

生活衛生関係営業 デジタル化推進の手引き

令和8年度「AI活用版」

I

基礎知識：省力化・生産性向上の基礎知識：労働生産性とは？

労働生産性の要素を分解して整理

II

生活衛生営業のAI活用事例

飲食・宿泊・理美容・クリーニング業のAI活用具体例と、政府が掲げる生産性向上目標を紹介。

III

実践事例：照寿庵（岐阜県中津川市）

34年続いた老舗懷石店を親子で事業承継し、デジタル化で再生した実例を詳しく解説。

$$\text{労働生産性} = \text{粗利 (①売上 - ②原価)} \div \text{③ 総労働時間}$$

(従業員1人が1時間で生み出す付加価値額)

労働生産性：例えば、粗利が月120万円、スタッフ2名×各160時間勤務 → 時間あたりの労働生産性は、120万÷320時間 = 3,750円/時間

生産性を上げる3つの方法

① 売上を上げる

客単価・客数・メニューミックスの改善。

SNSで集客し、限定メニューや宴会プランで単価を上げる。

照寿庵では体験型テラス席と新商品開発で単価向上を実現。

② 原価を下げる

食材ロス削減・発注量の最適化・調理効率の向上。

POSデータで売れ筋を把握すれば、余分な食材の仕入れがなくなる。

廃棄コストが年間数十万円以上節約できたお店もある。

③ 労働時間を短縮（省力化）

① **効率化**：同じ作業を短時間、少人数で仕上げる。
手作業のデジタル化、自動化等

「レジ締め30分→数秒」「SNS投稿30分→5分」など

② **ムダの排除**：ミスや重複・遠回りを排除する。
指示の聞き違い、手作業によるミス（やり直し）、中断、クレーム対応など

【労働時間短縮による賃上げへの流れ】

①効率化、②無駄の排除

→ お店に余裕が生まれる

→ サービス向上（顧客数、単価アップ）、効率が上がる（利益率アップ）。

→ 利益がでる

→ 賃金を上げられる。

※まず「省力化」から始めることが経営改善の第一歩。

生活衛生営業のAI活用

AI活用で生産性向上①：全業種共通の3施策と飲食業の実践事例

生衛業共通（すべての業種に適用可能）

① POS×顧客データ分析による「売れる販促」

即日効果

- ・ 記録する売上データ（いつ・誰が・何を買ったか）をAIが自動解析。新規・リピートの割合、時間帯別・商品別の売れ筋が即座に把握できる
- ・ 「平日ランチは40代男性が多い→ボリューム系が売れる」「金曜夕方は家族連れ→テイクアウトの需要が高い」などデータで裏付けられる
- ・ 新規客向けには初回クーポン、常連客向けには「次回使える〇〇サービス」をLINEで自動配信。手作業では個別対応が、ボタン一つで実現。
- ・ 客単価・リピート率・時間帯別売上などの経営指標を月次で自動集計。経営判断のスピードが大幅に向上する

② SNS投稿の自動生成・最適化

30分→5分

- ・ 「ステーキ弁当を紹介したい」と入力するだけで、AIが魅力的な投稿文を複数パターン作成。写真撮影と投稿ボタンを押すだけの運用が可能
- ・ 週3～4回の投稿を継続できるようになり、ステーキ弁当の投稿閲覧数及びInstagramフォロワー数が大幅に増加
- ・ 過去の配信データを学習し「木曜夜21時に投稿すると開封率が高い」「写真と数字を組み合わせると効果的」なども自動提案、開封率が約1.5倍に改善した事例がある

③ 日常業務の効率化（POP・メール・アイデア出し）

月10時間節約

- ・ 店頭黑板キャッチコピー：「今日のおすすめを書いて」→AIが5パターン提案→1分で完成。以前は考える時間だけで10分以上かかっていた
- ・ お客様へのお礼メール、新メニューのアイデア出し（「岐阜の食材を使った夏の新商品を10案提案して」）など多様な用途に活用できる
- ・ 1件あたりは数分の節約でも、積み重ねると月間で10時間以上の余裕時間が生まれるなど

