業上におくことによって、負担の少ないDXが実現できた点。2つ目はマーケット分析によって、1,500円以上の高級な商品もしっかりとアピールできた点だと笠岡氏は分析している。

DXに関しても、 分かりやすさを大事に

今回の笠岡氏の支援に対して、木村社長は「飲食店だけではないと思うんですけど、コロナは強烈すぎるくらい強烈で、過去に経験したことないような思いをしました。そんなどん底中のどん底のときに、笠岡さんからいろんなアイデアをいただき、ものすごく助けていただきました」と感謝の気持ちを語る。

さらに笠岡氏は、いつもやる気にさせてくれたと言う。

「ケツを叩かれてやっている感は、僕はめちゃくちゃありました。今でもまだ叩かれそうです（笑）。宿題を締切までにやらなくてはいけないという感じでやっていました。パートナーである笠岡さんが、このように常に方向指示をしてくれたおかげで、今はなんとかやっているといます」

飲食店のDXについても、木村社長に話を聞いてみた。

「DXについてはほとんど理解してい

ないので、これがDXなのかどうなのかは分かりません。けれど、今回のプロジェクトのように、大きく会社に形が残っていくこともあるんだというのが分かりました。すごくいい経験ができたと思います。今後もそれを違う形で、また新しいチャレンジもしながら、何かを残せていけたらなと思っています」

同じく笠岡氏にも、中小企業のDX化のポイントを聞いてみた。

「僕はDXに関してはごり押しはしません。良さげなところはやるという姿勢です。」

特に飲食業の支援では、店内売上に結びつけないと本当の意味で現場が楽にはなりません。だから、なかなかDXにはなり得ないのです。

しかし、飲食業は人手がどんどんいなくなる業界です。ですから、今後も便利な仕組みやツールの導入の支援はしていきたいと思います。そのときはITに関してはなるべく高度にしないようにしています。DXに関しても、そういう意味で分かりやすさを大事にしていきたいと思います」

会社概要

株式会社しゃもじや
事業内容：飲食店の経営（3店舗）、
ネット通販など
愛知県安城市池浦町池浦87番地
<https://www.shamojiya.info/>

ITコーディネータ

株式会社飲食店繁盛会
代表取締役 笠岡はじめ氏
<https://hanjoukai.com/>