

令和 6 年度

地域商業団体デジタル化事例集 【第1.0版】

令和 7 年 3 月 3 1 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

Web入力フォーム活用による来街者集計業務の効率化	… 3
【大田原市観光協会】	

データ活用

アンケートデータを起点としたイベント改善で集客数アップ	… 4
【オリオン通り曲師町商業協同組合】	
テキストマイニング活用によるアンケート分析の効率化	… 6
【那須烏山市JR烏山線利用向上委員会】	

団体業務の高度化

来街者起点で考える職員間の情報共有の仕組みづくり	… 7
【大田原市観光協会】	
アジャイル思考による改革アイデアの交通整理	… 9
【一般社団法人移動販売協会】	
組織の活発な議論を促すための生成AI活用のチャレンジ	… 11
【那須烏山市JR烏山線利用向上委員会】	

※ 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。

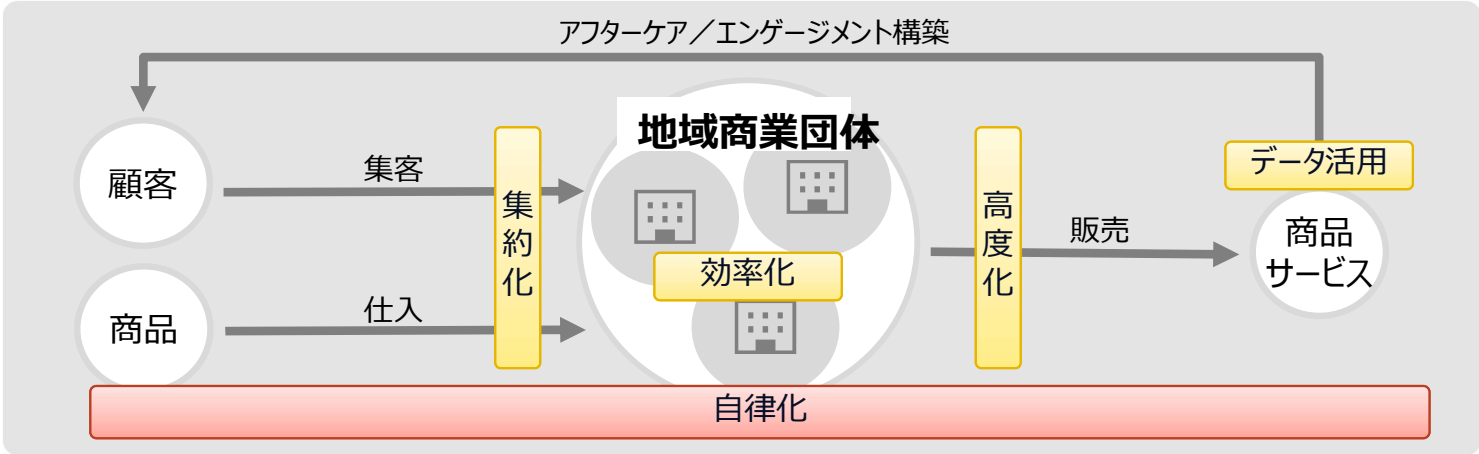


図1. 商業団体におけるデジタル活用の5つの焦点

事例#01 : Web入力フォーム活用による来街者集計業務の効率化

【大田原市観光協会】

効率化

自律化

取り組みのポイント

- ▶ 観光協会への来街者の対応記録取り纏めは紙で作成している日報を基に行っていた。
- ▶ 月末の集計業務は限られた職員のマンパワーの多くを割いて対応している。
- ▶ フォームを活用することで紙に記録された数値の集計時間を短縮。これにより来街者に向き合う時間の増加に成功。

🔍 キーワード #Web入力フォーム #事務の効率化 #観光協会

取り組み内容

来街者の情報記録は職員が紙の日報を作成することで管理。
紙で収集した情報を取り纏める業務時間の短縮が課題。

課題 紙による数値情報の集計の手間



解決 日報作成時に数値をWeb入力フォームに入力
Web上で入力から集計までを完結させ、集計の手間を削減
来街者に向き合う時間の増加に成功

観光協会が行っている業務の棚卸をしたところ、来街者情報の記録と集計に多くの時間をかけていることが分かった。記録・集計作業にかかる時間を圧縮し、職員が来街者に向き合う時間を増やすことで観光協会が提供する価値を向上することに挑戦した。

デジタル活用の採否判断

デジタルツールを導入すると、ツールを使うための作業が新たに増える場合がある。当事例では新たにWeb入力フォームへの入力作業が発生した。デジタルツールの導入を検討する際はこの増える時間を考慮した上で、導入後に合計時間が短縮するかを試算したい。
合計時間が増加する場合は導入を見送る必要がある。

