

SUZAKA企業力アッププロジェクト 優良事例集





目次



Chapter

01 事業詳細

Chapter

02 支援事例紹介

Case
01

有限会社アゲマツ製作所 04
案件の見積精度向上を目指して工数管理のデジタル化

Case
02

株式会社アシスト 06
ブランディングとDX推進

Case
03

有限会社桜屋商店 08
手書き業務のデジタル化

Case
04

伸商機工株式会社 10
最新と安全なデジタルで「属人化の解消」への一歩

Case
05

TEMO.jp 12
財務のデジタル管理でプレッシャーからの解放

Case
06

有限会社能登茂 14
チャンスをものにするデジタル化への一歩

Case
07

株式会社マルヤマキャンバス 16
部門間の情報・スケジュール共有不足の解消

※事業者名は五十音順

須崎市では、第六次須崎市総合計画「須坂未来チャレンジ2030」（2021年度～2030年度）において、「強みを活かした持続的発展可能な産業の実現」のため、既存産業の高度化・高付加価値化に取り組んでいる。

須崎市における課題として、中小企業の人手不足・人材確保、あわせて人材不足などによりAI・IoTの導入も遅れている企業が多く、競争力の低下や生産性の向上が図られないことが挙げられる。

そのため、市内の中小企業を対象にデジタル化をはじめとするDXに対する意識を促進させるとともに、専門家による支援を行うことで企業のDXを推進し、生産性の向上及び経営課題の解決に取り組む。併せて、取組み事例を発信することで、DXの普及啓発を図るものとする。

STEP 01



DXの理解

- ◆ 本業務の理解
- ◆ DX推進への理解と浸透
- ◆ 経営ビジョン、テーマ別目標の確認
- ◆ DX診断ツールにてDX進捗度チェックの実施
- ◆ 今後の流れ、支援内容の説明

STEP 02



現状の可視化（自社分析）

- ◆ ビジョンへの阻害要因、業務内の課題の確認
- ◆ 現在の業務フローを確認、共有
- ◆ 現在の業務一覧表を作成
- ◆ 現在利用、導入しているデジタル技術、デジタルツールの確認
- ◆ 現在のデータフローを確認、共有
- ◆ 課題の仕分け、解決優先順位の検討

STEP 03



あるべき姿／ギャップ抽出

- ◆ STEP2で実施した課題解決の優先順位の検討事項確認
- ◆ 改善、解決の有無に対するギャップの洗い出し

STEP 04



対策・対応／計画策定

- ◆ 課題解決のための作業タスクの抽出、実行計画案の検討
- ◆ 本事業におけるテーマを設定
- ◆ STEP1～3の情報をもとに実行計画を策定、作業タスク表の作成

STEP 05



DX計画合意

- ◆ 作成した実行計画（ロードマップ）に対する合意
- ◆ 実行体制の整備
- ◆ 導入済デジタルツールが存在する場合には、納入を含めた周辺情報の準備

STEP 06



ITツールの導入活用

- ◆ 課題解決のためのデジタルツールの探索、選定
- ◆ 導入済ツールがある場合、活用している業務フローの整理
 - ・一定の効果を期待して導入しているにも関わらず効果が出ていない場合、業務フローとツール機能の整合性が取れていないケースがあるため、フローや運用後の効果チェックポイントを再検討
- ◆ デジタルツール提供サプライヤーとの連携
 - ・サプライヤーに対する的確に要望・要件の定義を行う

STEP 07



ITツールの効果測定

- ◆ ITツール導入前と導入後について効果測定を実施
- ◆ 進捗状況を整理、分析し新たな課題への取り組み項目の割り出し

STEP 08



DX計画の再考

- ◆ 新たに発生した進捗上の課題を整理、分析
- ◆ STEP1に戻り目標達成に向けた新たなロードマップ作成

Case
01

有限会社アゲマツ製作所

代表取締役：上松 賢司
設立：1990年6月25日
従業員数：9名
業種：製造業
主なサービス：精密機械加工



インタビュー協力：専務取締役 上松 達也様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？
作業の省力化やデータの収集であったり、その活用するにはデジタルを使うのが手っ取り早いと思ったから。デジタルの知見も深めたかったから。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

特にないです。だから今回の事業に参加しました。生産管理システムの販売会社と話したことはあるが、製品の売り込み的な話しかされていなかったです。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

2年程度前からです。漠然と取り組みたいとは考えていました。将来的に考えて、当社の現在の経営はアナログ・紙管理が多く、過去の業務履歴を参照するにも紙ばかりなのでデータ化が必要と考えた。社長が過去30年にわたり積み重ねてきた業務実績が紙なので、効率よく参照できない課題感があつた。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に組み込まれていたことはありますか？

クラウドサービスを活用した図面をPDFに変換する電子化と関連文書の保存は既に取り組んでいた。紙をスキャナでPDF化する単純なデジタル化だが、取引先からの対応に必要でした。1,000件の図面を電子化するのに2年がかかりました。また、Excelでの受注案件管理に取り組んできました。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされてきた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

デジタルに頼るDXを進めていく段階で適宜相談できたこと。特に準備段階での方向性や手法について、専門家としての助言や相談ができたことです。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいませんか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など
工程をデジタルで見える化すると、履歴として残るので、リピート品や類似品に対しても実績品と同様の工程を確実に組めるようになることで、段取り時間の短縮や品質の標準化が期待できる。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

まだ社員に展開していないので分からないが、とにかく工程をデジタルで管理するための付帯作業のハードルを下げることを意識したので、抵抗なく取り組めれば良いと思う。そこから、どんどん進めていきたい。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家が入ったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

