

「人的資本経営」実現のために  
経営者に求められる  
データ活用の視点と発想とは？

# ClipLine 登壇者紹介



**取締役 COO**  
**金海 憲男**

日本航空を経て、株式会社ジェネックスパートナーズに参画。様々な業界において、代表の高橋とともにクライアントの内部に入り込むハンズオン型での支援においても業務改革、マーケティング、新商品開発等で多数の財務成果を創出。CliplineではCOOとしてビジネス領域を管掌。



**執行役員 CDO**  
**半田 豊和**

株式会社ディー・エヌ・エーに入社後、複数の事業において分析基盤エンジニア、データアナリスト、AIプロダクトマネージャとしてデータ活用を推進。2021年3月にClipLine株式会社に参画、CDOに就任。データ活用によるビジネスとテクノロジー両輪での価値創出を担う。立教大学経済学部卒。

## 本セッションのポイント

- 「人的資本経営」の現在地・課題
- ボトルネック解消のための打ち手
- 多拠点ビジネスにおける人的資本の活かし方とそれを阻む要因
- 人材育成の仕組み作りの鍵



# 慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 特任教授 岩本 隆 氏

東京大学工学部金属工学科卒業後、  
カリフォルニア大学ロサンゼルス（UCLA）工学部材料学科で博士号（Ph.D.）を取得。

日本モトローラ、日本ルーセント・テクノロジー、ノキア・ジャパン、ドリームインキュベータを経て、  
2012年6月より2022年3月まで慶應義塾大学大学院経営管理研究科特任教授、  
2018年9月より2023年3月まで山形大学学術研究院産学連携教授、  
2022年12月より慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科特任教授。

- 人的資本経営の現在地と課題
- 多拠点経営における人的資本経営の課題と重要な視点
- 人的資本経営を成功に導くための  
データ活用・デジタル化の課題と乗り越え方
- 事例に見る、組織のボトルネックのを見つけ方と解決方法

---

# 人的資本経営の現在地と課題

# 人的資本経営の現在地と課題

2023年8月22日

慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科

特任教授 岩本 隆

# 人的資本経営とは

人的資本経営はHuman Capital Managementを日本語にしたもので、人材を消費される「資源」ではなく、価値を高める「資本」と捉える考え方であり、概念としては古くからある

- 日本でも以前から“企業は人なり”と言われている
- また、人事の情報通信システムは、世界では「HCMアプリケーション」と呼ばれている

現在、第四次産業革命が世界中で進展しているが、日本も産業構造の変革期にあり、ソフトウェアやサービスのビジネスの比重が高まり、人材による付加価値の重要性がより高まっている

また、データやデジタルのテクノロジーがあらゆる領域で活用され、人的資本経営においてもデータを活用することが“当たり前化”しつつあり、特にROI(Return On Investment: 投資利益率)の考え方を導入することが求められている



# 人的資本経営のポイント

“企業は人なり”

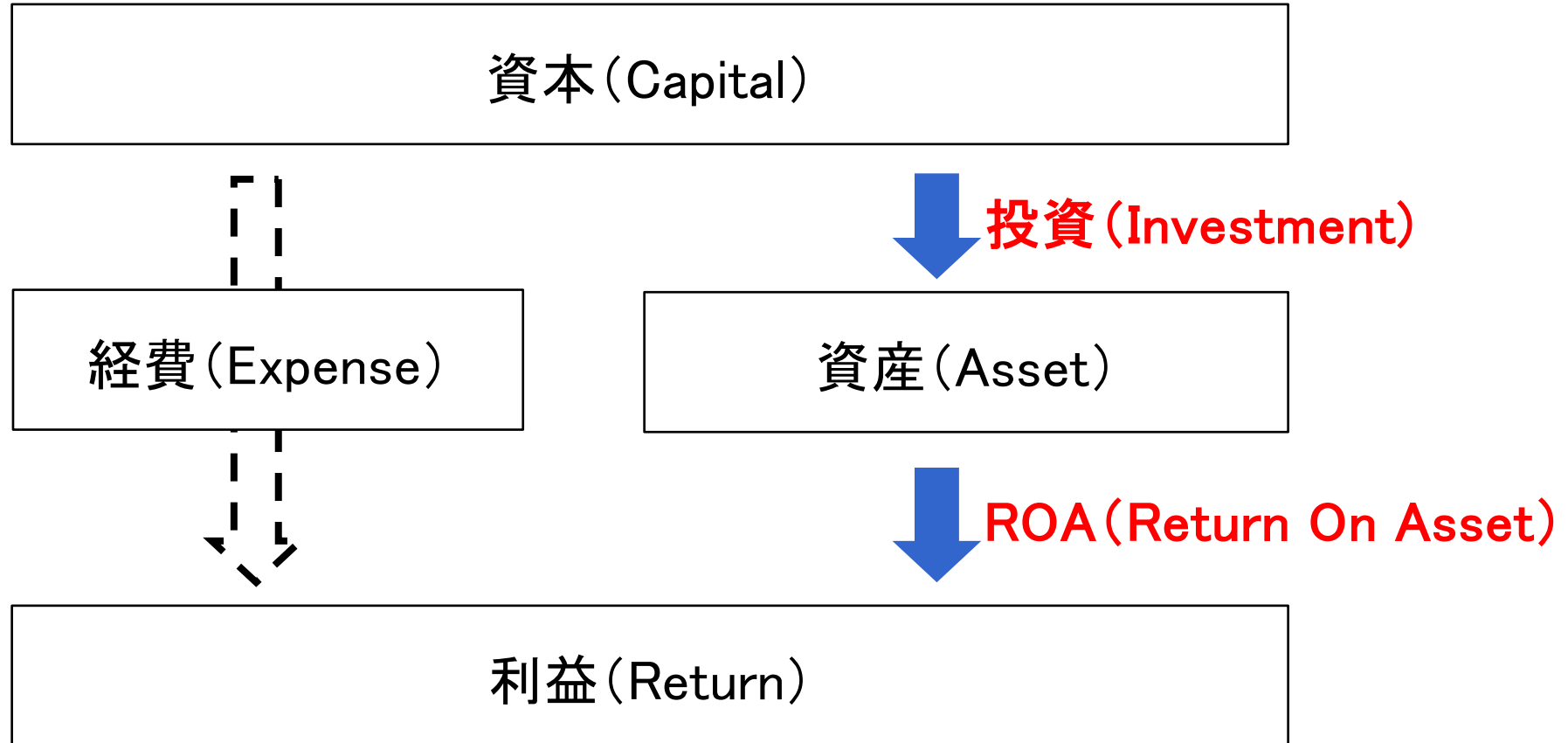
- 一人ひとりが活躍する
- 一人ひとりが成長する

×

デジタルテクノロジー活用

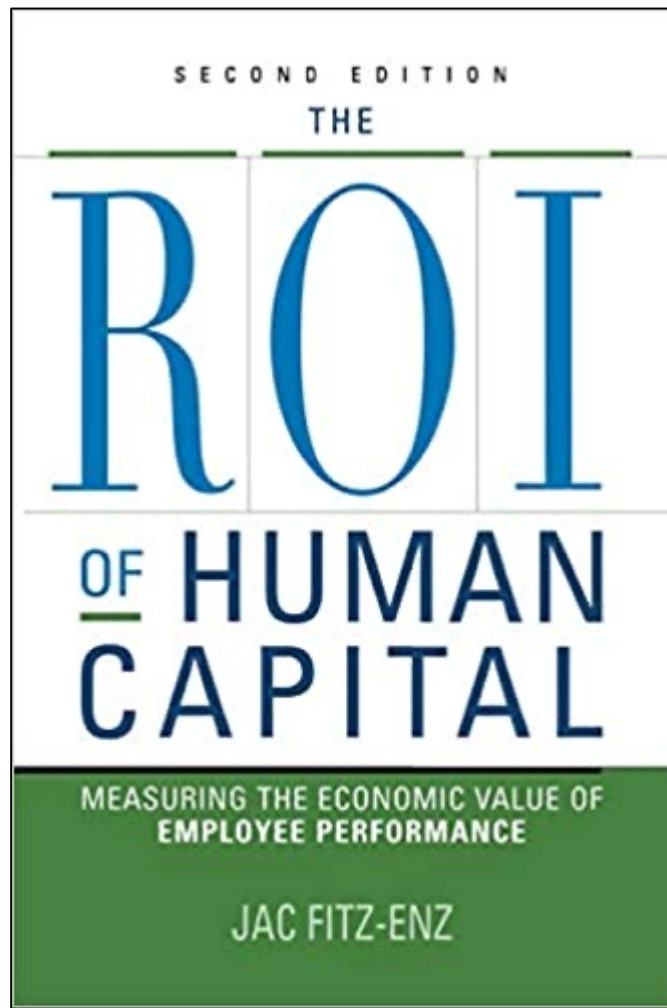
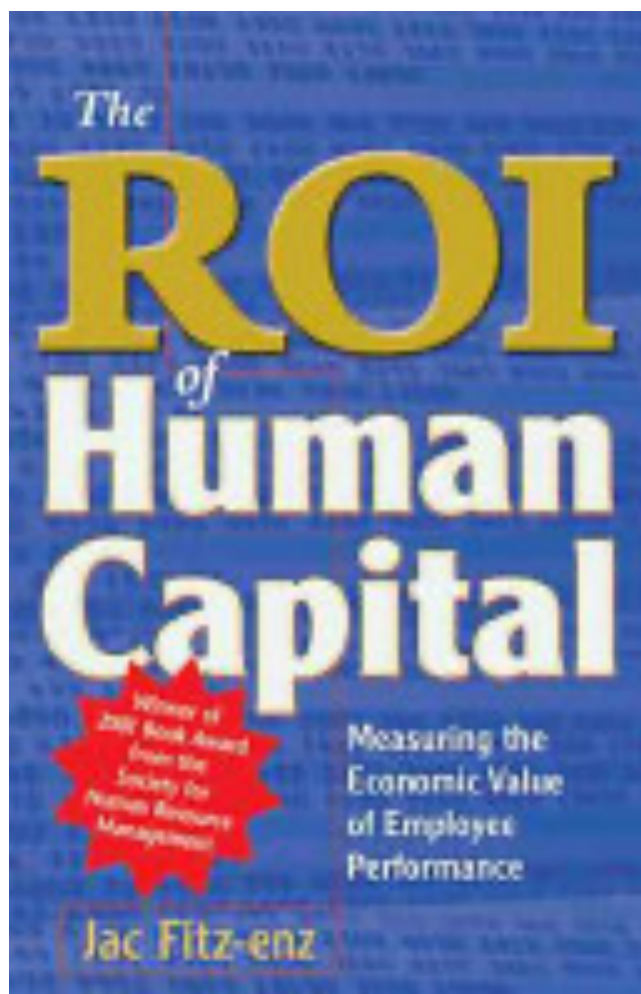
- ROIの考え方を導入する

# 人的資本経営のベースの考え方




人材マネジメントをROIで考える

# 2000年(2nd Editionは2009年)に出版された人的資本ROIの書籍



# HR測定モデル

## HR Measurement Model



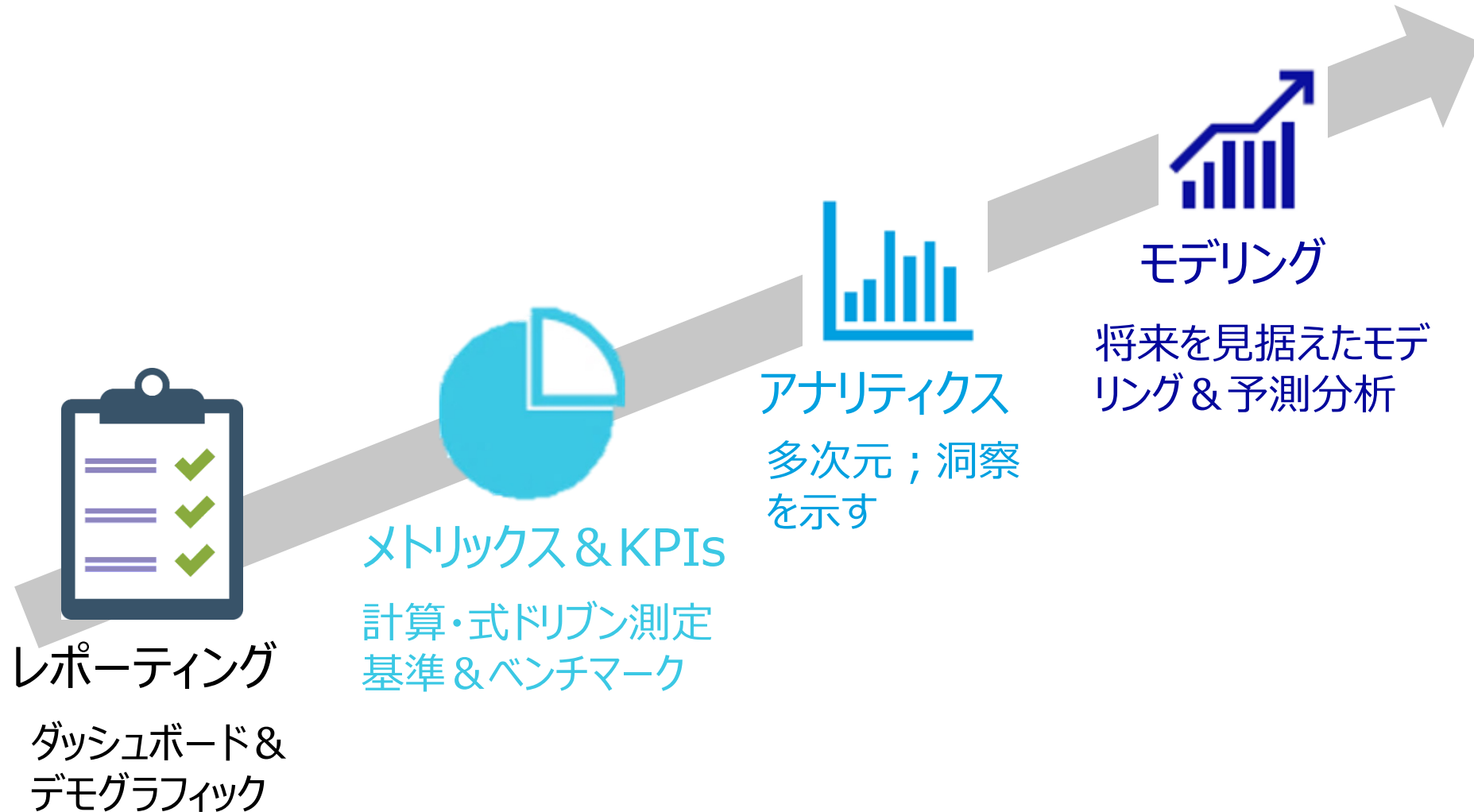
DIMENSIONS	HIRING	COMPENSATION	RELATIONS	DEVELOPING	RETAINING	
VOLUME	Total hired	Total paid	Total grievances	Total trained	Total Voluntary turnover index	<b>EFFICIENCY</b>
COST	Cost per hire	Salary & Benefit per employee	Litigation cost per employee	Cost per trained	Cost of Turnover	
TIME	Time to hire	Time to process payment	Time to handle grievance	Training hour Per employee	Turnover by Service	
QUALITY	New Hire Retention index	Error free payments	Litigation Reduction index	Competency index	Turnover by service	<b>EFFECTIVENESS</b>
USER SATISFACTION	Performance Index	Salary & Benefits Satisfaction Index	Employees satisfaction Index	Succession readiness Index	Turnover reasons follow up Index	
FINANCIAL IMPACT	ROI	ROI	ROI	ROI	ROI	<b>OUTCOME</b>

