

介護用品レンタルのヤマシタ、 ノーコード生成 AI 開発基盤「Dify」を導入し 現場主導の業務改善を推進 ～営業訪問の質を高める AI コーチを独自開発～

介護用品・福祉用具レンタルの株式会社ヤマシタ（本社：静岡県島田市、代表取締役社長：山下和洋、以下「ヤマシタ」）は、このたび、営業担当者の業務改善を目的に、ノーコードで生成 AI アプリを作成できる開発基盤「Dify（ディファイ）」を社内を導入し、営業訪問前の事前準備や訪問後の振り返りを支援する AI チャットボット「ヤマシタ AI 段取りコーチ」を開発・運用開始しました。

■ノーコード生成 AI 開発基盤「Dify」導入の背景

介護業界では、深刻な人手不足に加え、顧客ニーズの多様化や業務の属人化など、現場レベルでの課題が複雑化しています。ヤマシタでも、「業務改善のヒントは現場にある」という考えのもと、営業、事務、工場などの第一線で働く社員自らが、課題に応じた業務アプリをローコード/ノーコードで内製する取り組みを推進してきました。

一方で、近年急速に進化する生成 AI を活用したアプリケーション開発では、大規模言語モデル（LLM）の性能競争が激化し、数カ月単位で性能トップと言われるモデルが入れ替わる状況が続いています。そうした中で、特定の LLM に縛られず、モデルごとに特性に合わせて、より柔軟で拡張性のある開発環境が求められています。

こうした背景のもと、ヤマシタでは、生成 AI アプリの開発・運用をノーコードで行えるオープンソースプラットフォーム「Dify」に着目。直感的な UI と設計の柔軟さ、社内サーバー環境への構築も可能な拡張性や従前から取り組んでいた非 IT 社員のローコード/ノーコード開発との適合性も高いことなどから、「現場主導の生成 AI 開発基盤」として最適であると判断し、Dify 導入を決定しました。

●Dify について

[Dify](#) は、米 LangGenius, Inc.が開発したノーコードで生成 AI アプリを開発・運用できるプラットフォームです。直感的な UI と柔軟なプロンプト設計機能により、専門知識がなくても現場主導で業務に合わせた AI を内製できます。外部ツールとの連携も容易で、業務フローへの組み込みや社内ツールとの連動も実現可能。オートメーションとの組み合わせにも強みがあります。

■活用事例：AIによる“段取り力強化コーチ”を実現

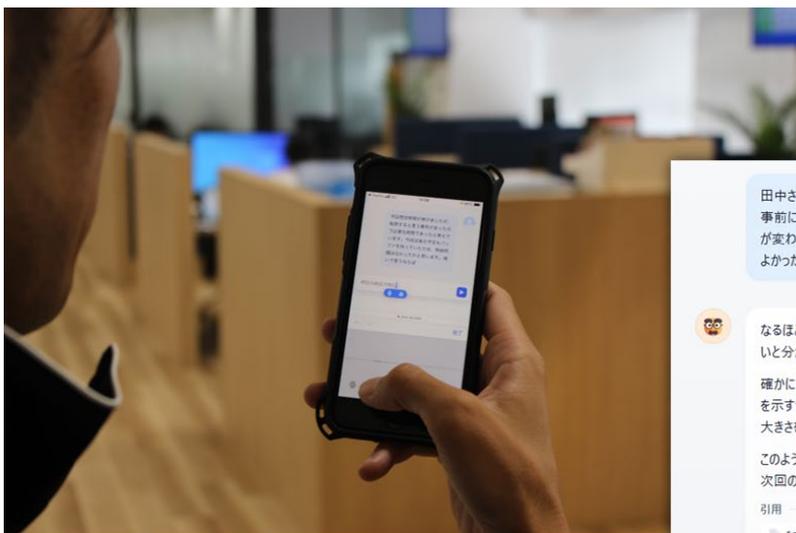
Dify 導入後の社内開発第 1 号アプリとして、営業社員の計画遂行力強化を支援する AI チャットボット「ヤマシタ AI 段取りコーチ」を開発しました。

ヤマシタの介護用品レンタルサービスは全国に拠点を展開し、営業社員はご利用者にどの介護用品が適合するかを選定、納品、アフターサービスなどに加えて、ケアマネージャーとの連携など幅広い業務を担っています。そのため、業務の質を高めるためには、業務スケジュールをいかに効率的に設計するかや、各予定でどんな目的を持って、何を行うか、の事前設定を行う「段取り力」が重要です。そうした「段取り力」を身に付けていくためには業務の「事前準備」や「振り返り」や「上司、先輩との対話型の内省」が不可欠であるものの、現場で実施する時間やサポートリソースの確保が課題でした。

