募集テーマ一覧【2025年3月25日更新】

※テーマ詳細は各ページをご覧ください

No.	募集テーマ	募集部署
2503-01	京王百草園の活性化	京王電鉄株式会社 鉄道事業本部
2503-02	駅構内遊休区画の活用	
2503-03	鉄道事業を中心とした新規増収(人流創出)施策	
2503-04	定性情報を定量化する仕組みの導入	
2503-05	eスポーツ/デジタル教育施設の保護者・お子さまに訴求力ある認知促進策	京王電鉄株式会社 デジタル戦略推進部
2503-06	eスポーツ/デジタル教育施設における新たなコンテンツ提供	
2503-07	家事代行サービスのスタッフ不足を解消するサービス	京王電鉄株式会社 沿線価値創造部
2503-08	家事代行サービスでの提携（相互送客）	
2503-09	移動販売事業における新たな価値創出	
2503-10	サテライトオフィス「KEIO BIZ PLAZA」の価値向上	
2503-11	京王パスポートカード会員の新規顧客獲得につながるサービス	京王電鉄株式会社 IT管理部 株式会社京王パスポートクラブ
2503-12	京王ポイントのサービス拡充策	
2503-13	情報管理の効率化に繋がるサービス	株式会社京王SCクリエイション
2503-14	リアルタイムでシフト把握／公募が可能なツール	株式会社レストラン京王
2503-15	訴求力ある販売促進策	
2503-16	OJTトレーナーの能力向上と体験型による安全等の教育	京王建設株式会社
2503-17	シフト作成ツールの導入 NEW	株式会社京王プラザホテル
2503-18	棚卸し業務等のデジタル化による業務の効率化 NEW	
2503-19	ホテル内の施設利用の促進	
2503-20	お客様のインサイトを収集・分析が出来るサービス	株式会社京王プレッソイン 株式会社京王プレリアホテル札幌 株式会社京王プレリアホテル京都
2503-21	ホテルにおける社員の業務の標準化と即戦力化を推進するマニュアルツール	
2503-22	客室の清掃品質をミスなく高水準に保つ	
2503-23	複数ある連絡ツールを束ねて連携させるアプリの開発	
―――	【募集終了】お子様向け体験・教育コンテンツの提供	
―――	【募集終了】ESGデータ収集システムの開発	
―――	【募集終了】テナント様の人手不足解消に寄与するサービス	
―――	【募集終了】業務手順マニュアルの作成サービス	
―――	【募集終了】ウェルビーイングとエンゲージメント向上に関わるコンサルティング	
―――	【募集終了】社内レクリエーション運営および企画	
―――	【募集終了】お客様とのコミュニケーションを分析して新たな判断基準を制定する	
―――	【募集終了】荷物預かりの自動化	

【2503-01】京王百草園の活性化

概要	・1957年から当社が所有している風光明媚な和風庭園。樹齢300年と言われる寿昌梅が有名で、 ２月から３月にかけて開催している梅まつりでは多くの来園者で賑わうが、 **催事期間以外も継続的な集客**を図りたい。 ・メインの客層は中高年層であるが、**若年層やインバウンドなど幅広い層を取り込めるような活性化施策**を実施したい。
課題	・情報発信強化（販促効果拡大） ・集客イベントの実施 ・若年層やインバウンドを始めとした新規顧客の獲得
ポイント	・継続的な話題つくり（情報発信強化・若年層の取り込み）を行い、入園者数を増やせること。 ・インバウンドを強化するべく、インバウンド向け施策の展開（お茶体験等）など、 インバウンドが好む体験イベントの受入れが容易に出来ること。
今後の方向性	・入園者数の増加の実績があがれば、更なる事業共創やグループ会社への紹介など幅広い視点で 今後の連携可能性を検討したい。
備考	多摩丘陵の一角である東京都日野市百草560番地に所在する庭園。 日野市指定史跡・名勝。 園内には、若山牧水の歌碑、松尾芭蕉句碑などがある。 また梅の木が約800本あり観梅の名所としても知られ、毎年2月から3月に「梅まつり」が開催される。 その他の催事として、春に「新緑まつり」、秋に「紅葉まつり」を開催している。 【百草園公式HP】 https://www.keio-mogusaen.jp/

