

商店街デジタル化 推進事例集

vol.2
2025年度版



はじめに

商店街デジタル化支援事業は、高知県内の商店街が、商圈人口の減少や郊外大型店との競合など様々な課題に向き合う中、商店街活性化を図るための方法のひとつとして、「デジタル技術の活用」や「データに基づく経営手法」のモデルケースを創出することを目的に令和6年度から令和7年度にかけて実施しました。

高知市の帯屋町商店街の15店舗と、令和6年にアーケード内に人流計測機器（AIカメラ）を設置した協同組合帯屋町筋が、それぞれデジタル化・データ活用に取り組みました。その結果、店舗の課題解決に向けたデジタル技術活用の取り組みや、AIカメラで取得した人流データを活用した先進的な取り組みなど、さまざまな事例が生まれました。

本冊子は、その事例と成果を取りまとめ、県内の商店街のみなさまが商店街活性化やデジタル化を推進するにあたっての参考としていただく為の事例集として作成しました。

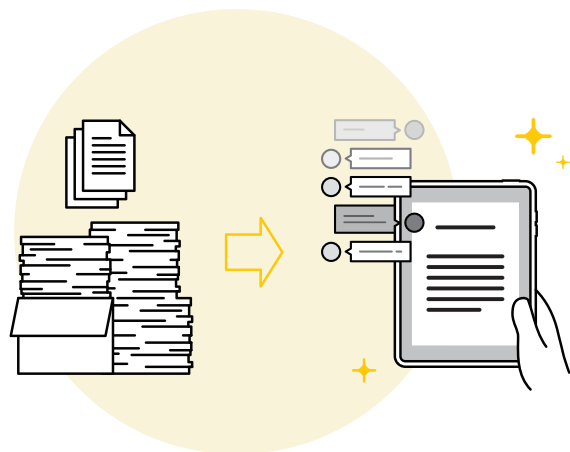
ぜひ、ご一読ください。

高知県商工労働部経営支援課

商店街デジタル化支援事業の概要

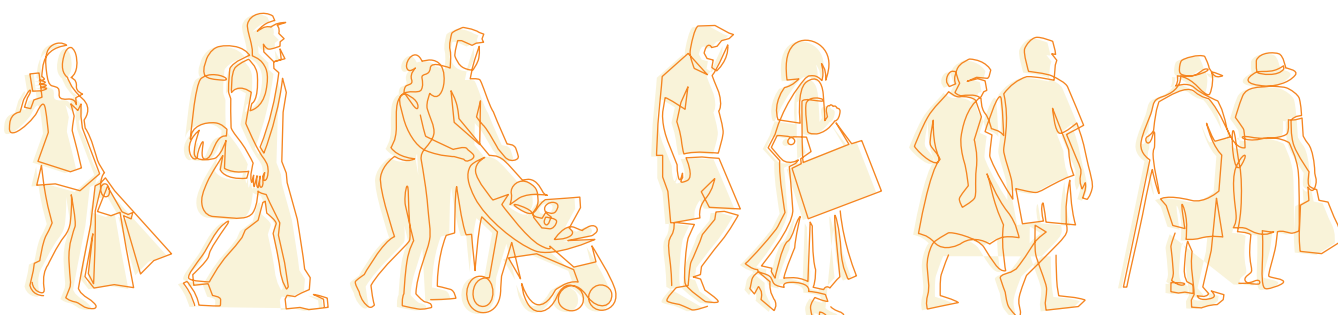
01 デジタル技術を活用した 商店街の各店舗での経営課題解決

組合加盟店の内 15 店舗がモデル店舗として参画し、個店それぞれの経営課題解決に向けたデジタル化計画を策定し、その実装を進めていく。



02 人流データ活用による 商店街の賑わい創出

商店街に設置された AI カメラにより把握可能となった人流データを分析し、データに基づいた来街、回遊施策の検討と効果検証を行えるようにする。



モデル店舗取り組み事例 目次

店舗名	業種	取組領域	ページ数
和餐 帯や 勘助 (株式会社早川企業)	飲食業	売上向上	5
アベニュービル (株式会社 廣末金物店)	テナント運営業、小売業、飲食業	売上向上	7
菊寿司 本店 (株式会社 菊寿司)	飲食サービス業	売上向上	9
AND COLOR (有限会社 廣末ビル)	小売業	売上向上	11
cafe&bar SHELTER (株式会社いせご)	飲食業	売上向上	13
Paper message (本山印刷株式会社)	製造業・小売業	売上向上	15
メガネのクスノセ (有限会社メガネのクスノセ)	眼鏡小売業	売上向上	17
こうち観光ナビ・ ツーリストセンター	観光案内	業務改善	19
正美堂時計店 (株式会社 正美堂)	小売業	業務改善	21
大西時計店 (株式会社大西時計店)	時計小売業	売上向上	23
銀座に志かわ高知帯屋町店 (株式会社岡村文具)	製造業・小売業	売上向上 / 業務改善	23
土佐料理司 高知本店 (株式会社 土佐料理司)	飲食業	売上向上	23
高知のもんしかださん。 (合同会社 NGS)	IT サービス業・飲食業	売上向上	24
コピーマック高知本店 (株式会社コピーマック)	デザイン・印刷関連サービス業	売上向上	24
はこべ 本店 (株式会社はこべ)	飲食業	業務改善	24