# ISO 30414(人的資本報告のガイドライン)が示す11の人的資本領域

1. Workforce availability(ワークフォース可用性)
2. Diversity(ダイバーシティ)
3. Leadership(リーダーシップ)
4. Succession planning(後継者計画)
5. Costs(コスト)
6. Productivity(生産性)
7. Recruitment, mobility and turnover(採用、異動、離職)
8. Skills and capabilities(スキル、ケイパビリティ)
9. Organizational culture(企業文化)
10. Organizational health, safety and well-being(健康、安全、ウェルビーイング)
11. Compliance and ethics(コンプライアンス、倫理)

どの人的資本領域にどう投資するかをROIで判断する

# 人的資本データ活用の4つのレベル



## 人的資本経営の現在地

グローバルでは、人的資本報告の国際標準化が進んでおり、人的資本データを活用した人的資本経営が必須化しつつある

日本も産業活性化には産業人材政策が重要という認識の元、2017年度より生産性を向上させる産業政策を強化し、現在の人的資本経営の流行につながっている

日本企業各社も、人的資本の指標(KPI)と目標を設定し、企業の持続的成長を実現するための人的資本経営に取り組み始めた

- 裾野の広がりはまだまだだが、先進企業は増えてきている

## 2016年度の日本のGDPと労働生産性

産業分野	名目GDP (億円)	GDPシェア (%)	名目労働生産性 (万円)
農林水産業	61,939	1.16	238
鉱業	2,912	0.05	728
製造業	1,133,372	21.21	1,115
建設業	297,246	5.56	601
サービス業	3,847,453	72.01	783
全体	5,342,921	100.00	895

**サービスビジネスの生産性向上が急務**



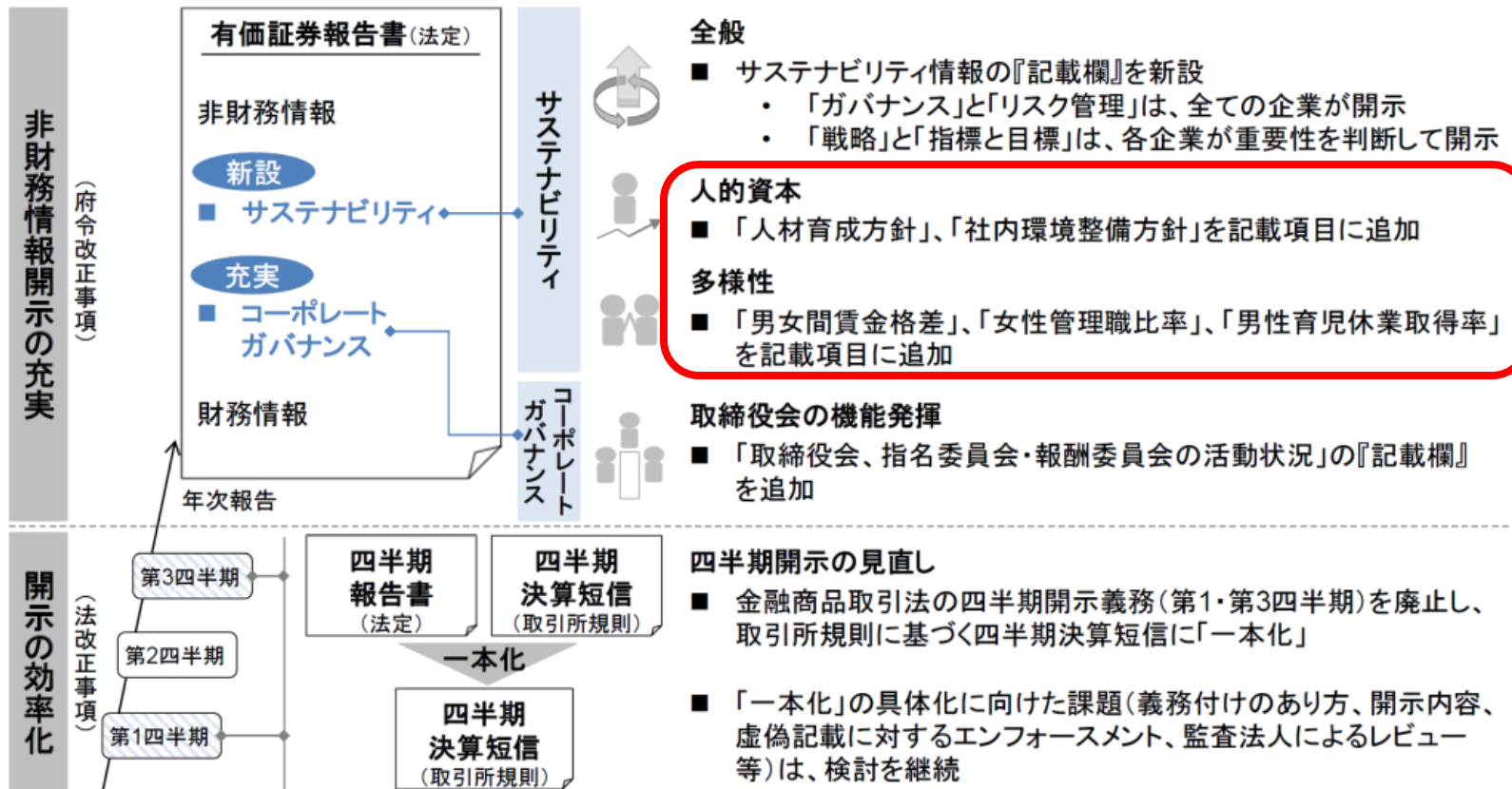
# 日本の「働き方改革実行計画」閣議決定以降の産業人材政策（「働き方改革2.0」）

年度	期間	アクション
2016年度	2017年2月13日	第13回産業構造審議会新産業構造部会でHRテクノロジーについて議論
2017年度	2017年5月～7月	「HR-Solution Contest」開催
	2017年11月～2018年3月	「我が国産業における人材力強化に向けた研究会」実施
2018年度	2019年1月～3月	「経営競争力強化に向けた人材マネジメント研究会」実施
2019年度～2020年度	2020年1月～9月	「持続的な企業価値向上と人的資本に関する研究会」実施
	2020年9月30日	「人材版伊藤レポート」公表
	2021年3月26日	セミナー「持続的企業価値を創造する人的資本経営」開催
2021年度	2021年4月1日	「産業人材政策室」が「産業人材課」に昇格
	2021年7月～2022年3月	「人的資本経営の実現に向けた検討会」実施
	2022年3月23日	セミナー「人的資本経営という変革への道筋」開催
2022年度	2022年5月13日	「人材版伊藤レポート2.0」公表
	2022年8月25日	「人的資本経営コンソーシアム」設立

**「生産性革命」を推進する政策**

# 人的資本報告の日本の政策： 金融庁ディスクロージャーワーキング・グループ報告の概要

- ディスクロージャーワーキング・グループでは、昨今の経済社会情勢の変化を踏まえ、非財務情報開示の充実と開示の効率化等についての審議を実施。これまでの審議に基づき、以下の内容を取りまとめ



(注) 上記の他、企業が他者と締結する重要な契約の開示要件の明確化、英文開示の促進についても取りまとめている

内閣府令は2023年1月31日に公布・施行

# 人的資本報告の日本の政策： 内閣官房非財務情報可視化研究会がイメージする人的資本開示事項

## 開示事項の階層（イメージ）

開示事項の例																		
育成			エンゲージメント	流動性			ダイバーシティ			健康・安全			労働慣行					コンプライアンス/倫理
リーダーシップ	育成	スキル/経験		採用	維持	サクセッション	ダイバーシティ	非差別	育児休暇	精神的健康	身体的健康	安全	労働慣行	児童労働/強制労働	賃金の公正性	福利厚生	組合との関係	

「価値向上」の観点

「リスク」マネジメントの観点

測定方法についてはISO 30414を参考にすると良い

## 人的資本経営の課題

そもそも、これからの自社の“企業は人なり”がどうあるべきかが社内で合意できていない、また、そもそも議論できていない

社内で合意できていても、社員への浸透が進んでいない

人的資本データに対するリテラシーが低い

人的資本の指標/目標と企業の持続的成長とのリンクがまだまだ弱い

- どのデータが重要か整理できていない、データの蓄積が少ない、・・・

# 岩本研究室の多店舗・多拠点サービス業に関する研究実績例

共同研究パートナー

研究テーマ

眼鏡製造小売

ラーニングインフラのサービス業のビジネスに対する影響

ガソリンスタンド

飲食

フィットネス

サービス業の人材需給ギャップの改善に関する研究:統計手法を活用した人事データの分析に基づく示唆

上位役職者の関与と従業員の「やりがい」をつなぐ枠組みについての一考察—  
マネジメント・コントロールの視角から—  
(日本ホスピタリティ・マネジメント学会・奨励賞受賞)

RPAベンダー  
(宿泊)

「おもてなし」としての接客サービスは、日本のサービス業の競争力の源泉か？

---

# 多拠点経営における人的資本経営の 課題と重要な視点

人材不足が続く中で、人材に関する要請は強まる一方

経営判断

最低賃金引き上げ

11時間勤務  
インターバル

監督官庁の  
監視強化

同一労働同一賃金

リスキリング

人的資本経営

競合の賃上げ

女性採用・登用

上場維持基準の  
変更

サービス残業撲滅

休日取得

【多拠点ビジネスの固有課題】  
同時多発的にビジネスが進行、  
および物理的に遠隔のため、状況把握が困難

特にサービス業の場合・・・

- ・ **無形性/消失性**を伴うためより一層状況把握は難しく、出来栄が見えない
- ・ 成果の示し方は
  - －顧客評価(⇒バイアスがかかる、集計は意外と大変で時間もかかる)、
  - －売上などの結果としての数値(⇒事実を示すが遅い)、
  - －AM/SVによるチェック(⇒人のバラツキを介する)

