



テレワークセミナー in 信越

20名の花屋が働き方改革を実現！

～優秀な人財に働き続けてもらう

ためのDX奮闘記～



私と会社の自己紹介

01



山崎年起

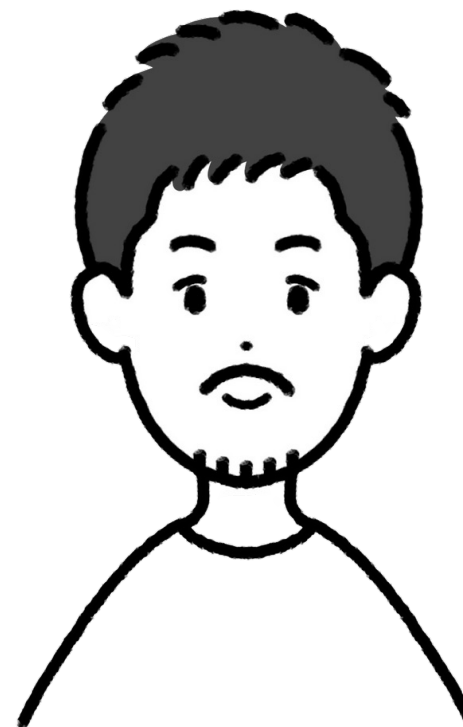
Toshiki Yamazaki

1979年12月26日生まれ

長野市生まれ／立命館大学工学部卒業

東京のSI企業に就職し4年間サラリーマンを経験

家業が傾き、しゅしゅ家業を継ぐこととなる



株式会社又ポー生花店へ入社

- 昭和47年創業、母が創業し、父がその後入社、二人三脚で事業を拡大
- 2006年段階で売上は4億、従業員数50名、地域一番店に成長
- 組織の崩壊、役員による不正会計、顧客離れがあり、倒産の危機に陥る
- 役員解任、経費の見直し等を実施し、一時的に黒字化するも
- 主力事業は葬儀花事業の一本足打法、婚礼花事業や店舗販売事業は赤字が続く

2013年に代表取締役社長就任

- 葬儀取引企業との契約解除で、まさに「経営不振」に陥る
- 売上は年々減り続け、2019年には売上2億円まで減少
- 新規事業を興すも、大失敗で3年で撤退（大赤字により銀行が...）
- 赤字が断続的に続き、内部は混沌とした状態に・・・
- 失敗し続けた結果、心理的に不安定な状況が続く

現在のアポ生花店

- 売上高2億5千万円、営業利益率5% *2022年8月期
- 従業員22名、うち社員が11名（女性10割）、他産休中社員が3名
- 社員平均年齢32.6歳、勤続平均年数7.4年
- 大手HRサーベイサービスにて「仕事満足度」「人間関係」が平均点超え
- 現場はほぼすべて従業員で運営している

又ボー生花店流の
人的資本経営

02

人的資本経営に取り組むキッカケ



人財難のうえに 優秀社員の退職希望

女性の多くはライフステージの変化で退職を考える。結婚・出産で辞めるのが当たり前だった。これを打開しない限り、未来はない、と考えた。



社員やパート従業員との関係性

- 接客・サービス業は「パートやアルバイト」を如何に活用するか？
- 「やりがい」「働きがい」って、本当に売上／利益に直結するのか？
- 人件費率が高いと、銀行評価は悪くなる（ご指摘をいただく）
- いくら環境を整えても、辞める社員は辞める（投資すべきか否か...）
- 当時の花屋は応募すれば、それなりには応募者も集まる時代であった

人は信用できん 裏切られると思え

経営者は従業員を解雇できない

従業員は経営者を選ぶ（文句言える）

不公平、精神的に辛いよね

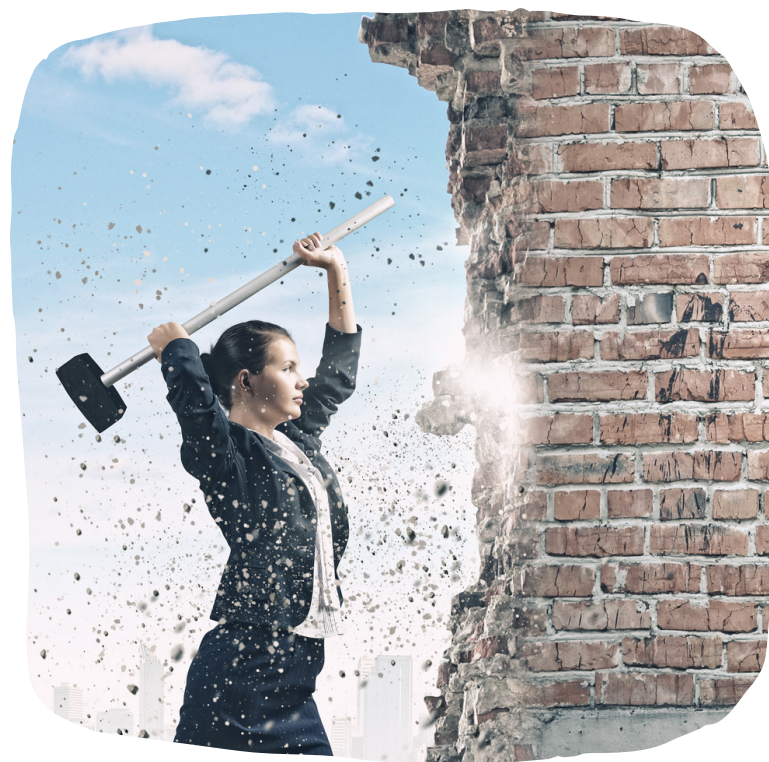
割り切って考えよう（信用しない）



なんか違うな ...