【2503-02】駅構内遊休区画の活用

概要	閉鎖済み売店跡地をはじめとした**駅構内の遊休区画**について **収益性・利便性・話題性に富んだ活用をしたい**（対象駅：**新宿駅、北野駅、稲城駅、池ノ上駅**）
背景	・かつて売店営業していた箇所など休眠状態のままの区画がある ・COVID-19を受けたニューノーマル下のライフスタイル浸透により鉄道輸送人員がCOVID-19流行前水準に回復しきらない中で、区画活用収益など鉄道輸送以外での収益力強化を図りたい
目的	遊休区画の稼働による収益向上および駅の魅力・価値向上
ポイント	・駅という公共性の高い場所を念頭に置いた活用方であること ・短期的な活用（催事使用など）ではなく年単位での区画稼働方であること
今後の方向性	サービス内容によっては、鉄道利用と絡めたソフト面での連携施策も協議・検討
備考	遊休区画イメージ https://www.keio.co.jp/pdf/jisou_stationspace.pdf

【2503-03】鉄道事業を中心とした新規増収(人流創出)施策

課題背景	将来的な人口減少や少子高齢化に伴い、今まで以上に鉄道の輸送人員が落ち込むことが想定される中、鉄道会社も能動的に需要を創出し、収益性を高めなければならない
目的	・**旅客運輸収入に寄与する新規施策**による増収 ・**長期的**に人流創出が可能な取り組みの実施
ポイント	・鉄道事業が中心であること （沿線に存在する観光地・住宅・店舗・オフィスなどのコンテンツと連携させることも可） ・売上計画が示せること（何年後にいくら増収できるかのイメージを定量的に示せること） ・スタンプラリーなど短期施策ではなく、継続的に増収できる取り組みであること
今後の方向性	・実施内容や提案内容により、グループ会社への展開や同業他社への横展開など販路拡大の支援 ・更なる事業共創など幅広く今後の連携可能性について検討
備考	・旅客運輸収入（23年度実績:751億円）に寄与する施策が望ましい ・既出施策ではなく競争力のある新しい取り組みが望ましい

【2503-04】定性情報を定量化する仕組みの導入

概要	駅掛員の「接遇態度」や乗務員の「運転技術（電車の乗り心地）」など、現状客観的に定量分析が困難で、効果測定が明確にできない業務について、**定量的に評価できる仕組みを導入したい**
背景	約1,500人の現業職場を管理する上で、最低限の接遇態度や運転技術の基準を設けるだけでなく、指導の統一や納得感のある評価も実現したい
目的	接遇態度：笑顔度や声のトーンを計測する、身だしなみを写真で取って点数化するなど 運転技術：**乗務員のモチベーションアップへ繋げる**など
ポイント	画像認識、顔認証、AI技術などを活用し、定量化する技術に長けた企業を想定
今後の方向性	同業他社への横展開など販路拡大の支援
備考	

【2503-05】eスポーツ/デジタル教育施設の保護者･お子さまに訴求力ある認知促進策

概要	・KEIO eSPORTS LAB.として、マインクラフト教育版を用いた**小学生向けプログラミングスクール、eスポーツが学べるフリースクール等を運営している(笹塚・調布)** ・オウンドメディア(鉄道広告、Web、アプリ、SNS)を中心として告知を実施しているが、入会導線である無料体験への流入が少ない状況にあり、**無料体験→入会を増加させるために立地エリアの保護者様・お子様に対する認知促進を図りたい**と考えている
目的	・スクール施設の情報発信強化と認知促進を図り、入会者数を増加させること
課題	・エリアには複数の類似サービスがあり、差別化を図る必要がある ・いずれの店舗も路面店舗ではないため、通行者に対する認知を図りにくい状況にある
ポイント	・単純なツールやサービスの提案などにとどまらず、デジタル・リアル問わずに提案を頂きたい
今後の方向性	・沿線への面的展開を想定しており、パートナーとしてスケールが期待できる
参考	・調布および笹塚のスクールでの運用を想定 ・https://keio-esports.com

