

取締役会に準ずる経営会議にて承認済み

デジタル経営戦略指針 -2025-

最新のデジタル技術と地域密着型のサービス体制を融合させ、DXで地域社会の笑顔を創り続ける

2025年02月20日

株式会社千葉測器

実務執行総括責任者：代表取締役社長 中村 卓見

DX推進プロジェクトチーム

- **企業経営の方向性及び情報処理技術の活用の方向性の決定** P3～6
経営ビジョン・ビジネスモデルの策定とDX推進の全体像
- **企業経営及び情報処理技術の活用の具体的な方策（戦略）の決定** P7～22
DX戦略の策定とその実行計画
- **戦略を効果的に進めるための体制の提示** P23～25
DX戦略の推進_組織づくり
- **戦略を効果的に進めるための体制の提示** P26～33
DX戦略の推進_デジタル人財の育成・確保
- **最新の情報処理技術を活用するための環境整備の具体的方策の提示** P34～42
DX戦略の推進_ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画
- **戦略の達成状況に係る指標の決定** P43～51
成果指標の設定・DX戦略の見直し
- **サイバーセキュリティに関する対策の的確な策定及び実施** P52～53
DX戦略の推進_サイバーセキュリティ

企業経営の方向性及び情報処理技術の活用の方向性の決定

経営ビジョン・ビジネスモデルの策定とDX推進の全体像

経営理念

最高の経営戦略は時流に沿った経営を行うこと

1. 我々は最良のサービスとサポートで、一流品を直接お客様にお届けし、お客様の事業の繁栄に役立つ事を使命とする
2. 我々は地域社会の発展を通して、会社の繁栄と我々の幸福を実現してゆく事を使命とする

100年企業構想（経営ビジョン）

SOKKIグループは末永くお客様の事業の繁栄にお役立ちできますよう100年企業を目指します

- 100年企業を目指す理由
 - 持続発展、繁栄できる会社であってほしい。
 - お客様、仕入先様、社員や家族、地域社会の為に会社を100年残す義務がある。
 - 究極の生き残り、勝ち残りは「100年企業」を目指す事。
 - 100年企業を目指すから、やるべき事が明確になり、実行でき改革できる。
 - 企業は、拡大するより続ける事が重要であり、100億円企業より100年成長・発展し続ける企業でありたい。

SOKKIグループは経営理念・社風企業文化を大事にして時流にあった経営を心掛け、地域社会への貢献の中で成長していきたいと考えます。

100年企業構想（経営ビジョン）を実現するために掲げる「DXビジョン」

最新のデジタル技術と地域密着型のサービス体制を融合させ、DXで地域社会の笑顔を創り続ける

これまでのビジネスモデル

多岐にわたる商品・サービスの提供を通じて、販売からメンテナンス、サポートまでワンストップで対応し、地域密着の拠点展開によって迅速な対応体制を整えつつ、多様な商品・サービスを通じて、地域の企業や団体のニーズに応える総合的なビジネスモデル

お客様 = 関東圏の地域に根ざした企業様

業務効率化・省力化支援

人財不足・業務課題解決支援

ドキュメント管理・印刷サービス

ITサポート・トラブル対応

働き方改革支援

事業継続支援

千葉測器

緊密な連携

メーカー様 / 取引先様

DXによるビジネスモデルの
発展的継続と変革

自社のDXを推進

そのためにDXを手段として
解決すべき自社内部の課題
(※)

- DX推進の方針や意思統一が進んでいない

- デジタル化したデータの利活用が進んでいない

- 社内業務・営業活動が共に属人化している

経営・DXビジョンを実現するためのビジネスモデル

強みである「ワンストップ」と「地域密着型サービス」にDXの要素を融合し、データ活用とデジタル技術による業務最適化を軸に、**DX支援型トータルソリューションプロバイダー = DX支援型ビジネスモデル**へ

お客様 = 関東圏の地域に根ざした企業様

業務効率化・省力化支援

人財不足・業務課題解決支援

ドキュメント管理・印刷サービス

ITサポート・トラブル対応

働き方改革支援

事業継続支援

千葉測器

緊密な連携

メーカー様 / 取引先様

データ・デジタル技術



企業経営及び情報処理技術の活用の具体的な方策（戦略）の決定

DX戦略の策定とその実行計画

- 以下の 3つのDX戦略（合計7項目）を掲げ、組織全体のデジタル活用を加速します。

- **DX戦略①：お客様対応品質の高位平準化を目指したデジタル活用**

- ①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング）
- ①-2：営業プロセスのデジタル化
- ①-3：データ活用と意思決定の高速化

- **DX戦略②：社内人財配置の最適化に向けたデジタル活用**

- ②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化

- **DX戦略③：生産性向上と業務プロセスの変革に向けたデジタル活用**

- ③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）
- ③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化
- ③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上

DX戦略①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング）

- デジタル時代において、お客様と自社の接点を最適化することは、信頼関係の構築や意思決定の支援に直結します。本戦略では、Web・SNS・メールマーケティング・オンラインセミナーなどのデジタルタッチポイントを強化し、迅速かつ正確な情報提供を実現します。さらに、データ分析やA/Bテストを活用し、お客様にとって最適なコンテンツを提供。展示会や内覧会との連携も強化し、オンライン・オフラインを組み合わせたシームレスなお客様体験を創出します。

①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング）

• Web上での意思決定支援

- ▶ 公式Webサイトで、商品・ソリューション・サービスの詳細情報をワンストップで提供します。さらに、導入事例や活用ガイドを掲載し、お客様が具体的な解決策をイメージしやすいようサポートします。これにより、迅速かつ的確な情報提供を実現し、お客様の意思決定を支援します。

• 鮮度の高い情報提供と分析

- ▶ 公式SNSを通じて、お客様の声に耳を傾けながら、商品やサービスの最新情報をタイムリーに発信していきます。さらに、お客様の反応やニーズをデータ分析し、役立つ情報や解決策を継続的に提供することで、双方向のコミュニケーションを強化し、お客様との信頼関係を深めます。
- ▶ Web、メールマーケティングツールの導入し、業界や商圏のデータを詳細に分析し、お客様属性に応じて新商品やセミナー、法・制度改正などの情報をタイムリーにご提供します。

• 最適な情報提供素材の分析

- ▶ 公式Webサイト・公式SNS・メールマーケティングにおいて、A/Bテストを実施し、どのメッセージやクリエイティブが効果的かを検証することで、お客様に伝わりやすいデジタルタッチポイントを創出します。

• お客様接点の多様化

- ▶ 展示会、内覧会に加えて、Webサイト、オンラインセミナーを充実させ、お客様に合わせた最適なデジタル接点を提供することで、お客様体験価値を向上させます。

DX戦略①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング） _ 実行計画

2025年の目指す状態

- お客様：Web・SNS・メール・オンラインセミナーなどを通じて、必要な情報をスムーズに取得でき、自社との接点が明確になっている。
- 自社：デジタルタッチポイントの統一基盤が整備され、情報提供の一貫性が向上。マーケティングデータの分析が可能になり、施策の効果測定が強化されている。

2026年の目指す状態

- お客様：自身の関心や行動データに基づいた最適な情報をリアルタイムで受け取れ、商品・サービス選定がスムーズに進んでいる。
- 自社：AI・データ分析を活用したターゲティングが可能になり、マーケティング・営業活動の精度が向上。お客様ごとの最適なアプローチを自動化し、業務効率が大幅に改善されている。

2027年の目指す状態

- お客様：Web・SNS・展示会・VR・オンライン商談など、あらゆるチャネルをシームレスに行き来し、最適なお客様体験を享受できている。
- 自社：全チャネル統合型CXプラットフォームが機能し、データに基づく戦略的なマーケティングと営業活動が実現。お客様エンゲージメントが最大化され、持続的なビジネス成長につながっている。

実施項目	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
Web上での意思決定支援	<ul style="list-style-type: none"> 公式WebサイトのUX/UI改善と情報整理（商品・ソリューションのワンストップ提供） 導入事例・活用ガイドの作成（PDF・動画コンテンツの整備） 	<ul style="list-style-type: none"> 公式Webサイト上で、導入事例や商品・サービス情報を条件検索可能にし、お客様の意思決定をサポート 	<ul style="list-style-type: none"> お客様のWeb上での行動データを基に最適な情報をリアルタイム提供 お客様が最適なソリューションをシミュレーション可能な環境を整備
鮮度の高い情報提供と分析	<ul style="list-style-type: none"> 公式SNSの運用方針策定と情報発信の標準化 セグメント別のターゲティングメール配信と自動化運用 	<ul style="list-style-type: none"> SNSの投稿データ分析を強化し、反応率の高いコンテンツを特定 メールマーケティングの完全パーソナライズ化（お客様属性別の動的コンテンツ配信） 	<ul style="list-style-type: none"> AIと機械学習を活用し、お客様ごとに最適なコンテンツを生成し情報を提供
最適な情報提供素材の分析	<ul style="list-style-type: none"> SNS・メールの反応データを可視化し、改善のPDCAサイクルを確立 	<ul style="list-style-type: none"> SNS・Web・メールのデータを統合し、経営層・マーケティング担当が即座に分析可能にする 	<ul style="list-style-type: none"> 全てのコンテンツをデータ駆動で最適化し、PDCAを高速化
お客様接点の多様化	<ul style="list-style-type: none"> 小規模オンラインセミナーの試験運用と配信の最適化 展示会・内覧会などのリアルタッチポイントにおいても、デジタルを活用した情報提供を試験的に運用 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインセミナーの定期開催 Web上でのライブデモの導入 展示会・内覧会などの来場者データ収集とパーソナライズされたフォロー施策 	<ul style="list-style-type: none"> 展示会・内覧会・Web・SNS・オンラインセミナーを統合し、シームレスなお客様体験を提供 3D・VR空間を活用し、新しいお客様体験の試験的实施

DX戦略①-2：営業プロセスのデジタル化

- 営業プロセスのデジタル化は、提案力の向上、効率的な営業活動、そして最適な価格提案を実現する鍵となります。本戦略では、SFAを活用したお客様情報の一元管理とデータ分析により、お客様に最適なソリューションを提案し、営業の生産性を向上させます。また、オンライン商談ツールやクラウド型見積システムを導入することで、場所や時間にとらわれない柔軟な営業活動を推進。さらに、販売管理システムを活用して価格とサービスの最適化を行い、競争力のある提案を実現します。デジタルの力で営業プロセスを革新し、より高いお客様満足とビジネス成果を生み出します。

①-2：営業プロセスのデジタル化

• お客様に正しく・広く、価値を伝える提案力の強化

- SFAを活用し、お客様情報の一元管理やデータ分析を通じ、お客様のニーズに則した、最適なソリューションの提案を実現します。また、営業活動の進捗が見える化し、効率的な営業プロセスを実現します。これにより、提案力の向上と営業チーム全体の生産性向上を目指します。

• オンラインセールスの実現

- お客様の状況に合わせ、オンラインMTGシステムを活用し、移動時間や場所の制約を受けない柔軟に営業活動を実現します。
- クラウド型見積システムを導入することで、場所にとらわれない営業スタイルを実現し、より正確でスピーディーな対応を目指します。

• 商品価値と価格提案の最適化

- 満足度の高い商品を安定的にお届けするため、販売管理システムを活用して商品の価格とサービス内容を最適化します。これにより、競争力のある価格設定とともに、付加価値の高いサービスをご提案します。

DX戦略①-2：営業プロセスのデジタル化 _ 実行計画

2025年の目指す状態

- お客様：営業担当者から一貫した情報提供を受けられるようになり、より適切な提案を受けることができる。商談がスムーズに進み、意思決定が容易になっている。
- 自社：SFA・BIツール・ナレッジ共有システムを導入し、営業データを一元管理できている。営業活動の可視化が進み、提案の質と効率が向上している。オンライン商談ツールやクラウド型見積システムの準備が整い、リモート営業の基盤を構築できている。

