

生活衛生 だより

2023

4

No. 208

業務効率化 特集

■経営アドバイス

DXで小さなお店の業務を効率化

■せいえい三つ星レポート “キラリ” と輝く経営事例

- ◆ 飲食業 Anplagd(愛知県)
- ◆ 旅館業 株式会社あぶらや燈千(長野県)

■トピックス

- ◆ トピックス No.1 生衛組合の事業承継支援の取組み
- ◆ 兵庫県飲食業生活衛生同業組合
- ◆ 大阪府美容生活衛生同業組合
- ◆ トピックス No.2 生衛業の経営工夫事例

経営アドバイス

DXで小さなお店の
業務を効率化

株式会社OCL 代表取締役

よ つ やなぎ しげ き
四ッ柳 茂樹

中小企業診断士・ITコーディネータ。京都大学、同大学院工学研究科情報工学専攻修了。NTT 研究所にて次世代ネット活用の研究を行い、2年間で特許12件提出。独立後は、アイデア発想や最新IT技術の知識を活かし、起業家・中小企業の独自性を高めるためのIT・経営・補助金等の支援を行う。6,000件以上の相談経験と、相談者の知識に合わせたやさしい教え方が好評で、セミナー講師としても各地で活動中。専修大学や千葉商科大学にて非常勤講師も務める。著書「理系アタマのつくり方」(サンマーク出版)、「あたりまえだけどなかなかできない起業のルール」(明日香出版社)など

URL: <https://www.ocl.co.jp/>

はじめに

最近話題になっている『DX(Digital transformation)』。聞いたことがある方も多いのではないのでしょうか。「DXって何のこと?」、「うちの商売には関係ない



家庭用スマートスピーカー。IoTは我々にとってより身近な存在になりつつある

よね」と思った方もいるかもしれません。しかし、この『DX』、小さなお店においても段階的に行うことで、業務の効率化に繋げられる取組みなのです。本稿では、お店でのDXの活かし方について、データや事例を交えながら解説していきます。

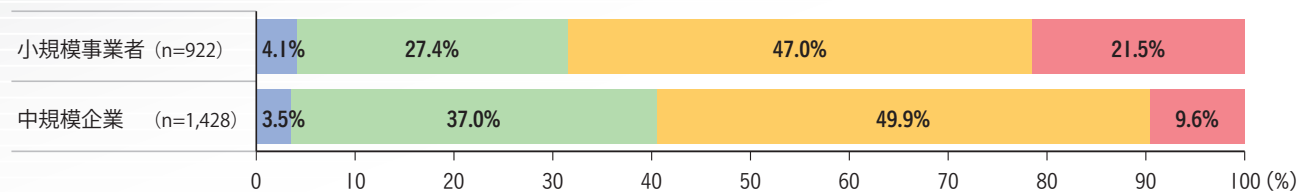
『DX』とは、細かな誤解を恐れずに言うと、コンピュータ等を使った業務の効率化や見える化のことです。「それなら昔からあるじゃないか。何が違うの?」と考えた方もいるかもしれません。『DX』がこれまでのIT化、デジタル化と違うのは、①「技術の進歩」と②「環境の変化」によって、経営そのものに影響を与えるようになったことです。

年々、「技術の進歩」とともにコンピュータが使われる分野が増えています。従来インターネットに接続されていなかった様々なモノをネットワークでつなげ、連携して動かすこともできるようになりました。これは「IoT(モノのインターネット)」と呼ばれ、家庭でもスマートフォンの操作や音声だけで電子機器のオン・オフができるようになる、スマートスピーカー(AIスピーカー)が導入されるなど、より身近になりつつあります。また、画像・映像認識技術の向上により、これまで人の目でないと認識できなかったことが自動認識できるようになりました。例えば、最近では近づいてくる歩行者の年代や性別を認識して、それにあった商品を表示する自動販売機がでてきています。

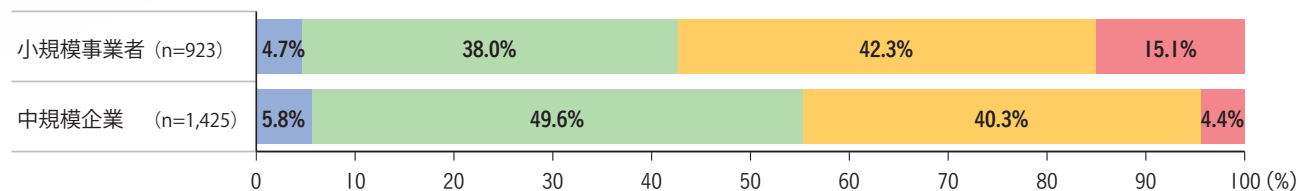
また、「環境の変化」は、スマートフォンの普及

図表1 デジタル化の取組状況

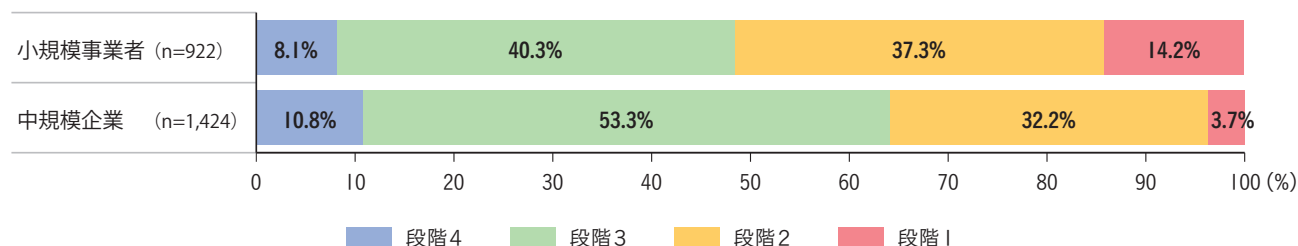
①感染症流行前(2019年時点)



