

小規模事業者による

ちょびっと

DX

経営活用事例

24・25年度版



デジタル技術が急速に進展する中、中小企業白書によると8.2%の中小企業（小規模事業者に限ると14.2%）は「デジタル化について何も取り組んでいない」と回答しています。

その一方、同白書ではデジタル活用が進んでいる企業ほど、売上や労働生産性の上昇率が高い傾向にあることも指摘。不透明な経営環境において、この流れはますます強まっていくでしょう。

生成AIの登場など、第4次産業革命が到来したともいわれる昨今。資金や人手が限られている小規模事業者こそ、**まずは身の丈に合ったデジタル活用を検討してみる**ことが大切です。

コロナ禍以降、高岡商工会議所では個別相談会や専門家派遣、各種セミナーなどによって**企業のデジタル化を支援**してきました。この2024・2025年度版「ちょびっとDX事例集」が、皆さまの販路開拓や業務効率化の参考となれば幸いです。

高岡商工会議所のデジタル活用支援メニュー

専門家による
デジタル活用
無料相談

デジタルツールの
補助金
申請支援

メルマガによる
セミナー・補助金
などの情報発信

デジタル活用
事例集の作成
など

デジタルの力で“養生”による健康法を提案

健康の相談処 ほしの薬局



ほしの薬局 代表取締役社長 管理薬剤師 星野 忠彦氏

薬は手段の一つ “養生”を売る地域の薬局

「それは運動不足でしょ？ 栄養のあるものは食べてますか？」

取材の前の雑談。最近、疲れやすいことを口にする、「ほしの薬局」の店主を務める星野さんにあつげらかと返された。期待した返事とは違ったことが顔に出たのか、続けて言われる。「薬なんてものはね、手段のひとつに過ぎないですよ」

まるで薬剤師の言葉とは思えない。そんなほしの薬局の歴史は、大正時代にまでさかのぼる。当初は星野さんの曾祖父が薬の卸



売業として創業。その後、父の代となり小売業へと転換した。それからは地域住民の健康を支える漢方薬局としてお店を営んでいる。

星野さんの経営方針は、養生。「生きるを養う」の言葉通り、食事や生活習慣を改善して、イキイキとした身体の維持をサポートする。

「早期発見の重要性が叫ばれてはいますが、そもそも大切なのは病気になるということ。毎日の過ごし方を含めて、元気で健康に暮らすためのアドバイスをしています」

ほしの薬局には老若男女が相談に訪れる。最近では看護師などの医療関係者も増えてきた。大きな不調はなくても、健康管理のために来ると言われることがうれしい。

“予防に勝る治療はない”

その考えに対する共感はいくつに広がっている。



コロナ禍をきっかけとして決断

だからこそ、コロナウイルスの影響は大きかった。医療従事者など感染リスクに敏感な患者さんほど、お店には立ち寄ることができない。星野さんは、新たな顧客層を開拓しようと、補助金を活用して県道沿いに看板の設置を考えた。

「商工会議所に相談を持ち掛けたところ、どうせなら看板を作るだけではなく、オンラインでの相談事業を始めてみてはどうかと提案されました。商品についても配送をすれば、感染リスクはありません」

患者さんの状態を把握するには面と向かって対話することが一番。それでも接

触すらできない未曾有の事態の前に、星野さんは覚悟を決めた。

商工会議所の経営指導員からもアドバイスを受け、オンライン相談の特設ウェブページを開設。新たに設置した看板には、非対面でも相談できることをPRするとともに、簡単に申込みフォームにアクセスできるQRコードを掲載した。スマホからでも繋がれる手軽さが好評で、コロナが終息した今でも、定期的にオンライン希望の声が届く。

「先日は浜松の方とお話をしました。デジタルを活用していなければ実現しなかった出会いですよね」

コロナ禍の苦しい中で光が差した瞬間を思い出したのか、星野さんの目が柔らかに緩んだ。



健康チェックのための最新の計測器





ほしの薬局 スタッフメンバー

デジタルで広げる「予防」の輪

「実は、若いころはとにかく売ればいいと思っていました」

照れたように頭を掻く星野さん。その考えが次第に変わっていったのは患者さんからのお礼の言葉。慢性的な不調に悩んでいた人が、ほしの薬局に通い出してから改善したと感謝された。一方で、何も言わずに去っていった患者さんもある。

もしかしたら——自分が知らないところでずっと苦しんでいるのかもしれない。それに気づいた瞬間、一人ひとりと時間をかけて向き合うことを決めた。

オンライン相談事業の実施以降も、星野さんは新たなデジタル活用に取り組んでいる。一年前に始めたLINEによる発信もそのひとつ。定期的に健康に関する知識を届けている。すでに登録者数は250人を超えた。

情報に触れた人が、「養生」の大切さを知って、かけがえのない一日を過ごしてほしい。

「一人でも、一人だけでも興味を持ってくれるなら、デジタルを使わない手はないでしょう」

星野さんは今、インスタグラムの活用を検討中だ。近年は働き盛りの方から精神面での不調を訴える相談が増えてきた。養生が必要なのは高齢者だけじゃない。若い世代にも積極的に発信していきたいと思っている。