定期的に相談をしながら進められたことで、スピード感を持って取り組めた。また、一人で取り組む場合に比べて、期限が決められることで後回しにできず着せざるを得ない状況になったことでも確実に進めていくことができたことは、前向きな捉え方として良かったです。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいです か？

作業時間の実績を把握できるようになれば、見積精度の向上や見積時間の予実管理ができるようになって考えている。また、ネック工程が可視化できることで、適切な設備投資、人員計画に反映できる。事業計画等の定量的な根拠としても活用できる。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

専門家の意見を聞きながら進めることで、効率的に、また確実に進めることができた。

案件の見積精度向上を目指して工数管理のデジタル化

I 課題

▶ **製品製造の工数実績と適切な原価を把握する**

I 改善策

▶ **作業工数実績の可視化**

- ・作業時間 = 工数の算出をするため、工程の洗い出しと言語化
- ・受注製品、工程（1～7次）、製造設備、加工区分、加工数等に対してどのくらいかかったかを稼働時間として一覧で可視化

▶ **自作オリジナルシステム開発**

- ・Kintoneにてプロトタイプを製作しながらデータフローを作成
- ・生成AIを活用してプログラムを作成し、システムを開発
- ・工程進捗管理と受注管理マスターを入力可能なベースまで作成

Before

洗い出し

STEP 1: 現状把握と可視化 (Visualize)
 解説: 誰が、いつ、何に、どれくらいの時間をかけているか。まずは業務の流れを書き出してみよう。

STEP 2: 課題の洗い出し (Identify)
 解説: 「7つのムダ」を参考に、ボトルネックや非効率な点を特定する。

STEP 3: 改善策の検討と選定 (Plan)
 解説: 手順の変更、ツールの導入など、費用対効果の高い解決策を考える。

STEP 4: 実行と定着 (Do & Check)
 解説: 小さく試して効果を検証。うまくいけば、ルーティン化して組織に定着させる。

可視化により・・・プライシング戦略と価格転嫁の源泉が見えてきそうだ

After

開発実施

作成

図面番号+品名
↓
受注名称として
システム内に作成される

受注選択

受注情報

数量: 50

受注情報

数量: 50

支援結果

システム導入費100～200万を覚悟していたが…
 伴走支援により、**不要に!**

100万円以上の コスト削減

Case
02

株式会社アシスト

代表取締役：関野 秀祐

設立：2022年4月

従業員数：7名

業種：建設業

主なサービス：住宅塗装・住宅洗浄



アシストについて



【社名の由来】

アシストには「支える」という意味があり、お住いの事で悩んでいる方のお力添えになれたらという思いで付けました。ロゴのお話になりますが、社名由来の「支える」をコンセプトにしております。円弧が「お客様」、円弧の下が社名の頭文字「A」、円弧を下から支えるイメージで「支える」姿を表現して作りました。

インタビュー協力：代表取締役 関野 秀祐様／池田 里美様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？

もともとDXという概念には関心を持っていました。現場レベルでは既存のツールを活用しており、一定の充足感はありましたが、一方で「セキュリティ面での安全性」に一抹の不安を感じていたのも事実です。昨今、情報漏洩などのニュースが増えていることもあり、組織として適切なセキュリティ基盤を整えるべきだと考え、今回の取り組みを決断しました。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

今回が初めての挑戦となります。これまでは自社独自の運用で大きな支障はありませんでしたが、DXの本質的な意味や、自社において具体的に何が必要なのかという点については、不明瞭な部分もありました。専門家の方から客観的な知見を直接伺える貴重な機会と考え、一歩踏み出すことにいたしました。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

「DX」という言葉を強く認識し始めたのは1年ほど前からです。今回の支援を通じて、私たちが日頃当たり前を活用しているインターネットを通じた活動の一つひとつが、実はDXそのものであると深く理解できました。特別なことではなく、「当たり前のことを当たり前に進める大切さ」を知る貴重な機会となりました。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？

LINEのグループ機能を活用し、社員間での密なコミュニケーションや現場写真の共有を行ってきました。また、タイムツリーを用いたスケジュール管理など、スマートフォンで完結できる仕組みを導入していました。これらは現場の声を反映したものであり、現在のデジタル化の基盤を築く大切な経験となりました。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされてきた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

自社ホームページにおける個人情報保護の取り組みを強化できた点です。専門的な助言に基づき内容を充実させた結果、「SECURITYACTION」の二つ星を取得することができました。目に見える形で自社の安全姿勢を公表できたことは、お客様との信頼関係を築く上で大きな成果であると感じています。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など

取得した認証マークを自社の「信頼の証」として掲げ、お客様に安心をお届けしたいと考えています。デジタル技術を適切に運用することで、対外的な評価を高めると同時に、社員が誇りを持って働ける環境を整えます。地域社会から「一番に選ばれる、誠実な企業」であり続けることが私たちの目標です。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

セキュリティ対策の強化や情報管理の重要性については、現在社内への周知を段階的に進めている段階です。具体的な変化はこれからですが、経営層が明確なビジョンを示すことで、社員一人ひとりがその意義を正しく理解し、前向きに取り組めるような組織文化をじっくりと醸成していきたいと考えています。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家が入ったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

専門家の伴走により、意思決定のスピードが劇的に向上しました。自社のみでは気づけなかった課題を的確に指摘いただき、具体的な改善策へと導いていただいたことに感謝しています。定期的なミーティングや適切な課題設定が励みとなり、組織全体で前向きに変化を受け入れる自信を持つことができました。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいですか？