【2503-06】eスポーツ/デジタル教育施設における新たなコンテンツ提供

概要	・KEIO eSPORTS LAB.として、株式会社TechnoBloodeSportsと連携しながらマインクラフト教育版を用いた**小学生向けプログラミングスクール、eスポーツが学べるフリースクール等を運営している(笹塚・調布)** ・現在のコンテンツに加えて、**eスポーツやデジタル教育に関するコンテンツを新たなコンテンツとして提供したい**と考えている
目的	・コンテンツの多様化による施設の価値向上、お客様の増加を図ること
課題	・当社および協業パートナーのリソースのみでは多様なコンテンツの制作・提供が困難であり、様々な外部パートナーとの連携を進めていきたいと考えている
ポイント	・eスポーツ、デジタル教育文脈であることが望ましい(カルチャースクール的なものの場合は要相談) ・場所の提供は行うが、基本的なコンテンツの提供についてはお任せできることを前提とする ・単なる場所貸しではなく、レベニューシェアを前提とする
今後の方向性	・沿線への面的展開を想定しており、パートナーとしてスケールが期待できる
参考	・調布および笹塚での運用を想定 ・https://keio-esports.com

【2503-07】家事代行サービスのスタッフ不足を解消するサービス

概要	**家事代行サービスを提供するスタッフを確保するサービスを求めています。**
背景	近年の家事代行サービスの普及と需要に対し、 提供側のスタッフ不足により供給が追い付いていない現状が課題となっている。 現状弊社ではお客様に日程の後ろ倒し等ご調整いただくか、 毎週サービス利用希望の方など、日程や頻度によってはお断りせざるを得ないこともある。
目的	・お客様が利用したいと思った日時や希望の頻度で利用できる供給体制を整えたい。 ・一時的な要員充足だけではなく、今後の事業拡大・スタッフ増員にも対応できるようにしたい。
ポイント	・応募者数を増やしたい。 ・低コストまたは費用対効果が高い取組みを実施したい。 ・家事代行スタッフはフルタイムで稼ぎたい方というより ご自身の家事や育児の隙間時間で働きたい方向け。
今後の方向性	・ゆくゆくは、スタッフの増員に対応できるよう、シフトや労務管理等の自動化（効率化）も図りたい。 ・同業他社への横展開など販路拡大を支援。
参考	京王ほっとネットワーク 家事代行スタッフ募集サイト https://www.keio-hot.net/recruit/

【2503-08】家事代行サービスでの提携（相互送客）

概要	**家事代行サービスで提携できる業者・サービスを求めています。**
背景	近年の家事代行サービスの普及と需要に対し、 提供側のスタッフ不足により対応できないことが課題となっている。 営業力に課題があり、顧客獲得に苦戦している家事代行事業者等があれば提携し、 当社がスタッフ不足により対応できない顧客を送客することにより、失注をなくしたい。
目的	弊社で対応できない依頼を提携先に紹介することで失注をなくす。
ポイント	・サービス品質について一定以上のレベルを持っている。 ・提携する業者は京王線沿線沿いに限らないが、都内をエリアとしている業者。
今後の方向性	・送客システムの導入など検討したい。 ・同業他社への横展開など販路拡大を支援。
参考	京王ほっとネットワーク 家事代行サイト https://www.keio-hot.net/kaji/

【2503-09】移動販売事業における新たな価値創出

概要	**移動販売事業において、京王ストアの生活用品を販売するだけでなく、新たな価値創出につながる各種販売やイベント、サービスなどを生み出し、提供できる事業者を求めています。**
背景	移動販売事業では、買物難民の高齢者を主なターゲットに、京王ストアの生活用品販売を行っている。今後、上記販売だけでない「新たな付加価値」を創出するため、各種販売やイベント、サービスなどを生み出し継続的に提供することで、沿線住民の生活に溶け込み、豊かな暮らしに貢献する存在となる事を目指す。
目的	移動販売車は、１拠点につき２０～２５分で販売を行っており、販売対応だけで精一杯の状況。 各種販売やイベント、サービス等を生み出し、提供できる事業者と提携する事で、移動販売の新たな価値創出と、提携先の売上や認知度の拡大を図る。
ポイント	・移動販売は、車両１台につきスタッフ２名乗車、１拠点あたり２０～２５分で販売し、１日４拠点を巡回する。（土日休み） ・買物難民の高齢者が主な顧客層であり、それら顧客に付加価値を提供するとともに、若年層顧客の獲得も可能であれば進めたい。 ・日用品以外の販売やイベント、サービス提供を行う事で、顧客に付加価値を提供し、顧客数増加・定着化につなげたい。※販売、イベント等を「継続的・定期的」に実施可能であれば、なお良い。
今後の方向性	・付加価値施策を拡充させ、新たな価値を提供し続ける存在となる。
参考	京王ほっとネットワーク 移動販売サイト https://www.keio-hot.net/shopping/

