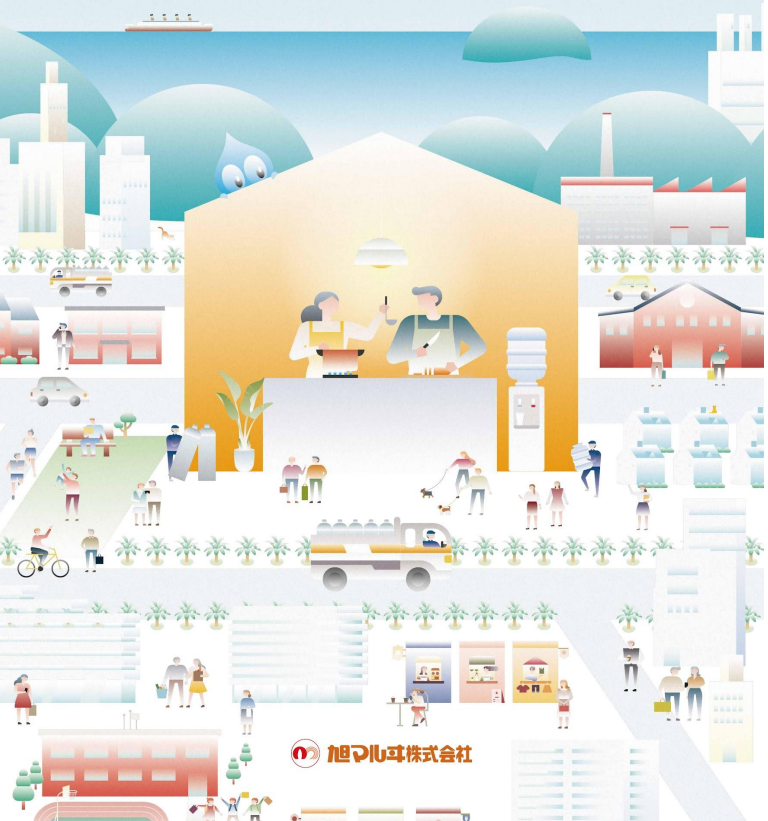




毎日の暮らしに
安全と安心をお届け



 旭化成株式会社

旭マル卒の DX戦略

2026年1月策定



旭化成株式会社

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、人的ミスが発生や属人化の防止、業務の簡策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 ◎ 勤会管理システム ◎ 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。アンケートはGoogleフォームやLINE等のデジタル技術を用いて行い効率化し、属性別に集計を行います。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(LINE、Instagram等))を通して既存のお客様だけでなく、お取引のない方への提案を行います。今までは担当者の経験や属人性に依存していた営業をアンケート結果等のデータに基づく判断へ転換し、サービスを求めているお客様へ提案を行うことにより、効率的な営業と最適なご提案を実現します。

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

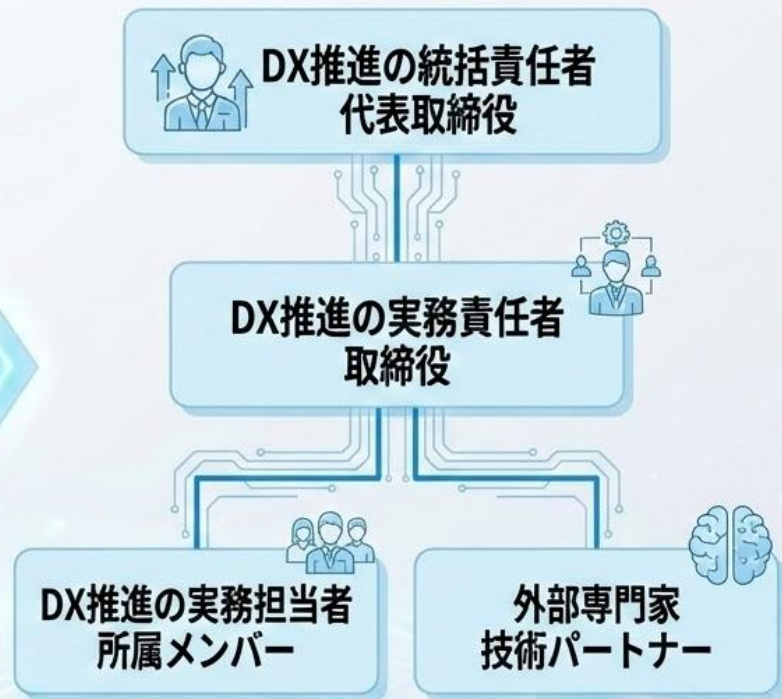
社内DX、サービスDXの統合・効果最大化



個別実装しているDXの統合

6. DX推進の組織体制

- 旭マルホでは、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。



7. DX推進における人材育成・確保に関する基本方針

当社の規模を鑑み、ゼロからエンジニアを育成・採用するのではなく、以下の「ハイブリッド型」の方針を掲げます。



全社員のDXマインド醸成

- 全社員がデジタル技術に対するリテラシーを持ち、業務課題をITで解決する視点（DXマインド）を醸成します。



専門性と実装のハイブリッド体制

- 専門的な技術実装は外部パートナーを積極的に活用しながら、社内では階層別の視点を持ち、「企画・推進・運用」を担う人材を確保・育成します。

8. 人材育成・確保に関する具体的施策

階層別の教育プログラムの実施

社内にIT専門家がない現状を踏まえ、役割に応じた教育を行います。

対象層 	育成の目的 	具体的な施策 
経営層 	意思決定とコミットメント	<ul style="list-style-type: none">・年に複数回開催される大規模な展示会への視察・展示会 で開催される「DXトレンド」・展示会で開催される「DXトレンド・経営戦略セミナー」の受講
推進メンバー 	プロジェクト管理・外部連携	<ul style="list-style-type: none">・外部専門家との定期的な打合せを通じた「DXトレンド・ノウハウ」の知識習得・ITパスポート試験等の資格取得支援・YouTube等のメディアを通じたGoogleWorkspace等の社内システム活用方法の共有／知識習得
一般社員 	デジタルアレルギーの払拭 リテラシーの向上	<ul style="list-style-type: none">・GoogleWorkspace (mail、Chat、Meet、Calendar等) の日常利用の徹底・年1回の情報セキュリティ勉強会の実施

8. 人材育成・確保に関する具体的施策

外部専門家(伴走型支援)の活用とナレッジ移転

「外部に聞く」体制をさらに一歩進め、自社内にノウハウを蓄積する仕組みを施策として盛り込みます。具体的には、外部専門家との定例会議に、次世代リーダー候補を同席させ、IT導入のプロセスを実体験として学ばせます。

デジタル活用を評価する人事制度の検討

「ITを使って業務を改善した」ことを正当に評価する仕組みを作ります。具体的には、評価制度に「デジタルツールを活用した業務改善実績」の評価項目を追加し、業務改善案の立案や実行を評価したり、IT資格取得に対する評価を行います。