

ふくいDX事例集 2025

中小企業のデジタル化推進のポイントや
県内企業**10社**のDX事例をご紹介します



県内企業の成功事例から学ぶ 中小企業のデジタル化推進のポイント

デジタル化が進む現代、企業にとってITツールの活用は避けて通れない課題である。しかし、ITツールを導入はしたが、十分な成果が出ていない事例も見受けられる。

デジタル化の推進を成功させた事例を通じて、そのキーポイントや進め方を紐解き、中小企業がデジタル化を成功させる秘訣を探った。成功要因は「異質な知識を持ったリーダーが強い危機感を持って組織に新たな風を吹き込み、全社一丸となって試行錯誤を繰り返しながらデジタル化を進めることが必要不可欠である」ことが分かった。

成功事例から学ぶ中小企業のデジタル化推進のポイント

1 デジタル化に取り組むきっかけ

① 他社員とは「異質な事前知識」を持つ組織改革リーダーが存在する

企業の中でデジタル化を推進するリーダーが、他の社員とは異なる知識を持っているということが一つ大きなポイントになる。「よそ者、若者、ばか者」が変革（イノベーション）を引き起こすと言われているが、この中の「よそ者」というのは「異質な知識」を持っている人のことだ。

② 組織改革リーダーが会社の将来に強い危機感（当事者意識）を持っている

上記のように新しい風というか、知識が入ってくると実際に物事が進んでいくきっかけができる。中小企業は経営者に依存するところが多いので、危機感が現場で生まれるよりは、経営者が「異質な知識」を持つことで、会社の経営に対して非常に強い危機感が生まれやすい。

このように、経営者が「異質な知識」を持っている、もしくはそうした知識をどこから仕入れてくることで、将来に対する危機感が生まれ、デジタル化を進めるためのきっかけとなる。

しかし、危機感が生まれたからと言って、すぐにデジタル化を始められるものではない。

③ ITの専門知識があるとIT活用の将来像（情報システム）をもとに組織を改革し始める

デジタル化の推進リーダーがITの専門家かそうでないかによって、取り組み方が少し異なる。ITの専門家だとITの知識を持っているので、危機感に対してITを活用した組織変革の将来図を描いて、具体的に取り組み始めることになる。

④ IT活用による成功イメージを探索活動で確信する

一方、デジタル化の推進リーダーがITの専門家ではないと、関連するいろいろな情報を探索することから始まる。どんなITツールがあるのかということだけでなく、例えば、情報が見える化するにはどうしたらいいのか、情報を共有するにはどうやっていったらいいのかだろうか、というようなことが探索の中心になっていく。

こうして、徐々に情報が集まってくると、「こういうふうにしたら会社をもっと効率よくなるのではないか」ということが見えてくる。それが確信に変わってくると気運も高まり、「デジタル化をやるぞ」と決心することができる。

2 デジタル化の進め方

① 試行錯誤的な取り組み

デジタル化に取り組むことを決めたとしても、簡単に進むわけではない。「こういうことやったり、ああいうことやったり、これならだいたいできるんじゃない」という感じで試行錯誤しながら取り組むことになる。このとき、現場を巻き込みながら一緒に取り組むことが重要になる。

② 小さな成果を積み上げる

試行錯誤的な取り組みをする中で小さな成果が出てくる。「やればできるね」というように、小さな成果を励みにして、更に試行錯誤を繰り返すということを継続することが必要だ。改善を繰り返すので、現場がついてきてもらわないといけなくなる。そのため、成果を見えるようにして社員のモチベーションをあげることも必要になってくる。

③ 常に「明るい未来」を発信することで活動を継続する

そうは言っても、現場の社員には負担感が起きてくる。そこで、IT活用の意義とか会社が目指す姿とか「明るい未来」を常に訴えることも必要になる。

「明るい未来」を示しながら試行錯誤を繰り返して小さな成果を積み上げるというサイクルがいい方向に回ってくると、結果として大きな成果につながることになる。

3 大企業と中小企業の違い

ビジョンを明確に伝えとか、デジタル化に携わっている社員をサポートするとか、短期的な成果を見える化するとかは、大企業でも同じように行っていることである。

中小企業の違いは、経営者が危機感を持って社員と一緒に行動するというところだ。

大企業は、デジタル化の目的やゴールの姿を決めて起案して、経営者もしくは取締役が決定しないと進まないが、中小企業は、経営者自身が発案してやるぞと決めるので、フットワークが軽く、成果などを見ながら柔軟に進められることが特徴となる。

また、大企業は計画的に物事を進めドーンと成果を出そうとするが、中小企業は投入できるリソースに限りがあり、ITに対する知識やリテラシーも高くないので、「小さく生んで大きく育てる」という感じで成果を出すような進め方になる。

◎本記事について

「中小企業のIT経営」を共通テーマとする研究グループ「浜名湖フォーラム」のメンバーから出てきたテーマ『経営資源に恵まれない中小企業がデジタル化を成功させる秘訣は何か?』を調査研究するために、ふくいDX事例集に掲載されている企業の中から8社に協力していただいた。

本記事は、この研究成果から得られた「デジタル化推進のポイント」と、協力していただいた8社の中から3社の取組内容をまとめたものである。

◎事例について

調査に協力していただいた8社の中から3社の取組内容を、「デジタル化推進のポイント」に沿って、以下の項目でまとめた。

- デジタル化に取組むきっかけ・問題意識、背景
- デジタル化の模索から本番稼働までの苦労と打開策
- 我が社の事例の要諦を踏まえて支援者に求めること

事例1 みんなのおかし市場株式会社

代表取締役社長 佐々木 啓至 氏

1 デジタル化に取り組むきっかけ・問題意識、背景

みんなのお菓子市場株式会社は創業75年を迎え、駄菓子の卸売と直営店販売を営んでいる。

13年前に家業を継ぐために戻ってきて、4年前、3代目として社長に就任した。それまではメーカーで3年間、大手商社の食品部門で6年間働いてきた。

前職のときは情報システムについてこれが当たり前だな、というふうに思っていたが、13年前に帰ってきたとき何十年も遅れてるという危機感を持った。当時は古い「COBOL」システムを使用しており、処理速度が遅く、夜遅くまで業務が終わらない状況だった。さらに、業務の「属人化」や「縦割り構造」により、特定の担当者が不在になると業務が停滞するなどの課題があった。

働き方改革や得意先のIT化が進む中、自社のシステム更新が不可避であると判断し、デジタル化に着手した。

2 デジタル化の模索から本番稼働までの苦労と打開策

6年前、同業他社の事例を参考に業務システムを導入した。しかし、当初は社員の多くがシステム導入に消極的で、浸透率は約2割にとどまった。また、ハンディターミナル操作やIT知識の不足も課題だった。そこで、社員一人ひとりに操作方法を直接指導し、システムの利用を促した。しかし、今までのやり方を変更することを嫌う社員が少なからずいた。

デジタル化が推進する転機となったのは、コロナ禍や定年退職により従業員が減少し、20名から15名体制になったときだ。社員みんなで頑張ろうという一体感が生まれ、業務が問題なく回り出し、むしろ残業が削減される結果となった。

一方、LANケーブルやIPアドレスの管理といった基礎的なIT知識がなかったことで大きなトラブルに巻き込まれた。このとき助けてもらったのが、同級生であるICT企業の経営者だ。その後も彼の支援を受けながら、システムの基礎的な知識とか業務フローのまとめ方とかが理解できるようになった。

現在、第3期目の新基幹システム導入や、基幹システムと連携したホームページの刷新など、さらなるデジタル化に向けた取り組みが進行中である。

3 我が社の事例の要諦を踏まえて支援者に求めること

デジタル化を成功させる上で重要なのは、支援者が単なるシステムの提供者ではなく、経営者の立場を理解して現場の課題を共有することだ。例えば、上記のICT企業の経営者による支援では、経営者同士の悩みを共有しながら、企業の実情に即した提案やアドバイスを受けることで、実践的なシステムが構築できた。また、投資の優先順位を明確化する助言も有益だった。

更に、得意先のデジタル化の動向に先行してシステムを整備する必要があるため、秘密事項に踏み込んだ議論をする場合がある。こうした情報を共有することで適切な判断が可能となるので、支援者との信頼関係の構築は不可欠である。

【参考事例】受注サイトの構築と「お任せ」のデジタル化で販路拡大を目指す 株式会社 佐々木商店（現：みんなのおかし市場株式会社）

事例の全文は
こちら▶



みんなのおかし市場
佐々木 啓至氏

同社は、「みんなのおかし市場」として約4,000アイテムもの菓子や玩具などを販売しており、卸売業者として地域の小売業を支えるとともに、児童施設やイベントなどへの直販も行っている。そんな同社が、既存の基幹システムと小売用ECサイトと連携できるBtoBの受注サイト開設を目指すとともに、AIによるお任せメニューのデジタル化にもチャレンジしていく。



1 デジタル化に取り組むきっかけ・問題意識、背景

株式会社長田工業所は設備工事や機械器具設置工事を営んでいる。お客様の工場のリフォーム工事を行っているような業態である。自社で現場調査から設計製造、設置までをワンストップで行えることが強みとなっている。

20年前に家業を継ぐために戻ってきたが、それまでは居酒屋で店長をしていた。12年前に代表に就任したが、それまでは職人として現場で仕事をしていた。

居酒屋の店長のとき、原価管理や効率化の重要性を学んだ。しかし、戻ってきて現場で働きながら思ったのは、工事業務はすべてがオーダーメイドであり原価計算は重要なはずなのに、材料費は把握できても職人の労務費や製造原価が正確に分かっていないことだった。

これでは経営の見通しを立てることが困難だと感じ、原価や工数をリアルタイムで把握できる仕組みを構築する必要性を痛感した。

2 デジタル化の模索から本番稼働までの苦労と打開策

最初に着手したのは、職人の作業時間を記録するシステムの構築だ。当初、職人に日報を書かせExcelで集計していたが、非効率的で現場の負担が大きいものだった。そこで、ITベンダーと連携し、スマホで作業開始・終了を記録できるブラウザアプリを導入した。しかし、現場では「忙しくて記録を忘れる」といった問題が頻発し、最初の半年間はシステムがほとんど稼働しない状況だった。