【2503-10】サテライトオフィス「KEIO BIZ PLAZA」の価値向上

概要	**サテライトオフィスにおいて、顧客に付加価値をもたらすサービス等を創出・提供できる事業者を求めています。**
背景	・付加価値をもたらすサービスの創出と提供を行い、サテライトオフィスの会員を増やす。 ※サテライトの会員となって頂けるとなお良い。 ※サービス例：仮眠ブース設置、仮眠道具開発・貸出、お菓子自販機設置、スタートアップ企業や個人事業主をサテライトオフィスに誘客し、コンサルティングを行い、コンサルフィーを受領、など
目的	・サテライトオフィスの会員増を図りたい。
ポイント	・多摩センター店（スタッフ１名での運営）、府中店（無人運営）の２店舗体制、駅最寄りの立地。 ・従前は、テレワーク等のビジネス需要が中心であったが、最近は学生やリスキリングのための自習室利用、起業家（法人登記）の需要も旺盛。※当社サテライトオフィスは法人登記が可能。 ・また、他社では法人契約のみとしている所も多い中、当社は個人契約、法人契約ともに対応。 ・ビジネス需要のほか自習室、リスキリング、起業家はじめ様々な需要に応え、会員数を増やしたい。
今後の方向性	・付加価値施策を拡充させ、会員数の増加・定着化を図る。 ・より簡易な、コストのかからない業態での店舗展開も模索したい。
参考	KEIO BIZ PLAZA サイト https://keio-bizplaza.jp/

【2503-11】京王パスポートカード会員の新規顧客獲得につながるサービス

概要	**京王パスポートカード会員の顧客拡大策として、相互誘客できるサービスとの連携を求めています。**
背景	・京王パスポートカード会員の顧客層拡大
目的	・京王パスポートカード会員の顧客開拓のチャネルを拡大したい
ポイント	・既存の京王パスポートカード会員様とは異なる客層 ・一方で互いの客層でサービスを利用する可能性がある
今後の方向性	・相互誘客の中で、新サービス創出など幅広い視点で今後の連携可能性を検討したい （例：**相互ポイント交換**やそれ以外の協業も検討します）
備考	㈱京王パスポートクラブ 企業サイト：https://www.keio-passport.co.jp/company/

【2503-12】京王ポイントのサービス拡充策

概要	**京王ポイントのサービス拡充策として、連携できるサービス事業者を求めています。**
背景	・京王ポイントのサービス拡充
目的	・新たなサービス事業者との連携による京王ポイント会員への付加価値向上
ポイント	・京王ポイントの顧客層と相性のよいサービス
今後の方向性	・ポイントに限らず、銀行・クレカなど、幅広い視点で連携可能性を検討したい
備考	㈱京王パスポートクラブ 企業サイト：https://www.keio-passport.co.jp/company/

【2503-13】情報管理の効率化に繋がるサービス

概要	商業施設運営事業の情報管理効率化に取り組むことで、運営効率を高めたい。
背景	随時更新される各種情報の一元管理 情報更新の徹底と管理工数削減の両立
目的	運営する施設や現地事務所の数が増え、 各施設の情報を本部側で集約し切れておらず、情報が散在している。 情報が一元化されておらず、最新情報の把握に難あり。 また、情報更新の頻度・精度にもバラツキが発生している。
ポイント	**一元管理したい情報の例** ＊テナント様との契約情報（契約種類、期間、条件、管理用コード、法人情報など） （業務用各システムへ情報連携できると望ましい） ＊決済用端末の設定内容
今後の方向性	トライアル利用の検討（サービス導入後の運用浸透まで伴走するパートナーを想定）
備考	運営会社（株式会社京王ＳＣクリエイション）企業サイト：https://www.keiosc.co.jp/ 運営施設一覧：https://www.keiosc.co.jp/property/