②感染症流行下(2020年時点)



③現在(2021年時点)



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート」
 (注)デジタル化の取組状況として「分からない」と回答した企業は除いている。

出典：2022年版 小規模企業白書第2部第3章第2節 再編・加工

が大きいでしょ。令和4年版情報通信白書によると、スマートフォンの世帯普及率は、2011年の29.3%から2021年には88.6%と大幅に伸び、パソコンよりもスマートフォンでホームページ等にアクセスすることが多くなっています。加えて、インターネットショップでの買い物や、アプリ(LINEなど)を使った代金の支払いを利用する消費者も増えています。

このように、「技術の進歩」と「環境の変化」により、消費者の行動の変化やニーズの多様化が進んでいます。多くのサービスが世の中に溢れる中、データを活用して消費者に最適なサービスを提案することが求められているのです。

ここ数年で、デジタル化(広い意味でのDX)を行っている事業者は、大きく増えています。ここで、2022年版小規模企業白書の「事業者のデジタル化の取組状況」(図表1)をご紹介します。この調査は、小規模事業者・中小企業のデジタル化の取組みを4つの段階に分け、それぞれの取組割合を明らかにしたものです。

この4段階というのはどういったものでしょうか。以下は、ご自身のお店がどの段階なのかを考えながらご覧ください。

■ 段階1

紙や口頭でのやり取りが中心であり、デジタル化による業務の効率化は図られていない状態

■ 段階2

連絡に社内メールを使用、会計処理・給与計算・売上日報などにパソコンを利用するなど、アナログからデジタルに向けたシフトを始めた状態

■ 段階3

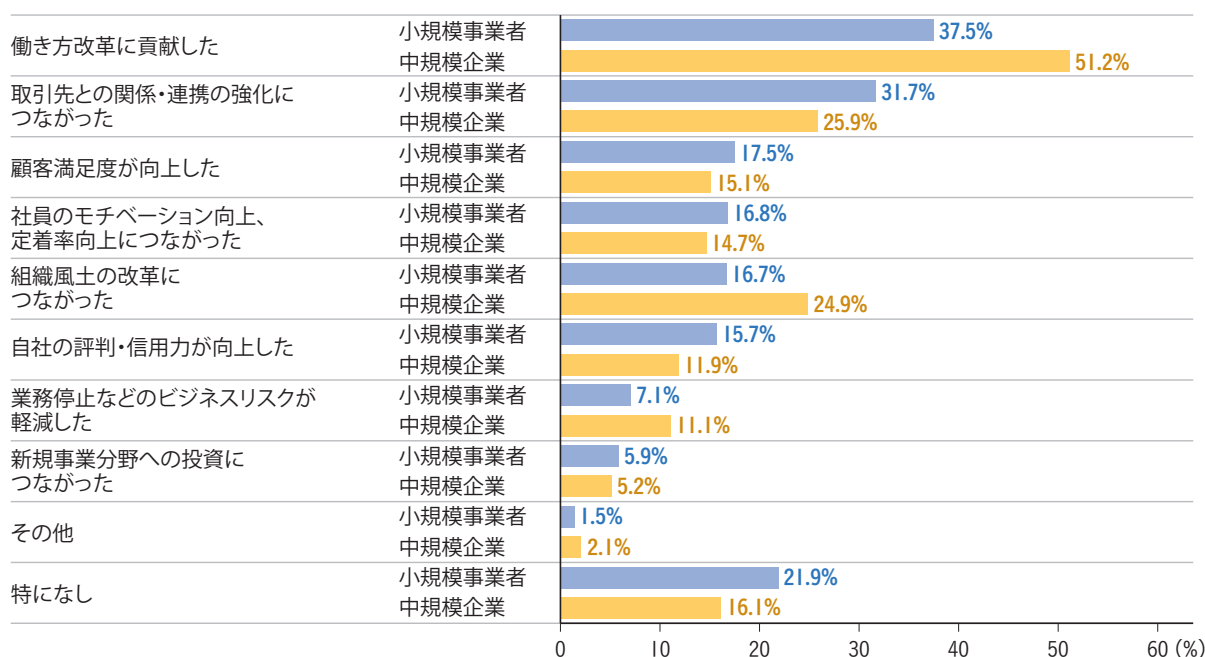
業務効率化のための社内規定の整備や業務フローの見直しなどに取り組み、商品・サービス別売上の分析や、顧客管理、在庫管理などに向けたデジタル化に取り組んでいる状態

■ 段階4

マーケティング・販路拡大・新商品開発・ビジネスモデル構築などのためにデータが統合されたシステムなどを活用することで、デジタル化による経営の差別化や競争力強化に取り組んでいる状態