💡 導入効果の見極め

集計時間（手作業） > 集計作業（デジタル） + 増える作業

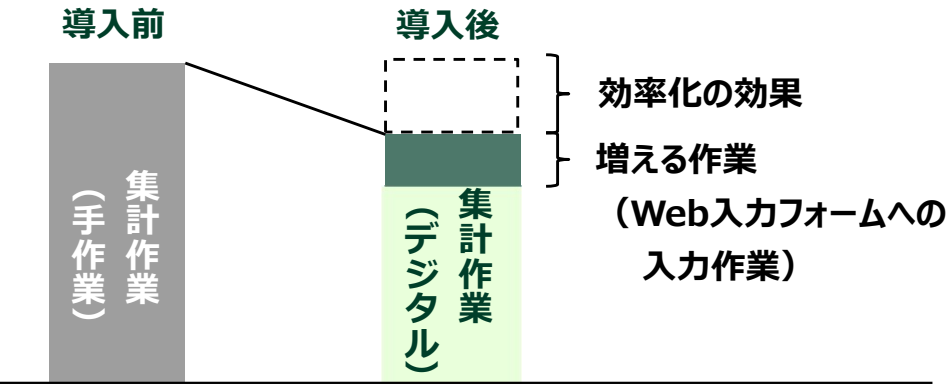


図2. デジタル活用の採否評価のイメージ

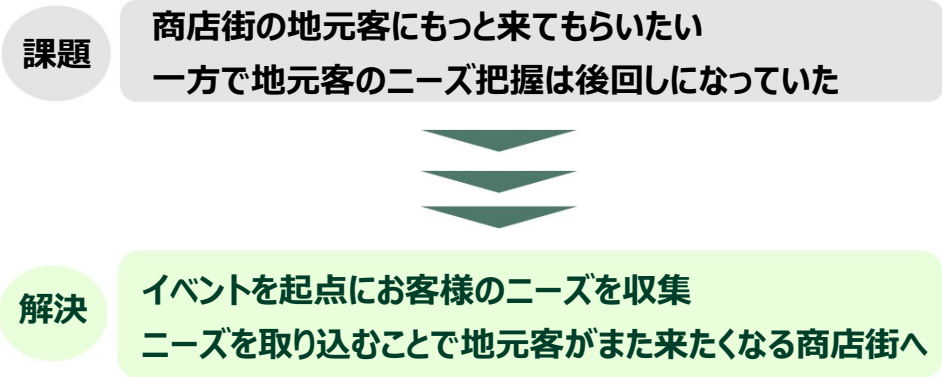
取り組みのポイント

- ▶ 多くの商業団体ではイベント開催による地域の活性化に取り組んでいる。しかし限りあるリソースをどう振り分けるかの悩みがある。
- ▶ イベントの出店者と来店者それぞれの要望を集めて分析し、リソースの集中先を特定した。
- ▶ 継続的にイベント内容を見直し、商店街全体の売上アップの取り組みにつなげていく。

