

# No6 小売り・飲食業者および農業者の生産性向上と県産品の販路拡大に向けた道の駅を活用したデジタルと人の融合プロジェクト

(代表事業者) フォーバル (連携事業者) ちくせい夢開発

## ■ 事業概要

茨城県では新型コロナの影響と同時に、地域課題・観光課題を抱えている。そのような中「道の駅は」小売・飲食・農業製品・特産品を販売する複合施設として存在する為、DX（デジタルトランスフォーメーション）を展開する各種モデルケースとして地域・業態・分野での発展に繋げる。

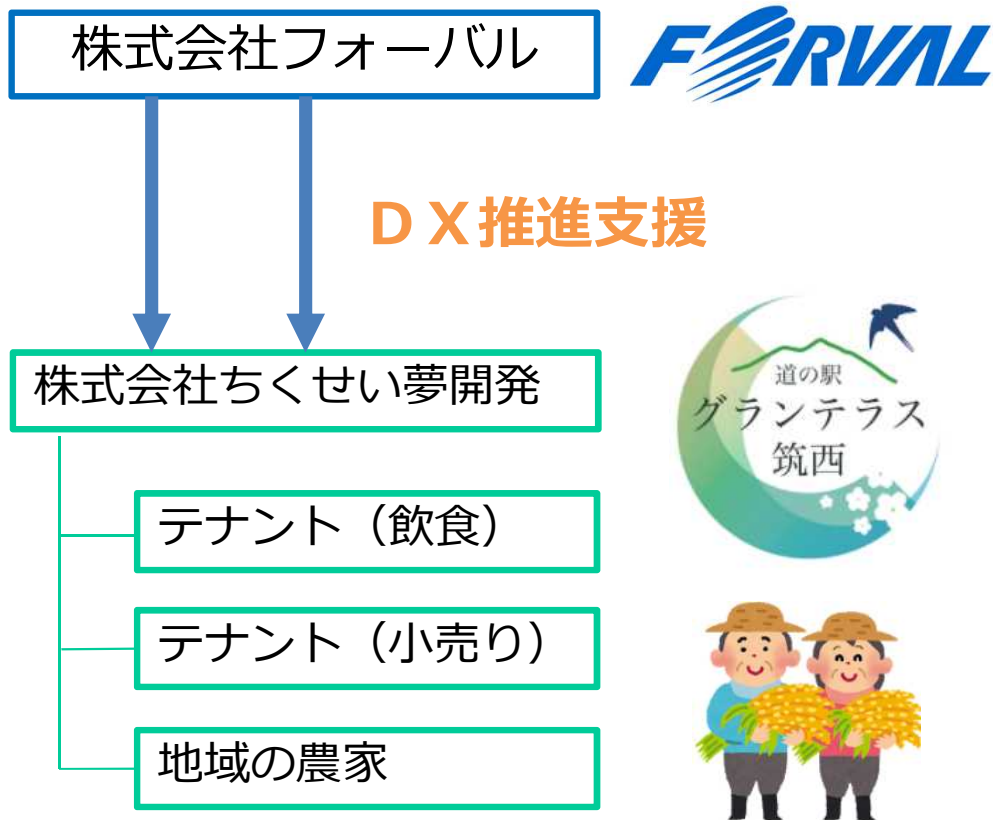
## ■ 課題解決方法のイメージ図



# No6 小売り・飲食業者および農業者の生産性向上と県産品の販路拡大に向けた道の駅を活用したデジタルと人の融合プロジェクト

(代表事業者) フォーバル (連携事業者) ちくせい夢開発

## ■ 実施体制



## ■ スケジュール

項	工程	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1	事前準備										
2	運用設計										
3	システム設計										
4	システム開発										
5	システム導入テスト										
6	運用テスト・教育										
7	システム本導入										
8	運用・システム修正										
9	データ分析・課題抽出・改善検討										
10	マニュアル作成										
11	事業成果まとめ										

## ■ 実証成果目標 (最終月)

項	目標項目	目標値	単位
1	デリバリー実施件数/月	150	件
2	テイクアウト実施件数/月	100	件
3	テーブルオーダー活用率	60	%
4	デジタル会員獲得数/累計	5,000	件
5	ECでの購買金額/月	50	万円
6	需要予測的中率	90	%