女性が働き続けられる 環境整備にチャレンジ

会社もうまくいっていないし、
自分がワクワクすることやりたいし、
失敗するなら後悔はしたくないし、
人を信じられる経営者になりたい



リモートで働ける職種を作る

- ライフステージにあわせて「現場勤務」と「リモート勤務」と選べる会社に
- 子育て中に働き続けられる環境を提供する
- 仕事の流れや役割分担を見直し、リモートで出来る「仕事」を増やしていく
- 必要な環境整備、テクノロジーの導入を積極的に行う
- 「実例」をつくる（退職希望の女性を口説き落とした）

アポー生花店の“武器”になった

- 構成メンバー5名（長野市在住は1名のみ／県外1名／海外1名）
- 業務範囲は一般的なバックオフィス業務に留まらず多岐にわたる
- 事業部のミッションは「全社の労働生産性の向上」
- 外部人材の登用も積極的に行っている（活用ノウハウが蓄積されている）
- 「きっかけ」となった女性はいまこの事業部のマネージャーとして活躍



会計・財務

銀行連携により記帳作業一切無し
POSと連携で売上計上の自動化
クレジット経費の即時計上化



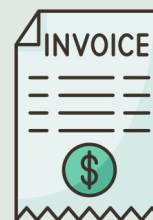
勤怠管理

スマホにより勤怠打刻を実施
有給・残業申請を電子化
勤怠時間の計算を自動化



労務管理

入社時の個人情報の取得を電子化
入退社時の各種保険申請を電子化
年末調整の電子化



請求支払 / 入金消込

請求書を取り込み電子化
請求情報から振込全銀データ自動化
請求書入金の照合作業の自動化

透明性の高い経営が実現 信頼感が醸成された

従業員を信用し、信頼するからこそ
すべての数字をオープンにする
良いことも悪いことも、数字にして
正しく共有するからこそ信頼される



労務・経理業務のDX を外販して利益が拡大

コロナ禍になって弊社の取り組みが
急に注目されるようになった

労務・経理業務のデジタル化に悩む企業
へ弊社のノウハウを外販している



03

デジタル化から

DXへ



デジタル化は手段であって目的ではない

我々も当初はデジタル化によって
業務効率化=コストカットを図った
が、デジタル化は投資であって
短期的なコストカットには寄与しない



デジタルの力を活用した 顧客サービス改革とは？

我々にはデジタルを活用できるチームが存在する、花屋としてデジタルの力を活用して、顧客に対するより一層のサービスを提供できないか？？



COVID-19





気持ちいい接客を受けたのはいつ？



花屋ぐらい親近感ある接客をしよう

**購入前・購入中・購入後
心が癒やされる
購入体験を提供しよう**

我々はお花の力を最大限に生かし

人が接客するからこそその価値を追い求め

顧客に心温まる時間を提供する



顧客接点は徹底的に

アナログで“非効率”な接客を



社内業務は徹底的に

テクノロジーと仕組みで“効率化”

すべては心温まる接客のために

- 現場でなくても出来る業務は全て、リモートワークチームへ業務移管
- バックオフィス業務は、ツールやAI等を活用し自動化を推進
- 顧客管理を徹底し、現場の接客をサポートする顧客データを定期的に配信
- 小規模コールセンターの新設により、電話／FAX／Email顧客対応レベルの向上
- 法改正に伴う請求業務の迅速化／効率化



顧客管理ツール活用

注文データの全データ化
顧客情報を活用した接客の徹底
顧客属性に応じた情報配信



PBXツール活用

電話回線のクラウド化
FAX送受信のクラウド化
顧客ヘリマインドSMSの配信



AIツール活用

ChatGPTによる文章作成効率化
画像生成AIによるSNS投稿効率化
自動化プログラム生成による省力化



請求電子化ツール活用

法令遵守した請求業務の実施
SMSによるクレジットカード決済
デジタルインボイス対応の実現



中小企業におけるDXの意義



変化が激しい時代に対応しきれるか？

- コロナ禍を契機に、消費者の心は大きく変化し
 - 人手不足は深刻になり、各企業の採用力が問われるようになり
 - インフレ時代の到来により、各社の販売戦略の見直しが迫られ
 - 異常気象をはじめ気候変動問題はさらに深刻化し、先行きが不透明な時代
- 企業はいかにして時代の変化に柔軟に対応し、生き残るか？

変化する力

= 改善力

業務を改善する力が求められる

- ITツール導入に限らず、業務が変更になる以上、現場にはストレスがかかる
- 現場が導入することを了承し、確実にそれを使いこなさないと効果はでない
- 現場の「反対」は当然に起こる、それを乗り越えなければならない
- 必ず失敗はする、失敗を受け入れて、改善し続けなければならない
- DXは「変化に強いチーム何か否か」を問われている

あなたのチームは変化に強い？

- 日々の業務が硬直化している or 日々の業務が常に変化・改善している
 - 現場の意見が強く改革が進まない or 責任者が主体的に業務改革する
 - 失敗に厳しい風土か？ or 失敗に寛容な風土か？
 - 変化しなくてもなんとかなっている or 変化しないと生き残れない危機感
- 前者のような会社にDXは出来ない

変化するチームになるためにDXを活用

弊社が辛い時期を乗り越えられたのも
今思えば変化できたから、だと思える
そのキッカケを与えてくれた従業員に
心から感謝しています。



業務変革は人数に比例して困難になる

- 中小企業は人数が少ないからこそ「柔軟に変化できること」が強み
 - 中小企業は経営者が本気になれば、比較的早く成果を出せる
 - 若い従業員の採用に有効（変化に前向きな会社は評判が良い）
 - ITツール導入コストが、とっても安い（コスパが良い）
- DXを活用しない手はない

リーダーの信念が問われている