関西おもしろ企業事例集

～ 企業訪問から見える新たな

兆：KIZASHI ～

Vol.15 コロナに負けない小売・流通・サービスの前向きデジタル活用　編

経済産業省
近畿経済産業局

「兆：KIZASHI 」について

近畿経済産業局では、近畿2府5県における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1000件以上、地域企業の実態把握や施策立案のための企業訪問を行っています。

様々な特色を備えた企業が多数立地する関西では、地域のエンドユーザーの目や耳に届くことが少ない加工産業や部品製造、OEM生産をはじめ、独自技術で意欲的に新しいことにチャレンジしている「おもしろい」企業の活動に出会えるのも、この企業訪問の特徴です。

近年、商店街を始めとする小売・流通・サービス分野でも、業務効率化やイベント等の情報発信、ECサイトの構築、キャッシュレス決済の導入等の顧客対応で、デジタル技術の活用が進んできました。

今回のKIZASHIでは、当該分野において、デジタル技術を積極的に活用し、業務効率化に取り組みながら、コロナ禍に負けることなく、地域で顧客とのつながりを大切に育み、新しい商品・サービスの開発や集客・販売機会の創出に取り組む事例を紹介します。

コロナ禍で大きな打撃を受けた商店街や小売・流通・サービス業ですが、ポスト・コロナ、ウィズ・コロナ時代に向けた商店街、事業者の前向きな取組に是非ご注目頂き、皆様のビジネスの参考として頂ければ幸いです。

令和3年11月24日

近畿経済産業局
産業部　　流通・サービス産業課
総務企画部　　中小企業政策調査課
2025NEXT関西企画室

目 次

株式会社伊藤軒	P1
大阪鶴橋市場商店街振興組合	P2
岡町商店街振興組合	P3
堺駅前商店会	P4
株式会社白川まちづくり会社	P5
スケーター株式会社	P6
株式会社タガヤ	P7
協同組合東舞鶴商店街連盟	P8
まちづくり福井株式会社	P9
株式会社湯元舘	P10

株式会社伊藤軒

創業150年を越える老舗菓子屋
デジタル技術を活用し不変の中にも変化を

地域内外のファンを魅了する老舗菓子屋

株式会社伊藤軒の創業は、1864年瓦煎餅の製造がはじまりと伝わっている。時代の移り変わりとともに飴、焼き菓子、半生菓子、くずゆ等、様々な商品を製造し、百貨店や食品スーパー等に販売している。2000年に本社横に売店を設置し、自社商品の小売部門を強化。さらに2015年の本社移転を契機に、物販に加え飲食も可能な「菓寮伊藤軒」をオープンするなど幅広く事業を展開し、地域内外から多くの人々が集う憩いの場になっている。

“不変”の中にも“変化”を

「お菓子を通じてお客様に笑顔を届ける」が同社の理念。そのために、伝統を守りながらも時代に応じて少しずつ菓子の姿を変化させ、常に新しい価値を表現していくことを意識・実行し、不易流行を体現している企業である。

老舗が多い京都の菓子業界において、2000年代に他に先駆け一般消費者向けの商品デザインに着手。2019年にアパレルブランドSOU・SOUとのコラボブランド「伊藤軒/SOU・SOU」を立ち上げるなど、業界の中でデザイン性に富んだ菓子メーカーの地位を確立している。

コロナ禍においてもチャレンジの姿勢はぶれず、2021年に観光客が激減した清水産寧坂に新店舗をオープン。1日に200人の来店を実現している。

デジタルツールを活用し顧客へ効果的なアプローチ

また、同社ではデジタルツールを活用し、顧客の属性や嗜好、ニーズを的確につかみ、適切なチャネルで発信することにも長けている。

若い女性向けの商品デザインと映える画角の画像をHP等に掲載し、SNSで拡散されやすい仕掛けをしつつ、口コミ情報を的確に確認しながら顧客が求める商品を提供し、次の商品開発にも活かしている。