「かがり火のようなお店でありたい」と星野さんは言った。苦しむ人が、小さな灯りに引き寄せられるお店。そんな人たちを自然体で受け入れるお店。

悩んでいる人は立ち寄ってみてほしい。すぐに勇気が出なければLINE登録から始めてみてほしいだろう。きっと星野さんが、かがり火のように迎えてくれるはずだ。



ほしの薬局 公式 LINE



ほしの薬局 WEB Site



ほしの薬局

住所：射水市二〇 1199-1

電話：0766-52-6125

営業時間：9:00～19:00

定休日：日曜・祝日

老舗酒問屋が「次の 100 年」に向けて挑むデジタル活用

株式会社木屋



株式会社木屋 社長 木谷 彰 氏

——創業慶応元年——高岡 を代表する老舗酒問屋

思わず「西暦で言ってももらえますか？」
と口にしてしまった。

高岡市の中心商店街のひとつ、坂下町で
酒販売を行う木屋本店。二十四代目になる
木谷彰さんは、通りから顔を出す「高岡大
仏」を見上げながら目を細めた。

「創業が慶応元年って言っても分からない
よね。一八六五年だから、江戸時代の末期
だよ」

現在の高岡大仏が建立されたのが、
一九三三年。さらに七十年近くも前に木屋
の歴史は始まったことになる。それでも

飄々とした語り口の木谷さんと、家業が重
ねてきた歴史との間にはどこかギャップを
感じてしまう。遠慮を感じながらもその理
由を訊いてみた。

「昔とは商売の形態もずいぶん違うだろう
し。今は、街の酒屋”は”どこも本場に敵し
いからね。会社の看板にとられることな
く、とにかく自分は自分ができることをし
ようって決めてるんだ」

小売販売の自由化や、大手スーパーとの
価格競争、若者の酒離れ……長い歴史の中
でも二〇〇〇年代以降の環境は過酷ともい
うべき厳しさ。現状維持は、後退を待つ
のみ。木谷さんには逆風の中で挑戦してきた
自負がある。



オリジナル“焼酎”を世界へ！

「酒の小売り」と卸の二本柱でやってきたけど、卸のほうは居酒屋からの注文がコロナで激減した。完全に戻ることはないだろうね。今の売上はECサイトからのネット販売が中心だよ」

酒業界の変化を読んだ木谷さんは、二十年ほど前からネット販売を開始。当初は競合が少なかったこともあり、一気に売上の大黒柱となった。だが最近は顧客の低価格志向が顕著だという。

「ネットだと値段の比較もしやすいから、どうしても安いところに流れてしまう。現状に満足せずに、常に新しいことにチャレンジしていかないと生き残れないよね。そのためにも商工会議所さんも大いに利用させてもらっています」

木谷さんは定期的に商工会議所を訪れている。目的は新たなアイデアの実現に向けて、自分の考えを整理すること。外国人向け多言語対応の酒の販売サイトを開設したのも、商工会議所に紹介してもらった中小企業診断士との対話がきっかけだ。

国内に住む外国人を皮切りとして、成果が出た段階で本格的な海外展開を視野に入

れている。価格競争を回避するため、自社オリジナルブランドの焼酎も開発中。複数の酒蔵と協議を重ねているところだ。

「味はもちろん、国ごとの文化の違い、規制もある。送料も高いから、日本酒の価値をちゃんと言語化して発信しないと、そう簡単には買ってもらえないことは分かっている。当然、難しさはあるけど、商工会議所さんにも相談しながら、前に進めていきたいね」

目今の前の商売に奮闘しながらも、夢を見たい。デジタル活用や海外販売は、まさにその一環。近い将来、海の向こうで日本酒のおいしさに驚く外国人の姿を思い描く。





生成AIの業務への活用 を模索

木谷さんは昨年から大きな話題となつて
いる生成AIについても、手探りで業務に
取り入れている。

「chat-GPTの有料プランにも申し
込んでみたんだ。新しい技術については、
具体的な活用方法を考えるより先に、触れ
ておく、まずははじめてみるのが第一だ
と知っているから」

今は取引先に送付する文書やメールの作
成や添削、マーケットの情報収集、外国人
からの注文確認のための翻訳などに利用。
それだけでも、細かな事務処理時間の改善
に繋がった。人材が不足している小規模事

業者こそ、活用のメリットは大きいという
感触がある。

「秘書兼話し相手。ECで価格競争に巻き
込まれていることを相談すると、顧客要望
に合わせた月替わりの日本酒のサブスク販
売を提案されたんだ。やってみようかな」

すべてがうまくいくとは思っていない
し、いくはすがない。リスクを抑えながら、
とにかく手を打つ。それが大事だ。

木谷さんの視線の先には、まだ高岡大仏
があった。一六〇年の老舗という重い看板
を背負いながら、取り入れるべきものは取
り入れていく。変えるべきものは変えてい
く。自分の中にある決意を、幼いころから
見守られてきた「大仏さま」に誓っている
ようにも見えた。



株式会社木屋 WEB Site



オンラインショップ



株式会社木屋
(全酒類食品卸売業)

住所：氷見市下田子 118-1
本社：高岡市坂下町 1204
電話：0766-91-0140
e-mail：mail@kiya.work
営業時間：10:00～18:00
定休日：月曜・水曜
第1・第3日曜日



クラウドサービスの活用で法人化を実現 レアなスニーカーショップ

ENDOR(エンドア)



▲ ENDOR 店内

高岡から海外限定モデル のスニーカーを販売

スニーカーは「相棒」だった。嫌なことがあっても、カッコいいスニーカーを履いて外を歩けば、不思議と心が晴れてくる。ビジネスを始めてからも、その習慣は変わっていない。