段階3・段階4に取り組んでいる小規模事業者の割合を見ると、31.5%(2019年)→42.7%(2020年)→48.4%(2021年)とコロナ禍を経て大きく増

図表2 デジタル化の取組による付随効果



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業のデジタル化と情報資産の活用に関するアンケート」

(注)

- 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
- 各回答数(n)は次のとおり。小規模事業者：n=606、中規模企業：n=1,073。
- 業務効率化以外のデジタル化に向けた取組の効果として「デジタル化に向けた取組を行っていない・分からない」と回答した企業は除いている。

出典：2022年版 小規模企業白書第2部第3章第2節 再編・加工

えていることがわかります。

では、段階を進めていくと、業務効率化以外にもどのような利点があるのでしょうか。同じく小規模企業白書の調査によると、図表2のような効果を感じる事業者が多いようです。業務の効率化とともに、顧客との関係に好影響を与えることによって、業務改善につながったと考えられます。

このように、デジタル化はさまざまな業務改善にも役立っています。令和3年版経済財政白書では、DXは『デジタル機器の導入や単なるアナログ情報のデジタル化にとどまらず、ビジネスモデルの変化をもたらすもの』と書かれています。一歩でもデジ

タル化の段階を進めることが、業務効率化と業務改善につながるのです。

DX事例① 旅館

では具体的にどのような業務の効率化が図れるのか、具体的な事例をもとにご紹介します。

まずは、旅館がDXに成功した事例です。多くの負債を抱えて倒産の危機にあったとある旅館は、スタッフ間の情報共有がなされておらず、勤務管理体制もずさんになっていたことから、非効率な運営が行われており、顧客からのクレームにつながっていました。そこで、業務効率化と省力化、スタッフ間の情報共有のためにDXに取り組みました。いきなり全てを変えるのではなく、部分的に導入でき、使用した分だけの料金を支払うインターネット上のサービス(クラウドサービス)を利用することにしたのです。

はじめに予約システムを導入し、顧客管理、スタッフの勤務管理、コミュニケーションを行える業務連絡のシステム、会計・売上管理と、少しずつ導入を行っていきました。

システムの導入により、業務効率化が実現できたことから、有給休暇の完全消化に取り組むことができるなど、旅館の働き方改革を行うことができ、ス





スタッフ満足度の向上と離職率の大幅低下にもつながっています。結果として、スキルの高いスタッフが定着するとともに、伝達ミスがなくなり、顧客の名前もスタッフに共有して声掛けできるようになりました。サービス品質を向上させたことで、ポータルサイトでの評価も上がり、黒字化に成功したのです。

DX事例② 飲食店

続いての事例は、観光地の老舗飲食店で事業を承継した社長が、これまでの非効率な業務を変えようと、DXに取り組んだものです。業務効率化による付加価値向上とコスト削減が必要だと考え、まず日々の注文履歴を表計算のデータとして、パソコンに打ち込むところから始めました。その日の天候や気温なども合わせて記録・分析を行うことで、売上の傾向を把握できるようになり、さらに、蓄積したデータをもとにメニューの入れ替えを行ったことで、売れ筋の商品を増やすことができ、客単価も大幅に上昇しました。

その後、日々の注文履歴のデータはPOSレジにて蓄積できるようにし、売上データはAI(人工知能)による機械学習を行うアプリを利用することで、来客予測を行えるようにしました。その結果、適切な仕入れを行うことができるようになり、フードロスも減少しました。また、来客予測を行えるようになったことで、必要な人員のみを適切に配置することができ、雇用人数を抑えられたことで、人手不足にも対応できています。

さらに、事務作業においても、スタッフのタイムカードの電子化や、インターネット上から銀行口座やクレジットカード情報を連携できる、「クラウド会計ソフト」を導入したことで、これまでの事務作業時間が大きく減り、その時間を販促活動等の、別の作業に充てられるようになりました。

DX事例③ 顔認識システム

他にも、カメラ映像による顔認識での本人認証や性別・年齢の推測が可能となる機器を導入した事例もあります。あるホテルでは、チェックイン時に、検温と手指の消毒を行う機械とカメラを連携し、カメラに顔を向ければ、検温・消毒が済んでいることを確認できるシステムを導入しました。顔認証ができていたので、チェックアウトの際にも、システムがどの部屋の顧客がチェックアウトしているのかを瞬時に判断して、フロントスタッフへのお知らせ通知や自動チェックアウトが可能となっています。

先ほど挙げた旅館では、大浴場の温度や入浴者数などをセンサー等で自動監視するなどして、効率化を行っています。また、同じく先ほど挙げた老舗飲食店でも、カメラ映像やセンサーからお店周辺の通行人数や特徴、入店する顧客の割合を把握することで、有効な看板やチラシについて分析を行い、改善しています。このような機器の導入には、一時的にコストが掛かりますが、それによる業務効率化を考えると、投資以上のメリットを受けられることも多いでしょう。



これからDXに取り組むには？

DXを具体的に進めるには、現状を把握した上で、一つずつ順番にやっていくことがよいでしょう。ここでは、最初に見たデジタル化の4段階より、3つのステップで考えてみます。