🔍 キーワード #アンケート #Web入力フォーム #データ活用

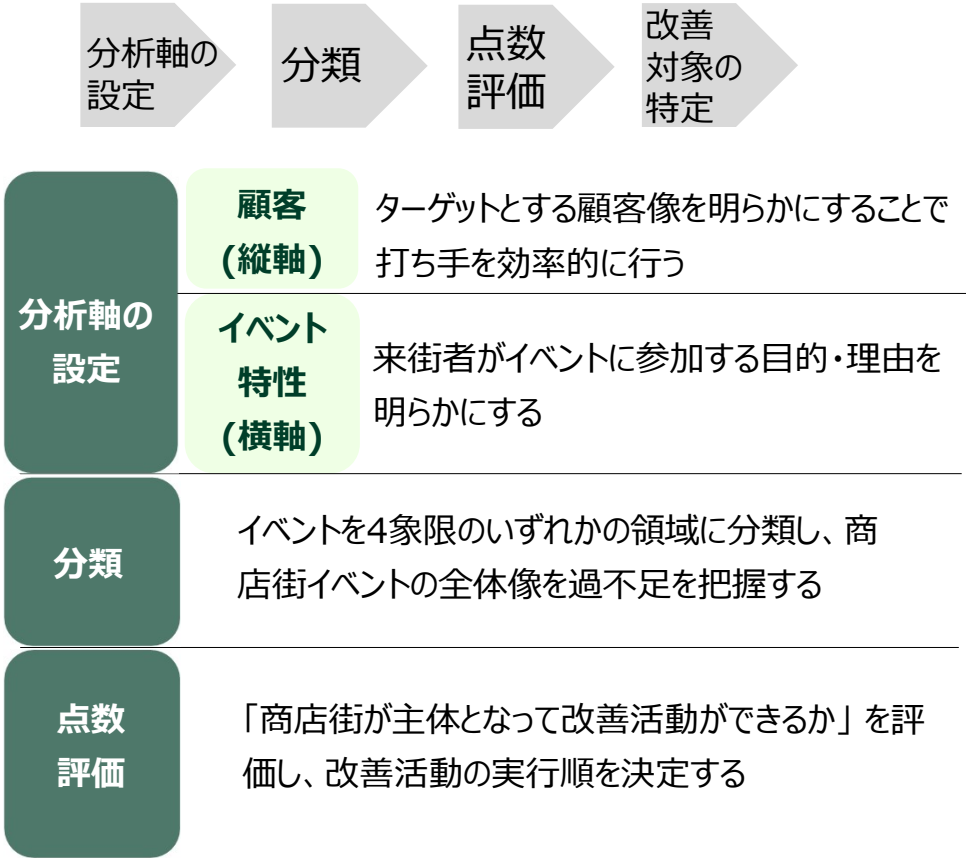
取り組み内容

イベントの現状分析により商店街の強化すべき対象を特定。
アンケートを通じて最も近くにいる地元客に改めて向き合う。



まず、集客の打ち手の検討のため商店街の集客力の源泉を探った。
ヒアリングを通じて商店街の強みは多種多様なイベント開催であることが分かったため、4象限分類法(5頁:デジタル活用コラムにて解説)を用いてイベントを分析し、改善効果の高いイベントを特定した。

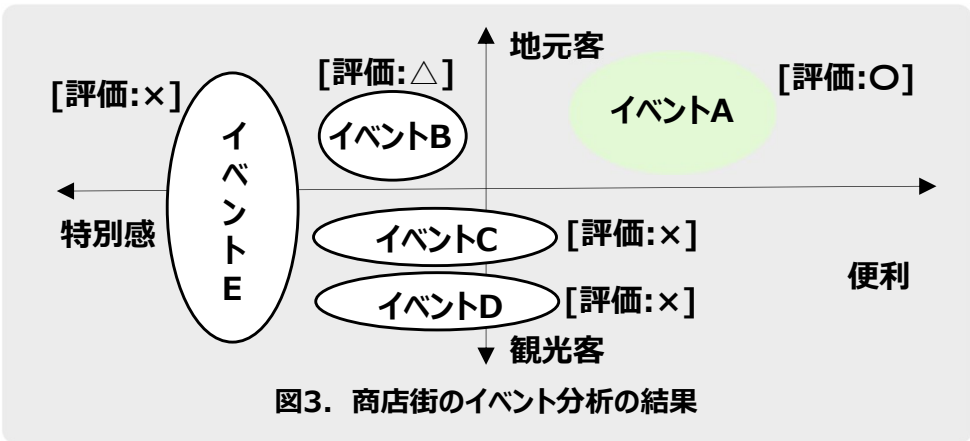
イベント分析のプロセス



事例#02 : アンケートデータを起点としたイベント改善で集客数アップ

【オリオン通り曲師町商業協同組合】

データ活用 自律化



改善対象の特定

分析の結果、商店街が主体的に改善に取り組める度合いが最も高いイベントAを改善対象とした。現状ではイベントAは主体的に改善に取り組める特性をもっているもののリソースの配分は少なく、また、最新の顧客ニーズを把握できていない状態であることに気付いた。

顧客ニーズの把握

顧客ニーズを把握するためにはアンケート調査が有効である。取り組みを強化するイベントはフリーマーケット形式で行うものなため、出店者と来店者の両方を増やす取り組みが必要と仮説を立て、両方のニーズを調査することとした。

Web入力フォームの活用

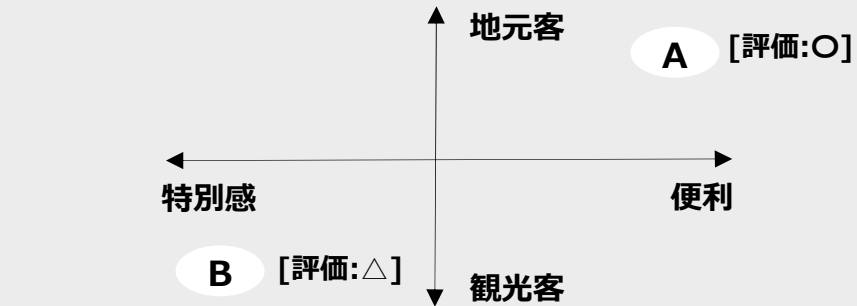
分析作業を効率的に行うため、アンケートにはWeb入力フォームを活用した。これにより安価にアンケートを行うことができ、集計作業にかかる時間も最小となった。