成果一覧

店舗名	取り組み概要	成果
和餐 帯や 勘助 (株式会社早川企業)	<ul style="list-style-type: none"> ターゲット客層に合わせた情報発信を強化 SNS や Web 広告を活用した予約導線の構築 	<ul style="list-style-type: none"> 売上：前年比 144% (1 回目施策)、前年比 128% (2 回目施策) 客数：前年比 129% (1 回目施策)、前年比 112% (2 回目施策)
アベニュービル (株式会社 廣末金物店)	<ul style="list-style-type: none"> イベントに合わせた Web 広告などの情報発信 ターゲット広告と効果検証による改善 	<ul style="list-style-type: none"> 売上：前年比 150% 客数：前年比 130%
菊寿司 本店 (株式会社 菊寿司)	<ul style="list-style-type: none"> 夕方限定の新メニューを開発 SNS と LINE を活用した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 売上：前年比 113% (1 回目施策) 前年比 110% (2 回目施策)
AND COLOR (有限会社 廣末ビル)	<ul style="list-style-type: none"> SNS を活用したファンづくりと情報発信 クルーズ船の来航データに基づいた柔軟な営業対応 	<ul style="list-style-type: none"> 売上：前年比 110% (5 ヶ月間)
cafe&bar SHELTER (株式会社いせご)	<ul style="list-style-type: none"> 予約・注文システム・デジタル看板の導入 SNS・Google マップの強化 	<ul style="list-style-type: none"> 売上：前年比 139% (12・1 月) 客数：前年比 145% (12・1 月) ネット予約数：9 月 8 人→12 月 57 人
Paper message (本山印刷株式会社)	<ul style="list-style-type: none"> POS レジ・SNS・お客様アンケートなどで得られたデータの活用 看板・のぼり・サインージなど店頭ツールの設置 	<ul style="list-style-type: none"> 「高知店限定グッズ」売上：前年比 193% 8 月全体売上：前年比 127% 8 月全体客数：前年比 129%
メガネのクスノセ (有限会社メガネのクスノセ)	<ul style="list-style-type: none"> 多言語対応の実施 (英語・中国語) 旅行者向けケアセットの開発・販売 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人購入額：目標の 116% を達成 Google マップ検索数：8.3 倍に増加
こうち観光ナビ・ ツーリストセンター	<ul style="list-style-type: none"> フォーム入力への変更による手書き・転記作業の廃止 Excel 機能を用いた集計作業の自動化 	<ul style="list-style-type: none"> パンフレット在庫集計時間：90% を削減 来館者集計時間：全体で 21% 削減
正美堂時計店 (株式会社 正美堂)	<ul style="list-style-type: none"> 自動化ツール (GAS) と生成 AI を活用した在庫情報更新作業の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> 在庫更新作業時間：3 分の 1 程度まで削減 対応スタッフ数：1 名→3 名 (属人化解消)
大西時計店 (株式会社大西時計店)	<ul style="list-style-type: none"> 自社 HP リニューアルによるブランド力向上と利便性追求 SNS・広告・LINE を活用した積極的な情報発信やユーザーとの関係構築 	
銀座に志かわ高知帯屋町店 (株式会社岡村文具)	<ul style="list-style-type: none"> データ分析に基づく最適な看板の運用 生成 AI を活用したシフト表の自動作成 	
土佐料理司 高知本店 (株式会社 土佐料理司)	<ul style="list-style-type: none"> Google マップでの情報発信を強化 多言語対応の強化 	
高知のもんしかださん。 (合同会社 NGS)	<ul style="list-style-type: none"> 新メニュー開発と Instagram による情報発信 今後のデジタル戦略の推進 	
コピーマック高知本店 (株式会社コピーマック)	<ul style="list-style-type: none"> デジタルツールによる顧客データの整理 SNS による情報発信と知名度向上 	
はこべ 本店 (株式会社はこべ)	<ul style="list-style-type: none"> モバイルオーダーシステムの導入 POS レジ導入による注文・会計の効率化 	



和餐 帯や 勘助 (株式会社早川企業)

業種	飲食業
設立年	1976年
従業員数	83人(パート含む) 店舗は28人
主な事業内容	創作土佐料理・和風料理

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 季節に合わせた集客力の向上

主な取り組み内容

- ターゲット客層に合わせた情報発信を強化
- SNS や Web 広告を活用した予約導線の構築

具体的な取り組み内容

- **戦略的情報発信**：夏の8～9月（1回目施策）は、大阪からの家族旅行客を狙い、Google マップや広告で「個室・土佐料理」を訴求。冬の11～12月（2回目施策）では、地元客を狙い、「忘年会」の情報を集中的に発信。
- **Web 導線の最適化**：Instagram の定期投稿（週2回）と Google マップのメニュー写真拡充により、認知から予約に至る流れを構築。
- **Web 広告配信**：来店客の居住地データを分析し、関西地域への Web 広告を配信。

人流データの活用

- **人流・売上データの分析で機会損失を特定**：店舗前の人流データと売上データを照合し、「通行量が多いが取り込めていない層・時間帯」を特定。
- **データ分析に基づく具体的な施策を実行**：家族連れ向けの「お子様メニュー」新設、ターゲットを絞ったWeb広告の配信、人の流れに合わせた営業時間変更などを実施。
- **「経験」から「客観的データ」への転換を実現**：客数と売上の向上を目指して、勘に頼らない「客観的データ」を用いた具体的な対策を打った。

取り組みの成果・効果

- 売上：前年比 144%（1 回目施策）、前年比 128%（2 回目施策）
- 客数：前年比 129%（1 回目施策）、前年比 112%（2 回目施策）
- Instagram 閲覧数：3 倍以上（開始 2 ヶ月）
- Google マップ閲覧数：約 3 倍

Instagram や Google マップの閲覧数の増加に伴い、ホームページ経由の予約数も約 1.5 倍の増となった。このことから、SNS を用いた情報発信や広告掲載が予約の獲得に繋がっていることがうかがえる。複数の SNS で統一したキーワードを使う戦略により、観光客と地元客の両方にアプローチできた。

成果につながったポイント

サービス

- Meta 広告
- Google 広告（リスティング広告）
- Google ビジネスプロフィール
- Instagram



データ

- 人流データ
（帯屋町筋商店街 AI 人流・交通分析システム）
- 来街者属性データ
（KDDI location analyzer）
- 令和 4 年県外観光客入込・動態調査報告書
（高知県観光振興部観光政策課）
- Google ビジネス
（パフォーマンス情報）
- Instagram（インサイト情報）

コスト

- Meta 広告・リスティング広告：
約 200,000 円
（1 回目施策：約 100,000 円、
2 回目施策：100,000 円）



創意工夫のポイント

店舗前の人流データを参考に、「いつ、どんなお客様に来店してほしいか」を定めたことが結果に繋がった。夏は「40 代・大阪在住・家族連れ」など具体的な客層を想定し、その方々が多く利用している SNS 媒体に広告を出稿。また年末に向けてはアピールポイントを「宴会」に変更して PR するなど、ターゲット層と季節性に応じて柔軟に対応する戦略によって、効率的な集客を実現した。





アベニュービル (株式会社廣末金物店)

業種	テナント運営業、小売業、飲食業
設立年	1951年
従業員数	21人
主な事業内容	テナントビル運営、 キャラクターグッズ販売 等

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 売上アップとお客様との接点作り

主な取り組み内容

- イベントに合わせた Web 広告などの情報発信
- ターゲット広告と効果検証による改善

具体的な取り組み内容

- **イベントに合わせた情報発信**：7月のキャラクターイベント、11月の創業祭に合わせ、LINE 公式アカウント、Instagram、Web 広告で一斉に情報発信。
- **ターゲットに合わせた広告と限定クーポンの配信**：30～40代の女性をターゲットとし、居住地（高知・愛媛）に合わせた広告や、LINE 友だち限定クーポンを配信。
- **効果測定による継続的な改善（テスト配信）**：複数の広告画像でテスト配信を行い、反応の良いものを残す PDCA サイクルを回し、最も効果的な宣伝方法を追求。