2026年の目指す状態

- お客様：AIによる精度の高い提案を受けることで、自社に最適な商品・サービスを短時間で見極められるようになっている。契約手続きもスムーズに進み、利便性が向上している。
- 自社：AI営業予測ツールや提案テンプレート管理を導入し、商談の成約率が向上している。クラウド型見積・電子契約システムを本格運用し、営業プロセスを迅速化している。AIダイナミックプライシングの試験導入により、最適な価格提案を自動化できている。

2027年の目指す状態

- お客様：対面・オンライン・VRなど、最適な方法で営業担当者につながり、必要な情報やサポートをシームレスに受けられている。自社のニーズに応じた価格やサービス提案をリアルタイムで受けられる環境が整っている。
- 自社：AI商談準備システムの導入により、過去の商談データを活用した最適な提案が自動生成され、営業の効率が飛躍的に向上している。ハイブリッド営業モデル確立とVR商談の導入により、新たなお客様体験を創出できている。価格提案システムのリアルタイム最適化により利益率を最大化、競争力が強化できている。

実施概要	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
お客様に正しく、広く、価値を伝える提案力の強化	<ul style="list-style-type: none"> SFA（営業支援システム）で、お客様情報・商談履歴・提案履歴を一元管理 営業活動の見える化（案件管理・営業進捗ダッシュボードの作成） 過去の提案内容をデータ化し、営業チーム全体での共有を促進 	<ul style="list-style-type: none"> SFAの活用を営業チーム全体に定着させ、商談データの蓄積を加速 成約確度の予測と次のアクション提案の自動化試験的運用 受注率を高めるための提案資料の自動作成と最適化の試験的運用 	<ul style="list-style-type: none"> データを活用した「営業提案の最適化モデル」を確立 過去の商談履歴を分析し、最適な提案を自動生成 売上予測・商談成約率の自動分析と意思決定の最適化
オンラインセールスの実現	<ul style="list-style-type: none"> 「リモート・オンライン営業モデル」の試験的運用 見積作成の効率化とSFA・販売管理システムとのデータ連携 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインでの営業プロセスを最適化 ペーパーレス契約・商談スピード向上 リモート・オンライン営業モデルを比率の引き上げ 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインと対面の営業プロセスを統合し、お客様対応の最適化を実現 自動議事録作成・フォローアップの自動化 次世代の営業手法を検討開始
商品価値と価格提案の最適化	<ul style="list-style-type: none"> 価格とサービスの最適化を進め、データドリブンの価格決定及び価格提案の高度化 お客様満足度調査を開始し、商品・サービス価値向上のためのフィードバック収集 	<ul style="list-style-type: none"> お客様ごとの最適な価格提案を自動化 市場の需要変動に応じた価格最適化を実現 商品価値とお客様満足度データを分析し、新たな付加価値サービスの検討 	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用し、価格戦略を完全最適化 お客様ごとに最適な価格とサービスを提供 商品価値向上及び新たな付加価値ビジネスモデルのためのデジタルサービス導入検討（サブスクリプションモデルの検討）

DX戦略①-3：データ活用と意思決定の高度化

- データ活用は、より正確な意思決定と迅速な対応を実現する重要な要素です。本戦略では、販売管理システム・SFA・BIツールを連携し、お客様の購買履歴や利用状況を分析。潜在的な課題を先読みし、最適なソリューションを提案します。また、ワークフローシステムの活用により承認・決裁を効率化し、経営判断のスピードを向上。さらに、お客様の声をデータ化・分析し、サービス品質の継続的な改善を図ります。これにより、データドリブンな意思決定を加速し、お客様満足度の向上と業務の最適化を実現します。

①-3：データ活用と意思決定の高速化

データ活用によるお客様の課題解決支援

- 販売管理システム・SFAをBIツールに連携し、エリア・ビジネス規模・ビジネスモデル・購買履歴などからお客様を詳細に分析します。さらに、導入商品の利用方法やシーンをデータで取得・蓄積し、使い方のサポートを含めた潜在的な課題を先読みし、解決に向けたトータル提案に生かします。

承認・決裁プロセスの効率化と迅速な経営判断の実現

- ワークフローシステムを活用することで、承認・決裁プロセスを効率化し、迅速かつ正確なお客様対応を可能にします。これにより、経営判断のスピードが早まり、意思決定の遅延を防ぐとともに、お客様のご要望にもスピーディーにお応えできるようにします。

お客様の声の有効活用

- お客様の声をシームレスにデータ化するため、QRコードなどを活用したオンラインアンケートフォームを活用し、データ化されたお客様の声を分析することで、ニーズや不満を迅速にキャッチし、商品やサービス開発及び対応品質向上に生かします。

DX戦略①-3：データ活用と意思決定の高度化 _ 実行計画

	2025年の目指す状態	2026年の目指す状態	2027年の目指す状態
	<ul style="list-style-type: none"> お客様：販売管理システム・SFA・BIツールを通じて、より詳細な情報を受け取ることができ、課題解決に向けた適切な提案を受け取れている。 自社：お客様データの統合基盤が整備され、案件管理・商談履歴・提案履歴が一元化されている。承認・決裁のデジタル化により、業務効率が向上し、スムーズな意思決定が可能になっている。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様：過去の購買履歴や利用状況に基づいた最適なソリューション提案を受け取ることができ、よりスムーズな意思決定が可能になっている。 自社：AIを活用したデータ分析が本格化し、お客様ごとの最適な商談機会や提案が自動化されている。承認・決裁プロセスもSFAと統合され、リアルタイムな状況把握と迅速な対応が可能になっている。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様は、リアルタイムにニーズを先読みした提案を受け取り、最適な商品・サービスをスムーズに選択できている。 自社：データドリブン経営が定着し、BIツールを活用した迅速な意思決定が可能になっている。AIによる商談提案・価格最適化・承認プロセスの自動化が進み、経営全体の効率と精度が飛躍的に向上している。データを活用した迅速かつ正確な経営判断を実現し、お客様の潜在課題を先読みしたソリューション提案が可能になっている。
実施概要	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
データ活用によるお客様の課題解決支援	<ul style="list-style-type: none"> 販売管理システム・SFA・BIツールを統合し、データの一元管理を実現 お客様情報の詳細分類（エリア・ビジネス規模・購買履歴の分析モデル整備）を可能にする 基本的なお客様分析と活用を試験的に運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用し、お客様の購買傾向・商品利用シーンを予測 お客様ごとに最適化されたアクション及びソリューションをレコメンドさせるモデルの試験的運用 	<ul style="list-style-type: none"> すべてのお客様データを統合し、経営判断を即時最適化 営業・マーケティング・経営層がリアルタイムで意思決定可能に
承認・決定プロセスの効率化と迅速な経営判断の実現	<ul style="list-style-type: none"> 営業・カスタマーサポートの決裁プロセスをデジタル化（紙・メール決裁の削減） 決裁プロセスの可視化と課題の洗い出し 	<ul style="list-style-type: none"> 承認状況をリアルタイム可視化し、営業活動の迅速化を実現 自動承認ルールの策定と段階的運用 	<ul style="list-style-type: none"> 過去の承認データを学習し、業務プロセスを最適化 必要なKPIを瞬時に可視化し、トップマネジメントの意思決定を加速 全データを統合し、すべての業務プロセスがデータベースと連携
お客様の声の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> アンケート結果の初期データ収集と傾向分析を実施 お客様の声（Voice of Customer）の標準化・データ管理を強化 	<ul style="list-style-type: none"> お客様の潜在ニーズを解析 商品・サービス改善に直結する仕組み（PDCAモデル）を構築 お客様満足度向上施策のデータドリブンな策定 	<ul style="list-style-type: none"> お客様の潜在ニーズを先読みし、自動で最適な提案を営業へ提供 お客様フィードバックのリアルタイム活用モデルを確立し、迅速なサービス改善を実現 お客様対応の品質向上とパーソナライズ化

DX戦略②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化

- データ分析を活用し、エリアごとのお客様ニーズや業務負荷を可視化し、最適な人財配置と部署間のスムーズな連携を実現します。SFAやマーケティングツールを活用して地域特性を分析し、精度の高い人財配置計画を策定。タレントマネジメントシステムを導入し、社員のスキルに応じた最適配置を行います。さらに、チャットツールと位置情報システムを活用し、現場とバックオフィスの連携を強化。AIによる需要予測を活用した人財配置計画の最適化も進め、変化するニーズに迅速に対応できる組織体制を構築します。

②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化

・ エリアごとのお客様分布と社員の業務負荷分析

- SFAを活用して地域ごとのお客様規模や取引量を分析し、エリア別の需要を可視化します。
- マーケティングツール（業界分析・土地分析・商圈分析ツールなど）を導入して地域特有のニーズを把握し、精度の高い人財配置計画を策定します。
- 業務負荷データを基に、特定エリアでの過負荷や人財不足を定量的に評価し、バランスの取れたリソース配分を実現します。

・ 人員配置の最適化とスキルマッチング

- タレントマネジメントシステムを活用して、社員のスキルや専門性を可視化し、各エリアのニーズに最適な人員を配置します。
- 分析結果を基に、現場の業務量やお客様のニーズに合わせた柔軟な人財配置計画を立案。これにより、業務効率化とサービス品質向上を両立させます。
- 配置後も定期的にデータをモニタリングし、変化するニーズに対応した配置の見直しを実施します。

・ 各部署間の連携強化

- チャットツールと位置情報アプリを併用し、保守対応を行う現場スタッフとコールセンターのスムーズな情報共有を実現します。これにより、緊急時の迅速な対応を支援します。
- 営業支援窓口と現場社員を分業化し、チャットツールを活用した円滑な連携により、お客様ニーズへの迅速な提案を可能にします。
- 部署間の連携を通じて、エリア全体でのサービス提供能力を最大化します。

・ 予測分析の導入

- AIを活用した需要予測を取り入れ、繁忙期や地域特有のイベントに対応可能な人財配置を事前に計画します。

DX戦略②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化 _ 実行計画

	2025年の目指す状態	2026年の目指す状態	2027年の目指す状態
	<ul style="list-style-type: none"> お客様：適切な担当者が迅速に対応することで、より質の高いサービスを受けられるようになっている。 自社：エリアごとのお客様データと業務負荷を可視化し、適正な人財配置の基盤を構築できている。部署間の情報共有体制を整え、効率的な連携を実現する準備を開始している。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様：地域ごとの特性に最適化されたサービスを受けられ、対応スピードや品質が向上している。 自社：SFA・タレントマネジメント・AI予測を活用し、業務負荷のリアルタイム分析とスキルマッチングを自動化できている。データに基づく適切な人財配置と、部署間の迅速な連携が可能となっている。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様：どのエリアでも迅速で質の高いサービスを受けられ、よりスムーズな対応が可能となっている。 自社：AIを活用したリアルタイム人財配置システムを導入し、最適なリソース配分を即時実行できている。全社的なデータ統合が進み、組織全体での業務効率とお客様満足度の最大化を実現できている。
実施概要	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
エリアごとのお客様分布と社員の業務負荷分析	<ul style="list-style-type: none"> お客様分布、取引量、業界・土地・商圈データの可視化と分析を試験的運用 業務負荷評価基準の策定と人員不足エリアのデータ化 	<ul style="list-style-type: none"> お客様データと人員配置データの統合管理を強化 自動アラート機能を搭載し、過負荷エリアを即時検知 	<ul style="list-style-type: none"> 分析データをもとに需要変動に応じた人員配置調整の意思決定を迅速化 人員需給のリアルタイム最適化を実現
人員配置の最適化とスキルマッチング	<ul style="list-style-type: none"> 社員のスキル・実績をデータ化し、最適な人員配置を計画 業務負荷データと人財スキルのマッチングモデルを構築 	<ul style="list-style-type: none"> スキル×需要のマッチングをリアルタイムで最適化 定期的なデータ更新と最適な人財配置シナリオのシミュレーション 	<ul style="list-style-type: none"> 社員のスキルアップ計画を自動提案し、適材適所の人財配置を最適化 企業戦略と連携し、成長機会の提供を最適化
各部署間の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> 現場スタッフ・営業支援窓口のリアルタイム情報共有を強化 営業支援窓口と現場社員の役割分担の明確化（円滑な連携体制の整備）及びデータ化 	<ul style="list-style-type: none"> 営業支援窓口及び緊急対応をリアルタイム化・自動化し、スムーズな情報提供・共有を実現 お客様データと業務負荷を統合し、即時対応の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 業務データを統合し、全社的なリソースの最適配分を実現 お客様対応を迅速化し、即時リソース調整が可能に
予測分析の導入	<ul style="list-style-type: none"> 繁忙期・地域イベントごとの人員需要を試験的に予測 予測データを基に人財配置の最適化計画を立案 	<ul style="list-style-type: none"> 地域ごとの人員需給をリアルタイムで予測し、リソース配分を最適化 予測データを基にした人財配置調整の自動化を試験的に導入 	<ul style="list-style-type: none"> データ主導の経営判断モデルを確立し、人財配置を軸とした業務効率とお客様満足度の最大化を実現