【2503-14】リアルタイムでシフト把握／公募が可能なツール

概要	・外食業界では働き手不足が深刻化している。その解決に向けては、新規採用の強化も重要だが、既存スタッフの出勤頻度を上げることこそ、質が伴った効率的な解決策だと考えられるため、**本部社員**は店舗のシフト作成状況を日々確認し、**店舗間応援**などの対応を図っている。 ・しかしながら、その対応にも限界があるため、例えば、スマートフォン等でシフトの完成状況・募集状況がリアルタイムで把握でき、穴が開いている店舗と時間帯が一目でわかり、**働く側にとって、他店勤務がし易くなるようなツールが欲しい。**
目的	・外食業界の働き手不足 ・店舗のシフト作成負担軽減 ・アルバイトスタッフの勤務頻度向上により、結果としてサービス安定・売上増に繋げる
課題	・ユーザー（アルバイトスタッフ）への周知浸透 ・既存のやり方からの切り替えコスト（負担）が大きいと思われる点
ポイント	・気軽にシフトインエントリーができ、管理者（店長）とやり取りできるシステムが望ましい。
今後の方向性	・勤務履歴、スキル、受け入れ先評価なども把握できるようにし、スタッフの情報管理ツールとして、発展させていきたい
参考	・13店舗程度のファストフードチェーン店での運用を想定。 ・㈱レストラン京王企業サイト：https://www.res-keio.co.jp/ ・運営店舗一覧：https://www.res-keio.co.jp/store/

【2503-15】訴求力ある販売促進策

概要	・外食の小規模チェーンゆえ、マーケティングや販売促進に多くのコストがかけられず、 単品割引など手軽な販促策に終始してしまっている。 結果として、顧客との関係性が構築できず、効果的な販売促進策が実施できていない。 ・SNS等の活用により、顧客との関係性が強まり、**次回来店を促すような販売促進策**を実施したい。
目的	・外食店舗の情報発信強化と販促効果の拡大 ・顧客情報の取得 ・ファン層の拡大
課題	・比較的高年齢層の顧客が多い ・既存販売促進策との棲み分け・調整が必要。
ポイント	・**本部、現場とも負担が少なく手軽にできるツール**が望ましい。 ・ロイヤルカスタマーの把握につながると更に望ましい。
今後の方向性	・ロイヤルカスタマーが一定規模集まったタイミングで、 来店時の顔認証システムなどで情報を取得し、特別でオンリーワンな接客につなげる。 ・販売促進に留まらず、接遇向上や顧客満足に寄与する取り組みに発展させていきたい。（蕎麦居酒屋を想定）
参考	・13店舗程度のファストフードチェーン店での運用を想定。 ・㈱レストラン京王企業サイト：https://www.res-keio.co.jp/ ・運営店舗一覧：https://www.res-keio.co.jp/store/

【2503-16】OJTトレーナーの能力向上と体験型による安全等の教育

概要	・**OJT教育**の成果を高めるための、トレーナー(上司)の技能向上教育およびその手法(指導方・ﾏﾆｭｱﾙ等)の確立 ・墜落・触車等の労働災害を現場社員および作業員に**ＶＲ等により模擬体験**させ、危険感受性の向上を図る
目的	・OJT教育のトレーナー(上司)による内容のバラツキを防止し成果の底上げを図る ・デジタル技術を用いた仮想体験により危険感受性を高める教育を行い、労働災害の抑止を図る
課題	・トレーナー(上司)の力量によるOJTの成果のバラツキ防止と教育体制の確立
ポイント	・**建設業(建築・土木・軌道)に関する知見を有していること** ・仮想体験デジタル機器は汎用性があり、現場間移動等が可能でコンテンツの追加が容易である
今後の方向性	・目的に対する課題が解消できる手法・実績等があれば、今後の連携・委託等を検討したい。
参考	京王建設㈱企業サイト：https://www.keio-const.co.jp/