ENDOR(エンドア)の高木さんはもととバイヤーの仕事をしていた。東京や大阪を飛び回り、空き時間にスニーカーを見に行くことが息抜きだった。ただ、すべて富山では手に入らないもの。それが無性に悔しかった。

「東京でしか手に入らないなんておかしいじゃないですか。それなら自分が富山でも好きなスニーカーを売る店を作ろうと決



めたんです」

決断した高木さんは、ヨーロッパに身一つで飛んだ。靴店を訪ね歩き、人気ブランドニューバランスの代理店を紹介してもらった。スマホのGoogle翻訳を使って海外限定モデルの買い付けを交渉。売れなければ在庫になるが、高木さんには自信があった。

靴は各国で好みが違う。海外では売れ残っていても、日本では好まれるデザインや素材がある。そのことはスニーカーを愛してやまない自分自身が誰よりも知っていた。

満を持して高岡にお店をオープンしたのが二〇一七年。珍しい海外製モデルのスニーカーが手に入る店として、地元の愛好家が訪れるようになった。





▲店舗外観



▲海外モデルのスニーカーが並ぶ

人生を“相棒”とともに

「レアなスニーカー店というところ、コレクターのためのお店だろうと言われますが、それは誤解。靴は履いてなんぼだと思っているし、ウチのお客さんも履くために買っています」

デザインが好みだとしても、足にピッタリと合う靴以外は勧めない。本当に相性の良い靴とは外に出て歩きたくなる。そんな靴だ。

「スニーカーも、まめな手入れやソール交換をすれば20年履けるんですよ。足に合う、それでいて気に入った靴をリペアして使うことで、足の悩みからはずっと解放される

す。もっと外に出たくなる。もっと歩きたくなるんです」

思い返してみてもいい。

ウキウキと小走りで待ち合わせ場所に向かうときも、悲しみに暮れながら家路につくときも、靴を履いていたはずだ。困難に一步踏み出すときだって、最初に段差を乗り越えてくれたのは、靴だ。

20年たってもずっと履ける。人生とともに歩んでくれる靴。それはまさに相棒じゃないか。

高岡の小さなお店が全国の人を惹きつける理由にやっと気づいた。ENDORは、スニーカーを売るだけの店じゃない。とっておきの“相棒”と出会わせてくれる場所なのだ。



ENDOR WEB Site



Instagram
@endor_kicks



合同会社 ENDOR (エンドア)

代表：高木 重倫

住所：高岡市野村 365 番地
サンエイハイツ 101

電話：0766-21-5310

e-mail：info@endor-kicks.com

営業時間：12:00 ～ 20:00

定休日：元日 他不定休あり

Loémy (ロエミ)



代官山から御馬出町へ！

▲まさに“隠れ家的”なお店の外観

慣れない記帳作業に苦戦

開業当初は高岡を離れて長かったことから、集客はほぼゼロからのスタート。コツコツとインスタグラムでの発信をしていくと、やがて若い女性を中心にDM（ダイレクトメール）で予約が届くようになる。

「狙っていたわけではないんですが、古い建物の2階が『隠れ家的』で落ち着けると言われますね。じつくりとコミュニケーションを取ることで、その方のイメージにぴったりのネイルができちゃうんですよ」

ロコミでお客さんが増えていく一方、困ったこともあった。毎日の記帳作業が回らなくなってきたのだ。

「子どもを寝かしつけてから、手書きで帳簿や領収書を整理していたんですけど、これが思ったよりも時間がかかって……。気づいたら夜遅くになっていることもあり、とはいえ明日にまわせば溜まっていくだけなので、困りました」

繊細な作業が求められるネイリストにとって、睡眠時間の確保も仕事のうち。悩んだ吉岡さんが頼った先が商工会議所だった。

「状況を説明しておススメされたのが会計

ソフトの導入です。いくつか紹介された中から、マネーフォワードを選びました。決めた手になったのはデータ連携の機能ですね」

クレジットカードと、銀行の明細データを紐づけることで、自動で仕訳作業をしてくれる機能だ。手書きのときと比べ、感覚的には1/10ほどの事務量になったという。

「一回の相談で解決できたので助かりました。スマホでも確認ができるので、今は隙間時間に処理しています。夜は仕事のことは忘れて、子どもとじっくり向き合えるのが何よりありがたいです」