この課題を打破するため、日報の廃止とアプリ導入を「トレードオフ」することを提示し、記録作業の習慣化を促した。また、操作状況を毎日確認して地道なフォローを続けることで、システムの定着を図った。その結果、現在では本格的な生産管理システムを導入して、原価の予実管理がリアルタイムで可能となり、粗利益率やボーナス支給額の把握もできるようになった。

既存のアナログな経験を活かしつつ、それをデジタルデータとして自然に蓄積できることが理想だと考え、現場の職人に「必要以上に考えさせない」仕組みを作り、デジタル化を自然な形で受け入れてもらえるよう工夫したことが良かった。

3 我が社の事例の要諦を踏まえて支援者に求めること

中小企業経営者にとって、デジタル化は単に技術導入の問題だけでなく、従業員の納得と業務の変革を伴うものだ。ところが、中小企業の経営者は、こうしたことを億劫に感じてしまい、デジタル化の推進をしなくなることがあると思う。

支援者はいろんな事例を多分ご存知だろうから、そこら辺を重点的に教えていただけると経営者も決断しやすくなるのではないかと思う。

【参考事例】社員を巻き込みながら一步一步階段を登るようにDXを実現 株式会社長田工業所

事例の全文は
こちら▶



長田工業所
小林 輝之氏

同社の現社長は、2012年の就任時に会社の認知度が低いことや人手不足を痛感し、5年後の売上倍増や地域で業界No.1を経営ビジョンに掲げ、人手の確保と業務効率化を経営課題として、デジタル技術の活用と企業のブランディングを実施した。経営ビジョンに掲げたとおり、売上は2倍となり、社員も若い社員を中心に18名に増加。社員の意識や会社の風土を変えながら、一步一步階段を登るようにDXを実現している。



事例3 山伝製紙株式会社

代表取締役 山口 真史氏

1 デジタル化に取り組むきっかけ・問題意識、背景

山伝製紙株式会社は明治初年度に手すき和紙で創業し、現在は機械すき和紙を製造しており、一貫生産で和紙の加工・出荷を行っている。

半年前から代表になったが、12年前にUターンで帰ってきたとき、原料の仕込み作業から修行に入り、各工程を修行してきた。

当時は工程管理が紙の作業指示書で行われており、お客様からの納期確認に応じるため現場管理者が製造ラインを駆け回る日常に加え、工程間での停滞や非効率な段取り変更が頻発していた。短納期化の要求が高まる中、現場の状況把握や作業効率の向上に課題があった。

過去に商社で働いていたとき、全国各地にある倉庫の在庫状況が一目で分かるシステムを使っていた経験があり、在庫管理や進捗状況の情報共有の仕組みが和紙製造現場でも実現可能だと感じたことが、デジタル化の取り組みを始めたきっかけとなった。

2 デジタル化の模索から本番稼働までの苦労と打開策

デジタル化の取り組みを始めたのは6年ほど前で、現場の「見える化」やIoT導入を目指し、本やセミナーで学ぶことから始めた。しかし、一人で取り組むには限界があると感じ、外部の支援者に相談し、県の補助金を活用して専門家とともにプロジェクトを進めた。

平均年齢52歳と高齢の従業員が多い中で、特にITが苦手な70代の職人が使いやすいシステム設計を意識した。彼らの意見を反映しながら改善を重ね、現場の当事者意識を高めることでシステムを定着させた。また、入力が高難な場合でも、他の従業員がサポートできる柔軟な体制を構築した。結果として、和紙製造の各工程がリアルタイムで把握可能となり、段取り変更の効率化や納期管理が大幅に改善した。

RPAの導入や顧客とのデジタル連携の拡大も視野に入れつつ、全体の効率化を図る取り組みを続けている。こうした取り組みを通じ、和紙製造業という伝統的な分野でもデジタル化の成果を挙げられる可能性を実感している。

3 我が社の事例の要諦を踏まえて支援者に求めること

中小企業がデジタル化を進める上で、支援者には現場への深い理解と柔軟なサポートが求められる。パッケージ製品の提案だけでは不十分で、現場に入り込み、各企業の個別の課題を把握して改善案を提示することが重要だ。また、デジタル化を進める経営者は先頭に立って推進しなければならないが、改善による効果を自信持って言えないということもある。デジタル化を進めるチームの一員として支援者が一緒に考えてくれるとありがたい。

一方、補助金制度については、企業の現状や進捗に応じた柔軟な支援を求めたい。特に、初期段階だけでなく、運用が定着し次のステップに進む際にも支援を受けられる制度設計を望む。

【参考事例】 デジタル化で働き方改革、品質改善、顧客満足が実現 山伝製紙株式会社

事例の全文は
こちら▶



山伝製紙
山口 真史氏

同社は、経営の専門家からのアドバイスで製造工程の見える化の必要性に気づき、ITコーディネータから実現方法のアドバイスを受け、県の補助金を活用して2020年に生産管理システムを導入した。その結果、人員の適正配置による働き方改革、社員の意識が大きく変わったことによる品質改善、顧客対応のスピード向上といった効果が得られた。



ま と め

県内企業3社の実践事例を見ると、前職で異質な経験を積んだリーダー（経営者）が自社の状態に危機感を感じたことをきっかけにデジタル化を決意し、社員を巻き込んでデジタル化を試行錯誤しながら進めている、ことが分かる。これらのことから、デジタル化の推進を成功させるキーポイントは、以下の要素である。

① 他社員とは「異質な事前知識」を持つ組織改革リーダーが存在する

② 組織改革リーダーが会社の将来に強い危機感（当事者意識）を持っている

③ IT専門知識があるかないかで進め方は異なる

- ITの専門知識あり：IT活用の将来像（情報システム）をもとに組織改革を進めていく
- ITの専門知識なし：「異質な事前知識」をもとに探索、業務の見える化や情報共有等のIT活用の漠然としたイメージが探索活動を通じて確信に変わっていく

④ 常に「明るい未来」を発信することで活動を継続し、試行錯誤的な取り組みを通じて解決策を具体化し、小さな成果を積み上げすることで組織改革につなげている

経営資源に恵まれない中小企業が自社に適したデジタル化を一步ずつ進めるためには、目的に向かって実践を重ねながら確かな成果を出し続ける必要がある。

本レポートの内容を参考にしてデジタル化に取り組んでほしい。

（参考）調査研究の概要

1. 研究者

向 正道（開志専門職大学 教授）
栗山 敏（ビジネス・ブレイクスルー大学大学院 准教授）
栃川 昌文（株式会社ビジネス・アイ 代表取締役）

2. 調査方法

事前の調査シートの内容を踏まえて半構造化インタビュー

3. 調査における研究的疑問（リサーチクエスチョン）

- ① 中小企業におけるITを用いた組織改革において、組織改革のリーダーは「誰で」、「どのような事前知識」を持つリーダーなのか？
- ② 必ずしもITの専門家とは言えない組織改革のリーダーが、「ITがもたらす組織改革の機会」をどのように認識したのか？
- ③ IT導入に際し、「現場での成果実現」をどのように進めていったのか？ またそれは「試行錯誤的」なものとなるのか？

あ と が き

本特集はいかがだったか。デジタル技術を自社で上手く活用できている企業には、共通の特徴があることがお判りいただけたと思う。ぜひ、この内容を参考にデジタル技術の活用を進め、事例企業のようにデジタル化の推進を成功されることを願う。

また、本特集で取り上げられた事例企業3社は、（公財）ふくい産業支援センターが発行した「ふくいDX事例集」に事例として掲載された企業である。本紙では、県内企業10社を新たに事例として取り上げ掲載した。以降のページにて、各企業の事例を紹介しているので、そちらもぜひ参考にいただきたい。

NEXT PAGE

県内企業10社のDX事例

- ▶ **原糸の倉庫管理を機に若手主導のDX推進へ** 8
富士経編株式会社 [繊維工業/鯖江市]

- ▶ **若手社員のシステム自作でデータに基づく見積や製作へ** 9
株式会社TAYASU [製造業/福井市]

- ▶ **測色機の導入で海外でのリードタイムを半減させ受注増加に** 10
アサヒマカム株式会社 [繊維工業/坂井市]

- ▶ **デザインから生産、検査、出荷まで社内システムで一元管理** 11
大喜株式会社 [繊維工業/坂井市]

- ▶ **ホームページ刷新から始まった地域農業のデジタル意識変革** 12
株式会社昇竜 [農業・食料品製造業/大野市]

- ▶ **生産体制のDXに挑み、独自のミディトマト栽培に挑戦** 13
株式会社無限大 [農業/美浜町]

- ▶ **売上の向上と人手不足の解消につながる無人店舗をオープン** 14
フルーツのウメダ (株式会社 梅田果実店) [小売業/福井市]

- ▶ **複数の宿泊予約サイトを一元管理し、おもてなしの時間を創出** 15
Dinosaur Agri/Guesthouse [宿泊業/勝山市]

- ▶ **ノーコードツールの教育プログラムで学び自店舗独自のアプリを作成** 16
株式会社 五目亭 [飲食業/福井市]

- ▶ **予約・顧客管理システムの導入で顧客対応向上と新規案件受注に** 17
株式会社山本タイヤ商会 [サービス・卸売・小売業/福井市]

原糸の倉庫管理を機に若手主導のDX推進へ

富士経編株式会社

事例の ポイント

- ①ベテラン社員1人の負担になっていた倉庫の情報を見る化して共有
- ②システム導入と合わせて5Sやルール化を実施し、倉庫を有効活用
- ③現場のデータを改善に活かすため、若手人材によるDX委員会を立ち上げ

倉庫のリアルタイム状況と入庫予定は ベテラン担当者の頭の中

同社は、5年前に生産管理システムを導入していましたが、原糸を保管する倉庫は紙やホワイトボードによる管理が続いていました。しかし、紙やホワイトボードには最新の情報が記載されていないことも多く、倉庫担当のベテラン社員1人だけが倉庫の正確な情報を把握している状況が続いていました。そのため、その担当者が倉庫に関する問い合わせに多くの時間を取られていたり、担当者不在時には倉庫の状況が分からないという課題が生じていました。