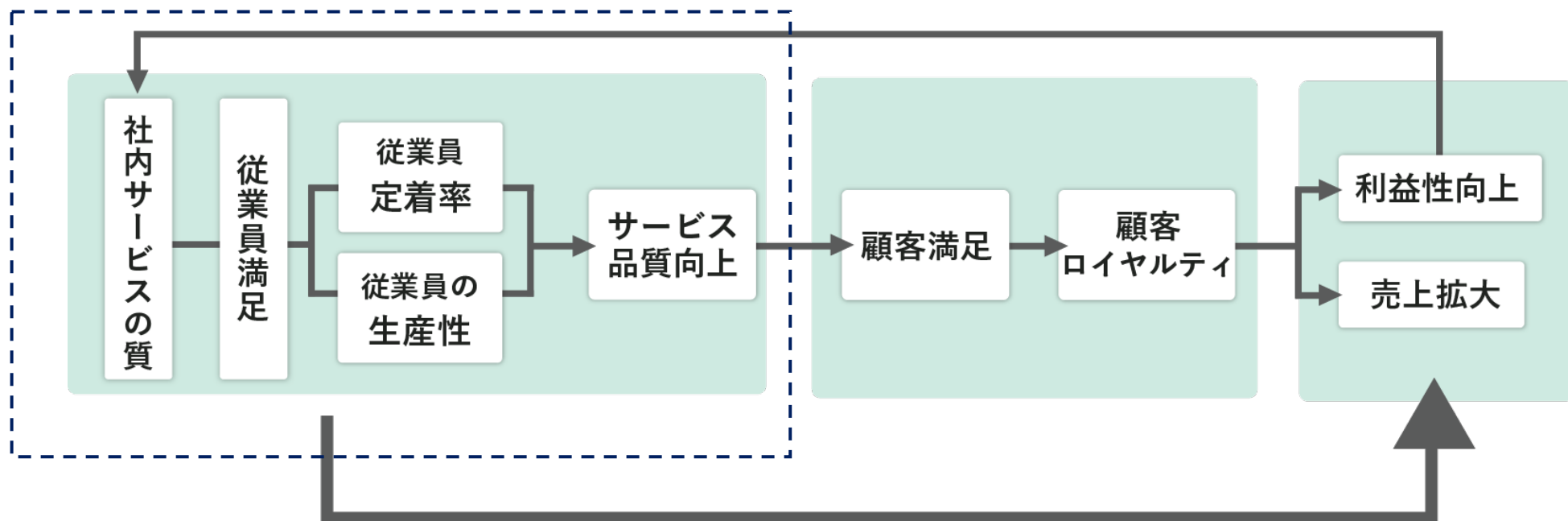
で、実は状況はよく見えない



## ClipLineの考える、多拠点ビジネスにおける人的資本経営の着眼点②

【多拠点ビジネスの固有課題】  
サービス業をはじめ、  
人材の流動性が高いケースが多い

人的投資の適切な投下量・投資対効果(ROI)が見えづらい



投資対効果は？

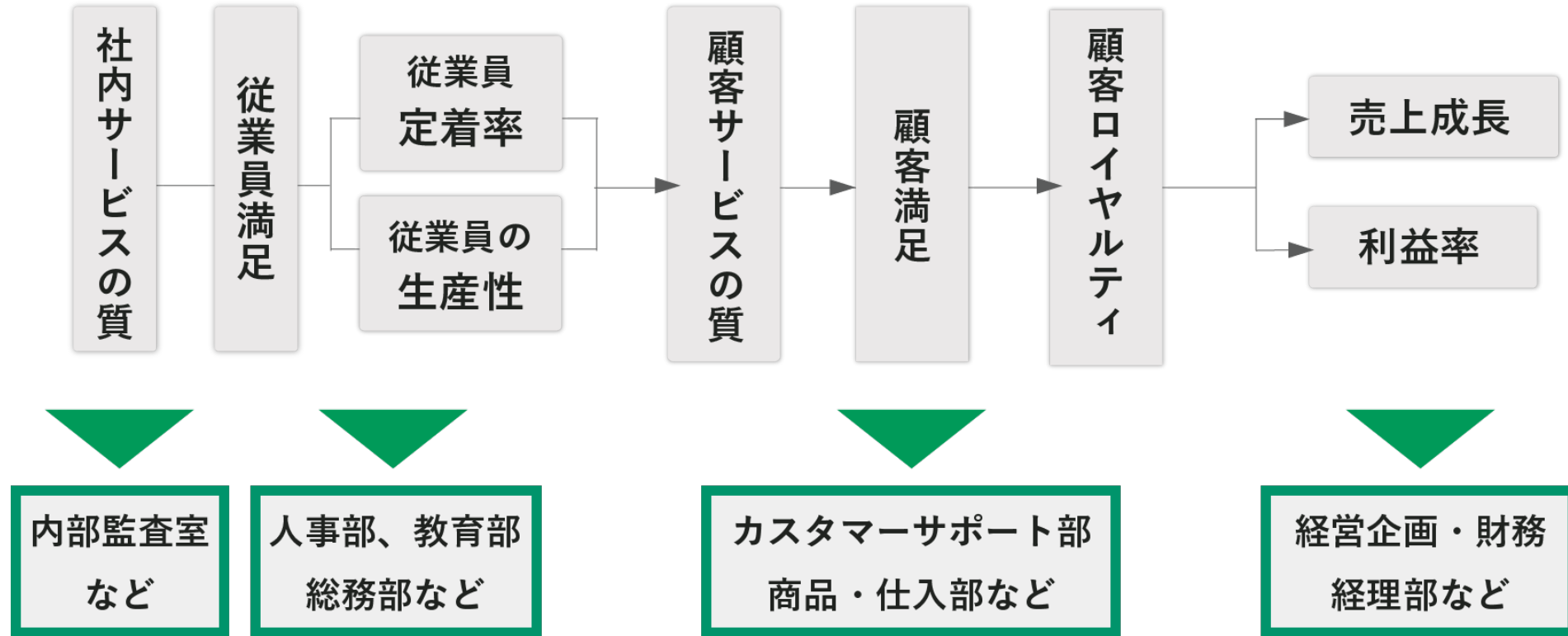
# サービスプロフィットチェーンから見えてくる課題

本社組織は、各部のミッション遂行のために様々なKPIデータを取得・分析しているが、  
 総じて、結果指標ほど、データの取得頻度や粒度が細かく、原因指標は分析が後手に回る



# サービスプロフィットチェーンから見えてくる課題

組織内において責任部署が分かれ、**施策やデータに連続性を持たせ辛い**



一つひとつのつながりを紐解いて、  
結び付けていくことが”成果の出る人的資本経営”につながる

サービス業にとっては「スタッフのサービス」が利益創出の源泉



1名あたりの利益・売上に取り組みのPDCAを紐付けることが理想



ES・ウェルビーイングなどの繋がりをどう見せ、捉えていくか？



KPI間の関係性・「説得力」をデータから読み取り、  
時系列で整理しながらできる限り確かな形を模索していく必要

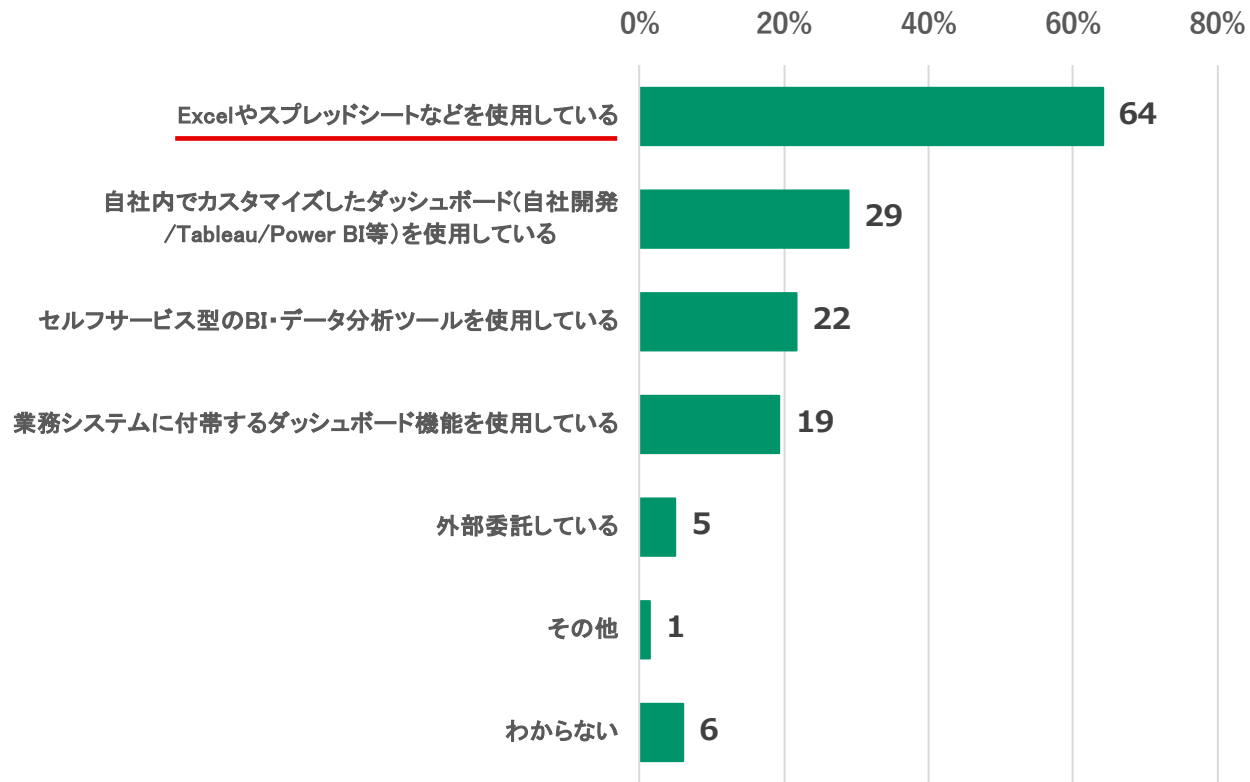
# 「できるをふやす研究所」 調査データのご共有

## ①データ分析業務と活用の現状について

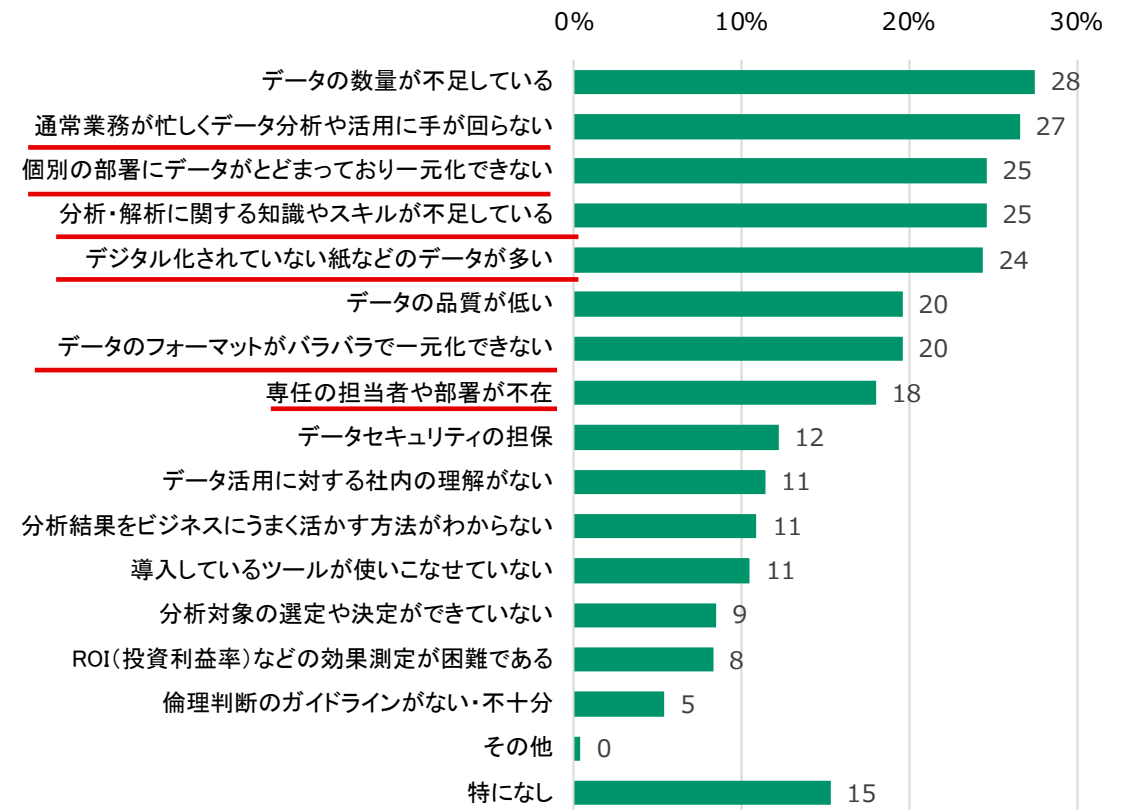
# 「できるをふやす研究所」 調査結果 - 「データ分析業務と活用の現状について」

## データを扱う工数やスキル不足、データの一元化ができていないことによる課題が顕在化

### 主にどのような手法でデータ分析を行っていますか？



### データ活用における課題はなんですか？

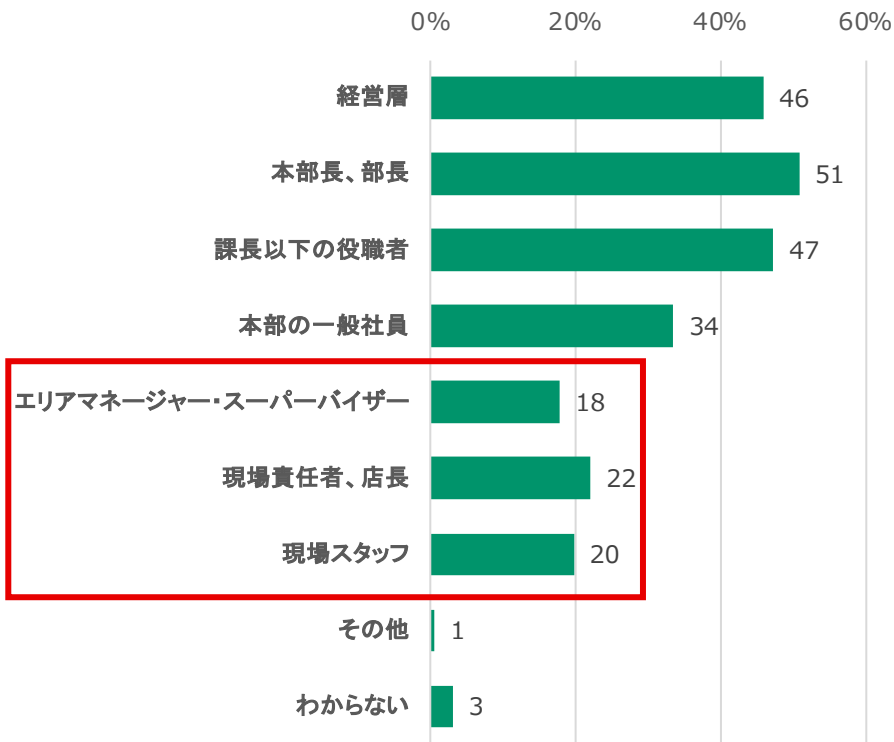


弊社独自調査：「データ分析業務と活用の現状について」  
調査期間：2023年08月07日(月)～2023年08月08日(火)  
調査対象：データ活用や分析に携わったことのある方  
回答総数：516

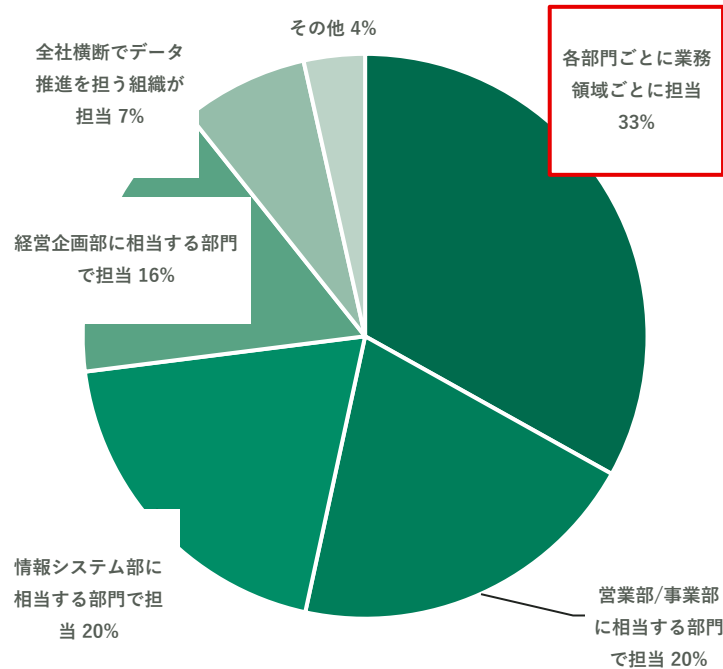
# 「できるをふやす研究所」 調査結果 - 「データ分析業務と活用の現状について」