この経験を活かし、他社にはない付加価値の高いサービスを提供していきたいと考えています。その一環として、新たに「外壁洗浄サービス」を開始いたしました。効率化によって生まれた時間を顧客サービスの質向上に充て、地域のお客様の暮らしをより豊かにするお手伝いを続けてまいります。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

建設業界は、依然としてFAXや手書き文化が根強く、デジタル化において遅れをとっている側面があります。しかし、デジタルを正しく活用すれば、業務が劇的に効率化されることは間違いありません。変化に対して抵抗を感じる方もいるかもしれませんが、専門家の伴走があれば道筋は見えてきます。業界全体で効率化が進み、すべての関係者にとって有益な時間が生まれることを願っています。

ブランディングとDX推進

I 課題

▶ 売上拡大する為に、ブランディングとアナログ業務を減らす方法を見つける

I 改善策

▶ 社内業務フローの可視化（どこが問題点なのかを見つける）

- ・足場や部材管理が一部アナログ業務
- ・顧客管理（BtoB、BtoC）も必要
- ・外壁塗装案件はGoogleワークスペースで管理
- ・スケジュールは社長のみで管理
- ・勤怠管理は社長のみで管理

Googleワークスペースは継続し、今回新たにLINEWORKSを導入。現場写真やスケジュールを共有し、業務の効率化を図る。

▶ 選ばれる企業に向けてのブランディングとして、評価制度で★★星を取得

- ・須坂市地域密着でBtoC外壁塗装といえば「アシスト」というイメージ戦略

評価制度を意識したDX推進が、情報管理体制、セキュリティ体制を同時に強化。

Before

DXスタート診断 (個別項目確認)

項目	現状	改善点
情報共有	LINE	LINEWORKS
顧客管理	紙・USB	CRM
スケジュール	社長のみ	共有カレンダー
セキュリティ	脆弱	強化

理念、ビジョン、経営方針に沿ったその為の情報管理体制の整備
デジタル環境の整理
ツールの活用
上から下に進めることでDX実現へ

After

SECURITY ACTION
セキュリティ対策自己宣言

中小企業が安全性をアピール HPでデジタルに公表 (予定)

支援結果

- ・安全な情報共有方法を確立
- ・中長期のDX計画を策定
- 推進手順が明確化・情報管理の重要性を認識



Case
03

有限会社桜屋商店

代表取締役：柄澤 宏美
設立：1950年4月14日
従業員数：3名
業種：小売業
主なサービス：日用品小売



インタビュー協力：柄澤 昌利様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？
どこかでやらなければと思っていました。伝票は手書き業務でしたし、同じことを3回も書くのは手間と感じていました。デジタル化すれば商品名や数量など共通事項は1回入力すれば済むことだと理解していました。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？
ないです。取引先の間屋の帳票が活字になり、「どうやったの？」って聞いたことがあります。今回は市の事業なので、過去に補助金も使ったことがありましたが、参加することに不安はありませんでした。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？
5年前です。母親が骨折した時に私が代理で業務をしました。各帳票に同じことを何度も書くことが手間だなと思いました。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？
情報収集をしたことがあります。経理ソフトとかどういうものなんだ？クラウドとは何なのか？でもネット検索して出てきたワードが自分には理解できず、自分に合うものがどれなのか判断もできず、自分のやりたいことにマッチするデジタルツールが分からない状況でした。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？
今回Excelを購入しました。その操作をコールセンターにいる専門家からアドバイスしてもらった仕組みを利用したら不明点が順次解決できました。実は過去に補助金によるツール導入を進めていき、最後に導入不可となった経験をしたことがあったため、今までツールを決めることができなかった状況を専門家の支援でExcel導入に至れたのは大きいです。ソフト体験版でも今に至らなかったと思います。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいませんか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など
当社は3月決算で、今までは膨大な棚卸集計業務の手間がかかっていたのですが、今後は1つの業務をExcelでやってみて、うまくいったら他の業務に展開していこうと思う。そのきっかけになれば良いと思っています。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？
他の人間は高齢の親しかいないので、正直よく分かっていないようです。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家が入ったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？
この道が間違いないか不安で留まっていた時間がなくなり、前に進めている。経営を進めるための地図がなく、うろついていたのが、道が明確になり、例えるなら、のび太がドラえもんに会ったようなものです。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいですか？
落ち着いたらネット販売事業を復活させたいと考えています。また、各種手続きやシステム的な障害をAIで克服できる可能性が見えてきたので、他業種間で連携して新しい独自のサービス・新しい顧客が生まれるのではないかと思います。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。
ドラえもん＝専門家がいたよ！ドラえもんは心強いですよ！