この状況を改善するため、必要な人が必要な時に倉庫の最新情報にアクセスできる環境を目指しました。経編事業部門長の山本氏は、「在庫確認や入出庫作業にかかる時間の削減はもちろん、情報の伝達漏れや遅延、伝票の重複などのヒューマンエラーを防ぐためにも、生産管理システムと連携できる倉庫管理システムが必要でした」と振り返ります。

会社全体の業務を見直しから、 あるべき倉庫管理の手法を考える

倉庫管理では、「何が、どこに、どれだけあるのかを見る化する」「原糸の先入れ先出しを徹底する」「問題発生時に追跡しやすくする」ことを重視しました。そのため、倉庫管理システムでは、棚の区画ごとの情報を画面に表示するロケーション管理を採用しました。原糸の保管場所や在庫量をリアルタイムで確認できるほか、入庫日や生産月、ロット番号などの情報もデータ化し、原糸情報から検索できるようにしました。

経編事業部の富田氏は、「倉庫管理と生産管理を一元化することで、購買担当は原糸の発注タイミングや発注量を適正化し、工場では原糸の正確な入庫予定と在庫量をもとに生産計画を立てられる、ジャストインタイム方式の体制が作れると考えています」と構想を語りました。営業面でも納期回答がスムーズになり、倉庫管理の取組みが同社の事業全体のレベルアップに貢献しています。



30%以上の在庫圧縮に成功し、 現場改善の取組みにもつながる

2024年1月に倉庫管理システムを導入してからは、タブレットから日付、原糸の種類、場所を選択するだけで情報登録ができ、事前に入庫場所の予約も可能になりました。システムで在庫状況や入庫予定をすぐに確認できるため、物を探したり担当者に確認したりする手間がなくなり、倉庫でのやり取りにかかる時間が大幅に減少しました。適切な受発注のタイミングも把握しやすくなり、システム導入以前と比べて50~70%程度の在庫圧縮が実現しました。また、入出庫業務が簡素化され、記録ミスも減少しました。

さらに、同社ではシステム導入と合わせて現場改善にも取り組みました。具体的には、5Sを実施して倉庫スペースの有効活用を図りました。システムには原糸以外の荷物も表示されるため、不要な物は処分しスペースを空ける意識が高まりました。一度に大量の原糸を入庫する場合でも、余裕を持って対応できるようになりました。

新しい業務手順の定着という課題と 若手主導のDX委員会

倉庫管理システムの導入や現場改善の取り組みは効果を上げていくものの、新しい業務手順の定着には課題も残っています。山本氏は、「まだ入力の後回しにする意識が残っているため、タイムラグを防ぐためには現場の声を聞きながら運用方法の手順を改善し、定着させる必要があります」と語ります。

また、同社では若手主導のDX委員会を2024年に立ち上げました。デジタル技術に強い社員や新しいアイデアを持つ若手社員が集まり、データ分析を通じて課題解決策を考える場となっています。DX委員会のメンバーでもある富田氏は、「お客様にも生産効率を上げる受発注方法を提案し、当社の協力会社も含めて広い視野で効率を上げていきたい」と展望を述べています。また、両氏は「社内で作成できるシステムと現状のシステムを組み合わせ、業務をさらに見える化することで、社員視点の意識改革や業務改革を進めていきたい」と意気込みを語ります。



専門家（ITコーディネータ）から一言

倉庫管理システムの導入を契機に、自社全体の業務の流れを見直し、DXに取り組んでいる好事例です。システムは導入すればすぐに効果が出るわけではなく、業務やルールの見直しとあわせて行うことで効果が実感できるものです。また、システム化によって得られたデータを分析し、単にデータを取るだけでなく、しっかりと活用できている点も大きなポイントです。取組みの方向性や姿勢をぜひ参考にしてください。

取組みにかかったコスト／900万円(補助金400万円含む)

相談先・活用施策／ふくい産業支援センター

(ふくいDX加速化補助金)

お話を伺った方(役職・氏名)／

取締役 経編事業部門長 山本 憲郎 氏(右)

営業開発課 富田 弘樹 氏(左)



会社概要

事業者名：富士経編株式会社

代表者：平木 弘史

所在地(住所)：鯖江市上河端町5-1-6

従業員数：47名

事業内容：リネンサプライ用商品、
生地製造・販売



会社紹介・取扱品目・受賞歴など：

白衣やユニフォーム用の経編(ニット)生地を主軸に、高品質なテキスタイルの生産に取り組んでいます。自社製品の企画・販売にも力を入れており、シニア世代のためのケアウェア「mille vies」が2022年度のグッドデザイン賞でBEST100およびグッドフォーカス賞を受賞しました。

若手社員のシステム自作でデータに基づく見積りや製作へ

株式会社TAYASU

事例の
ポイント

- ①工数や粗利をデータで見える化し、作業者が目標を意識して作業
- ②若手社員によるシステムの自作で、迅速な導入と改善を実現
- ③社員ごとの工数データを、作業教育や人事評価にも活用

過去の類似案件の情報を効率的に活用できていなかった

同社は、主に鉄鋼製品の小ロット多品種生産を得意とし、顧客のニーズに柔軟に対応したオーダーメイド制作を多数手がけています。約5年前、タスク管理ツール「Trello」を導入し、案件ごとの進捗は把握できていたものの、注文書・納品書・作業日報は紙で管理していたため、過去の案件情報を探すのに不便という課題がありました。

代表取締役社長の田安氏は、「オーダーメイドは毎回ほぼ初めての製作になりますが、過去の類似案件の振り返りは重要です。当時は個人の記憶頼りで、データがうまく蓄積・活用されていないのはもったいないと感じていました」と振り返ります。

従来の記録方法では、案件ごとの工数や材料費などの詳細が見えづらく、利益状況や見積時の工数が適正かどうか不明瞭だったため、まずは作業日報のデジタル化に着手しました。

若手社員の活躍で使いやすい作業日報アプリが実現

担当者には、私生活でも自作アプリを作成・活用している若手社員の大江氏を起用しました。大江氏は「当初は大手の業務アプリ作成サービスを利用しましたが、検索やデータ処理速度が遅く、自社の業務に合わなかったため導入には至りませんでした」と振り返ります。

この取組みの過程で、ふくい産業支援センターが実施する「ふくいDX経営塾」と「伴走型DX推進プロジェクト」も活用しました。特に伴走型DX推進プロジェクトで専門家の支援を受け、Googleのアプリ開発サービス「Google Apps Script」を活用して作業日報アプリを構築しました。

アプリはブラウザベースで、入力・送信された内容はGoogleスプレッドシートに集約される仕様です。大江氏は「専門家のアドバイスを受けながらアプリを修正・試作できたのが心強かったです」と成功の秘訣を語ります。また、プログラミングには生成AIのChatGPTも活用し、数日でアプリが完成、着手から約1ヵ月で本格運用に至りました。



社員の工数・粗利への意識の変化とデータによる適切な人事評価

作業日報アプリの運用開始後は、終業時の夕礼で作業日報を入力し、全社員で現状の振り返りを毎日実施しています。

田安氏は「案件の進捗、工数、コストの振り返りがしやすくなりました。案件ごとに利益率を5段階評価で表示する仕組みを導入したことで、目標工数を超過して利益が出ない案件が減少しました」と成果を強調。社員も目標工数と現状の工数を確認し、過去の類似案件を参考に工程を改善するなど、仕事の質向上への意識が高まり、これが案件評価にも反映されています。

また、収集したデータは社員ごとの定期面談でも活用されています。田安氏は「特に新人や若手は、自分の成長をデータで実感できるため、人材育成にも役立っています」と実感しており、システム導入の効果が今後さらに明確になると期待しています。

改善で生み出した時間とお金で新規事業を目指す

大江氏は「現在は夕礼時にデータを集計して振り返るのがメインですが、今後はTrelloからもリアルタイムでデータを集計し、目標に対する進捗率や評価をチェックできるようにしたいです」と今後の展望を語ります。さらに、他の社員からの意見を取り入れ、見える化を推進していく意気込みです。

同社は、これまでアウトドアグッズやコンテナを活用した商業スペース、キッチンカーなどの案件も手がけてきましたが、現在は粉殻くん炭機「ヘルティール」の拡販に注力しています。これは、水稲収穫後の廃棄粉殻を炭にし、土壌改良材にする機械で、国のSDGs推進施策である「J-クレジット制度」の適用も可能です。

田安氏は「DX推進の最大の理由は、作業の効率化と利益率の向上を図り、新規事業にかける時間と予算を捻出することです。新しい事業の柱を作るために、さらに価値あるものづくりに挑戦していきます」と、今後のDXに対する意欲を示しています。



専門家（ITコーディネータ）から一言

同社は、これまで経営改革のためにさまざまな挑戦を続け、自社商品を持つことで会社を安定的に成長させようとしています。本事例は、経営改革を実現するためのデジタル化への取組みを示しており、目標とする経営課題を明確にした上で、デジタルツールを活用し解決策を見出している好事例です。デジタルツールの導入自体が目的ではなく、経営を変革するための手段として活用している好事例です。

取組みにかかったコスト／数百円～数千円／月（サーバー利用料）
相談先・活用施策／（公財）ふくい産業支援センター
お話を伺った方（役職・氏名）／

代表取締役社長 田安 繁晴氏（左）・大江 颯氏（右）



会社概要

事業者名：株式会社TAYASU
代表者：田安 繁晴
所在地(住所)：福井市北楯原町13-26
従業員数：8名（パート含む）
事業内容：金属製品の加工・修理・
注文制作、自社ブランド
商品の開発・販売



会社紹介・取扱品目・受賞歴など：

金属材料の知識や溶接技術を活かし、オーダーメイド製作を手がけるほか、BtoBはもちろん、Webによる個人からの製作依頼にも対応しています。自社ブランド商品の開発も行っており、パーベキューグリル「BB-FAMCAN（パーベ缶）」、移動式石窯「炎～ほむら～」、粉殻くん炭製造機「ヘルティール」などを製造・販売しています。