NEW

【2503-17】シフト作成ツールの導入

概要	・各店舗別に担当者が個別にシフトを作成しており、特にバーラウンジ４店舗では店舗横断的なシフトを作成しているため相当量な時間を要している。シフト自動作成を導入し、業務の効率化を実現していきたい。
背景	・雇用問題もあり、接客以外の業務削減が求められており、シフト作成自動化を通して業務軽減及び、サービス力向上を実現したいため。
目的	・シフト作成にかかる業務時間の大半をシステム化し、お客様との接客時間を確保し、サービス力向上につなげる。
ポイント	・シフト作成は各店舗ごとに担当者個人が行っている状況で「シフト作成時間×4店舗」となり、かなり膨大な業務量となり、個別に担当業務に偏っている。 ・現状のシステムでは店舗間でのヘルプ等に対しての対応が解決できていない課題としてある。
今後の方向性	・新たなシフト管理のシステムなど接客業にあったシステムをトライアルを重ね検討していきたい。 ・レストランを含めた店舗での展開も検討したい。
備考	(株)京王プラザホテル　公式サイト　https://www.keioplaza.co.jp（日本語） https://www.keioplaza.com/（英語）

NEW

【2503-18】棚卸し業務等のデジタル化による業務の効率化

概要	①毎月末に実施する各店舗での棚卸し業務において、相当な時間を要しており、 デジタル化を通して業務の効率化をはかりたい ②館内レストランの優待券や食事券の運営や管理をデジタル化し、業務の効率化をはかりたい。
背景	①・②これまで手作業・紙面で管理していた業務のデジタル化を通して、業務を効率化したいため。
目的	①メニューアイテムの増加・複数倉庫保有に伴い、棚卸し業務にかかる時間や厳格化が求められている中、旧来より多くの時間を要する業務時間を削減し、接客時間・働き方を改善する。 ②紙面での優待や券番管理業務などデジタル化への一元化を図り、業務削減・管理体制を見直す。
ポイント	①月末の店舗閉店後に行っている棚卸し業務が深夜まで時間を要することもあり、一日の就業時間が長時間となっている。 ①すべて紙面・手書きでの棚卸し業務をシステム化することで従業員の負担軽減につなげる。 ②お客様の利便性向上・管理業務軽減につながるシステム導入を検討したい。
今後の方向性	①・②料飲担当以外でも全社でも検討したい。 ①現行のシステムを全社でも運用を改善したい。
備考	(株)京王プラザホテル　公式サイト　https://www.keioplaza.co.jp（日本語） https://www.keioplaza.com/（英語）

【2503-19】ホテル内の施設利用の促進

概要	・宿泊者に向けて館内施設（レストラン＆バー等）の現行の認知・利用のスキームを改善し お客様の回遊を促進していきたい。
背景	・訪日外国人の利用が８割を超える当社で、宿泊から館内レストラン・バーラウンジやブティックへの 回遊を促進する手段が少なく、館内利用率が芳しくない。 ・商品やコンテンツが乏しいのか、訴求する手段が少なく、認知が弱いのか。 課題を特定しお客様の接点を増やして利用を促進したい。
目的	・宿泊者に対する館内施設の認知度を高めることで、利用いただくお客様を増やしていきたいため ・現状の告知方法だけではなく、様々な角度から検討していきたいため
ポイント	・広告の新たな手法や、認知導線の提案により、宿泊者の館内施設の利用を促進できるかどうか。 ・ターゲットは、旅中の海外ゲストを中心とした宿泊客全般。 ・館内でのナイトライフの詳細、もしくは滞在者が夜にどのような行動をとっているか データで把握できるかどうか。
今後の方向性	・館内施設の利用を促進できるような広告ツールであればトライアル利用を検討していきたい
参考	(株)京王プラザホテル　公式サイト　https://www.keioplaza.co.jp（日本語） https://www.keioplaza.com/（英語）