DX戦略③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）

- 業務の属人化や負担の偏りは、生産性の低下を引き起こします。本戦略では、業務の標準化・自動化・ペーパーレス化を通じて、組織全体の効率化を実現します。まず、BPMツールの活用により業務フローを可視化・標準化し、属人化を解消。業務マニュアルのデジタル化により、誰でも迅速に業務を遂行できる環境を整備します。次に、電子帳票システムの導入を進め、ペーパーレス化とリアルタイムデータ共有を推進。さらに、RPAを活用して定型業務を自動化し、人的リソースを高付加価値業務へシフト。これにより、業務負担を分散し、生産性向上と業務スピードの最大化を実現します。

③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）

• 属人化の解消と業務の標準化

- BPM（Business Process Management）ツールを活用し、業務フローを詳細に可視化することで、非効率な手順や特定従業員に依存している業務を特定します。これを基に標準化を進め、業務をチーム全体で共有できるよう統合します。
- 業務マニュアルとツールを連携し、標準化された業務フローに基づき、操作手順や判断基準をデジタル化された業務マニュアルとして整備します。社員が必要な情報に即時アクセスできる環境を整備します。

• ペーパーレス化の推進

- 電子帳票システムを導入し帳簿や契約書、注文書の電子化を進め、クラウド環境での共有を実現します。これにより、業務全体のペーパーレス化を加速させます。
- 電子帳票システムにより、関係部署間でリアルタイムのデータ共有を可能にし、業務のスピードアップを実現します。また、クラウド環境での管理によりデータのバックアップやセキュリティ対策を強化します。
- 電子帳票を活用したデータ入力や転記作業をRPAと連携させ、業務効率をさらに向上させます。これにより、人的作業の負担を軽減させます。

• 業務の自動化と時間短縮

- RPAを活用することで、データ入力や定型的な作業を自動化し、人的リソースを高付加価値業務へ振り分けます。
- 販売管理システムの刷新とデータ活用をすることで、お客様へ提供する最適な商品価格および送料決定のサプライ品調達プロセスをデータ分析により効率化します。

DX戦略③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）_ 実行計画

2025年の目指す状態

- お客様：業務の標準化が進み、担当者の変更による対応の遅延が減少。より安定したサービスを受けられるようになっている。
- 自社：BPMツールの導入により業務フローが可視化され、業務の属人化を解消できている。電子帳票システム導入の準備が整い、業務のペーパーレス化とデジタル化が進行している。

2026年の目指す状態

- お客様：電子帳票の活用により、書類のやり取りがスムーズになり、手続きの時間が短縮。より迅速な対応が可能になっている。
- 自社：業務マニュアルのデジタル化が進み、社内の業務標準が統一されている。RPA導入により、単純作業の自動化が進み、業務負担が大幅に軽減している。

2027年の目指す状態

- お客様：業務の効率化が進み、より迅速で高品質なサービスを受けることができる。
- 自社：AIとRPAの活用により、業務の大部分が自動化され、生産性が大幅に向上している。ペーパーレス化が完全に定着し、データドリブンな経営判断が可能になっている。この計画を通じて、業務の標準化・ペーパーレス化・自動化を推進し、組織全体の生産性と業務効率を最大化できている。

実施概要	2025年の実施内容	2026年度の実施内容	2027年の実施内容
属人化の解消と業務の標準化	<ul style="list-style-type: none"> 業務フローの可視化とボトルネック特定 操作手順・判断基準のデジタル化と属人化の排除 タスクの整理と業務プロセスの標準化 	<ul style="list-style-type: none"> 全社的な業務プロセスの可視化と継続的な改善サイクルの確立 クラウドベースで操作ガイドを提供し、社員のナレッジ活用を強化 	<ul style="list-style-type: none"> 全社員が業務マニュアルを活用し、業務の属人化をゼロに
ペーパーレス化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 帳簿・契約書・注文書の電子化計画策定 部署間の情報共有を強化し、リアルタイムでアクセス可能に 	<ul style="list-style-type: none"> 契約書・注文書・報告書の完全電子化 データ入力・承認プロセスの自動化を強化 手作業の削減と業務スピードの向上 	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイムのデータ共有と意思決定の高速化を実現 印刷・管理・保管コストの削減を最大化
業務の自動化と時間短縮	<ul style="list-style-type: none"> 繰り返し作業を洗い出し、自動化シナリオの設計 サプライ品調達プロセスの効率化を検討 	<ul style="list-style-type: none"> データ入力・帳票管理・システム連携の自動化を推進 最適な商品価格・送料決定の自動化 在庫管理・発注プロセスの効率化 	<ul style="list-style-type: none"> 人的作業を高付加価値業務へシフト 生産性向上を目的とした次世代DX戦略の策定

DX戦略③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化

- 自社が保有するデータを有効活用し、業務プロセスの効率を最大化するためには、システム間の統合と連携が不可欠です。本戦略では、ERPシステムを活用した情報の一元化、BIツールによるデータ分析、そしてiPaaSを用いたシステム連携を推進し、組織全体の業務の最適化を図ります。販売、在庫、会計、お客様管理などのデータを統合し、部門を超えた迅速な情報共有を実現。さらに、リアルタイムのデータ分析を活用し、非効率業務を特定し改善することで、意思決定の速度と精度を向上させます。システム連携による自動化も進め、業務の重複や属人的な作業を削減し、企業の生産性を大幅に向上させることを目指します。

③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化

• 情報の一元化と迅速なアクセス

- ERPシステムを活用することで、販売、在庫、会計、お客様管理などの業務データを一元管理し、部門横断的に必要な情報へ迅速にアクセス可能な環境を構築します。
- 各部門で使用するデータ形式を統一し、データの信頼性と利用性を向上させます。これにより、従業員が迷わず正確なデータにアクセスでき、意思決定の速度と精度を向上させます。

• データ活用による非効率業務の改善

- BIツールを活用し、業務データを可視化・分析することで、非効率な業務プロセスやボトルネックを特定します。
- BIツール上に、各種KPI（業務効率、売上目標達成率、在庫回転率など）をリアルタイムで表示するダッシュボードを作成、経営層や担当者が即座に課題を把握し、迅速な意思決定を可能とします。
- BIツールで得られたデータを基にPDCAサイクルを徹底し、非効率業務の継続的な改善を図ります。

• システム連携による業務効率化

- iPaaSの活用により、新しいシステムやツールを既存のIT環境に統合します。システム運用負担を軽減しながら、効率的なデジタル環境を構築します。
- 複数の業務システム（ERP、CRM、SFA、会計システムなど）をiPaaSで連携させることで、データの一貫性を保ちつつ、重複作業を削減します。
- iPaaSを活用して各システム間のデータをリアルタイムで同期します。在庫不足が発生した場合に担当者へ自動通知する仕組みを導入し、迅速な対応を可能にします。

DX戦略③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化 _ 実行計画

	2025年の目指す状態	2026年の目指す状態	2027年の目指す状態
	<ul style="list-style-type: none"> 自社：必要な情報に迅速にアクセスでき、業務のスムーズな進行が可能になっている。データの整合性が向上し、信頼性の高い情報を活用できるようになっている。ERPを中心としたデータ統合基盤を整備し、業務システムの連携を開始している。BIツールを活用したデータ可視化の準備を進め、業務のボトルネックを分析できる環境を構築できている。 	<ul style="list-style-type: none"> 自社：リアルタイムに可視化されたデータを活用し、より迅速で正確な意思決定が可能になっている。業務の効率化が進み、手作業の負担が軽減できている。ERP・BI・iPaaSを本格運用し、各システムのデータをリアルタイムで連携できている。AIを活用した業務改善モデルを導入し、業務プロセスの最適化を推進できている。 	<ul style="list-style-type: none"> 自社：AIを活用した最適な提案やサービスを受けられ、業務がよりスムーズに進行している。必要な情報がリアルタイムで提供され、意思決定の精度が向上している。全システムを統合し、AIを活用した業務最適化モデルが確立している。データドリブン経営が定着し、業務プロセスの自動化と効率化が完了している。組織全体の生産性が最大化され、競争力が向上している。データ統合とシステム連携による業務の最適化を実現し、迅速かつ的確な意思決定が可能となっている。
実施概要	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
情報の一元化と迅速なアクセス	<ul style="list-style-type: none"> 販売・在庫・会計・お客様管理の統合計画策定 各部門で使用するデータ形式の統一化とガバナンス確立 既存データの整理・移行計画の策定と試験運用) 	<ul style="list-style-type: none"> 各部門間の情報共有とプロセス統合を推進 データフォーマットの完全統一とデータガバナンス強化 	<ul style="list-style-type: none"> 経営戦略のシミュレーションと最適な意思決定の実現
データ活用による非効率業務の改善	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイムKPIダッシュボードの設計・導入 非効率業務の特定と改善優先順位の決定 業務改善アクションのデータベース化 	<ul style="list-style-type: none"> ダッシュボードを全社展開し、リアルタイムモニタリングを標準化 非効率業務を自動検出し、改善提案を自動化 KPI変動に応じた改善アクションの自動提案 	<ul style="list-style-type: none"> 業務効率化を予測し、最適な改善提案を自動生成 リアルタイム分析精度を向上 業務プロセスの最適化ルールを自動調整し、柔軟な対応を実現
システム連携による業務効率化	<ul style="list-style-type: none"> ERP、CRM、SFA、会計システムの連携準備 各システム間のデータ連携テストと管理 在庫不足・業務異常のリアルタイムアラート準備 	<ul style="list-style-type: none"> ERP・CRM・SFA・会計システムのシームレス連携を実現 手作業負担を削減し、データの一貫性を強化 問題発生時の即時対応を可能に 	<ul style="list-style-type: none"> 全データを一元化し、全業務のシームレス連携を実現 業務プロセスのほぼ全てをデータと自動化により効率化 データドリブン経営とAI主導の業務最適化モデルを確立

DX戦略③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上

- 本戦略では、WMS（倉庫管理システム）や受発注システムを導入し、在庫・注文管理をリアルタイム化。EDIやERPとの連携により、業務の一元管理を実現し、手作業を削減します。また、ワークフローの自動化やRPAを活用し、経費申請・勤怠管理・データ転記などの定型業務を効率化。AI OCRの導入で入力ミスを防ぎ、電子承認システムで業務の透明性を向上させます。この標準化・自動化により、業務スピードと正確性を高め、より戦略的な業務へとシフトできる体制を構築します。

③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上

・ 手作業からシステム化へ

- WMS（倉庫管理システム）の導入により、在庫管理の手作業を排除し、入出庫データをリアルタイムで更新することで、在庫の見える化を実現します。これにより、欠品や過剰在庫といった問題を未然に防ぎ、在庫回転率を向上させます。また、バーコードスキャナーやRFIDを活用することで、現場でのデータ入力スピードと正確性を強化します。
- 受発注業務をシステム化することで、注文内容の入力、確認、処理を自動化します。特に、取引先とのEDI（電子データ交換）を活用することで、注文情報や請求書情報を自動的に取り込む仕組みを構築します。この自動化により、作業工数の削減と注文処理のスピードアップを実現します。
- WMS、受発注管理システム、会計システムやERPを連携させることで、部門間のデータ共有を円滑にし、業務全体の一元管理を実現します。