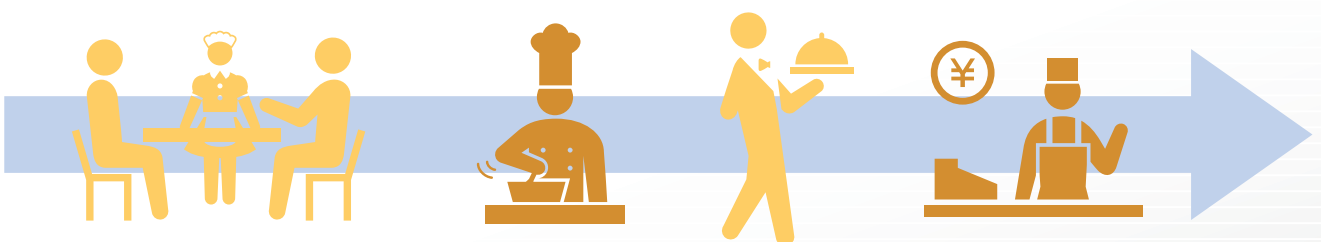
ステップ1（段階1→段階2） データを収集し、データ化できないか考える。 また、データに関連するシステムを導入する。

お店を運営している中で得られる情報・データは数多くあります。飲食店の例でいえば、顧客が来店した際の業務の流れを、①料理の注文、②調理と配膳、③会計の3つに分けることができます。すぐに得られるデータは、注文した商品とその代金です。それ以外に得られるデータとしては、顧客の年齢・性別、顧客の来店時間や滞在時間などが挙げられます。その日の天候、曜日などによっても顧客数が変わるでしょうから、そういった情報を記録すること

も有用そうです。また、お店スタッフ側に目を向けると、勤務時間の管理に加え、調理時間や配膳のスピードを含め、どの業務にどの程度時間を使ったかを測ることができるかもしれません。

まずは、日々のこれらの情報を表計算のデータとして、パソコンに打ち込んでみましょう。データを収集することで、今まで感覚的にしか認識できていなかった、曜日や時間帯による顧客の増減、年代による注文商品の違い、スタッフの各作業に係る時間などを、根拠を持って知ることができるようになります。メニューの見直しだけでなく、材料の準備やアルバイトスタッフの勤務時間など、多くのことを勘ではなくデータに基づいて決められるようになるのです。

しかし、全ての情報を人が記録するのでは、莫大な時間が掛かってしまい、非効率です。そこでこのデータの収集や分析を、人の代わりにシステムを使っていきます。DXを本格化させるための主なシステムとしては、以下のようなものがあげられます。
①予約、顧客、在庫管理などの管理システムの導入（POSレジやキャッシュレス決済の導入等含む）



②勤務管理、給与計算、会計処理などの経営システムの導入

これらを行う上では、それぞれにソフトウェアもありますが、インターネット上で安価な使用料で提供されている「クラウドサービス」を使うとよいかもしれません。どのようなサービスがあるかは、公的機関の無料専門家相談等を活用すると良いでしょう。ステップ2以降の個々の管理を連携させることも考えた上で、サービスを導入しましょう。

ステップ2（段階2→段階3） 今の業務の流れが最適なのかを考える。

次のステップとして、業務の流れそのものをより効率的にできないか考えましょう。スタッフの作業手順をマニュアル化し、スタッフ間で共有することで、非効率な作業を洗い出すことができます。

既に他店舗で行われている仕組みをそのまま導入することで、最適な業務の流れを作る方法もあります。その際には、スタッフに理解してもらいながら進めることが大切です。

業務の見直しに必要な機器やシステムを導入するときには、既に導入されている機器やシステムと連携して、データのやり取りを自動化できるようにします。同じIT会社の複数のシステムやサービスを使用している場合には、すぐに連携できる場合も多いですが、そうでない場合には、どのように連携するかを考えていく必要があります。このステップからは、システムエンジニア、IT会社などの専門家に関わらせたほうがスムーズでしょう。

ステップ3（段階3→段階4） データを有効に連携させて 他社との差別化を図る。

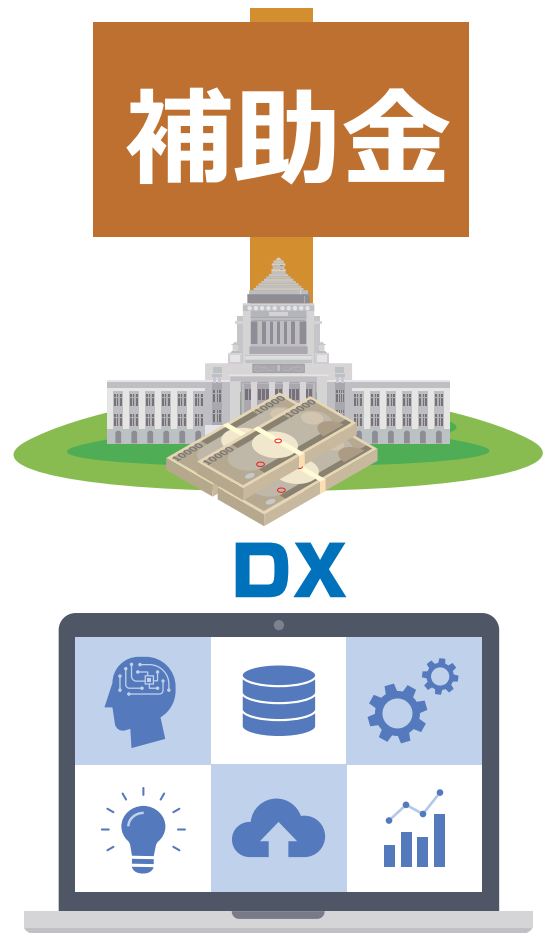
全てのデータを有効に連携させることで、他店にはないサービスの提供や商品開発、業務効率化で差別化を図ることもできます。これにより、競合にはない独自性を発揮することができるようになります。