アンケート活用のポイント：アンケートの結果から行動を変える

アンケートを活用する際には、分析結果をいかに団体の活動に結び付けられるかが重要になる。今回の事例ではイベント出店者から「早めにイベント開催日を告知して欲しい」、「ホームページに掲載しているイベント情報がわかりにくい」という結果を得た。イベント開催日の告知については、年間計画策定後、速やかにホームページやSNSを通じて開催日の告知を実施。またイベント開催の2か月前告知をルール化した。情報が分かりにくいという指摘についてはSNSからホームページへの導線とホームページの構成を見直した。

デジタル活用コラム：4象限分類法

本取り組みでは、リソースを集中的に投入するイベントを特定するために4象限分類法を採用した。これは縦軸と横軸それぞれに相反する値を設定し、4つの象限に分け、そこに要素を配置して分析する手法である。配置された各要素の特徴が明確になり、分析が容易になる。



1. 軸の設定：軸の両端に正反対の要素を配置する
2. 点数評価：「商店街が主体となって改善活動ができるか」で重みづけを行う（○△×などで評価）

図4. 4象限分類法のイメージ

事例#03 : テキストマイニング活用によるアンケート分析の効率化

【那須烏山市JR烏山線利用向上委員会】

データ活用 自律化

取り組みのポイント

- ▶ 自由記載のアンケートデータは顧客から有益な情報を得る手段である。
- ▶ 一方で膨大な文字の中から重要となる部分を抽出するためには相応の労力が必要になる。
- ▶ テキストマイニングを活用することで大量の文章を効率的に分析する取り組み。

🔍 キーワード #テキストマイニング #アンケート #データ活用

取り組み内容

近隣住民から路線に対するアンケートを実施した。
膨大な量のアンケートから路線利用者向上施策立案につなげたい。

課題 膨大な量のアンケートから施策立案の種を見つける



解決 テキストマイニングの活用
アンケート分析時間を短縮
限られた時間を有効に使って施策立案を実現

近隣住民から得たアンケート結果は利用者向上施策立案に有用であると感じている一方で、膨大な量のアンケート結果を分析する時間を捻出することができていなかった。テキストマイニングを活用することでアンケート分析時間を大幅に短縮しつつ、施策立案の種を抽出することができた。

テキストマイニング活用のポイント

- 💡 分析の当たりをつける
- 💡 予想外の意見の発見
- 💡 期待した結果の確認

テキストマイニングツールを用いると、文章中の単語の出現頻度を文字の大きさに変換することができる。これをアンケート結果に適用することで、直感的な分析が可能となる。

- 文字が大きい = 量の多い意見。それがポジティブな単語であれば強みとして伸ばし、ネガティブな単語であれば弱みとして補強する。
- 文字が小さい = 意外な意見。関係者の視点からは見つからない利点や課題が見つかることがある。

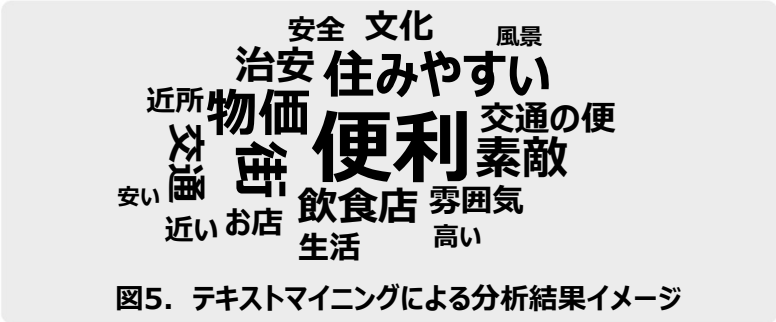


図5. テキストマイニングによる分析結果イメージ

事例#04 : 来街者起点で考える職員間の情報共有の仕組みづくり

【大田原市観光協会】

高度化

自律化

取り組みのポイント

- ▶ 情報共有は多くの団体で取り組んでいる。
- ▶ 一方で、情報蓄積を開始した経緯や情報に対する関係者の関心度によっては活用が限定的となるケースもある。
- ▶ 利用シーンから逆算した情報共有の仕組みを作ることによって蓄積された情報の活用をより活発にする。

取り組み内容

職員は輪番の体制を取っており、全員が揃うことは稀
来街者からの問合せ内容によっては回答の質にバラつきが生じる

課題 「あの人が知っているのに」を解消したい
情報を保管してはいるが活用しにくい

解決 ツール導入で職員間の情報共有の仕組みづくりに成功！

来街者からは毎年、季節に応じた花や積雪の見頃に関する質問が多く寄せられる。その要望に応えるため、職員は見頃到来の時期に各所を訪れて写真を記録し、職員同士でチャットツールでの共有を行っていた。

