

## 事例3

# 株式会社 城西館

### 旅館業

城西館は明治7年創業の老舗旅館です。宿泊事業はじめ、婚礼事業、地元宴会事業、物販事業他、多くの部署が一丸となりお客様をお迎えしています。



特色・強み	歴史と伝統を併せ持つ老舗旅館 創業149周年 地域との共存 心のこもったおもてなし 格式にとらわれないサービス
従業員数	103名
売上規模	約20億円（2022年度）
資本金	2,500万円
IT投資可能額	500万円

### 1. プロジェクト定義（2年目再定義）

#### プロジェクトの概要

1. 4つの事業の顧客について、一元的にデータ管理するシステムを導入する
2. 手作業による事務処理業務のデジタル化を推進する

#### プロジェクトの目的

1. 顧客提供付加価値の向上
  - おもてなし力の向上
  - 顧客UXを向上する各種デジタル施策推進とフィードバックループ（アンケート、PMS、他データ）
2. 従業員満足度の向上
  - 業務効率化による労働時間の短縮
  - 業務デジタル化による変革感の醸成
3. 顧客LTV/売上の向上
  - 顧客インサイトに基づく効果的なマーケティング活動の展開

#### 重要アクション

##### デジタル化促進チームメンバーの合意形成を行う

初年度同様、未来構想に向けて着実に歩みを進めるには、中核となって活動するメンバーのモチベーションが持続可能なプロジェクト目標であることが必須。そのため、経営者だけ、現場だけ、IT担当だけの偏った目標にせず、全員の合意が得られる言葉の選定が必要になった。また、創業150周年に向けて、2年目の言葉を改めて紡いだ。

#### 実践ポイント

##### 顧客への体験価値を高めることを起点に目的を分解する

顧客中心のおもてなし活動が最大の強味。この持ち味を活かすためにデータをどのように活用すべきか、この視点から改めてプロジェクト目的を見直しへ。

##### データ蓄積からデータ活用へ軸足を移行する

プロジェクト目的への訴求度を高めるため、データを蓄積して可視化することを継続しつつ、データ活用から顧客及び従業員への価値を生み出す。

⑪プロジェクト計画書作成

2. スコープ定義

対象課題

本計画書の対象とする解決課題と対応アクションは以下です。

対象課題

No	課題/目的	Action	Value	想定コスト	想定スケジュール	CS/LTVの強化
1	宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力の自動化 ※「おもてなしシステム」との連動 目的：生産性向上で顧客データ分析にリソースをさける 環境を整える	ケイズ（顧客システム）との連動打ち合わせ	自動化することにより、作業が簡略化され、また打ち間違い等も防ぐことができる	0～20万	2022年7月～	
2	問合せ数の削減/顧客の利便性向上	チャットボット導入	電話等での問い合わせの削減	月額 3万	2022年7月～	お客様の利便性の向上→CS向上
3	勤怠管理のデジタル化	勤怠管理システム		100万	2022年8月～	ES向上→CS向上へつなげる
4	CDPを活用したメール以外の顧客へのアプローチ	LINE公式アカウントの開設	メールに置き換わる新たな告知方法	0円	2022年6月～	One To Oneマーケティング→LTV向上
5	接客係 部屋セット準備資料の自動化（4～5票）	ケイズ（PMS）の改造	・自動化による客室準備の負担が軽減される ・ミス防止	50万～100万	2023年1月～	転記によるミスをなくす→CS向上
6	現場（接客）のシフト管理が労力がかかる。属人化されている。	シフト支援システム導入（ケイズ（PMS）の改造）	・時間がかかるシフト管理の業務効率があがる ・属人化から管理する人財を増やせる	500万	2022年9月～	お客様層に沿った適材適所の人割りを自動的に行える→CS向上
7	自動チェックアウトシステム			500万	2023年7月～	お客様の利便性の向上→CS向上
8	電子宿帳	・宿泊台帳データ ・顧客台帳データ	・レジカード（紙）→タブレット ・顧客情報のデータ連携	300万	2022年9月～	お客様の利便性の向上→CS向上
9	物販データ、おもてなしデータの連携・運動の推進及びデータ活用	・PMSデータ、おもてなしデータ ・物販データ	データマーケティングの高度化		2022年4月～	One To One マーケティング→LTV向上

重要アクション

初年度の実績を棚卸しし、改めて課題-Action-Valueを自ら作成する

初年度に設定した課題の進捗率を確認し、達成／未達成（なぜ到達できなかったか）を関係者で振り返りする。その上で、自社内の課題を起点にDIVAフレームワークの情報を更新、追加することで、2023年度に実施すべき内容をスコープ化した。

実践ポイント

各課題に紐づいたメンバー状況を加味した活動へ

初年度設定した課題に対して解決活動を、自社リソースを活用して可能な限り実行する。ただし、現業の忙しさを加味し、担当部署のメンバーの疲労度をチェックした上で、達成目標の難易度を調整へ。

CDPの活用は顧客接客強化を行う上で活動負荷が掛かっていても外せない／電子宿帳の導入は、フロント受付現場の業務負荷が減少するよう運用を回す／LINE WORKSは社員のデジタルリテラシーの高まりから、より効果的な利用方法を模索中等、実現したいことと自社リソースの配分を改めて調整する。

## ⑪プロジェクト計画書作成

### 3. プロジェクトスケジュール

#### 計画範囲

本計画書の対象とする範囲は、2022年5月～2023年3月までの実施内容です。

アクション名	2022年度				2023年度				2024年度～			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
	1 宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力自動化	■	■									
2 AIチャットボットの導入	■	■	■									
3 勤怠管理システムの導入		■	■	■								
4 部屋セット準備資料の自動化					■	■						
5 接客部シフト管理システム							■	■				
6 電子宿帳の導入		■	■	■								
7 自動チェックアウトシステムの導入							■	■	■			
8 PMSデータ、おもてなしデータ・物販データの連携	■	■	■	■								