## 集計・分析したデータが閲覧しやすい形で他部門や現場に展開されていない課題も存在

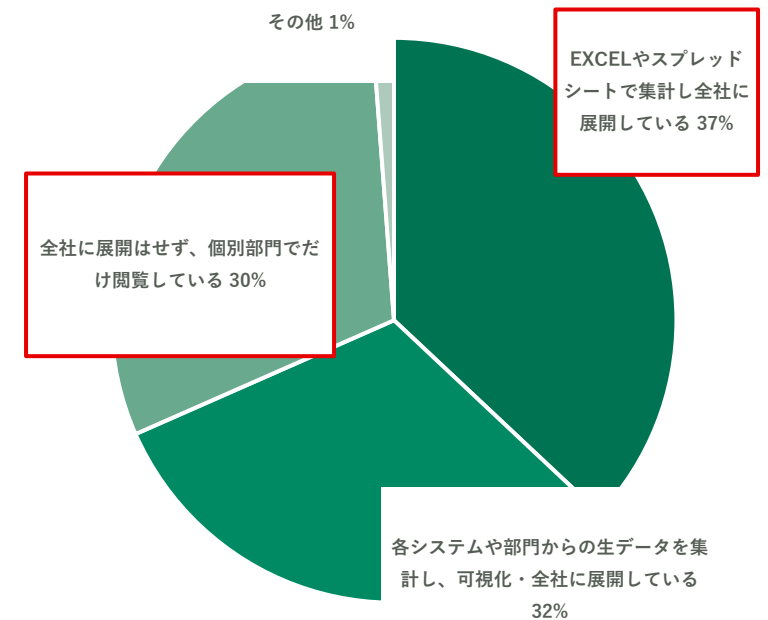
データを閲覧・利用しているのは誰ですか？



データ集計や分析を担当する部門はどこですか。



集計や分析結果はどのように共有していますか。



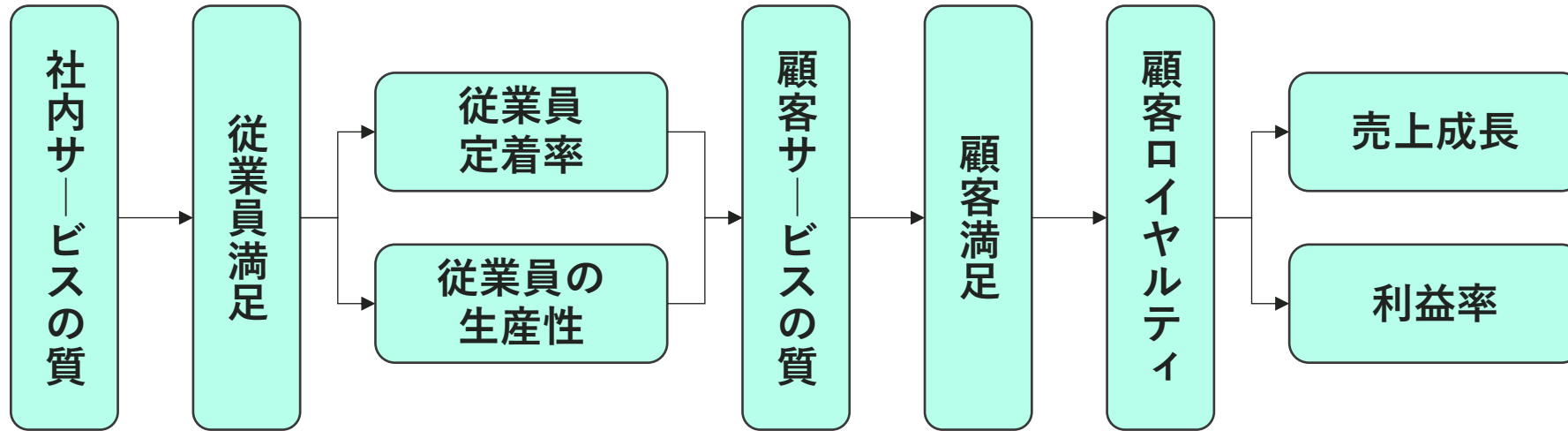
弊社独自調査：「データ分析業務と活用の現状について」  
 調査期間：2023年08月07日(月)～2023年08月08日(火)  
 調査対象：データ活用や分析に携わったことのある方  
 回答総数：516

## 教育・人材投資が結果につながる実行の仕組みの担保が重要

- ・ 「つながり」の丁寧な可視化 ⇒ デジタルの使いどころ
- ・ どの拠点(部署)で何がボトルネックとなっているのかをよく見定める  
⇒ 現場が自覚できるように”見せる”、展開する
- ・ 見えるようになった状況を元に、現場改善のサイクルを作る  
⇒ 課題を見定めて、その実行のプロセスを支援する



# DXの本質（デジタルと人の融合から利益創出の仕組み・サイクル作りへ）

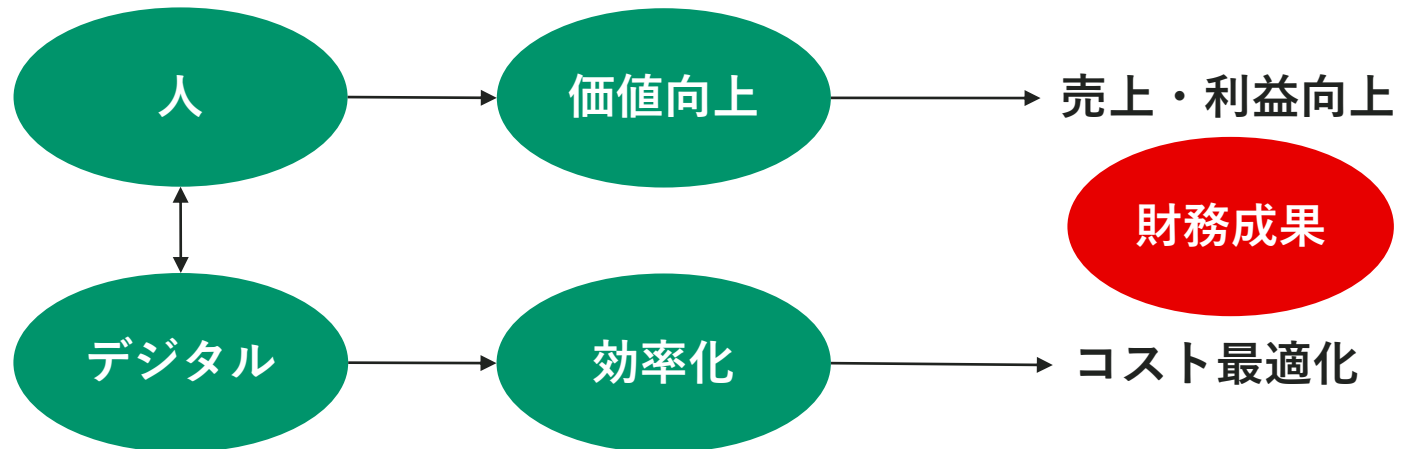


データの相関を整理し、利益創出のパスを作ること

## “人”に関するデータの集積

例) 組織、従業員属性、スキル、教育進捗、従業員満足度、等

DX浸透で得られる各種データ群  
例) 勤怠実績、売上、人件費、等

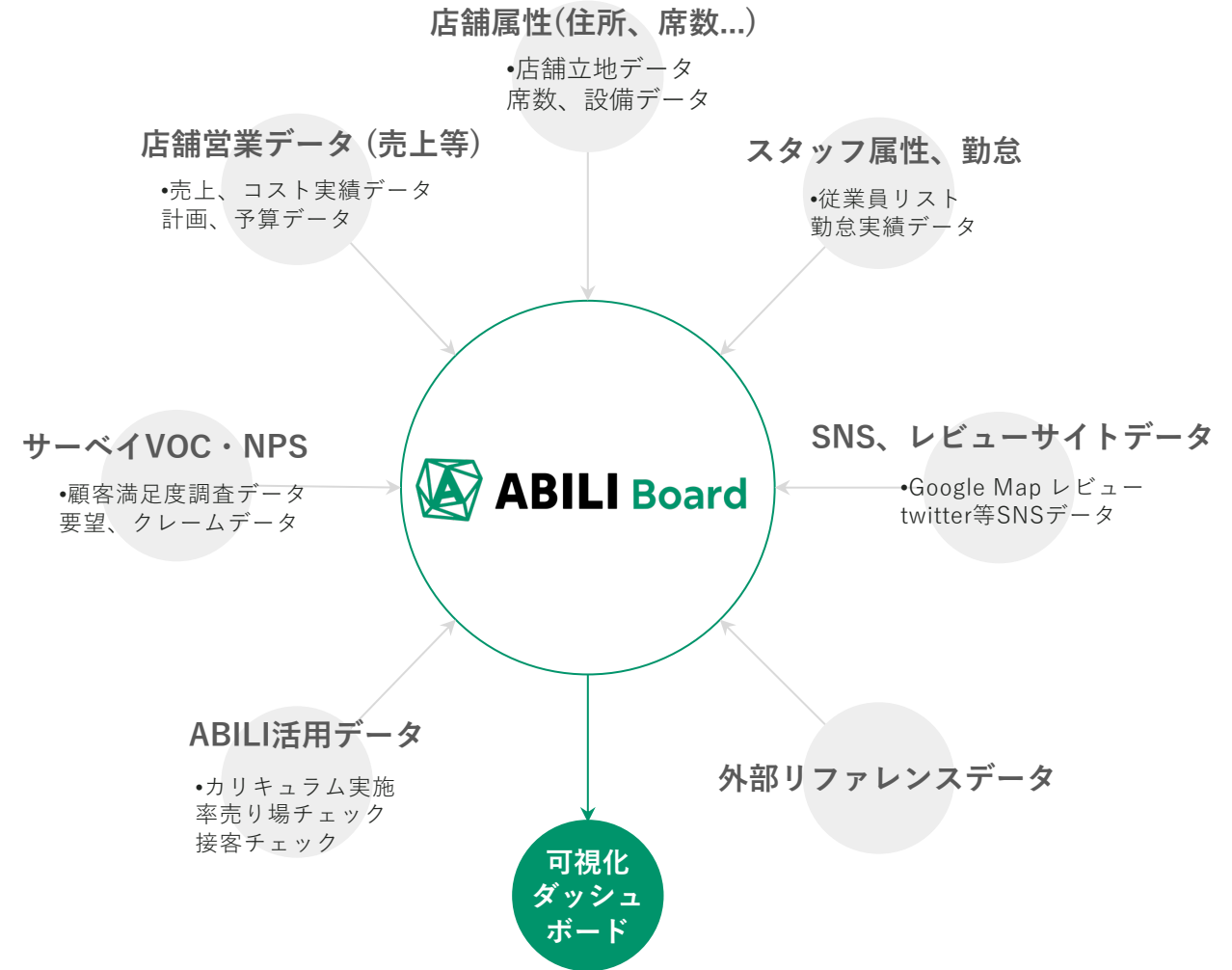


# 多拠点ビジネス特化型経営ダッシュボード：ABILI Boardとは

## ボトルネックと現場の潜在力を可視化し、 成果に繋がるデータ活用を実現

組織内に点在するあらゆるデータを集約した貴社専用のダッシュボードをスピーディかつ安価に構築。

多拠点ビジネスの成長を阻害する”バラつき”やボトルネック、店舗に潜在する”戦闘力”を可視化することでデータに基づいた意思決定と実行をご支援します。



# ABILI Boardの特長

## 01

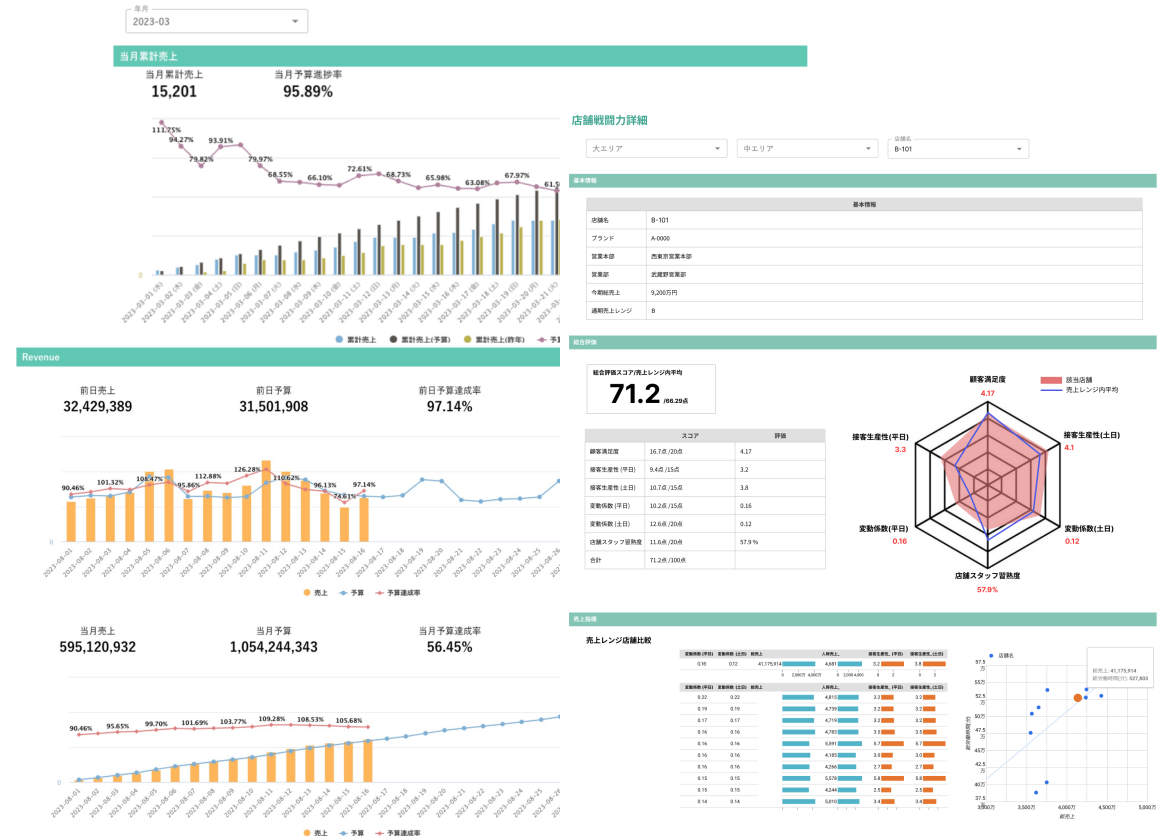
経営判断に必要な情報をタイムリーに集約、「店舗戦闘力」を可視化する経営コックピット