人流データの活用

- **通行量と入店率の詳細分析**：商店街全体の人流データと自社ビル・直営店舗の入店データを照合し、お店に入る人の割合（入館率・入店率）を詳細に分析。
- **来街者の居住地・属性を特定**：KDDI の位置情報分析ツールを用いて、高知県内だけでなく愛媛県など特定地域からの来街が多いことを確認。
- **データに基づく地域特化の Web 広告配信**：無駄なく効率的な集客を目指して、来店可能性の高い地域に絞って Web 広告をピンポイントで配信した。

取り組みの成果・効果

- 売上：前年比 150%
- 客数：前年比 130%
- LINE 友だち数：2,791 人に増加

LINE 友だちは当初の 1,879 人から目標の 2,500 人を上回る 2,791 人まで増加。メッセージは 7 割以上の方が開封しており、特に夜 9 時の配信がよく開封される傾向を発見。いくつかの画像を配信してその反応を比較することで、配信内容の磨き上げも行っている。Web 広告は配信エリアを絞ることで、効率よくお店や商品の情報を届けることができた。

成果につながったポイント

サービス

- LINE 公式アカウント
- Meta 広告
- Wix
- Google ビジネスプロフィール
- Instagram



データ

- 人流データ
(帯屋町筋商店街 AI 人流・交通分析システム)
- 来街者属性データ
(KDDI location analyzer)
- LINE ビジネスアカウント
(セグメント情報、配信結果、等)
- Google ビジネス
(パフォーマンス情報)
- Instagram (インサイト情報)

コスト

- Meta 広告：約 300,000 円
(7/19 ~ 8/31 : 約 100,000 円、
10/17 ~ 11/23 : 200,000 円)



創意工夫のポイント

イベントの時期に合わせて Web 広告を集中させたことと、その効果を確認して改善し続けたことがポイント。LINE 公式アカウントのメッセージ配信はその反応を分析することで、高い開封率を維持した。顧客の反応がデータで示される Web 広告の利点を活かし、結果を見てすぐに修正する PDCA サイクルを回したことで、大きな成果に繋がった。商店街の人流だけでなく他県からの来店者情報にも目を向けたことで、より効果的な取り組みとなった。





菊寿司 本店 (株式会社菊寿司)

業種	飲食サービス業
設立年	1951年
従業員数	30人
主な事業内容	飲食事業、宅配事業

デジタルで解決したい事業課題

売上向上

平日夕方の客数と売上を増やしたい

主な取り組み内容

- 夕方限定の新メニューを開発
- SNS と LINE を活用した情報発信

具体的な取り組み内容

- (1回目施策) 女性向け「ハッピーアワー」を開発・展開 (8/18 ~ 9/19): 人流データを分析し、夕方の時間帯は女性の通行量が多いことを特定。30~40代女性をターゲットに設定し、LINE 公式アカウントと Instagram で集客を試みた。
- (2回目施策) 男性向け「ちょい飲みセット」を開発・展開 (10/9 ~ 10/31): 初期施策の反応を受け、データ再分析によりこの時間帯の需要は男性客の方が高いと判明。ターゲットを男性へ転換し、「ほろ酔いセット」(ちょい飲みセット)としてメニューをリニューアル。木・金曜限定で展開。

人流データの活用

- データで特定した夕方の集客ギャップ: 店舗前の人流データ分析から、通行量が多いにもかかわらず来店に至らない夕方の機会損失を特定。
- ターゲットを女性から男性へ即座に転換: 女性向け施策の反応を受け、データ再分析によりこの時間帯の需要が高い男性へターゲットを迅速に変更。

取り組みの成果・効果

- 売上：前年比 113%（1 回目施策）
前年比 110%（2 回目施策）

女性をターゲットにした 1 回目の取り組みでは売上前年比 113% を達成。当初狙っていた女性客獲得には至らなかったものの、平日男性客の「ちょっと一杯」という需要をつかむことに成功。2 回目の取組では男性を対象とするよう方向転換し、「ちょい飲み」メニューを開発。こちらも売上は前年比 110% を達成。ターゲット層に合わせた情報発信を意識することで、Instagram の閲覧数や LINE の開封率も高い水準を保っている。

成果につながったポイント

サービス

- LINE 公式アカウント
- Instagram



データ

- 人流データ
(帯屋町筋商店街 AI 人流・交通分析システム)
- 来街者属性データ
(KDDI location analyzer)
- LINE ビジネスアカウント
(配信結果)
- Instagram (インサイト情報)

コスト

- コストなし



創意工夫のポイント

まず、「夕方の時間帯に人通りは多いのに入店数は少ない」という課題をデータから発見し、ピンポイントで対策を行った点がポイント。1 回目の取組での気づきを活かし、商品名・セット内容を男性好みの日本酒メインに変更。曜日や時間ごとの注文状況まで細かく分析し、勘に頼らず「次はどうすればいいか」をデータから導き出したことが成功につながった。





AND COLOR (有限会社廣末ビル)

業種	小売業
設立年	1987年
従業員数	2人(店舗スタッフ数)
主な事業内容	雑貨販売

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 お客様を増やし、売上向上を目指す

主な取り組み内容

- SNS を活用したファンづくりと情報発信
- クルーズ船の来航データに基づいた柔軟な営業対応

具体的な取り組み内容

- **SNS を活用したファン作りと検索性の向上**：LINE 公式アカウントでのクーポン配信や Instagram の写真の雰囲気統一によるファン作りを推進。ハッシュタグを店名や地名に絞り込み、検索性を向上。
- **クルーズ船入港データに基づく柔軟な営業対応**：大型クルーズ船の来航日と売上の関係性を分析。売上が伸びる日に合わせて開店時間を早めたり、外国人向けに英語の看板やポップを作成して呼び込みを行ったりするなど、データに基づいて柔軟に対応。