▲ カラーは130色以上



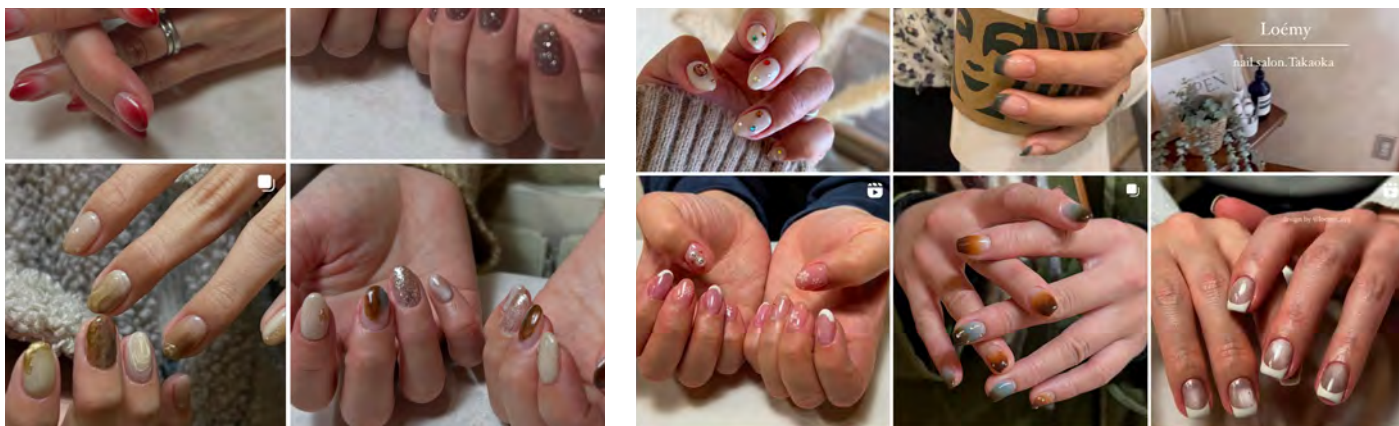
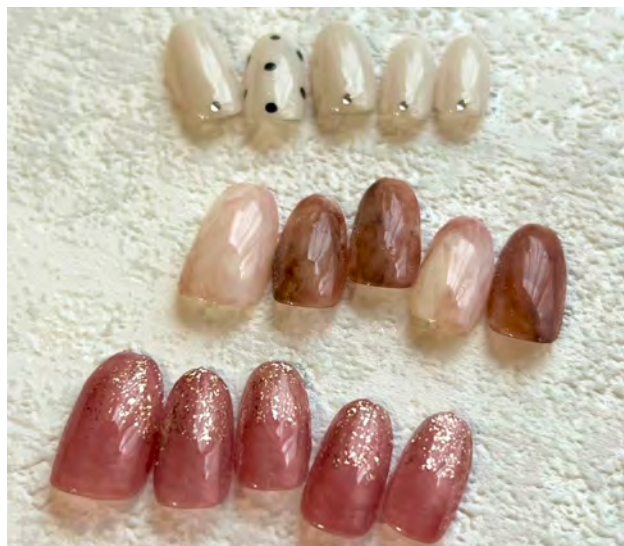
▲ 母が営む美容室の2階を改装



▲ 吉岡さんが導入したマネーフォワード（商工会議所会員特典あり）



▲ 会員企業の記帳業務のデジタル化を進める浅井記帳指導員



たかが爪。されど爪。

エステや美容院など、美にまつわる仕事は多い。その中でも爪は一見すると地味な仕事かもしれない。一回の施術で数時間かかることもある。

それでも吉岡さんにとってネイルの仕事は天職だ。顔や髪は鏡を使わないと見られない。爪はいつでも、そっと自分のそばにいて、好きなきときに自分の目で見る事ができる。

「ふとした瞬間に元気がほしいときってないですか？ 残業で疲れたときや、ここぞ！という自分を応援したいとき」

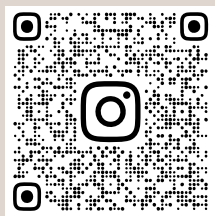
美しく彩られたネイルは、ときに心を癒

してくれ、ときに背中を押してくれる。自信を失いかけていた営業職の女性から「面談前にきれいな爪を見ることで勇気を持てる！」と言われたとき、これを一生の仕事にすることを決めた。

吉岡さんのネイルは、ひとつとして同じものはない。想いをじっくり聞き取り、望む爪に仕上げる。できあがったときに、お客さんと一緒に笑いあえることが、何よりうれしい。

高岡の隠れ家的サロン、Loémy（ロエミー）。今も施術を終えた女性が帰っていく。その後ろ姿は、来店時よりも少しだけ背筋がピンと伸びているような気がした。

まるで、丁寧にネイルをされた爪のように。



Instagram
(@LOEMY_AYA)



LINE アカウント



Loémy (ロエミー)

代表：吉岡 彩花
住所：高岡市御馬出町 33 2F
営業時間：9:00 ~ 19:30
駐車場：あり
定休日：不定休



▲ご予約はこちら

銅像・胸像モニュメントの企画制作から設置まで

檜原ブロンズ彫刻



株式会社 檜原ブロンズ彫刻 彫刻家：檜原 北悠氏（左）と社長：檜原 弘子氏（右）

未来へと語り継ぐブロンズという物語

鑄物の街・高岡市京町に、粘土原型から鑄造^{ちゅうぞう}仕上げまでを一貫して見届ける工房がある。檜原^{なるはら}ブロンズ彫刻だ。

作家の檜原^{はるゆづ}北悠さんは北海道出身。19歳で創作を始め、30代でニューヨークに渡り現代アートと彫刻を学んだ。5年の滞在を経て、国内外の展覧会で受賞を重ねるうちに、これからの居場所を真剣に考えるようになった。海外に残る道、東京、妻であり現社長の弘子さんの出身地・大阪——答えはどれでもなかった。

「彫刻に生涯を捧げるなら、鑄物の『聖地』で生きるべきだと感じました。私たちにとって高岡は、ずっと特別なところだったんです」

一九九〇年、高岡へ移住。以来、夫婦二人三脚で工房経営を続けている。弘子さんは語る。

「高岡には優れた分業体制があります。鑄造・着色など自社で担わない工程も、腕の確かな職人さんに安心して任せられる。こんな環境は世界のどこにもありませんよ」

伝統ある鑄物文化と、誇りをもつ職人とのネットワーク。自らの手で「作品を丸ごと

とつくる」という理想に最も近い土壌がここにあった。

工房の棚には、これまで手がけた像が静かに並ぶ。企業の創業者、教育者、地域の礎を築いた人々。その人たちの面影が輪郭から立ち上がる。似ているだけでは終わらない理由を尋ねると、弘子さんは迷いなく言った。