本計画書範囲

#### 重要アクション

##### 自社リソース投資の優先順位付けを行う

初年度と比較し、2年目はメンバーの自律活動が可能へ。その上で、各プロジェクト項目がどの位の期間で実現可能であるか、自社内の関係部署及びITベンダーからの意見出しが必要。技術調達、適用、運用の難易度や必要コスト、人材要件によって活動期間が変わる。また、補助金適用の期間や自社の戦略上必要なサービスインの時期があるため、実現可能性と自社優先度の2軸で各活動の重みづけを行う必要あり。

#### 実践ポイント

##### 全アクションのフルコミットは現実難しいため、中菱領域を選定しておく

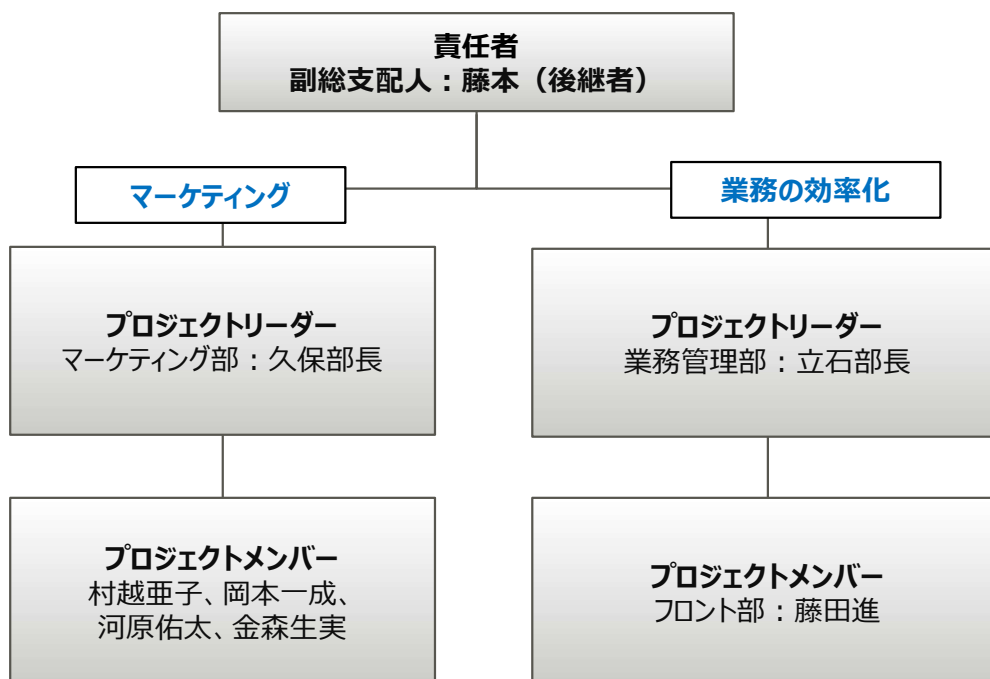
チーム事情を考慮した上で、最も力を入れて取り組む項目と次年度延伸でも構わないものと色分けしてスケジュールを組むことは重要。プロジェクト全体のリスクコントロールにもつながる。



## ⑪プロジェクト計画書作成

## 4. プロジェクト運営計画

## 体制表



## 重要アクション

## デジタルリテラシーの高い人間と意欲的なモチベーション保持者をアサイン

初年度とほぼ同じ体制で2年目活動へ。

プロジェクト項目に紐づく専門的な業務知識を有する、また学習意欲が高く新しい情報への吸収力が高いことをメンバーアサインの基準におく。その上で、アサインしたメンバーとその上司でコミュニケーションがとれるよう経営層より通知した。

## 実践ポイント

## 若手メンバーに裁量権を持たせる

裁量権を持たせるアプローチも初年度から継続へ。

デジタル化活動はスピードと柔軟性が求められるため、活動メンバーが都度上司にお伺いを立てては成果が出づらい。そのため、意思決定の裁量を一定若手メンバーに持たせて、“失敗OK”の連絡をすることで、参画者が挑戦しやすい環境を継続へ。

個別課題

1. 宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力の自動化

宿泊当日、お客様への接客した際の日報の入力化、また入力された内容を顧客台帳へのデータ入力を自動化する

### Before

- 接客日報が手書きでデータ化されていない。
- 手書きで日報を書いているが何を書いているのか分からない。
- 都度1件ごとの入力が手間。



### After

- 接客日報の内容をデータで残すことができ、分析、集計に役立つ。
- 設問を設けることにより記入内容を明確化。
- 日報が自動で連携する為、生産性の向上、入力ミスの軽減。



重要アクション

**現場へのシステム導入だけで終わらず、システム導入効果を高めるためのフォローを行う**

現場の忙しさから、データ入力滞るケースが未だにある。目を離しても入力する人-しない人／書いている人-書かない人の特性を理解し、特に入力しない人-書かない人へデータ入力の意義を、経営層から繰り返し説明。接客点数が即時数値化されることで、旅館としての課題が見える化し、PDCAが円滑にサイクリングできるよう、現場への指示とフォローを徹底する。

実践ポイント

**業務効率化と接客品質の向上へ**

手書きの日報運用時に比べて、システム導入から大幅に事務作業の手間が削減された。また、同時に接客品質の可視化を日報から複数の視点で読み取ることで、接客品質向上に向けたアドバイスが行える環境へ。

