



# 旭マル缶の DX戦略

2026年1月策定



# 1.経営ビジョン

旭マル斗株式会社は、経営理念「暮らしを支えるお手伝い」のもと、ガス事業をはじめとする多様なサービスを通じて、地域の人々の暮らしを支え続けてまいりました。

昨今、少子高齢化や人口減少により社会構造は大きく変化しており、私たちも持続可能な地域社会の実現に向けて、従来の枠組みを超えた変革を求められています。

当社では、サービスの質を維持するにとどまらず、これまで以上の価値をお客様へ提供していくため、デジタルトランスフォーメーション(DX)の推進を経営の最重要課題の一つに位置づけました。

DXへの取り組みを通じて、お客様の潜在的なお悩みや生活トラブルをいち早く把握する体制を構築し、解決策の提案・提供の迅速化を実現します。

また、将来的な人手不足を見据え、社内業務の効率化と自動化を推進します。これにより、お客様へのサービス品質とスピードを共に高めつつ、社員一人ひとりが **豊かさ**と**成長**を実感できる職場環境を整え、「ワークライフハーモニー」の実現を目指してまいります。

## 2. DX化の取組みについて

### 1. 業務プロセスの見直し

当社ではこれまでのアナログ業務（報告書作成や伝票の転記等）を見直し、無駄業務を削減し、必要に応じてデジタル化を行います。またデジタルツールを活用し、業務効率のUP、業務スピードUP、社内コミュニケーションの活性化を図ります。



### 2. データの活用

デジタルツールを活用し、データの集計/分析を効率よく行います。データの活用から、お客様への最適なサービス提案や既存サービスの改善を図り、顧客満足度の向上を目指します。



### 3. 顧客サービスの向上

アナログ手法だけでなく、デジタルツールを用いて、お客様のニーズに合わせた情報提供を行います。WEBを通じて情報提供を行う事で、情報提供のスピードUP、必要な情報の選択をお客様ができるようにします。また、データの活用を通じてお客様が求めるサービスの提供を目指します。





### 3. DX化の具体的な方策

#### 1. 社内業務のデジタル化



当社は以下のシステムを導入することで、これまでアナログで行っていた業務をデジタル化しました。これにより、資料の転記作業や資料の郵送等にかかる時間を短縮し、人為的ミスの発生や属人化の防止、業務の簡素化を行っております。また、外回りの多いサービススタッフにおいては、スマートフォンの支給を行い、外出先でも業務が可能な環境を整えました。これらにより、業務品質の平準化/サービス提供速度の向上を実現します。

 労務管理システム     勤怠管理システム     人事評価システム    ... その他（資料作成や連絡）ツール

#### 2. デジタルマーケティング

既存のお客様だけでなく、当社とお取引のない方へのアンケート等を通じて市場のニーズを把握します。これらの結果から新しいサービスや既存サービスの改善を行い、WEB（ホームページ、SNS）を通してお取引のない方への提案を行います。また、これまで担当者の経験や属人性に依存していた業務判断をデータに基づく判断へ転換し、より最適なご提案を実現します。

#### 2. デジタルマーケティング



## 4. DX達成状況の指標



### 1. 社内業務のデジタル化の指標

デジタルツールを使用する機会を増やしていくことでデジタル化の普及を図ります。



**社内業務デジタル化件数:** 勤怠/労務管理システムで対応していない一般業務の申請や報告書をデジタル化し、業務効率UPを図ります。



**ペーパーレス化件数:** これまで紙で行っていた社内の報告や申請をデジタル化し、使用する紙の削減を図ります。



**社内会議のオンライン化件数:** これまで移動を伴い会場へ集まって行っていた会議を適宜オンライン化し、効率化を図ります。

### 2. デジタルマーケティングの指標



**LINE/SNSアカウントフォロワー数:** 当社の情報発信力を高め、既存のお客様だけでなくお取引のない方へにも情報を届け、サービスの提案や市場のニーズを把握します。



**ホームページアクセス数:** 情報発信後の動きを把握するため、当社ホームページへの流入を定期的を確認し、効果を見ることでより効率のよいサービスや情報発信に繋がります。



# 5. ロードマップ

## Phase 1

### 社内組織・環境の整備



社長をトップとするDX推進のための組織の定義



デジタル化/DX化における社員教育や現場情報のヒアリング及びセキュリティ対策の実施



社員が使いやすいツールの準備とルールの整備

## Phase 2

### お客様向けサービスの構築/データ活用



お客様アンケートによるニーズ取得



既存サービスの改善/新サービスの検討



データ活用による営業DXの実装

## Phase 3

### 社内DX、サービスDXの統合・効果最大化



個別実装しているDXの統合

## 6. DX推進の組織体制

- 旭マル牛では、DX推進を全社的な取り組みとするため、代表取締役をDX推進の総括責任者に配置します。経営視点から方針を定め、主体的にDXを推進します。
- 直下には、施策実行のサポートのため実務責任者（取締役）を置き、DX化を加速させます。
- さらに、実務担当者として組織を横断したメンバーを複数人置き、現場との調整やヒアリングを行い、業務プロセスの改善や施策実行を担います。
- 専門性が高い領域においては、必要に応じて外部の専門家と連携し、内製化できない部分を補完します。