ステップ3まで実行することは大変かもしれませんが、今より少しでもステップを進めることが、業務効率化に繋がっていきます。

DXに使える補助金

ソフトウェアや設備を導入をする場合、ある程度の資金が必要です。国は様々な補助金によりサポートを行っていますが、関連が深いと思われる2つの補助金をご紹介します。

1つ目は「IT導入補助金」です。これは、中小



企業・小規模事業者等を対象に、ITツールの導入等、DXによる業務効率化・売上アップをサポートするものです。細かな要件等については、同補助金のホームページをご覧ください。

2つ目は「小規模事業者持続化補助金」です。こちらはスタッフ数が少ない小規模事業者のみが応募できる補助金で、販路開拓等の取組みの経費の一部を補助するものとなります。設備の導入とともに、広告宣伝の費用等も補助対象になります。詳細はお近くの商工会・商工会議所に相談してください。この補助金は、計画を商工会・商工会議所にチェックしてもらうことが応募条件になっていますので、詳細については相談すると良いでしょう。

これらの補助金は、申請すれば必ずもらえるというものではありません。提出した計画の審査により採択された事業者が使えるものになります。また、補助金に採択されても、補助事業の終了後、提出された書類のチェックが行われてからの後払いになるので、その点注意が必要です。

DXの取組みは、生衛業のお店でも徐々に増えています。補助金等も活用しながら、少しずつ業務効率化を進めていきましょう。



せいえい
三つ星
リポート
☆☆☆

“キラリ”と輝く経営事例

Part
1

愛知県 名古屋市

Anplagd

店舗情報

取材店舗／Anplagd（アンブラグド）
住所／愛知県名古屋市中区新栄
1丁目8-11 藤松ビル2階
電話／052-212-8696



店主の市原拓己氏

モバイルオーダーの導入により業務を効率化時代に合わせた集客でお客さまを確保

喫茶店文化が根付く名古屋市に佇む、『Anplagd』。定期的に開催されるライブイベントで音楽に浸りながら、本格的なコーヒーはもちろん、お酒や自家製ケーキとともに、ゆっくりと自分の時間を過ごすことができると話題の人気店です。「常にアンテナを張り、今の時代に合わせた店づくりが必要」と話す市原氏。コロナでいち早くモバイルオーダーを導入し、SNSを使った集客にも注力。DXを上手く活用することで、業務の効率化と若い世代の集客力アップを実現しています。常に時代に合わせて進化を続ける『Anplagd』の店主、市原拓己氏にお話を伺いました。

モバイルオーダーで調理の作業効率と客単価のアップを実現

メニュー表が卓上の場所を大きく取ってしまうことが、開業当初からの悩みでした。そこで、コロナ禍における感染対策も兼ね、お客さまのスマホから注文ができる「モバイルオーダー」を導入しました。店内にはQRコードのみを置き、紙のメニュー表は置かないことで、店内の雰囲気づくりにつながったほか、導入したことによるさまざまな効果がありました。

1つ目は調理の作業効率が上がったことです。お店は基本私1人で回しているため、注文が入る度に、調理が中断してしまいました。導入後は、注文がすべてカウンター内の端末に通知されるため、落ち着いて調理を行えるようになっただけでなく、注文時の聞き間違いをなくすこともできました。

2つ目はメニュー表を更新する負担が無くなったことです。メニューの変更や追加、売切れ表示などを端末操作で簡単にできるようになり、メニュー表を作り直す手間や印刷費用を削減することができました。



1 / 店内は隠れ家のようなおしゃれ空間 2 / QRコードを読み取れば、スマホからすべてのメニューを注文可能 3 / 注文はカウンター内の端末に即座に通知 4 / 一押しメニューやライブイベントの予告をSNSで積極的に発信 5 / 一部商品は既に完売するほど人気の店舗オリジナルグッズ



3つ目は客単価のアップにつながっていることです。お客さまからは、「自分のタイミングで気兼ねなく注文できるので、追加の注文もしやすくなった」と好評で、注文品数の増加にもつながっています。また、全てのメニューに写真を添えることができるため、あまり売れ行きが良くなかったメニューも注文してもらえるようになりました。

モバイルオーダー導入のデメリットも、お店に合わせた工夫で解決

モバイルオーダー導入時に心配していたのが、はじめて来店される方が注文に戸惑ってしまわないかという点でした。そこで、注文方法を動画で撮影し、ホームページやSNSに掲載することにしました。実際に動画を見てから来店されるお客さまも多くいらっしゃいます。注文に迷われるお客さまには口頭での注文を受けるなど、柔軟に対応しています。

また、導入当初はバー特有の「オリジナルカクテル」や「おまかせ」といった、お客さまの好みに応じたメニューの注文は受けられないと思っていました。しかし、実際にはちょっとした工夫を行うことで解決できています。メニューには「オリジナルカクテル」などと掲載し、お客さまがクリックしたら実際に伺って具体的な注文を取るのです。このように、モバイルオーダーは、注文方法をそれぞれのお店に合わせて柔軟に工夫できるので、導入するハードルは想定よりも低かったと今では感じています。

