

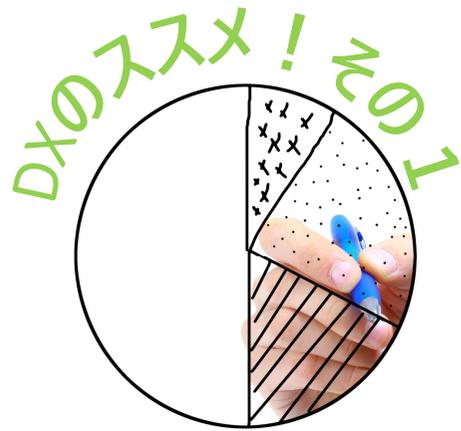


もくじ



DXのススメ！

ここでは、DXを始める前に知っておくべき3つのススメ！をご紹介します。



DXとは経営戦略達成のためのツールであることを理解する

DXを進める際、単なるデジタル技術の導入と捉えてしまうと本質を見誤り、失敗する可能性があります。DXは、自社の経営目標の達成や、課題解決のための一つのツールであることを理解することが大切です。そのため、DXに取り組む際にまずやるべきは、ベンダーを探すことではなく自社の経営戦略を見直すことです。



DXは一人では達成できないことを理解する

DXを進めることは、これまでのビジネスのやり方や生産工程の運用方法が変更されることとなります。つまり、組織としての変革（トランスフォーメーション）が求められます。DXを進める際、外部のICT事業者と連携することは当然ですが、自社内でもDXを組織横断的な 이슈として捉え、推進していく必要があります。組織内で、その意識が低ければDXの推進がとん挫する可能性があるため、意識の醸成が重要です。



DXで大きな変革を起こしたい場合でも、一歩目は小さな変化であることを理解する

DXを推進し、トランスフォーメーションを推進すれば、最終的には大きな利益を生み出す可能性があります。しかし、組織やビジネスのトランスフォーメーションを急速に行うことは必ずしも最適な方法ではありません。まずは、経営戦略を見直し、将来像をしっかりと見据えたうえで、小さな一歩でも着実に踏み出すことが重要です。その、「小さな一歩」に成功すれば、新たなDXの成功に繋がり、将来目標に到達することが可能となります。

DX取組事例

ここでは、「DXのススメ！」に従ってDXの第一歩を踏み出した宮崎県内5企業の事例を紹介します。

DX取組事例①：システム技研

株式会社システム技研 ～社内承認プロセスの電子化による業務効率化～

■ 事業者概要

会社名	株式会社システム技研
業種	製造業
事業内容	産業用省力化設備の設計、製作、金属機械加工
ホームページ	https://www.sys-gi.co.jp/



■ DX推進に向けた戦略

中長期ビジョン

- ✓ 自社製品（オーダーメイド受注型）およびOEM製品などの多品種中量生産型の製品開発・提案営業により、リピート品の比率を増やして設備稼働率・生産性を高める。

重点課題

- ✓ 多品種受注生産型のため生産稼働率（人的・設備的）が低い
- ✓ 顧客データ、見積データ、受注データ等社内データの連携ができておらず活用も進まない
- ✓ 電子化の遅れにより作業負荷が高い

取組方針

- ✓ 社内業務の電子化の推進
- ✓ 生産工程・製品設計の標準化部分の検討
- ✓ 見積データ等データ分析による生産の最適化およびマーケット拡大の検討

■ 実証内容及び測定結果

電子決裁を活用し、見積、発注、納品、請求、領収業務における帳簿の決裁にかかる工数削減の実証を行いました

工程①：見積作成

工程②：決裁

現状 (課題)

- ✓ 見積書は自社システムで出力されるが、押印のため一時的に紙に出力される
- ✓ ユーザー名の文字列で管理しているため、実質的に顧客と受注情報が紐づいていない

✓ 見積システムから紙で出力して、FAX等で送信して、返ってきた納品書をまだ電子化して保存している

実証内容



見積書の発行は既存システムからなので、本実証では、影響なし。



発行された見積書を電子決裁システムに登録し、決裁を電子化。モバイル端末でも決裁可能。

測定結果

見積作成者

決裁依頼～決裁完了

決裁者

申請書類における、決裁までの所要時間

Before

平均52分

After

平均30分

実証前はPCの前にはないと決裁が行えず、不在時に見積書が山積みで決裁までに時間が掛かっていた。
実証中は離席中でも申請内容の確認から決裁まで行うことが出来、電子化による書類の削減にもつながった