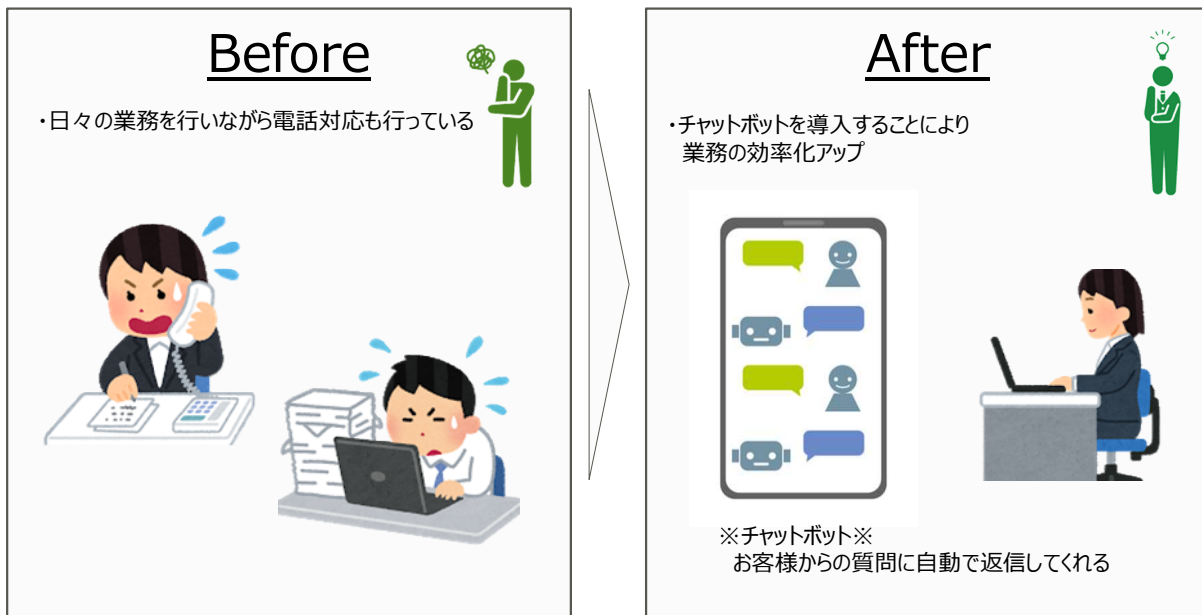
今後は、社員の意識改革やモチベーションの動向から、人事制度の目標管理への展開も見据えたい。

## ⑫プロジェクト実行

### 個別課題

#### 2. AIチャットボットの導入

ホームページにAIチャットボットを導入し、予約電話の削減、業務の効率化を図る



#### 重要アクション

##### AIチャットボットを実際に利用して自社との親和性を確認する

東京での展示会に参加し、複数のAIチャットボットの説明とデモを確認する。その内の1つである「talkappi（トークアプリ）」をテスト導入予定。AIによる自動応答チャットボットサービスで、スマートフォンからのWEB利用だけでなく、LINEからの利用も可能。現行の自社WebサイトのQAにアクセスした際、画面上のAIコンシェルジュを利用してもらう動線をつくり、QAからAIチャットボットへの移行率が高くなるか検証が必要。

#### 実践ポイント

##### サイト内コミュニケーションプランの設計とベンダー交渉

AIチャットボットの導入から、顧客のQA利用時の満足度を従来より高める必要がある。その点を大前提とし、複数のベンダーをベンチマーク実施。「費用」「機能」「アフターフォローの充実度」の3点にて調査・ヒアリングし、最終決定へ（機能面に大きな差はなく、コストとアフターフォローがより重要になる）。

## ⑫プロジェクト実行

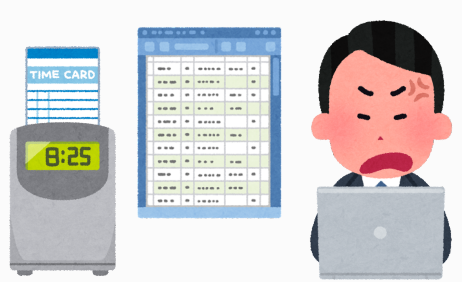
### 個別課題

#### 3. 勤怠管理システムの導入

勤怠管理システムを導入し効率化を図る

### Before

- ・タイムカードやエクセル等、勤怠管理の状況がバラバラ。
- ・統一されたデータ化されていない為、給与や勤務時間の管理等が煩雑。
- ・リアルタイムで勤怠状況を把握できていない。
- ・当日の勤怠状況をLINEで報告されたものをエクセルに登録と2度手間、3度手間。



### After

- ・データが統一される煩雑さがなくなり生産性が向上。
- ・管理部門がリアルタイムで勤怠状況を把握できマネジメントに役立つ。



#### 重要アクション

##### 勤怠管理の煩わしさから解放へ

正社員だけでなく、パート、アルバイト等の勤怠管理が必要なため、タイムカードやエクセルなど、管理方法がバラバラの状況があり、勤怠の仕組みを統一化。一気に勤怠周辺の業務が簡素化へ。  
現行のタイムカードメーカーの更新を検討したが、使い勝手に難があり、新規ベンダーを選定する方向となった。