しかしチャットツールは検索がしにくく、来街者からの問い合わせ時に情報を見つけられないということがしばしば起こっていた。

そこで新たに電子掲示板を導入し、情報共有の仕組みを都度都度の検索から、いつも同じ場所を見に行く形に切り替えた。

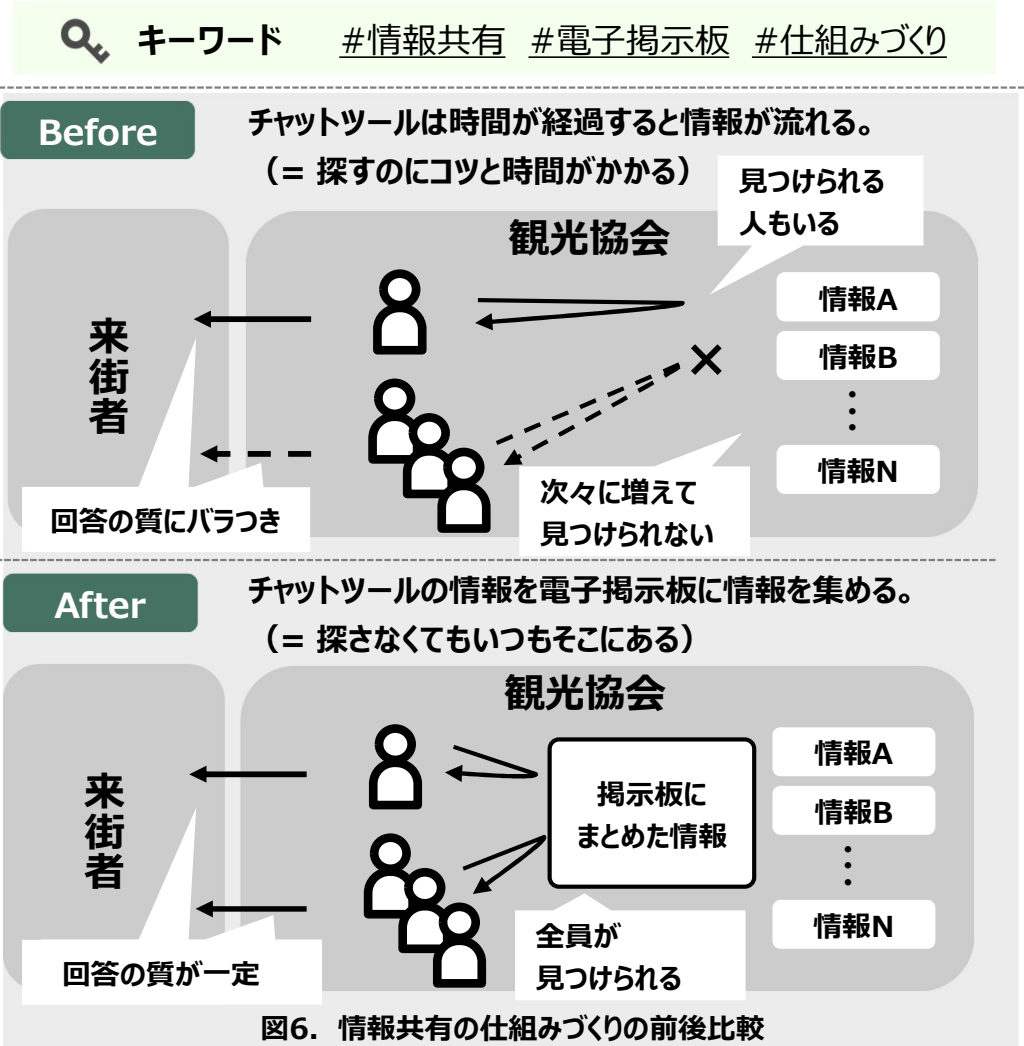


図6. 情報共有の仕組みづくりの前後比較

事例#04 : 来街者起点で考える職員間の情報共有の仕組みづくり

【大田原市観光協会】

高度化

自律化

情報共有の仕組みづくりのポイント

1) 情報の種類を見極める

団体に共有すべき情報は大きく2種類に分けることができる。

- ① その瞬間だけに必要な情報（フロー型の情報）
その日限りのイベント情報や急な問い合わせなど、すぐに知らせる必要があって賞味期限の短い情報。
書き込んですぐに通知が届き、古い情報は流れていくチャットツールと相性がよい。
- ② 比較的長い期間、必要とされ続ける情報（ストック型の情報）
地域の名所や、比較的長く続く見頃の情報など、すぐに知らせる必要がなく賞味期限の長い情報。
一度書き込むとその場にとどまり続ける、電子掲示板やホームページとの相性がよい。