これまで「段取り力」の強化を目的とした営業育成プログラムでは、育成担当者が育成対象者と週 3 回の振り返り面談を実施していました。このたび開発した AI チャットボット「ヤマシタ業務の質向上 AI コーチ（通称：ヤマシタ AI 段取りコーチ）」を活用することで、週 3 回の振り返り面談のうち、週 2 回は AI との対話による振り返り、週 1 回は育成担当者との面談に切り替えることで、効率的な支援体制の構築が可能となり育成対象者の業務効率が約 60%改善されました。

また、AI の学習データは、社内の好事例を集めた独自ノウハウがベースで、育成担当者のスキルの差による、フィードバックの質のばらつきも解消されます。

段取り力強化のための営業育成プログラムでは、これまでプログラム受講者の営業成績が約 1.5 倍まで向上しており、AI エージェント「ヤマシタ AI 段取りコーチ」の開発・導入により、プログラム実施者数の拡大を目指します。



音声入力で効率UP

田中さんのところでは、50分想定が +30分の 80分になりました。事前にCMさんご家族と合意しましたが、設置してみると圧迫感から部屋の中で向きが変わりました。実際設置してから気が付かれたので下準備の際に確認いただければよかったのかもしれませんが。

なるほど、50分の想定が80分になり、30分オーバーしたわけですね。実際に設置してみないと分からない圧迫感が原因だったとのこと、理解しました。

確かに下準備の段階で気づけるとベストですね。例えば事前訪問の際に、ベッドの大きさを示すテープやマーカ―などで部屋に印をつけておく、または簡易的な型紙やダンボールで大きさを視覚化しておくといった工夫は可能だったかもしれませんね。

このような設置場所変更は過去にも経験されたことがありますか？また、今回の経験から次回の納品に活かせるポイントはどんなことだと思いますか？

引用

【CM営業の準備点】.M流 虎の巻Ver2_250304 (1).pdf Dify一人前

はい。それぞれの備品を設置しておけばよかったです。

今回は一番最初に会話をしその後組立に集中してご家族と話していなかったのが要因でした。備品を一旦設置したタイミングで私自身も圧迫感を感じたので一声かければよかったかもしれません。。。



<問いかけ・コーチング例>

- 「それでは、2分で簡潔に今日の活動報告をお願いします！どんな訪問や営業活動をされたか、時間配分も含めてお聞かせください。」
- 「●●さんのベッド納品について、設置場所の変更が発生したとのことですが、この対応で具体的にはどれくらいの時間がかかりましたか？また、事前に設置場所を確認する機会はありませんでしたか？」
- 「このような設置場所変更は過去にも経験されたことがありますか？また、今回の経験から次回の納品に活かせるポイントはどんなことだと思いますか？」

■今後の展望

ヤマシタでは今回の営業支援チャットボットを皮切りに、AI エージェント時代を見据え、業務効率化・高度化を目的とした社内 AI ツールの開発を進めていきます。

また、業務ナレッジを整備する AI トレーナーや非 IT エンジニア社員のローコード/ノーコード開発者育成を通じ、AI を継続的に活用し、現場から自律的に業務・システム改革を生み出す「現場起点の DX」を加速してまいります。

■株式会社ヤマシタについて

1963年の創業以来「正しく生きる、豊かに生きる」を企業理念に掲げ、リネンサプライ、介護用品レンタル・販売の両事業で業界大手のポジションを確立。全社員の仕事のやりがいと顧客の体験価値を相互に高め合う好循環を強みに、2030年に850億円の売上目標を掲げている。DXにも注力しており、既存事業×テクノロジーによってサービス品質と生産性を向上させながら、周辺の事業領域や海外にも進出。業界再編と高付加価値化の実現に挑戦することで非連続な成長を成し遂げ、2050年には売上高1兆円を目指す。

（会社概要）

所在地：本社：静岡県島田市中河 737

東京本部：東京都港区港南二丁目 15 番 3 号品川インターシティ C 棟 8 階

設立：1963年3月6日

代表者：代表取締役社長 山下和洋

事業内容：福祉用具レンタル・販売、居宅介護支援事業、リネンサプライ事業等

売上高：336.6 億円（2025 年 3 月期）

従業員数：2,829 名（2025 年 3 月末現在）

「ヤマシタ」コーポレートサイト：<https://www.yco.co.jp/>

介護用品・福祉用具紹介サイト「ヤマシタ すぐきた」：<https://www.ycota.jp/>

介護用品・福祉用具の総合通販サイト「ヤマシタオンラインストア」：<https://caretaro.com/>

以上