

デジタル化実践道場 取組報告書

～ データ経営から始める ”DX” の実践 ～



「お客様に喜んでいただくために」

その思いは変わらず、食から広がる笑顔の輪

会社概要



屋 号 ぶどうの森

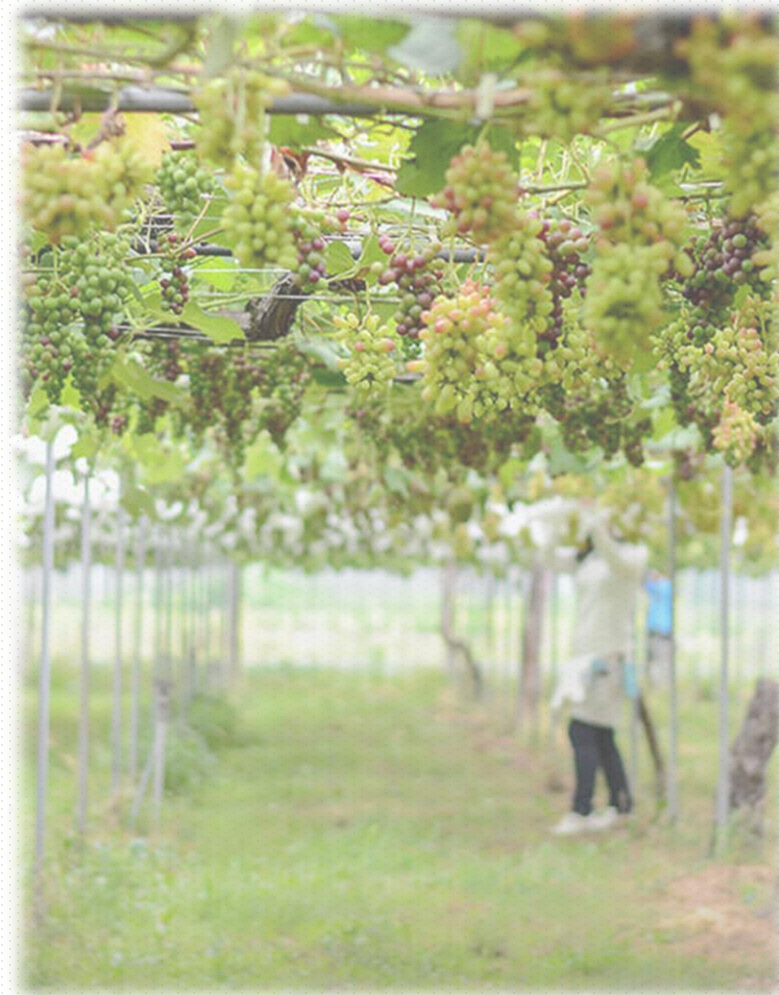
法人設立 1985年2月1日

所在地 石川県金沢市岩出町ハ50-1

従業員数 約 350人

店 舗

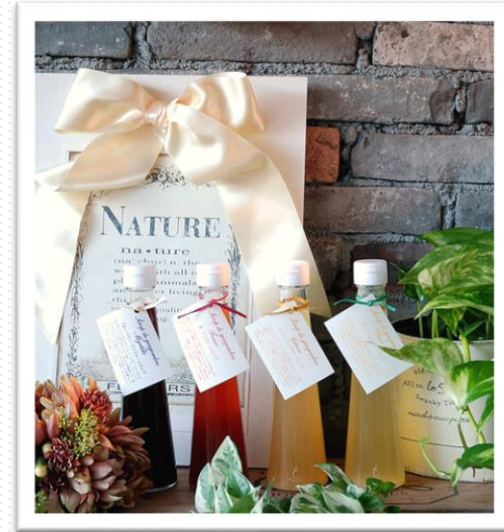
- ・イタリアンカフェぶどうの森
 - ・カフェぶどうの森
 - ・レストランぶどうの森
 - ・和食レストラン ゆげや萬久
 - ・洋菓子工房ぶどうの森
 - ・まめや金澤萬久
 - ・銀座のジンジャー
 - ・カタヌキヤ
-