インターネットをフルに活用した集客により、若者の来店客数が増加

はじめて来店されたお客さまには、必ずお店を知ったきっかけを聞いています。最近では「google」と「LINE 公式アカウント」で当店を知ったと回答するお客さまが増えているように思います。そこで、この2つの情報発信に特に力を入れ、クーポンの発行に加え、「アップルパイが今焼けました!」といったリアルタイムな情報を発信することで、20代の若いお客さまの来店につなげることができました。また、店のオリジナルパーカーの販売のために、ネットショップを開設しました。これをきっかけに来店されるお客さまもいらっしゃいます。若い年代のお客さまを呼び込む取り組みとして、インターネットの活用は非常に有効だと思います。

今後の展望について

とにかくお客さまに楽しんでほしい。その想いから、今後も食事やカクテルメニューの充実に取り組んでいきます。そのため、SNSによる集客を強化していますが、お客さまに拡散したいと思ってもらえる商品を作らないことには、広がっていきません。「Anplagd といえば〇〇だ」という商品を作れるよう、常にアンテナを高く張って、理想の店づくりに取り組んでいきたいです。

※「QRコード」は株式会社デンソーウェーブの登録商標です。

せいえい
三つ星
リポート
☆☆☆

“キラリ”と輝く経営事例

長野県 下高井郡山ノ内町

株式会社 あぶらや燈千

店舗情報

取材店舗／燈火、旬遊の宿 あぶらや燈千
住所／長野県下高井郡山ノ内町佐野 2586-5
電話／0269-33-3333

Part
2



左から湯本孝之社長、スタッフの皆さん

効果的な設備投資と マルチタスク体制の構築 により、業務効率化と 働き方改革を実現

1350年以上の歴史を持つ、信州を代表する温泉場「湯田中温泉」。夜間瀬川沿いに佇む『あぶらや燈千』は、信州の絶景を楽しみながら、季節の食材を使用した会席料理を堪能できる人気旅館です。「笑顔をわかちあう」を企業理念に掲げ、お客さまへのおもてなしの心を大切にしながら、経営改革にも次々と挑戦しています。客室のリニューアルに加え、日中滞在型の観光複合施設をオープンするなど、積極的な設備投資により宿泊単価のアップを実現。業務の効率化と働き方改革を両立させるべく、勤務体制の見直しにも取り組んでいます。その手法やポイントについて、代表の湯本孝之氏にお話を伺いました。

宿泊プランの見直しと 客室のリニューアルで収益力アップ

以前は、32 部屋ある客室をフル稼働できる体制を敷いていました。しかし、コロナ禍で団体旅行等が減少したことで、売上の確保と余剰人員が大きな課題に。そこで、客室稼働率を上げるため、宿泊プランの見直しに着手しました。2食付きのプランを26 部屋に限定し、残り6 部屋は朝食のみのプランとして提供することにしました。温泉街で食事を楽しみたい需要や、ビジネス利用客を新たに取込めたことで、客室稼働率が上昇したほか、調理に携わるスタッフの勤務時間を削減できました。さらに、一部の客室をリニューアルし、露天風呂やプライベートサウナを設置。自室にしながら、目の前でシェフが作った料理を食べられる特別なプランも用意することで、他社との差別化を図り、宿泊単価と収益力アップにつながりました。

「マルチタスク体制」により業務の効率化と 従業員のES向上を実現

業務別のタイムスケジュール表を作成し、非効率



1/シェフが目の前で料理を提供するシェフステールとプライベートサウナが楽しめる新客室 2/美しい信州の景色が堪能できる露天風呂 3/活発な意見交換が行われるミーティング 4、5/クラフトビールや信州の素材を使った料理が楽しめる観光複合施設『YUDANAKA BREWERY COMPLEX “U”』

な業務を洗い出しました。さらに、スタッフとともにミーティングや試行を繰り返しながら、「フロントと仲居」、「内務と調理」、「予約とフロント」、「調理と仲居」、「内務とデシャップ」の5つの組み合わせによるマルチタスク体制を構築。スタッフからは「最初はとまどいもあったが、スタッフ同士で助け合うことができるようになり、作業効率が上がった」、「仕事の幅が広がり、やりがいを感じる」などの声がありました。一人ひとりが活躍できる環境を整えたことで、スタッフが生き活きと働くことができ、旅館全体の生産性を高めることができました。

昼間の収益確保と働き方改革を両立する新施設をOPEN

かねてから、1日の勤務体制を、チェックアウトからチェックインまでの約5、6時間を休憩とする「中抜け勤務」から、早番と遅番の「2交代制」とすることを検討していました。しかし、実現するためには昼間の収益を生むことが課題であり、これまで導入を見送ってきました。そこで、昨年10月にクラフトビールを中心とした食体験や日帰り温泉が

楽しめる、日中滞在型の観光複合施設『YUDANAKA BREWERY COMPLEX “U”』をオープンしました。宿泊の前後に気軽に立ち寄れる場所としてだけでなく、地元の方の憩いの場としても人気を集め、昼間の収益確保につながっています。

当施設では、接客や調理等はすべて旅館のスタッフで回すことができるため、今後は「2交代制」に移行していくことを考えています。新施設のオープンを足掛かりにして、新たな収益確保や、スタッフが働きやすい環境づくりに取り組んでいきたいです。