取り組みの成果・効果

- 売上：前年比 110%（5 ヶ月間）
- LINE 友だち数：2,745 人

2025 年 8 月~12 月の 5 ヶ月間で売上は前年比 110% に増加。LINE 友だち数は 2,745 人に到達し、「10%OFF」などのクーポンが高い確率で使われている。Instagram のフォロワーも増えており、実用性の高い季節商品の投稿は 2,000 回以上の閲覧があった。また、クルーズ船の入港情報を参考に営業時間を変える対策をしたことが売上アップに貢献。オンラインでの来店誘致と、実店舗でのデータ活用の両輪で成果を出した。

成果につながったポイント

サービス

- LINE 公式アカウント
(くじ引き・クーポン・メッセージ配信)
- Instagram による週 3 回定期投稿と統一ビジュアル展開



データ

- LINE ビジネスアカウント
(友だち属性情報、クーポン情報、配信結果)
- クルーズ船来航日と売上・来店客数の相関データ
- Instagram (インサイト情報)
- 売上・来店客データ
(日次、カテゴリー別)

コスト

- LINE 公式アカウント運用費：
25,000 円



創意工夫のポイント

お店が得られるデータを活用して計画を策定したことがポイント。LINE クーポンは利用率の分析結果を基に「ポイント〇倍」から人気のある「割引型」へ内容を変更。クルーズ船の予定に合わせて柔軟に営業を変えるなど、これまでの経験や勘だけに頼らず、客観的なデータに基づいて動いたことが成果を生んだ。

Instagram も見栄えを統一して反応率を高めるなど、できる改善を着実に実行した。



cafe&bar SHELTER (株式会社いせご)

業種	飲食業
設立年	2007年
従業員数	4人(役員・パート含む)
主な事業内容	飲食サービス

デジタルで解決したい事業課題

売上向上

お客様との接点を増やし来店増へ

主な取り組み内容

- 予約・注文システム・デジタル看板の導入
- SNS・Google マップの強化

具体的な取り組み内容

- ネット情報強化による認知度向上：ネット予約サイト（HOTPEPPER グルメ）や Google マップの掲載写真を増やし、お店の認知度を向上。
- デジタルツール導入で快適な来店環境を構築：スマホ注文や Wi-Fi 整備を実施し、お客様が快適に過ごせる環境作りを推進。デジタル看板で店内の雰囲気や商品（メニュー）のイメージを通行人に向けて発信。
- コストを意識したツール選定：無料期間のあるモバイルオーダーを試験導入して比較するなど、慎重にツール選定を行った。

取り組みの成果・効果

- 売上：前年比 139%（12・1月）
- 客数：前年比 145%（12・1月）
- ネット予約数：9月 8人→12月 57人

ネット上の情報を充実させたことで知名度が上がり、11月の周年イベント時は前年比で売上 140% を記録。12月は前年比で客数約 112%、売上 130% と大幅に増加。ネット予約数も、開始した9月の8人から、12月には57人へと急増し、ネット集客の効果がはっきりと数字に表れた。客単価も増加傾向にあり、来店客数アップだけでなく、質の高い集客ができていくことがうかがえる。

成果につながったポイント

サービス

- Air レジオーダー
- HOTPEPPER グルメ
- Instagram
- Google ビジネスプロフィール
- サイネージ



データ

- 売上データ（日次、時間帯別）
- Instagram（インサイト情報）
- Google ビジネス（パフォーマンス情報）
- WEB 予約データ
- レストランボード

コスト

- HOTPEPPER グルメのランニングコスト
- Air レジオーダーのランニングコスト
- ※キャンペーン価格



創意工夫のポイント

デジタルツール（モバイルオーダー等）の導入にあたっては、無料期間を活かして入念に比較検討し、最も自店舗に合うシステムを導入。可能な限りコストを抑えて効果的な広告宣伝を行うために、よろず支援拠点等の支援機関のアドバイスを参考にした。モバイルオーダーの導入でスタッフの負担が減り、その分接客やイベントなどの売上を作る活動に集中できたことも、売上アップの要因となった。デジタル化で業務を効率化しつつ、集客も強化するという好循環が生まれている。



Paper message (本山印刷株式会社)

業種	製造業・小売業
設立年	1938年
従業員数	36人
主な事業内容	印刷・オリジナル紙雑貨の 企画・製造・販売

デジタルで解決したい事業課題

売上向上

お店を知ってもらい来店を増やす

主な取り組み内容

- POSレジ・SNS・お客様アンケートなどで得られたデータの活用
- 看板・のぼり・サイネージなど店頭ツールの設置

具体的な取り組み内容

- **スタッフ全員でのデータ共有と戦略会議の実施**：レジの売上データやInstagramの反応、お客様アンケート結果をスタッフ全員で共有し、今後の取り組みを検討。
- **データに基づく売り場展開**：平日の観光客増加やお土産需要をデータから特定。よさこい祭りの時期に合わせ、入り口付近に「高知店限定グッズコーナー」を展開。
- **施策効果検証体制の構築**：全社的にお客様アンケートの収集に注力し、施策の効果を検証する体制を整えた。

取り組みの成果・効果

- 「高知店限定グッズ」売上：前年比 193%
- 8月全体売上：前年比 127%
- 8月全体客数：前年比 129%

「高知店限定グッズ」の売上は前年比 193% となり、お土産の中で売上 1 位を獲得。8月の売上・客数は共に前年比 120% 以上を達成した。お客様アンケートから、SNSの投稿を見て来店したのか、または店頭のものやデジタルサイネージを見て入店したのか、など、実施した来店誘致の取組が効果があったのか、はっきりと確認することができた。

成果につながったポイント

サービス

- Air レジ (POS)
- Tableau (人流データ)
- 来店カウンター (来店人数)
- Google スプレッドシート (データの整理)
- SNS (Instagram、X、TikTok)
- Google ビジネスプロフィール
- Google Analytics
- デジタルサイネージ

データ

- 売上データ (日次、カテゴリー別、商品別)
- 人流データ (帯屋町筋商店街 AI 人流・交通分析システム)
- 赤外線センサー取得データ (来店客数)
- Instagram、X、TikTok (インサイト情報)
- Google ビジネス (パフォーマンス情報)
- お客様アンケートデータ

コスト

- デジタルサイネージの購入費用
- SNS (Instagram) の広告費：6万円 (2,000円/1日 × 30日)

創意工夫のポイント

お客様アンケートなどのデータに基づく取り組みを徹底し、店舗に定着させた点。アンケート内容をスタッフ全員で確認し、「次に何をすべきか」を自発的に考える習慣をつけたことで、より良い売り場作りや商品の企画ができるようになり、スタッフの意欲向上にもつながっている。