その結果、「菓寮伊藤軒」は公共交通機関のアクセスに恵まれていない立地にもかかわらず、地域内外から安定した集客に成功しており、店舗だけではなく、ECサイトの売り上げも好調で、2020年度も右肩上がりの売上を確保した。飲食業界への風当たりが厳しいコロナ禍を乗り越え、今後も業績拡大を見込んでいる。

データ活用でさらなる飛躍に期待

現在、同社は長年の課題であった社内の基幹業務の効率化に注力しており、2021年7月に販売基盤システムを導入。今後は2次、3次と開発を進めていく予定で、受注作業、人事管理、出勤管理などの一貫管理を目指している。社内データへのアクセスを容易にすることで、より顧客ニーズに沿った事業展開＝DX化が見込め、地域を代表する老舗企業としてのさらなる飛躍が期待される。

創業年：1864年
業　種：小売業
所在地：京都府京都市伏見区
代表者：中井 としお
URL：https://www.kyoto-itoken.co.jp/

大阪鶴橋市場商店街振興組合

まるで迷宮、昭和の香りただよう鶴橋市場を臨場感たっぷりにVR散策

ノスタルジックな情緒あふれる商店街

大阪鶴橋市場商店街は、JR、近鉄、大阪メトロ「鶴橋」駅から東へ徒歩3分。食料品専門店を中心に昔から料理人が仕入れに来る市場として賑わってきた商店街である。薄暗く入り組んだ路地や木造のアーケードが独特の雰囲気を醸しだし、世代を超えて「昭和」を感じられるノスタルジックで魅力的なスポットとなっている。最近では、情報発信力の高い飲食店や韓流ショップ等の出店が増え、情報発信の重要性を改めて感じていた矢先、コロナ禍でリアルイベントによる誘客が困難な状況となった。

「新しい生活様式」に対応する360度VR化事業

そこで、商店街振興組合では、かねてより商店街マップ作成等で付き合いのあったメディア系コンサルティング企業からのVR技術の紹介をきっかけに、オンラインによる誘客ツールとしての活用を検討。GoTo商店街事業を活用しながら、商店街を360度VR化するVR市場を構築した。

「360度VR大阪鶴橋市場」は、単純に商店街を3D化するのではなく、木造アーケードの質感や、別名”鶴橋の迷宮”といわれる路地の独特の雰囲気、懐かしい昭和感を、店舗の様子とともにバーチャル空間上に再現し、商店街を迷いながら宝探しをするエンタメ性も付与することで、次は現地へ見に行きたいと思わせるような工夫を凝らしている。

特設WEBサイトにおける更なるデジタル活用

特設WEBサイト「新しい生活様式対応360度VR大阪鶴橋市場へいらっしゃ～い！」では、VR市場の他にも様々なチャネルで商店街の魅力をPRしている。

各店舗の魅力を紹介する動画は、店主の人柄やお店の温かみを感じる内容で、お客様からの反響も大きい。デジタルを活用した情報発信で商品や店主を知ってもらい、お客様からの信用につなげ、買いに行きたいと思ってもらうことが狙い。実際にVR市場を見たお客様が商店街に訪れている。

さらに、この特設サイトから各店舗のECサイト等へリンクすることもできるため、各店舗がこれらのデジタルコンテンツを上手く活用し、より効果的な誘客や販売促進に繋げることが期待される。

新たな展開とそれを支える地道な取組

コロナ禍の影響もあり、大阪鶴橋市場商店街では、平日の家族連れが増加する等、お客様のニーズが変化している。こうした変化に応えるため、アーケードや公共トイレ等の施設へ投資を行い、多くの世代に快適で楽しい環境をリアルでも提供していく。

今後も地道な商店街づくりに取り組みつつ、デジタルコンテンツを活用した新たな戦略を練っていき、商店街の魅力を最大限に発信することで、一層のにぎわいを創出していく。

設立年：1972年
業　種：商店街振興組合
所在地：大阪府大阪市東成区
代表者：松山　正樹
URL：https://tsuruhashi18.com/

岡町商店街振興組合

※盛況だった「テイクアウト・デリバリーフェア」の様子」

「楽しく仲良く」をモットーにデジタルと若手を積極的に取り入れる「次世代型商店街」

岡町商店街について

阪急岡町駅から豊中市役所へ通じる通称「市役所通り」・岡町商店街は、緑豊かな原田神社を中心に栄え、落語の「池田の猪買い」にも出てくる能勢街道と交わる商店街。その歴史は古く、創業２５０年のうどん屋「土手嘉」をはじめ、新旧約１５０店舗が集まり、今でもどこか古き良き昭和の面影を残している。