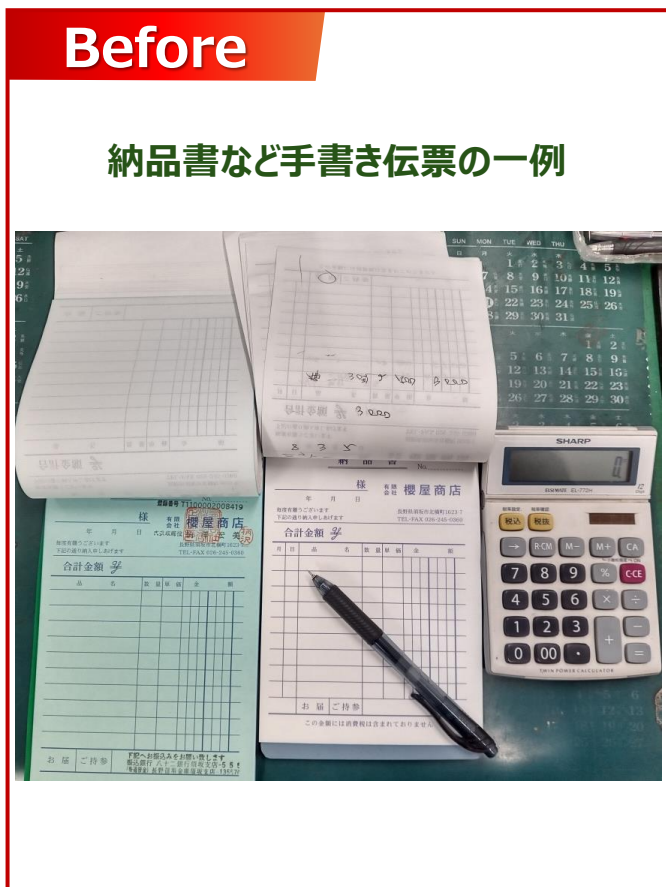
手書き業務のデジタル化

I 課題

- ▶ **手書き業務の手間をデジタルで無くすこと**

I 改善策

- ▶ **Excel操作を専門家のオペレーターが遠隔で操作指導**
 - ・今回Excelを購入。専門家からアドバイスを受けられる仕組みを利用することで、不明点が順次解決
- ▶ **各種伝票の雛形作成からデジタル管理開始**
 - ・見積書、請求書、棚卸伝票に入力するだけで表を作成
 - ・自動転記・計算・保存が可能となり、手書きで手間だった業務が大きく改善



支援結果

手書きで行っていた掛け売り台帳（納品書・請求書管理）をExcelで自動化し、今後の業務全体のデジタル化基盤を構築。

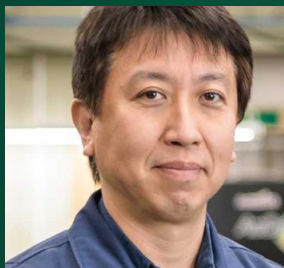
- 棚卸：30時間×2人 → 24時間×2人
- 集計：30時間×1人 → 10時間×1人
- 合計：90時間 → 58時間

**32時間/年
削減**

Case
04

伸商機工株式会社

代表取締役：宮川 岳洋
 設立：1976年11月6日
 従業員数：31名
 業種：製造業
 主なサービス：精密板金



インタビュー協力：代表取締役 宮川 岳洋様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？

「属人化の解消」が、今まさに直面している一番の課題でした。人が簡単に辞めてしまう時代です。そうすると、その人の「脳みそ（ノウハウ）」がいなくなってしまう、また自分一人で仕組みを構築し直さなければなりません。その繰り返しは、もう身に染みて嫌だと感じていました。データを蓄積して仕組みを残して、誰でも会社を回せるような仕組みを作りたいかった。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

支援機関（AFC）さんとは十数年来の付き合いがありました。他に人材育成や経営全般を支援して下さる方と付き合いがありました。今回のDXは新しい領域の支援でした。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

きっかけは、新社屋（工場）の建設ですね。計画自体をスタートさせたのが3年ほど前になります。当初は移転を目的とした委員会を立ち上げましたが、それを母体として、現在は「環境整備」「平準化」「安全」「技術」といった、それぞれの課題に応じた委員会へと派生・成長させていきました。仕組みを整えることで「自分がすべてを抱え込み、後からああだこうだと言われる」状況をなくしたかったということで……ある種の逃げ道により責任転嫁（笑）というのも本音です（笑）。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？

母の時代は銀行の振込や給与の支払いも全部手書きでしたし、図面は先方に取りに行く。社内の機械についてはパソコンで作ったデータをフロッピーディスクを経由して読み込ませるような作業をしていたが、15年ほど前からネットワークが構築され、変化してきました。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされてきた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

私自身、ITのことは本当によく分かっていなくて、今回の支援を通じて、まずは「セキュリティの怖さ」と「対策をきちんと講じなければならないという危機感」を痛感しました。また、ITを知らないことで、随分と遠回りをしてきたことにも気づかされました。それこそChatGPTもそうですが、これまで苦労して何時間もかけていた業務が、デジタルの力を借りればわずか1時間程度で終わることもある。そして「自分たちの時間」を生み出せるのだということ、身をもって知ることができたのが大きな収穫です。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいませんか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など

社員が明るく働ける、そして経営も健全である会社にすることです。社内の人間関係が良好で、デジタル化の取り組みが私たちの「経営理念」や「経営方針」と整合しており、社員が本当に物心ともに豊かになればいいと思うんですけどね。「これからもっと良くなる」というワクワク感や安心感があります。本当にプラスのイメージを持っています。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

本格的な運用はこれからなのですが、以前、スマホなどのセキュリティについて「会社の電波を使ってみんなを守る」という話をしましたが、それをきっかけに一人ひとりの意識改革が進めばいいなと思っています。まずは「みんなで会社を守るんだ」という意識改革に繋がっていくことを期待しています。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家がいったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

イメージで言うと、「ドラえもん四次元ポケット」をもらったような感覚です。自分では持っていなかった道具、自分だけではできなかったことが、できなかったことができるようになるという。判断のスピードも上がってきています。これまでは手探りの状態でしたが、今回の支援を通じて「世間一般ではこれがリスクになるんだ」といった客観的な基準も理解できました。「自分でやりなさい」と突き放されるのではなく、進むべき「階段」を一段ずつ作ってくれた。そんな変化を実感しています。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいですか？