測色機の導入で海外でのリードタイムを半減させ受注増加に

アサヒマカム株式会社

事例の
ポイント

- ①米国との取引拡大にむけた設備導入
- ②同一条件下での測定値共有によりリードタイムを短縮
- ③課題は職人の技術力とデジタルデータの融合と再現化

米国市場への対応と取引拡大のための 測色機導入と対応強化

同社は、国内外の大手インナーウェア・スポーツウェアブランド向けの生地を、編みから染めまで一貫して行う企業です。コロナ前は国内企業との取引が主流でしたが、コロナ後は米国が中心となり、2024年度には米国向けが全体の5割を占めるまでになりました。これは、同社が10年前から米国市場の開拓に注力してきた成果といえます。

しかし、現場では測色機の違いにより色の誤差が生じ、量産までに時間がかかる課題がありました。米国企業との取引では、指定色のサンプルを染色し、候補色を国際宅配便で郵送、先方の確認後に指示を受けて再度サンプルを作成するという手順を繰り返しており、国内取引と比べて大幅に時間がかかっていました。

輸送コストの増加も負担となる中、米国側から「同じ測色機を導入してほしい」という要望があり、ふくい産業支援センターの「ふくいDX加速化補助金」を活用して新たな測色機の導入を決定しました。

取引先とデータと精度を検証し、 迅速な色確認で業務効率を向上

同社は、米国側より指定されたメーカー・機種別の測色機を購入し、最初に機械間で差がないことを確認する試験を行いました。測定した色味データ(QTXファイル)をメールで送信すると同時に、従来通り染色した生地サンプルも国際宅配便で送付。その結果、機械の操作、測色データ化、メール送信、データ展開のやり取りにおいて取引先との間で問題がないことが確認され、本番使用の承認を得ることができました。

色合わせ担当社員は、「色を測る際の布の折り方や柄を避ける工夫など、細かな条件のすり合わせを行いました」と説明します。サンプルを測色し、基準となる同心円内のデータを抽出してメール送信すると、取引先は互換性のあるファイルと同じアプリケーションで開いて確認できるため、返答も迅速化しました。



目視からデジタルへの転換で、 生産性向上と受注拡大の好循環

最大の成果はリードタイムの大幅な短縮です。データのやり取りで先方指定の色味との誤差を数値で明確に判定できるようになりました。染色の担当社員は、「従来は担当者の感覚に頼る目視判定が主でしたが、現在は取引先の求める色により正確に近づけることが可能となりました」と話します。現場でも色味の方向性を把握しやすくなり、より精度の高いサンプルを早く作成できるようになりました。

データでOKが出るとすぐに実際のサンプルを顧客に送り、最終確認後ただちに量産を開始できるため、平均14日必要だったリードタイムが平均7日ほどになりました。仮に修正が必要な場合でも、サンプルの郵送なしで再提案が可能となり、輸送コストも作業時間も削減することができました。また、それまでは反物をカートに載せたまま作業スペースを占有することが多かったものの、量産開始が早まり回転率が上がり、受注量の増加にもつながりました。

職人技とデジタルを融合させ、 アパレルの成長分野へ進出

米国と日本では品質の要求事項が異なり、色の感じ方にも違いがあります。米国の取引先とデータを共有し、指定された色を正確に再現するためには、現場における染色方法の調整が不可欠です。機械で指定された染色のパーセンテージを調整するのは、職人の手によるもので今後の人材育成が課題です。

また、近年は環境問題への対応として、従来の染料が使用できなくなるといった課題にも直面しています。染色精度を高めるには照明環境も重要であり、サンプル生地の確認用に適切な照明器具と専用の部屋を整備しました。この取組みを確認するため、米国の取引先副社長が視察に訪れたこともあります。

鈴木氏は、「国内市場の成長が期待しにくい中、海外が主力のアウトドアやスポーツ分野への展開を視野に入れています。日本の厳しい製造基準をクリアしてきた経験があるからこそ、海外の基準にも柔軟に対応できます」と今後の展望を見据えます。



専門家(ITコーディネータ)から一言

本事例は、生地の色味というこれまでアナログな手法(職人による目視)でしか評価できないと思われていたものが、機械測定によるデータ化で顧客と共通認識を得られたという好事例です。生地の色味以外にも店舗への来客数の予測など、勘と経験でしか分からないと思われていたものが、実はデータで評価・予測できるものがあります。アナログな評価からデジタルによる評価へという視点で、ぜひ参考にしてください。

取組みにかかったコスト/非公開
相談先・活用施策/ふくい産業支援センター
(ふくいDX加速化補助金)

お話を伺った方(役職・氏名)/
代表取締役社長 鈴木 博之氏、CAP事業部 桑野 美歩氏、
CAP事業部 事業部長補佐 清水 等氏、
経編事業部 営業係長 中場 英樹氏(右から)



会社概要

事業者名: アサヒマカム株式会社
代表者: 鈴木 博之
所在地(住所): 坂井市春江町江留中
35-3-1
従業員数: 65名
事業内容: インナーウェア生地製造・
加工・販売



会社紹介・取扱品目・受賞歴など:
経編(たてあみ)と呼ばれる製法において最新鋭の編機と独自のノウハウを掛け合わせることで、自由に繊細な装飾性と高い機能性を兼ね備えた高付加価値ニット生地を開発・製造しています。編み・染め一貫体制は業界内でも稀有な存在で、これを強みとしています。

デザインから生産、検査、出荷まで社内システムで一元管理

大喜株式会社

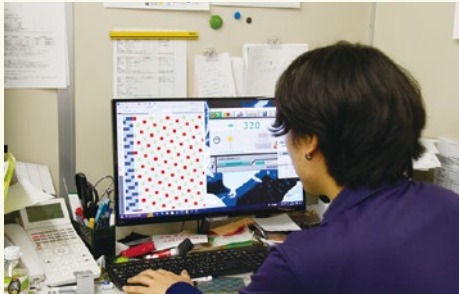
事例の
ポイント

- ① 図柄の型紙「紋紙」不要のデザインシステムを開発
- ② 工場の稼働状況を24時間リアルタイムで把握
- ③ データはすべて記録し、出荷後でも追跡調査を可能に

製品のトレーサビリティを明確にし、クレーム削減を目指す

大喜株式会社は、国内トップクラスのジャカード織物工場です。2000年代初頭から、大手自動車メーカーのカーシート開発に参入し、同時に業務の共通化を目指して、いち早くデザイン工程のIT化を実現しました。「紋紙」と呼ばれる型紙を使わず、コンピュータ上で制作したデザインをデータ化し、織機に直接送信するシステムを開発しました。

カーシートは商社から支給された糸で生産していますが、コスト面から海外製の糸の採用が増えるにつれ、糸の品質が原因で織傷が出やすくなってきました。「糸に原因があっても、証明できなければ織り手の責任になってしまふ。製品の品質管理を徹底させるためにも、トレーサビリティを明確にし、原因を追究できる体制にしなければならぬ」と山本社長は振り返ります。



高い管理スキルが評価され、大手メーカーから選ばれる一社に

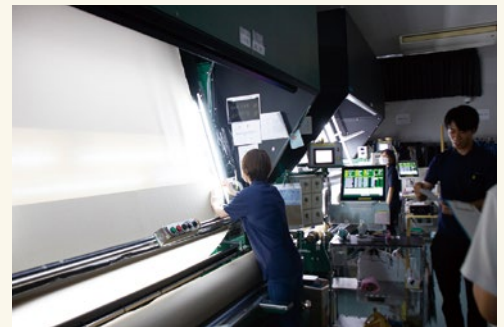
デザインから生産、検査まで一元管理を行うシステムが導入されたことで、出荷後でも製品の履歴がすぐに把握できるようになり、同社のクレーム対応力は格段に向上しました。同社の計測では、このシステムにより生産効率が約6%向上し、特に品質管理にかかる時間のロスが削減されました。また、糸の消費量をパソコン上で把握できるため、糸の発注・在庫管理も効率化され、余分な在庫を持たずに生産できる体制を維持できるようになりました。

「このシステムを開発したことで、品質に非常に厳しい自動車メーカーからの評価が高まり、他社との差別化が図れました。弊社が選ばれる決め手のひとつになっていると自負しています」と工場長は誇らしげに話します。

今後はAIなどの先端技術の活用も視野に

同社は、県内の織物業界でいち早くDXに成功しましたが、すべてをシステムに委ねているわけではありません。トラブル時にはブルー・イエロー・レッドのカードを使い、工程間のコミュニケーションを図っています。「機械を動かし続けて良いか、至急対策が必要か、色分けしたカードで緊急度を共有し対応を決めています」と工場長は説明します。製品のカルテは紙で出力しており、「アナログの方がミスを起こしにくい取組みは残し、システムの良さと組み合わせで機能させています」と話します。

システム運用開始から13年が経ち、検証と改善を重ねた結果、現状では特に大きな課題はないといいます。ただし、原材料の発注タイミングや納期の予測はまだ人の経験に頼っている部分が多いため、今後はAIを活用して改善できる部分を検討したいと考えています。



生産状況をリアルタイムで監視・記録する管理システムを開発

そこで同社は、生産管理と品質検査を連携させた独自のシステムの開発に取り組みました。共通化を重視し、まずメーカーごとに異なる糸の品番を自社の管理番号で統一。タグに記載されたバーコードを読み取れば、どの工程でどの作業が行われているのか追跡調査ができるようになりました。

経糸の準備工程(整経)には二重チェック式のセンサーシステムを設け、織る前に糸の汚れや欠陥を把握できるようにしました。これにより製織後の品質が向上し、検査時間の短縮につながっています。また、工場では全織機をモニタリングし、機械の稼働状況や経糸と緯糸の消費量、糸切れや機械の部品交換などのトラブルも、すべてリアルタイムで監視・記録が可能になりました。

生地が織り上がると、カルテとして出力されたデータをもとに検反を行い、検査過程で見つかった傷もシステムに入力するため、システムには詳細なデータが蓄積されていきます。

専門家(ITコーディネータ)から一言

同社のデジタル化への取組みは2度の大きな転換期のときであり、いずれのデジタル化も経営に良い成果を生み出しています。

①現社長が経営を引き継いだとき(1993年頃): デザインのデジタル化

②カーシート事業に進出したとき(2006年頃): 製造のデジタル化

事業継続への危機感がデジタル化のきっかけとなっており、「デジタルの力で会社を変える」という強い想いが良い結果につながっている要因と言えます。デジタルトランスフォーメーション(デジタルによる企業変容)の好事例です。