## 02

多拠点ビジネスの成長に特化した貴社専用ダッシュボードを安価に構築

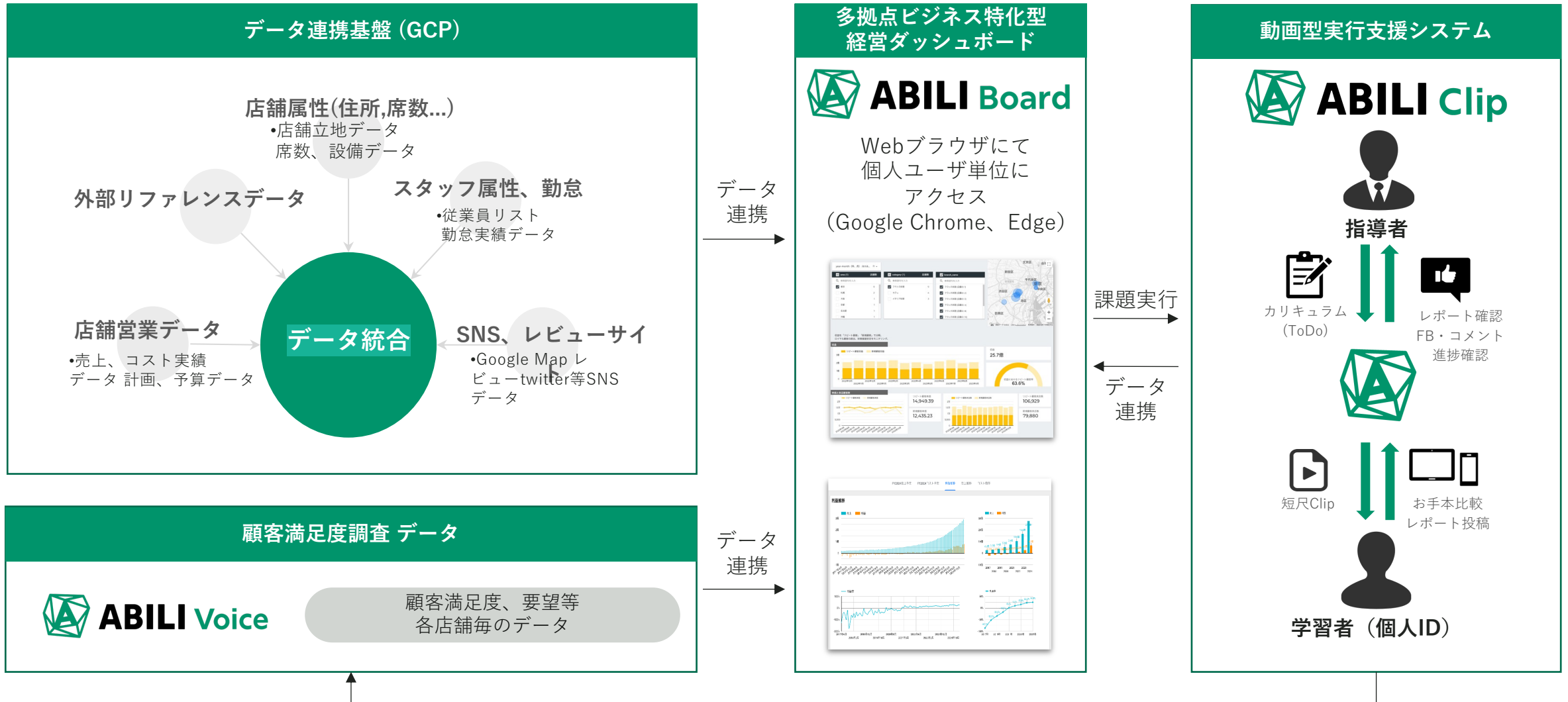
## 03

収集、加工、統合等の経営管理業務を弊社が代替し、工数を大幅削減



# 店舗マネジメントのアプローチ

経営課題の可視化から解決策の実行まで一気通貫してご支援可能



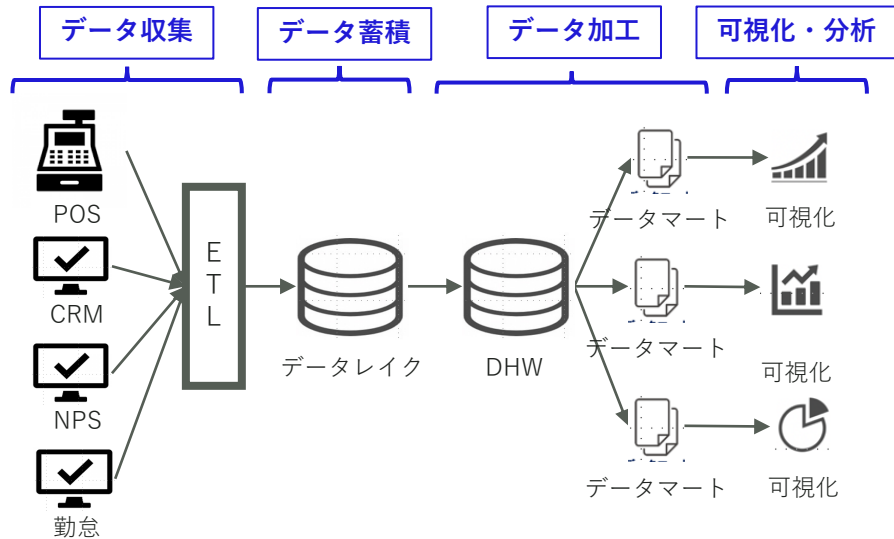
提供サービスの品質をチェック

# 一般的なBI基盤との比較

各領域毎に専門ツールの導入を行い、保守費用が発生し膨大な投資コストが必要な一般的なBI基盤に対し、ABILI Boardは、**データ収集～蓄積～分析・可視化まで、貴社独自のワンプラットフォームで利用可能**なため、初期コストを抑制。カスタマイズ要望も柔軟に対応でき、**経営の意思決定スピードを高めることが可能です。**

## 一般的なBI基盤

- ・データ収集～データ可視化・分析までの要素から各役割のツール類を選定。構築、保守が発生し、コストが大きくなる
- ・利用者からの作業依頼に即座に対応が難しい。



初期コスト：3,000万円～数億規模、  
保守コスト例：各ツール毎に15%/年

## ABILI Board

- ・データ収集～可視化/分析までのワンプラットフォームで提供
- ・初期コスト、月額利用料のみで、早期立上げも可能
- ・月次の運用支援も利用料に含まれ、要望に応じた変更も柔軟に可能

データを収集～データ蓄積・加工～可視化まで一元化



初期コスト：数百万円～  
月額料金30万円/月

行うべきは現場の「スキルの可視化」ではなく**戦力の可視化**



“スキルレベル×稼働時間×勤務のタイミング”で、

**弱点と強みを見せる化**



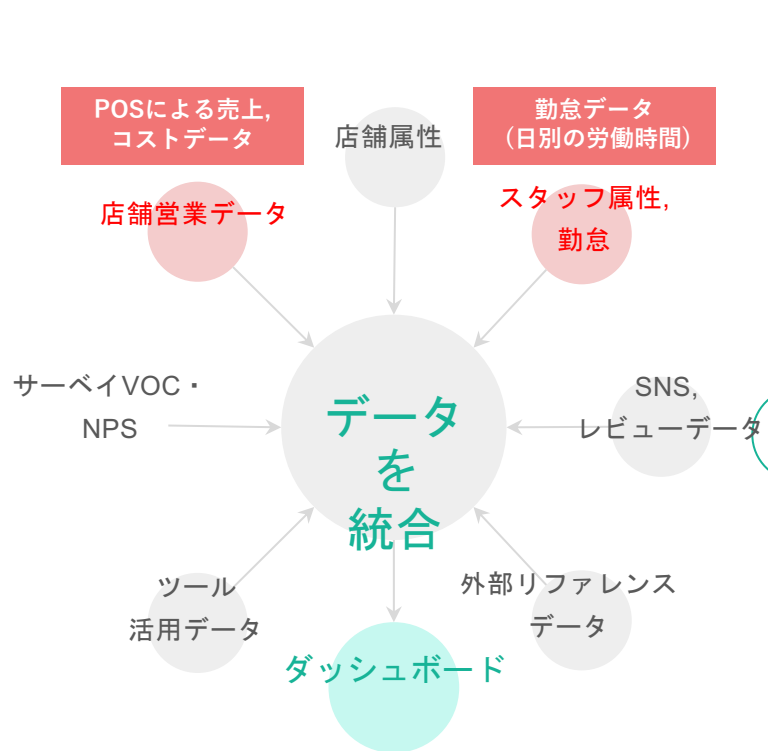
“ピンポイントで成果に直結する人的投資”のシナリオが見えてくる

# シナリオ01：人時売上高のバラツキの可視化

各店舗の日別の売上データと労働時間のデータを統合し、人時売上高を算出。  
バラツキの多い店舗に対して、直接働きかけたり、教育のDX化促進により、バラツキの収斂を実施。

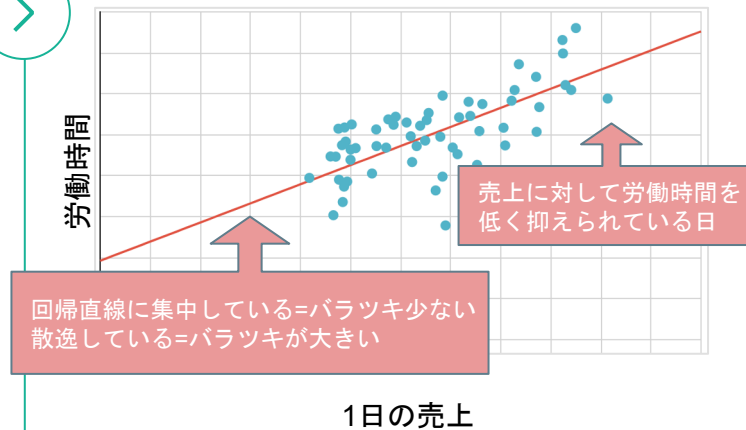
Check

Act



見えてきた仮説

高収益店舗は売上と労働時間の割合＝人時売上高のバラツキが少ない



バラツキの大きい店舗への直接指導



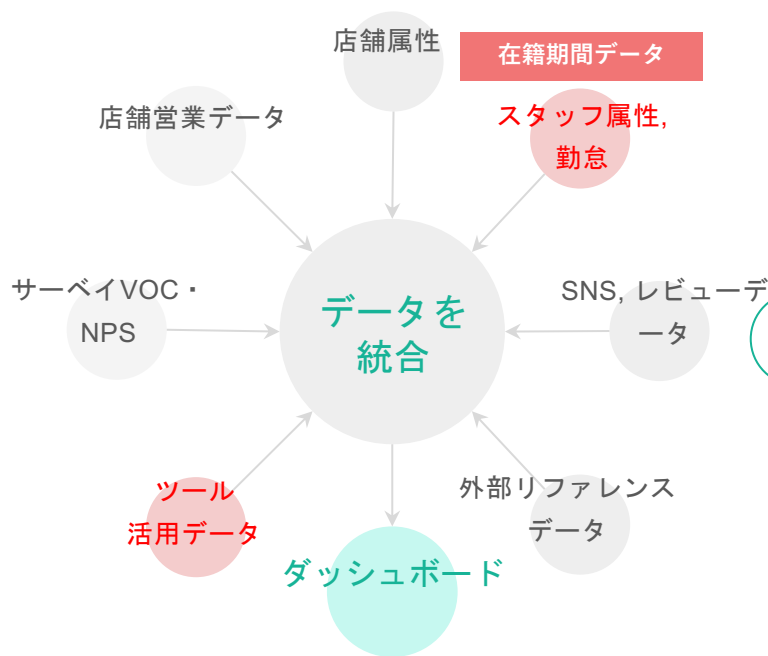
従業員教育のDX化による  
”店舗戦闘力”の強化

# シナリオ02:離職率×デジタル浸透度

従業員の在籍データから離職率を見える化し、デジタルツールの活用データと照合。  
結果、入社初期にツール活用度の高い従業員は在籍期間が長い傾向にあることがわかった。