「銅像って、建てるのが目的じゃないんです。次の世代へ『そっと渡す』ためのものだと思っています」

三十余年、檜原さん夫婦が扱ってきたのは金属ではない、人から人へ受け渡される物語だ。



高岡の偉人・高峰 譲吉 博士の胸像

伝統産業に、オンラインという選択肢。

榎原さんの制作は、まず人物の核をつかむことから始まる。資料が少ないときも、写真や文章、家族・関係者の記憶を丁寧に取り上げ、像に息遣いを宿していく。

「ここができれば八割は完成。最初のすり合わせでズレると、最後まで薄い違和感が残るんです」

だから打ち合わせは重要だ。依頼主が飛行機や新幹線を使って工房を訪れることも珍しくない。榎原さんも風景と溶け込む銅像になるように積極的に設置場所に足を運ぶ。そんな当たり前が途絶えたのが二〇二〇年、新型コロナウイルスの流行だった。

「前年は過去最高の売上でした。でもコロナで問い合わせ自体がピタリと止まってしまつて。見通しが全く立たないので本当に辛かったですね」

弘子さんが当時を思い出して口にする。たまに問い合わせがあつても、移動自体ができない。従来のやり方を変えなくては。

商工会議所の案内でコロナ対策向けの補助金を知ったのは、そんなときだ。弘子さんは、すぐさま駆け込み、経営指導員に状況を相談。ZOOMやLINEを使ったオ

ンライン対応を強化することになった。

「補助金申請の締め切りまでギリギリだったんですね。必要な書類もたくさんあつて、もう難しいかも……と思いましたが、商工会議所さんに相談したら『まだ間に合うから絶対に申請しましょう！』って言ってもらえて。とても勇気が出ましたね」

採扱後は助言を受けながら自社サイトを抜本的に改良。「オンライン相談ページ」設け、問い合わせフォームも整えた。

はじめてオンライン申込みが届いた日。二人で思わず声を上げた。今も鮮明におぼ

えている。

「最初は東京の方とZOOMや通話アプリで画像や動画を共有して打ち合わせをしました。『この輪郭を少しふつくら』『目元の光り方はこの写真の感じで』。細かなやり取りも、対面とほとんど変わらない精度でできました」

榎原さんは改めて実感した。思い出が語られるほど、人物像はくつきりと立ち上がる。

オンラインは“伝えるための対話”を止めない手段になった。



制作風景





胸像の収蔵庫

胸像の内奥に、ないおう生きた時間^をを刻む。

震災（能登半島地震）後、工房に「高志国の人々」という胸像の収蔵庫を新設した。高岡ゆかりの偉人たちも並ぶが、目的は展示ではない。

訪れた人と会話を重ねながら、彼らが残した功績を語り継ぎたいと思った。もちろん、遠方で来られない方は、オンラインでの見学もできる。

「胸像を単なる置き物で終わらせたくないんです。思わず足を止めてしまう絵、ありますよね。あの感覚です。像を見る人に静かに語りかける存在にしたい。そのために、写真の情報をなぞるだけでなく、向き合う時間を大切にしています」

榎原さんは徹底して「らしさ」にこだわる。顔の表情と向き、身体の動き、胸部の切りとり方、服装の表現まで、その人に合

わせて作り込む。

「胸像は人物の一部ですから、その人物の生き様を想像して、細部にまでこだわって表現するからこそ、伝えられるものがあるんです」

整然と並ぶ胸像の前に立つ。静かに佇む像と目が合うと、うつすらと体温まで感じられる。榎原さんの作品に託した想いが、未来の誰かに届く景色が透けて見える気がしてくる。

弘子さんのスマホが鳴った。制作の進捗に合わせて送る写真への返信だという。

苦しかったコロナ禍。画面越しに始まった対話は、形を変えてこれからも続いていくのだろう。

—— 銅像は、残すためだけでなく、次世代に語り伝えるためのもの ——

二人の手で、今日もまた、未来へ渡す物語がブロンズに刻まれていく。



株式会社 榎原ブロンズ彫刻

住所：高岡市京町 7-19

電話：0766-26-8795

代表取締役：榎原 弘子

業務内容：

- 銅像・パブリックアート・モニュメントの企画制作
- 胸像・立像・座像・レリーフ等ブロンズ肖像彫刻の制作
- その他ブロンズ鑄造による注文制作
- ブロンズアート作品の企画製造販売
- 記念品の製作



榎原ブロンズ WEB Site



知識ゼロから予約管理システム・ホームページ・SNSを活用

Hairmake Aisance (エゾンス)



Hairmake Aisance オーナーの石田 恵理 氏

一人ひとりの心を癒す 美容室

本郷町の8号線沿いにその美容室はある。オーナーの石田恵理さんは美容師歴25年。最後は従業員を多数抱える店で人気のトップスタイリストになった。

それでも心にはどうしても埋まらない「隙間」があった。

「大きなお店では、工程ごとに担当が変わるのが普通です。それが良いというお客さまもたくさんいらっしゃいます。ただ役割分担っていうんですかね。私はお客さまが周囲に気を遣わず、最初から最後まで落着ける空間を作りたくなったんです」