早く帰れる環境を整え、完全週休二日制、将来的には週休三日も視野に入れたい。そして生まれた時間で、さらに仕事の精度を上げて売上を伸ばし、給料アップという形でみんなに還元していく道を作りたいです。また、デジタル化に関する勉強や教育、スキルアップへの投資も積極的に行いたい。順番としては、まず「社員への還元」があり、その先に「サービス品質の向上」や「売上の拡大」があると考えています。新しい挑戦としては、私自身が「AIスペシャリスト」になりたいですね（笑）。さまざまな会合の資料作りや運営も、すべてAIやデジタルを駆使してやってみる。そうすることで、私が出社の中にいなくても組織が動くような、真のDXを実現したいです。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

先ほども言いましたが、ドラえもん四次元ポケットじゃないけど、イメージで言うなら、家族旅行に行くときに「どこへ、どうやって行くか、予算はいくらか」という計画を立て、先導してくれるようなイメージ。問題が山積みだったことも見えてきた。でもこういう事業がなかったら気づかなかった。ありがたかったですね。

最新と安全なデジタルで「属人化の解消」への一歩

I 課題

▶ **100年企業を目指す組織の「属人化の解消」**

I 改善策

▶ **DX診断ツールにて属人化解消のポイントを作成**

- ・組織体制・運用規定を継続して作成し、AIを活用したフロー図マニュアルを作成
- ・従業員向けの教育プログラムおよび生産性・収益拡大に向けた事業計画を策定

▶ **デジタルの力を借りることとセキュリティ対策の危機感を理解**

- ・安全管理措置の可視化を踏まえ、セキュリティ対策を導入（予定）
- ・生成AIによる作成方法を理解し、セキュリティ対策評価と並行して実施

Before

DX診断ツール結果

DX対応の機能を生かすフロー図を作成できていますか？ ※業務を生かすフロー図は、企業や組織ごとに異なる情報に基づいて作成（社内の情報のみならず分）に付いた基本的な考え方や組織形態、運用規定が必要となります。 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_busin/security/business/execute/04-2.html	出来ていない
→今後、 組織体制、運用規定 は継続して作成へ	
情報管理体制（組織的・安全管理措置）は整っていますか？ ※組織的・安全管理措置とは、安全管理について従業員の責任と権限を明確に定め、安全管理に対する規定や手順書を整備運用し、その実施状況を把握することです。	出来ていない
→今後、 組織体制、運用規定 は継続して作成へ	
DX対応の業務フロー図の作成できていますか？ ※業務フロー図は、仕事の順序や手順図を用いるなどして視覚的に示すことができます。	出来ていない
→今後、 AIも活用したフロー図、マニュアルの作成 へ ※この後に参考資料入れています	
Z社が社内でDX人材の育成計画を管理していますか？	出来ていない
→今後、 従業員向けの教育プログラム 検討へ	
Z社DXを推進することにより、生産性及び収益を拡大できる計画を立てていますか？	出来ていない
→今後、 生産性及び収益拡大の事業計画 の策定へ	

↓ 改めて、**目標設定（ゴール）**を共有しましょう



After

分析
例えば株価や統計などの状況を
考えて教えてくれます。

文書作成
自分や相手の立場に合わせた文書の作
成を行ってくれます。

調査
会社やサービス・団体について
調べた結果をまとめてくれます。

アイデア募集
アイデアを募集したいとき、
一般論をまとめてくれます。

支援結果

- ・規定類作成（情報、安全管理措置）
30分×8回/月→96時間/年（2人計）
- ・スキル実装（情報管理取扱い）
30分×4回/月→48時間/年（2人計）

上記が事業期間内に達成

戦略的サイクル



このサイクルは、持続的な成長と次世代への円滑な事業承継を実現するための戦略的アプローチです。

Case
05

TEMO.jp

代表：小林 恵梨子
 設立：2018年6月
 従業員数：1名
 業種：製造業
 主なサービス：菓子製造



インタビュー協力：代表 小林 恵梨子様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？

セミナーに参加させてもらい話を聞いたときに課題がはっきりしたんですよね。このままでもいいのかななんて思っていたんですけど、やっぱりデジタル化しなきゃいけないなと思いました。それまで頭の片隅にはあったんですけど、やり方もわからなかったし、時間も取れてなかったし、すごい後回しにしてたんですよ。いつかできればいいと。それが、やっぱり最優先にするべきだと思いました。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

長野県のよろず支援拠点コーディネーターに相談していました。その時は財務のことなどを1年に何回か面談してもらいましたが手応えが何もなく、話を聞いてもらうだけな感じでした。本事業でやっているみたいなのピンポイントで実施事項がなかったの、相談の解決策がわからないままでした。まずいと思うままの現状でしたね。実は今回の事業参加も、もしかしたらまた同じかもと開始前は思いました。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

今回のセミナーの時からです。それまではDXという言葉の認識もなく、何か経営について取り組みをと言われてもぼんやりと思う程度でした。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？

長野県のよろず支援拠点コーディネーターや金融機関に相談はしていましたが、とくに何かをやりたいと明確になっていたわけではありませんでした。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされてきた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

自分でパソコンを使った仕事が得意ではなかったの、Excelで仕事をまとめる作業を含めて、数字を追うなど今までの感じ方とは、ちょっと違う部分も持つことができました。DXを意識したら仕事の楽しみが見えてきました。今までとは違い、売上利益がより明確になり、過去も振り返ってみたらあの時はホントは赤字だったんだと反省ができました。感覚で経営していたのが数字で把握できるようになりました。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいませんか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など