アンケートは単にデータを集めるだけではなく、お客様とのコミュニケーションのきっかけにもなっており、お店のファン作りに役立っている。



メガネのクスノセ (有限会社メガネのクスノセ)

業種	眼鏡小売業
設立年	1920年
従業員数	5人(役員・パート含む)
主な事業内容	眼鏡の販売・修理

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 外国人観光客に向けた認知向上と販売強化

主な取り組み内容

- 多言語対応の実施（英語・中国語）
- 旅行者向けケアセットの開発・販売

具体的な取り組み内容

- **多言語対応と情報発信の強化**：Googleマップを英語などの多言語に対応できるよう変更し、看板も2ヶ国語（英語・中国語）で設置。「日本製フレーム」「即日対応」など、旅行者が知りたいであろう情報を強調して掲載。
- **旅行者向け商品の開発と店舗の整備**：長期旅行者向けの「眼鏡ケアセット」を開発・販売。既存客に配慮しつつ、店内入り口付近に外国人歓迎コーナーを設置し、歓迎ムードを演出。

取り組みの成果・効果

- 外国人購入額：目標の 116% を達成
- Google マップ検索数：8.3 倍に増加

外国人観光客の購入額は目標の116%を達成。ケアセット以上に、眼鏡やサングラスなどの高単価商品がよく売れ、旅行中の「壊れた・忘れた」という需要の発掘に成功した。Google マップでのルート検索数は8倍以上に急増し、ネット検索から実際の来店につながっていることがうかがえる。高評価の口コミも獲得し、お店の信頼度アップにもつながっている。

成果につながったポイント

サービス

- Google ビジネスプロフィール
(多言語対応・画像投稿・最新情報発信機能)
- 多言語表記の店頭看板
(英語・中国語)



データ

- Google ビジネスプロフィール
の各指標
(パフォーマンス)
- 高知港クルーズ船寄港スケ
ジュール



コスト

- 多言語表記看板の製作費



創意工夫のポイント

大型船が来る時期に集中して情報発信に取り組んだこと。「日本製」など旅行者が安心する情報を Google マップに明記したことが奏功した。

外国人旅行者向けに店内のエリアを分けることで、いつものお客様にも配慮しながら外国人対応を実施。メイン商品のメガネ・サングラスの需要が高いという発見もあり、次回はさらに効果的な対策が打てるようなデータが蓄積された点も大きな成果である。





こうち観光ナビ・ ツーリストセンター

業種	観光案内
設立年	2019年
従業員数	8人（役員・パート含む）
主な事業内容	観光案内

デジタルで解決したい事業課題

業務改善

デジタルツールで事務作業を効率化

主な取り組み内容

- ・ フォーム入力への変更による手書き・転記作業の廃止
- ・ Excel 機能を用いた集計作業の自動化

具体的な取り組み内容

- ・ **記録作業の廃止とデジタル移行**：来館者記録を紙（手書き）からタブレット入力（Googleフォーム）へ変更し、国や市への報告用の管理台帳への転記作業を廃止。
- ・ **在庫管理の自動計算システム構築**：Excelの機能（PowerQuery）を活用し、パンフレットの入荷数と在庫数を自動計算する仕組みを構築。最新の在庫状況が把握できるようになった。
- ・ **ミスのない運用環境の整備**：システムを誰でも使えるよう設定を工夫し、入力ミスや計算ミスが起きない環境を整備。

取り組みの成果・効果

- パンフレット在庫集計時間：90% 削減
- 来館者集計時間：全体で 21% 削減

来館者集計にかかる時間は紙からPCへの転記作業が一切なくなったため、全体で21%削減。また、パンフレットの在庫集計は、最終チェック作業以外は自動化できたことで、作業時間の90%を削減。空いた時間は他の業務に回せるようになり、業務効率が向上。国や市への報告書作成の手間が大幅に減ったことで、本来の案内業務やその他の業務に時間を有効活用できることが見込まれる。

成果につながったポイント

サービス

- Google フォーム
- Google スプレッドシート
- PowerQuery (Excel)



データ

- 来館者データ
- パンフレットの入荷数・補充数・在庫数のデータ



コスト

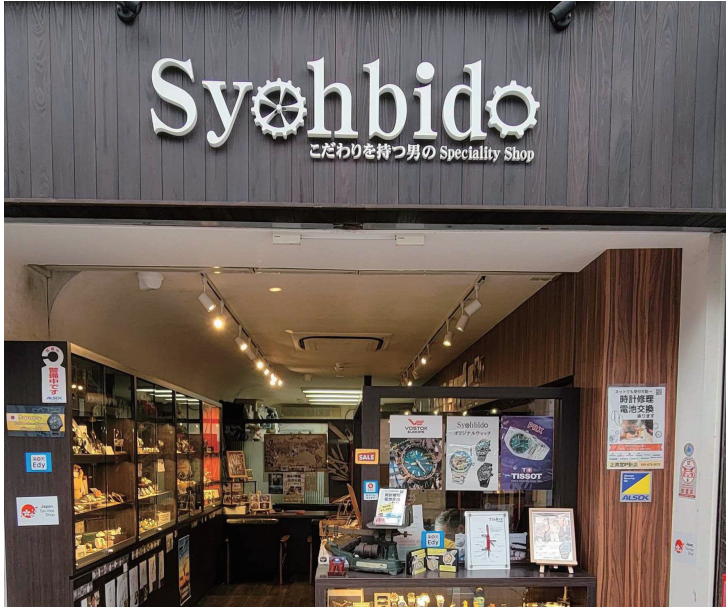
- Google フォーム：無料
- PowerQuery：Microsoft 標準搭載



創意工夫のポイント

まず日頃の作業の手順を整理し、デジタルツールで効率化する部分を明確にしたこと。すでに広く活用されているGoogleのサービスやExcelが有する機能を活用し、実際に使用しながら改善に取り組んだ。パンフレットの在庫管理表は色分けをするなど見やすさを工夫し、デジタルに不慣れなスタッフでも使いやすい環境を整えたことが定着につながった。また、今回導入したデジタルツールは追加の費用が一切掛かっていないことも重要なポイントである。





正美堂時計店 (株式会社 正美堂)