#### 実践ポイント

##### 勤怠管理から給与計算等と連動へ

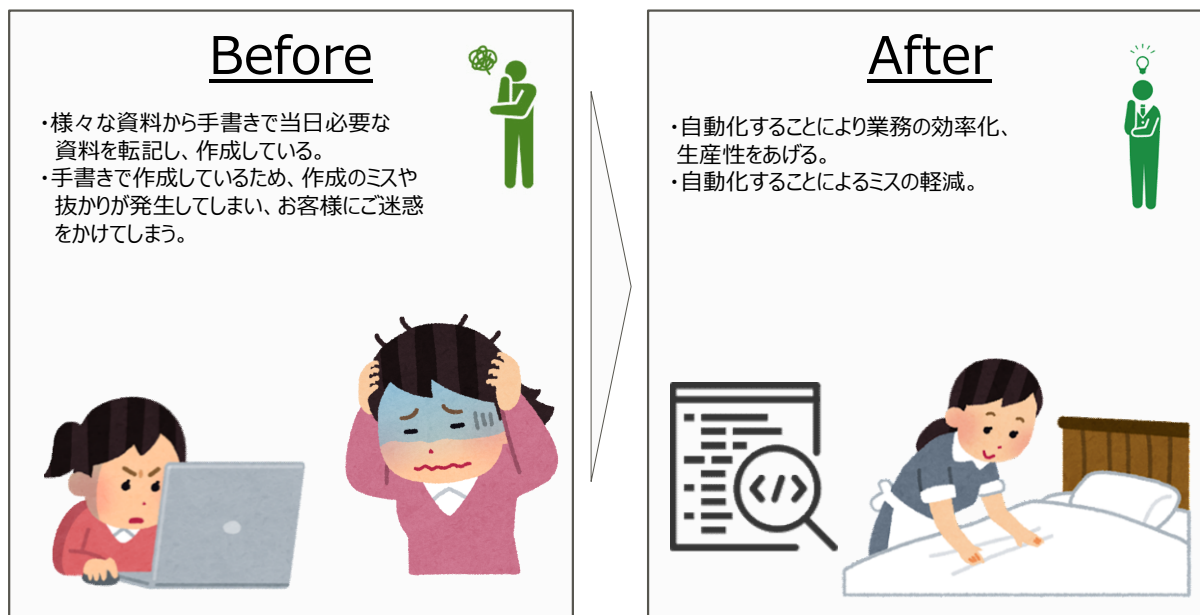
勤怠管理の利便性が高まり、目下部門長が社員の勤務状況をリアルタイムで確認／マネジメント可能へ。ただ、これらメリットだけでなく、給与計算システム等の別作業・システムへの連携から他業務の利便性が高まるよう、全体最適の視点からサービス選定を行う。現時点では、アマノ社のタイムレコーダーが第一候補。

## ⑫プロジェクト実行

## 個別課題

## 4. 部屋セット準備資料の自動化

部屋セットの準備資料の作成を自動化し、生産性を上げる



## 重要アクション

## 手書き業務を削減して業務の効率化と作業ミスを低減する

宿泊に関する多くの資料から、情報を抽出して、客室の部屋セット準備資料を作成。ただし、本資料の作成が型化されておらず、且つ手作業での作成のため、現場業務が忙しい中で負荷を高める一因に。全体のプロジェクト進捗から、本課題は一旦保留となるが、継続課題として設定しておく。

## 実践ポイント

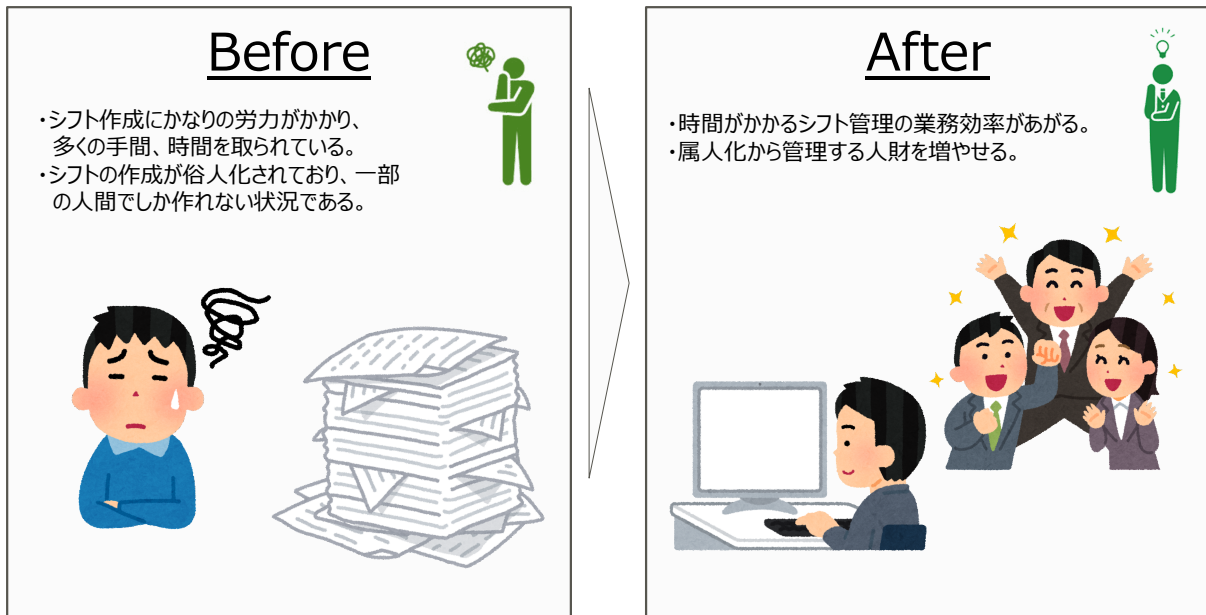
## 自社だけでなくITベンダーのリソースを含めたステークホルダーマネジメントが重要