取組みにかかったコスト/

導入費用: 約3,000万円(生産管理システム、品質検査管理システム等)

維持管理費用: 年間約30万円

相談先・活用施策/ ダイワボウ情報システム株式会社

お話を伺った方(役職・氏名)/

代表取締役社長 山本 岳由 氏(中央)、

専務取締役 山本 優子 氏(左)、営業・開発 山本 峻太 氏(右)



会社概要

事業者名: 大喜株式会社

代表者: 山本 岳由

所在地(住所): 坂井市丸岡町儀間16-18

従業員数: 約30名

事業内容: 自動車シート地、椅子張地などの製織



会社紹介・取扱品目・受賞歴など:

ジャカード織物の工場としては国内最大規模の生産体制を誇り、近年では発光ジャカード織物「LightWeave®」を開発。次世代型自動車等への用途展開を目指しています。

ホームページ刷新から始まった地域農業のデジタル意識変革

株式会社昇竜

事例のポイント

- ①新型コロナ期に目にした産直ECサイトを機に、EC活用を決意
- ②QRコードの取得が予想より簡単だったなど、デジタルへの意識が変革
- ③工場スタッフからもホームページのアイデアが出るなど、組織風土が変化

新型コロナによる危機感から、販売戦略の見直しを迫られる

大野市和泉地区の特産品「九頭竜まいたけ」を生産・加工する同社は、市場への卸に加えてBtoC販路の拡大に取り組んでいました。しかし、新型コロナの流行で対面の商談会や展示会が中止され、自社工場や取引先も一時休業に追い込まれました。特に、BtoCの柱としていた道の駅での売上が顕著に落ち込み、危機感を募らせた。

そのような中、農産物の生産者が直接商品を登録・販売できる「産直ECサイト」を知り、「われにもする思いで登録しました」と統括管理部長の林氏は語ります。当初は「ネットでまいたけが売れるのか」と半信半疑でしたが、購入者の高評価レビューに励まされ、EC販売の可能性を見出したといいます。

当時、同社のホームページはほとんど活用されておらず、年間売上はわずか50万円ほど。「支払方法も振込のみで、オンライン決済を求める問い合わせが増えていました。顧客ニーズに応えるために、ホームページのリニューアルが必要でした」と林氏は振り返ります。

新ホームページを見てもらう工夫とアクセス数などのデータを意識

新しいホームページでは、「九頭竜まいたけ」の魅力を伝えるための商品PRに注力。動画や地元クッキングスクール監修のレシピも掲載し、見応えある構成にしました。林氏は、「商品に同梱するチラシや道の駅のポップにQRコードを入れ、サイトを見てもらえるよう工夫しています。QRコードの取得が思いのほか簡単と知り、積極的に活用しています」と語ります。

また、QRコード活用後、アクセス数や売上が増加。「一度購入した方がギフト用に再注文していただき、その贈り先からも注文が入るケースが増えました」とデータに基づいた分析も行っています。

同社では、和泉地区特産の「穴馬スイーツコーン」や「穴馬かぶら」も生産者から買い上げて販売。これらも期間限定の予約商品としてECサイト内で提供し、地域食材のPRにも貢献しています。



自社・顧客・地域の三方良しの取組みが評価される

2022年1月のリニューアル以降、新しいホームページからの売上は順調に増加し、2023年度は120万円と2倍以上に伸びました。2024年度も前年度を超える勢いが続いています。新しいホームページを見た飲食店やバイヤーからの問い合わせも増え、定期購入の販路開拓にもつながっています。地域特産品の予約販売もほぼ完売し、地域生産者の安定収入にも貢献しています。

また、これまでオンライン注文には手書きの納品書作成と郵送、払込票の作成と郵送、入金確認、記帳など事務作業が多く、約100件の注文に33時間を費やしていました。新しいホームページにオンライン決済機能を追加し、顧客の利便性向上と社員の負担軽減の両立を図りました。

事務作業の負担がほぼゼロになり、残業が減少するなど働き方も改善。担当者が本来の業務に専念しやすくなったほか、在庫ロス対策の乾燥まいたけ生産に専念できるようになりました。こうした自社・顧客・地域の三方良しの取組みが評価され、「全国ワークスタイル変革大賞2024北陸・東海大会」で最優秀賞を受賞しました。

ホームページの成功が、デジタルに対する心理的なハードルの解消に

新しいホームページには、デジタルツールに不慣れな社員でも簡単に更新できる「おりこうブログ」を導入。外部のサポートを活用し、分からない点は自らサポート窓口へ聞くことで、自社運用を可能にしました。その結果、社内全体が情報発信に積極的になり、アクセス数やデータ分析を意識した対策を考える機会も増えています。最近では工場スタッフからも、ホームページに関する意見やアイデアが出るようになりました。

林氏は「周囲では当たり前のことでも、デジタルに不慣れだと心理的なハードルが大きい。当社もなかなか手をつけられませんでした。新型コロナをきっかけに一步踏み出したことで、社員はもっとできることがあると感じるようになりました」と話します。また、「SNS連携や販促ツール制作、業務管理の効率化など、まだまだできることが多い」と、今後のデジタル活用に意欲を見せています。



専門家（ITコーディネータ）から一言

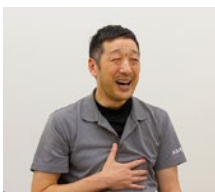
「株式会社昇竜」の取組みは、自社内で出来ることから始めたデジタル活用の好事例です。課題に対する解決手段にムリやムダがなく、イメージ通りの業務改善効果を出せていると思います。さらに、EC活用による顧客ニーズの発見や、ホームページのアクセスデータ解析など、行ったことに対する成果をしっかりと把握して成功体験へ繋げていることで、デジタル活用の良いサイクルになっています。SNS活用など新たな挑戦に期待が持てます。

取組みにかかったコスト／約140万円

(IT導入補助金で90万円補助)

相談先・活用施策／リコージャパン株式会社

お話を伺った方(役職・氏名)／統括管理部長 林 孝宗 氏



会社概要

事業者名：株式会社昇竜

代表者：嶋田 敏文

所在地(住所)：大野市川合20-30-2

従業員数：18名

事業内容：まいたけの生産、加工、販売および農産物の加工、販売など



会社紹介・取扱品目・受賞歴など：

大野市和泉地区の特産品「九頭竜まいたけ」「穴馬スイーツコーン」、福井の伝統野菜「穴馬かぶら」の生産・加工・販売を行っています。デジタル活用による自社・顧客・地域の三方良しの取組みで、全国ワークスタイル変革大賞2024北陸・東海大会で最優秀賞を受賞しました。

生産体制のDXに挑み、独自のミディトマト栽培に挑戦

株式会社無限大

事例の
ポイント

- ①最新設備の導入とIoT活用により通年出荷できる生産体制を確立
- ②収量増と食味値向上のため、赤と青の発光ダイオード(LED)を導入
- ③作業負担を軽減するため、搬送システムや移動ロボットを活用

新ハウス建設に伴い、従来の課題を解決する 独自の栽培方法に挑戦

同法人は、ミディトマトなどを生産・出荷しており、2017年に整備した約6000平方メートルのハウスに続き、2024年7月に4050平方メートルの新ハウスと集出荷施設を建設しました。既存のハウスは構造や栽培方式が福井の気候に合わない部分も多く、新ハウス建設においてはこうした課題を解決すべく、低軒高・連棟・密閉型水冷空調式・木質ペレットによる温湯暖房を採用し、低段密植栽培に挑戦。従来の1年1作から1年3作(4区画を順次植え替え)体制に変更し、大量に必要となる苗を自家育苗するため、苗の成長に必要な環境を自動制御できる人工気象室も整備しました。

また、新ハウスではセンサーで感知した日射量に比例して、トマトの株元に灌水チューブから水や肥料を滴下するシステムも完備しました。既存のハウス同様、新ハウスにおいても遠隔でハウス内の環境を監視できる環境モニタリングシステムを設置し、年間60トンの収穫を目指しています。

収量・食味値を向上させるLED補光と、 作業負担を減らすロボット導入

新ハウスでは、既存ハウスと同様にトマトを植えたベッドの真上に青と赤の発光ダイオード(LED)を敷設し、密植による相互遮蔽の減収要因をカバーしています。朝・夕の光合成を促進するため、現在は6~20時頃までLEDによる補光を実施。LED補光と環境制御による炭酸ガス濃度の調整により、収量増と食味の引き上げを実現しています。

また、従業員の作業負担を軽減するため、収穫作業などの際に作業者が乗ってペダル操作で移動できる低速移動ロボットや、収穫物をハウスから集出荷施設に台車で運ぶ簡易自動搬送システムを導入しました。こうした最新設備の導入に力を入れたのは、木子氏の「従業員18名中、女性が17名という職場なので、力仕事や無理な体勢での作業を極力減らして女性が働きやすい環境を整えたい」という思いからです。集出荷施設には自動ローラーコンベヤーや段ボールをテープで結ぶ自動結束機も新たに整備しています。



高品質なミディトマトの通年出荷が可能になり、 コスト削減や省力化を実現

新ハウスでのミディトマト栽培では、空調効果を高める低軒高・連棟のハウス構造と、水蒸気で熱を奪う水冷方式システムにより、自然換気での栽培ができなかった7~9月の猛暑下でも出荷できるようになりました。冬期間の暖房についても、従来の灯油を使った加温器と電気によるヒートポンプに比べ、新ハウスでは木質ペレットボイラーを採用したことでハウス全体の化石燃料使用量を93%削減。暖房経費も40%削減でき、カーボンニュートラルに貢献しながらランニングコストも実現しています。

栽培状況については慣行の約2.4倍となる10アールあたり5,800株の栽植密度に挑戦しながらも、適切なLED補光と炭酸ガス濃度等の管理により、以前のハウス同等以上の収穫量を確保できる目途を立てています。また、簡易自動搬送システムや低速移動ロボットなどの導入により、従業員の作業負担も軽減。省力化・軽作業化が進められています。