各種事業展開



【イタリアンカフェ】



【銀座のジンジャー】



【洋菓子製造販売】



【カタヌキヤ】

実践道場への参加背景①

金沢の北のはずれでひっそりと営む“葡萄園”からはじまり、
私たちはこれまでカフェレストラン、洋菓子の製造販売、ウェディングなど、
様々な機会や多くのご縁をいただいた中で、事業を多角化してきました。
目まぐるしく変化する、不確実性の高い近年の社会情勢、
人手不足やデジタル技術の発展等が急速に進む中、
これから先も、より一層、「食」の魅力を通し、お客様に喜んでいただく、
ひいては、事業を営む地域社会の持続的な発展に貢献していくため、
新しいITやデジタル技術をいかに活用できるを考え、取り組んできました。



実践道場への参加背景②



これまで、、

- ▶ 補助金等も活用しながら、社内発注、生産管理、販売管理などの社内システムを構築し、自社内の効率化や業務改善に取り組んできました。

= 業務効率化、省人化等に資するデジタル活用

だが一方で、、

- ▶ お客様と直に接するカフェレストランや販売店でのデジタル活用は進んでおらず、例えば、POSレジは導入しているものの、データ分析まではできていませんでした。

= 事業・サービス自体の付加価値向上等に資するデジタル活用

そこで、、

データやデジタル技術の活用により、お客様へどのようにプラスの価値を提供し、お客様満足度を向上できるかを学ぶため、「デジタル化実践道場」を受講することに。

「基礎コース」参加を受けて



〈基礎コース(座学)〉

第1回	第2回	第3回	第4回
7/5(水) 15:00~ 18:00	7/13(木) 15:00~ 18:00	7/18(火) 15:00~ 18:00	7/28(金) 15:00~ 18:00
・AI・IoTの 活用事例 ・DX実践事例	・データの取得 ・分析方法	・簡易デモ機に よる体験	・自社課題に 即したAI・ IoTを検討

〈実践コース(現場対応)〉

第1回~ 第4回
8月下旬~12月
・(AI)ツール導入 ・課題、対策検討 ・取り組み内容の評価

選
定

- ・デジタル化 ⇒ 「DX」とはどういうことか、「ゑびや」がお客様へのおもてなしや地域のためにどんな取組や工夫、デジタルツールやデータ活用を進めているか等々、詳細まで共有いただいた。
- ・今後、より一層お客様や地域への貢献(=売上拡大)を目指すこと、また社員の幸福には、デジタル技術により、現在の事業を高度化させること、さらには変革させ、新たな事業モデルを確立すること、「DX」の本質的な“X”(トランスフォーメーション)を目指すことは、必要不可欠と理解。

☆「実践コース」の受講へ！「守、破、離」、まずは常盤木様、EBILAB様からの指南を着実に実施する！

- ・飲食店におけるデジタル活用、データ経営とは何か、店舗経営の生産性を向上させるとともに、お客様にいかにプラスの価値を提供できるかを実践的に学ぶ。
- ・洋菓子販売、金沢駅近辺の店舗等、候補は複数あったが、「ゑびや大食堂」のノウハウをよりリアルに学びを得ることができると考え、弊社の和食レストラン「ゆげや萬久」で実施する。

理由① “近年の顧客属性の変化”

- ・金沢中心部の商業施設内に店舗を構えており、近年の新幹線開業等により、関東圏からの観光客数、インバウンドが増加。地元客と観光客の割合等、顧客属性の把握が難しくなっており、社員間の肌感覚でもバラつきが出てきている。
- ・必要な客観的データが揃っておらず、効果的なマーケティングができていない。

理由② “直近の顕在的な店舗課題”

- ・メニューの絞り込みがうまくできていない。(メニューが増加する一方。)
- ・仕入、原材料価格やエネルギーコストの増加。

理由③ “再現性の高さ”

- ・「よびや大食堂」と「ゆげや萬久」の業態が近く、ノウハウをリアルに学び、得ることができる。

和食レストラン 「ゆげや萬久」



厳選した金澤の味覚(金澤おでんや海鮮丼、蒸し御飯など)と石川の地酒を楽しむ“和食レストラン”

- ✓ 所在地 石川県金沢市武蔵町15-1 「金沢エムザ」B1F
- ✓ 営業時間 昼 11:00~15:00 夜 17:00~20:00
- ✓ 席数 48席(テーブル42席、カウンター6席)



店舗の「あるべき姿」



経験と勘に頼った従来の店舗経営を踏襲するのではなく、得られたデータや来客予測を活用し、店舗運営を効率化するとともに、新たな施策や打ち手を明確にし、効果的なマーケティングに取り組む！