仕事する現場の収益はさまざま、デジタルで明確になるから安心して仕事ができる。無理な投資や過剰発注だったり、手元資金が明確になり、返済プレッシャーから解放されて安心して仕事ができたらいいなと思います。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

消極的と言うよりは、どこまでできるかな？と思っていた程度が、今でいえば確定申告時期なのでアプリなど使って手元で財務をまとめやすく前向きに実行中です。それそのものが変化していると感じています。継続して常態化していけそうだと感じています。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家が入ったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

以前は1年間取り組んでも何も変わらなかったが、今回は支援面談の都度、解決と次の課題や宿題が明確になり、自分にとっては意味のない宿題と感じずに取り組んでいます。着実に進んでいく適切なスピード感を感じます。手法の選択肢も同じです。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいですか？

例えば、須坂市が新しいイオンモールにシェアキッチン場を出しており、出店依頼がありました。経費の関係で検討せざるを得ない場面もありました。しかし地元だからチャレンジはしたい気持ちでした。これからは数字が見えるのでチャレンジの可能性も見えてくると思います。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

私のような何も無い位置からでもスタートできたので、1段でも2段でも上に行ける人もいます。ある人もない人も今以上に進んでいくはずだと思います。

■支援実施企業：株式会社フォーバル/株式会社エイエフシー ■住所：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前五丁目52番2号 青山オーバルビル15階/〒380-0918 長野県長野市アークス9番16号
 ■支援担当者：中林 俊介/林 亮太 ■執筆者：高木 将也/寺本 知紗

財務のデジタル管理でプレッシャーからの解放

I 課題

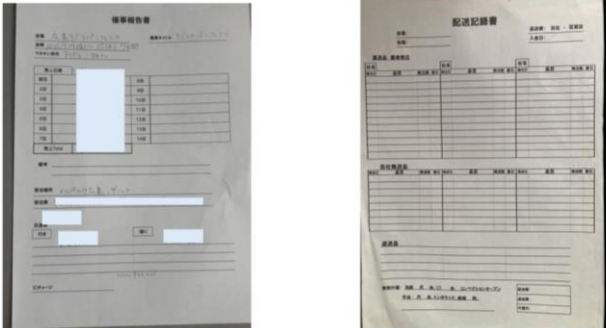
- ▶ **感覚の経営を確かな経営にする**

I 改善策

- ▶ **収支の管理方法を洗い出し、各セグメントごとの管理方法を言語化**
 - ・どの項目を紙で管理しているかを確認
 - ・各セグメントごとの管理方法を言語化し整理
- ▶ **ツール選定と導入**
 - ・各社ツールを列挙して比較し、自社にとって最適なものを検討
 - ・決定・進める中で見えてきた運用方法を整理し、実行と振り返りを繰り返す

Before

売上・仕入の数値は管理しているが
データの場所はバラバラ
売上・利益の見える化が必要



TEMO様としての収益

```

    graph TD
      Root[TEMO様としての収益] --> EC[EC]
      Root --> Shop[店舗]
      Root --> Event[イベント(催事)]
      EC --- EC_In[現金  
キャッシュレス]
      EC --- EC_Out[原価・経費]
      Shop --- Shop_In[現金  
キャッシュレス]
      Shop --- Shop_Out[原価・経費]
      Event --- Event_In[現金  
キャッシュレス]
      Event --- Event_Out[原価・経費]
  
```

収入
支出

After

項目	free会計 (個人事業主向け)	マネーフォワードクラウド (確定申告)	弥生会計クラウド (青色申告オンライン)
POSレジ連携	○ Airレジ	○ Airレジ	○ Airレジ
金融機関連携	○ 八十二銀行: OK	○ 八十二銀行:	○ 八十二銀行: 個人・法人OK
請求書・領収書・見積	○ PC・スマホで利用可能	△ 請求書作成	○ PC・スマホで可能 (Misoca)
レシート取り込み	○	○ 月30枚まで無料	○
料金目安	【スタンダードプラン】 月額1,980円〜 (年払い)	【パーソナルプラン】 月額1,280円〜 (年払い)	【ベーシックプラン】 年額2,800円(税別)〜
サポート	メール・チャットのみ ※プレミアムプランのみ電話可	メール・チャットのみ ※パーソナルプラスプランのみ電話可	電話・メール・チャット・画面共有 ※パーソナルプラスのみ、15分以内の電話サポートが利用可能
無料期間	30日	30日	1年間
備考			権利厚生利用可 https://www.yoshino-ka.co.jp/users/cloudclub01/

運用カレンダー

```

    graph LR
      Daily[毎日] --> Shop[販局・発行]
      Shop --> Register[販売登録]
      Weekly[毎週] --> EC[ECサイト(BASE)]
      EC --> CSV[売上CSV]
      CSV --> Count[売上集計]
      Monthly[毎月] --> Confirm[利益の確認]
      Confirm --> Cloud[クラウド会計]
  
```

支援結果

- ・販管費用集計
30分×毎日=900分/月
- ・キャッシュの確認
30分×移動等×月1回

→いつでも確認可能な体制へ改善

**186時間/年
削減**

Case
06

有限会社能登茂

代表取締役：土屋 浩
設立：1964年10月
従業員数：2名
業種：飲食業
主なサービス：居酒屋



インタビュー協力：土屋 みちよ様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？

今まで全てがアナログだったので、専門家による5ヶ月間の無料の伴走支援がチャンスだと思った。自らどこかに足を運んで学ぶことは難しいと思ってたが、訪問までしてくれるとのこと、逆にそんなうまい話があるのか？と疑いもした。しかし事務局の方が事業内容説明に訪問してくれたので市の事業だと理解ができて安心した。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

