

プロジェクト
7

測量現場におけるMR技術の活用

取り組み内容

現場での境界線、測量位置確認では土地家屋調査士・測量士など専門知識を持っている技術者以外が測量結果を把握することが難しいため、他作業業者やお客様への理解が得づらい状況があった。測量時の他作業業者やお客様のコンセンサスが不十分な場合、結果として施工時のトラブルにつながり、復旧に多大なコストがかかる場合があった。本プロジェクトは、境界線や測量点、急斜面や足場の悪い位置などの重要情報を複合現実（MR）で実際の位置に投影することで作業業者やお客様へリアルな情報を共有し、作業の必要性等の理解を促すことで、施工時のトラブル防止によるコスト削減を目的とした取り組みである。

モニター企業PROFILE

- 企業名：株式会社グランドデザインオフィス
- 事業概要：不動産調査、測量等
- 従業員数：8名
- 本社所在地：広島県安芸郡海田町堀川町1番8号
ホスタ海田堀川町302号

【特徴・強み】 土地家屋調査士事務所を併設しているため、密な連携により法令に則った測量が可能です。

ベンダー企業PROFILE

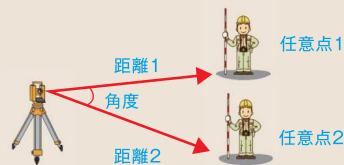
- 企業名：株式会社神戸デジタル・ラボ
- 事業概要：ITコンサル、システム開発等
- 従業員数：143名
- 本社所在地：兵庫県神戸市中央区京町72番地
新クレセントビル

【特徴・強み】 IoTやAIをはじめとした先端技術の開発・コンサルティングだけでなく、西日本最大規模のセキュリティ事業部を有しています。

取り組みにおけるビフォーアフター

BEFORE（課題）

- ① 測量時の他作業業者やお客様とのコンセンサス不足による施工時のトラブルを削減したい
- ② 手戻りを減らすことで、コスト削減につなげたい
- ③ 紙媒体での共有ではなく、現場に行かずに確認が出来るという新たな顧客体験を創出したい



導入したデジタルツール

MRを利用して
3Dモデルを設置

※MRとは・・・仮想と現実が融合した世界。目の前にCGの立体映像が映し出され、コントローラーを使わずに自分の手を使ってタッチしたり、動かしたりできる技術

3Dモデルを利用した
任意点の計測

※任意点とは・・・測量時に座標軸として採用する任意の座標軸

AFTER（どのように解決したか）

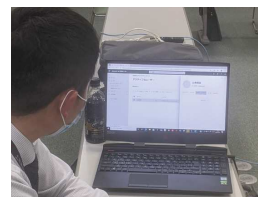


- ① 境界線に沿って3Dオブジェクトを直前に設置し、越境物の確認など現場立会の説明補助に使用できた。
- ② 急斜面や足場の悪い位置など、近づけない場所の説明補助に使用できた。

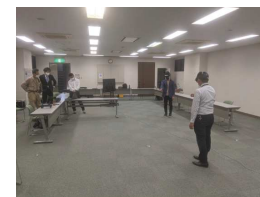
得られた成果・手応え

手応え

- ① 境界線に沿って3Dオブジェクトを直前に設置し、越境物の確認など現場立会の説明補助に使用できる
- ② 急斜面や足場の悪い位置など、近づけない場所の説明補助に使用できる



Dynamics 365 Guides
登録画面



MRを利用して3Dオブジェクトを
複合現実の中で設置している様子



コンベックスを使用し
精度を確認

気づき・まとめ

- ① 3Dオブジェクトを用いて境界線や測量点、急斜面や足場の悪い位置などの重要情報を共有でき、作業業者や被説明者が現況を理解しやすくなる
- ② 3Dオブジェクトの保存精度の改善、測量図面の表示ができるようになれば、被説明者の理解がさらに向上することが期待でき、作業者の負担軽減に繋がる
- ③ 将来的に②の改善ができた場合、より早く現場導入することができる

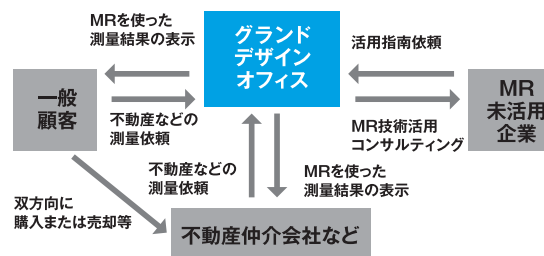
導入スケジュールイメージ

- STEP1：現場におけるMR業務実践の妥当性検証
(2週間程度)
- STEP2：操作方法のトレーニングと課題のあぶり出し
(2か月～3か月)
- STEP3：コストパフォーマンスの検証とサービス化の検討
(3か月～6か月)

投資費用

イニシャルコスト
(Microsoft HoloLens 2)：383,800円
ランニングコスト
(Dynamics 365 Guides)：7,070円

ビジネスモデル体系図



展開可能な業種・業態

- ① 不動産仲介業・・・土地や建物の現況把握をしたい
- ② 建築業・・・設計図を現場で投影することで作業進捗の確認や施工ミスの削減をしたい
- ③ 測量業・・・越境物の確認など現場立会の説明補助に使用したい
急斜面や足場の悪い位置など、近づけない場所の説明補助に使用したい