生活衛生営業のAI活用

AI活用で生産性向上②：宿泊・理美容・クリーニング業の実践事例

宿泊業・公衆浴場

▶ フロント無人化・顔認証チェックイン

深夜・早朝のスタッフ配置コストを削減。あるビジネスホテルで深夜帯の勤務体制を見直し、年間約300万円の人件費を削減。待ちなしで顧客満足度も向上。

▶ AIカメラによる混雑可視化

大浴場・レストランの混雑をリアルタイムで宿泊客スマホに配信。お客様の分散を促し、快適なサービスを維持しながら回転率も向上。

▶ ダイナミックプライシング（料金自動最適化）

競合価格・地域イベント・過去予約データを学習し宿泊料金を自動設定。ある旅館では繁忙期の取りこぼしを防ぎ、年間売上が12%向上。

理美容業

▶ AI画像解析によるスタイル提案

顔の形・骨格・髪質をAIが解析し、仕上がりを事前に可視化。美容院での導入後、顧客単価が平均15%向上。

▶ リピート分析と自動リマインド

カラーが色落ちするタイミング・カットが崩れる時期をAIが予測し自動でリマインド送信。休眠顧客（3ヶ月以上来店なし）への自動フォローで30%を再来へ。

クリーニング業

▶ 衣類の自動判別AI（画像解析）

受付時に衣類を撮影するだけで素材・汚れ・最適な処理方法を自動判定。ベテランのノウハウをAIが学習するため若手でも高品質な処理が可能に。新人研修期間が3ヶ月→1ヶ月に短縮。

▶ 集荷・配達ルートの最適化

渋滞・天候・季節要因を学習して最短ルートを自動生成。燃料コストが月間約15%削減、1日あたりの訪問件数が20%増。ドライバーの残業も大幅短縮。

事業者概要

事業者名	照寿庵（しょうじゅあん）
業種	飲食業（寿司・弁当販売）
所在地	岐阜県中津川市
創業（承継後）	3年前（親子間の事業承継）
もとの形態	創業34年の老舗懷石料理店
従業員数	2～4名（経営者家族中心）
支援内容	専門家派遣＋事業承継補助金＋地元自治体補助金



経緯

背景

先代女将の高齢化と廃業の検討

創業34年の老舗懷石料理店。先代女将が高齢になったことをきっかけに廃業を検討。季節の地元食材をふんだんに使い地域で長く愛されてきた老舗であり、常連客から惜しむ声が多かった。

課題

本格日本料理の難易度

実娘が承継を希望したが、本格的な日本料理の技能習得には何年もかかる（華道・茶道・着付けなども含む）。日常の接客や店舗運営は可能でも、文化や調理技術について踏み出せない状況が続いていた。

転機

「強みを活かした業態転換」という発想の転換

接客が得意な後継者の強みを活かし、懷石料理のフルコースではなく「名物メニューの物販（寿司・弁当販売）」への業態転換を決断。34年間で培った料理の技術とレシピは、形を変えて承継へ。



課題① 広い店舗のオペレーションが非効率：店舗づくりで改善

老舗料亭の一角を間借りして作業していたため、スタッフの動線が確保できず「ムダな移動・作業」が常態化。限られた人員で複数の作業をこなすには、動線設計とレイアウトの見直しが急務だった。

【影響】新店舗の認知度の低さ、人手不足・人件費増・スタッフの疲弊という悪循環が生じていた。

課題② 業務が特定の人に依存（属人化）、店舗への顧客誘導：デジタル導入で改善

接客・レジ・調理・在庫管理などほぼすべての業務が、女将かベテランスタッフでないとできない状態だった。「あの人がいないと店が回らない」という状況は、欠員リスクや後継者育成の大きな障害になる。また、Googleマップでの検索はすでに店を知っている既存客による指名検索・ナビゲーション検索が中心であり、「レストランを探している」「近くでランチをしたい」といった潜在新規客には全く表示されていなかった。