【2503-20】お客様のインサイトを収集・分析が出来るサービス

概要	口コミだけでは収集できないお客様のインサイトを把握・分析し、 効果的な施策の企画・実行に繋げたい
背景	ホテル側が知りたい本当にお客様求めていることを理解し、 その裏付けをもとに施策を企画・実行する重要性が増してきている
目的	お客様のインサイトを理解し、効果的な施策を実行するため
ポイント	お客様の声を効果的に収集するための、タッチポイントやクリエイティブなどのトータル設計が可能 収集後の分析負荷を見据えて、デジタル上でデータ収集したものが、ダッシュボードなどで視覚化可能
今後の方向性	京王グループで運営している宿泊特化型ホテルにてPoC実施
参考	京王グループで運営している宿泊特化型ホテル ・京王プレッソイン【10店舗】 https://www.presso-inn.com/ ・京王プレリアホテル【2店舗】 https://www.keioprelia.co.jp/

【2503-21】ホテルにおける社員の業務の標準化と即戦力化を推進するマニュアルツール

概要	店舗およびチェーン本部において、業務のマニュアル整備と適切な管理を行い、 属人化を防ぐことや業務品質を向上させるための、マニュアルツールの導入
背景	店舗および組織間のマニュアルのフォーマットが揃っておらず、 管理しやすいマニュアルの管理方法や、社員が使いやすく理解しやすい マニュアルの運用を策定する必要がある
目的	業務のマニュアル整備を行い、属人化を防ぐことや会社としての業務品質を向上させる
ポイント	店舗およびチェーン本部の社員がデジタル上でアクセス出来て、 マニュアルのアップデートも容易に可能であること マニュアルが文章だけではなく、社員が理解しやすいような方法（動画など）も活用可能であること
今後の方向性	京王グループで運営している宿泊特化型ホテルにてPoC実施
参考	京王グループで運営している宿泊特化型ホテル ・京王プレッソイン【10店舗】 https://www.presso-inn.com/ ・京王プレリアホテル【2店舗】 https://www.keioprelia.co.jp/

【2503-22】客室の清掃品質をミスなく高水準に保つ

概要	チェックアウト後の客室清掃において、「忘れ物」「髪の毛など細かなゴミの取り残し」「備品のセット忘れ」等をチェックするツールの導入
背景	チェックアウト後の客室清掃は、清掃をする人と、清掃状況を最終確認する人（インスペクション）により新たな客室に復元をするが、時に見落としが発生する。 また、「髪の毛の取り残し」など細かなゴミは限られた時間で確認が難しいものもある。
目的	宿泊特化ホテルのサービスの中心である客室の清潔さを維持・向上させる
ポイント	アプローチの例 ・インスペクションをする人の目線、動きを分析して確認漏れを防ぐ方法 ・清掃後の部屋をチェックしてインスペクション業務自体をサポートする方法
今後の方向性	京王グループで運営している宿泊特化型ホテルにてPoC実施
参考	京王グループで運営している宿泊特化型ホテル ・京王プレッソイン【10店舗】 https://www.presso-inn.com/ ・京王プレリアホテル【2店舗】 https://www.keioprelia.co.jp/

【2503-23】複数ある連絡ツールを束ねて連携させるアプリの開発

概要	社内（本社⇔店舗）・社外（本社⇔取引先）の連絡や、情報管理は、複数のツールを使用する非効率な状態であるため、オールインワンで連携できるアプリ等のシステムを開発したい。
背景	業務手順の増加に対して積み上げで新たなツールを使用してきたため、社内はＡのシステム、取引先にはＢのシステム、情報はＣのシステムで登録し、担当者がハブになって管理をしている状態である。管理業務の量が増え、属人化が進む一方であるため、この状態を解消したい。
目的	業務の効率化による業務負担減および属人化の解消
ポイント	アプローチ例 ・各ツールをまとめるアプリ ・各ツールを廃止して１つのアプリへ置き換える
今後の方向性	京王グループで運営している宿泊特化型ホテルにてPoC実施
参考	京王グループで運営している宿泊特化型ホテル ・京王プレッソイン【10店舗】 https://www.presso-inn.com/ ・京王プレリアホテル【2店舗】 https://www.keioprelia.co.jp/