多くの課題を同時に解決すべく活動していると、リソース不足が発生する可能性がどうしても高まる。本課題の場合は、関連する既存システムを扱うITベンダーのリソースがひっ迫しており、即時対応が難しい状況。冒頭のスケジュール策定時の優先順位を基に、注力すべき課題からリソースを割り当てる。

個別課題

5. 接客部シフト管理システム

現場（接客）のシフト管理が労力がかかる。俗人化されている



重要アクション

作業負荷の高いシフト管理の効率化へ着手

現段階は、システム化検討の企画フェーズであり、必要機能の抽出と併せて補助金適用による投資コストのカバーを同時検討中。シフト作成時のルールを可視化し、シフト管理用の標準化シートを作成した後、そのシートに情報を入力することで、一定のルールベースの基、シフト勤務の仮案を作成したい。ただし、宿泊、宴会、ウェディング、物販の4事業が複雑に連携しているため、要件定義からシステム稼働まで1年前後の期間が必要。企画内容を継続精査し、投資判断を行う。

また、シフト計画をしても、突発案件対応や体調不良等により1割のリソースがその計画通りにアサインできないため、リアルタイム性を持たしたシフト変更（どの人をどの接客業務にアサインするか）を行う機能の実装が特に重要。

実践ポイント

シフト管理と評価制度の連動

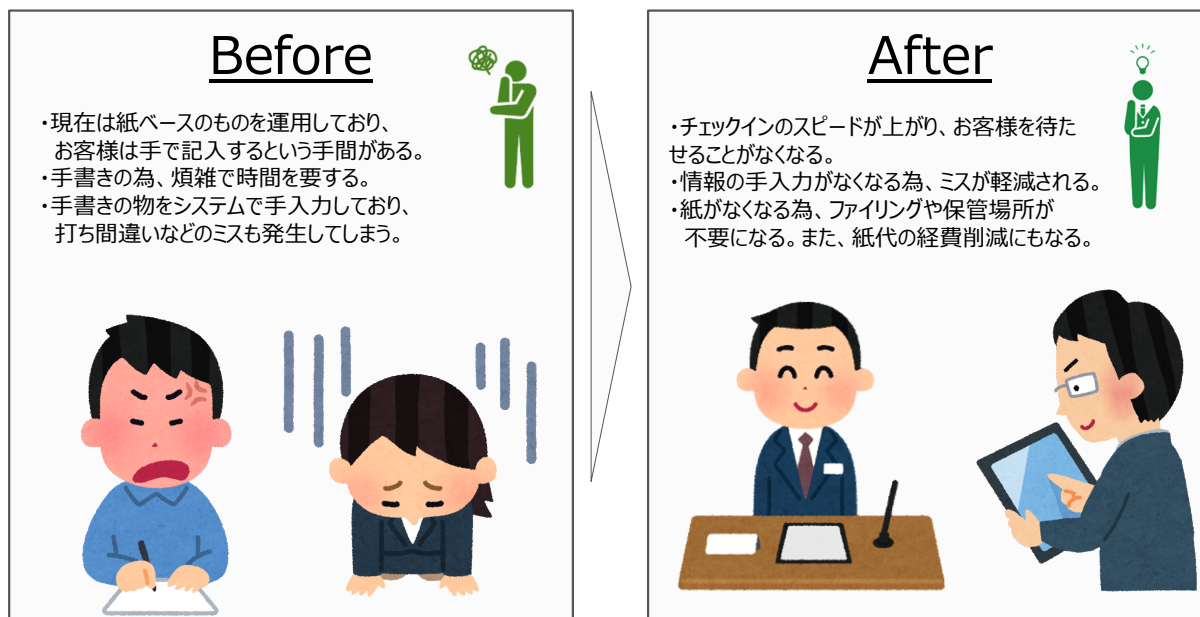
シフト管理と併せて、そのシフトで実績を作った接客業務の評価を役員が1件1件チェックしており、多くの労力をかけている。4事業が個別成長してきた過程で、評価制度や運用方法がバラバラになっているため、シフト管理とその周辺業務を一定仕組み化したい。その仕組みをシステム化構想時に行い、企画段階での要件定義に反映することが、ベンダー調整で継続的に必要。

## ⑫プロジェクト実行

## 個別課題

## 6. 電子宿帳の導入

電子宿帳の導入によるサービスカの向上と業務のデジタル化による生産性の向上



## 重要アクション

## 顧客利便性の追求と併せてバックオフィス業務の負担を軽減する

宿泊時に必ず記入する宿帳を紙に書くか、サインだけで完結するかは、ユーザーがストレスに感じやすい行動をケアする意味で重要（また同じことを手書きで書くのか、Web申込時に入力した住所情報を手書きするのか等がなくなる）。また、宿帳は基幹システムへの手入力をしており、業務負荷を高める一因だったが、自動連携へ。顧客-社内ともにWin-Winの関係へ。

※電子宿帳の入力データは画面ショットを取り保管中。ただ、日々の蓄積から自社ストレージの容量が切迫化してくることが予想されるので、クラウドストレージの利用を検討中。画面ショット取得-データ暗号化通信-データのストレージ格納のスキプトを書きデータ制限フリーのGoogleストレージに格納する運用を構想したい。