## ■ アピールポイント

テーマは道の駅のDX。モバイルオーダーなどの新業態を始めながら、抽出したデータを分析し、地域を巻き込みながら需要予測まで展開する。また実験フィールドが複合施設である「道の駅」であることから、成功事例を横展開しやすいというメリットも大きい。

# No6 小売り・飲食業者および農業者の生産性向上と県産品の販路拡大に向けた道の駅を活用したデジタルと人の融合プロジェクト

(代表事業者) フォーバル (連携事業者) ちくせい夢開発

## ■現在の進行状況（6月～9月）

### ●立上げ・実証準備状況

#### 1. 道の駅アプリを活用したデジタル会員施策

約3000人の会員データ（属性、出身エリア、クーポン・ポイント利用状況等）から商圈分析を実施。クーポンやポイント等の施策で効果的なプロモーションを検証し、利用率の高い層に対応したプロモーションへ改善中。

アプリとECサイトをリンクさせ、アプリから買い物が可能に。

#### 2. デジタルサイネージの運用

表示したコンテンツ別の効果を検証しており、どのようなコンテンツ（時間の長さ、内容）が最適かを検証中。

#### 3. 自動音声技術（オートコールシステム）の運用

コロナの影響で一旦停止中。再開に向けて道の駅側と検討中。

#### 4. モバイルオーダーの導入検討

テイクアウト：そば元本舗、和風レストラン雅（10/8～導入）  
ラーメン桜、セイコーマート、 ohana（パン屋）  
デリバリー：直売所

#### 5. ECサイト立ち上げ

9月17日に立ち上げ、プロモーションの第一弾として3000人以上のアプリ会員を対象に、アプリ経由でのECの情報発信と送料500円OFFクーポンの配信を実施。

#### 6. 需要予想システムの開発

要件定義が完了。POSのデータを自動で出力するための開発を行い、12月には需要予測を開始予定。

### ●中間生成物

1. 道の駅アプリから得られるデータ分析レポート
2. デジタルサイネージ分析レポート
3. モバイルオーダーシステム及び操作マニュアル
4. ECサイト及び分析レポート
5. 需要予測システムの要件定義

### ●顕在化した課題

#### 1. モバイルオーダー

- ・新しい業態（テイクアウトやデリバリー）を取り入れた際の人的リソースの確保とオペレーション変化への対応
- ・テイクアウトやデリバリーを実施する際のメニュー開発が必要

#### 2. ECサイト

- ・定期的に見ていただき、買っていただくための、飽きさせない継続的なプロモーション
- ・高額商品を送る際の包み方や魅せ方などの宅配技術の改善
- ・県外の方向け、県内の方向けのネット専用の商品開発

#### 3. 需要予測システム

- ・定期的（最低週1回）に売上等のデータ出力が必要になるため、POS側との調整が必要となり、開発に追加コストを要した。

# No6 小売り・飲食業者および農業者の生産性向上と県産品の販路拡大に向けた道の駅を活用したデジタルと人の融合プロジェクト

(代表事業者) フォーバル (連携事業者) ちくせい夢開発

## ■ 協力者との連携状況

### ● 連携事業者

- ・(株)ちくせい夢開発：道の駅の運営主体であり、実証フィールドとして各システムを導入
- ・(株)EBILAB：需要予測システムの導入に向けて要件定義中
- ・(株)ワンチャイブアドバイザーズ：動画マニュアルの導入準備

### ● 茨城県含む自治体

- ・特になし

### ● 地場企業・団体

- ・道の駅各テナントとの連携
- ・地元農家との連携

店舗名	プロモーション	購買手段	需要予測
そば元本舗	●	テイクアウト	●
和風レストラン雅	●	テイクアウト	
ラーメン桜	●	テイクアウト※	
セイコーマート	●	テイクアウト※	
ohana (パン屋)	●		●
直売所/小売店	●	デリバリー	●
FARM'S (ジエラト屋)	●		
プロマージェ (洋菓子)	●		