業種	小売業
設立年	1969年
従業員数	9人
主な事業内容	腕時計や懐中時計の販売・修理

デジタルで解決したい事業課題

業務改善

属人化の解消と事務作業の効率化

主な取り組み内容

- 自動化ツール（GAS）と生成AIを活用した在庫情報更新作業の効率化

具体的な取り組み内容

- 既存システムの見直しによる属人化の解消：特定の人しか使用できなかった在庫管理ツールの使用をやめ、Googleの無料サービスへ移行。
- GASと生成AIで在庫更新を自動化：メーカーからの在庫情報を自動化ツール（Google Apps Script: GAS）で自店舗用のデータ形式に変換する仕組みを構築。プログラム作成には生成AI（ChatGPT）を活用することで、専門知識なしでプログラミングができるため、誰でも簡単に在庫情報を更新できる仕組みを整備できた。

取り組みの成果・効果

- 在庫更新作業時間：3分の1程度まで削減
- 対応スタッフ数：1名→3名（属人化解消）

自動化ツールの導入で、特定の担当者が休むと仕事が止まってしまう「業務の属人化」を解消。3名のスタッフが対応可能になり、業務の安定性が大きく向上した。クラウド上で共同編集が可能であるため、複数のスタッフで同時に作業することも可能である。在庫情報更新作業の自動化によって、全体の作業時間を約3分の1程度まで削減できた。

成果につながったポイント

サービス

- GAS (Google Apps Script)
- Google スプレッドシート
- ChatGPT (有料プラン)



データ

- 在庫データ



コスト

- GAS(GoogleAppsScript)：無料
- ChatGPT (有料プラン)：
月額 20ドル



創意工夫のポイント

導入費用がかからない Google の機能を活用し、コストを抑えて効率化できた点。自動化のプログラムを作る際には生成 AI (ChatGPT) を使うことで、プログラミング経験の少ないスタッフでも導入ができており、「生成 AI を使って業務を楽にする」という、他の店舗でも応用しやすい好事例となった。

身近なツールと AI の組み合わせで課題を解決したことが創意工夫のポイントである。





大西時計店 (株式会社大西時計店)

業種	時計小売業
設立年	1881年
従業員数	10人
主な事業内容	腕時計の販売・修理 / 金売買

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 売上アップとお客様との接点強化

主な取り組み内容

- 自社 HP リニューアルによるブランド力向上と利便性追求
- SNS・広告・LINE を活用した積極的な情報発信やユーザーとの関係構築

具体的な取り組み内容

- **自社サイトをリニューアル**：お店のブランド力を高め、お客様にとって使いやすいサイトへ刷新。ブランド力向上と利便性を追求した。
- **SNS・広告・LINE で積極的な情報発信と関係構築**：Instagram など商品魅力を発信、店頭フェアに合わせた Web 広告を配信、LINE 公式アカウントでクーポンを送り、顧客との継続的な関係強化に取り組んだ。



銀座に志かわ高知帯屋町店 (株式会社岡村文具)

業種	製造業・小売業
設立年	2021年
従業員数	20人
主な事業内容	パンの製造・販売

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 / 業務改善 新規客の獲得とシフト作成時間の短縮

主な取り組み内容

- データ分析に基づく最適な看板の運用
- 生成 AI を活用したシフト表の自動作成

具体的な取り組み内容

- **データに基づく看板の最適化検証**：アンケートやレジのデータから、看板やデジタル看板の最適な置き方・内容を検証。
- **生成 AI を活用したシフト表の自動作成**：スタッフの休み希望などを指示するだけで、生成 AI (ChatGPT) が自動でシフト表を作成する仕組みに挑戦。店長業務の負担軽減と作成時間の短縮を目指した。



土佐料理司 高知本店 (株式会社 土佐料理司)

業種	飲食業
設立年	1917年
従業員数	150人
主な事業内容	土佐料理の提供・販売

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 県外客と外国人観光客の獲得

主な取り組み内容

- Google マップの情報充実
- 多言語への対応強化

具体的な取り組み内容

- **Googleマップとメニュー写真の多言語対応を強化**：予約増加のため、Google マップの情報を英語対応し、メニューや料理写真を充実。自動翻訳でも伝わりやすいよう、シンプルな日本語で情報提供した。
- **丁寧な顧客対応と情報発信で安心感を醸成**：クチコミへの丁寧な返信やイベントの定期発信で、初めての観光客でも安心して来店できる情報環境を整備。特に「薫焼き」などの土佐料理の特徴が写真で伝わるよう配慮した。



高知のもんしかださん。 (合同会社 NGS)

業種	ITサービス業・飲食業
設立年	2019年
従業員数	2人(店舗スタッフ数)
主な事業内容	ITサービス・DX支援・BPO ・地域プロジェクト・飲食店経営

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 来店客数の向上

主な取り組み内容

- 新メニュー開発と Instagram による情報発信
- 今後のデジタル戦略の推進

具体的な取り組み内容

- 新メニュー開発と Instagram による情報発信：営業時間延長と新メニュー開発に合わせ、Instagram での発信を強化。フォロワー数増加を目標に料理・酒の写真を多数投稿し、お店の認知度向上に努めた。
- 今後のデジタル戦略の推進：ホームページ制作による検索対策（SEO・Google マップ対策）の実施を予定。来店データに基づいたさらに詳しい分析も進めていく。



コピーマック高知本店 (株式会社コピーマック)

業種	デザイン・印刷関連サービス業
設立年	2009年
従業員数	4人(役員・パート含む)
主な事業内容	デザイン・印刷・看板製作

デジタルで解決したい事業課題

売上向上 オリジナルウェアの売上増加

主な取り組み内容

- デジタルツールによる顧客データの整理
- SNS による情報発信と知名度向上

具体的な取り組み内容

- デジタルツールによる顧客データの整理：FileMaker を使って顧客データを整理し、どの商品が売れているかを見える化した。
- SNS 更新の強化と認知度向上：Instagram や Facebook の更新を増やし、制作実績や店内の設備を紹介して認知度向上を行った。
- 販売と業務の両面から改善を推進：クルーズ船入港時の店頭販売を増やすための営業時間変更や、業務連絡をスムーズにするツールの導入検討など、販売と業務の両面から改善を進めた。



はこべ 本店 (株式会社はこべ)

業種	飲食業
設立年	1957年
従業員数	25人(役員・パート含む)
主な事業内容	お好み焼き・焼きそば等の提供

デジタルで解決したい事業課題

業務改善 注文にかかる手間と時間を減らしたい

主な取り組み内容

- モバイルオーダーシステムの導入
- POS レジ導入による注文・会計の効率化

具体的な取り組み内容

- モバイルオーダー・Air レジ導入で業務を効率化：手作業での注文やレジ入力の手間をなくし、注文取りの移動や集計作業、スタッフ教育の負担を軽減。
- 多言語対応と予約管理のデジタル化を推進：外国語対応の注文画面で外国人客のスムーズな注文を実現。電話予約をネット管理に切り替え、電話対応時間の削減を図る。
- 店舗間のレジシステム統一化を計画：今後は他店舗への導入も検討し、店舗間のレジシステムの統一化を目指す。

