創業約 150 年の老舗が、『世界一 IT 化された食堂』に

経済産業省『中堅・中小企業等向けデジタルガバナンス・コード実践の手引き 2.0 』より

三重県伊勢市に本店を構えるゑびやは、記録上は 1912 年創業の老舗飲食店で（実際にはその数十年前

から同地で事業を展開していたという）、現社長は配偶者の実家である同社に 2012 年に入社した。

当時、同社は伊勢神宮の近くという立地にたよって営業をしており、提供メニューは独自性のないカレー

やうどんがメインで客単価は 800 円、毎日の売上管理は手切りの食券と手書きの記帳、計算はそろばん

という状況でデータ活用や DX とはほど遠く、グルメサイトでの評価も 2.86 しかなかった。

しかし、『経営者が儲かるために当たり前のことをすればもっと儲かることができるはず』という社長の

思いと一台の PC からデータ活用による経営改革の取組を推進し、 7 年後には売り上げが 5 倍、利益

は 50 倍となり、『世界一 IT 化された食堂』と呼ばれるに至った。

『当たり前』のことをすれば儲かるはず

社長は、飲食店という業態を考えた際に取り組むべき『当たり前』の課題として生産性の向上が必須　　であると考え、生産性向上に必要な要素を分解した。具体的には、粗利を増やすための付加価値向上、　　　新規ビジネスモデルの開発及び従業員の労働時間等のコスト削減（効率性向上）に取り組むことが必須と　　　整理した。

これらの『当たり前』のことに、『当たり前』に取り組むためには、まず、自社の状況の正確な把握が　　　必要だと考えたが、当時は会計や経理から受発注まで全てが紙や口頭で行われており、その把握のために　　　必要な客観的なデータは全く無い状況であった。

勘と経験に頼ってきた商いに革命を起こす

そのため、エクセルを利用して社長自ら、手作業で地道なデータ記録から始めた。

特殊なデータではなく、天気・気温・各メニューの売上・グルメサイトのアクセス数・近隣の宿泊者予約数等の身近なデータを、時間をかけてエクセルに打ち込みながら、少しずつデータの種類を増やしていった。

その過程で、よく言われる『伊勢神宮への参詣客は、午前中は近隣の関西圏からが多く、午後になると遠方の関東圏に移行する』という勘と経験が、データを見れば全くそんな法則性がないことに気づき、スタッフ皆で驚き笑ったこともあった。このようにして、勘と経験に頼っていた商いをデータに基づく店舗運営に置き換えていった。