※ラーメン桜及びセイコーマートはテイクアウトの導入を検討中

## ■ 今後の実証予定 (10月～3月)

### 1. 道の駅アプリ

アプリを各プロモーションのプラットフォームとしたときに  
 どのような客層にどのような使われ方がされるかを分析  
 ※会員の顧客分析、会員限定クーポン利用者分析、会員限定アンケート回答分析等

### 2. デジタルサイネージを活用したプロモーション分析

### 3. オートコールシステムを活用した集客効果の分析

### 4. モバイルオーダーシステム

テイクアウトシステムの導入(残り3店舗)と利用率向上施策の実施/決済システムの導入と利用率の検証

### 5. ECサイト

ECで購入件数を上げるためのプロモーションと改善  
 現在の電話対応でのデリバリーの効果検証と、ECと統合した運用実施の検討

### 6. 需要予測

需要予測システムの導入とデータの利活用による生産性向上  
 (廃棄ロス・購買機会ロスの低下の検証)

### 7. 上記オペレーションを確立後の動画マニュアル制作



# No6 小売り・飲食業者および農業者の生産性向上と県産品の販路拡大に向けた道の駅を活用したデジタルと人の融合プロジェクト

(代表事業者) フォーバル (連携事業者) ちくせい夢開発

## ■ (現在想定している) 課題解決効果

道の駅に限らず、飲食店等店への下記成功のノウハウの横展開を目指す

- ①デジタル会員データの利活用によるプロモーションのノウハウ
- ②購買手段を増やした場合の売上拡大のノウハウ
- ③AI需要予測で廃棄ロスや購買ロスの抑制のノウハウ
- ④各システムを導入した際のオペレーションのノウハウ
- ⑤上記ノウハウをアニュアルや動画化し、店舗が自力で施策立案等できるようにする

## ■ (現在想定している) 既存手法との比較検証

### ● 検証概要

	①プロモーションのノウハウ	②購買手段を増やした売上拡大のノウハウ	③AI需要予測活用のノウハウ	④各システムのオペレーションのノウハウ	⑤自力で施策立案できるノウハウ
比較する既存手法 (導入前後の比較検証を実施)	<ul style="list-style-type: none"> <li>各ソリューションの導入コスト (オペレーションコストも含めて) と導入効果を比較</li> <li>上記と合わせ、各システムの導入に対する店舗毎の費用対効果を検証</li> <li>ちくせい夢開発が複数の施策から打った各プロモーション効果を検証</li> <li>業種・業態別にどのようなソリューションの組み合わせが効果的か比較検証</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>作成したマニュアルの活用による習熟スピードを検証</li> </ul>	
評価指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上 (利益) 推移</li> <li>会員獲得数/累計</li> <li>リピート数</li> <li>プロモーション効果</li> <li>上記取組の費用対効果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上 (利益) 推移</li> <li>EC購買金額</li> <li>デリバリー実施件数</li> <li>テイクアウト実施件数</li> <li>上記取組の費用対効果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上 (利益) 推移</li> <li>需要予測的中率</li> <li>廃棄ロス、購買ロス</li> <li>上記取組の費用対効果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マニュアル (プロモーション手法等も含む) の使いやすさ</li> </ul>	
検証方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>●道の駅アプリ アプリ会員データから、会員がどう動いて売上につながったかを検証</li> <li>●サイネージ 配信内容と属性をPOSデータと紐づけ、効果を検証</li> <li>●オートコールシステム 着信率・通話時間・オプトアウト数の分析による効果検証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ECサイト アクセス状況、購買データから、どのように売上につながったかを検証</li> <li>●デリバリー 既存デリバリーをECと統合し、利用状況等を比較検証</li> <li>●テイクアウト 事前注文機能を追加し利用状況や費用対効果を検証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●需要予測システム 需要予測に基づき、商品の仕入れをコントロールし、廃棄ロス、購買ロスの抑制を検証</li> <li>●人的にやっていた場合と、AIの予測を同時に比較してロス率を比較</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マニュアル化 新しく入った人材に対するマニュアル活用度合い、習熟スピード等を検証</li> <li>●ソリューション導入によるオペレーションの変化や、課題の解決プロセスを検証</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●データ一元化 左記データを一元的に分析し、施策が適切に機能しているか見える化</li> <li>●ノウハウをマニュアル化し、店舗が自力で施策に取り組めるようなるかを検証</li> </ul>