



D X 推進計画書

2026年3月2日

株式会社 **ヴィオーラ**
代表取締役 藤本 恵子

TOPメッセージ

私たち株式会社ヴィオーラは「洗う。届ける。お客様の人生—story—によりそう。」というパーパスのもと、日々の仕事に向き合ってきました。

おしぼりやタオル、メディカル分野における私物洗濯サービスなど、私たちの仕事は商品を届けることにとどまりません。お客様の大切な瞬間にふれ、安心や信頼、そしてしあわせをお届けすることがヴィオーラの生業であり、誇りです。

私たちの属するリネンサプライ・クリーニング業界は、経験や勘に支えられた現場力が強みである反面、デジタル化やデータ活用という面では遅れている業界です。

だからこそ私たちは、「ヴィオーラらしいデジタルとデータ活用」によるDXを推進します。現場で働く一人ひとりがデータを活かし、気づきを共有し、挑戦できる環境をつくること。その積み重ねが、企業価値を高め、お客様や社員の人生により深くよりそう未来を創ると信じています。

2026年3月2日
代表取締役 藤本恵子

目次

- DXビジョンとビジネスモデル
 - ・ パーパスとDXビジョン
 - ・ 各事業の目指す姿
 - ・ ビジネスモデルの方向性

- DX戦略
 - ・ DX推進体制及び人材育成と確保
 - ・ デジタルやデータ活用の方策

- 戦略の達成度合いを測る指標

パーパス

洗う。届ける。お客様の人生 -story- によりそう

DXビジョン

ヴィオーラらしいデジタルとデータ活用により
多様化するお客様のニーズを先取りし
付加価値の高いおもてなし（商品やサービス）
を提供します

各事業の目指す姿

飲食店事業

おしぼりのシンカ（深価・真価・新価）でしあわせをお届けする

レンタルタオル事業

「ふれる（触る・振れる）瞬間」に優しさと信頼が伝わるタオルを届ける

メディカル事業

ライフスタイルに合わせたセンタク（洗濯・選択）と情報を提供する

ビジネスモデルの方向性

シンプルでユニバーサルな業務システム構築と活用により、計画生産を推進し品質の高い製品を安定提供します。

デジタルツールを楽しんで活用し、社内外の情報共有を行うことで、顧客接点拡大や商品・サービスの付加価値向上を行います。

また、お客様への有意義な情報提供により、お客様に感動をお届けします。

DX戦略

- ① シンプルでユニバーサルな業務システム構築と活用
IoTや業務システムの導入/活用により、工程実績を把握し計画生産の推進をすることで安定した効率的な生産を実現します
 - ・ 包装機/計数機へのIoT導入と実績データ取得/活用
 - ・ 新私物洗濯管理システムへの移行と実績データ活用
 - ・ タオルやリース着の進捗管理検討

- ② デジタルツール活用による社内外の情報共有
クラウドやノーコードツールを楽しんで活用できる環境を整備します
 - ・ 資材受注や配送希望数などお客様リクエストのスマホによる受付
 - ・ お客様やクルーの声の収集と活用
 - ・ 新規出店情報の収集と活用
 - ・ 各業務における情報共有ツール活用

DX戦略

- ③お客様や取引先への有意義な情報提供
 - ・私物洗濯の入出荷情報の外部関係者への提供
 - ・その他有意義な情報提供を検討

DX推進体制及び人材育成と確保

DX推進体制

代表取締役がプロジェクトオーナーとなり専務取締役及び幹部社員を中心とした「DX推進チーム」と、各事業ごとの主要社員による「DX実行チーム」を中心にDXを推進します。

人材育成と確保

- ①茨城県をはじめとした支援機関の教育プログラムへの参加
 - ・デジタルリテラシー実践講座
 - ・次世代人材育成IoTコース
 - ・ビジネスプラン構築研修
- ②専門家活用によるプロジェクト推進
 - ・ITコーディネータ伴走によるプロジェクト推進支援
 - ・茨城県産業技術イノベーションセンターによる技術支援

デジタルやデータ活用の方策

- ① シンプルでユニバーサルな業務システム構築と活用
 1. 包装機/計数機へのIoT導入と実績データ取得/活用
手動や手書きでの実績データの報告をIoTを活用し自動で取得することでデータ精度を高め報告業務を省力化します。
信頼性の高いデータを活用し精度の高い計画生産を目指します。
 2. 新私物洗濯管理システムへの移行と実績データ活用
各工程における作業完了をネットごとのバーコードを読取ることで作業進捗を見える化します。各工程や作業者ごとの実績データを活用し、生産の効率化を行います。
 3. タオルやリース着の進捗管理検討
タオルやリース着の生産進捗を把握することで製造部門全体の効率化を目指します。

デジタルやデータ活用の方策

②デジタルツール活用による社内外の情報共有

1. 資材受注や配送希望数などお客様リクエストのスマホによる受付
クロスオーダーを導入・活用し、資材の受注やおしぼりの配送希望数を受け付け、受注作業の効率化を行います。また、お客様へのお役立ち情報の発信を行い新規受注の拡大を目指します。

2. お客様の声の収集と活用

Googleフォームを活用しお客様の声やクルーの気付きをスマホで即時に入力できる環境を整備します。連携したタブレットを確認することでリーダーや関連部門へのエスカレーションを確実に実施できるようにします。また、収集データを活用することで商品やサービスの品質向上を目指します。

3. 新規出店情報の収集と活用

クルーが新規出店を発見した際にLineグループで営業に出店情報を伝達します。営業担当は出店情報を活用しタイムリーな新規開拓のアプローチを行います。

デジタルやデータ活用の方策

4.各業務における情報共有ツール活用

手書きのメモや多重入力等非効率な業務を調査し、kintoneやクラウドツールによる情報共有を行っていきます。

③お客様への有意義な情報提供

1.私物洗濯の入出荷情報の外部関係者への提供

私物洗濯管理システムの情報をkintoneに連携し、元請けに入出荷情報を提供します。TELでの問合せや定期報告確認の手間を削減します。

2. その他有意義な情報提供を検討

お客様に有意義（ヴィオーラにしかわからない・ヴィオーラは先に知っている）な情報を抽出し、情報提供していくことを検討します。

戦略の達成度合いを測る指標

- ①企業価値創造に係わる指標
各事業ごとの売上げ利益拡大（売上額・粗利額）

- ②戦略実施により生じた効果を評価する指標
新規顧客獲得数
事業ごとの生産効率（生産数/時間）
残業代・外注費削減（金額）

- ③戦略に定められた計画の進捗を評価する指標
データ取得可能な生産設備数
社内の情報共有ツール登録件数
入出荷情報等の提供先件数