= 経営者や店舗マネージャーが本来取り組むべき課題解決に取り組む。

- 1 | 売れる商品や顧客属性をリアルタイムに見極め、販売戦略等を立案する。
- 2 | 発注数、シフト作成、仕込み作業等を最適化する。
- 3 | 自動集計・分析されたアンケート結果からお客様の声を反映する。



世界一IT化された食堂「**よびや大食堂**」の取組を「**ゆげや萬久**」で再現する！

☆TOUCH POINT BI(データ分析サービス)

飲食・小売店、あらゆるサービス業を支える経営支援ツール。店舗業務の煩わしい作業を全て自動化。店舗課題やニーズに応じた様々な機能を備える。

コスト削減



来客予測

- ・メニュー・材料予測
- ・月間来客予測
- ・月間売上予測
- ・時間帯別予測
- ・当日予測

売上アップ



店舗分析

- ・日別・月別販売数
- ・併売分析
- ・理論原価率
- ・昨対比分析
- ・外部要因分析
- ・売上分析

顧客満足度向上



コミュニケーション分析

- ・アンケート収集と分析

プロジェクト実施体制(参考)



石川県

- 「デジタル化実践道場」 事業全体管理
 - ・関係者調整
 - ・全体スケジュール管理

(株)EBILAB

- コンサルティング支援
 - ・課題等のヒアリング
 - ・取組内容の提案
- システム実装支援
 - ・タッチポイントBIの店舗実装
 - ・システム運用支援(カスタマーサクセス)

ぶどうの木

- プロジェクト管理
 - ・方針決定
 - ・社内調整

ゆげや萬久

- 取組実施
 - ・本資料掲載の取組内容の実施
- システム実装
 - ・データ収集、分析
 - ・社員教育

「実践コース」取組内容

「TOUCH POINT BI」の導入により、「ゆげや萬久」のデータを収集し、現在の店舗状況を可視化する。また、豊富なコンサル経験を有する講師の常盤木 龍治氏より、店舗経営に関し、様々なアドバイスを受けながら、データ経営の本質を学ぶ。

- ▶ 来客予測の精度確認
 - ・日割予定等が即座に作成可能に
- ▶ 可視化されたデータを、施策検討に活用
 - ・商品ABC分析の実施
 - ・顧客属性や売上状況等から、メニュー構成の検討（ランチメニューとディナーメニューのすみわけ）
- ▶ お客様の生の声を集める（アンケート機能）
 - ・お客様の来店動機等の確認
 - ・評価ポイントの確認
（選ばれている理由、改善点等の洗いだし）
 - ・具体的な声への対応



講師 常盤木 龍治氏

・SAP、東洋ビジネスエンジニアリング、アステリア等で数々のNo.1シェアソフトウェアに携わる。

・『MIJSコンソーシアム』の副委員長をはじめIT外郭団体の要職を歴任。2010年より日本の産業構造の変革を加速する為に、パラレルキャリアエバンジェリスト / プロダクトデザイナー / 事業戦略担当として複数のイノベーション要素を持つテクノロジー企業で活動するスタイルに軸足を移す。

・AI / IoT / Deep Learning / クラウドに精通し、2018年初頭より、喜びやに事業戦略アドバイザーとして参画。最高戦略責任者 / 最高技術責任者 / エバンジェリスト。

取組結果 ～ 来客予測の精度確認～



天気

雨

平均気温

0.5

20.5

選択された期間

2024年2月21日

～ 2024年2月21日

期間指定

2024/02/21

2024/02/21

年月指定

すべて

日付指定

すべて

店舗選択

すべて

今年

前年

今月

前月

翌日

本日

前日

祝日

土/日

平日

税抜

税込

本日の売上予測

[]

本日の売上

[]

本日の客単価

[]