今後の展望について

スタッフからの提案を踏まえ、パントリーの拡充やレストランの導線確保など、業務の作業効率を改善するため、旅館のさらなる改修を検討しています。また、新たにライブ感のあるレストランの設置を検討しており、旅館の付加価値向上とさらなる宿泊単価アップを図っていきたいと思っています。今後も厳しい環境が続きますが、働きやすい環境と収益力の向上を両立できるよう、スタッフとともに取り組んでいきます。

兵庫県飲食業生活衛生同業組合と日本公庫県内6支店が「事業承継支援に関する連携協定」を締結



(上)連携協定締結式の様子
(左)左から 日本公庫神戸支店 奥山支店長、
兵庫県飲食業生活衛生同業組合 入江理事長

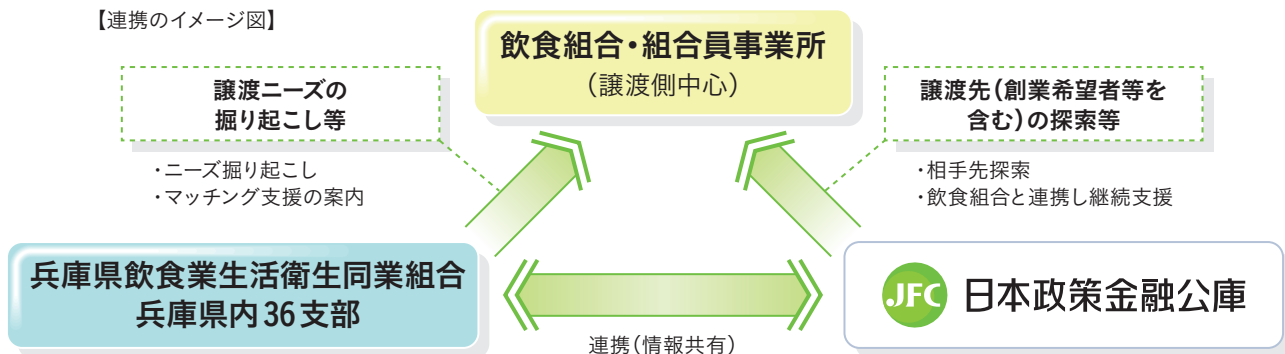
締結式の概要

日 時：令和4年12月15日(木) 14:00～14:30
会 場：日本公庫神戸支店
参加者：兵庫県飲食業生活衛生同業組合
理事長 入江 眞弘
専務理事 岸田 耕治
副理事長 宮内 正次
会計理事 山本 耕造
日本公庫兵庫県内6支店
神戸支店 支店長 奥山 浩己 ほか

兵庫県飲食業生活衛生同業組合と日本公庫兵庫県内6支店（神戸、神戸東、姫路、尼崎、明石、豊岡）は、「事業承継支援に関する連携協定」を締結し、事業承継支援連携スキームを構築しました。

このスキームは、飲食組合が、組合員事業所の中から「後継者がいない等のために事業を譲り渡したい」とのニーズを掘り起こし、日本公庫が、全国152支店のネットワークや、事業承継マッチング支援を活用して「事業拡大や創業等に向けて事業を譲り受けたい」とお考えの方にご紹介するものです。マッチング後も、飲食組合と日本公庫が伴走型でサポートしていきます。

【連携のイメージ図】



大阪府美容生活衛生同業組合が 「事業承継」をテーマに組合員向けセミナーを開催



(上) 熱心に講義を受講する組合員の皆さん
(左) 左から 北里理事長、澤田常務理事、中尾副理事長



セミナーの概要

日時：令和5年2月6日(月) 15:30～17:00
会場：大阪府美容会館
参加者：約40名

内容

- ① 個人事業主のための事業承継入門セミナー
大阪府事業承継・引継ぎ支援センター
統括責任者 上宮 克己氏
- ② 日本公庫の事業承継支援施策及び融資制度の紹介
日本公庫 堺支店

今回、「事業承継を学ぼう！」と題して、組合員向けセミナーを開催した、大阪府美容生活衛生同業組合の北里理事長に、開催の背景や今後の展望などについて伺いました。

事業承継をテーマにセミナーを開催された背景を教えてください。

組合員の高齢化に伴い、「後継者がいないため廃業を検討せざるを得ない」という声を聞くようになりました。一方で、「事業承継」と聞くと「自分にはまだまだ関係ない」、「手続きが難しそう」と考える組合員も多くいます。長年地域で愛されてきた組合員サロンが、廃業という形で終わるのは地域にとっても組合にとっても大きな損失です。そこで、サロンを次世代に引き継ぐ選択肢を提供することができないかと考え、事業承継をテーマにセミナーを開催しました。

今後の組合員に対する事業承継支援の取組みについて教えてください。

参加した組合員からは、「将来どうしたら良いのかを考える良いきっかけとなった」、「個人事業には関係ないと思っていたが、自分の店をどうするか検討する選択肢が増えた」といった前向きな意見を聞くことができました。今後も組合として、事業承継を組合員サロンの繁栄と組合員の減少に歯止めをかける手段のひとつとして捉え、その周知に取り組んでいきたいと思えます。