## 実践ポイント

## 電子宿帳ではなく手書きの例外処理残る

フロントのキャッシャーが一部に手書き業務が残る、どうやって電子化すべきか、顧客誘導含めて継続検討する。



個別課題

7. 自動チェックアウトシステムの導入

自動チェックアウトシステムを導入し、チェックアウト作業の効率化を図る

**Before**

- ・チェックアウトの精算に時間が掛かり、お客様をお待たせしてしまう。
- ・手で現金の精算をする為、釣銭等の受け渡しに間違いが出てしまう。



**After**

- ・自動チェックアウトシステムにより、精算時間の短縮することができる。
- ・自動精算により精算ミスを防ぐことができる。



重要アクション

**自動チェックアウトシステムによる清算時間の短縮化**

近年ホテルチェーンを中心に設置が拡大している自動チェックアウトシステムの導入を検討。ただし、前述した部屋セット準備資料の自動化同様、全体のプロジェクト進捗から、本課題は一旦保留。ただし、継続課題として設定しておく。現時点ではアルメックス社の自動精算機が有力候補。

実践ポイント

**自社だけでなくITベンダーのリソースを含めたステークホルダーマネジメントが重要**

前述した部屋セット準備資料の自動化と同様の対応が求められる。多くの課題を同時に解決すべく活動していると、リソース不足が発生する可能性がどうしても高まる。本課題の場合も、関連する既存システムを扱うITベンダーのリソースがひっ迫しており、即時対応が難しい状況。冒頭のスケジュール策定時の優先順位を基に、注力すべき課題からリソースを割り当てる。

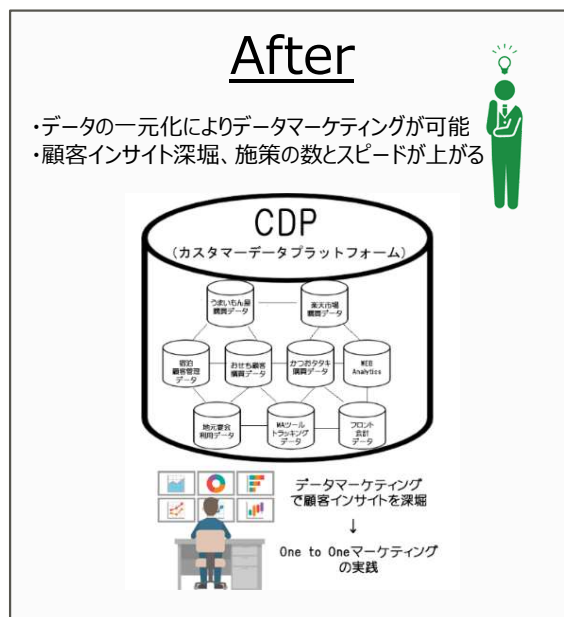
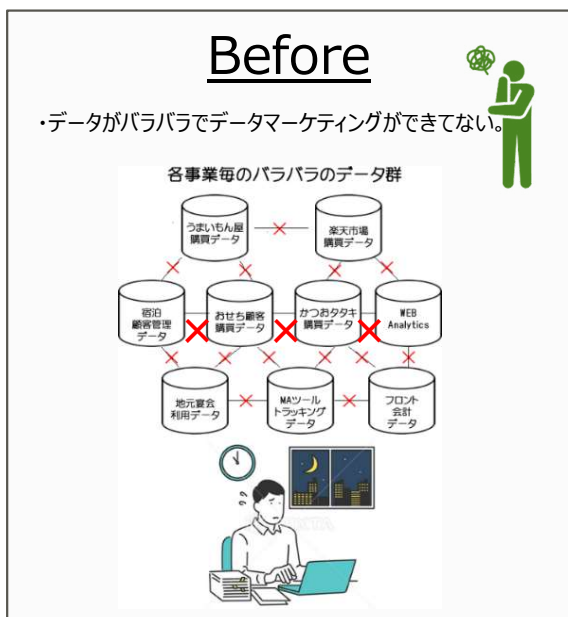


⑫プロジェクト実行

個別課題

8. PMSデータ、おもてなしデータ・物販データの連携

物販データ、おもてなしデータの連携・連動の推進及びデータ活用



重要アクション

**CDPによるデータ整備は進捗したが、期待効果は10%程度であり、より顧客に焦点化した利活用が求められる**  
経営情報を可視化し、数値情報を閲覧することには強い効果を感じるが、対顧客に向けたデータ利活用は滞っている。特に、入力データの精度を高めることに当面は注力が必要。間違ったデータや少ないデータ量を基にした分析を行うと、間違っただけ意思決定につながるため、入力データのチェックが改めて重要。(データ手動連携時に異なるデータと接続、入力場所を間違える等)

実践ポイント

**データによる仮説検証が推進可能な人材や組織文化を育む**  
マーケティング部だけでデータ活用を行うのではなく、現場から顧客価値を高めるための仮説を抽出し、その仮説検証をCDPチームがデータ解析からフォローする運用体制(データ起点の施策発想、施策投入前後の数値変化のモニタリング等)を構築したい。データ分析が現場業務をより良くし、その結果、質の良いデータが現場からCDPに格納され続ける好循環を作りたい。また、MAツールとしての価値を高めるため、自動サンクスメール送付後の顧客から回答に対するアクションが必要(顧客からの返信は改善点に直結)

## ⑫プロジェクト実行

### 成果物

#### 本計画書の対象アクションに対応する想定成果物

No	アクション名称	成果物
1	宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力の自動化	<ul style="list-style-type: none"><li>接客日報データ</li><li>連携済顧客データ</li></ul>
2	AIチャットボットの導入	<ul style="list-style-type: none"><li>コミュニケーションログ</li></ul>
3	勤怠管理システムの導入	<ul style="list-style-type: none"><li>収集した顧客のLINEアカウント</li><li>コミュニケーションログ</li></ul>
4	部屋セット準備資料の自動化	<ul style="list-style-type: none"><li>部屋セット準備資料データ</li></ul>
5	接客部シフト管理システム	<ul style="list-style-type: none"><li>シフトデータ</li></ul>
6	電子宿帳の導入	<ul style="list-style-type: none"><li>宿泊者基本データ</li></ul>
7	自動チェックアウトシステムの導入	<ul style="list-style-type: none"><li>チェックアウトデータ</li></ul>
8	PMSデータ、おもてなしデータ・物販データの連携	<ul style="list-style-type: none"><li>物販システム連携データ</li><li>おもてなしシステム連携データ</li></ul>