予測客数

72名

実客数

83名

実客数 - 予測客数

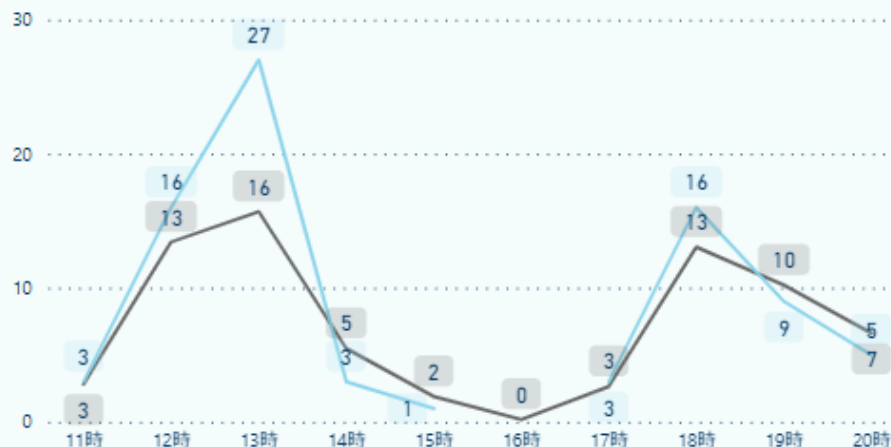
11名

予測的中率

86.7%

時間帯別予測客数と実客数

● 予測客数 ● 実客数



週間予測

2/22



2/23



2/24



2/25



2/26

※2/21現在のデータ

社内数字のため、一部白塗

取組結果 ～ 来客予測の精度確認～



天気

雨

平均気温

0.5

20.5

選択された期間

2024年2月21日

～ 2024年2月21日

期間指定

2024/02/21

2024/02/21

年月指定

すべて

日付指定

すべて

店舗選択

すべて

今年

前年

今月

前月

翌日

本日

前日

本日の売上予測

本日の売上

本日の客単価

予測客数

72名

実客数

83名

実客数 - 予測客数

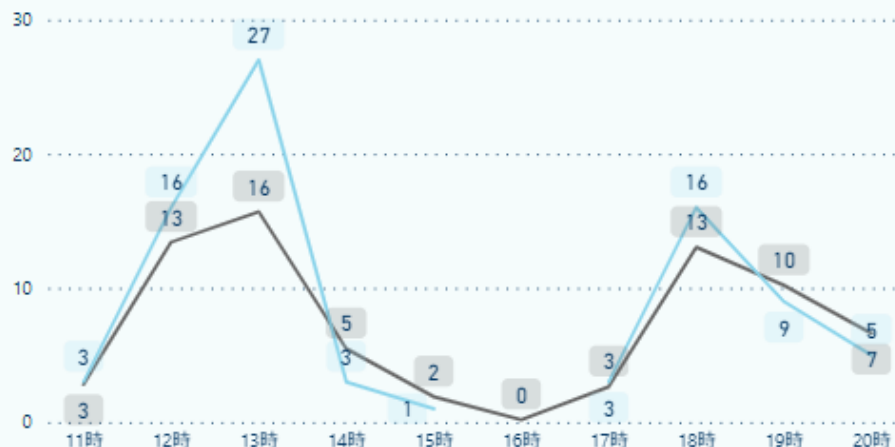
11名

予測的中率

86.7%

時間帯別予測客数と実客数

● 予測客数 ● 実客数



▶ 予測的中率は9割前後

→突発的な要素(団体予約が発生する場合等)がなければ、非常に高い精度で予測可能に。

▶ 現状効果:日割予定が、システムから即座に作成可能に。

▶ 現在、能登半島地震により(観光客の増減等)、的中率に影響が出ているが、今後、高い精度で安定した数字が出次第、他オペレーション等にこちらを活用、代用していく。

取組結果 ～施策検討への活用～



天気: 雨, 雪, 晴れ, 曇り

平均気温: 0.5, 20.5

売上: []

客数: []

客単価: []

組数: []

商品原価計: []

粗利益: []

売上昨対比 (空白)

客数昨対比 (空白)

客単価昨対比 (空白)

組数昨対比 (空白)