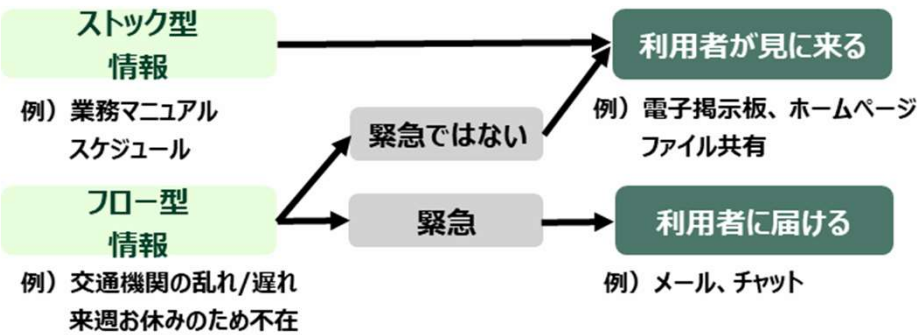


図7. 情報の種別と選ぶべきツール

2) ツールを選ぶ

活用すべきツールの種類が分かっていても、具体的にどのツールを選択するかで悩むことは多い。一口に電子掲示板といっても様々な企業が多様なツールを提供している。

素早く仕組みづくりに取り掛かるためツール選びは、最適なツールがどれかを選ぶのではなく、必要な機能を備えてさえいれば問題ない、と考えるようにしたい。

団体が必要な機能	選定したツールが備えている機能
視覚的に分かりやすく デジタルデータを記録できる	ビジュアルツール (付箋・図・テンプレート)
使わない機能があっても 導入対象ツールとしてよい	オンラインコラボレーション
	統合機能 (他ツールとの連動)

図8. ツール選択のイメージ

3) 段階的に仕組みを変えていく

仕組みの変更は職員だけでなく、来街者にも影響する。そのため、いきなり団体全体の仕組みを変えるのではなく、部門や対象とする観光地などを絞った小さな範囲で試験的に新しい仕組みを導入する。

試験導入中にトラブルを洗い出し、その改善を取り込んだ上で、全体に仕組みを導入していく。

事例#05 : アジャイル思考による改革アイデアの交通整理

【一般社団法人移動販売協会】

高度化

自律化

取り組みのポイント

- ▶ 業界をリードする団体として大きな目標を持って活動の幅を広げている。
- ▶ 多くの施策案を絞りきることができず施策の取り組みの推進は近年の課題であった。
- ▶ 大きな目標達成のために小さなゴールを設定することで具体的な取り組みに着手した。



キーワード

#移動販売 #ロードマップ #アジャイル思考

取り組み内容

団体の価値向上のために取り組みたいことは多くて絞り切れない
その一方で毎月の請求支払事務に多くの時間を割いている

課題

目標達成のためには何から手をつけていいかわからない



解決

取り組みたいことの優先順位付きのロードマップを作成
小さなゴールを設定して具体的に動きはじめた

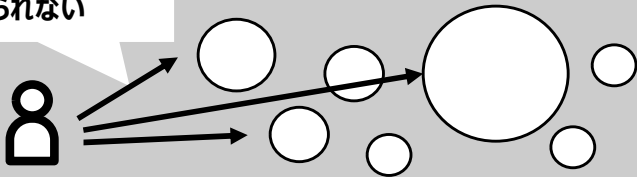
団体では価値向上のために大小様々な施策案を抱えていた。一方でその実現に向けた取り組みは時間的制約により着手できずにいた。顧客や会員事業者への価値提供を高めるためにまず何をすべきかを軸に施策案の分析を行った。

Before

膨大なアイデアがあり、どこから始めるかが決め難い。

やりたいことばかりだが
人も時間も限られていて
進められない

大小様々なアイデア

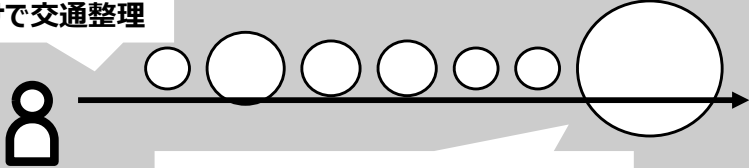


After

アイデアを交通整理し、順番に実現していくことができる。

ルールに基づいた
順序づけで交通整理

大小様々なアイデア



小さい改善の積み重ねが
大きなアイデア実現の余力を作る

図9. アイディアの交通整理の前後比較

事例#05 : アジャイル思考による改革アイデアの交通整理

【一般社団法人移動販売協会】

高度化

自律化

アイデア交通整理のポイント

1) アイデアを要素で分割する

大きなアイデアは、いくつかの小さなアイデアに分解できることが多い。

例) 来街者管理のシステム作り
= 来街者の名簿作成 + 名簿更新のルールづくり
+ 名簿からのDM送付ルールづくり

アイデアを要素にかみ砕いて、前後関係を考えて順序をつける。
(名簿がなければ更新できず、更新できなければDMを送れない)