■ 成果・教訓

測定結果

- ✓ **紙での申請の場合** 申請開始時間と決裁時間を記録する紙を書類に添付して承認時間を計測した。
- ✓ **電子決裁の場合** PDFを添付した申請を電子決裁システム上で行い、申請から決裁までの時間をシステム上から出力した。

適用可能性

- ✓ **電子決裁による時間短縮、ペーパーレス化に効果を発揮したため、社内規定の改定の後、改めて導入を検討。**
- ✓ 生産管理システムやビジネスツールとの連携も吟味する必要あり。

教訓

- ✓ 電子決裁システム上が他社のクラウドシステムを使用して作ったシステムのため、多数アカウントの同時登録があったためログインの際にクラウドの認証セキュリティレベルが上がり、承認に難が発生した。具体的にはロボットが操作していないことの承認のために電話番号を使用する必要があった。
 - ICTベンダーとしても初のトラブルであったため、ナレッジとして蓄積し、今後のセールスに活用する。**(事前に導入プロセスを確認しておかないと、想定していた以上の時間・出費が必要になるかもしれない)**
- ✓ スマホとSIMカードのレンタルを行っており、電子決裁システムアプリインストールの際に新規アカウントが必要となり、一台ごとに設定を行う必要が生じた。
 - **機材導入の際は何が必要とってくるかを事前精査する時間が必要**である。一方で全てを予見する難しさがある。
- ✓ キットングまでの手配を行うサービスがあれば時間の削減につながった。
- ✓ 電子承認が正式な効力を社内で持っていないため、承認後に見積書等を紙出力し、押印している。
 - **デジタル技術の導入には単にアプリやデバイスの導入だけではなく、それに沿う社内の規程改正などを行い、会社が一体となりルールを構築する必要**がある。

■ 実証結果を踏まえた今後の展開

- ◆ システムの承認が有効となるよう社内規定の改正を行い更にデジタル化を推進していく。
- ◆ 今回獲得したノウハウを基に、稼働率向上や顧客分析などの今後の課題をDXで解決したい。

DX取組事例②：ときわ会

社会福祉法人 ときわ会 ～データの一元管理化による介護データ記録作業工数削減～

■ 事業者概要

会社名	社会福祉法人ときわ会
業種	福祉・ヘルスケア
事業内容	福祉事業（高齢者・児童・障がい） 温泉事業 農福連携事業
ホームページ	https://www.tokiwa-kai.or.jp/



■ DX推進に向けた戦略

中長期ビジョン

- ✓ 介護・医療関連データの活用による介護現場の生産性向上（入所型・デイサービス型）
- ✓ 在宅高齢者に対して遠隔での健康・介護予防関連サービス展開による収益拡大を目指す

重点課題

- ✓ 介護カルテの入力の作業の負荷が高い
- ✓ 施設利用者の突発的な対応

取組方針

- ✓ 介護カルテ入力作業負荷低減のために、ユーザー（介護従事者）に配慮したシステムへの移行を推進
- ✓ 業務フローの整理、標準化（マニュアル化）に取り組む
- ✓ 介護予防関連サービス展開のため、情報の蓄積を行いサービス開発に取り組む

■ 実証内容及び測定結果

クラウドサービスを活用し、電子カルテにて工程①申し送り事項の転記作業、②介護施設入居者データ入力作業における実証を行いました

工程①：申し送り事項（引継ぎ事項）の転記作業

工程②：入居者データ入力作業

現状 (課題)

- ✓ 申し送り事項の記載先が手帳、台帳、システムの3つ存在していることから現場の負荷が大きくなっている
- ✓ 申し送り事項記載の揺れや伝達不足が発生している

- ✓ 入居者対応をしながら、空いた時間でデータ入力をおこなうため入力漏れや入力に係る移動の負荷が大きい
- ✓ リアルタイムでのデータ入力が難しい

実証内容

手帳 台帳 システム



- クラウドサービスの導入を行い、申し送り事項の転記作業をなくすため、入力媒体の統合を実証中。
*ケアカルテのID数とインカムの数の制限から現在は一部のスタッフのみ入力媒体の統合ができています。統合できていないスタッフもいるため、従前のオペレーションも継続して行っている。