「テイクアウト・デリバリーシステム」の開発へ

商店街店主や利用客の高齢化といった構造的な課題を抱え、さらにコロナ禍による商店街経営への影響が深刻化する中、岡町商店街は積極的にデジタルツールを取り入れ、大きく変貌を遂げようとしている。

具体的には、Go to 商店街や大阪府の支援事業を活かした飲食店による「テイクアウト・デリバリーフェア」の成功を契機に、キャッシュレス決済関連で交流のあった近畿大学経営学部と連携しながら、商店街共通で利用できる「テイクアウト・デリバリーシステム」の開発を手掛けている。

商店街のメインターゲットである高齢者にとって利用可能なシステム（商店街HP上で購入から決済まで完結すること）を目指し、飲食のみならず物販まで利用範囲を拡大し、坂の多い岡町での買い物負担の軽減と見守り機能、購買履歴による認知症の予兆把握といった点で有効なシステムとなる見込み。

また、地元の社会福祉協議会と連携し、デリバリーの部分を、引き籠りの方の社会復帰の場として活用することで、地域の社会課題解決と将来の雇用促進効果も期待される。

将来的には、ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた商店街の持続的成長を支援する取組として、同システムを標準化・パッケージ化し、全国の商店街への横展開を目指す。

若手集団「おかまちさくらづか倶楽部」の存在

同商店街にて衣服店を経営する藤野氏を中心に、デリバリーシステムの開発以外にも、岡町商店街では、いち早く商店街にキャッシュレス決済を導入したり、コロナ医療従事者への感謝を込めて、クラウドファンディングを活用した「プロジェクトブルー」を実施するなど、デジタルツールを活用した幅広い商店街活動を行っている。

こうした取組の原動力の一つには「商店街活動を楽しく仲良く」をモットーに、商店街店主の2代目など若手を中心に組織された「おかまちさくらづか倶楽部」による運営サポートがある。

商店街活動において若手が実践的に重要な役割を果たすことで、柔軟な発想に基づく新たな取組が更に生まれる好循環につながっている。岡町商店街のこれからの取組にますます目が離せない。

設立年：1973年
業　種：商店街振興組合
所在地：大阪府豊中市
代表者：寺本　透
URL：https://okamachi.com/

堺駅前商店会

常連サラリーマンに「安心・安全・お得」を提供する「サラリーマンファーストアプリ」

堺駅前商店会について

堺駅前商店会は、南海本線堺駅南に立地する商店街である。周辺にはランドマークとなる外資系ホテルを含む多くのホテルが立地しており、商店会員の大半が飲食業を営んでいる。

かつてはシャープ堺工場の進出でにぎわいを見せ、近年では地元企業の従業員や地域住民のみならず、出張利用のサラリーマンが数多く訪れている。

2019年7月に百舌鳥・古市古墳群が世界遺産に登録され、2025年には大阪・関西万博を控え益々の賑わいをみせることが期待されることから、来街者にとってより魅力的な商店街へと変わる取組が必要とされている。

コロナを契機とした新しい生活様式「ニューノーマル」への対応

かねてより同商店会では、堺の石津川で有名な鯉のぼり約350匹を活かしたイベント「こいこい祭り」の開催や、商店街内の飲食店のうち3店舗を回ってスタンプを集めると景品がもらえる「スタンプラリー」イベントの実施、さらにはホテル周辺の「飲食店うまいもんマップデータ」を作成し、堺臨海企業のイントラネットに無償提供し掲示する取組など、地域や企業と連携しながら地域資源を活用し、来街者ニーズを絞り込んだ戦略的な事業を積極的に展開してきた。