訪問美容を経験したとき、最後まで寄り添う施術が「いちばん落ち着く」と感謝された。

カウンセリングをしつかり行い、お客さまが求めていることを引き出す。2人だけの空間でコミュニケーションを取り、一緒に理想の髪を作り上げる。そんなお店だった、あってもいいはず。

物件を探して、見つけたのは8坪ほどの小さなテナントだった。二〇二五年3月、その場所を「Aisance (エゾンス)」と名付けた。フランス語で「気軽」「自然体」という意味。ハンドマッサージやフェイシャ

ルエステを含め、カット以外のリラクゼーションメニューも充実させた。

手早く、丁寧に、顧客の貴重な時間を大切にしながらも、一人ひとりと向き合う施術をモットーとしている。

「1カ月の中のわずかな時間。『あーすっきりした。また来ますね!』って言ってもらえる。それが私にとつての幸せなんです」

エゾンスが目指すのは、髪を切るお店ではない。その時間だけ、心が休める場所だ。



店内風景



外観

苦手でもできる、 ちよびつとデジタル

「創業しようと決めたとき、経営のことは何もわからない状態でした。ちよびつと商工会議所さんで創業塾が開かれていたので、必要な手続きや事業計画の作り方を勉強しました。やらなければいけないことが整理できて、良い機会になりましたね」

もちろん、完全に不安が消えるわけではない。一番はお客さんが来てくれるかということ。同業者からは大手予約ポータルサイトへの掲載を勧められた。コストは大きいが集客力が高く、初回割引クーポンで新規顧客呼び込める。

しかし石田さんは首を振った。

「それが悪いというわけじゃないんですが……ただ自分には合わないかなと。初回に大きな割引をしてドカンと来てもらっても、2回目以降はどうしても減っちゃうんですよ。わたしとしては、じわじわともいいいから、お客さんと長く関係を続けたい」

まずは自分ができることを精いっぱいやってみよう。

石田さんは手始めに、お客さんがスマホからでも簡単に予約ができるクラウド型の

管理システムを導入。若い人は電話が苦手な人も多く、お店にとっても業務が効率化できるメリットがある。並行して日常の風景をSNSで投稿していった。

とはいえ最初は手ごたえがなく、お客さんがゼロの日もめずらしくはなかったという。そんな日は、デジタルを活用してお店の環境を整える時間だと割り切った。

「実はパソコンがものすごく苦手で。それでも自分のお店ですからね。最初から諦めて他人に丸投げすることはしなくなかったです」

ホームページもない。そう思った石田さんは、プロのデザイナーが作った好みのテンプレートを選び、自社の情報や画像を差し替えるだけでサイトが作れるデザインツールの「CANVA」を活用。さらに、検索や地図で店名を調べると、住所や写真・

口コミが表示されるよう、Googleビジネスプロフィールにも登録した。

「今は無料で簡単に使えるツールがたくさんあります。分からないところは、商工会議所の職員さんに訪問してもらったり、経営相談会に参加させてもらったり、助けてもらいました」

店舗紹介文の言葉選びも、一緒に考えてもらいながら作成した。

そんなある日、来店したお客さんから何気なく言われた。

——インスタを見てきたんです。

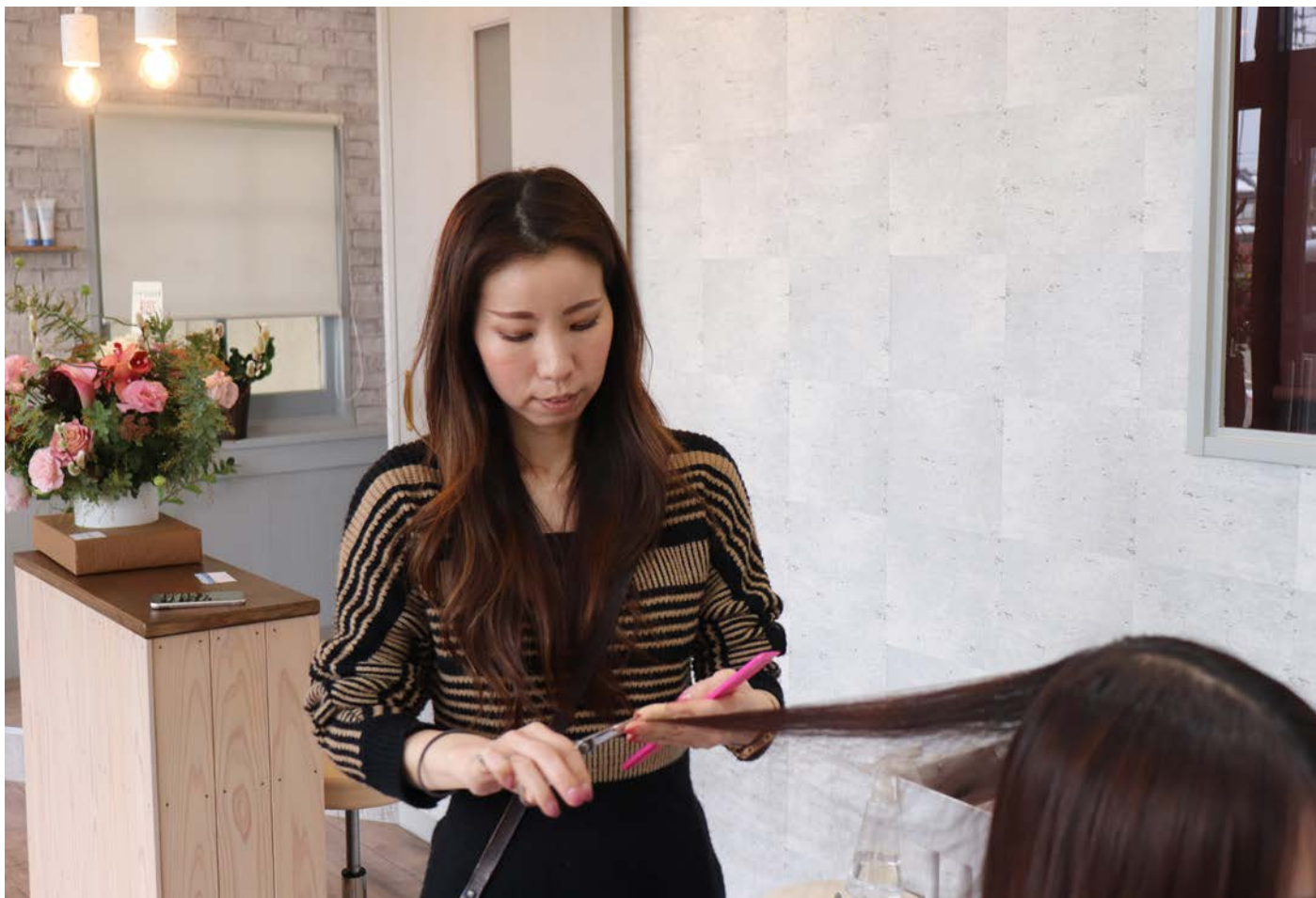
「本当ですか!? って訊き返しちゃって。お客さまのほうがキョトンとしてましたね。それまではあまり手ごたえがなかったんですけど、ちゃんと見てくれる人がいるんだって実感しました」