生衛業の経営工夫事例

新型コロナウイルス感染症や原材料高騰などの影響が続く中、生衛業の皆さまは様々な取り組みを行っています。今回は、日本公庫が四半期ごとに実施している「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果（2022年10～12月期）」から、各業種の経営工夫事例をご紹介します。

業種	都道府県	経営工夫事例
そば・うどん店	東京都	PayPay等のキャッシュレスサービスを新たに導入し、お客さまの利便性とレジ回りの効率性の改善に取り組んだ。
中華料理店	東京都	テイクアウトや外販の拡充を行うとともに、老朽化した店舗設備の更新、メニュー表のリニューアル、営業時間の延長などを行った。
すし店	長崎県	観光客等の新規客確保に向けて、TwitterやInstagramなどのSNSを基礎から学び、情報発信できるまでになった。インバウンドも増えていくことから、積極的に発信していく。
料理店	愛媛県	在庫に無駄を出さないよう、仕入のサイクル・ロットを細かく管理している。予約が入らない日は、休業したり閉店時間を早めたりするなど、経費削減に努めている。
喫茶店	岩手県	物価上昇に伴い、全てのメニュー価格を見直した。また、季節のフルーツを使ったスイーツの提供を始めるとともに、毎月イベントを実施して集客に努めている。
社交業	福島県	仕入価格の上昇分を全てのメニュー価格に転嫁するのではなく、値下げ品等を織り交ぜて値上がり感を出さないメニュー構成としている。
その他飲食店	鳥取県	原材料の高騰により、販売価格を引き上げるとともに、外国産の材料を全て地元産に変更し、地産地消を売り出した。
食肉販売業	岡山県	人手不足のため加工作業の省力化を図る設備投資を行った。小売部門では内食向けのオーダブルや焼肉セットなどを販売し、客単価アップを目指している。
食鳥肉販売業	福岡県	鶏肉販売だけでは売上の確保が難しいため、自家製の唐揚げや焼き鳥、煮物総菜、鶏五目おにぎりなど、付加価値を付けた加工品販売を強化している。
冰雪販売業	北海道	製造拠点を増やし、商品供給力を強化したことで、顧客数が増加した。また、配達用の燃料代を削減し、配送ルートの効率化にも取り組んだ。
理容業	兵庫県	キャッシュレス決済の導入とともに、インターネットを活用した予約制度も導入して顧客層を広げている。
美容業	神奈川県	ECサイトでの物販を強化することで、シャンプーやトリートメントの売上が大幅に増加した。今後は従業員不足を補うためセルフレジを導入予定である。
映画館	岩手県	音響設備の入れ替えやデジタルチケットへの対応など、顧客サービスの向上に取り組んでいる。
ホテル・旅館業	大分県	全国旅行支援事業への参画で集客を図っている。また、自動チェックイン・チェックアウトの設備を導入することで、フロントカウンターの人員を削減し、客室担当や飲食担当のマンパワーを捻出している。
公衆浴場業	石川県	SNS等でサウナ営業の情報を発信することで若年層の確保を図り、PayPay等のキャッシュレスサービスの導入も行った。
クリーニング業	山梨県	衣類のお直し、靴・鞆・ぬいぐるみクリーニング等の新メニューを導入したことで受注が大幅に増えた。また、SNSやGoogleマップなどを使った販促を行ったことで、知名度が上がり、新規顧客の獲得にもつながっている。

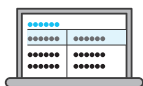


日本公庫のサービスをもっと身近に!

日本公庫

ダイレクト

「日本公庫ダイレクト」はお客さまと日本公庫をつなぐ
お客さま(会員)専用のオンライン窓口です。



お取引状況を
オンラインで
すぐに確認

- ▶ **会員登録無料!**
- ▶ **簡単なお手続きで
様々なサービスが利用可能!**
- ▶ **確定申告に使える証明書や
経営の参考になる情報が
取得可能!**



オンラインでの
資料の受け渡しで
郵送や来店が不要



日本公庫からの
各種おすすめ情報を
メールで確認

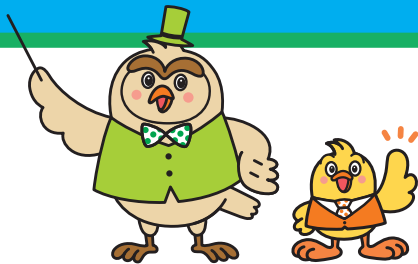


各種証明書を
オンラインで
すぐに入手



日本公庫が経営の “プラス”になる 情報をお届けします

小規模事業者
の皆さまへ



LINE公式アカウント はじめました

経営の“プラス”になる情報やサービスをLINEでお届けします。
ぜひ「友だち追加」をお願いします。

特徴
1

経営に役立つ**新着情報**をお届け

特徴
2

あなたに**ぴったりな情報**が
見つかる

特徴
3

各種サービスに
簡単アクセス

友だち追加は
こちらから!

LINE ID検索▼

@jfc_kokumin



「日本公庫 事業者 Support Plus」を オープンしました



経営の“プラス”になる情報をご案内する特設サイトです。
「気づく」「知る」「学ぶ、実践する」の3つのステップで
事業者の気づきから解決までをサポートします。
新しい情報も続々掲載予定です。ぜひご覧ください。



URL <https://www.jfc.go.jp/n/finance/keiei/support-plus/index.html>