・ 定型業務の自動化

- 定型的なデータ処理、申請承認、タスク管理をワークフローオートメーションツールで自動化します。例えば、経費申請や勤怠管理などの内部プロセスを自動化することで、業務のスピードアップと担当者の負担軽減を図ります。
- 複数システム間で繰り返し行われるデータ転記作業をRPAで自動化することで、人的リソースを高度な業務に集中させます。

・ 人的ミスの軽減

- 紙の書類からデータを読み取る際に、AIを組み込んだOCR技術を活用することで、手書き文字や印刷文字をデジタル化します。これにより、手入力ミスを削減すると同時に、入力プロセスの速度を向上させます。
- データ入力時にリアルタイムでエラーチェックを行う仕組みを導入し、入力ミスが発生した際に即座に修正を促すことで、業務品質の向上を図ります。
- 紙ベースで発生しがちな紛失や記載ミスを防ぐため、電子署名やデジタル承認プロセスを導入します。これにより、承認プロセスが効率化され、業務の透明性も向上させます。

DX戦略③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上 _ 実行計画

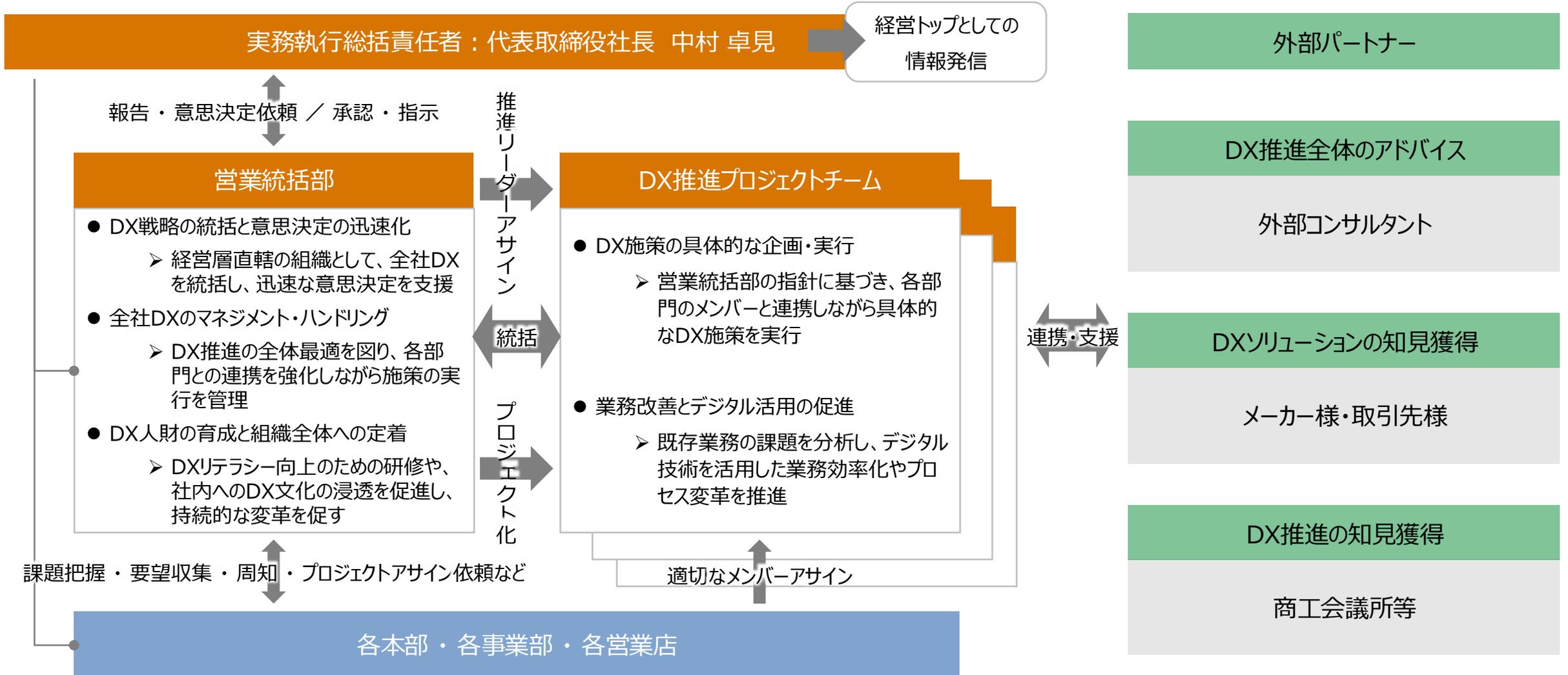
	2025年の目指す状態	2026年の目指す状態	2027年の目指す状態
	<ul style="list-style-type: none"> 自社：データの一元管理が進み、在庫・受発注の可視化が向上している。取引の透明性が高まり、スムーズな業務対応が可能になっている。WMS・受発注システムの導入準備が進み、ERPとの連携計画を策定している。RPA・AI-OCRの試験導入により、自動化の可能性を検証している。 	<ul style="list-style-type: none"> 自社：注文から納品までの処理が迅速化し、ミスが減少している。リアルタイムな在庫管理により、より正確な納期回答が可能になっている。WMS・受発注管理システムの本格運用を開始し、ERP・会計システムと統合できている。ワークフローの自動化を拡大し、業務の標準化を強化できている。 	<ul style="list-style-type: none"> 自社：業務全体がスムーズに連携し、注文・在庫・請求などの手続きが短縮できている。WMS・ERP・会計システムの完全統合が完了し、業務の完全自動化を達成できている。AIを活用した最適化により、業務品質と生産性が最大化できている。
実施概要	2025年の実施内容	2026年の実施内容	2027年の実施内容
手作業からシステム化へ	<ul style="list-style-type: none"> 在庫管理の可視化とリアルタイム管理の準備 データ入力の精度向上と手作業削減 取引先とのデータ交換の効率化 部門間のデータ共有の標準化 	<ul style="list-style-type: none"> 在庫データのリアルタイム管理と業務の属人化解消 EDI連携の最適化と注文処理の完全自動化 部門間のデータ共有とリアルタイム同期の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 部門間のデータをリアルタイムで連携 需要予測と在庫最適化を自動化 紙・手作業ゼロのプロセスを確立
定型業務の自動化	<ul style="list-style-type: none"> 経費申請・勤怠管理のデジタル化 データ転記・定型業務の自動化準備 	<ul style="list-style-type: none"> 社内業務プロセスのデジタル化を拡大 経理・営業事務・サプライチェーン管理の定型業務を自動化 データ転記・業務フローのリアルタイム同期 	<ul style="list-style-type: none"> 人的作業の削減と業務負担の最適化 業務プロセスの一元管理と最適化 AIがPDCAサイクルを自動提案
人的ミスの軽減	<ul style="list-style-type: none"> 紙書類のデジタル化と手入力ミス削減 データ入力時のミス防止機能の実装準備 契約書・社内承認ワークフローのデジタル化 	<ul style="list-style-type: none"> 紙書類の削減とデータ変換の高速化 AIが入力ミスを予測・未然に防ぐ仕組みを確立 契約・承認プロセスの完全ペーパーレス化 	<ul style="list-style-type: none"> 手書きデータの100%デジタル変換を実現 データ品質の向上と業務の正確性向上 契約プロセスの完全デジタル化

戦略を効果的に進めるための体制の提示

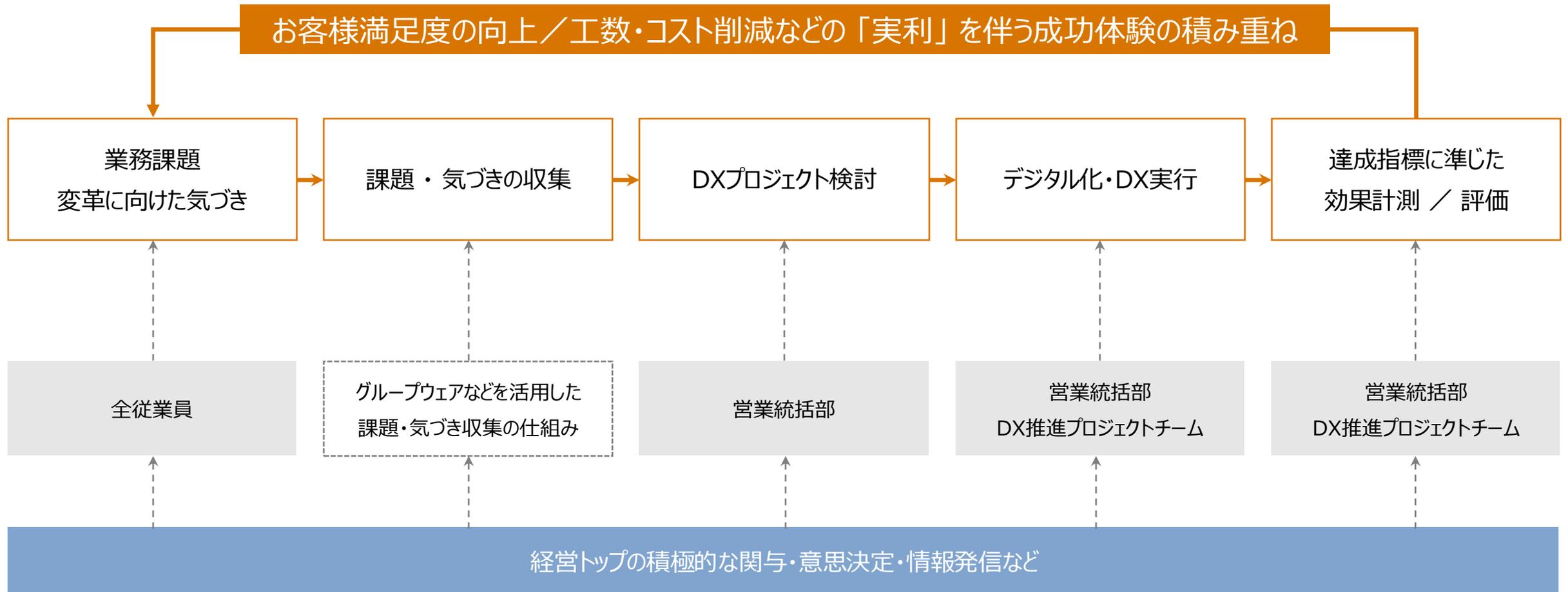
DX戦略の推進_組織づくり

DX戦略の推進に必要な体制・組織について

- 「実務執行総括責任者：代表取締役社長 中村 卓見」の直轄部署である、「営業統括部」に全社的なDXをマネジメント・ハンドリングする役割を持たせております。
※新たなDX専門部署を設立するよりも、経営層を含めた意思決定スピード及び社内影響力などを考慮して、実態にフィットしており、円滑にDXが推進できると判断しました。
- また、DX戦略及びDX推進計画を基にDX推進プロジェクトを複数立ち上げつつ、実務を担う現場からのメンバーアサインをした上で全社を巻き込んで推進していく体制といたします。



- お客様満足度向上／工数・コスト削減など、「**実利**」を伴う**成功体験**を重ねつつサイクルを回すことで、持続可能なDX推進を目指します。



戦略を効果的に進めるための体制の提示

DX戦略の推進_デジタル人材の育成・確保

- **デジタル人財の確保・育成戦略①：社内文化の浸透と横断的コミュニケーションによるDX推進基盤の構築**
- **デジタル人財の確保・育成戦略②：デジタルスキル向上とDXリーダー育成による組織変革の推進**
- **デジタル人財の確保・育成戦略③：データドリブン文化を醸成する仕組みの構築**
- **デジタル人財の確保・育成戦略④：人財確保のための柔軟な採用戦略とキャリア支援**