プロジェクト
8

電子商取引(EC)活用による販路開拓・ビジネス拡大支援プロジェクト

※利用事業者の感想です。

取り組み内容

全国的に知名度の高いスニーカーブランドではないスピングルムーヴではあるが、認知度および売上拡大を図るために今回のプロジェクトを利用してアマゾンジャパンによるコンサルティングサービスを受けることにした。スピングルムーヴは中高価格帯のスニーカー商材であり衝動買い出来る価格ではなく、また、スニーカーという事でサイズが合うか分からないことからECでの購入は控えられる傾向にあると考えられる。そこで、アマゾンジャパンによるコンサルティングを受けながら商品ページの設定や広告展開を実施し、さらにはアマゾンには返品サービスもあるため、それらを活用しながら認知度および売上拡大に努めている。

モニター企業PROFILE

- 企業名：株式会社スピングルカンパニー
- 事業概要：スニーカーの企画・製造・販売
- 従業員数：120名
- 本社所在地：広島県府中市府中町 7-1

【特徴・強み】 国内の約 90 年の歴史ある自社工場で職人による手作りスニーカーを開発しています。

ベンダー企業PROFILE

- 企業名：アマゾンジャパン合同会社
- 事業概要：総合オンラインショッピングモール
- 従業員数：
- 本社所在地：東京都目黒区下目黒

【特徴・強み】 世界唯一のショッピングモールサイト

取り組みにおけるビフォーアフター

BEFORE (課題)

- ① Amazonに出品はしているものの、他モールでの売上に比べると1割程度の売上しかない状態。
- ② 集客するために必要な商品ページのキーワード設定が分からない状態。
- ③ 自社で広告運用を実施した経験が無く、運用方法が分からない状態。
- ④ たとえ集客ができたとしても、買ってもらうために商品の魅力をページ内で伝える必要があるが、どこから編集すればよいが分からない状態。

導入したデジタルツール

【アマゾンジャパンによるコンサルティングサービス】

- ・販売促進のためのコンサルティングサービス
- ・フルフィルメント by Amazon (FBA)による配送サービス
- ・割引クーポン設定による集客支援サービス
- ・スポンサープロダクト広告による集客支援サービス
- ・無料オンラインセミナーによるトレーニングの提供

AFTER (どのように解決したか)

- ・毎月1回の定期的なレビュー会により課題と売上増に必要な具体的なプランの提案を受ける。
- ・商品名や検索キーワード対策を具体的にアドバイス。
例) メンズ レディース 防水 などのキーワードをどこに入れるか。
- ・広告のクリエイティブとターゲティングの両面とも具体的にアドバイス。
例) 履き心地や日本製を打ち出したクリエイティブで、10,000円以上のメンズスニーカーを見ているユーザーをターゲットにするなど。
- ・自社ブランドだけの特集ページを作るブランドストアの構築や、商品ページ内に特徴を詳細に掲載できるコンテンツの紹介、掲載内容のオススメも具体的にアドバイスを受けた。

	ブランドストア	商品ページ	広告	FBA
4月	ブランドストア作成	商品ページ編集 / 小物・アクセサリ出品		
5月	広告運用開始	ざらなる改良		小物・アクセサリのFBA出品
6月	追加商品の登録	商品追加登録	Amazonスポンサープロダクト広告の作成	FBA在庫の整理・補充
7月			Amazon各種広告の修正・スポンサープロダクト広告の新規作成	
8月	特集コンテンツの追加、レイアウト変更	商品追加登録、検索キーワード・商品紹介コンテンツの改良	Amazon各種広告の修正・スポンサープロダクト広告の新規作成	FBAに新商品納品・在庫補充
9月				

得られた成果・手応え

得られた成果

取り組み前の数値	取り組み後の数値
売上	売上
3,100 (千円)	7,441 (千円)
補足：2020年4月1日～ 2020年9月13日の Amazonでの売上	補足：2021年4月1日～ 2021年9月13日の Amazonでの売上

手応え

当プロジェクト開始後、前年と比較して約2.4倍の売上を記録(9月13日現在)。ページビュー数やアクセス数(セッション)も約1.7倍を記録しており、売上を構成する指標のアクセス・購入率ともに向上している。

気づき・まとめ

商品をサイト上で魅力的に伝えるための売り場基盤を整え、キーワード対策や広告で集客を図ること、安定して売上に繋がる環境を作れた。課題としては、売り場基盤の構築と集客両面において工数が多いため人員の確保は必要。



※2021年9月時点の画像

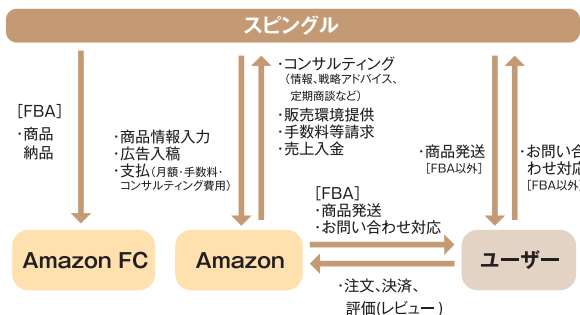
導入スケジュールイメージ

- STEP1 : Amazonサイトより出品用アカウント作成(1～2日)
- STEP2 : 商品登録(2～3日)
- STEP3 : FBA倉庫へ納品(2～3日)

投資費用

- ・Amazon大口出品費:月額4,900円(税別)
- ・販売手数料:商材により異なる
- ・マーケットプレイスコンサルサービス費:
月額160,000円+売上の0.3%(税別)

ビジネスモデル体系図



展開可能な業種・業態

- ① 自社でサイトを持っていない企業
- ② ECにノウハウがなく、販売促進にむけて打ち手が見いだせない、売上が伸び悩んでいる企業
- ③ 配送や顧客対応に人手が足りていない企業