#### 重要アクション

##### 実際にサービスを利用する際に困らないように成果物を抽出する

サービス契約の際は、契約するサービスや開発するアプリケーションだけでなく、利用マニュアル含め、実際にサービスを利用する際に困らないようITベンダーと成果物の内容を調整/合意した。

#### 実践ポイント

##### サービスそのものと関連ドキュメントの2つの視点を持つ

現在稼働中のシステムには利用者マニュアルの整備が不足しており、システム変更を行う、初めて利用するメンバーに教える際に苦労があった。ITに詳しくない人でも円滑にサービス利用できるよう配慮してITベンダーと調整することが重要。

⑭プロジェクト評価

定性、定量評価

No	課題/目的	目標値	実績値（定量）	実績値（定性）
1	宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力の自動化	データ入力作業時間 30時間/月削減 <b>（作業時間現状の1/5まで削減）</b>	データ入力作業時間 25時間/月削減 <b>（作業時間現状の1/4まで削減）</b>	SaaSでシステムを導入し、社給のスマートフォンから日報を入力。入力ミスの軽減と接客日報作成の時間を削減。定型の設定にすることで、入力情報の個人差を無くす
2	AIチャットボットの導入	メール・電話による問合せ3割削減	-	-
3	勤怠管理システムの導入	労働時間集計作業 10時間/月削減 <b>（作業時間現状の1/2まで削減）</b>	-	-
4	部屋セット準備資料の自動化	データ収集資料化作業 30時間/月削減 <b>（作業時間現状の1/5まで削減）</b>	-	-
5	接客部シフト管理システム	シフト作成時間 6時間/月削減 <b>（作業時間現状の1/3まで削減）</b>  シフト作成可能人員2名増員	-	-
6	電子宿帳の導入	入力作業時間 25時間/月削減 チェックイン時間2分短縮	入力作業時間 20時間/月削減 チェックイン時間2分短縮	チェックイン時にお客様にご依頼する記入作業の削減と同時に、顧客情報をデータ化する際の転記作業時間も大幅に短縮
7	自動チェックアウトシステムの導入	チェックアウト平均時間1分	-	-
8	PMSデータ、おもてなしデータ・物販データの連携	データ連携15分減/日	サンクスメール自動配信（平均30件/日） 分析用資料作成自動化（20表作成）	PMS、物販データ、おもてなしデータ、とCDPの連携が完了。PMSを軸としたメールの自動配信シナリオも作成し運用開始。CSから人事評価制度への反映も検討中

重要アクション

実績値を可能な限り数値化する

デジタル化促進活動で、感覚値としての組織力が高まったことはわかるが、具体的な成果として表現することで、関わったメンバーや外部向けの訴求力をより高める。その意味でも数値化できる活動は数値化することこだわった。

実践ポイント

成果実績も現場の聞き取りを大切にを行う

活動による業務や自身変化を確認するとともに追加の困り事や今後への期待を確認することでスポットの活動ではなく、継続して取り組む活動であることを意思表示した。その上で現場とマーケティング部の関係性を深め、今後の活動の推進力を高めた。

## ⑮プロジェクト教訓

### 実践的な知恵

#### 組織行動変容

Before	After
① 伴走支援がないと、プロジェクトの進捗管理ができないことがある	① メンター無しでもプロジェクトチームで自主的にMTGを開催し、進捗管理ツールを用いてプロジェクトを推進できはじめた
② DX推進と通常業務とのバランスが難しく、リソースの配分に苦労	② リソースを集中させるプロジェクトを選定し、効果の最大化とスタッフの負担軽減を実現
③ 課題のソリューションとしてのデジタルツールやシステムの選定が苦手	③ 課題解決に必要な新たなツールを取り入れ、各担当者とプロジェクトメンバーと一緒に使用方法などを学び運用ができはじめた
④ DXプロジェクトチームスタッフが各部署に声掛けしなければデジタル化が進まない	④ 各部署からデジタルツールを使用した業務改善を提案されることが多くなった
⑤ 俗人化している業務があるが、内容が複雑で他の人材が育たない	⑤ 業務の半自動化システムを導入し、担当者以外でも業務の対応が可能に。指導や教育の時間や負担の低減に繋がり、人手不足の改善にもなった。

#### プロジェクト活動での学び

Good	Bad
<ul style="list-style-type: none"> <li>各部署が抱える課題をデジタルツールやシステムを導入して、解決していく組織風土が醸成された。</li> <li>DX化・デジタル化を共通言語として、部署の垣根を超えたコミュニケーションが活発になった。</li> <li>プロジェクトチームスタッフのデータ活用のスキルがアップした</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現場に導入したデジタルシステムを定期的に点検や見直しをしなければ、不具合を放置するケースがあった。</li> <li>自走する場合は、年間で推進できるプロジェクトの数が減少してしまうため、社内のDX化が鈍化してしまう</li> </ul>

#### 重要アクション

##### GoodとBadはトレードオフ

何をしてもBadがなくなることはない。Badの数や影響を最小化し、Goodを伸ばすためにどのような活動が必要だったか。その情報を棚卸しするための情報を中核メンバー、フォローアップしてくれた別部署のキーパーソンから情報を抽出した。