様々な数値のモニタリングで、 トマト栽培のノウハウ確立を目指す

2024年7月の新ハウス完成から半年以上が経ち、初めての収穫はほぼ予定通りの収量を記録しました。しかし、それ以降は果実が大きくなるといった現象もあり、初年度の収量は約20トン(6月~12月実績)を見込んでいます。木子氏は、「ハウスの構造や栽培方式に合う品種は何か、日射量に応じてどのくらいの水や肥料を与えればいいのか、一つひとつ試行錯誤しながら進めています」と話します。すでに対策を考えているとのこと、2年目の収穫増に期待が高まります。

一方、さらなる収量・食味の向上や省力化に向け、これまで属人的だったトマト栽培のノウハウを標準化することも課題のひとつです。木子氏は、「様々な条件下での機械の設定数値や作業記録などをモニタリングし、効率的な生産に活かしたいですね。また、トマトの収穫時期を一目で判断できるシステムなど、AIを活用して農業のDXを推進していけたら」と話し、独自の生産体制確立に向け今後も挑戦が続きます。



専門家(ITコーディネータ)から一言

本事例のトマト生産のDXの取り組みは、2017年からIoTやロボットを活用して効率的なトマト栽培のスマート農業を実現した。この実績を踏まえ、2024年から雪の降る気候に合うトマト栽培にチャレンジし、LED照明やパレット暖房を取り入れ、スマート農業をレベルアップした。今後、蓄積した気候や栽培等のデータ活用やAI活用によってスマート農業の最適化を目指す考えと推測する。その時々課題解決にDXを駆使して取り組み、さらに将来の発展に向けてDX活用を見据えているDX活用の事例と言える。

取り組みにかかったコスト/3億7110万円

(国・県・町の補助金含む)

相談先・活用施策/敦賀信用金庫、

日本政策金融公庫 福井支店

お話を伺った方(役職・氏名)/代表取締役 木子 博文氏



会社概要

事業者名: 株式会社 無限大

代表者: 木子 博文

所在地(住所): 三方郡美浜町興道寺40-8

従業員数: 18名

事業内容: 農産物(黒豆の枝豆、
ミディトマト、ミニトマト、
コメ、牧草)の生産販売



会社紹介・取扱品目・受賞歴など:

「人と社会に感動と影響を与える事業の展開」を目指し、創造と挑戦を続ける農業生産法人です。ミディトマト「紅い鈴」をはじめ、こだわりの農産物を生産出荷しています。2017年には最先端のハウス栽培設備を備えた「Tomato LABO Fairy Bell」を開業し、2021年度農業電化推進コンクールでは最高位の農林水産省生産局長賞(大賞)等を受賞しました。

売上の向上と人手不足の解消につながる無人店舗をオープン

フルーツのウメダ(株式会社 梅田果実店)

事例の ポイント

- ①無人店舗のオープンでスタッフを雇わなくても店舗拡大で売上増へ
- ②販売データ活用で購入行動を分析し、商品企画力をアップ
- ③無人店舗で客足は好調、今後は無人店舗での予約商品の受け取りも見据える

人手不足や売上減少を見据え、 無人店舗のオープンを決意

同社は、高級フルーツ販売とスイーツの製造販売を手がける老舗専門店です。2024年福井市にオープンした「イオンそよら福井開発店」において、「TOUCH TO GO」という無人決済システムを導入した完全無人店舗をオープンしました。

導入の理由は、今後の人口減による売上の減少および人手不足の憂慮からです。以前から検討しており、福井市内のショッピングセンターで自動販売機による缶スイーツの実験販売を行い、店舗閉店時間帯の売上や屋内設置のメリットを検証していました。

梅田氏は、「かねてから無人店舗に関心があり、設置場所を探していた」と語り、イオンそよら福井開発店への出店機会を活かして無人店舗のオープンを決定しました。TOUCH TO GOを選んだ決め手は、スタッフを配置しなくていいことや、専用アプリが不要で買い物客がセルフレジ感覚で利用できる点でした。

店舗内の各種データを分析して 新しい商品展開を見出す

同店舗は、2024年9月にオープンしてから、特に夕方以降の売上げが好調です。また、興味深いデータとして、1日の来店者数は少なくとも、1人当たりの店内の滞在時間が多店舗に比べて長いことが分かりました。買い物客にとっては、自分で見て回れることで心理的なハードルが軽減され、じっくりと商品を選べる店舗になっているようです。

また、果物スイーツなど消費期限の短い商品などを扱うため、商品の補充や入れ替えも重要です。売り場の棚には重量を測定するセンサーが取り付けられ、どの商品がいつ売れたか、どの商品が棚にないのかを本社から知ることができます。

同店舗の販売データは、専用のPCに送られ随時確認が可能です。単なる売上管理に留まらず、販売タイミングや好まれる商品の傾向も把握できます。この結果、顧客層を分析でき、データに基づいた商品企画ができるようになりました。SNSとの相性の良さも判明し、SNS投稿後の反動的な来店や購買行動がデータにも表れています。



初めてでも支払いまでの手順が分かりやすい 無人決済システム

TOUCH TO GOは、店舗内のカメラと連携しており、買いたい商品のバーコード等を読み取らなくても、自動的にレジのカメラが買い物客と商品を認識してくれます。また、操作方法が分からなくても、レジからサポートセンターに連絡すれば対応してもらえます。現金以外にも、交通系ICカードやQR決済など、多様な支払方法に対応しています。

無人決済システムの導入について、梅田氏は「有人店舗で3名分の人件費がかかることを考えると、5年での原価償却を見込んだ投資としてはいい選択」と話します。稼働時間が長い点が大きなメリットで、スタッフ募集や勤務シフト調整からも解放されます。

また、この店舗は大型商業施設の中にあり、カメラも設置されているため盗難のリスクも低減されています。梅田氏は、「盗難で起こり得る被害額より、日々の人件費等の削減効果の方が圧倒的に大きい」と話します。

AI活用で店舗と買い物客の双方に メリットのある店舗作りへ

同店舗は、入口にゲートがありますが、商品を見るだけならレジからゲートを開けて退店できるため、気軽に入れる店内に興味を持った人が多く来店します。そのおかげか、オープンから約2ヶ月で約1万人が来店するなど、客足は好調です。中でも、複数人のグループでの来店が多い傾向がみられました。梅田氏は、「無人店舗での購入のハードルが低くなれば利用者も増えます。しかし、どんな業種で何でも売れるわけではない。やはり商品に魅力があることが第一で、価格帯を訴求しSNSでの告知などに力を入れなくては」と先を見据えます。

今後は、自社HPで果物スイーツ等の注文ができ、無人店舗で希望の時間帯に受け取るシステムも検討しています。有人店舗では受取時間に制約がありますが、無人店舗であれば施設の営業時間内はいつでも受け取ることができます。

梅田氏は、「AIを活用することで、天候や売れ行きに応じて最適な商品陳列に変更できるのでは」と更なる店舗の進化に意気込みを見せます。



専門家(ITコーディネータ)から一言

取材した際「会社の未来を考えて、今から手を打っている」というお言葉が印象的でした。また、「今は消費者が慣れていないが、いずれ多くの店舗で導入され慣れてくる」ともおっしゃっており、近未来を見据えた先駆的な取組み事例です。

無人化によるコスト削減に注目されがちですが、データとして得られた顧客の購買行動をもとに商品の品揃えの改善を行うことで、売上の増加にも取り組んでいます。

データ活用による競争力強化の好事例です。

取組みにかかったコスト／非公開

相談先・活用施策／なし(自社で実施)

お話を伺った方(役職・氏名)／代表取締役 梅田 敬男氏



会社概要

事業者名：フルーツのウメダ
(株式会社 梅田果実店)
代表者：梅田 敬男
所在地(住所)：福井市中央1丁目9番23号
従業員数：10名(パート・アルバイト含む)
事業内容：果物全般販売、果実加工品
販売、飲食店運営



会社紹介・取扱品目・受賞歴など：

福井で創業90年以上の歴史を持つ果物専門店です。「新鮮かつ豊富な品揃え」をモットーに、新鮮なフルーツギフトやスイーツを豊富に取り揃えており、お客様に提供しております。福井市内に3店舗(うち1店舗が無人店舗)を構え、石川県金沢市に1店舗、オンラインショップも運営しております。

複数の宿泊予約サイトを一元管理し、おもてなしの時間を創出

Dinosaur Agri/Guesthouse

事例の
ポイント

- ① サイトコントローラーで予約を一元管理し、二重予約を防止
- ② 宿泊予約サイトからの情報を報告用の統計資料等に活用
- ③ 時期に合わせた価格設定やお問い合わせ対応にAIの活用を目指す

予約の受付や宿泊者の報告などの作業が積み重なり運営が困難に

勝山市にある県立恐竜博物館は、特に親子連れに人気の福井を代表する観光スポットですが、市内の宿泊施設は圧倒的に足りておらず、市外で宿泊する人が大半です。山場氏は、故郷勝山へのUターンを機に、社会問題化している空き家対策と地域活性化の両立を目指し、ふくい産業支援センターの「Uターン移住創業支援事業助成金」等を活用して、2023年に恐竜がテーマの宿泊所を、実家をリフォームして開業しました。

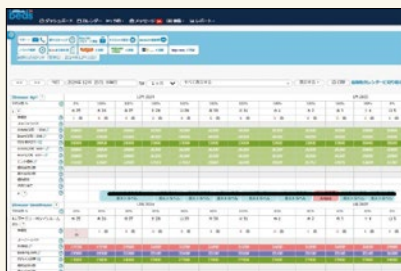
恐竜好きの親子連れに大人気で、親子3人で運営しているものの、事務作業の煩雑さに追われる日々が続いています。山場氏は、「予約情報は、宿泊予約サイトごとに形式や項目が違うので、予約の通知が来るとスマホからカレンダーアプリに情報を1件ずつ入力し、LINEなどで対応作業の指示をしていました」と不便さを感じていました。また、民泊(ゲストハウス)は定期的に宿泊者の人数や属性を報告しなければならず、集計などにかなりの手間がかかっていました。