☆店舗分析画面

売上状況が一目瞭然
様々な条件下(時間、
曜日、天気等)の売上
も確認可能に
→ ABC分析、
メニュー構成の検討へ



▶ 原価管理。
→ 粗利ベースでの分析
が正確に



▶ 顧客情報を登録し、
属性が明らかに
(年代、グループ等)
※インバウンドの割合も
→ 顧客属性別での
売上分析も可能に

客層 1

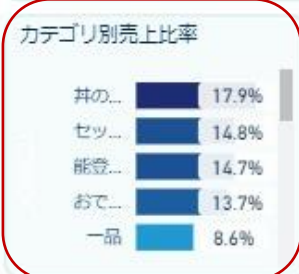
お一人様	家族
43.0%	20.0%
友達	夫婦
16.9%	13.0%

客層 2

日本
94.4%

客層 3

50~69歳	70...
42.6%	27.4...
30~49歳	



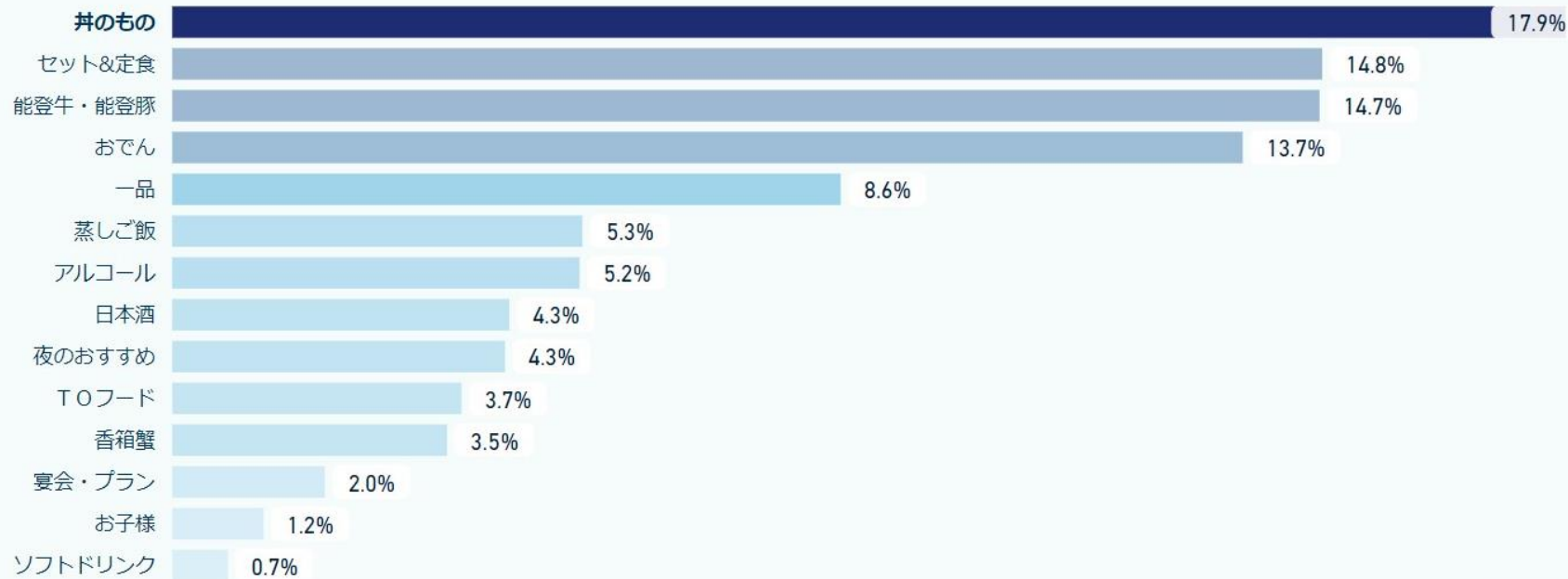
▶ (参考)
次ページ、フォーカス

取組結果 ～施策検討への活用～(参考)



[レポートに戻る](#)

カテゴリ別売上比率



取組結果 ～施策検討への活用～

「TOUCH POINT BI」により、店舗状況がリアルタイムにかつ、一元的に可視化され、データの“価値”に気づかされた。



- ・店舗データの分析作業をする時間が減ったことで、施策検討のための時間を多く捻出することが可能になった！
- ・分析画面を触っていると自然とアイデアが浮かんでくるようになった！

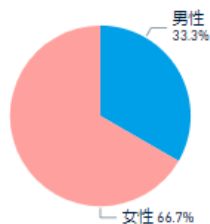
(店舗担当者からの声)

今後、可視化された“データ”を参考にしながら、新たな施策を立案、さらには施策の成果も“データ”で確認する。(=より効果的なマーケティングが可能に。)