デジタル人財の確保・育成戦略①：社内文化の浸透と横断的コミュニケーションによるDX推進基盤の構築について

- DXの成功には、単なるツールの導入だけでなく、組織全体の意識変革と横断的なコミュニケーションの活性化が不可欠です。本戦略では、タレントマネジメントシステムやオンライン会議ツールを活用し、定期的な1on1ミーティングや研修を通じて「ソッカルチャー」を浸透させ、社員一人ひとりが主体的にDX推進に取り組む環境を整備します。さらに、グループウェアやチャットツールを活用し、部門を超えたプロジェクトの推進や情報共有を強化することで、組織全体の生産性とエンゲージメントを向上。これらの施策を通じて、DX推進の基盤となる「企業の一体感」と「デジタル活用の定着」を実現します。

• ソッカルチャーの浸透とDX意識の醸成

- ▶ タレントマネジメントシステムやオンライン会議ツールを活用し、定期的な1on1ミーティングや部門横断的なディスカッションを実施します。これにより、社員一人ひとりが会社の文化や価値観を深く理解し、主体的に業務改善やDX推進に取り組む意識を醸成します。
- ▶ DX推進に向けた教育プログラムとして、社内文化やDXの目的を理解するための研修／オンデマンド学習／eラーニングを定期的実施します。
- ▶ 個人の目標と会社のビジョンの連携として、タレントマネジメントシステムを活用し、社員のキャリアビジョンと企業のDX戦略を結び付けます。
- ▶ 成果共有の場の設置として、成功事例や改善の進捗を共有することで、社員全体のモチベーションを向上させます。

• 横断的コミュニケーションの活性化と一体感の醸成

- ▶ 社内のグループウェアやチャットツールを活用し、エリアや部門の壁を越えたスムーズなコミュニケーションを促進します。これにより、社員同士のつながりを強化し、企業全体の生産性向上と一体感を生み出します。
- ▶ 横断的なプロジェクトチームの編成として、オンライン会議ツールを活用し、部門を超えたプロジェクトを推進。多様な視点を取り入れ、固定観念にとらわれない柔軟な解決策を生み出します。
- ▶ 定期的な交流イベントの開催として、オンライン会議を活用した全社員参加型のワークショップや懇親会を定期的実施。これにより、スキルや経験を共有し、新たなアイデアの創出を促進します。
- ▶ リアルタイムな情報共有として、チャットツールやグループウェアを活用し、最新の業務情報や成功事例を即時共有。社員全体で状況を把握し、迅速な対応を可能にします。
- ▶ 従業員満足度調査の実施として、定期的に従業員の意見を収集し、課題解決に取り組むことで、従業員エンゲージメントを向上させます。

デジタル人財の確保・育成戦略②：デジタルスキル向上とDXリーダー育成による組織変革の推進について

- DXを推進するためには、全社員のデジタルスキル向上と、組織をリードするDXリーダーの育成が不可欠です。本戦略では、マーケティングツール、SFA/CRM、RPA、AIツールなどの実践的な研修を体系化し、職種ごとに必要なスキルを効果的に習得できる環境を整備します。さらに、ノーコードツールを活用したハンズオン形式のトレーニングや、自社データを活用した分析演習を通じて、即戦力となる人財を育成。また、DXリーダー育成プログラムでは、デジタルスキルの強化だけでなく、部門横断的な連携を推進するリーダーシップトレーニングを実施し、組織全体の変革を支える人財を育てます。定期的なワークショップや評価制度を導入し、継続的なスキル向上を支援。これらの施策を通じて、企業全体のDX推進を加速し、持続的な競争力強化を実現します。

• デジタルスキル研修の導入と実践型トレーニング

➤ 基礎スキル研修の体系化

- ✓ マーケティングツール（MA、BIツール）、SFA/CRM、RPAやAIツールの活用方法を体系的に教育し、社員全体のスキルを向上させると共に、職種別に特化した研修で、業務に直結するスキルを提供します。

➤ 実践型トレーニングの強化

- ✓ 自社データを使った分析からの提案訓練やノーコードツールなどハンズオン形式のワークショップにより、現場で活かせるスキルを向上させ、即戦力人財を育成します。

➤ 学習進捗の可視化

- ✓ タレントマネジメントシステムでスキル習得状況を可視化し、効果的なフィードバックを実施します。

• デジタルリーダー育成プログラム

➤ DX推進リーダーの選出と育成

- ✓ 各部門でDXリーダーを選出し、デジタルスキルやリーダーシップを強化します。部門横断的な調整役として育成します。

➤ 専門研修とリーダーシップ強化

- ✓ 高度なデータ分析やAI活用スキルを提供し、組織変革を推進する能力を育成すると共に、リーダーシップトレーニングで、チームマネジメントや意思決定能力を向上させます。

➤ 部門間連携の強化

- ✓ リーダー間の定期ワークショップを通じ、成功事例の共有と課題解決を推進します。

➤ 成果の評価と継続支援

- ✓ 定期的な評価とフィードバックを行い、必要なトレーニングやリソースを追加提供します。

デジタル人財の確保・育成戦略③：データドリブン文化を醸成する仕組みの構築について

- 競争力を強化するためには、全社員がデータを活用できる環境とスキルを備えることが不可欠です。本戦略では、BIツールやデータ分析の基礎を習得する研修を実施し、職種ごとの特化型教育や継続的なeラーニング環境を整備。実務データを活用したワークショップを通じて、社員が日常業務の中でデータを活かせる力を養います。さらに、データ分析を活用した提案や成果を評価し、インセンティブ制度を導入することで、積極的なデータ活用を促進。成功事例を社内で共有し、提案コンテストを実施することで、データドリブンな組織文化の定着を図ります。加えて、データプラットフォームを構築し、部門間でのデータアクセスを向上させることで、情報の一元管理とデータ品質の向上を実現。これにより、企業全体の意思決定の精度を高め、DX（デジタル変革）を加速させます。

• データリテラシー教育の強化

- BIツールやデータ分析の基礎を全社員に教育し、実務データを活用したワークショップを実施します。
- 職種ごとの特化型研修や継続的なeラーニング環境を整備します。

• データ活用のインセンティブ設計

- データ分析に基づく提案や成果を評価し、インセンティブや表彰を実施します。
- 部門や個人ごとにデータ活用目標を設定し、推進します。

• 成功事例の共有と文化定着

- 定期的に成功事例を発表し、社内提案コンテストを開催します。
- 事例データベースを構築し、全社員が共有・活用できる仕組みを整備します。

• データ活用基盤の整備

- データプラットフォームを構築し、部門間でのデータアクセスを向上させ、データ品質を高め、自動化ツールで分析業務を効率化します。

デジタル人財の確保・育成戦略④：人財確保のための柔軟な採用戦略とキャリア支援について

- DXを成功させるためには、即戦力となるデジタル人財の確保と既存社員のスキル強化が不可欠です。本戦略では、デジタルスキルを有する中途採用を強化し、DX推進に貢献できる人財を積極的に確保。さらに、リモートワークやフレックスタイム制度を活用し、多様な働き方を提供することで、優秀な人財が働きやすい環境を整備します。また、ITベンダーやデータ分析の専門家と連携し、プロジェクト単位で最新の専門スキルを補完。外部研修や資格取得支援を通じて、社員が継続的にスキルを向上できる体制を構築します。加えて、タレントマネジメントシステムを活用し、社員一人ひとりの目標管理とキャリア成長をサポート。DX推進に貢献した社員には、昇進機会や適切な評価を提供し、組織全体のモチベーション向上を図ります。

• 柔軟な採用戦略

- 即戦力人財の採用強化のため、デジタルスキルを有する中途採用を重点的に推進し、DX推進に貢献できる即戦力を確保します。
- 多様な働き方の提供のため、リモートワークやフレックスタイム制度を活用し、柔軟な働き方を実現。これにより、優秀な人財を採用しやすい環境を整備します。

• 社外専門家との連携

- 専門スキルの補完のため、ITベンダーやデータ分析の専門家をプロジェクト単位で活用し、必要なスキルを柔軟に補完します。
- 外部リソース活用のため、社外研修プログラムや資格取得支援を提供し、最新スキルを社員が獲得できる環境を構築します。

• キャリア成長支援

- 目標管理のため、タレントマネジメントシステムで社員の目標を管理し、1on1ミーティングでキャリアパスを明確化します。
- 適切な評価とモチベーション向上のため、DX推進に貢献した社員に昇進機会や評価制度を充実させ、意欲を高めます。

- DXの成功には、戦略を推進できる「人材」の確保と育成が不可欠です。本計画では、2025年から2027年にかけて、組織全体のDX推進を支える人材戦略を4つの重点施策に基づいて段階的に実行します。2025年はDX基盤の整備として、社内文化の醸成やスキル研修を開始し、タレントマネジメントシステムを導入。2026年には、専門スキルの強化とリーダー育成を加速し、データドリブンな意思決定を組織に浸透させます。そして、2027年にはDX推進の自走化を実現し、継続的なスキルアップ体制やデータ活用の標準化を確立。これにより、持続可能なDX組織を構築し、競争力のある企業へと進化を遂げます。

2025年：DX基盤の整備と組織文化の醸成	2026年：スキル高度化と組織変革の推進	2027年：全社DXの定着と人材戦略の最適化
<p>1. 社内文化の浸透と横断的コミュニケーションの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> DXマインドセットの醸成：DX推進の目的・ビジョンを全社員に浸透させる研修・オンデマンド学習を実施 タレントマネジメントシステムの導入：個人のキャリア目標とDX推進計画を結びつけ、社員の成長を可視化 横断的コミュニケーションの強化：グループウェア・チャットツールを活用し、部門横断のプロジェクトを始動 <p>2. デジタルスキル向上とDXリーダー育成の土台づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> 基礎デジタルスキル研修の開始：BIツール、SFA/CRM、RPA、AIツールの基本活用研修を実施 DX推進リーダーの選定：各部門からDXリーダーを選出し、リーダーシップ育成プログラムを開始 スキル習得状況の可視化：タレントマネジメントシステムで学習進捗を管理 <p>3. データドリブン文化の定着に向けた準備</p> <ul style="list-style-type: none"> データリテラシー教育の導入：BIツールを活用したデータ分析研修を全社員向けに実施 成功事例の共有開始：社内DXコンテストを開催し、データ活用事例を蓄積 <p>4. DX推進に向けた柔軟な採用・キャリア支援の開始</p> <ul style="list-style-type: none"> 即戦力人材の中途採用強化：DX推進に必要なデジタルスキルを持つ人材を積極採用 外部専門家との連携開始：ITベンダーやデータアナリストと連携し、実務で活用できるスキルを社内に取り入れる キャリア成長支援の仕組み作り：1on1ミーティング制度を導入し、社員のキャリア目標とDX戦略の連携を強化 	<p>1. DX文化のさらなる定着と部門間連携の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> DX成功事例の発信：定期的なDX事例発表会を実施し、成功事例を全社で共有 全社員向けDX研修の義務化：eラーニングと対面研修の組み合わせでDXマインドセットを強化 部門横断プロジェクトの本格運用：多様な視点を取り入れた新規DXプロジェクトを展開 <p>2. デジタルスキル研修の高度化とリーダーシップ強化</p> <ul style="list-style-type: none"> 専門スキル研修の強化：高度なデータ分析、AI活用、ノーコード開発などの研修を展開 DXリーダーの本格育成：リーダー間の定期ワークショップを実施し、実践的な課題解決スキルを向上 実践型トレーニングの推進：自社データを活用したリアルな課題解決ワークショップを実施 <p>3. データドリブン文化の確立とインセンティブ設計</p> <ul style="list-style-type: none"> データ活用の業績評価連携：データ分析による意思決定を業績評価に反映 社内データ提案コンテストの開催：データ活用のアイデアを社内から募り、実践支援 <p>4. 柔軟な採用戦略とキャリア成長支援の本格運用</p> <ul style="list-style-type: none"> リモートワーク・フレックスタイムの拡大：多様な働き方の実現による優秀な人材の確保 社外研修・資格取得支援の拡充：外部プログラムへの参加機会を提供し、継続的なスキル向上を支援 	<p>1. DX推進の自走化と組織変革の完了</p> <ul style="list-style-type: none"> DXリーダーの組織全体への展開：リーダーを各部署で活用し、継続的なDX推進体制を構築 横断的DXプロジェクトの定常化：業務改善を継続的に行う仕組みを確立 <p>2. デジタルスキルの完全定着と進化</p> <ul style="list-style-type: none"> スキルアップアップデートプログラムの運用：最新技術に対応できる継続学習の仕組みを導入 社内DX認定制度の導入：DXスキルの標準化と社内評価制度の確立 <p>3. データドリブン文化の完全実装</p> <ul style="list-style-type: none"> データ活用の標準化：全業務におけるデータ分析と活用の習慣化 データ品質向上と自動化の促進：データプラットフォームの最適化と自動分析システムの導入 <p>4. 採用・キャリア戦略の最適化</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタル人材の採用拡大と育成強化：社内外での育成・採用戦略を最適化し、持続的な人材確保を実現 キャリア成長支援の強化：DX貢献度を評価基準に組み込み、成長を促進