【影響】特定の人が休むと業務が止まり、経営者も現場に縛られて新たな挑戦ができなかった。

課題③ 本業（付加価値業務）が後回し：余力をコア業務へシフト

毎日の接客・調理・レジ・SNS更新など「目の前の作業」に追われ、新メニュー開発や販促企画、経営数字の把握といった「お店の将来を左右する仕事」ができていなかった。

【影響】売上が横ばいでも「なぜ伸びないか」を分析する余裕すらなく、改善のサイクルが回らない状態だった。

→ これらの課題を解決するために専門家派遣制度を活用。次ページから具体的な取り組みを紹介。

① 店舗の設備投資 物理的に効率化する

【何をしたか】既存のガレージ（車庫）を、総菜製造が可能な食品加工施設（58㎡）に改修。スチームコンベクションを含む厨房機器を一括導入し調理効率を大幅向上。店舗外にテラス席も新設した。

デジタルや機械等を活用しても、作業環境が悪ければ効率は最大化できない。「動線設計」と「設備投資」が省力化の土台。事業承継補助金を活用することで初期費用のリスクを最小化した。

② デジタルツール導入 次にデータで経営を「見える化」する

【何をしたか】POSレジを導入して売上・在庫・顧客データを自動集計。Google・Instagram・LINE公式アカウントを整備し、情報発信と顧客管理をデジタル化。AIツールを活用した業務効率化も段階的に導入した。

「勘と経験」だけの経営から「データに基づく意思決定」への転換。売れ筋が分かれば仕入れを最適化でき、顧客データがあれば的確な販促ができる。

③ 余力をコア業務（付加価値業務）へ 経営者の時間を将来への投資に使う

【何をしたか】POSデータの月次レビュー・粗利管理・SNS戦略の見直しを定期実施。新商品開発や地域イベントへの参加など、これまで後回しにしていた「お店の価値を高める活動」に時間を使えるようになった。

省力化の最終目的は、経営者がお客様と向き合う時間・新しいことを考える時間を確保すること。「忙しいから何もできない」という状態からの脱却へ。

「どの課題にどの取組が効果があるのか」を検討

主な経営課題	導入した解決策	得られた効果（照寿庵の実績）
売上・在庫管理とレジ締めが手作業で非効率	POSレジの導入	レジ締め30分→数秒。計算ミスほぼゼロ。顧客属性・購買傾向の分析が可能に。
SNS・デジタルによる情報発信ができていない	Google・Instagram・LINE整備	フォロワー359名。LINE登録307名。Google口コミ13件獲得。Googleは特にプロフィール閲覧ユーザー数が半年で4,749名（昨春秋比約10.7倍）に急増。キーワードも「レストラン」（316件）・「ランチ」（165件）など新規潜在客の一般検索へ移行。
調理が属人化・品質が安定しない	スチームコンベクション導入	メニュー数が20品目→130品目。誰でも同じ品質で調理できる体制に。
経営数値の把握・月次管理ができていない	管理システム・POSデータ活用	月次売上管理を確立。粗利・商品別分析→販促・商品開発に活用。