しかしながら新型コロナウイルスの流行により、商店街は大きな打撃を受け、ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた新しい生活様式「ニューノーマル」へのシフトが求められたことから、従来の商店街戦略を見直し、アプリやシステムを活用した「デジタル化」を推進することとした。

「サラリーマンファーストアプリ」の開発へ

以前から行っていた商店街の顧客分析により、ターゲットを「地域在住・在職のサラリーマン」と見極め、コロナ禍で距離の出来た常連サラリーマンたちへ向けた使い勝手のよいアプリを開発した。

国のGo to 商店街事業を活用し、商店街内の40店舗以上のお得なキャンペーン情報をタイムリーに常連へ毎日配信、「タイム割引セール」「密にならない時間帯」等のお知らせを各店舗から個別に通知し、安心感のある環境でお得に飲食や買い物ができる情報を提供している。

また、同アプリでは「こいこい祭り」や「スタンプラリー」など年間を通してお得に楽しめるイベント情報の提供や、店舗一覧ではどんな店舗か一目でわかる工夫もなされている。

まだまだ発展途上であるが、同商店会の高杉会長は「来街者にこれまで以上に安心してお越しいただける商店会を目指す」と語っており、同アプリの更なる活用が今後も期待される。

設立年：1978年
業　種：商店街振興組合
所在地：大阪府堺市
代表者：高杉　晋
URL：http://sakai-shouren.com/

株式会社白川まちづくり会社

商店街のあの店・あの店主ともっと身近に！京都発「ハイブリッド商店街」

商店街活性化に取り組むまちづくり会社

株式会社白川まちづくり会社は、古川町商店街を含む白川エリアの活性化を目的として2017年に設立され、地域と一体となったボランティア活動や商店街でのイベント開催、インバウンドツアーの実施など、地域振興事業に幅広く取り組んでいる。

事務所を構える古川町商店街では、空き店舗の増加や来街者の高齢化といった商店街の課題に対して、SNS映えを意識した1000個のランタン吊り下げによるPRをはじめ、地域密着型のイベント等を多数企画・実施し、商店街ににぎわいを取り戻している。

リアル商店街も訴求する「ハイブリッド商店街」

コロナ禍でのインバウンド客の激減や外出自粛の影響により、来街者の取り込みが困難となった古川町商店街も多大な影響を受けた。そこで同社は、ウィズコロナ時代に対応するため、商店街の店主が手軽に参加できるECプラットフォーム「ハイブリッド商店街」を開設した。単なるECサイトではなく、商店街からの情報発信やオンライン接客、オンラインイベント開催機能など、売り手と買い手双方で意思疎通が可能となる機能を取り入れ、こだわりの商品を各店主が紹介する動画や、オンライン接客で店主の人柄が伝わるような工夫など、商店街をより身近に感じ、リアル店舗の来客にも訴求するようなシステム構築を行っている。

商店街のこだわりの逸品を知るきっかけに

「ハイブリッド商店街」は、来街者の投稿機能も備えており、訪問商店街、店舗、商品のレビューができる。店主側だけでなく、訪問者、購入者からも紹介ができることで、より的確に商店街や商品の魅力を伝えることができている。

今後は、ご当地商店街イベントのライブ配信などの機能を拡充し、商店街を知るきっかけ、訪問するきっかけを創出していきたいと考えている。

広げよう「ハイブリッド商店街」の輪

京都市東山区の古川町商店街から始まった「ハイブリッド商店街」は、現在８商店街が参加しており、京都府と協力しながら府下の商店街に参加を呼びかけているところ。当面はオール京都での魅力ある商店街、こだわり商品の情報発信が中心となるが、将来的には全国に規模を広げ、越境ECにもつなげていきたいと考えている。

京都府だけではなく、全国で商店街のDX化が進み商店街同士でつながることができれば、例えば、各地域の名産品の食べ比べセットを販売するなど、商店街の魅力の発信のためにできることは様々に広がっていく。