2025年：DX基盤の整備と組織文化の醸成	2026年：スキル高度化と組織変革の推進	2027年：全社DXの定着と人財戦略の最適化
<ul style="list-style-type: none"> • DX推進教育プログラムの設計打合せ：月1回 • オンデマンド学習環境の選定 • タレントマネジメントシステムを活用し、上司とキャリアビジョンの共有・方向性打合せ：月1回 • オンライン会議・チャットツールを活用した部門横断プロジェクトの始動：月1回 • SFA/CRM/RPA/AIツールの活用研修：月1回 • 各部門からDXリーダーを選出し、リーダーシップ育成を開始 • タレントマネジメントシステムを活用し、社員の学習進捗を把握：月1回 • BIツールを活用したデータ分析研修を全社員向けに実施：全10回 • ソリューション提案大会で作成した資料のデータ蓄積と活用：年1回 • HPやSNSを活用し、デジタルスキルを持つ人財の積極採用：毎日更新) • 外部専門家と提携し、社内活用可能なデジタルスキルを学習：月1回 • 1on1ミーティング制度を活用し、社員と上司間でキャリアビジョンの共有：月1回 	<ul style="list-style-type: none"> • ソリューション提案大会を開催：年1回 • e-ラーニング + 対面研修の定期実施：月1回 • 部門横断のプロジェクトを継続：月1回 • ノーコード開発の外部研修に開発部門が参加：月1回 • DXリーダー同士のワークショップを実施：月1回 • BIツールの分析情報とカオナビのデータを活用し、業績評価を反映：年1回 • BIツールの活用アイデアを社内から募集：月1回 • リモートワーク・フレックスタイムの導入により、多様な働き方を実現 • 社外研修や資格取得をオンライン・対面形式で実施し、継続的なスキル向上：全社員 年1回以上 	<ul style="list-style-type: none"> • ソリューション提案大会の継続開催 • 部門横断プロジェクトの継続：月1回 • 外部機関と提携し、最新技術に対応できる継続学習会を開催：月1回 • タレントマネジメントシステムを活用し、DXスキルの標準化と評価制度を確立：年1回 • 全業務においてBIツールを活用し、データ分析の習慣化：週1回 • 社内外での育成・採用戦略を最適化し、持続的な人財確保を実現 • DX貢献度を評価基準に追加し、社員のDXへの取り組みを促進：年1回

最新の情報処理技術を活用するための環境整備の具体的方策の提示

DX戦略の推進_ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- 以下の 3つのDX戦略（合計7項目）を掲げ、組織全体のデジタル活用を加速します。

- **DX戦略①：お客様対応品質の高位平準化を目指したデジタル活用**

- ①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング）
- ①-2：営業プロセスのデジタル化
- ①-3：データ活用と意思決定の高速化

- **DX戦略②：社内人財配置の最適化に向けたデジタル活用**

- ②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化

- **DX戦略③：生産性向上と業務プロセスの変革に向けたデジタル活用**

- ③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）
- ③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化
- ③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上

DX戦略①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング） _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- デジタルチャネルの強化は、企業の成長に不可欠な要素となっています。お客様が必要な情報をスムーズに取得し、最適な意思決定を行える環境を整備することは、自社の競争力向上にも直結します。本計画では、2025年から2027年にかけて、Web・SNS・メールマーケティング・オンラインセミナー・展示会といったデジタル接点を統合し、お客様体験を向上させるためのITシステム環境整備の方策を示します。基盤構築から自動化・高度化、最終的な完全統合フェーズまで、デジタルタッチポイントの最適化を段階的に進めることで、シームレスな情報提供とデータ活用の最大化を実現します。

実施項目	2025年	2026年	2027年
Web上での意思決定支援	<ul style="list-style-type: none"> CMS（コンテンツ管理システム）の導入・刷新 動画・ドキュメント管理システムの導入 	<ul style="list-style-type: none"> インタラクティブコンテンツプラットフォームの導入 	<ul style="list-style-type: none"> AIによるお客様ニーズ予測システムの導入 インタラクティブ導入支援ツールの開発（Chatbot + AIアシスト機能）
鮮度の高い情報提供と分析	<ul style="list-style-type: none"> SNS管理ツールの導入 メールマーケティングツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> SNS分析・AIレコメンドエンジンの導入 高度なパーソナライズマーケティング機能の実装 	<ul style="list-style-type: none"> AI・機械学習を活用した動的コンテンツ生成する技術やサービスを導入
最適な情報提供素材の分析	<ul style="list-style-type: none"> BIツールを導入し、データ分析基盤の構築 	<ul style="list-style-type: none"> BIツールを活用しリアルタイムデータ分析ダッシュボードを構築 	
お客様接点の多様化	<ul style="list-style-type: none"> オンラインセミナー配信ツールの導入 展示会・内覧会向けのデジタル情報提供システムの導入（QRコード・Webを連携させた商品・サービス説明など） 	<ul style="list-style-type: none"> ライブデモ実施ツールの導入 イベント管理プラットフォームの導入 	<ul style="list-style-type: none"> 全チャネル統合型CXプラットフォームの導入 次世代お客様接点技術（メタバース・VR活用）の試験導入

DX戦略①-2：営業プロセスのデジタル化 _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- 営業プロセスのデジタル化は、業務効率の向上だけでなく、お客様への最適な提案を実現する鍵となります。本計画では、2025年にSFA・BIツール導入による営業データの一元管理と可視化を推進し、2026年にはAIを活用した営業予測や価格最適化を導入。2027年には、AI商談準備やハイブリッド営業モデルを確立し、営業プロセスの完全デジタル化を目指します。これにより、迅速で的確な提案が可能となり、営業の生産性とお客様満足度を最大化します。

実施概要	2025年	2026年	2027年
お客様に正しく、広く、価値を伝える提案力の強化	<ul style="list-style-type: none"> SFA（営業支援システム）の導入・強化 BIツールの導入とSFA・販売管理システムとの連携 ナレッジ共有システムの導入 	<ul style="list-style-type: none"> AI営業予測分析ツールの試験的導入 提案テンプレート管理システムの試験的導入 	<ul style="list-style-type: none"> AIによる自動商談準備システムの導入 BIツール・AIを活用した営業戦略の完全データ化
オンラインセールスの実現	<ul style="list-style-type: none"> オンライン商談ツールの標準化 クラウド型見積システムの選定・導入準備 	<ul style="list-style-type: none"> クラウド型見積システムの完全導入と運用最適化し、SFA・販売管理システムとの完全連携 電子契約システムの導入 リモート営業支援ツール 	<ul style="list-style-type: none"> ハイブリッド営業モデル（オンライン×対面）の統合システムの構築 AIアシスタントによるオンライン商談の最適化 VR・メタバースを活用した営業プレゼンテーションツールの試験的導入
商品価値と価格提案の最適化	<ul style="list-style-type: none"> 販売管理システムの見直し・最適化 価格分析ツールの導入 お客様満足度調査ツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> SFAと販売管理システムの統合強化 AIを活用したダイナミックプライシングの試験的導入 商品価値とお客様満足度データ分析基盤の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 価格提案のリアルタイム最適化システムの導入 カスタマイズ価格提案システムの構築 サブスクリプション管理システムの導入

DX戦略①-3：データ活用と意思決定の高度化 _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- データドリブン経営を実現するため、販売管理システム・SFA・BIツールを統合し、営業・経営判断の迅速化とお客様課題解決の高度化を推進します。2025年はデータ統合基盤の構築とワークフローのデジタル化を進め、営業・承認プロセスを効率化。2026年はAI分析と自動提案の導入により、データ活用を高度化。2027年にはリアルタイム経営判断とAI最適化の完全実装を目指します。本計画により、迅速かつ精度の高い意思決定を可能にし、お客様対応の質とスピードを飛躍的に向上させます。

実施概要	2025年	2026年	2027年
データ活用によるお客様の課題解決支援	<ul style="list-style-type: none"> データ統合基盤（DWH）を構築し、販売管理システム・SFA・BIツールを統合 BIツールの導入・SFAとの連携 お客様分析ツールの試験的導入 	<ul style="list-style-type: none"> AI分析ツールの導入 商談機会や提案内容を自動的に提言するレコメンドエンジンの試験的導入及び開発 	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイム分析基盤の強化 BIダッシュボードの高度化
承認・決定プロセスの効率化と迅速な経営判断の実現	<ul style="list-style-type: none"> ワークフローシステムの選定・導入 ワークフロー可視化ツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> ワークフローシステムとSFAを統合 承認プロセス自動化ツールの試験的導入 	<ul style="list-style-type: none"> AI自動承認システムの本格運用 経営判断のダッシュボードを完全自動 完全データドリブンな経営体制への移行
お客様の声の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> QRコードを活用したオンラインアンケートシステムの導入 VOCデータ管理ツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> VOC分析ツールのAI化（テキストマイニング技術を想定） フィードバックデータを活用したPDCAモデルの確立 アンケートデータと購買履歴の統合（DWH連携） 	<ul style="list-style-type: none"> VOCデータのリアルタイム解析基盤の確立 商品・サービス開発及びカスタマーサポートとVOCデータを完全統合 AIによるお客様対応の最適化

DX戦略②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化 _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- 自社の成長には、最適な人員配置と迅速な意思決定が不可欠です。本計画では、データとAIを活用した人財配置の最適化を目指し、2025年から2027年にかけてIT環境を整備します。2025年では、SFA・BIツールを導入し、業務負荷やお客様分布を可視化。2026年では、AIによる人員需要予測とスキルマッチングを強化し、柔軟な人財配置を実現。2027年では、AIを活用したリアルタイム配置最適化とデータ統合を完了し、業務効率の向上と迅速なお客様対応を実現します。

実施概要	2025年	2026年	2027年
エリアごとのお客様分布と社員の業務負荷分析	<ul style="list-style-type: none"> SFA（営業支援システム）とBIツールの統合 商圈分析ツールの導入 業務負荷データの収集基盤の構築 	<ul style="list-style-type: none"> SFA・マーケティングツールの完全統合 リアルタイム業務負荷モニタリングシステム 	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイム人財配置最適化システムの本格運用 AIベースのリソースマネジメントシステム
人員配置の最適化とスキルマッチング	<ul style="list-style-type: none"> タレントマネジメントシステムの導入 HRデータ分析ツールとSFAの統合 	<ul style="list-style-type: none"> タレントマネジメントとAI分析の統合 柔軟な人員配置計画の展開 	<ul style="list-style-type: none"> AI×タレントマネジメントの統合 長期的なキャリアパス設計の最適化
各部署間の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> チャットツール・位置情報アプリの試験導入 タスク管理・業務分担ツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> チャットツール・位置情報アプリの完全運用（Slack + GIS連携） AIチャットボットの導入 部門横断の情報共有ダッシュボードの導入 	<ul style="list-style-type: none"> 全社横断のデータ統合基盤 リアルタイム対応のAIアシスト
予測分析の導入	<ul style="list-style-type: none"> AI需要予測ツールの選定 BIダッシュボードを活用したリアルタイムデータ共有 	<ul style="list-style-type: none"> AIによる人員需要予測の高度化 リアルタイム人員調整システムの試験的導入 	<ul style="list-style-type: none"> AI予測と経営ダッシュボードの統合