協同組合帯屋町筋の取り組みについて

AI カメラの設置による商店街の人流把握について

AI カメラは、大橋通り商店街、帯屋町1丁目商店街、帯屋町2丁目商店街、高知市中央公園、壱番街商店街の5カ所に設置されています。AI カメラの前を通った通行者の人数、年代、性別、進行方向の情報を収集しており、組合及び組合加盟店舗は、パソコンやスマートフォンで見られる「ダッシュボード」を通してデータを確認することができます。



取り組み01 LINE 導入による組合員向けデータ活用環境の整備

令和6年度まで、組合員への案内やクルーズ船情報のやり取りはFAXが中心であったが、令和7年度より組合員向けLINE公式アカウントを導入し、組合員と事務局の連携を効率化した。

現在はFAXも並行して運用しているが、今後は組合員によるLINE公式アカウントへの登録をさらに促進し、LINE中心の運用に順次移行する。

こうした仕組みづくりをきっかけに、組合運営のデジタル化をさらに進めるとともに、人流やその他のデータを活かした、より効率的でスピード感のある組織運営の実現を目指す。

取り組み02 生成AIによる人流データ分析

令和6年に導入したAIカメラによる人流計測システムは、イベントの定量的な振り返りや施策立案に大きく寄与。一方で、複雑なデータを誰もが理解しやすく、また組合内で円滑に共有することが課題となっていた。

令和7年度はこの解決に向け、人流データにイベントやクルーズ船の寄港情報を掛け合わせ、生成AIで解析レポートを自動生成する試みを開始。完成したレポートはLINE公式アカウントを通じて組合員へ提供される。専門知識がなくとも商店街の人流などの状況を把握できる仕組みを構築し、データ活用と意思決定の迅速化を推進する。

インタビュー

Q1. 現在、人流データをどのように活用されていますか？

- A. 現在は、イベント実施時の人流状況の確認と、組合内での報告に活用することがメインとなっています。また、過去のクルーズ船の情報と人流データを合わせて分析をすることで、特定のクルーズ船の寄港日をイベントのターゲットにし、データに基づいてイベントを実施する時間を検討するなど、新規イベントの立案にも活用し始めています。
- 今後はホテルや、飛行機の空き情報などのデータも組み合わせて分析をすることで、より高度な需要の予測などを行い商店街全体に情報を共有していきたいと思います。

Q2. 2年間の取組で、組合活動がどのように変化しましたか？

- A. イベント実施の結果についてや商店街の状況について議論をする際に、それぞれの感覚や憶測ではなく人流データに基づいた議論ができることになったことが最も大きな変化です。
- 人流データの導入をきっかけに、収集可能なその他のデータについても積極的に議論に用いられるようになってきています。
- このような変化が、新事業の立ち上げや今後のまちづくりの方向性を定めるうえでの大きな判断にも良い影響を及ぼすと思います。

今後の展望

LINE公式アカウントの活用をさらに拡大し、組合からのデータ提供だけでなく、店舗からの定量的定性的なイベント効果などのデータを収集し、人流データなどの情報と組み合わせることで、より価値のある分析結果として共有していきたいと考えています。

また、組合員向けではなく来街者向けLINE公式アカウントなど、情報発信手段の導入を検討し、共通のクーポン発行やイベントとの連携など、デジタルを活用することで組合の活動を店舗にも来街者にもメリットのあるものにしていきたいです。

各店舗が活用したデジタルサービス・機器一覧

モデル店舗	導入した デジタルツールやサービス	導入費用・利用料 ※2026年3月時点	導入目的
和餐 帯や 勤助 (株式会社早川企業)	Instagram	無料	新規来店誘引
	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	Meta 広告 (Facebook・Instagram)	有料	新規来店誘引
	Google 広告 (リスティング広告)	有料	新規来店誘引
アベニュービル (株式会社 廣末金物店)	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
	Meta 広告 (Facebook・Instagram)	有料	新規来店誘引
	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	Instagram	無料	新規来店誘引
菊寿司 本店 (株式会社 菊寿司)	Wix	0円～	新規来店誘引
	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
AND COLOR (有限会社 廣末ビル)	Instagram	無料	新規来店誘引
	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
cafe&bar SHELTER (株式会社いせご)	Instagram	無料	新規来店誘引
	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	HOTPEPPER グルメ	0円～	新規来店誘引
	Air レジ	0円～	作業効率化
	デジタルサイネージ	数万円～ ※取り組み内では テレビモニターで代用	新規来店誘引
メガネのクスノセ (有限会社メガネのクスノセ)	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
Paper message (本山印刷株式会社)	Air レジ	0円～	作業効率化
	デジタルサイネージ	数万円～	新規来店誘引
	Instagram	無料	新規来店誘引
	X(旧 Twitter)	無料	新規来店誘引
	TikTok	無料	新規来店誘引
	Smart Counter	34,500円～	サービス改善
	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
こうち観光ナビ・ツーリストセンター	Google フォーム	無料	作業効率化
	PowerQuery	Microsoft のライセンス料金	作業効率化
正美堂時計店 (株式会社 正美堂)	GoogleAppScript(GAS)	無料～	作業効率化
	PowerQuery	Microsoft のライセンス料金	作業効率化
	ChatGPT Plus	3,000円 / 月額	作業効率化
大西時計店 (株式会社大西時計店)	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
	Instagram	無料	新規来店誘引
	Facebook	無料	新規来店誘引
	Meta 広告 (Facebook・Instagram)	有料	新規来店誘引
	X(旧 Twitter)	無料	新規来店誘引
銀座に志かわ高知帯屋町店 (株式会社岡村文具)	デジタルサイネージ	数万円～	新規来店誘引
	ChatGPT	無料	作業効率化
	スマレジ	0円～	作業効率化
土佐料理司 高知本店 (株式会社 土佐料理司)	Google ビジネスプロフィール	無料	新規来店誘引
	Instagram	無料	新規来店誘引
	Facebook	無料	新規来店誘引
高知のもんしかださん。(合同会社 NGS)	Instagram	無料	新規来店誘引
コピーマック高知本店 (株式会社コピーマック)	FileMaker	月額 2,420円～	作業効率化
	LINE 公式アカウント	0円～	リピート促進
	Instagram	無料	新規来店誘引
はこべ 本店 (株式会社はこべ)	Air レジ	0円～	作業効率化
	スマレジ	0円～	作業効率化