今後京都発「ハイブリッド商店街」の取組が、商店街のDX化を加速していくことに期待したい。

設立年：2017年
業　種：まちづくり会社
所在地：京都府京都市東山区
代表者：阪本　啓之
URL：https://hybrid-mall.kyoto/

スケーター株式会社

Skater スケーター 株式会社

100年企業目指し、物流DXに果敢に挑戦するプラスチック家庭日用品メーカー

スケーター株式会社について

奈良市に本社を置くスケーター株式会社は、1938年に大阪市生野区にて当時ポピュラーな筆記具であった万年筆メーカーとして創業。その後、高度経済成長を見越してプラスチック事業に進出し、生産設備をもたないファブレスメーカーとして常に変化を追い続け、現在は弁当箱や水筒等の家庭日用品から、最近ではアウトドア用品や健康調理機器に至るまで幅広い製品を企画・販売している。

製品柄キャラクターやアニメの版権元との結びつきが強く、供与された版権を活用して、異なる業界や業種のニーズに対応した多種多様な商品の企画提案を積極的に行い、売上・収益の増加と経営の多角化に取り組んできた。

100年企業を目指して、常に「変化と挑戦」

同社は「積極的に、明るく、楽しく、伸びる」をキーワードに、100年企業を目指し、失敗を恐れず果敢に変化と挑戦を続けている。

特に、新たな商圏を確立するための海外展開を積極的に進めており、米国、中国、東南アジア等の海外現地法人や出張所を中心に事業を展開している。

また、ECサイトによる販売にも注力しており、大手ECサイトとの価格競争に負けない自社主導によるECサイトの構築を進めている。SNSを用いた消費者への直接的な働きかけ等により、ECサイトによる売上は、会社全体の売上の2割を占めるまで伸長した。今後は、ECサイト上での自社ブランドの販売に注力し、収益効果を一層高めていくことを目指している。

流通加工の効率化を目指した物流DXの取組

同社では、流通加工業務における効率化を目指した物流DXの取組を新たに進めている。

奈良県内の外部倉庫5ヵ所で保管しているプラスチック製品等については、出荷する際に本社倉庫に一旦移動してから取引先に輸送する「横持ち輸送」が行われており、売上増加に伴う取扱商品の増加から、輸送力不足が顕在化するとともに、横持ち輸送に伴うCO_2排出が課題となっていた。

そこで同社は、2021年に物流総合効率化法の認定を受け、同社資産管理会社である株式会社フローリアムに物流センター(特定流通業務施設)を新設。商品の保管拠点を集約し、従来の横持ち輸送回数を大幅に削減するとともに、トラック予約受付システムの導入によって入出庫待機時間を大幅に短縮し、CO_2の排出削減、環境への負荷軽減を図ることを目指している。

新拠点での荷捌きや、検品、手直し、ラベル貼り、梱包など流通加工においては、商品管理システム(ハンディターミナル)、倉庫管理システム(WMS)及び輸配送管理システム(TMS)と連携し、荷主・倉庫事業者・運送事業者間での情報交換を密に実施していく予定。こうした情報は、各流通業務の事前準備や人員配置計画の策定にフィードバックさせ、更なる効率化・省力化につなげていく。

また、施設内においては、一部に自動ラックを設置し、足下の労働力不足に対応しつつ、女性や高齢者、障がい者等多様な人材が活躍できる安心・安全な職場環境の創出にも順次取り組んでいく。

設立年：1950年　所在地：奈良県奈良市　URL：https://www.skater.co.jp/
業　種：家庭日用品等製造業　代表者：鴻池　総一郎

株式会社タガヤ

徹底した内製化とデジタル化で、感動と一流のウェディングサービスを提供

婚礼貸衣装業からウェディング業へ事業拡大

株式会社タガヤは、家族経営の小規模な婚礼貸衣装業として1974年に京都で創業。時代の流れとともに婚礼衣装が和装から洋装へと移り変わり、新規参入企業の増加などウェディング業界全体が変革期にさしかかる中、 現代表の神田氏の入社を機に、内製化を進めながら事業を拡大。現在では京都、大阪、神戸に３つの教会を開館するなど、地域を代表するウェディング事業者に成長している。