サイトコントローラーで複数の宿泊予約サイトをまとめて管理

山場氏は、複数の宿泊予約サイトで客室の空きや宿泊価格、宿泊者の予約情報などを一元管理できるサイトコントローラーに着目し、「beds24」を導入しました。

導入前は、サイトごとに予約情報を確認して事務処理をしていたため、掲載する宿泊予約サイトが増えるほど、管理が複雑になるのが課題でした。サイトコントローラーを利用することで、キャンセル後の予約の再受付や満室時の予約停止を自動化することができました。さらに、登録情報をcsv形式(Excelで扱えるファイル形式)で出力することもできるため、報告のための統計資料の作成に活用しています。

また、DX推進の勉強として、ふくい産業支援センターの「ふくいDX経営塾」にも参加し、Googleの「Looker Studio」を活用して、データの分析や見える化を行う手法などを学びました。



事務作業の時間をお客様に合ったおもてなしの時間に

サイトコントローラーの導入を機に、予約受付と支払いの方法も見直しました。宿泊の予約・キャンセルは宿泊予約サイト経由のみとし、支払いも予約時の事前決済のみに変更しました。広報・集客は、宿泊予約サイトの施設紹介のページをメインとし、各サイト内で完結できる体制を整えました。

山場氏は、「電話による予約管理ミスや共有忘れが起きなくなったほか、事前決済に限定したことでレジや現金を置く必要がなくなり、予約管理や金銭管理にかかる作業がかなり軽減されました」と効果を実感しています。また、サイトコントローラーからの予約情報は、宿泊台帳のデータベースとして、備品や消耗品を効率よく準備するリストなどに活用しています。

山場氏は、「今後はRPAなどで手入力作業の自動化を進め、事務作業にかかる時間をさらに削減し、スマホがあればどこでも予約情報を閲覧・共有し、仕事ができる環境を目指していきたい」と展望を語ります。

価格設定やお問い合わせの回答にAIの活用を

勝山市の宿泊施設は、祝前日や連休期間は満室になるものの、平日はほとんど予約が入らないという課題があります。対策として、繁忙期と閑散期の価格を柔軟に変えていくダイナミックプライシングの実施を検討しており、AIで価格を設定できないかと模索中です。山場氏は、「チェックインの受付時間など、よくあるお問い合わせもAIチャットボットが活用できると思っています。宿泊後の評価やレビューへの返答も、AIなどの活用である程度は自動的に対応していきたい」とAIの活用に積極的です。また、広報・集客ではSNSへのショート動画などの掲載にも挑戦してみたいと意気込みます。

山場氏は、「まずは事務作業のデジタル化を推進し、宿泊サービスの向上や農業関連の仕事に携われる時間を作ることが目標です。空き家・空き地・耕作放棄地対策という地域課題に取り組みながら、充実したセカンドライフを過ごすロールモデルになれば」と目を輝かせました。



専門家(ITコーディネータ)から一言

宿泊施設の運営方針として、おもてなしなど顧客との関わりに従業員の時間を使其い、事務作業はデジタル化で徹底的に効率化を図るといふ、あるべき姿を明確に意識したうえでデジタルを活用している好事例です。また、デジタル化によって得られる顧客や予約のデータを、顧客に合った準備などの対応でしっかりと活用しています。もともと何を目標していたのかという点で、ぜひ参考にさせていただきたいと思います。

取組みにかかったコスト/約200万円

相談先・活用施策/(公財)ふくい産業情報センター、勝山市
お話を伺った方(役職・氏名)/

代表 山場 数範氏(Dinosaur Agri)



会社概要

事業者名: Dinosaur Agri/
Guesthouse

代表者:

山場 数範(Dinosaur Agri)、
山場 美千代(Dinosaur Guesthouse)
所在地(住所): 勝山市昭和町3丁目1-43-5
従業員数: 3名
事業内容: 宿泊業



会社紹介・取扱品目・受賞歴など:

空き家・空き地・耕作放棄地の活用を通じた地域課題の解決を目指し、相続した土地や家屋を利用した、農業体験もできる恐竜が満載の1棟貸し宿です。さらに実家をリノベーションした恐竜宿泊所も併設し、口コミサイトで高評価を得ています。

ノーコードツールの教育プログラムで学び自店舗独自のアプリを作成

株式会社 五目亭

事例の ポイント

- ①教育プログラムで学び、ITが苦手でもアプリを作れるように
- ②まずはバックオフィス業務の効率化を目指し、年間300時間を削減
- ③自作アプリの運用を広げ、五目亭公式アプリの提供を目指す

属人的で作業の多さが課題だった 紙でのバックオフィス業務

福井市と坂井市に飲食店を展開する同社は、約6年前からExcelでのシフト管理やPOSレジの導入など、業務のデジタル化に取り組んできました。部長の五十嵐氏は、「一番の課題は紙ベースの事務作業ですが、なかなか手を付けられずにいました。長年にわたり属人化された状態が続き、効率の面でも改善する必要があります。」と語ります。以前は、各店舗で売上などの営業日報を紙に記入し、タイムカードとあわせて本部にFAXで送信し、その内容を本部でExcelに入力して差異がないかを確認するという手法でした。

五十嵐氏は、「システム導入にかかる費用が高額なことや、店舗運営における優先度が低いと考えていたことから後回しになっていましたが、店舗運営改善のためにもあきらめるわけにはいかないと考えていました。」と振り返ります。どのように進めていけば分からない中で、ふくい産業支援センターからノーコードツールの教育プログラムを紹介され、この機に取り組んでみようとして自ら参加しました。

営業日報や勤怠管理のアプリを ノーコードツールで内製化

五十嵐氏は、アプリを簡単に構築できるノーコードツール「Adalo」で、業務アプリの自作ができるようになる教育プログラムを自ら受講しました。プログラミングやアプリ開発の知識はほとんどない状態からのスタートでしたが、充実したサポートもあり約2ヶ月で営業日報と勤怠管理のアプリを自作できるまでになりました。

日報とタイムカードは、従業員が店舗で使用しているスマートフォン型の注文端末から入力します。五十嵐氏は、「タブレットも考えましたが、年配の方でもスマホは使い慣れていますが、仕事で使い慣れている注文端末を使うことで、抵抗なくアプリに移行できるようにしました」と戦略を語ります。入力する項目は最小限に絞り、これまで計算機で算出していた項目はすべて自動計算にしました。前年の実績と比較でき、数値の入力ミスを防ぐ機能も加えました。表示される文字は、年配のスタッフに配慮して大きめに、活用しやすいように工夫しました。



事務作業の時間を お客様へのサービス向上の時間へ

営業日報アプリは、2025年3月にまず1店舗で試験導入することを目指し、現在はテスト運用として従業員に実際に操作してもらっています。五十嵐氏は、「思っていたよりも抵抗なく操作できていますが、使い勝手の悪い部分があるので、従業員の意見を聞きながら少しずつ改善しています。電話やチャットでサポートが受けられるので、分からないことがあればすぐ相談できるのが心強いです」と本格導入に向けて進めています。

売上や勤怠を紙で管理していた時は、営業日報とタイムカードの事務処理に毎日約1時間50分を費やしていました。しかし、アプリを活用すれば1日に約50分、年間で約300時間の作業時間を削減できる見込みです。事務作業の負担を減らし、属人化を改善するのはもちろん、削減できた時間でお客様へのサービス向上等につなげたいと意気込みます。

また、導入済みのPOSレジには分析機能がありますが、今までは勘と経験が頼りで活用できていなかったため、ChatGPTをBI(データから必要な情報を分析する)ツールとして使い、アプリからのデータとあわせて経営判断に取り入れていくことにしました。

自作アプリの成功体験が次のDX推進の意欲に

同社は、従業員の育成にはこれまで紙の教育マニュアルを用いてきましたが、どこまで学んだかを把握しにくく、教育が十分に行き届いていないと感じていました。そこで、マニュアルを動画や文章にして、学習後にチェックを入れる機能を実装した社内教育アプリの作成を目指しています。さらに、お客様情報から隠れたニーズを分析し、商品開発やサービスに反映させるために、ポイントカードを紙からアプリへ移行することを目指して、五目亭公式アプリの作成にも着手しています。

学習プログラムを受講して、業務で使えるアプリを自作できた経験が自信となり、五目亭としてデジタル化に意欲的に取り組めるようになりました。五十嵐氏は、「アプリを自作できれば、課題を低コストで早く解決できます。今回のプログラムで学んだことを次のDXに生かしていきたい」と語り、人間力を生かした接客やチームワークとデジタル化のバランスをとりながら、体験価値の高いお店作りを目指していきます。



専門家(ITコーディネータ)から一言

五十嵐氏は、「ふくいDX経営塾」で自社の変革に向けて積極的に取り組み、先ずはやってみようという考え方でチャレンジされています。これは、DX活動の基本となるトライアンドエラーを短期間で繰り返すことと同意であり、今後のデジタル基盤の活用機会の拡大やサービスの充実に繋がると思います。

今後は、現代社会において個人情報の取扱いがきびしくなっていますので、仕組みを考える際にはセキュリティ対策も当初から考慮されると良いと考えます。

取組みにかかったコスト／5000円／月

(アプリのシステム「Adalo」使用料)

相談先・活用施策／(公財)ふくい産業支援センター、
福井県(CO-FUKUIプロジェクト)

お話を伺った方(役職・氏名)／取締役 五十嵐 淳氏



会社概要

事業者名：株式会社 五目亭
代表者：五十嵐 忠和
所在地(住所)：福井市新保北1-409
従業員数：50名(パート・アルバイト含む)
事業内容：ラーメン店・蕎麦店の運営



会社紹介・取扱品目・受賞歴など：

福井市と坂井市で、ラーメン店「旬菜麺茶屋 五目亭」を3店舗、蕎麦店「そば茶屋 甚右衛門」を2店舗運営しています。福井の食材をメインに使用した体に優しいラーメンが自慢で、子どもから大人まで幅広い層に親しまれています。

予約・顧客管理システムの導入で顧客対応向上と新規案件受注に

株式会社山本タイヤ商会

事例の
ポイント

- ①ベンダーと協議しながらのシステム導入で希望どおりの機能を実現
- ②顧客との接点をハガキからSMSにすることで返信率や成約率が向上
- ③システムによる効率化が結果的に新規案件獲得につながる