DX戦略③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）_ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- 業務の標準化・自動化・ペーパーレス化は、組織の生産性を向上させる上で不可欠です。本計画では、業務の属人化を解消し、デジタルツールを活用した業務の最適化を段階的に実現するための取り組みを示します。2025年に業務の可視化と標準化の基盤を整備し、2026年に自動化とペーパーレス化を本格展開、2027年にはAIを活用した完全自動化を実現し、組織全体の業務効率を最大化することを目指します。

実施概要	2025年	2026年	2027年
属人化の解消と業務の標準化	<ul style="list-style-type: none"> BPM（業務プロセスマネジメント）ツールの導入 ナレッジ共有・デジタル業務マニュアルの作成 業務標準化ツールの導入 	<ul style="list-style-type: none"> BPMツールの本格運用開始 デジタル業務マニュアルのクラウド運用 	<ul style="list-style-type: none"> デジタル業務マニュアルのAI検索機能強化
ペーパーレス化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 電子帳票システムの選定・導入準備 クラウド環境の構築とデータ共有基盤の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 電子帳票システムの全社展開 ワークフローの最適化 電子帳票システムとRPAの統合 	<ul style="list-style-type: none"> 電子帳票データを基盤とした経営分析 コスト削減と業務最適化
業務の自動化と時間短縮	<ul style="list-style-type: none"> RPA導入計画の策定・試験導入 販売管理システムの見直し・最適化 	<ul style="list-style-type: none"> RPAの本格運用 販売管理システムの刷新とデータ活用の高度化 サプライチェーンの最適化 	<ul style="list-style-type: none"> RPA・AIを活用し、業務プロセスの90%以上を自動化 販売管理・調達・価格決定の完全データ化とAI最適化

DX戦略③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化 _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- 本計画では、2025年から2027年にかけて、ERP導入・BIツール活用・iPaaSによるシステム連携を推進し、業務の非効率を解消。AIを活用したデータ分析と自動化により、迅速な意思決定を実現します。2025年はデータ統一とシステム連携の基盤を構築、2026年はAI活用による業務改善の高度化、2027年には完全なシステム統合とデータドリブン経営を確立。この取り組みにより、業務効率を最大化し、企業の生産性を飛躍的に向上させます。

実施概要	2025年	2026年	2027年
情報の一元化と迅速なアクセス	<ul style="list-style-type: none"> ERPシステムの導入準備・要件定義 データ標準化ツールの導入 データマイグレーション基盤の準備 	<ul style="list-style-type: none"> ERPシステムの本格運用開始 マスターデータ管理（MDM）システムの導入 	<ul style="list-style-type: none"> ERP・BIツールのデータ活用を標準化し、全社レベルでの迅速な意思決定を確立 AIによる意思決定支援システムの本格導入 ダッシュボードによる経営層・現場のリアルタイム連携強化
データ活用による非効率業務の改善	<ul style="list-style-type: none"> BIツールの選定と試験運用 業務プロセスのボトルネック分析基盤の整備 PDCAサイクルの基盤整備 	<ul style="list-style-type: none"> BIツールの本格運用 AIを活用した業務改善予測モデルの導入 PDCAサイクルの確立と自動化 	<ul style="list-style-type: none"> AIが業務効率化を予測し、最適な改善提案を自動生成 BIツールの高度化により、リアルタイム分析精度を向上 業務プロセスの最適化ルールをAIが自動調整し、柔軟な対応を実現
システム連携による業務効率化	<ul style="list-style-type: none"> iPaaS（システム統合プラットフォーム）の選定と統合計画策定 API管理ツールの導入 リアルタイム通知機能の試験的導入 	<ul style="list-style-type: none"> iPaaSによる各業務システムの本格統合 システム間データのリアルタイム同期最適化 在庫不足・業務異常のリアルタイム通知システムの導入 	<ul style="list-style-type: none"> iPaaSを活用したシステム統合の完全運用

DX戦略③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上 _ ITシステム環境 及び ITシステム環境整備計画

- デジタル技術を活用し、業務の標準化と自動化を進めることで、業務の属人化を解消し、生産性と正確性を大幅に向上させます。2025年は、WMSや受発注管理システムの導入準備を進め、ワークフローのデジタル化やAI-OCRを試験運用し、基盤を整備します。2026年には、本格的なシステム運用と自動化を推進し、RPAによる業務の効率化や、ERPとデータ連携を強化。最終フェーズの2027年には、AIとRPAの統合により、業務プロセスの完全自動化を実現し、人的ミスの排除と業務品質の最大化を目指します。このロードマップを通じて、データドリブンな意思決定と業務効率の向上を実現し、企業の競争力を強化します。

実施概要	2025年	2026年	2027年
手作業からシステム化へ	<ul style="list-style-type: none"> WMS（倉庫管理システム）の導入計画策定 バーコードスキャナー・RFID導入の試験運用 受発注業務のシステム化準備（EDI導入の要件整理 WMS・受発注システムとERP・会計システムの連携計画策定 	<ul style="list-style-type: none"> WMSの本格運用開始 受発注管理システムの全社展開 WMS・受発注管理システム・ERPのシームレス連携 	<ul style="list-style-type: none"> WMS・受発注管理システム・ERP・会計システムのデータ統合 AI活用による在庫管理の最適化 業務の完全デジタル化
定型業務の自動化	<ul style="list-style-type: none"> ワークフローオートメーションツールの選定・試験運用 RPA導入計画の策定・対象業務の洗い出し 	<ul style="list-style-type: none"> ワークフローオートメーションの全社展開 RPAの適用範囲拡大 RPAとERPのデータ連携強化 	<ul style="list-style-type: none"> RPAとAIを活用した業務フローの完全自動化 全社的なタスク管理とワークフローの統合 データ分析による業務改善の自動化
人的ミスの軽減	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの試験運用開始 リアルタイムエラーチェックシステムの検討・設計 電子署名・デジタル承認プロセスの試験導入 	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの本格運用とデータ入力の完全自動化 リアルタイムエラーチェックの強化 電子署名・デジタル承認の標準化 	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの高度活用 データ入力のリアルタイム最適化（AIによるエラーチェック・修正の自動化） 電子署名・デジタル承認の完全実装

戦略の達成状況に係る指標の決定

成果指標の設定・DX戦略の見直し

- 以下の 3つのDX戦略 (合計7項目) を掲げ、組織全体のデジタル活用を加速します。

- **DX戦略① : お客様対応品質の高位平準化を目指したデジタル活用**

- ①-1 : デジタルタッチポイントの強化 (デジタルマーケティング)
- ①-2 : 営業プロセスのデジタル化
- ①-3 : データ活用と意思決定の高速化

- **DX戦略② : 社内人財配置の最適化に向けたデジタル活用**

- ②-1 : データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化

- **DX戦略③ : 生産性向上と業務プロセスの変革に向けたデジタル活用**

- ③-1 : 属人化の解消と業務負担の分散化 (生産性向上)
- ③-2 : データ統合とシステム連携による業務効率の最大化
- ③-3 : 標準化と自動化で生産性と正確性を向上

DX戦略①-1：デジタルタッチポイントの強化（デジタルマーケティング） _ DX戦略の達成度を測る指標

実施項目	2025年	2026年	2027年
Web上での意思決定支援	<ul style="list-style-type: none"> ナビゲーション・デザイン・構造の最適化し、公式WebサイトのUX/UI改善と情報整理完了 業界ごとの事例を整備するなど、導入事例・活用ガイドの作成：5件 CMS（コンテンツ管理システム）・動画・ドキュメント管理システムの導入・刷新完了 SEO対策・SNS連携の強化を実施し、公式HPのPV数：5,000件/月の達成 	<ul style="list-style-type: none"> インタラクティブコンテンツプラットフォームの導入完了 導入事例や商品・サービス情報を条件検索可能なツール：各ページに1件設置 	<ul style="list-style-type: none"> カスタマイズ可能な情報提供・導入シミュレーション機能など、インタラクティブ導入支援ツールの開発 お客様のWeb上での行動データを収集：6,000件/月
鮮度の高い情報提供と分析	<ul style="list-style-type: none"> Instagramフォロワー数：2,000人／インプレッション：5,000件/月 X フォロワー数：420人／インプレッション：5,000件/月 	<ul style="list-style-type: none"> Instagramフォロワー数：3,000人／インプレッション：6,000件/月 X フォロワー数：660人／インプレッション：6,000件/月 	<ul style="list-style-type: none"> Instagramフォロワー数：4,000人／インプレッション：7,000件/月 X フォロワー数：900人／インプレッション：7,000件/月
最適な情報提供素材の分析	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットとなるお客様への直接アプローチとして、メールマガジンの定期配信開始：1件/月 BIツールの導入・データ分析基盤の構築完了 	<ul style="list-style-type: none"> BIツールを活用したリアルタイムデータ分析ダッシュボードの構築 	<ul style="list-style-type: none"> AI・機械学習を活用した動的コンテンツ生成技術・サービスの導入完了
お客様接点の多様化	<ul style="list-style-type: none"> オンラインセミナー配信ツールの導入完了 小規模オンラインセミナーの試験運用：3回 デジタル情報提供システム（QR＋Web誘導型）の導入完了 展示会・内覧会でのデジタル情報提供：10商材 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインセミナーの定期開催：1回/月 ライブデモ実施ツールの導入完了 ライブデモ実施：2回/月 イベント管理プラットフォームの導入完了 展示会・内覧会などの来場者データ収集：100件 	<ul style="list-style-type: none"> 全チャネル統合型CX（カスタマーエクスペリエンス）プラットフォームの導入完了

DX戦略①-2：営業プロセスのデジタル化 _ DX戦略の達成度を測る指標

実施項目	2025年	2026年	2027年
お客様に正しく・広く、 価値を伝える提案力の強化	<ul style="list-style-type: none"> SFAの活用推進：オンライン指導・相談 3回/月 案件管理・営業進捗ダッシュボードの作成：月1回の会議で活用 過去の提案内容のデータ化：営業チーム全体で1,560件登録 	<ul style="list-style-type: none"> SFAの全社的な定着と商談データの蓄積加：20,370件の商談データ蓄積 成約確度の予測と次のアクション提案の自動化試験運用：6ヵ月 提案テンプレート管理システムの試験導入 受注率向上のための提案資料の自動作成と最適化試験運用：1人あたり3件 	<ul style="list-style-type: none"> AIによる自動商談準備システムの導入完了 売上予測・商談成約率の自動分析と意思決定の最適化：商談成約率60%
オンラインセールスの実現	<ul style="list-style-type: none"> 「リモート・オンライン営業モデル」の試験的運用開始：3ヵ月 クラウド型見積システムの選定・導入完了 見積作成の効率化とデータ連携：SFA・販売管理システムとの統合で見積作成・受発注入力時間20%削減 	<ul style="list-style-type: none"> 電子契約システムの導入完了 ペーパーレス契約商材およびサービスの拡充：12点 リモート・オンライン営業モデルの比率引き上げ：オンライン営業比率30% 	<ul style="list-style-type: none"> ハイブリッド営業モデル（オンライン×対面）の統合システム構築完了 自動議事録作成・フォローアップの自動化 VR・メタバースを活用した営業プレゼンテーションツールの試験導入：活用テンプレート5件
商品価値と価格提案の最適化	<ul style="list-style-type: none"> 価格分析ツール・お客様満足度調査ツールの導入完了 商品・サービス価値向上のためのフィードバック収集：30,600件 価格とサービスの最適化によるデータドリブンな価格決定：商品・サービスの価格最適化100% 	<ul style="list-style-type: none"> AIを活用したダイナミックプライシングの試験的導入 商品価値とお客様満足度データ分析基盤の整備 データを活用した新たな付加価値サービスの検討開始 	<ul style="list-style-type: none"> 価格提案のリアルタイム最適化システムの導入完了 AIを活用した価格戦略の完全最適化：粗利率40%の達成 サブスクリプション管理システムの導入完了 サブスクリプションモデルの検討：5件