2) アイデアを作業で分割する

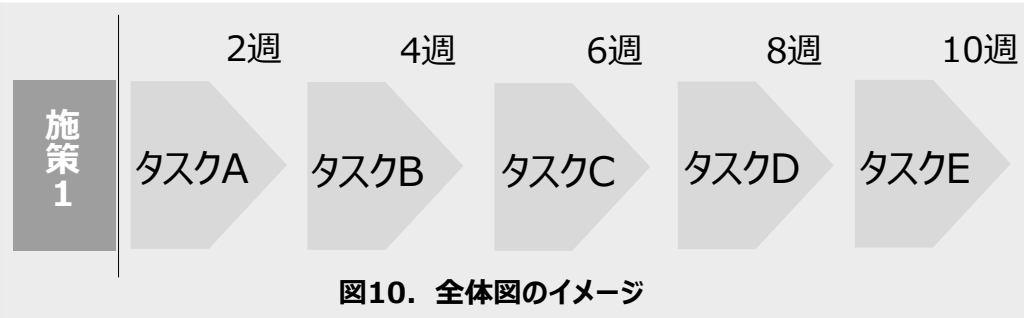
アイデアは1つでも実現には膨大な作業が必要になることがある。
作業量が大きければ時間がかかり、難易度も増すため、成功率が低く
なってしまう。

例) 来街者の名簿作成
= 過去の名簿を集める + 名簿が正しいかを確認する
+ 今後使いやすいフォーマットを決める
+ 新フォーマットにまとめていく

アイデアを作業単位で分割する。
分割する際は2週間で実施しきれる量かどうかを1つの目安にしたい。
これより短いと作業が細切れになり、全体としての作業量が増えることが
ある。また長いと難易度が増す上に、邪魔が入りやすくなってしまう。

3) 全体図(ロードマップ)にまとめる

1)と2)で分割し、順序だてたものを全体を俯瞰するロードマップ
としてまとめる。これにより今後の見通しが立つのと同時に、新しいアイデア
が浮かんだ際に、全体のどこに入れ込むかの検討ができるようになる。



デジタル活用コラム : 生成AI (Generative AI)

近年急速に普及が広まっている生成AIについて取り上げる。生成AIは、テキストや画像、音楽など、何か新しいものを作る能力を持った人工知能の一種である。人間と同じような創造性を模倣し、新規の内容を自ら生み出す技術を指す。生成AIは人間の作業を効率化することが可能で、大量の新しいコンテンツを生み出すことで時間と労力を節約できる。
事例#05で取り上げたようにヒトの考えと生成AIが創り出すアイデアを組み合わせることで団体の活動に役立てることができると考える。無料でトライアルできるWebサービスが多数あるため是非活用を試みて欲しい。

出典 : NTT DATA 生成AI (Generative AI)
<https://www.nttdata.com/jp/ja/services/generative-ai/>

事例#06 : 組織の活発な議論を促すための生成AI活用のチャレンジ

【那須烏山市JR烏山線利用向上委員会】

高度化

自律化

取り組みのポイント

- ▶ 路線利用者を増やしていくためには、組織の構成員同士の活発な議論とそれに基づく施策立案が重要になる。
- ▶ 議論を活性化するためのテーマを設定し、テーマに即した小分科会の設置を検討した。
- ▶ 小分科会での議論の題材を増やすため生成AIの活用チャレンジした。

取り組み内容

議論活発化のために小分科会を設置。
施策案のアイデアの出しのために生成AIの活用にトライした。

課題 団体全体で利用者向上施策案をもっと出したい



解決 構成員の強みを活かした議論を促す環境づくり
議論の題材を増やすAI活用

利用向上委員会には、様々な立場からの参加者が集まっているという強みがあった。しかし議論においてはその強みが発揮されていないように感じられていた。ヒアリングの結果、それぞれが異なる立場にあるからこそ、発言・議論をしやすくする環境づくりが重要ではとの仮説を持つに至った。

キーワード #鉄道路線 #生成AI #組織活性化

検討した環境づくり

委員会は20の団体からの代表者で構成されている。構成員の強みを活かすため、委員会がそれぞれに期待する役割を明確にし、議論しやすい小集団を作るのがよいとの仮説を持った。