Check

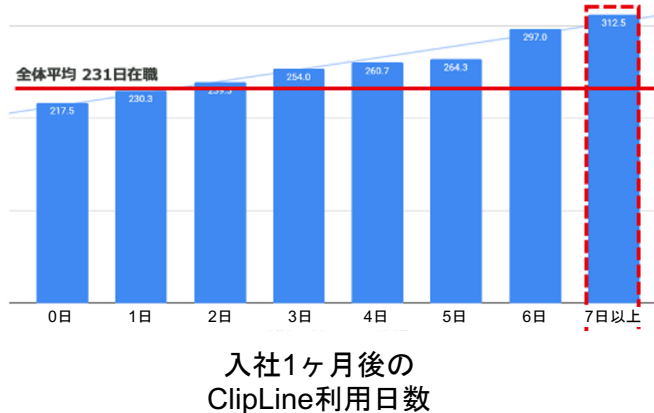
Act



見えてきた仮説

デジタルツールの初期活用度  
が高い従業員は長期在籍傾向  
にある

平均在籍日数



デジタルツール  
活用頻度が低い店舗への活用促進

\* A社様の事例では、離職率の低減による採用費、教育人件費の削減によって創出した財務効果は年間3,300万円

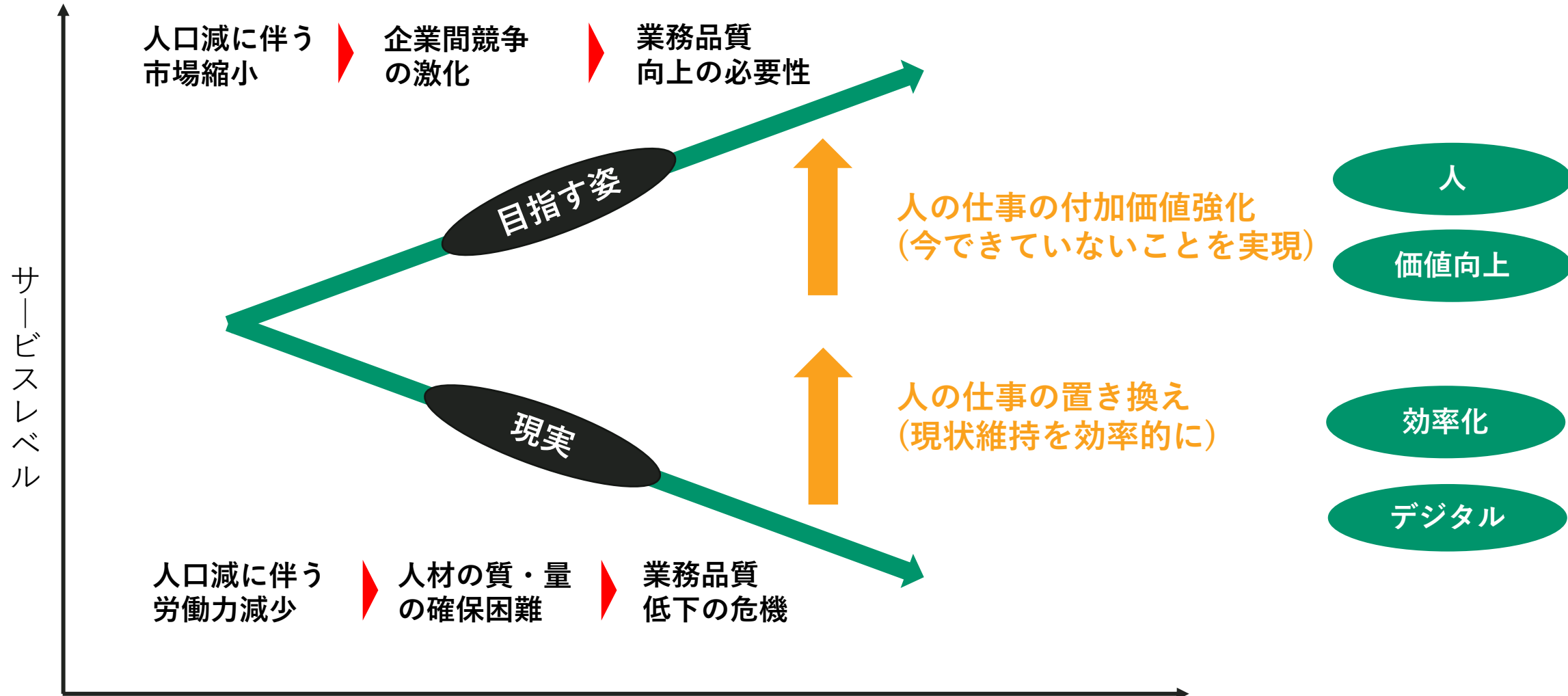


継続的なコンテンツ追加・情報発信



# 人的資本経営を成功に導くための データ活用・デジタル化の課題と乗り越え方

# デジタルの使いどころー サービスレベルのワニの口の閉じ方



# 「できるをふやす研究所」 調査データのご共有

## ② アルバイト・パート・非正規雇用者の離職理由

# 「できるをふやす研究所」 調査結果 - 「アルバイト・パート・非正規雇用者の離職理由」

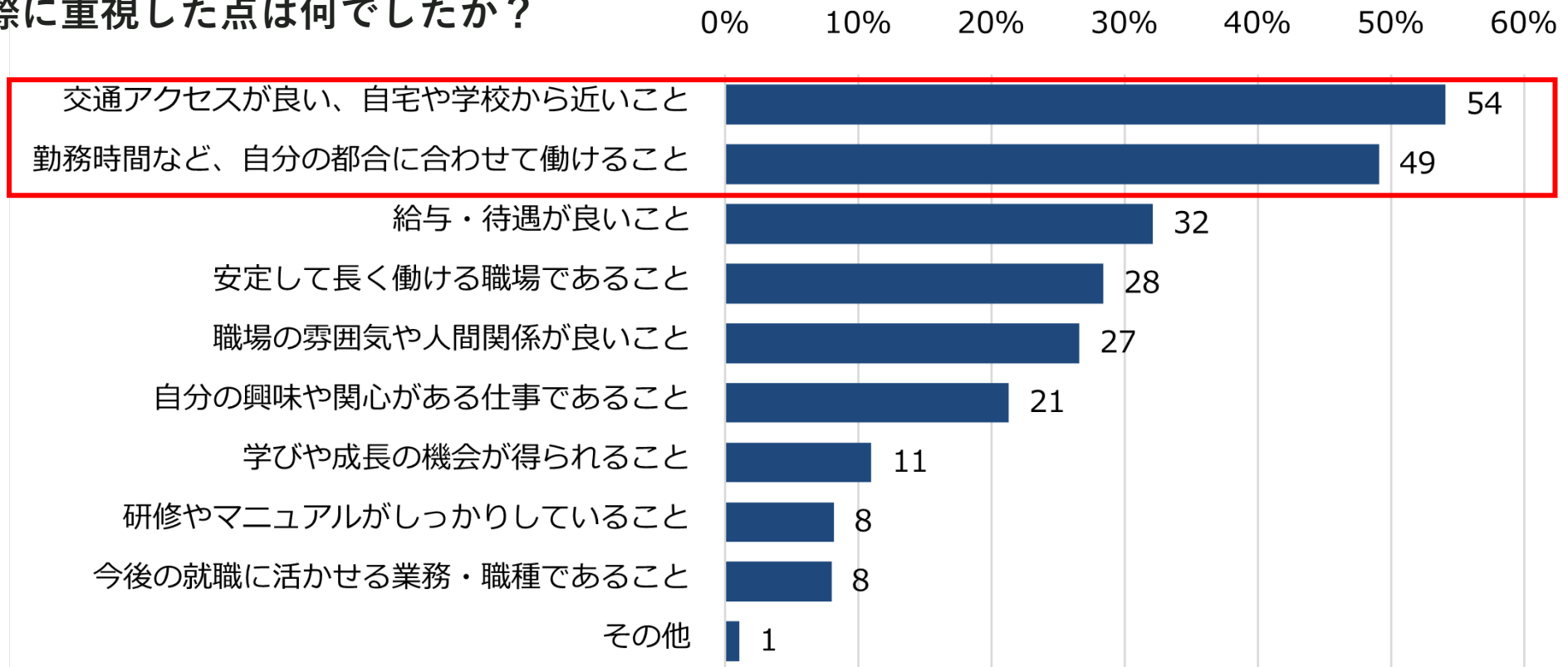
テーマ：「アルバイト・パート・非正規雇用者の離職理由」

調査期間：2023年07月28日(金)～2023年08月01日(火)

調査対象：直近1年でアルバイト・パートなど非正規の雇用形態での仕事を離職した経験のある方

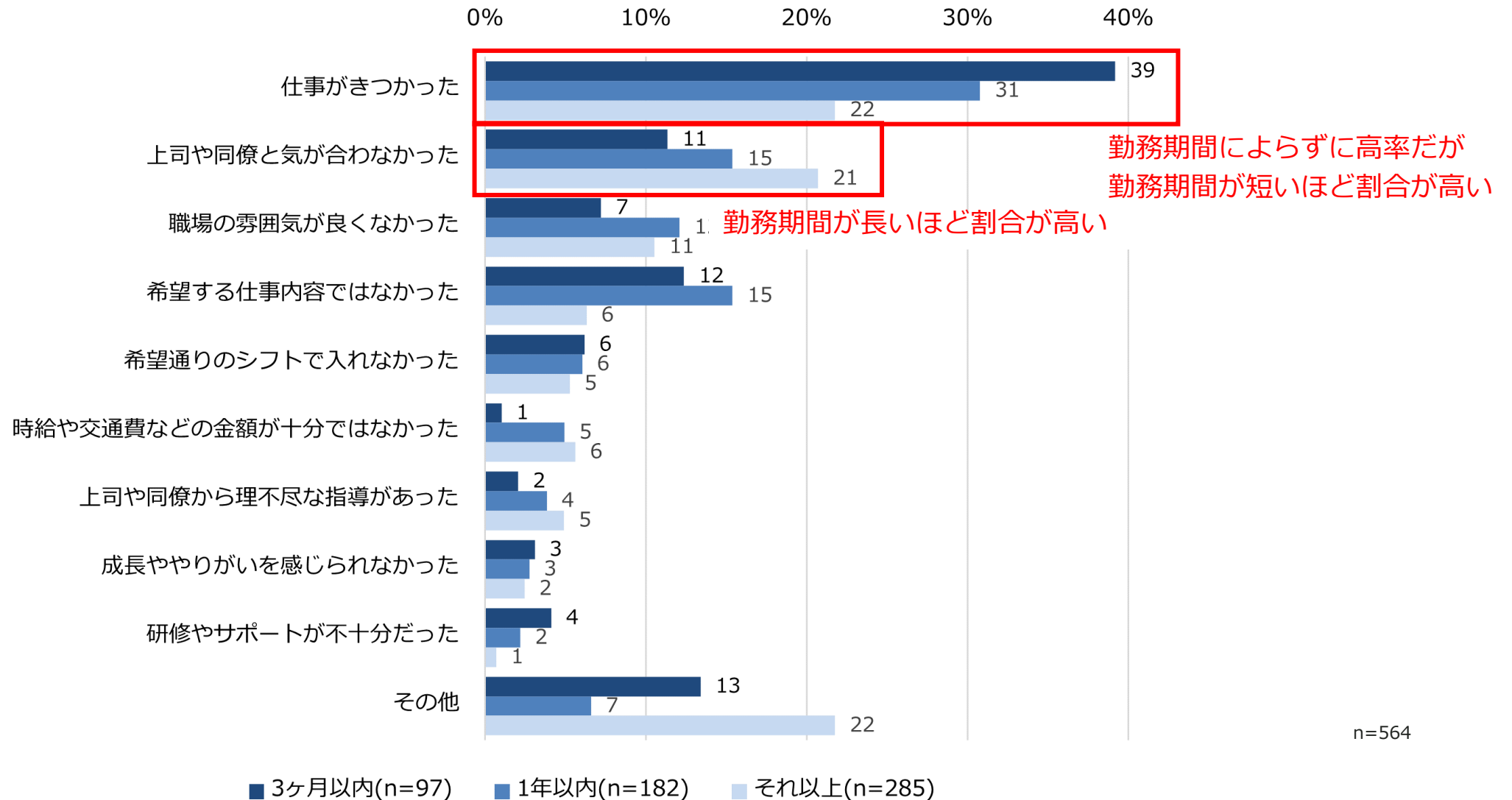
回答総数：1033

## 前職を選ぶ際に重視した点は何でしたか？



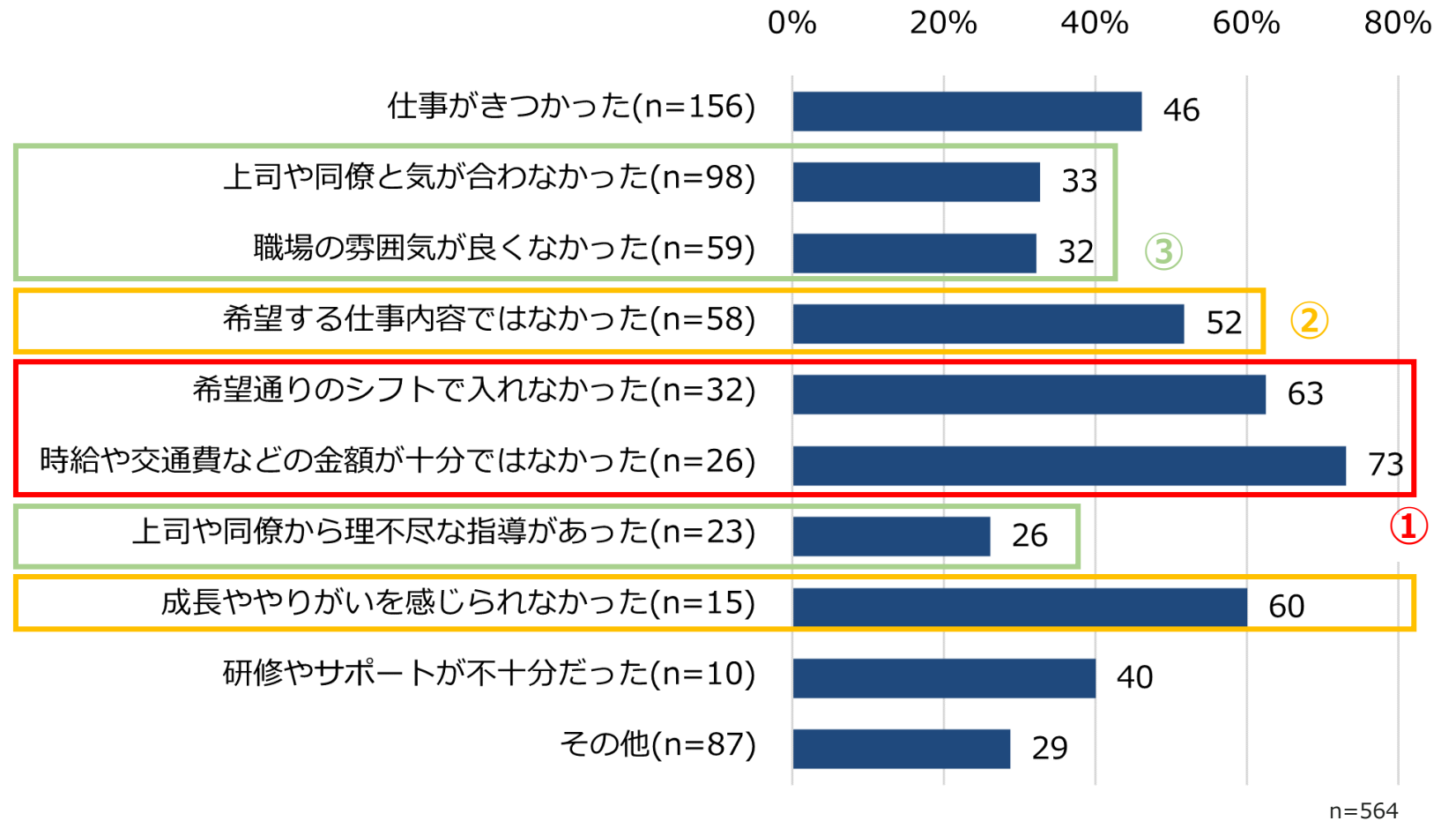
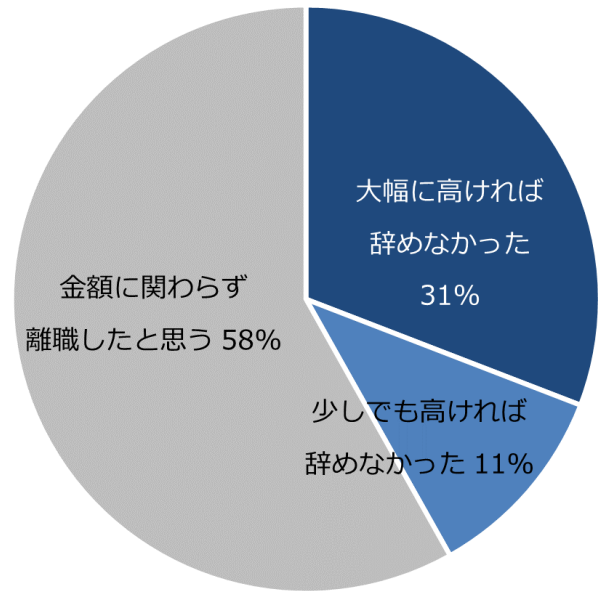
# 「できるをふやす研究所」 調査結果 - 「アルバイト・パート・非正規雇用者の離職理由」