業界に先駆けた内製化を徹底して推進

ウェディング業界では、衣装や料理、写真などはコストを考慮し外部委託をするケースが一般的だが、「感動と一流のサービス」の企業理念のもと、徹底した内製化に取り組んできたことが当社の特徴。

顧客ニーズに対応した品質の高いサービスをワンストップで即時に提供できるよう、ウェディングに関わるあらゆる事業の内製化を業界に先駆けて積極的に進めてきた。

こうした内製化の結果、ウェディング事業のみならず他分野への展開が可能になり、例えばWEB事業部で一般の事業者向けにWEBマーケティング・SEO対策・SNS活用支援等を実施しているほか、映像写真事業部でフォトスタジオの運営を行うなど、事業の多角化が進んでいる。

デジタル化でポストコロナの新たな事業の柱を構築

同社では、強みであるワンストップサービスにさらに磨きをかけるべく、自社独自のクラウドシステム「フレンズ」を構築し、社内の管理業務を一元化した。これにより、これまでの紙媒体で行っていた勤怠管理、顧客の予約管理、会計業務等の非効率が解消されただけでなく、各セクションごとの業績、コスト面が具体的な数値として見える化され、詳細な経営分析が可能になった。

その結果、社内で潜在していたリソースが顕在化し、各事業部同士の協働が生まれるようになった。

例えば、WEB事業部と飲食・物販事業部のコラボから構築された当社自作の製菓を販売するECサイトは、現在ECサイトの売上が全体の2割を占めるまでに成長し、本業のウェディング事業がコロナ禍により打撃を受ける中、今後の新たな事業の柱として期待されている。

企業発展とともにSDGs貢献を

同社はSDGs貢献にも精力的で、式場の電力の再エネ化や、受注後仕入れなど食品ロス削減に取り組んでいる。また、2020年に一般社団法人日本ノハム(No Harm)協会を設立し、SDGｓ経営に悩む中堅・中小企業の後押し支援を実施するなど、ウェディング業界を超えた幅広い企業活動を行っている。

設立年：1974年
業　種：冠婚葬祭業
所在地：京都府京都市中京区
代表者：神田　尚子
URL：https://tagaya-group.com/

協同組合東舞鶴商店街連盟

海軍ブランドとデジタル技術の融合により生み出される賑わいの相乗効果

減る来街者、増える空き店舗に募る危機感

協同組合東舞鶴商店街連盟は、ＪＲ東舞鶴駅北側の中心市街地に集積している４つの商店街（八島商店街商業協同組合、大門商店街振興組合、三条商店街振興組合、七条商店街事業協同組合）によって構成されている。

明治時代に旧海軍の鎮守府が置かれ発展を遂げた舞鶴市内には、海軍ゆかりの観光資源が複数存在しているが、市街地から離れているため商店街への誘客には繋がらず、空き店舗が増えていく現状に同連盟は大きな危機感を持っていた。

海軍ブランドの活用で得た確かな手応え

何か観光客を市街地へ導く策は無いか検討していたところ、海軍をテーマにした人気ゲーム「艦これ」に着目。地域が持つ海軍ブランドとの親和性が高いと判断した同連盟は、イベント会社や出店候補者へ働きかけ、関連イベントの誘致に取り組んだ。

その結果、2014年に市内の赤レンガパークで「艦これ」関連のフリーマーケットを開催。大雪にもかかわらず全国から1500人のファンが訪れた。その賑わいを商店街にも波及させるため、2015年には商店街内に「海軍御用達おみやげ館」をオープンさせ、来街者の回遊の拠点として活用している。その後、SNSの効果もあり、2019年には15,000人が参加する地域の一大イベントに成長した。

海軍ブランド×デジタルによる更なる賑わい創出

海軍ブランド活用の手応えを活かし、同連盟では通り名（＝軍艦名）に因んだオリジナルキャラクターを制作。これらのキャラクターを活用し、更なる賑わいの創出のため、国のGoTo商店街事業を活用し、地域アプリとビーコンを活用した「デジタルスタンプラリー」「デジタル迷路脱出ゲーム」を企画・開催した。