#### 実践ポイント

##### 次期プロジェクト活動に向けての改善点を洗い出す

同じ失敗を繰り返さないよう、もしくはより高いレベルの活動ができるよう、改めてプロジェクト活動の行動を見直す。特に、CDPやRPA等の新技術への対応は、サービス自体が順次更新されていくので、継続強化が求められる。

⑰今後の計画

次期スケジュール

次年度計画範囲

- 次年度の範囲は2023年4月～2024年3月までの実施想定内容です。

次年度計画範囲

アクション	2022年度				2023年度				2024年度～			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
1 宿泊客への接客日報、顧客台帳へのデータ入力自動化	■	■										
2 AIチャットボットの導入				■	■							
3 LINEアカウントの開設							■					
4 勤怠管理システムの導入					■							
5 部屋セット準備資料の自動化								■				
6 接客部シフト管理システム					■	■	■	■				
7 電子宿帳の導入		■	■	■				■	■			
8 自動チェックアウトシステムの導入		■	■	■								
9 PMSデータ、おもてなしデータ・物販データの連携	■	■	■	■								

重要アクション

次年度経営計画との親和性/ペンディング事項と再起動の可能性を確認する

特に継続したIT投資（主にコスト）が可能か、改めて点検が必要。旅館運営における重要投資順位の高いモノからリソースを割り振り、ITにどの位の予算を計上可能か、またどのような補助金が活用できそうか要検討後、タイムライン上にスケジュール展開する必要あり。

実践ポイント

現行導入しているツール類の進化をはかる

分析するためのスキルを向上する、分析するためのデータを収集する、データ化するための仕掛けを現場と知恵出しする等、今年度実施完了した内容でも強化が求められる項目あり。継続学習を実施するマインドと環境構築が重要。

## 県内企業様へのメッセージ（2年目を終えて）

### 経営者/デジタル化担当者/現場メンバー



常務取締役  
藤本 幸太郎

**通常の業務内容**  
経営全般

**デジタル化での主活動**  
責任者

#### メッセージ

世の中ではさらに「デジタル化」「DX」が進みました。当社では、業務を効率化し、顧客への価値向上を目的として、さまざまな課題に取り組みました。各プロジェクトに取り組み、今では現場になくはならないツールも導入することができました。まだまだ課題は山積みで、旅館ホテル業界では人手不足の問題が発生してきました。「予測不能な時代」を乗り越えるためには、少しずつでもいいので、変化していく組織を作り上げていく気概が大切です。



取締役  
マーケティング部長  
久保 啓二

**通常の業務内容**  
事業のマーケティング領域全般

**デジタル化での主活動**  
ITマネジメント、IT戦略と企画、実務全般

#### メッセージ

DXに取り組み始めて2年目に入り1年目のような「全体の熱量の持続」という点が難しかったですが、社内のデジタル化は着実に浸透してきていると実感します。「DXは手段であって目的ではない」ために「これってなんの為にやってるんだっけ？」と目的に立ち返ることも必要かと感じております。私どもはイノベーションを経営課題として取り組んでいますが、イノベーションが起こるとき、そこには必ずDXがある。「innovation with DX」を意識していくことが必要かと感じます。



業務管理部長  
立石 圭一

**通常の業務内容**  
経営企画他

**デジタル化での主活動**  
業務改善

#### メッセージ

旅館業は全体的に労働生産性が低く、他業種と比べて一般的に労働条件が劣っているのが実情です。必要な人材を確保するためには労働生産性を上げて労働条件を改善していかなければと痛感しています。これまで社員がサービス活動に専念できるように手書き、手入力の手間を省くためのDXに取り組んできました。徐々に労働時間削減効果が出始めており、社員もデジタル活用の利便さを理解してきています。究極の目標は人は人にしかできないことをするようにすることです。

## 県内企業様へのメッセージ（2年目を終えて）

## 経営者/デジタル化担当者/現場メンバー

マーケティング部  
河原 佑太**通常の業務内容**

広報、採用、MA（メルマガ）

**デジタル化での主活動**

社内コミュニケーションツール導入、MA、社外プレゼンテーション

**メッセージ**

2年間DX化やデジタル化を社内でも推進させていただき、やはり大切なことはスタッフ同士のコミュニケーションだと感じました。素晴らしいシステムやツールなどを導入したとしても、運用する現場のスタッフが必要性を感じていなかったり、納得していなければ全く意味のないものになってしまいます。他部署の現場スタッフの声をヒアリングして課題の本質を見極めてDX化を進めることで、継続的かつ最大限の成果が得られるはずですが、また今後深刻化するであろう人手不足の問題を解決するにはDX化は必要不可欠。まずは、ハードルを下げてアナログな業務をデジタル化してみたいかがでしょうか。

マーケティング部  
岡本 一成**通常の業務内容**

マーケティング活動、広報活動

**デジタル化での主活動**

館内データの一元化、MA、競合データ分析における競合先情報の自動取得

**メッセージ**

現在、いたるところでDX、デジタル化というものを耳にしているかと思いますが、デジタルというどうしても一部の限られた人間にしかできない敷居の高いもの、というイメージがあるかと思いますが、当社でも社内全体でDXに取り組み始めて2年が経過しました。当初は確かに私どもも一部のメンバーのみが取り組んでデジタル化の種をまいている、という雰囲気でしたが現在では様々なところで少しずつその種が芽を出してきている、という実感が出てきています。DXで大切なことは、一部の限られたメンバーで取り組むのではなく、会社全体として取り組むことが一番大切なのだと、最近感じられるようになってきました。最初は小さなデジタル化の種でも、その種を会社全体に広げてたくさんの方のデジタルの花が咲けば、きっと素晴らしい方向に会社が進んでいけるのではないかと考えています。