前職の離職において、もっとも離職に影響した理由はどれですか。



# 「できるをふやす研究所」調査結果 - 「アルバイト・パート・非正規雇用者の離職理由」

実際の離職理由に関わらず、もし時給（給与）が当時もらっていた金額より高かったら、離職しなかったと思いますか。



離職者の6割は、給与の多寡によらず離職

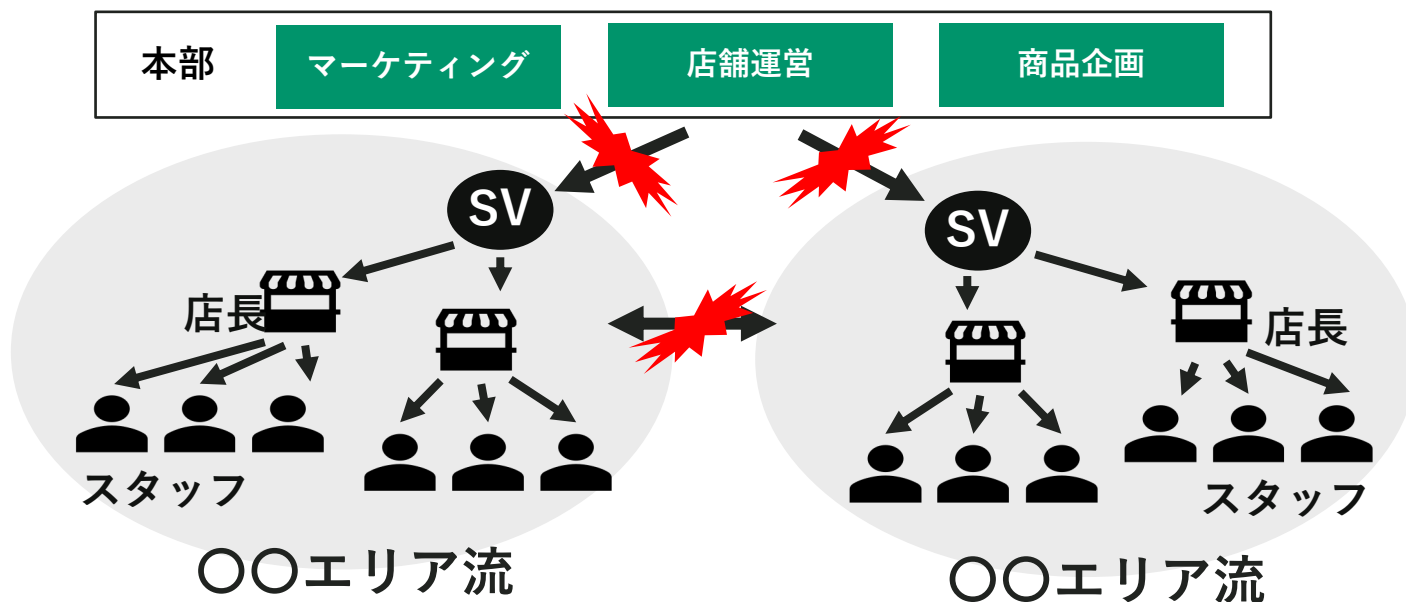
- 企業は離職理由を時給に求めがちだが、実態はそうでもない
- いかに「つらさ」を感じさせずに育成するのが重要
  - ⇒ ステップアップのラダーを刻む、拠点任せにせず仕組みで育てる

---

# 事例に見る、 組織のボトルネックのを見つけ方と解決方法



- 大ブームで一気に出店  
= **オペレーション（業務手順）、マネジメントの型が出来上がる前に戦線が広がる**
- それぞれの店・地域で「何とかする」うちに、オペレーションはばらばらに
- 成功体験が強く施策が落ちない→経営のPDCAが回らない  
= **施策が悪いのか/実行が悪いのかが見えない**



- ・ 2016年1～3月に大量閉店
- ・ 並行して、  
マネジメントを変えるべく  
顧客満足度評価の仕組み、  
ClipLineをそれぞれ導入

**選択と集中を鮮明に**

## 取り組み：顧客満足に直結するオペレーションの特定

### 顧客満足と影響因子の相関分析

	総合満足度	再来店	推奨・紹介意向	総合的価値	食べ物の味	食べ物の新鮮さ	飲み物の味	食べ物の量・大きさ	担当店員の親しみやすさ	注文通りのお渡し	お会計の正確さ	注文方法の分かりやすさ	サービスのスピード	店舗デザイン	お店の雰囲気	お店の清潔さ	価格に対する内容	問題経験 (Y/N)	挨拶の有無 (Y/N)	キャンペーンのお勧め・説明の有無 (Y/N)	笑顔の有無 (Y/N)	
総合満足度	1.00																					
再来店	0.25	1.00																				
推奨・紹介意向	0.23	0.48	1.00																			
総合的価値	0.64	0.07	0.43	1.00																		
食べ物の味	0.12	0.36	0.43	0.29	1.00																	
食べ物の新鮮さ	0.45	0.16	0.49	0.48	0.33	1.00																
飲み物の味	0.03	0.31	0.15	0.02	-0.02	0.10	1.00															
食べ物の量・大きさ	0.36	0.19	0.31	0.34	0.05	0.45	0.07	1.00														
担当店員の親しみやすさ	0.77	0.26	0.29	0.66	0.10	0.55	0.10	0.37	0.50	1.00												
注文通りのお渡し	0.03	-0.20	0.02	0.23	0.01	0.27	0.06	0.23	-0.05	0.70	1.00											
お会計の正確さ	0.64	0.01	0.07	0.61	0.08	0.39	0.02	0.20	0.57	0.15	0.67	1.00										
注文方法の分かりやすさ	0.60	0.16	0.02	0.54	0.15	0.42	0.04	0.19	0.45	0.27	0.64	0.61	1.00									
サービスのスピード	0.71	0.24	0.22	0.52	0.01	0.47	0.13	0.29	0.62	0.04	0.64	0.61	0.66	1.00								
店舗デザイン	0.52	0.16	0.14	0.55	0.06	0.37	0.13	0.37	0.40	0.65	0.75	0.67	0.66	0.66	1.00							
お店の雰囲気	0.17	0.06	0.04	0.10	0.10	0.20	0.20	0.07	0.06	0.23	0.03	0.17	0.17	0.17	0.17	1.00						
お店の清潔さ	0.40	0.06	0.06	0.23	0.23	0.49	0.23	0.49	0.23	0.44	0.29	0.44	0.29	0.44	0.29	0.44	1.00					
価格に対する内容	0.20	0.06	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	0.21	0.06	1.00				
問題経験 (Y/N)	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	-0.55	1.00			
挨拶の有無 (Y/N)	0.29	0.23	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	0.26	0.23	1.00		
キャンペーンのお勧め・説明の有無 (Y/N)	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	0.36	1.00	
笑顔の有無 (Y/N)	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	0.47	1.00

総合満足度、総合的価値に影響を及ぼす因子の特定(このケースは接客)

「親しみやすさ」など抽象的な感覚の要素分解

- ・接客のバラツキが大きく顧客満足度に影響
- ⇒根拠に基づいてピンポイントで強化点を決定

## 強化ポイント

- 商品選択時、レジまわりを中心とした接客
- 新商品の積極的な提案

クリスピー・クリーム・  
ドーナツの  
「SWEET」

**S**MILE  
**W**ELCOME  
**E**NTICE  
**E**NGAGE  
**T**HANK

フィロソフィー



## 現場への展開方法

- 現場を知り目的を理解しているミドルマネージャーが集まり議論して、**具体的な「あるべき姿」**を定義
- 動画を制作し、全スタッフに配信
- 全スタッフが動画を見て練習を投稿、各店の店長（ストアマネージャー）がチェック&アドバイス

本部の単独行動ではなく、  
**現場のキーマンを巻き込んだ活動展開**

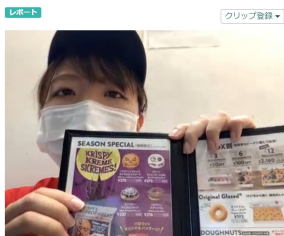
社内の接客フィロソフィーに当てはめて強化  
⇒**取り組みを単発ではなくストーリーに**

## ABILI Clip(ClipLine)を活用したデジタルマネジメント全体像

### ①総合満足度を高める取り組み



### ②毎月のキャンペーンのドーナツのおすすめ



### ⑤新人教育や定型業務の学習カリキュラム化



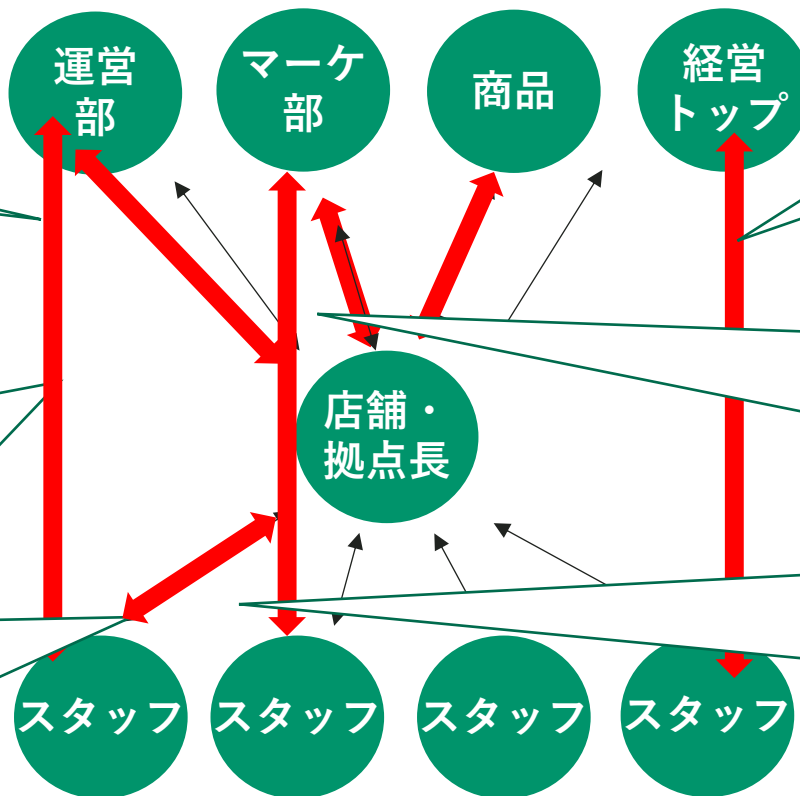
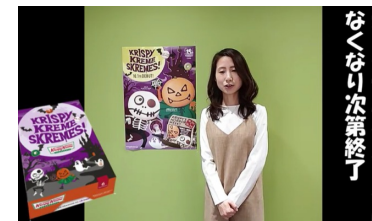
### ⑥経営メッセージの配信