テーマを明確にした小分科会の設置

小分科会にはそれぞれテーマを設定して議論の方向性を持たせ、テーマに即した強みをもつ構成員に参加してもらう形式をとった。



図11. 組織整備の前後比較

組織の活発な議論を促すための生成AI活用のチャレンジ

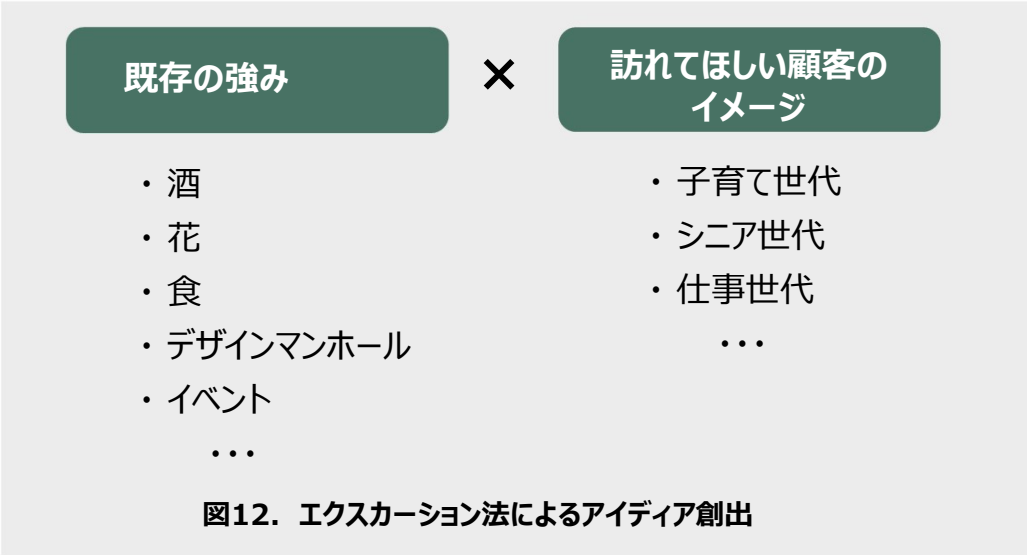
高度化

自律化

分科会へのアイデア提供（発想法）

小分科会での議論がより活発に行われるよう、できるだけ多くのアイデアを持ち込む方針とした。

より多角的なアイデアを用意するための発想法としてエクスカージョン法を応用している。訪れてほしい顧客のイメージと、そのために使えるような既存の強みを掛け合わせて発想を膨らませている。



分科会へのアイデア提供（生成AI）

さらに多角的な発想を持つため、生成AIによるアイデア出しにもチャレンジした。インターネット上の地域に根差していない情報をもとにした、一風変わったアイデアを取り込むことを期待している。

利用者

●●県の〇〇線の利用向上施策を検討しています。施策検討にあたり、〇〇線を利用する人の顧客像を考えたいです。5名の顧客像を提案してもらえますか？条件として△△市の駅の利用者を対象としてください。

生成AI

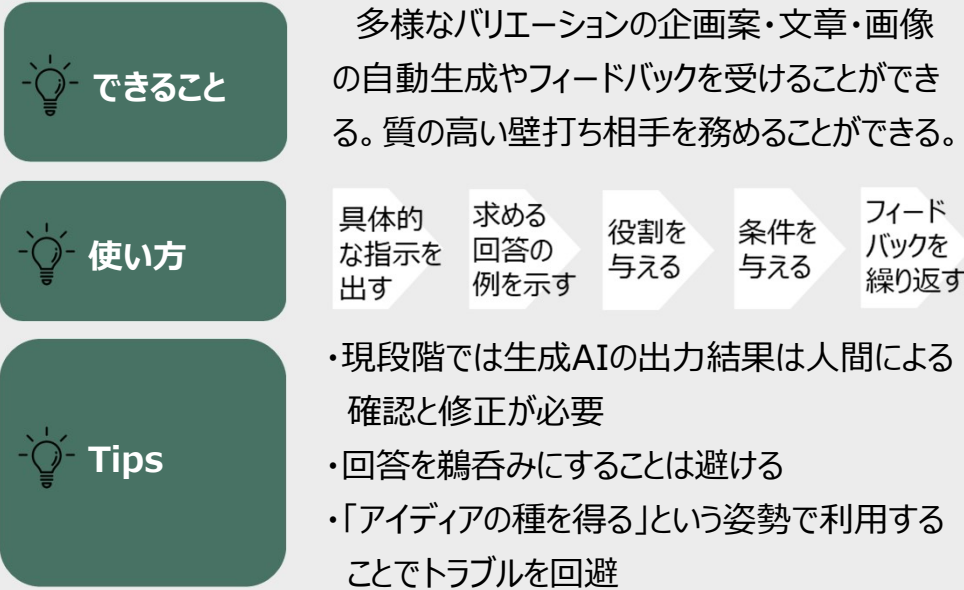
もちろんです！△△市の駅を利用する顧客像を5名提案しますね

顧客像1: 高校生の田中さん

- ・年齢：17歳
- ・職業：高校生
- ・利用目的：学校への通学
- ・特徴：部活動に熱心で、放課後も遅くまで活動。友達と一緒に電車を利用することが多い。

図13. 生成AI利用時のイメージ

デジタル活用コラム：生成AI（Generative AI）＜活用編＞



令和6年度 地域商業団体デジタル化事例集【第1.0版】

令和7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