店内風景



ヘアカット・カラー施術一例（インスタグラムより）



お客さまにとっての “居場所”であるために

創業から半年。予約は少しずつ埋まり、手応えを感じ始めている。「また癒されに来ました」と訪れてくれるのがうれしい。

夫婦や子ども連れ、友達同士……グループで訪れても映画やゲームを楽しめる空間はまるで自宅にいるような気持ちにさせてくれる。

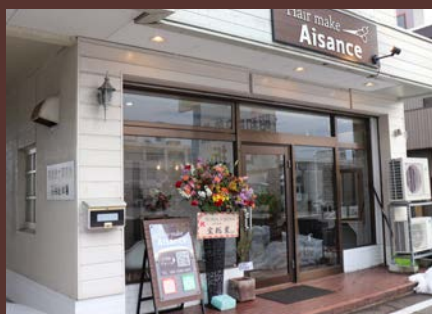
「長く美容師をやっていると、たまに髪型で人生が変わったって言われることもあります。私にできることは、ちょっとだけ安らげる場所と時間の提供、そして髪と顔をキレイにすることのお手伝いです。それが少しでも人生の活力に繋がればと思っています」

石田さんはお店のLINEを活用し、来店頻度による販促システムを導入したほか、今後は来店ベースに合わせて季節のケアや次回のおすすめメニューを提案するなど、さらなる“ちょびっと”デジタル活用を考えている。

「やつぱりせっかくできた縁は大事にしたいじゃないですか。LINE1通ならしつこくなくて手軽だし、それでお店のことを思い出してくれるならうれしいですね」

静かな店内で電気を落とす瞬間。今日も癒しを届けられたという手応えがある。また来月も来てくれたらいいな、と思う。

石田さんのその姿勢が、次の予約システムの“隙間”を満たしていくのだろう。



Hairmake Aisance (エゾンス)
住所：高岡市本郷 1-2-7
TEL：080-2399-0592
オーナー：石田 恵理



Instagram @HAIAMAKE_ERI



WEB Site



予約フォーム

クラウド会計の活用で記帳作業時間を削減

炭谷建築



炭谷建築 炭谷 高志氏

祖父から受け継いだ大工への道

祖父の顔は写真でしか知らない。

生涯を木と向き合ってきた祖父は、腕が良く、お客さんからも評判の大工だった。

「生まれる前に亡くなったから、両親からの又聞きなんです。だから本当のことは分からないんですけどね」

日に焼けた肌をほころばせるのは炭谷建築の代表、炭谷高志さんだ。

炭谷さんの大工人生は20年前にさかのぼる。高校卒業後は近くの工場でサラリーマンとしての生活をスタートさせた。大きな不満はなかったが、単調な毎日はどこか肌に合わなかった。

——ずっとこの仕事を続けていくのが幸せなのだろうか——

悶々とした生活の中、浮かんできたのは少し自分と似た祖父の顔。木を愛し、何より家づくりを愛する職人だったという祖父。

思えば昔から一つのことを追求する性格だった炭谷さん。会ったことはないが、祖父のDNAは受け継がれている気がした。迷った末、祖父と同じ世界へ飛び込むことを決意する。

職芸学校に通うという選択肢もあったが、一日も早く現場で腕を磨きたかった炭谷さんは、工務店への就職を選択。意気込んで入社したのは良いものの、勤務先では足場や塗装など、大工以外の仕事を任せられる日々が続いたという。