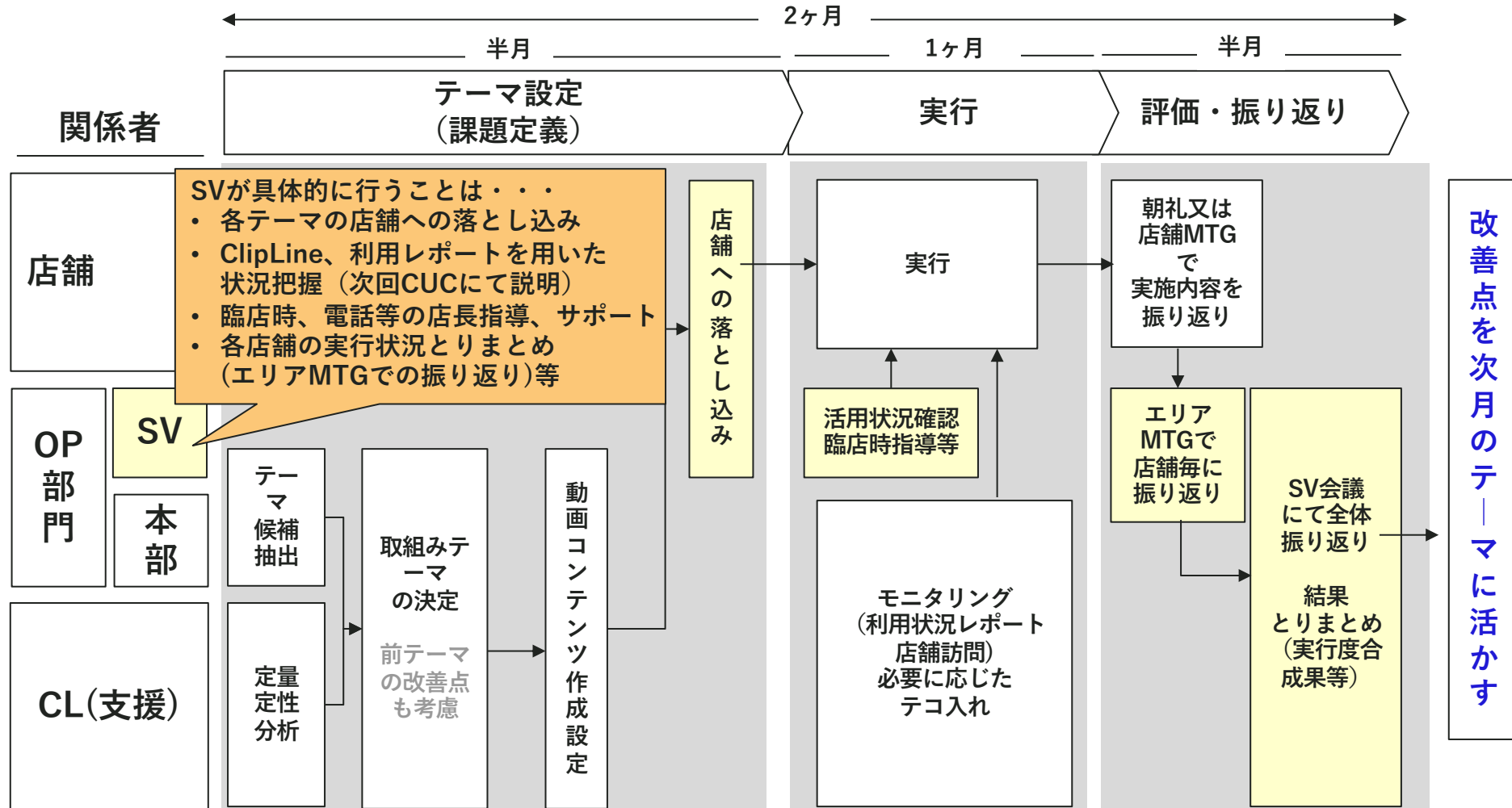
### ③売り場づくり・商品クオリティの指示/確認



### ④キャンペーン・コンセプトの説明

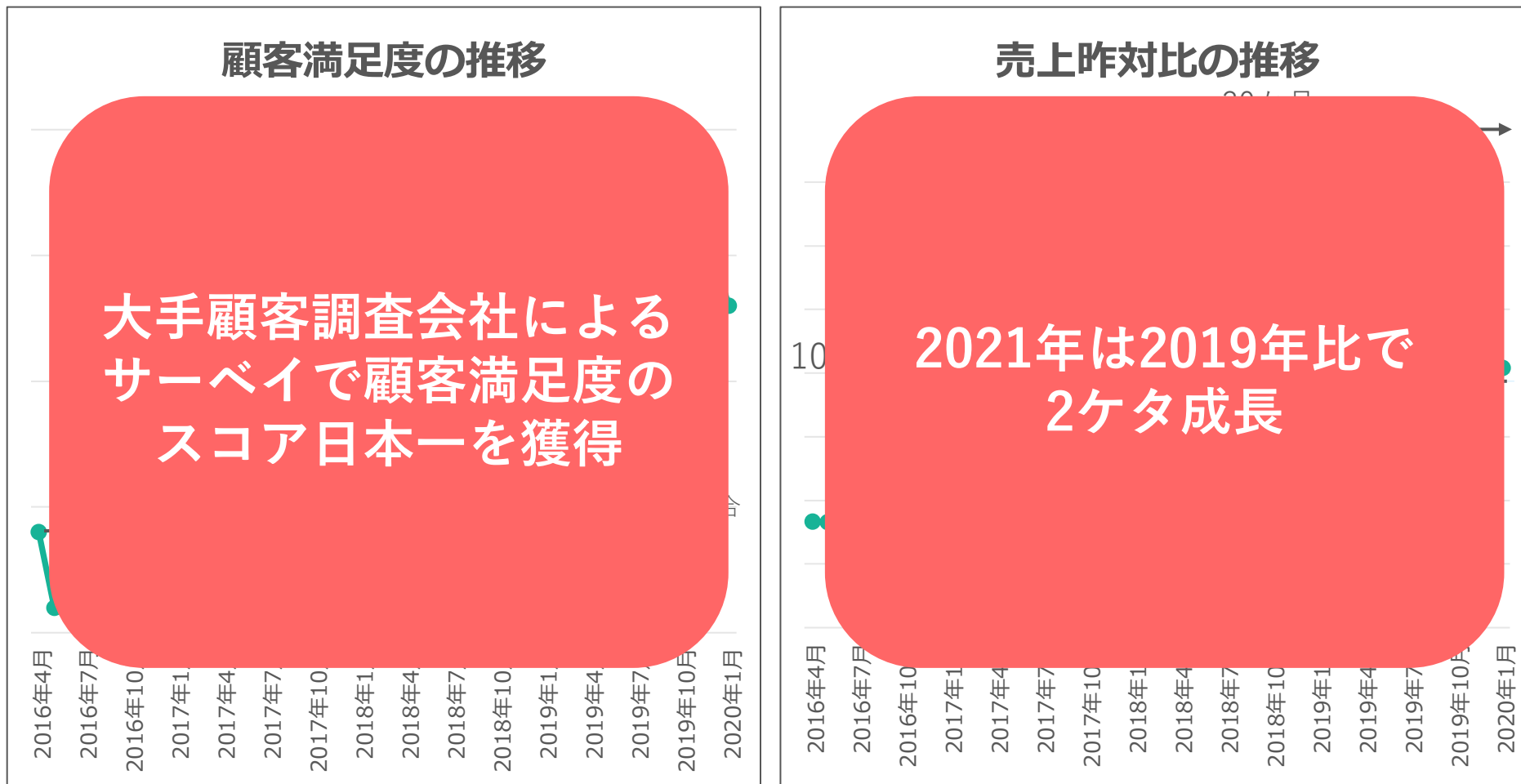


## 参考：店舗と現場のPDCAサイクル(詳細)



2ヶ月のPDCAサイクルを作り、会議体の設計、ファシリテーション、および自走化に向けた支援を実施。社内SVで自走化できる形に

## 参考：店舗と現場のPDCAサイクル(詳細)



一連の取り組み開始後、顧客満足度が向上。それと歩調を合わせるように業績も拡大  
業績はコロナ禍前に30ヶ月連続で売上前年同月比超え

※19年10月は台風による閉店影響を除いた営業日ベース

---

# まとめ

# 個別最適型DXを脱却し「人の価値向上・現場実行力強化」による真の成果創出へ



## DX浸透で得られる各種データ群

効率化

- ・本部コスト
- ・店舗売上
- ・EC売上
- ・利益
- ・人件費
- ・勤怠、シフト実績
- ・顧客満足度
- ・外部口コミ、クレーム、等

デジタル

見える化  
+  
現状分析

改善  
施策

改善実行  
+  
検証

財務  
成果



人

- ・従業員属性
- ・従業員スキル
- ・従業員満足度
- ・教育進捗
- ・タスク実施進捗
- ・テスト正答率、等

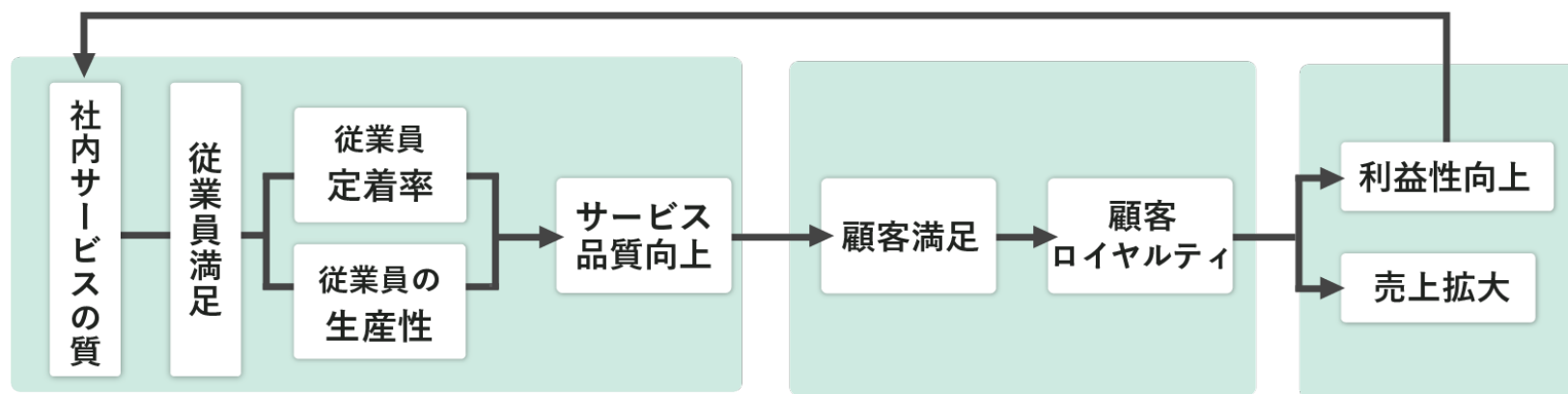
価値  
向上

## “人”に関するデータの集積



# ClipLineの利益向上に向けた考え方

データを取りづらいサービス業において、SPCの全てをカバーし、  
施策のつながりや効果を検証しながら、短期・中長期の利益率向上を支援



現状を分析・課題を可視化

多拠点ビジネス特化型経営ダッシュボード

 **ABILI Board**

現場まで齟齬なく伝える

動画型実行支援システム

 **ABILI Clip**

顧客の声を組織に届ける

顧客満足度調査・アンケートツール

 **ABILI Voice**

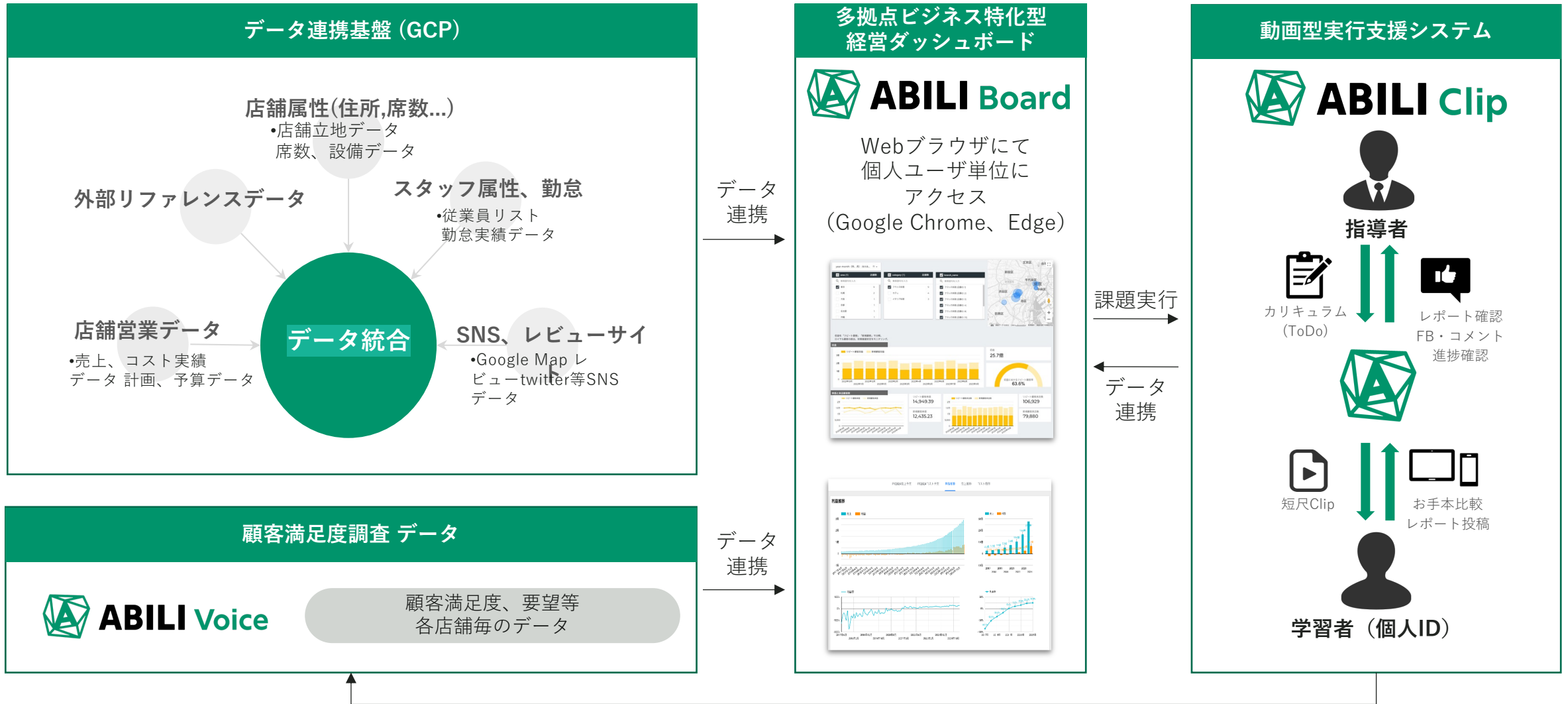
成果創出をトータルでサポートする

コンテンツ制作・施策実行支援

 **ABILI Partner**

# 店舗マネジメントのアプローチ

経営課題の可視化から解決策の実行まで一気通貫してご支援可能



提供サービスの品質をチェック

## ボトルネックと現場の潜在力を可視化し、成果に繋がるデータ活用を実現

組織内に点在するあらゆるデータを集約した貴社専用のダッシュボードをスピーディかつ安価に構築。  
多拠点ビジネスの成長を阻害する”バラつき”やボトルネック、店舗に潜在する”戦闘力”を可視化することでデータに基づいた意思決定と実行をご支援します。



### 01

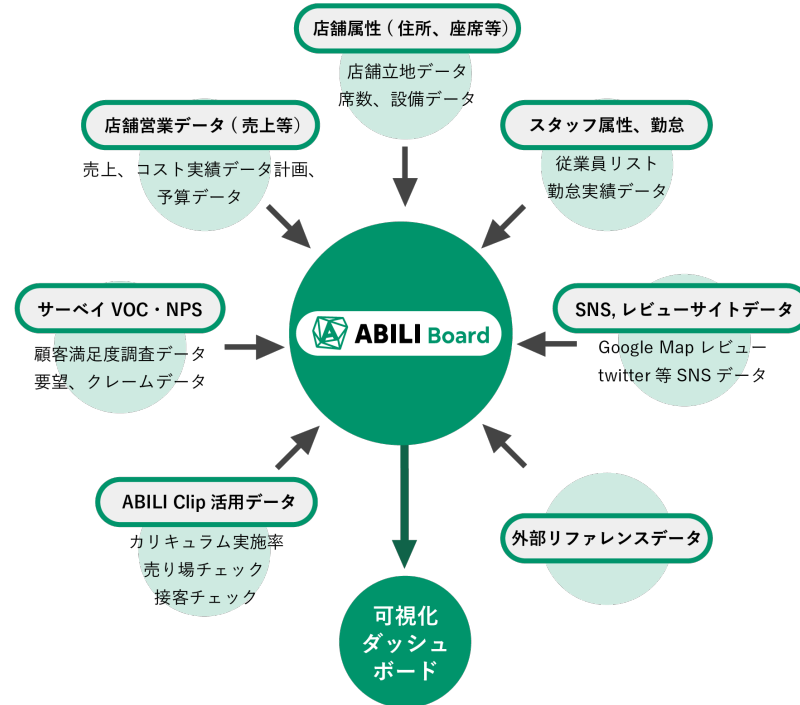
経営判断に必要な情報をタイムリーに集約、「店舗戦闘力」を可視化する経営コックピット

### 02

多拠点ビジネスの成長に特化した貴社専用ダッシュボードを安価に構築

### 03

収集、加工、統合等の経営管理業務を弊社が代替し、工数を大幅削減



- ・データ収集～可視化/分析までのワンプラットフォームで提供
- ・初期コスト、月額利用料のみで、早期立上げも可能
- ・月次の運用支援も利用料に含まれ、要望に応じた変更も柔軟に可能

データを収集～データ蓄積・加工～可視化まで一元化



初期コスト：数百万円～  
月額料金30万円/月～

※扱うデータ量と利用ユーザー数に応じて変動します。 ※別途初期費用がかかります。



本資料は当社スタッフによるプレゼンテーション等を伴う説明を行うことを意図して作成されております。  
当社への書面による許可なく社外へ再配布すること、社内への説明目的以外による複写、写真複写などをご遠慮ください。