紙での顧客・案件管理によって、ミスが発生し商機も逃す

同社は、タイヤの販売・点検・交換・保管を主軸とし、個人・法人・カーディーラー向けにサービスを提供しています。タイヤ交換と保管のサービスを、10年前にホームページで打ち出し、利用者は年々増加していました。しかし、顧客情報(車番・車種・使用タイヤなど)や予約管理などを、全て紙で運用していたため、担当者しか状況を把握できない状況が続いていました。その結果、社内での情報共有が不十分となり、連絡不足による人為的ミスが目立つようになりました。

書面管理の限界を感じた若杉氏は、「社員のストレスや負担を軽減し、商機を逃さずお客様に最適な商品を提案し、売上を伸ばしたい」と考え、DX実践に踏み切りました。市販の予約システムでは必要な機能のカスタマイズが難しく、かえって非効率になることを懸念し、対話を重視する地元ベンダーにシステム構築を依頼。若杉氏は、「最初から多機能にせず、予約管理と顧客情報の共有に特化し、一覧性を優先しました」と語ります。

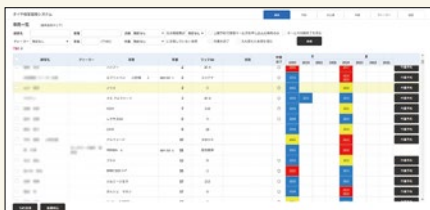
社員参画のシステム導入で現場が本当に使いやすいシステムを実現

システム化の取組みには社員も積極的にに関わり、システムに求めることをベンダーと週に1~2回話し合いました。画面でシステムの機能を確認しながら議論を重ね、より実用的な仕組みを構築しました。主には、

- ①タイヤ交換の予約時に顧客を検索し、作業予約を簡単に行える機能
- ②保管タイヤの場所や本数をチェックできる機能
- ③当日の車両受入れや在庫状況を把握できる機能
- ④社員全員が予約状況をリアルタイムで確認できる機能

などをシステムに実装しました。

さらに、社員の意見を取り入れ、顧客のタイヤ状態を事前に入力し、予約時に買い替えが提案できるように見積りを伝えること、作業日時やお知らせをSMS(ショートメッセージ)で送信し、顧客とのやり取りをスムーズにする機能も持たせました。これにより、車両と顧客情報の一元管理が可能となり、大幅な作業効率化につながりました。



システムによる全体的な業務効率化が新規顧客獲得に

従来、1件につき約4分かかっていた予約受付が、システム導入により約30秒で完了。1シーズンに約66時間費やしていた業務を、わずか約8時間に短縮できました。さらに、明日作業予定の顧客の一覧とタイヤの保管場所が表示できるため、前日からタイヤの準備もできるようになりました。この結果、社員に新規案件を受け付ける余裕が生まれ、新たに約30台の車両を抱える法人との契約を獲得できました。また、これまでハガキで送付していたタイヤ買い替えの案内をSMSに切り替えたところ、返信率が向上しタイヤ購入率もほぼ100%に達しました。

若杉氏は、「社員がデータをもとに在庫確保を進言するなど、営業や販促のアイデアを積極的に出してくれるようになりました」と手応えを感じています。繁忙期のシステム導入は避け、10月からスタッフ全員が入力を行う試験運用を開始。不具合をベンダーにフィードバックしながら、スムーズに導入を進めたことも成功の要因となりました。業務に追われるのではなく、次の準備を行う時間的な余裕が生まれたことで、社員の働き方にも良い影響が広がったと語ります。

システムによる顧客対応の向上でディーラーとの連携強化

パソコン操作に慣れていない社員が多く、今のところシステムの構築や導入において大きな混乱はありません。会社全体が顧客対応改善に一丸となって取り組むことで、成果が上がっています。実際にシステムを運用したところ、法人顧客の作業後に請求漏れがないように、請求や売上に関するチェック機能が必要だと分かり、帳簿との連携をシステムに追加することが今後の改善課題となりました。

継続的に売上を伸ばすために、若杉氏は「今後はディーラーの販売支援に力を入れたい。ディーラーがタイヤ交換と保管のサービスを見込み客に伝え、契約に結びつける手段として活用してほしい」と話します。この取組みによって、ディーラーは車の販売が進み、同社はタイヤ販売と継続的な利用が見込め、お客様はタイヤ脱着の手間が省けるといふ三者にとってのメリットが実現します。さらに、本予約管理システムをトラック向けに応用することで、法人顧客を増やすビジョンも見据えています。



専門家(ITコーディネータ)から一言

タイヤ業界の流通改善によって新品タイヤ用の在庫倉庫が空いたことから開始したタイヤ預かりサービスですが、顧客が順調に増えてきたことで手作業による事務作業に限界が生じ、倉庫のキャパはあるのに新規顧客を受け入れられない状況に危機感を感じたことからデジタル化に取り組んだ事例です。

独自のソフトを開発する際に、社員を巻き込んだことやITベンダーと良好な関係を築いたことから、現場の知恵を盛り込んだ「痒い所に手が届く」ソフトを開発した好事例です。

取組みにかかったコスト/非公開
相談先・活用施策/ふくい産業支援センター
(ふくいDX加速化補助金)
お話を伺った方(役職・氏名)/代表取締役 若杉 誠氏



会社概要

事業者名: 株式会社山本タイヤ商会
代表者: 若杉 誠
所在地(住所): 福井市勝見3丁目21-3
従業員数: 5名
事業内容: タイヤの販売、点検・交換、保管



会社紹介・取扱品目・受賞歴など:

タイヤの販売・点検・交換・保管などを一貫して対応することが可能です。特に、タイヤの交換+点検+保管がセットになった、「タイヤ管理安心パック」は多くのお客様に好評をいただいております。また、自家用車以外に業務用車両(社用車・大型トラック・バスなど)のタイヤに関することも承っております。

令和7年度 DX推進事業のご紹介

ふくいDX加速化補助金の

募集を開始します

福井県内の中小企業等が実施する、デジタルツールを活用し、業務効率化や生産性向上、業務等の変革を図り、業務上の優位性を確立する取組みに必要な経費を支援します。

募集期間 (予定)	<1次募集> 令和7年4月1日(火)～5月30日(金) 17時(必着)
	<2次募集> 令和7年7月1日(火)～7月31日(木) 17時(必着)
補助率	1/2(小規模事業者の場合2/3)
補助限度額	400万円

募集期間等に変更になる可能性があります。
最新情報はホームページ等でご確認ください。
<https://www.fisc.jp/subsidy/dxkasoku/>



DX専門家派遣の募集を開始します

DX専門家を最大3回まで無料で派遣し、デジタル化に向けたヒアリング・指導・アドバイス等を実施します。その内容をまとめたものは報告書として提出します。

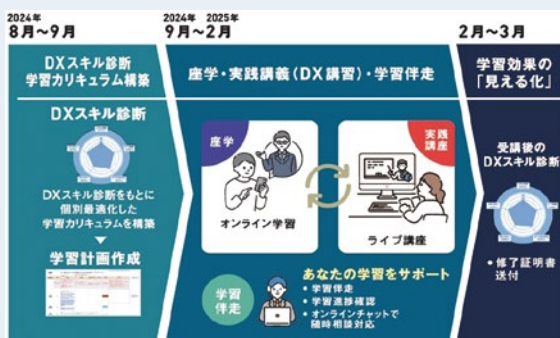
募集期間 (予定)	令和7年4月1日(火)～12月末
募集対象	福井県内に事務所等を有する事業者 (業種等は問いません)
定員	50社
派遣回数	最大3回まで
費用	無料

募集期間等に変更になる可能性があります。
最新情報はホームページ等でご確認ください。
https://www.fisc.jp/itdx/dx_haken/



ふくいDXスクールを実施します

県内企業で働く方のリスキリングを支援する研修です。実践的な知識を学べる「ライブ講座」と、基礎的な知識を好きな時に学べる「オンデマンド講座」を受けることができます。また、学習伴走パートナーがあなたの学習を全面的にサポートします。



受講期間(予定)	令和7年7月～令和8年2月
実践ゼミの コース(予定)	①業務効率化コース ②集客・販路拡大コース ③経営戦略コース
募集期間(予定)	令和7年5月中～6月中
受講料	25,000円(1人あたり)

募集期間・研修コース等に変更になる可能性があります。
<https://www.fisc.jp/dx-school/>
(参考：令和6年度ホームページ)



ふくいDX経営塾(第2期)を 開講します

県内企業の経営者等の方を対象に、DXの本質となる考え方や様々な手法を、豊富な実習やワークショップなどで体験しながら学べる講座です。講座の最後には、自社ですぐに実践できるDX計画として「DX経営計画」を作成します。

募集期間 (予定)	令和7年5月7日(火)～7月10日(休)
開講期間 (予定)	令和7年7月11日(金)～11月14日(金) ※全9回を予定(原則、隔週)
対象者	県内企業の経営者、後継者および経営幹部等の方
定員	10社(各社2名での受講を推奨)
受講料	無料

募集は、ふくいDXオープンラボの研修等申込みページ(Doorkeeper)で行います。
事前にメンバーになっていただくと、メルマガ等で最新情報をお届けします。
<https://dxlab.doorkeeper.jp/>



WEBで見れるDX事例サイト運営中

業種やジャンル別の検索も可能です!



<https://dxfukui.jp/case/>

ふくいDXオープンラボのご紹介

当ラボでは、県内中小企業のデジタル活用、DXへの取組みを支援しています。

[支援施策]

- 専門家の窓口相談
- DX専門家の派遣
- DX関連の展示見学・体験
- DX関連テーマの研修・勉強会・研究会
- DX関連補助金 等

ふくいDXオープンラボ

〒910-0296 福井県坂井市丸岡町熊堂3-7-1-16

(福井県産業情報センタービル1F)

電話番号: 0776-67-7404 E-mail: dxlab@fisc.jp



ふくいDXオープンラボ

Fukui DX Open Lab

<https://www.fukui-dxlab.com/>