- 入居者の食事の量を記録する作業に従来3分/人×90名分に加え、システム入力の作業時間として30分、計300分要していたが、インカムによるケアコネクトの音声入力機能を活用し、15分まで短縮できた

測定結果

申し送り事項入力先



入居者データ入力所要時間



■ 成果・教訓

測定結果

工程①申し送り事項の転記作業

- ✓ 介護データ入力先をケアカルテに統一する実証を実施し、入居者データの移行や現場での活用における使用方法の確認を実施することができた。現状完全なシステムの移行には至れていないが、**他の入居施設も含めた本導入への足掛かり**とすることができた。

工程②入居者データ入力作業

- ✓ ケアカルテの音声入力機能を活用することにより、入居者対応の合間に現場でデータの入力を行うことで、**大幅な工数削減（300分/日→15分/日）を達成**することができた。

適用可能性

- ✓ ケアカルテによる作業負担の軽減と現場スタッフへの展開も確認できたため、介護データ管理は**今後ケアカルテに統一（令和5年夏に本導入予定）**し、その他センサー類との同期やデータの自動取得体制の構築を目指していく
- ✓ インカムでの音声入力機能に加え、**スタッフの連絡にもインカムを使用**することで、現場オペレーションの円滑化と入居者の満足度の向上に努める

教訓

- ✓ ICT技術の現場導入に際しては、**現場のスタッフと細かなすり合わせが必要**であり、複数回の研修実施等のサポート体制が必要だった。
- ✓ **意思決定層（経営層）の積極的な参画**により、**比較的に実証の体制を早期に構築**することができた。
- ✓ 事業所ごとの環境や特性で、効果の出るデバイスが異なる為、**導入に際しての事前検証と準備が最も大切**だった。

■ 実証結果を踏まえた今後の展開

引き続き介護現場におけるデジタル技術の導入を検討し、生産性向上・効率化を図り、蓄積したデータを活用することで従業員・入居者満足度の向上に注力する

DX取組事例③：新原産業

株式会社新原産業 ～自社アプリを活用した社内情報の共有・平準化～

■ 事業者概要

会社名	株式会社新原産業
業種	製造販売業
事業内容	畜産資材の製造販売・設計施工
ホームページ	http://www.niihara.co.jp/



■ DX推進に向けた戦略

中長期ビジョン

- ✓ メーカーとして開発商品群の体制強化を図り、自動化、デジタル化製品を取扱い、新開発の増強を図り、トータルコーディネート力をつける。
- ✓ 3～5年で年商30億を達成、同時に東日本営業所の増強体制作りを目標とする。

重点課題

- ✓ DXや商品の全般的な知識が社内で標準化できていない
- ✓ DX商品の内容の理解度と説明力の不足
- ✓ 見積作業等の非効率さ

取組方針

- ✓ ICTツール等を活用した社内情報の平準化
- ✓ 商品知識を活用したスピーディな提案営業（見積もり提示含む）及び新商品開発
- ✓ 自社の強み（現場力、提案力、開発力）を見える化し、外部企業等との連携にも活用（オープンイノベーション）

■ 実証内容及び測定結果

社内ニーズに応じてカスタマイズしたデモアプリを作成し、実際に社内で導入した上で、設定した測定項目を指標として適宜改善を行っていく予定です

業務：営業

現状
(課題)

- ✓ 各社員が保有する顧客情報・ニーズなどが共有されていない
- ✓ 新規取り扱い商材（特にDX商品）の情報や使い方を全社員が理解しきれていない

実証内容



<アプリ作成時のポイント>

1. スマホで使いやすい
2. 写真・動画での情報ストックが可能
3. 取扱商材情報が見やすい

<営業担当社員からのコメント>

- ✓ 音声入力が可能なのはラク
- ✓ 商品情報をタイムリーに提示できると顧客満足度・売上に繋がる
- ✓ 日報や商品情報を検索できる機能があると良い



測定結果

日報を含む1日あたりの情報共有数

Before

10件

After

30件
※見込み

■ 成果・教訓

測定結果

- ✓ アプリが単純明快で直感的に操作ができるので、現状よりも情報共有数が増えると期待している
- ✓ 3月上旬には全ての営業担当社員にアプリをインストールしてもらう予定

適用可能性

- ✓ ユーザー側でのPCブラウザログインができるようになるとより使いやすくなる
- ✓ 当初は他のツールとも併用しながらになると思うが、将来的には可能な限り一本化していきたい
- ✓ 日報などの営業担当社員の入力情報や商品情報を検索しやすいように、各種情報の整理を行う

教訓

- ✓ 社員の現状のITリテラシーをきちんと把握しておく必要がある
- ✓ ある程度やるべき施策を明確にしていたのでICT企業を選定することができた（やりたいことは複数あるが、その優先順位を決めておかないと話を進めにくい）
- ✓ DX担当という位置付けで社内外において動くことができたので、話を進めやすかった

■ 実証結果を踏まえた今後の展開

本実証では、役員含め社内全体がDXについて考える良い機会（礎）となり、今後は社内外の課題に対してICTツールやアプリケーションを念頭においた解決策の検討を、積極的に推進していける自信へと繋がった

DX取組事例④：日向市観光協会

一般社団法人 日向市観光協会 ～人流データ活用によるマーケティング戦略の立案～

■ 事業者概要

会社名	一般社団法人 日向市観光協会
業種	観光・サービス
事業内容	観光誘客・誘客企画の実施 小売施設運営、施設管理
ホームページ	https://hyuga.or.jp/



■ DX推進に向けた戦略

中長期ビジョン

- ✓ 地域に散らばった観光資源の包括的利用
- ✓ 観光分析データ提供による利活用
- ✓ コンテンツ・地域産品の開発・ブランディング支援
- ✓ 地域連携観光地域づくり法人の設立

重点課題

- ✓ 1人あたりの旅行消費額の向上
- ✓ 観光コンテンツ・アクティビティ・商業施設の拡充
- ✓ 宿泊施設の確保

取組方針

- ✓ POSデータと人流データ連携による消費額向上
- ✓ 観光客行動・消費データ取得によるニーズ分析
- ✓ 観光客行動データに基づく、アクティビティや宿泊施設活用の検討

■ 実証内容及び測定結果

観光客分析に特化したビックデータサービス「おでかけウォッチャー」を活用し、人流データとPOSデータの比較分析を実施した

工程①：来訪者の発地×POSデータの分析（スポット別）

工程②：来訪者の属性×POSデータの分析（スポット別）

現状
(課題)

- ✓ お客様がどこからお越しになられたか把握できていない。
- ✓ 観光のオフシーズン、シーズン別に商品の取り扱いを変えることができていない。

- ✓ 平日・土曜日・日祝日ごとにどのような顧客属性が来店しているのか根拠となるようなデータがない。
- ✓ 特定の客層に対する売れ筋商品が把握できていない。

実証内容

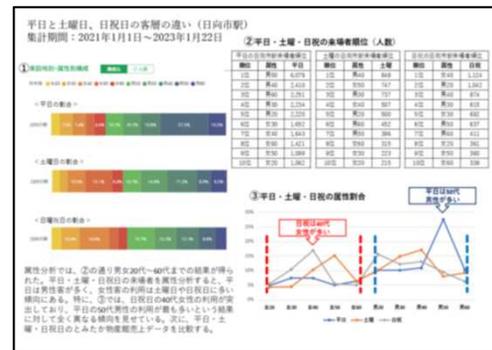


平日や長期休暇期間を対象とした来訪者の発地分析

×

順位	商品名	平日比較	比率	上下
1	青唐辛子	2	14	↑
2	青唐辛子	2	14	↑
3	青唐辛子	2	14	↑
4	青唐辛子	2	14	↑
5	青唐辛子	2	14	↑

各期間でのPOSデータ集計



平日・土曜日・日祝日別来訪者の属性分析

×

順位	商品名	平日比較	比率	上下
1	青唐辛子	2	14	↑
2	青唐辛子	2	14	↑
3	青唐辛子	2	14	↑
4	青唐辛子	2	14	↑
5	青唐辛子	2	14	↑

平日・土曜日・日祝日別POSデータ集計

測定結果

担当者

年末年始（2022-2023）で来訪者の発地分析をしたところ、**県外客が全体の85%を占めることが分かりました。逆にオフシーズンである6月の平日は県内客が多いという結果が得られました。そこで、県外客と県内客の消費傾向を大まかに把握するために、年末年始と6月平日の期間におけるPOSデータを比較分析することになりました。**

担当者

平日・土曜・日祝日別で来訪者の属性分析をしたところ、特に平日は**50代男性が多く、日祝日は40代女性が多い**ということが分かりました。曜日により、特定の属性を持つ人が来訪する傾向がある中で、それぞれの消費傾向を把握するために**POSデータを比較分析することになりました。**

■ 成果・教訓

測定結果

工程①：来訪者の発地×POSデータの分析の結果

県外客の多い年末年始では宮崎名物のかんむりの付いた商品が売れる傾向。ハマグリ飯が突出しており、日向市のブランドとして定着していると思われる。

工程②：来訪者の属性×POSデータの分析

40代女性が多い日祝日はチーズ饅頭等の定番の菓子土産が売れている。

50代男性が多い平日は飲料、弁当、パン、新聞等が売れている

<測定結果からの考察>

- ・県内客、50代男性、平日、オフシーズン（6月）では「キオスク（売店）」としての役割が求められている。
- ・県外客、40代女性、日祝日、年末年始では「土産物屋」としての役割が求められている。

適用可能性

- ✓ 今後も**人流ビックデータ**を活用する価値はあると考える。
- ✓ 今回人流データとPOSデータの比較分析を通して**POSデータだけでは分からなかった顧客像**が見えてきた。今後、得られたデータや分析結果をもとに、気象情報等の**外部要因に関するデータとの多重クロス集計や周遊分析**を行うことで、より**精度の高いアウトプット**が可能になる。

教訓

- ✓ 課題解決に必要なデータを自社で集計して精査する際に、分析手法に関する知識が必要であった。データの利活用ができるスタッフが自社にいない場合、**外部人材を活用する必要性**がある。
- ✓ DXを推進する場合は、まず**現状の社内データ管理が必要**である。日頃から整理された社内データと社外のデータを連携させることで、**会社独自の現状分析や課題解決の考察**がしやすくなる。

■ 実証結果を踏まえた今後の展開

日向市観光協会では、観光DXの推進を引き続き行い、**ビックデータと地域情報を活用することで、データドリブン経営を推進します。**

DX取組事例⑤：野崎漬物

野崎漬物株式会社 ～労務管理情報の見える化による現場管理工数の削減～

■ 事業者概要

会社名	野崎漬物株式会社
業種	製造業（食品）
事業内容	各種漬物製造販売
ホームページ	http://www.nozaki-p.com/

■ DX推進に向けた戦略

中長期ビジョン

漬物市場が縮小していく中で

- ✓ 漬物以外の新商品や新市場を開拓する
- ✓ 既存業務のコスト削減や業務効率化を図る

重点課題

- ✓ 人事・労務：労務管理の非効率改善や社員の帰属意識を上げたい
- ✓ 生産：アナログな製造工程現場管理を、デジタル管理に変えて生産体制を効率化したい
- ✓ 営業：顧客や商談に関する営業データを、社内で効果的に共有・収集・分析したい

取組方針

- ✓ 労務管理に基づく人別・工程別の労務時間計測、および適正評価によるエンゲージメント向上
- ✓ 生産体制の強化に向けた、生産計画データの策定や標準人員の整理、適材要員の配置
- ✓ 営業情報分析による既存顧客への効果的な営業戦略策定、および新規マーケット開拓



■ 実証内容及び測定結果

総務課での勤怠データ管理における負荷が高いという課題に対して、BIツールを活用して必要な方が常時アクセス可能にすることで、管理工数の削減に向けた実証を行いました

工程①：出退勤情報の問い合わせ（社内他部署）

工程②：出退勤情報の確認（総務課）

現状 (課題)

- ✓ 社員の出勤状況や残業時間、有休利用率等を把握したい際に、総務課に問い合わせる必要がある（＝見たい時に見れない）

- ✓ 他部署から勤怠データに関する問い合わせ等を受けた際に、都度対応したり紙でデータ出力して配布する必要がある

実証内容



タイムカード



残業・有給申請書類

他部署

残業・有休
の申請（紙）

タイムカード打刻

出勤状況や
残業時間等の
問い合わせ

不備確認

総務課

勤怠システム登録

勤怠データ管理

問い合わせ対応

紙に勤怠データ
出力・配布

システム
実現範囲

期待効果

勤怠情報の見える化により
いつでもデータへアクセスできる

勤怠データに関する管理工数を
削減できる

■ 成果・教訓

期待効果

勤怠データの管理工数を20%削減

- ✓ 総務課での勤怠データ管理工数の削減を目指した実証を実施し、実際に総務課の数名に評価版を使用してもらい、導入後の運用をイメージしてもらいながら機能要望等のヒアリングを実施した。現状は現場で評価版を使いながら、追加の機能変更を検討しており、今回の実証により社内のDX推進に対する意識の醸成を行い、将来的には生産部門や営業部門までDXの拡大を検討するための第一歩となった

適用可能性

- ✓ 現状は現場で評価版を使用しながら、最終的な運用版の導入に向けた準備や検討を進めている。
- ✓ 今後は、BIツールを活用した経営指標の見える化により、人員計画の自動データ作成などに取り組んでいきたいと考えている。
- ✓ また、生産現場において人員別の作業時間計測を行い、人事評価に組み込みたいと考えている。

教訓

- ✓ 業務効率化等の課題は会社全体や各部門でも存在しており、課題整理において優先順位付けや第一歩としてどの分野に取り掛かるかを選定するのに苦労した。社内でDX推進体制を構築し、会社としてのDXロードマップを設定した上で、優先取り組みを検討することが大切だった。
- ✓ DXは新しい取組であるため、実証後の具体的な運用方法のイメージをつかむのに苦労したが、社内メンバーにもヒアリングすることで現場が使いやすい運用となるように意識してシステムを構築するよう工夫した。
- ✓ 業務多忙な時期と重なるなどプロジェクト進行への段取りに苦労したが、打合せに向けて事前に宿題を取り纏めたり、必要に応じてオンライン会議ツールを使用してICT企業と打ち合わせたりするなど、隙間時間を活用するよう工夫した。

■ 実証結果を踏まえた今後の展開

今回の実証による成功体験を社内でのDX推進の説得材料として、
 今後は生産現場や営業現場におけるデータ収集・分析や、デジタルツールの活用に取り組む

DXの効果と落とし穴

ここでは、DXに取り組んだ5企業の事例から見えてきた、DXの効果と落とし穴を紹介します。

DX取組を推進することにより、単に作業効率改善やコスト削減に留まらず、組織のトランスフォーメーションに向けた事業拡大への気づきや自社ノウハウの蓄積による既存ビジネス強化が期待できます。

DX取組推進による効果

コスト削減効果

- 従前のオペレーションに要していたコストの削減
- ✓特定の作業の効率の向上/作業時間の削減

事業拡大のアイデア・気づき

- 事業の現状を客観的に把握することによる今後の取組の具体化
- ✓既存の事業におけるデータ取得体制の構築
- ✓外部の視点が加わったことによる事業視野が広がり
- ✓データ分析を事業に結びつけるためのロードマップの作成

ノウハウの蓄積・既存ビジネスの強化

- 取り組んだ（実際にやってみた）ことによる社内体制の再構築
- ✓DX推進のための組織体制の在り方を考える機会の創出
- ✓コミュニケーションツールの浸透による社内のやり取りの円滑化
- ✓属人的となっている営業ノウハウの共有とそれによる事業強化

DX取組を推進する際、いくつか共通する課題が見て取れました。これらの課題に対して事前に対策を講じておかないと、想定以上に時間を要したり、期待していたほどの効果が得られなくなるといったリスクがあります。

課題	内容
DX人材の不足	<p>自社の課題をDXにてどのように解決できるのかわからない</p> <ul style="list-style-type: none">✓ DXを踏まえた将来像の設定や課題整理に時間を要する✓ DXの何から着手したら良いのかわからない✓ 担当者のDX推進知見が乏しく、会社としての課題設定やロードマップ策定ができない <p>デジタルツールの使い方がわからない/ICT技術の導入が困難</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 現場スタッフがICT技術に慣れるのに時間がかかる✓ 使ってみて初めて見えてくる課題がある
社内合意形成の難しさ	<p>DX推進に関して社内の合意形成が難航する</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 担当の考えと経営層の考えのすり合わせに時間がかかる✓ ステークホルダーが多く、意思決定に時間がかかる <p>DX推進には部門横断の連携が必要になるが進まない</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 他部門を巻き込んだ課題検討・実証が必要だが、会社規模が大きいと初期段階では部門横断の連携が難しい <p>社内規定がICT技術に適応していない</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 効果的に運用するためには、場合によっては社内のルールを見直す必要がある
外部連携体制構築の難しさ	<p>自社にマッチしたICT企業 & 技術の選定が難しい</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 自社の抱える課題解決に資するICT企業 & 技術の選定が困難 <p>他企業との連携が難しい</p> <ul style="list-style-type: none">✓ ICT企業とのデータ連携・形式が想定と異なる

参考

宮崎県は、これからDXに取り組みたい企業を対象に①DXセミナー②DX塾を開催し、DX人材の育成支援を実施しています



<DXセミナー/DX塾を受講する上で重要な点>

自社におけるDX推進をイメージしたうえで受講することが最も重要（例:類似の事業におけるDXの取組を自社にどのようにしたら適用できるか...etc）

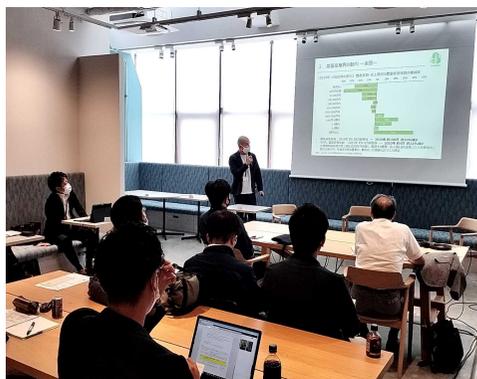
DXセミナー

<概要>

座学形式で

DXの総論、DX技術に係る知識、DX技術の適用事例を学ぶ

DXセミナー実施の様子



出所：NHK、<https://www3.nhk.or.jp/news/miyazaki/20220929/5060013797.html>
宮崎日日新聞、<https://pre-miya.com/miyabiz/general/138690.html>

DX塾

<概要>

実践形式で

① フィールド実践

企業の現場訪問を行い、視察・ヒアリングを経てDX推進を体感し経験者から課題感や手法を学習

② ワークショップ

塾生がフィールドで実践した際の知見を共有し、様々な切り口から更なる改善手法・自社への活用法の構造化等を検討

DX塾の取組に関して

NHK NEWS WEB
宮崎 NEWS WEB

宮崎県主催の「DX塾」が開講 デジタル技術で効率化

09月29日 18時22分



デジタル技術で業務を革新するDXに関心をもつ企業や金融機関が、その活用法などを専門家から学ぶ勉強会が29日宮崎市で開催しました。

「DX」はデジタル技術を使って業務の効率化や生産性の向上を目指すことです。

勉強会は「DX塾」と題して県が企画したもので、DXに関心をもつ県内の企業や金融機関の担当者などが、あわせて10回に渡って活用法などを学びます。

塾長は企業のDX導入をサポートする会社を営む村上和彰さんが務め、初日の29日は村上さんによる講義が行われました。

2023年(01)



デジタルタタ
プレみや 宮崎日日新聞

2023年02月15日(水) きょうの天気

夕刊Today みやびズ みやス水 版トレ広場 こども新聞 グルメ 健康・医療 紙面から

DX アイデア創出重要 人材育成へ「塾」開講

デジタルトランスフォーメーション(DX)を推進する人材の育成を目指す「DX塾」が29日、宮崎市のK1TEENにて始まった。県内事業者や金融機関などから20人が参加し、DXの意義や目的などに理解を深めた。県が生産し、DX人材育成...



DXの意義や目的について議論を交わすDX塾の参加者。29日午後、宮崎市

宮崎県は、デジタル技術を活用した優良事例を横展開し、県内各産業のDX推進の参考としていただくため、「事例集」として取りまとめ公表しています。

(掲載例) R4年度事例集 (観光)

観光産業 (取組事例)

県外取組事例

宮崎県外の取組事例を紹介します。

(6) デジタル化による観光産業発展事業「豊岡観光DX事業」

ICT



デジタルデータを活用した『まち全体が一つの大きな旅館』を実現

事業者：城崎温泉山小屋、豊岡観光DX推進協議会（兵庫県豊岡市）
立ち位置：ベンダー

取組概要：
城崎温泉エリアにある旅館・物産・飲食店、約150軒程が「共存共栄」を目指すべく、デジタル化推進を行ってきた。また、豊岡市において豊岡観光DX推進協議会は地域全体の宿泊予約データをリアルタイムに取得する事でデータ基盤において需要把握、予測に基づく収益性の向上を目指している

① 城崎温泉デジタル化
・ゆのぼの導入（つけ払い機能付きデジタル外湯券）
・外湯リアルタイム混雑状況可視化



② 豊岡観光DX事業
・宿泊予約データのリアルタイム収集
・需要予測を通じた地域全体の収益の最大化
・デジタルプロモーションの推進
・デジタルマーケティングの実施



取組を始めた背景：
城崎温泉固有とも言える「共存共栄」の文化を背景に小規模事業者同士がまちの発展を目指してきた。賀正の乱高下、コロナ禍により需要予測が出来ない状況になった。そこで地域宿泊データを収集する事で分析を行い、街全体での需要予測や戦略の立案を行う事とした。

効果（成果）と今後の課題：
城崎地域でのデータ収集は行われ、豊岡観光DX基盤に蓄積されている。今後はその他地域でのデータ収集する事で地域全体での収益の最大化を目指している。



(掲載例) R4年度事例集 (ヘルスケア)

ヘルスケア (取組事例)

県外取組事例

宮崎県外の取組事例を紹介します。

(8) 病児保育室と子育て家庭をつなぐ、病児保育の検索・予約サービス

プラットフォーム



スマホから24時間いつでも簡単に予約可能！

事業者：コネクテッド・インダストリーズ株式会社（東京都中央区）
立ち位置：ベンダー

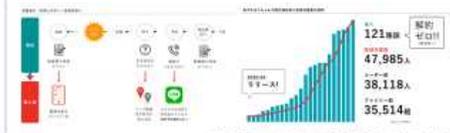
取組概要：
病児保育室と子育て家庭双方の課題を解決するため、保護者と病児保育室をつなぐ、病児保育の検索・予約サービス「あずかるこちゃん」を全国に展開。

〈主な取組〉
① 病児保育の検索・予約サービス「あずかるこちゃん」の展開
保護者はいつでも簡単にLINEやWebから病児保育を検索、予約が可能。
② 自治体との連携
地域における委託先の病児保育室に関するコンサルティング（運用ルールの統一や書類の互換性等）や、病児保育の認知向上に向けた広報支援を実施。



取組を始めた背景：
「安心して産み育てられる社会をつくる」ことをミッションに、代表の植田氏が産婦人科医として現場で必要と感じた。産後の母親に対する子育てで支援に取り組む。その第一歩として、働く母親が最も困る『子どもの急病時の仕事の調整』の負担を少しでも減らすため、病児保育室をより使いやすく、より身近にするために取り組んでいる。

効果（成果）と今後の課題：
利用者にとっては、病児保育の利便性が上がり、仕事と子育ての両立の手助けになっている。また、施設スタッフにとっては、煩雑な事務作業から解放されて保育に集中できると共に、自施設の利用率と新規の利用者が増えた。さらに導入自治体では、地域の病児保育室に関する情報を全て一元管理できるようになり、地域におけるより良い子育て支援へと繋がっている。



(参考)R3年度事例集

<https://www.pref.miyazaki.lg.jp/digital-suishin/shakaikiban/johotsushin/20210616115818.html>