ないですね。パソコン教室のようなところに通うか考えたことはありません。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

7～8年前に、須坂長野東ICの側に市の開催だったと記憶していますが、パソコン教室のチラシを見たことがあります。それに参加してみようかなと思ったことはありました。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？

お店で使うのぼり旗や備品をパソコンを使ってネット注文で買い物をしていました。2010年からやっています。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされてきた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

スマホでGoogleカレンダーを使えるようになりました。例えばお店と個人の予定を色分けして登録しています。お客様から予約の電話が入った時や個人的に病院で予約を取るときに、他の予定がその場で見られるところに便利さを感じました。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてくださいませんか？ ※お客様満足の姿や社員の姿など

注文を待っている受け身の体制なので具体的なアクションのイメージができない。前年同月と必ずしも同じ数の来客数となるわけではないので難しく、今は月別の傾向の確認まで。しかしパソコンが使えるなら自分たちでチラシ作成もできたらいいと思う。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

ただネットで買い物するだけでなく、仕事に繋がる使う・慣れるを体験しただけでも大きな前進の現れ。世の中の最新情報を来店する標準的なお客様が持っていると考えている。その情報を収集できたこと・アドバイスがもらえたことから、能登茂としての考え方が間違っていないと自信を持てるようになった点は、変化があったと言える。例えば、サービス業も働き方改革を少しずつ取り入れてもいいのではないかと前向きになれた。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家が入ったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

この支援がなければGoogleカレンダーを使うことすらなかったと思うし、そもそも何から手を付けていいかわからなかった。何も始まらなかったはずの状態が、既にスタートしはじめている状態なのは、選択とスピードに大きな変化をもたらしてくれた。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいです か？

宴会や法事・折詰、それぞれの案内チラシがある。今まで業者さんに委託して作成していた。今後パソコンで自分たちで作れるようになれば、ますます物価高の影響が進んだ場合に原材料費高騰に伴い、やむを得ず価格転嫁しなければいけないタイミングが訪れる。その時に自分で対応できるようになりたい、という思いはある。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

いろんなマイナス要素を理由にして、できない・めんどくさい・今までのやり方で十分と思ってしまうことがあると思うけど、できないことと決めつけずやってみた方がいいですよ。チャンスがやってきたなら、のっかってみた方がいい。

チャンスをものにするデジタル化への一歩

I 課題

▶ **デジタルを使うきっかけづくり**

I 改善策

▶ **今のスマホでできることからスタート**

- ・Googleカレンダーを使い、お店と個人の予定を入力。
- ・さらに予定を色分けして登録。他の予定がその場で見られる便利さを体感。

▶ **お店の予約情報をデジタル化**

- ・予約内容をGoogleフォームに入力し、売上まで管理。
- ・スプレッドシートで売上を一覧管理。
- ・月別の売上推移が可視化されることを体感。

Before

すべてアナログ管理

After



支援結果

デジタル管理方法の自己調査に要していた時間
60分/日 × 3ヶ月
 → 伴走支援により調査時間を削減
 さらに売上可視化まで実現

90時間/年
削減

Case
07

株式会社マルヤマキャンバス

代表取締役：丸山 広
 設立：1963年6月10日
 従業員数：12名
 業種：製造業
 主なサービス：テント・シート・キャンバス
 製品の製造・販売



インタビュー協力：佐田 美幸様

Q1：事業への参加経緯について、数ある課題の中で、なぜデジタル化という手段を選ばれたのですか？

DX化のチラシを見て、最近のトレンドであるし、デジタル化による省力化・合理化することで売上アップにつながるのでは？と社長が考えたためです。また、販売管理システムを導入した経験からデジタル活用を前向きに捉えていました。

Q2：今までに専門家による伴走支援事業に参加したことはありますか？

知る限りないです。作業量やどれくらい社内に対応できるかとか、この事業への参画で負担が増えないか、社内での温度感のギャップが生じないか不安でした。でも相談先ができることにメリットは感じました。

Q3：デジタル化（デジタルツール活用）に取り組もうと思ったのは、何年くらい前からですか？

1年前くらいから。社長から案内のチラシが回ってきて検討を促され、取り組むかどうか話し合ったりしていました。セミナーに参加してみたりもしていました。

Q4：事業参加前に、御社自身でデジタルツール活用に取り組まれていたことはありますか？

紙から少しでもデータ化を取り入れようと、過去に楽一という販売管理システムを導入していたが運用終了後は手書きに後戻りしてしまっていました。その後、現在の販売管理システムの導入と運用が進んだので他も着手したいな、と。導入サポートを通じてデジタル活用が進んだと感じています。

Q5：今回の事業期間で、伴走支援による取り組みをされた内容に対して、特に効果を感じたのはどの点でしょうか？

本日の取材アポイント調整が即答できたのもスケジュール共有が出来ていたからです。回り道がいなくなったと思います。何かしようとした時に調べる時間、信憑性、専門家がすぐに教えてくれるのでそういったものがなくなったと思います。Googleカレンダーでの共有に関してもすぐ提案していただき、運用が進んだのはありがたいです。

Q6：今回の課題解決（ツール導入や運用方法）の導入後に、期待している効果・イメージされている姿を教えてください。 ※お客様満足の姿や社員の姿など

外出している社員とのスケジュール共有はこれから始まります。今は試験段階なんですね。いちいち確認電話をせず社内ポータル

を自分のスマホで確認できる。事務員が外出者に電話をかける時に現場で対応中で邪魔になり怒られないかドキドキしていたのが、これからは安心して連絡できます。確認の必要性自体が減ると思います。空いた時間で、例えば工場の方のスキルアップに繋がる取り組みもできると思います。会社の強みを伸ばし、売上アップにつながるような改善取り組みができそうだと思います。