導入した
デジタルツール・サービス

デジタル機器・サービスの概要

Instagram	Meta 社が提供するソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS)。写真や動画などの投稿やユーザ間での共有を行うことができる。
Wix	Wix 社が提供するプログラミングや専門知識なしで、ドラッグ&ドロップの直感的な操作で洗練されたウェブサイトやECサイトを作成できる、クラウドベースの Web 制作プラットフォーム。
Air レジ	リクルート社が提供する POS レジアプリ。キャッシュレスとの連携や基本のレジ機能、売上管理、分析等を行うことができる。
X (旧 Twitter)	X Corp 社が提供するソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS)。写真や動画などの投稿やユーザ間での共有を行うことができる。
GoogleAppScript(GAS)	Google 社が提供する Google の各サービスを自動化・連携させるためのツール。Google スプレッドシートや Gmail、Google カレンダーなどを操作し様々な業務を自動化させることができる。
Google 広告 (リスティング広告)	Google 社が提供する、Google 検索結果の画面にユーザーが検索したキーワードに連動して表示されるテキスト形式の広告。
Google ビジネスプロフィール	Google 社が提供している店舗や企業情報が登録できるサービス。登録した内容が Google 検索や GoogleMap 上に掲載される。
Google フォーム	Google 社が提供する、手軽にフォームを作成ができるツール。お客様アンケートで、来店目的等のデータ収集を行うことができる。
Smart Counter	赤外線を使い訪問者数を計測することができる。電池式で持ち運びができ、約 180 日間のデータを記録・来店者の分析ができる。
スマレジ	スマレジ社が提供するクラウド型POSレジ。キャッシュレスとの連携や基本のレジ機能、売上管理、分析等を行うことができる。
ChatGPT	OpenAI 社が提供する、生成 AI サービス。チャット形式で質問や指示を入力するだけで文章や画像、音声などを生成できる。
ChatGPT Plus	OpenAI 社が提供する、生成 AI サービス。チャット形式で質問や指示を入力するだけで文章や画像、音声などを生成できる。Plus(有料プラン)は画像編集機能に対応。
TikTok	ByteDance 社が提供するソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS)。動画コンテンツに特化した投稿やユーザ間での共有を行うことができる。
デジタルサイネージ	ディスプレイなどの電子機器で画像や映像コンテンツを配信するメディア。
PowerQuery	MicroSoft 社が提供するデータの抽出・変換・取り込みを行うツール。マウス操作を中心にバラバラな形式のデータを結合したり不要な情報を削るなどして分析しやすい形に整えることができる。
FileMaker	プログラミングの専門知識がなくても自分専用の業務アプリを簡単に作れるローコード開発プラットフォーム。
Facebook	Meta 社が提供するソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS)。写真や動画などの投稿やユーザ間での共有を行うことができる。
HOTPEPPER グルメ	リクルート社が提供する飲食店予約サービス。ユーザーは店舗を検索しネット予約やクーポンを利用でき、ポイント還元や口コミ情報も利用可能。
Meta広告(Facebook・Instagram)	Facebook や Instagram などの Meta 社が提供するプラットフォームに、精度の高いターゲティングで出せる広告。
LINE 公式アカウント	企業が店舗が LINE アプリ上で顧客と直接つながり、メッセージ配信やクーポン配布ができるビジネス用アカウント。

デジタル化・データ活用の進め方

今回ご紹介したモデル店舗は、下記のステップでデジタル化計画の策定を行い、計画に基づいたデジタルツールの導入やその効果検証に向けての取り組みを進めています。

皆さまのお店のデジタル化を進める際にご参考ください。

デジタル化のステップ



高知県内のデジタル化の支援機関 連絡先一覧

支援機関名

各地域の商工会・
商工会議所

支援内容

- 地域の事業者の相談対応
- 高知県商工会連合会にデジタル化支援員を配置し、デジタル化の相談にも対応

お問合せ先

お近くの商工会・商工会議所にお問合せください。

高知県よろず支援拠点

- 国が設置した無料の経営相談所
- HP 作成や SNS 活用などをはじめ、様々な経営上の課題に対応できる多様な分野の専門家が在籍

TEL : 088-846-0175

Mail : yorozu@yorozu-kochi.go.jp

URL : <https://yorozu-kochi.go.jp/>

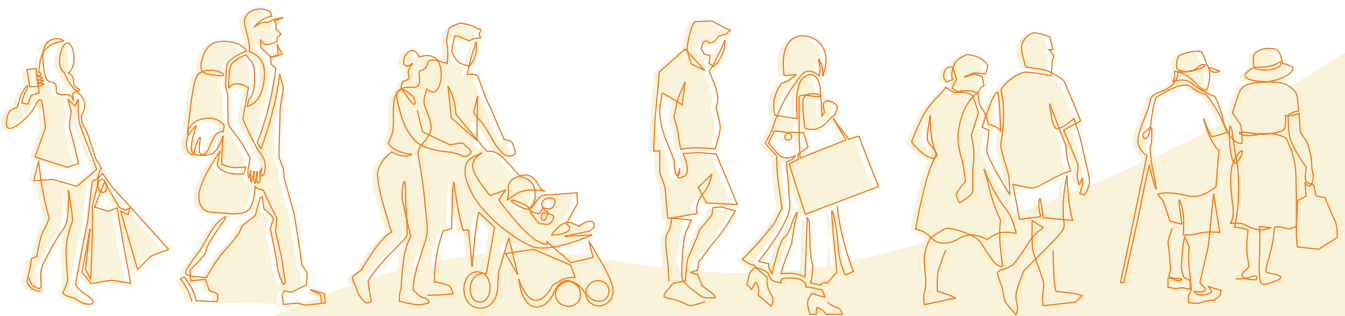
(公財)高知県産業振興センター
デジタル化相談窓口

- 企業のデジタル化の無料相談窓口
- デジタル化の専門家が、企業の「デジタル化計画」の策定・実行を伴走支援
- 県内 IT 企業とマッチング など

TEL : 088-845-6600

Mail : digital@joho-kochi.or.jp

URL : <https://joho-kochi.or.jp/digital/index.php>



高知県 商店街デジタル化支援事業
商店街デジタル化推進事例集

vol. 2

本事例集のPDFデータを
高知県経営支援課の
ホームページに掲載しています



<https://www.pref.kochi.lg.jp/doc/2025032100311/>