DX戦略①-3：データ活用と意思決定の高度化 _ DX戦略の達成度を測る指標

実施概要	2025年	2026年	2027年
データ活用によるお客様の課題解決支援	<ul style="list-style-type: none"> DWHの構築とBIツールの導入完了 お客様分析ツールの導入とSFA連携を開始：クロスセル分析を活用し、1社あたり15の商材を抽出 	<ul style="list-style-type: none"> AI分析ツールの導入と営業KPIの自動集計：夜間更新で50,000件を翌営業日に可視化 レコメンドエンジンの試験導入：お客様の購入傾向分析を基に、1社あたり3件/月の提案を自動化 	<ul style="list-style-type: none"> 基幹システムとDWHのリアルタイム連携を完成 DWHとBI分析の高度化を実現（ダッシュボード上に管理会計データを即時表示できる環境を構築）
承認・決定プロセスの効率化と迅速な経営判断の実現	<ul style="list-style-type: none"> ワークフローシステムの選定・導入完了：フロー化申請書類10種類、平均決裁日数を2営業日短縮 業務プロセスの分析と改善の実施 	<ul style="list-style-type: none"> SFA・ワークフロー・見積システムの連携開始：通常見積の決裁完了を平均1時間以内に短縮 限定的な権限移譲を実施し、条件に応じた承認の自動化を開始：自動化率40%を達成 	<ul style="list-style-type: none"> AIによる自動承認プロセスの導入開始：蓄積データを基に承認率90%を達成） 管理会計資料のBIダッシュボードへの完全移行
お客様の声の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> QRコードを活用したアンケートを開始し、回答率20%を達成 VOCデータ管理ツールの選定とテスト導入を開始 	<ul style="list-style-type: none"> VOC分析ツールを導入し、各メディアで行っていた情報収集手法とデータを一元管理：100% VOC分析ツールとDWHを連携し、お客様のニーズや課題を提言する仕組みを構築 	<ul style="list-style-type: none"> VOCデータ発生をトリガーに解析を行い、SFAと連携し、カスタマーサポート・担当営業に自動発報：100% ニーズや購買履歴をもとにAIがWeb上でお客様対応を行い、必要な情報をメールで自動送信

DX戦略②-1：データ活用によるエリアごとの最適な人員配置と部署間の連携強化 _ DX戦略の達成度を測る指標

実施概要	2025年	2026年	2027年
エリアごとのお客様分布と社員の業務負荷分析	<ul style="list-style-type: none"> SFAとBIツールの統合環境の構築完了 商圈分析ツールの環境構築完了 業務負荷データの収集基盤の構築完了 試験運用で特定されたシステム課題の改善率：90% 業務負荷評価基準の策定：10点 業務負荷評価基準に対するデータ収集率：70% 	<ul style="list-style-type: none"> SFA・マーケティングツールの完全統合環境の導入完了 リアルタイム業務負荷モニタリングシステムの導入完了 業務負荷評価基準に基づく過負荷エリアの検知率：70% 	<ul style="list-style-type: none"> SFA・マーケティングツールの完全統合環境の運用定着 リアルタイム業務負荷モニタリングシステムの完全定着 人財配置分析結果のマッチング成功率：80%
人員配置の最適化とスキルマッチング	<ul style="list-style-type: none"> タレントマネジメントシステム環境の構築完了 HRデータ分析ツールとSFAの統合環境の構築完了 全社員のスキル・実績情報のデータ化率：90% 業務負荷×人財スキルマッチング基準の策定：30件 	<ul style="list-style-type: none"> タレントマネジメントシステムとAI分析の統合環境の構築完了 社員スキル・実績データの更新頻度：半年に1回 社員スキル・実績データの更新率：80% 人財配置分析結果のマッチング成功率：60% 	<ul style="list-style-type: none"> スキルアップ計画の自動提案適合率：70% 人財配置分析結果のマッチング成功率：80%
各部署間の連携強化	<ul style="list-style-type: none"> チャットツール・位置情報アプリの試験導入完了 タスク管理・業務分担ツールの導入完了 試験運用により挙げたシステム課題の改善率：90% 	<ul style="list-style-type: none"> チャットツール・位置情報アプリの完全運用開始 AIチャットボット環境の構築完了 部門横断の情報共有ダッシュボード環境の構築完了 チャットツール利用アクティブ率：70%/日 移動時間短縮率：20% 	<ul style="list-style-type: none"> 全社横断のデータ統合基盤環境の構築完了 リアルタイム対応のAIアシスト機能の組み込み完了
予測分析の導入	<ul style="list-style-type: none"> AI需要予測ツールの選定完了 需要予測および人財配置計画の試行利用：3回 	<ul style="list-style-type: none"> リアルタイム人員調整システムの試験的導入完了 試験運用により挙げたシステム課題の改善率：90% AIによる人財配置予測精度適合率：70% 	<ul style="list-style-type: none"> AI予測と経営ダッシュボードの統合の完了

DX戦略③-1：属人化の解消と業務負担の分散化（生産性向上）_ DX戦略の達成度を測る指標

実施概要	2025年	2026年	2027年
属人化の解消と業務の標準化	<ul style="list-style-type: none"> BPMツールの導入・3か月稼働テスト デジタル業務マニュアルの作成：月5件 業務標準化ツールの導入・3か月稼働テスト 	<ul style="list-style-type: none"> BPMツールの本稼働開始 業務マニュアルのクラウド移行完了 	<ul style="list-style-type: none"> クラウド移行した業務マニュアルのAI検索機能の活用：月30回
ペーパーレス化の推進	<ul style="list-style-type: none"> 帳簿・契約書・注文書・報告書の電子化運用方法の策定：打合せ月2回 電子化ツールの選定：打合せ月2回 データ共有基盤の整備：打合せ月1回 	<ul style="list-style-type: none"> 受取/発行の契約書・注文書の電子化テスト稼働：半年運用 帳簿の電子化テスト稼働開始：半年運用) データ共有基盤の整備内容を基にワークフロー機能の整備・メンテナンス：月1回 	<ul style="list-style-type: none"> 帳簿・契約書・注文書・報告書の電子化の本稼働開始 申請業務のワークフローシステム100%化
業務の自動化と時間短縮	<ul style="list-style-type: none"> DM等を活用し、お客様送料負担の周知：500件/月 お客様ランク（LANK）の整備と価格見直し 内勤業務の繰り返し作業の洗い出し：打合せ1回/月 	<ul style="list-style-type: none"> ランク別価格設定を販売管理システムに反映し、半年試験導入 業務洗い出しを基にRPA導入を選定し、半年試験運用 	<ul style="list-style-type: none"> 販売管理システムとRPAシステムの本稼働開始

DX戦略③-2：データ統合とシステム連携による業務効率の最大化 _ DX戦略の達成度を測る指標

実施概要	2025年	2026年	2027年
情報の一元化と迅速なアクセス	<ul style="list-style-type: none"> 現在使用している販売・在庫・会計・顧客管理システムのERP連携に向けた選定完了 重複マスターデータの洗い出し、マスターデータ管理システムの選定：打合せ1回/月 	<ul style="list-style-type: none"> ERPシステムの試験導入・測定と評価：エラー率0% マスターデータ管理システムの導入・試験運用：エラー率0% 	<ul style="list-style-type: none"> ERP・マスターデータ管理システムの連携完了 AIによる意思決定支援システムの選定：打合せ1回/月
データ活用による非効率業務の改善	<ul style="list-style-type: none"> BIツールの選定完了 BIツールの設計・導入完了：レポート作成5件 実績データとの数値検証：誤差0 	<ul style="list-style-type: none"> BIツールの全社展開 管理会計資料のバッチ処理によるダッシュボードへの完全移行：資料数40件) 	<ul style="list-style-type: none"> BIツールの定着化 データに基づく意思決定率80% 売上額向上：前年比105%
システム連携による業務効率化	<ul style="list-style-type: none"> iPaaSサービスの選定完了 接続成功率・統合成功率100%、API応答時間5秒以内 	<ul style="list-style-type: none"> 各システム間の連携環境を整備完了、テスト運用開始 手作業負担を従来の50%に削減 	<ul style="list-style-type: none"> 全データを一元管理し、多重入力0件を達成 業務プロセスの自動化により、従来の業務負担を90%削減

DX戦略③-3：標準化と自動化で生産性と正確性を向上 _ DX戦略の達成度を測る指標

実施概要	2025年	2026年	2027年
手作業からシステム化へ	<ul style="list-style-type: none"> WMSの選定完了 RFIDの導入とWMSとの連動準備 受発注管理システムのEDI要件整備・一部社員でテスト稼働 WMS・受発注システム・ERP・会計システムの連携計画策定：月2回の打合せ実施 	<ul style="list-style-type: none"> WMSの本稼働開始 受発注管理システムの全社展開・研修実施 WMS・受発注システム・ERP・会計システムのデータ連携開始 	<ul style="list-style-type: none"> WMS・受発注システム・ERP・会計システムの完全統合完了
定型業務の自動化	<ul style="list-style-type: none"> RPA導入計画策定の打合せ：月2回実施 RPA対象業務の洗い出し：本社を対象に2件) RPAの試験運用・研修：本社2件の業務を対象 ワークフローオートメーションの選定・試験運用開始 	<ul style="list-style-type: none"> RPAの対象業務を営業所に拡大し試験運用：すべての営業所で2件の業務を対象 ワークフローオートメーションの運用研修実施：3回 	<ul style="list-style-type: none"> RPAとAIによる業務フローの完全自動化：従来の業務負担を90%削減
人的ミスの軽減	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの試験運用：3種類の業務で実施 リアルタイムエラーチェックシステムの導入・環境設計完了 電子署名・デジタル承認プロセスの試験導入：既存の決裁書類30%を対象 	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの本格運用：すべての既存業務で導入) リアルタイムエラーチェックシステムの効果検証：打合せ 月1回実施 電子署名・デジタル承認の標準化：既存の決裁書類70%をデジタル承認に移行 	<ul style="list-style-type: none"> AI-OCRの高度活用のための検討：打合せ 月1回 リアルタイムエラーチェックシステムの定着・標準化 電子署名・デジタル承認の完全実装：100%の決裁書類をデジタル承認で運用

サイバーセキュリティに関する対策の的確な策定及び実施

DX戦略の推進_サイバーセキュリティ

- 2023年04月01日に制定した、**情報セキュリティ基本方針**に基づき、全社で情報・サイバーセキュリティ対策に取り組めます。
- 加えて、代表取締役社長をメンバーに含めた「**情報セキュリティ委員会**」を組成して、「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」及び「情報セキュリティ10大脅威」への対策検討を中心として、月1回以上の活動を実施しています。（※2024年の取り組み：「標的型メール訓練の実施」「サーバーデータ復旧訓練の実施」）

情報セキュリティ基本方針

1. 経営者の責任

- 当社は、経営者主導で組織的かつ継続的に情報セキュリティの改善・向上に努めます。

2. 社内体制の整備

- 当社は、情報セキュリティの維持及び改善のために組織を設置し、情報セキュリティ対策を社内の正式な規則として定めます。

3. 従業員の取組み

- 当社の従業員は、情報セキュリティのために必要とされる知識、技術を習得し、情報セキュリティへの取り組みを確かなものにします。

4. 法令及び契約上の要求事項の遵守

- 当社は、情報セキュリティに関わる法令、規制、規範、契約上の義務を遵守するとともに、お客様の期待に応えます。

5. 違反及び事故への対応

- 当社は、情報セキュリティに関わる法令違反、契約違反及び事故が発生した場合には適切に対処し、再発防止に努めます。



セキュリティ対策自己宣言

- 「SECURITY ACTION制度」に基づき、二つ星の自己宣言をしています（自己宣言ID取得日：2023年03月02日）
- 情報セキュリティ基本方針公開ページ

➢ <https://www.chibasokki.co.jp/corporation/bpois/>

 *SOKKI* **SOKKI** グループ