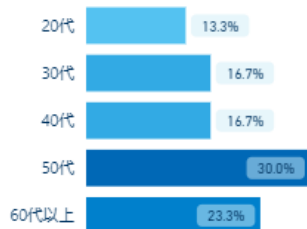
取組結果 ～アンケート結果～



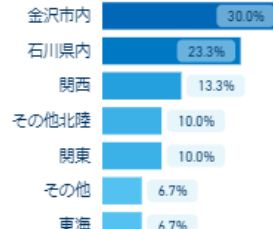
●性別比率



●年代比率



●どこから来たか



期間指定

2023/12/19 2024/02/21

年月指定

すべて

日付指定

すべて

店舗選択

すべて

前月 今月

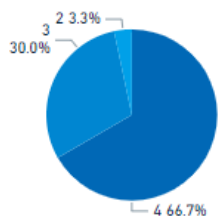
前日 本日

アンケート回答数

回答率

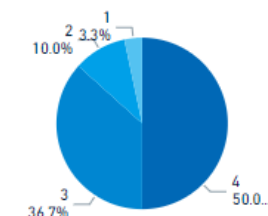
●提供時間

平均 3.63 点



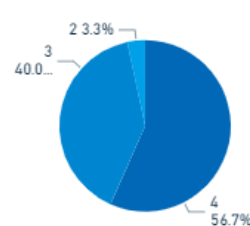
●接客評価

平均 3.33 点

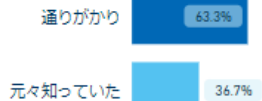


●味評価

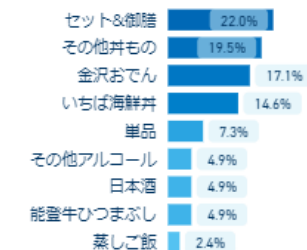
平均 3.53 点



●来店動機



●注文メニュー



●ご指摘・ご要望

回答日時	ご指摘・ご要望
	玄米が嬉しかったです！
	いつもありがとうございます。
	店内が少し寒いので温かくなるといいです。
	お得で美味しかったです。有難うございました。
	追加の注文がし易いよう、簡単なメニューをテーブルにおいてほしい。

※2/21現在のデータ
社内数字のため、一部白塗

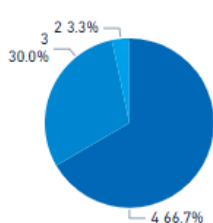
▶ アンケートをとり始めてから、数か月で非常に有益な情報をいただいております、お客様の生声を集める重要性を改めて感じています。(費用対効果が高い。)

→今後ともアンケートにより、貴重なお声を積極的に集め、店舗運営の改善に取り組みたい。

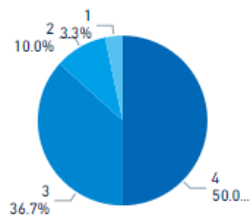
取組結果 ～アンケート結果～



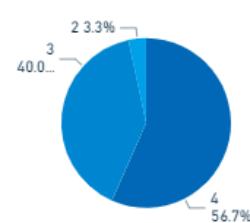
●提供時間 平均 3.63 点



●接客評価 平均 3.33 点



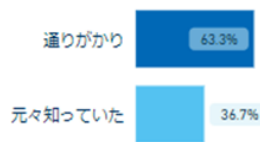
●味評価 平均 3.53 点



▶ 料理の提供時間と味への評価が相対的に高い。

→継続的に点数をウォッチしながら、お客様の評価を確認する。

●来店動機



▶ 来店の動機は、通りがかりが多い。(63.3%)

→店頭での仕掛け等の工夫により、来店に大きく影響が出る可能性が高いことが示唆された。

●ご指摘・ご要望

回答日時	ご指摘・ご要望
	玄米が嬉しかったです！ いつもありがとうございます。
	店内が少し寒いので温かくなるといいです。
	お得で美味しかったです。有難うございました。
	追加の注文がし易いよう、簡単なメニューをテーブルにおいてほしい。

▶ ポジティブな意見とネガティブな意見(改善点)をしっかりと分け、今後の店舗運営の参考に！

▶ 具体的なお声に対する、対応方法(だれが、どのように、いくらまで等)を社内で検討し、改善を進める。

“積極的なデジタル活用”



- ・「TOUCH POINT BI」以外にも、「イイミセ」等の様々なデジタルツールをご紹介いただき、実際に活用を進める中で、利便性の高さを実感している。
- ・お客様に喜んでいただくこと、社員の幸福、その他事業”目的”達成のため、デジタル技術(“手段”)を存分に活用したい。
⇒ 弊社ならではの事業モデルの確立(“DX”)を目指す。

“外部人材等の活用”



- ・講師の常盤木様からは、デジタルやデータ活用の方法から店舗経営にまで踏み込んだアドバイスを数多くいただいた。(他の外部人材や企業様のご紹介も含め)
- ・外部からの視点と数々の指南は、これまでに生まれなかった新しいアイデアや取組を実施するきっかけになった。今後も、外部の人材や企業様との新しい取組を積極的に進めていきたい。