Q7：御社内で、DXへの取り組みに対して、当初は消極的だった（かもしれない）方々に、なにか変化（前向きな発言や行動）が見られましたか？

一番参加してほしい外出者が、分かった見とくよ、スケジュール共有されて便利じゃんって言うてくれた。今までは「意味あるの？」的な発言で積極的ではなかった方が前向きになってくれました。自分が便利と感じたからですかね。最初にアンケートを取ったことで社員が業務環境が改善するんじゃないかっていう期待度が高まったようです。

Q8：DXについて、自社だけで取り組んだ場合と比べて、本事業による専門家がいったことで『判断のスピード』や『手法の選択』にどのような変化がありましたか？

何かしようとした時に調べる時間、信憑性の不安がなくなりました。なぜなら専門家が精度の高い情報をすぐ教えてくれるためスピードが早まった。締め切り期限がなければ後回しにしてたかもしれないことがすぐに取り組みめるようになった。次の打合せに向けての宿題も行動変化の後押しとなりました。

Q9：デジタル化によって生まれた時間や利益や成果物で、今後どのような新しい挑戦や、顧客サービスの向上、または社員への還元に取り組みたいですか？

空いた時間で工場の方のスキルアップに繋がりたい。帆布製品を作る国家資格である【帆布製造1級技能士】を増やしたいと社長は考えています。当社の強みである技術力を高めることで売上改善につなげたい。設備が必要で社内にいる時しか出来ない専門性が高いことなので、そういった技能練習の時間と場を与えたい。

Q10：現在、デジタル化への取り組みに悩まれている須坂市内の事業者様に向けて、本事業の伴走支援を受けられた立場からメッセージをお願いします。

DX化とは良く分からないなと思っていたが、思い切って挑戦したことで発見があった、怖がらず、まずはやってみる気持ちが大切だと思います。思わぬ発見がありますよ。と社長が言っていました。

部門間の情報・スケジュール共有不足の解消

I 課題

▶ **現在業務とスケジュールが共有できる環境作り**

I 改善策

▶ **現状業務の洗い出し**

- ・見えない業務、チェックができないフロー、時間がかかる業務を言語化

▶ **ツール選定による社内業務の再構築**

- ・社員間で障壁が生まれない業務予定共有ツールを選定
- ・すぐに実現可能で、本事業に関わっていない社員が「便利じゃん」と言ってくれるツールを導入
- ・Googleカレンダー、Google Sites、名刺管理「MyBridge」まで構築

Before

1. 業務・マニュアル課題

- ・事務が一人になる時間が多し、後段やらない業務に対応できない。
- ・見落としは属人的で、マニュアル化が必要。

2. 名刺管理

- ・名刺情報は全員で共有、現在は2D管理。
- ・課題：検索性向上、運用ルール決定（社長主導）、ランク分け検討、ツール選定で業務管理の効率化を図る。

3. 情報共有の現状

- ・メール：個人Gmailと会社メール（Xserver）が混在。
- ・クラウド：2D未活用。
- ・スケジュール調整に時間がかかり「待たせ」が発生。
- ・社外作業中の社員予定が不明、連絡判断困難。
- ・社外スケジュール共有の難題。

4. 今後の方針

- ・テストメンバー：清塚、佐田様、事務おぼけ様。
- ・共有対象：個人予定、リリース、イベント日程、トラック、見直し。
- ・スケジュール管理：Googleカレンダー開始 → 前はサイボウズOffice。
- ・情報管理対策：明文化、実行マニュアル、研修、FAQ整備。

5. 次回宿題

- ・ツール選定と名刺管理の議論。
- ・マルヤマキャンバス様へ：日程確定までの期間調査、財務情報。

サービス選定
ルール決め → Myブリッジ

まずはカレンダー試験運用へ
→ スタート

After

プロジェクト進捗スコアカード

<p>1. 情報共有</p> <p>● 順調</p> <p>脱「個人商店化」が進み、ポータル・Googleドライブの活用が定着。</p>	<p>2. インフラ・ハードウェア</p> <p>▲ 要改善</p> <p>ネットワークは良好だが、PCスペック不足が業務のボトルネックに。</p>
<p>3. セキュリティ</p> <p>● 危険</p> <p>ウイルスソフトのみの現状はリスク高。UTMとポリシー策定が急務。</p>	<p>4. 業務効率化</p> <p>→ 進行中 →</p> <p>勤怠管理のクラウド化、工場業務の動画マニュアル化をテスト中。</p>

成果：情報の「個人商店化」からの脱却

以前はUSBメモリや個人のPCに散在していた情報が、組織の資産として共有され始めています。

BEFORE

担当者不在 = 業務停止

AFTER

いつでも、誰でもアクセス可能

- ✓ 見積もり・引継ぎ 社内ポータルへの集約により、担当者不在時でも支払指示や顧客対応が可能に。
- ✓ 顧客情報 GoogleカレンダーとGoogleビジネスプロフィールの活用で、スケジュールと顧客接点の可視化が進行中。

支援結果

スケジュール確認にかかっていた
所要時間の削減

9分×2回/2日×関係者2~3人×1ヶ月=225分

45時間/年 削減

お問い合わせ

《2026年3月発行》

須坂市役所

(運営事務局：株式会社フォーバル)

〒382-8511

長野県須坂市大字須坂1528番地の1

産業振興部 産業連携開発課

TEL：026-248-9033

FAX：026-246-3489