「デジタルスタンプラリー」は、商店街に設置されたキャラクターに接近すると、ビーコン発信をスマホが認識し、ARでキャラを出現させるとともに、指定店舗の購入レシートを揃えると、地域商品と交換できる仕組み。アナログなレシート集めとデジタル情報の複合的なミッションを、商店街を訪れた全世代で楽しむことができる仕掛けとなっている。

得られたデータの更なる活用にむけて

これらのデジタル技術を活用した取り組みは、コロナ禍の影響もあって短期間の実施であったが、地域アプリやビーコンから得られた顧客情報や消費動向に関する様々な情報は、今後の商店街活性化に向けて貴重な資産となっている。

将来的には更なるリピーター創出のため、得た情報をスマホへの観光情報のプッシュ配信等にも活用し、商店街への誘客増加と中心市街地の活性化・街づくりに戦略的に活用していきたいと考えている。

設立年：1992年
業　種：協同組合
所在地：京都府舞鶴市
代表者：伊庭　八郎
URL：
http://www.higashimaizuru.com

まちづくり福井株式会社

福井市中心街の店舗情報、テイクアウト予約をひとつのアプリで～ikossa FUKUI～

福井県　観光客増大の大きな好機が到来

福井県では、2024年春予定の北陸新幹線福井・敦賀開業や中部縦貫自動車道県内区間開通など高速交通網の整備進展を見据え、民間による複数の再開発事業が進行している。

これらを背景に、今後、関東圏からの交流人口の増加や、2025年大阪・関西万博開催による関西圏からの一層の交流人口の増加など、国内外からの観光客の大幅な増加が期待され、県域全体で誘客拡大の大きな好機を迎えている。

一方で、来県者受入れの玄関口となる福井市の中心市街地では、経費負担や人手不足などがネックとなり、商店街内の小売・サービス業者において、多言語による商品・サービスの情報発信やオーダーの受付体制の整備、デジタル対応、インバウンド向け商品開発等が進んでおらず、差し迫る観光客増加期に向けて早急な受入れ体制の整備が喫緊の課題となっていた。

予約機能に留まらない多機能搭載アプリの開発

そこで、まちづくり福井が中心となって、2020年度に国の事業を活用し、福井の玄関口である福井駅前中心市街地の小売・サービス業者を中心に、多言語表記による個別店舗の情報発信や、店舗利用予約、商品のテイクアウト予約等ができる国内外観光客向けアプリ「ikossa FUKUI」を制作した。

「ikossa FUKUI」は、店舗の情報発信や予約機能だけでなく、観光客の個別ニーズに応じた観光モデルコースを地図アプリと連携して表示するナビゲーション機能を有しており、福井市以外の県内観光地への効果波及も狙っている。

なお、外国語表記については、アプリ制作時にネイティブによる翻訳・チェック作業を行い、運用開始後も県内留学生による意見を反映させ、地域特有の商品や名産物等の情報が外国人観光客に正確に伝わるように配慮されている。

商店街の個別店舗では対応が難しい多言語による情報発信や販促対応について、使い勝手の良いアプリを用いることでデジタル化を促進し、来る観光客増加時期に向け、地域の受入れ体制の拡充を進めている。

福井県全域への展開とビックデータの活用にむけて

同アプリにより得られた各種データ（購入商品、行動範囲、利用言語情報等）の分析結果については、店舗参加の有無に関わらず地域の商店街等に公開し、観光客の消費増加策について共に検討していく予定。

また、福井駅前中心市街地だけでなく、今後は、北陸新幹線沿線を中心とした県内の他の市町に広く対象を拡大し、県内全域への波及効果を狙うとともに、同アプリで得られるビックデータを県下の国内外観光客の消費拡大方策の検討に活用していく。

設立年：2000年
業　種：まちづくり会社
所在地：福井県福井市
代表者：岩崎　正夫
URL：http://www.ftmo.co.jp/

株式会社湯元舘

情緒ある湖畔の老舗温泉旅館
デジタル化が生み出す質の高いおもてなし

琵琶湖畔おごと温泉の老舗温泉旅館

「湯元舘」は、滋賀おごと温泉で最初に創業した90年以上の歴史を持つ老舗温泉旅館である。琵琶湖を一望できる情緒ある温泉や、隠れ家のように静かで落ち着いた和の佇まいにより、京阪神はじめ全国から多くの顧客を迎えている。