「そりゃ不満しかなかったですよ。自分は木工をするために入ったのに、なんで違う仕事ばかりやらされるのかって」

それでもがむしやりに働く中で、ふと気づいた。「家づくりはチームワーク」。次の職人の仕事を先読みできる「段取り力」は、今では炭谷さんの大きな強みとなっている。

「当たり前ですけど、大工だけで家は建てられませんからね。でも大工以外の仕事をしていなければ、そんな当たり前のことにもずっと気づけなかったかもしれません」

40歳になった2年前、独立することを決めた。最初に大きな仕事をくれたのは、辞めることを告げたばかりの会社だった。

「自分のわがままで独立させてもらったのに。その感謝の気持ちだけはずっと忘れちゃダメだと思っています」

炭谷さんが仕事で一番に心掛けているのは、強くて長持ちするようなものを作りたい

ということ。初めての現場で最初に作業を始める前、炭谷さんは必ず手のひらで木に触れる。じんわりぬくもりが伝ってくる。これからその家で暮らしていく家族の姿が重なるようになって気が引き締まる瞬間だ。



「マネーフォワード」サイト画面より

「数字が曲がって見えた」 日々をデジタルが開放！

自分を信頼して頼まれた仕事は、時間が許す限りどんな小さなものでも笑顔で引き受ける。創業するときに決めていたことだ。その想いは周囲に伝わり、独立後も口コミで仕事は順調に増えていった。ただ、思いがけない苦労があった。サラリーマン時代には想像もなかった毎日の記帳作業だ。

「釘はまっすぐ打てるのに、一時期はストレスで数字が曲がって見えましたがね」

冗談めかして話す炭谷さん。当時のことは思い出したくないという。そんな彼を手助けしてくれたのは、商工会議所の経営



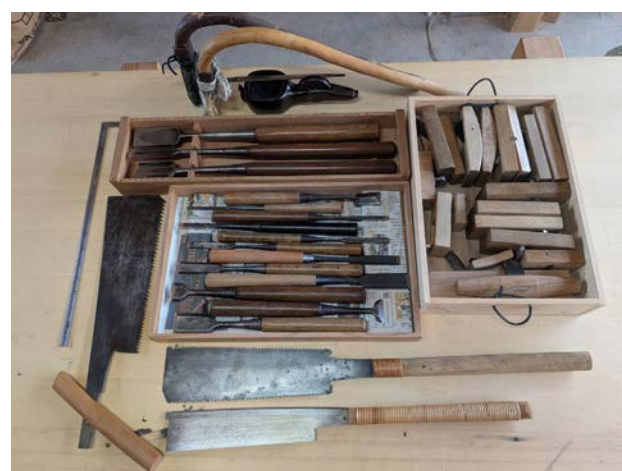
スマホから「マネーフォワード」を利用する炭谷氏

指導員だった。

炭谷さんの状況を把握し、多少コストがかかっても記帳作業でストレスがからないことが大事だと判断。クラウド会計ソフト「マネーフォワード」を導入することを提案した。

マネーフォワードは仕事用のクレジットカードと紐づけることで、支払いが自動で記帳される。とはいえ、最初はパソコン作業も苦手で、四苦八苦しながらだったが、指導員の面倒見の良いサポートに加え、仕事終わりに疲れた目をこすりながら画面と格闘することで、徐々に使いこなせるようになっていった。

マネーフォワードの自動仕訳はAIに



仕事道具

よってどんどん精度が上がっていく。今では帳簿は半年に1回のチェックで済むようになった。ほとんど訂正することもない。

「経営指導員さんには、〃いやいや半年じゃなくて、ちゃんと経営状況は毎月チェックしてくださいよ!〃と注意されちゃいました」

今後はさらに使用する機能を増やしていく。取り急ぎ、エクセルで管理している見積書や請求書などの発行管理をマネーフォワードに移行する予定だ。過去の証票をコピーし、画面上で簡単に相手先に送付できる。送付日時や先方の開封状況なども履歴として〃見える化〃できることも魅力だという。



施工現場の様子

SNSから広がる仲間 の環

大工業界も、SNSの登場によって変化している。以前はどちらかというと閉じられた世界だったが、今ではインスタグラムなどを通じて技術や知識を共有できるようになった。

炭谷さんも日々、自分の技術を公開し、全国の大工から寄せられるコメントが学びになっている。若手の大工から質問がくれば、どれだけ忙しくても丁寧に返信する。

「自分も親方からたくさん教えてもらったから。その恩を少しだけ返しているだけです」

最近、SNSを見た人から仕事も入ってくる。

「立て壊す家の梁だけを、新しい家を使い

たい」

「子供が使ってきた机を、孫の机に作り替えた」

世代を超えて受け継がれる仕事。想像力が試される、難しいが大好きな仕事だ。生き返った素材を前にすると、無性に祖父に会って感想を訊いてみたくなる。

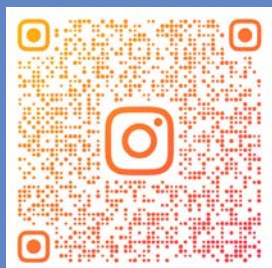
当面は一人親方を続けていくという炭谷さん。だが、いずれは弟子を持つて、この技術を次の世代に直接伝えていくことを決めている。

「いつか分からないけど、自分が大工を辞めるとき……。祖父の写真にも報告に行くと思っています。そのとき、頑張ったなって言ってもらえたら嬉しいかな」

木目の年輪のように、炭谷さんの時間は静かでいて、それでも確かに重なり続けていくことだろう。



炭谷建築（すみたにけんちく）
代表：炭谷 高志
創業：2022 年
業種：大工
(住宅・店舗内装・古民家改修)



Instagram
@sumitani_carpenter