① 既存ガレージを食品加工施設（58㎡）に改修

老舗料亭の一角を間借りしていた作業スペースを廃止し、ガレージを本格的な総菜製造施設に改築。衛生基準を満たす設計・設備を整備。

- ⇒ 作業動線が最適化され、スタッフの移動が大幅に減少
- ⇒ 高齢の先代従業員も無理なく作業できる環境が整備された

② スチームコンベクション等厨房機器の一括導入

スチームコンベクションオーブンを含む厨房機器一式を同時に導入。蒸し・焼き・煮物・洋菓子など多様な調理に対応できる体制を整えた。

- ⇒ 「目が離せる」調理が可能になり複数作業を並行実施できるようになった
- ⇒ メニューが20品目から130品目以上に拡大、品質も均一化

③ テラス席（体験型飲食スペース）の新設

店舗外に溪流がせせらぎ見えるテラス席を新設。弁当の受け渡しだけでなく「自然を体感しながら食事」を提供できるスペースとして解放。

- ⇒ 溪流景観・ホテル観賞など地域の自然を活かした体験型飲食を提供
- ⇒ 観光客の取り込みで客単価・リピーターが増加



導入した
スチームコンベクション

店舗の改修前後



「デジタル化は難しそう」という印象をお持ちの方も多いが、専門家の伴走支援を受けながら段階的に進めることで、経営者自身が自走できる状態へ。

① POSレジの導入

POSレジとは、単なるレジ機能だけでなく「何が売れたか・誰が来たか・いくら粗利が出たか」をデータで記録・分析するシステム。導入後の変化：

- ・レジ締め作業：30分以上（手書き集計）→数秒（自動集計）。計算ミスもほぼゼロに
- ・顧客属性と購買傾向の分析が可能に。新規客と固定客の割合が一目でわかる
- ・売れ筋データで「必要なものを必要な分だけ」仕入れる体制が整う
- ・月次売上・粗利の把握が容易になり、経営判断のスピードが大幅向上



② 販促・マーケティング支援（Google・Instagram・LINE公式）

▶ Google ビジネスプロフィール（SEO対策）

地図検索・「〇〇市 飲食店」などの検索に表示されるプロフィールを最適化。顧客レビューへの返信方法も指導を受け、口コミ評価の向上につなげた。「お店を探しているお客様」が自然に来店するようになる。

▶ Instagram 日替わりメニュー投稿

毎日の投稿を継続することで、フォロワーが359名まで増加。ステーキ弁当の投稿は1,650回の閲覧を達成。「近くにいるお客様に知ってもらう」集客ツールとして機能している

▶ LINE公式アカウントの活用

登録者307名に直接情報を届けられる。クーポン配信・新商品のお知らせ・季節の限定メニューなど、来店頻度の向上に活用。有料版への切り替えで充実した顧客コミュニケーションを実現

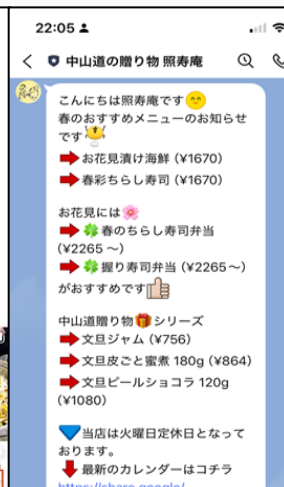
Googleビジネス



Instagram



LINE公式



① POS×顧客属性分析でAIが販促策を自動立案

販促精度向上

購買履歴と顧客属性をヒートマップで可視化し、AIが最適な販促策を提案。「新規客には初回クーポン」「固定客にはセット提案」という属性別アプローチが可能になった。

② LINE配信のAI最適化

開封率 約1.5倍に改善

過去の配信データをAIが分析し「この時間帯に・この文章トーンで・この訴求ポイントを入れると読まれやすい」というパターンを学習。複数の文章案を比較検討しながら最良のものを選べるようになった。

③ Instagram投稿文の自動生成

作成時間 30分→5分

「今日はステーキ弁当を紹介したい」と入力するだけで、AIが魅力的な投稿文を自動生成。週3～4回の投稿を継続できるようになった。写真撮影と投稿ボタンを押すだけの運用が可能。

④ 日常業務のAI活用（多様な用途）

累計数時間/週の節約

店頭黑板コピー、お客様へのお礼メール、新メニューのアイデア出し、LINE公式での連絡対応など多様な日常業務に活用。1件ごとは小さな節約でも積み重ねると大きな余裕時間が生まれる。



【まとめ：AI活用のポイント】

AIの活用によって、スタッフが「おもてなし・磨きあげ・判断」に集中できるよう、反復作業をAIに任せるイメージです。小さく始めて効果を確認してから用途を拡大しましょう。