現在、グループ中核となる「湯元舘」の他に、滋賀県内及び京都府内において6つの旅館を運営している。2020年6月には愛犬と一緒に泊まれる「びわこ松の浦別邸」を開業するなど、コロナ禍により観光業全般が厳しい状況に置かれる中で、新事業構築に向けた積極的な取組みを続けているところ。

デジタルツール活用でバックヤード作業を効率化

「湯元舘」では、予約管理からフロント会計顧客管理等を一元化した「支配人くんNEXT」を導入。

また、料理予約の変更等を直接厨房でディスプレイ表示・集計等ができる調理システムを構築し、予約・フロント・調理の各部門間の情報伝達を効率化するとともに、厨房から宴会場まで配膳用の自動搬送装置等の機械設備を積極的に取り入れている。

最近では、脱衣所のセンサーと部屋の鍵のICタグを連動させ、客室のタブレットに温泉の混雑状況をリアルタイムで確認できる仕組みや、AIコンシェルジュによるお客様問い合わせ対応等の機能を拡張し、更なるサービス向上にも努めている。

従業員のモチベーションやスキルも向上

こうした取組によって、従業員の作業負担は著しく軽減し、旅館の競争力の源泉である「お客様への質の高いおもてなし」に意識を集中することができるようになった。

会社として人材育成には力を入れており、各現場で従業員自らが随時タスク見直しに取り組む「改善メモ」の奨励や、動画マニュアルと連動したスキルマップで自社業務を俯瞰的に「見える化」し、スタッフの自習や指導をサポートする仕組み等を取り入れている。このスキルマップ作成の取組は、2018年度観光庁の「宿泊業の生産性向上推進事業」で優良事例に取り上げられた。

業務上いわゆる力仕事も多く、一般的に人材確保が厳しいといわれている旅館業界において、同社はデジタルツールを始めとする積極的な投資でいち早く非効率業務の負担軽減を実現させ、従業員のモチベーションを高めることで、お客様に対するサービス品質の向上にも繋げている。

温泉旅館の風情を大切に適材適所のデジタル化

「湯元舘」では、温泉旅館の情緒・風情を損なうようなデジタル化・効率化は馴染まないと考えている。既存システムとの連動・拡張も十分に検証しつつ、今後も適材適所でのデジタル活用により付加価値の創出、DXを進めていく。

設立年：1929年
業　種：旅館業
所在地：滋賀県大津市
代表者：中村　正憲
URL：https://www.yumotokan.co.jp/

関西おもしろ企業事例集
～企業訪問から見える新たな
兆：KIZASHI～

https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html

【バックナンバー】

Vol.1	当局若手職員が注目した企業編	（R1年5月）
Vol.2	オープンファクトリー編	（R1年6月）
Vol.3	社員も会社も輝く企業編	（R1年7月）
Vol.4	20代の起業家編	（R1年9月）
Vol.5	2019上半期特別編	（R1年10月）
Vol.6	新たな価値を生み出すコネクター編	（R1年12月）
Vol.7	尖る中小企業のブランディング編	（R2年2月）
Vol.8	食品ロス削減に貢献する企業編	（R2年3月）
Vol.9	商工会議所（地域の取組）編	（R2年5月）
Vol.10	社会変化に対応する働き方編	（R2年7月）
Vol.11	新たな日常に向き合うビジネス編	（R2年10月）
Vol.12	オープンファクトリーver.2編	（R3年2月）
Vol.13	プラスチック問題を解決する10の企業編	（R3年7月）
Vol.14	手仕事が欠かせないものづくり編	（R3年9月）

お問い合わせ先
■今回の事例集について
近畿経済産業局　流通・サービス産業課
ＴＥＬ：06-6966-6025
MAIL：kin-commerce-lg@meti.go.jp
■事例集全般について
近畿経済産業局　中小企業政策調査課
ＴＥＬ：06-6966-6057
MAIL：kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp