

**令和5年度**

**地域商業団体デジタル化事例集** 【第1.0版】

令和6年 3月31日

栃木県産業労働観光部 経営支援課

# 目次

## 団体業務の集約・効率化

会員管理簿の一元管理で商品券事業参加確認事務を効率化 … 3  
【矢板まちゼミ実行委員会・矢板市商工会商業部会】

回覧板のデジタル化により発信力を強化 … 5  
【栃木市商店会連合会】

## 団体業務の高度化

リピーターを巻き込んだ まちゼミ講座数アップの仕掛け … 7  
【矢板まちゼミ実行委員会・矢板市商工会商業部会】

カンバン管理ツールで業務可視化とノウハウ蓄積を実現 … 9  
【西那須野駅西口商店会】

ロードマップによる関係者との合意形成の推進 … 11  
【益子町観光協会】

### ※ 地域商業団体デジタル化支援、および本書の考え方

- ▶ 本事業は地域の商業団体に伴走し、それぞれの団体が自律的にデジタル活用ができるよう課題抽出と課題を解決する計画の立案を支援した。
- ▶ 支援は団体と相談しながら、業務の「集約化」「効率化」「高度化」「データ活用」のいずれかからテーマを設けて実施している。
- ▶ 本資料は成果の共有を目的に、テーマ別に各団体の抽出した課題、およびデジタル化計画（一部、実践を含む）を整理している。

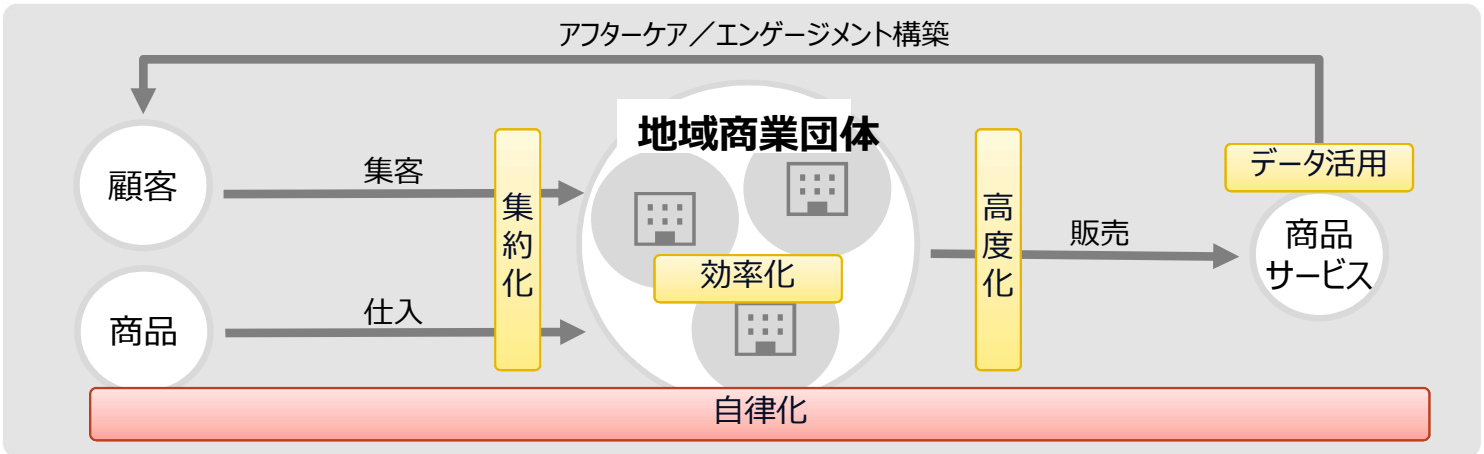


図1. 商業団体におけるデジタル活用の5つの焦点

## 事例#01:

## 会員管理簿の一元管理で商品券事業参加確認事務を効率化

## 取り組みのポイント

- ▶ 「プレミアム付き商品券」は毎年行われる人気の事業。
- ▶ 自治体からの依頼から事業開始までの期間は短期間で設定されているため、商品券事業参加確認事務を効率化したい。
- ▶ 各職員が個々に管理している会員一覧兼過去の参加事業者記録を一元管理することで、商品券事業参加確認事務が簡単になる。



キーワード

#情報の一元管理 #事務の効率化 #顧客関係管理

## 取り組み内容

会員一覧は各職員が個々に管理。  
複数ある会員一覧のバージョンの一元管理が課題。

課題

複数ある会員一覧の探索のロス／更新の二度手間



解決

会員一覧の一元管理化。探索と更新の手間を削減！

商品券事業の業務フローの棚卸をしたところ、会員リストに代表される類似のリストが事業ごと、担当者ごとに存在していることが分かった。このことが効率的な事務を妨げていると考え、打ち手の対象とした。

## 会員一覧の一元化のプロセス

会員一覧の一元化は以下の1.～ 3.のプロセスで行った。



## 1. 業務フローの棚卸

ポイントは繰り返し行う部分や多くの所要時間がかかる部分をあぶり出す点にある。今回はフローチャートを用いて、関係者ごとに時系列順に業務の流れを可視化した。



## 2. データ構造化

ポイントは業務上必要となる情報を網羅的に洗い出す点にある。洗い出したデータを、「マスタとなる部分」、「育っていく部分」で分けることでデータ項目それぞれが持つ役割を明確にすることができる（後述）。



## 3. 運用の再構成（MVCモデル）

最後にデータの蓄積から蓄積したデータを利用するまでの一連の運用を整理する。

## 会員管理簿の一元管理で商品券事業参加確認事務を効率化

効率化

自律化

業務フローの棚卸の結果から、保存するデータのフォーマットを決める。列は、「マスタとなる部分」と「育っていく部分」がある。

以下に今回作成した構造化データの具体例を示す。カギとなるのは「マスタとなる部分」と「育っていく部分」を切り分けて考えることにある。

【マスタとなる部分】					【育っていく部分】 商品券事業を開催する度に列を増やしていく	
会員番号	会員企業名	代表者氏名(漢字)	代表者氏名(カナ)	事業所所在地	商品券事業参加履歴	
					令和五年度	
					春季	冬季
具体的なデータが蓄積されていく						
					.	
					.	
					.	

図1. 構造化データの具体例

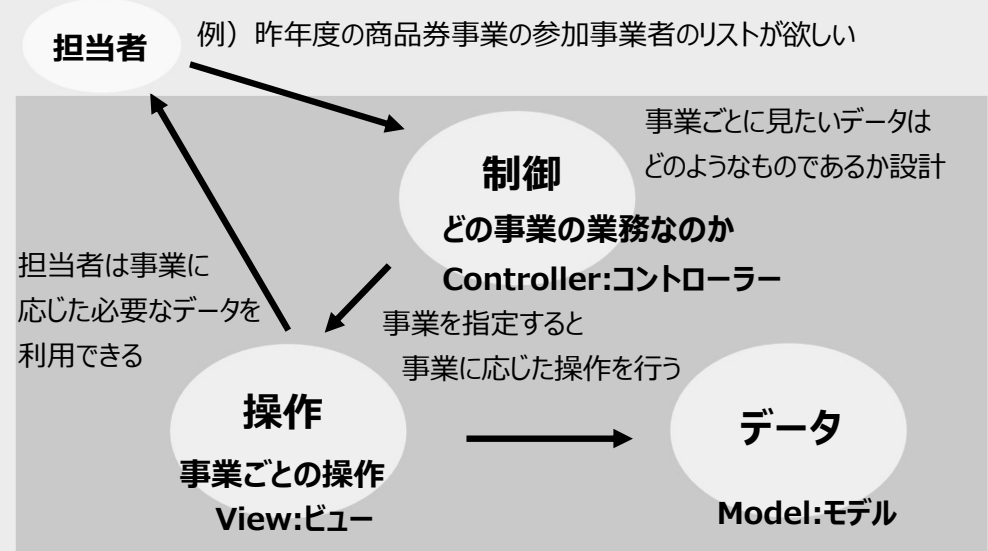
会員情報を利用する業務手順の設計にはMVCモデルの考え方を応用した。これにより情報の一元管理と会員情報の蓄積・活用ができるようになった。他の事業にもこの考え方を展開していくとよい。

### デジタル活用コラム：MVCモデル（モデル・ビュー・コントローラー）

本取り組みでは、業務手順の設計においてMVCモデルの考え方を応用して以下の要素の分解を行った。

1. 一元化したデータ
2. 事業ごとに見たいデータ
3. 事業ごとに行いたい操作

一元化したデータを保持することにより、行う業務を指定すれば、事業ごとに見たいデータを得ることができるようになる。この枠組みを作っておくことのメリットは扱う事業が増えた場合に、別個でデータを保持するのではなく、一元化したデータを拡張することで追加の事業にも対応できる柔軟性を備えることができる点にある。



# 事例#02： 回覧板のデジタル化により発信力を強化

## 取り組みのポイント

- ▶ 8つの商店会、全90名の会員との情報連携は紙ベースの回覧板で行っている。
- ▶ 紙のやり取りを廃止していきたいが、高齢な会員にツール導入が受け入れられるか不安。これまでデジタル活用に二の足を踏んでいた。
- ▶ 「スモールスタート」・「完璧主義からの脱却」で回覧板のデジタル化。発信力アップが期待できる。



キーワード #回覧板デジタル化 #ビジネスチャット #スモールスタート

## 取り組み内容

高齢の会員には「デジタル化は難しい」だろう。  
「変えたいけど、変えられない」に変化を与えた考え方とは。

**課題** 回覧板の回送業務の手間が負担



**解決** ツール導入で会員事業者への訪問の負荷を軽減！

商店会を束ねる商店会連合会の立場として、回覧板の回送業務は手間暇のかかること。回覧板の回送は「Face to Faceのやり取り」の貴重な機会ともいえるが、なくせることならなくしたい業務でもあった。

## ツール導入のポイント



段階的に行う（スモールスタート）



完璧を目指さない

ツール導入を段階的に行うときの考え方を下図に示す。  
段階ごとに利用者を増やす理由は、「抵抗を減らす」と「事故防止」である。  
各階層でツール利用が定着してから次の段階に進めて行くことで全体へのツール導入の成功の可能性を高めることになる。

ツール導入対象者を徐々に広げていく

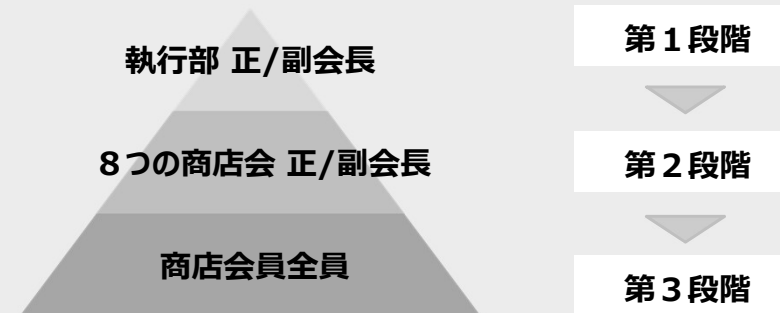


図2. デジタル化のスモールスタートの考え方

# 事例#02： 回覧板のデジタル化により発信力を強化

## 回覧版で扱う情報の種別からツールを選定

選定基準にツール導入のハードルを最小限にするという観点も加えた。

前頁のツール導入のポイントの「完璧を目指さない」の要素は「利用率100%を目指さない」と「欲しい機能すべてを目指さない」の2つである。これらを踏まえてツール選定のポイントを以下の3点に絞り込んだ。

### ツール選定のポイント

#### 1. 会員参加のハードルの高さ（アプリインストールの要否）

ツール導入の抵抗を減らすことを意図しており利用率を高める効果をもたらす。

#### 2. 各種事業の出欠確認機能

現行の回覧板の代替手段として必須機能の出欠確認機能を有しているツールを軸にしてツール選定を行う。

#### 3. スケジュール共有機能

ツール導入の付加価値を高めるためにツール選定のポイントに含めた。単に回覧板がデジタル化されるだけでなく、当機能を用いることで当商業団体以外の団体が近隣で開催するイベントの開催スケジュールを共有することができる。会員事業者は商機を捉えた仕入れ／売り方の変化に利用できるといえる。これにより会員のツール導入を促進する効果がある。

## デジタル活用コラム：情報の種別と伝達方法の選び方

情報の種別はストック型とフロー型の2つに大別できる。

ストック型は情報の変化量が少なくかつ長期にわたって利用される情報である。一方、フロー型は即時で伝達する必要性が高いが、利用期間が短い情報である。情報の共有にあたってはこの情報の特性に合わせた情報共有の方法を適切に選択することで、効果的に無駄なく情報を共有することができる。

受け手に合わせた情報共有をしていくことは、デジタルツールの利用の定着にも繋がるため、情報共有/発信のツール選定の際には考慮事項の一つに加えることをお勧めする。

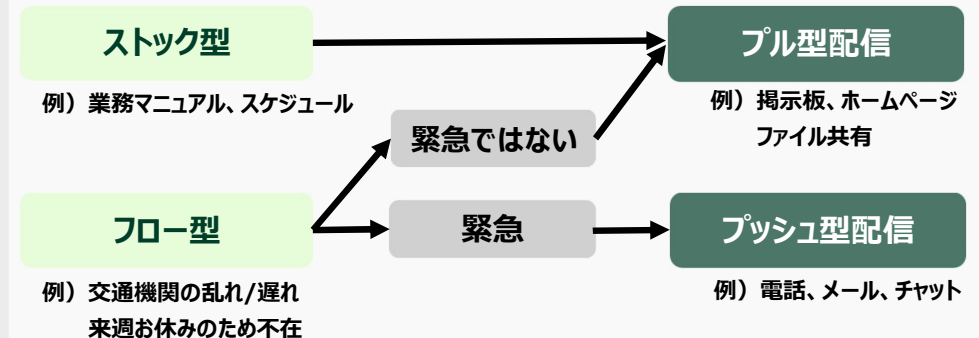


図3. 情報の種別による情報伝達方法の選び方

# 事例#03： リピーターを巻き込んだ まちゼミ講座数アップの仕掛け

## 取り組みのポイント

- ▶ 毎年11月に開催している「まちゼミ」では近年参加事業者が減少傾向にあった。
- ▶ 参加事業者を増やすきっかけを作れない状況を打破しようと、施策に取り組む。
- ▶ まちゼミリピーター参加事業者を巻き込んだまちゼミ講座数アップ（参加事業者数アップ）の仕掛けに着手。

🔍 キーワード #まちゼミ #SNS #リピーター

## 取り組み内容

「まちゼミ参加事業者」を増やす、から「まちゼミ講座数」を増やす  
に発想を転換。課題の捉え方を変えることで打ち手を導き出すことに成功。

当初捉えていた  
課題

まちゼミ参加事業者を増やしたい

課題を再定義

解決すべき真の  
課題

まちゼミ講座数を増やしたい

解決

リピーター事業者の巻き込み・「講座の作り方」講座開講

まず、課題を深掘りするにあたって、まちゼミ事業の全体像を俯瞰した。事業全体を俯瞰することで事務局(商業団体)が働きかけることができる「打ち手」がどの部分にあるかの絞り込みを行った。

事業の全体像を俯瞰する中で、まちゼミでは住民に対して「情報」を提供するということに改めて気付くことができた。「ひとつの会員事業者が複数の講座を開講する」ことができるといえる。目標の指標を「参加事業者数」から「講座数」に捉えなおすことで打ち手の対象が鮮明になった。

ヒアリング結果から事業全体を俯瞰したモデル図を作成。事務局が打ち手を出せる部分が明らかとなった。

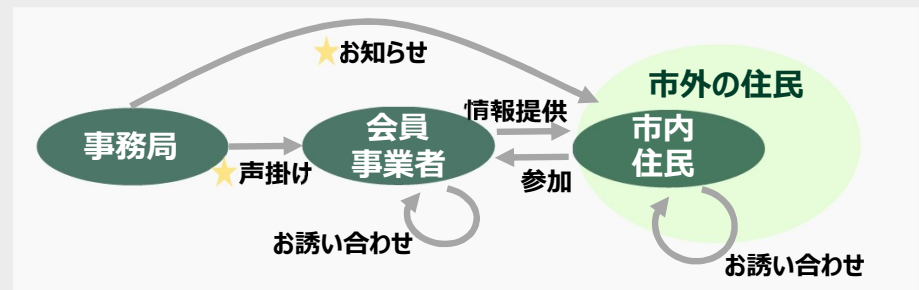


図4. 事業全体像と打ち手の対象の見極め

## 打ち手の対象

1. 事務局 → 会員事業者への「声掛けの仕方」

2. 事務局 → 市民への「お知らせの仕方」

# 事例#03 : リピーターを巻き込んだ まちゼミ講座数アップの仕掛け

まちゼミ参加リピーター獲得までの過程に着目  
リピーターを巻き込むことが課題解決の最短ルートになる。

まちゼミ参加リピーターを巻き込み、まちゼミ講座数アップの打ち手を立案。  
攻め、守りの打ち手を立ててまちゼミ講座数アップの取組みに着手した。

## 攻めの打ち手

💡 リピーターの巻き込み(関係強化)

💡 まちゼミ講座作成講座の開講

💡 SNSで情報発信強化

## 守りの打ち手

💡 離脱した事業者へのヒアリング

💡 離脱防止の仕掛け立案

## デジタル活用コラム : AARRR(アー)モデル

本取り組みではサービス成長の基本戦略を示すAARRRモデルを応用した。いかに増やすか、いかに(離脱者を)減らすかの2方面で打ち手を立案することに活用。

ストレージサービスのユーザー獲得のために行われた事例として、「ユーザー紹介をすると紹介者が利用できるストレージ容量を増加する」といった具合に好反応の連鎖が創出される仕組みが挙げられる。

[AARRRモデルの用語解説]

サービスの成長段階を表す5つの言葉の頭文字をとったもの。

A : Acquisition (獲得)

A : Activation (活性化)

R : Retention (継続)

R : Referral (紹介)

R : Revenue (収益)

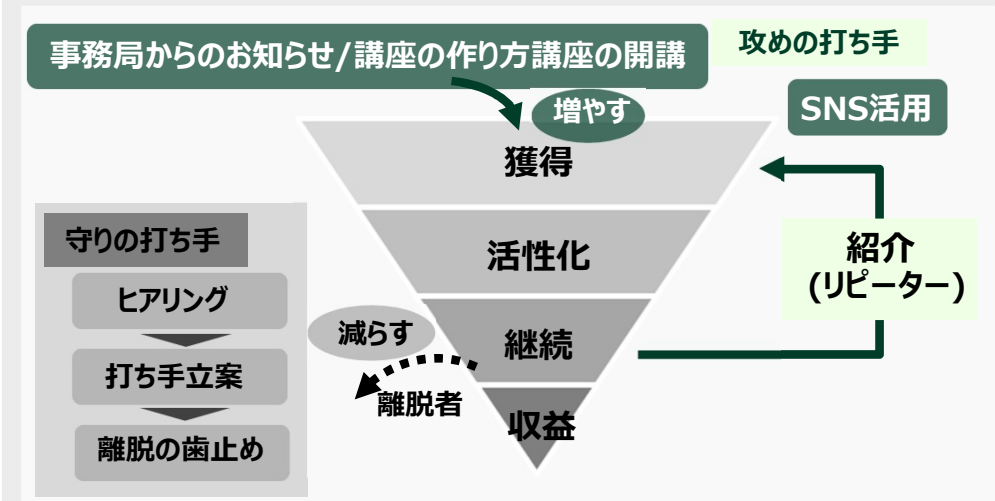


図5. サービス成長モデルからの打ち手探索のイメージ



# 事例#04 :

## カンバン管理ツールで業務可視化とノウハウ蓄積を実現

【西那須野駅西口商店会】

高度化

自律化

### 取り組みのポイント

- ▶ 季節毎に開催しているお祭りイベントは地域住民に好評を得ている
- ▶ 主催者である団体・会員事業者は本業の合間でのイベント準備時間を効率的に使いたい
- ▶ カンバン管理ツールの導入により、イベント準備の進行状況の可視化とノウハウ蓄積に成功

### 取り組み内容

イベント準備に向けては日々活発な議論が行えているものの、イベント準備関係者間で共通で情報を扱う場所がなかった。

**課題** イベント準備の進行状況が把握できない



**解決** ツール導入でイベント準備の進行状況の可視化に成功！

ヒアリングによりイベント準備業務の課題を解決するために商業団体に必要だったことは以下の2点であった。

1. 進行状況をわかりやすく可視化できること

2. 進行状況を手軽に共有できること

🔍 キーワード #カンバン管理 #クラウド #ノウハウ蓄積

#### Before

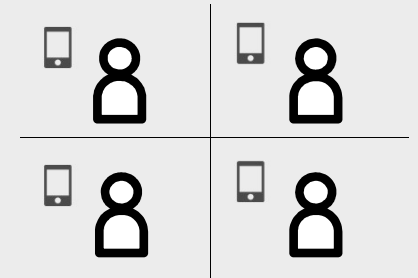
活発な議論をするものの…

- ・手元のメモだけが頼り
- ・何がどこまで進んでいるか共有できていない

会議中



会議終了後



#### After

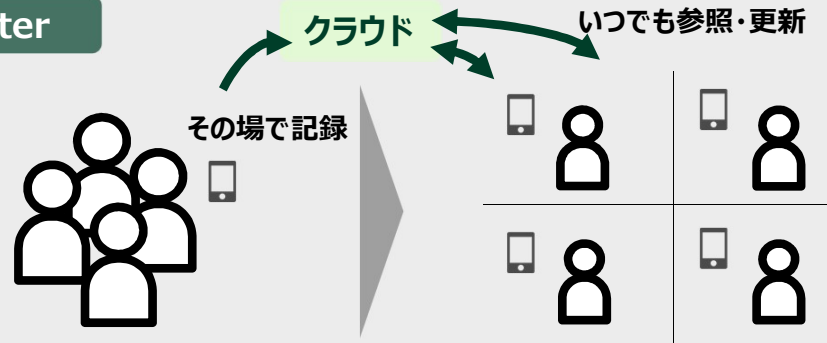


図6. カンバン管理ツール導入前後の業務イメージ

# 事例#04 : カンバン管理ツールで業務可視化とノウハウ蓄積を実現

## カンバン管理ツールでできること

1. タスクのカード化
2. 状況のリスト（横軸）でタスクの状況を管理・把握
3. 1・2を全員で共有

## ツール導入にあたっては下準備を工夫

スムーズなツールの導入・ツール利用の定着に成功。

適切なツールを導入できたとしても、利用者に定着しなければ意味はない。ツール導入後の想定とのズレの防止・導入後に利用しやすい状況を作ることが成功の秘訣である。

## ツール導入時の工夫ポイント

💡 関係者でのツール使用感の確認

💡 カンバン管理フォーマット化

## イベントごとに過去のカンバンを再利用

類似のイベントに過去のカンバンを再利用することのメリットを説明する。

1. 検討や作業の抜け漏れを防止できる
2. イベントの準備を中長期的に進めることができる
3. イベントの準備の負担が減るため、より多くのイベントを開催することができる

本事例で導入したカンバン管理ツールでは以下のイメージでイベント準備の進行状況を可視化・共有することができる。



図7. カンバン管理ツールによるイベント準備の進行状況共有のイメージ

# 事例#05 : ロードマップによる関係者との合意形成の推進

## 取り組みのポイント

- ▶ 観光の担い手として地域にはそれぞれに強い思いをもった複数の組織が活動している。
- ▶ それぞれの思いが強く方向も様々なため、地域全体が一丸となれる目標を持てることが重要だった。
- ▶ 共通の観光戦略として「スモールビジネスのブランド化」を掲げ、戦略を実現するロードマップ（= 目標と道のり）を作成した。

🔍 キーワード #観光戦略 #ロードマップ #スモールビジネス

## 取り組み内容

組織ごとの役割とそれぞれの強い思い。  
観光の担い手たちが一丸となるには目標の可視化が必要だった。

課題 観光の担い手たちが地域全体で一丸となれていない



解決 共通の戦略立案による合意形成の加速

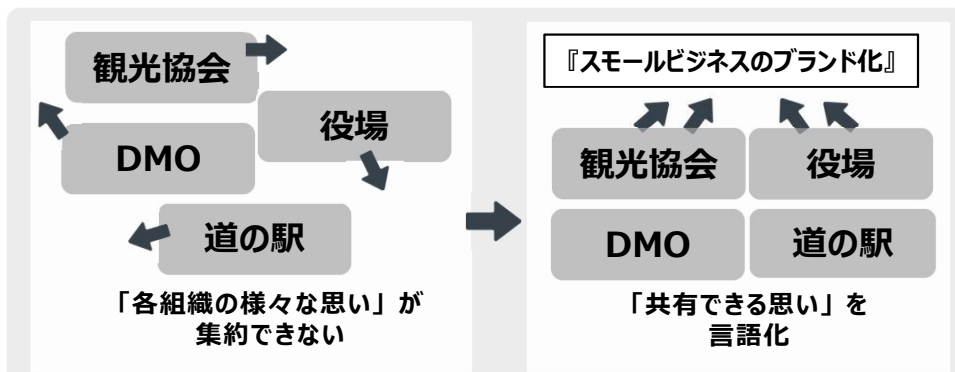


図8. 観光の担い手が一丸になれる目標の設定

## 優先順位付きのロードマップを作成。

ロードマップとはゴール達成までの道筋を示すものである。課題や施策の繋がり示し、どの順序で取り組んでいくかを可視化することができる。

## 作成のポイント

大目標の設定  
スモールビジネスのブランド化

大目標達成のための  
施策リストアップ

大まかに時系列で  
スケジュール展開

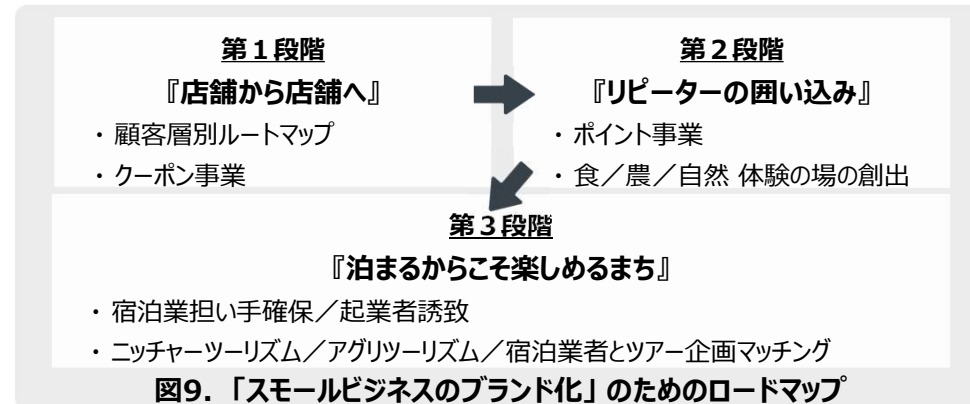


図9. 「スモールビジネスのブランド化」のためのロードマップ

## 「ロードマップ作成の取組みは参考になる」との意見が多数

当事業の参加団体を集めて事例共有会を行ったところ、ロードマップ作成による戦略立案・組織力アップは参考になるとの意見が多数挙がった。事例を参考に地域活性化の切り口のの一つとしてぜひ加えてみて欲しい。

## 令和5年度 地域商業団体デジタル化事例集【第1.0版】

---

令和6年3月31日発行

栃木県産業労働観光部 経営支援課

---

制作：株式会社NTTデータフィナンシャルテクノロジー