

DX計画

DX Plan



目次

- 経営ビジョン
 - デジタル技術による社会環境変化について
 - DXビジョン
 - デジタル活用の方方向性
- DX戦略
 - 具体的な施策
 - 成果指標
 - DX推進体制
 - デジタル人材の育成・確保
 - 環境整備
 - 投資計画

経営ビジョン

「データとデジタル技術で、地域のくらしをもっと便利に安全に」

株式会社美佐伝は、水道工事と小売という二つの事業を通じて地域の基盤と日常を支えてきました。人口減少や働き手不足が進むなか、「どこにいても、誰にでも、速く確実に価値を届ける会社」へ進化します。

デジタル技術による社会環境変化について

地域社会は人口減少・高齢化、人手不足、災害リスクの増大といった課題に直面しています。

さらに、サイバーセキュリティ強化や脱炭素、省人化ニーズが高まっており、AIやIoTを含むデジタル技術の進展は企業活動の在り方を大きく変えつつあります。

当社はこうした変化をリスクではなく**成長機会**と捉え、**積極的に取り入れます。**

経営ビジョン

DXビジョン



社会環境の変化

デジタル活用の方向性

クラウドで拠点データを統合

WEB・ECで顧客接点を強化

データ活用を定着し改善文化へ

クラウドとデータを活用し、

- 業務効率化（施工・販売プロセスの迅速化）
- 顧客接点の強化（WEB・ECによる利便性向上）
- 数値に基づく判断基盤の整備（経験や勘からデータ重視へ転換）

を進め、持続的に価値ある企業を目指します。

D X 戦略

デジタル活用の方向性

クラウドで拠点データを統合

拠点・部署ごとに分散していた販売・在庫・顧客・施工情報をクラウドで一元管理し、全社でリアルタイム共有できる仕組みを構築する。これにより、仕入・人員配置・在庫管理をデータに基づいて行えるようにし、業務効率と利益率を改善する。

具体施策

- クラウド型システムで販売・在庫・顧客データを一元管理。
- 拠点からPC・タブレットで同じ情報を参照可能にする。
- 在庫の過不足を自動通知し、欠品や余剰を防ぐ。



D X 戦略

デジタル活用の方向性

WEB・ECで顧客接点を強化

公式WEBサイトとECサイトを通じて顧客の閲覧・購買・問い合わせデータを蓄積・活用し、施工・販売プロセスに反映する。これにより、従来の「情報提供型サイト」から「データ駆動型の顧客体験」へと変革し、依頼・購入までの流れを進化させる。

具体施策

- WEBサイトに実績・サービス・FAQを整備し、問い合わせフォームを簡素化。
- 問い合わせ内容を分類・蓄積し、商品改善や施工提案に活用。
- 店舗とECの在庫を同期し、販売チャネルを一元管理。
- 売れ筋・繁忙期をデータ分析し、仕入れや人員計画に反映。



D X 戦略

デジタル活用の方向性

データ活用を定着し改善文化へ

顧客管理・請求書システムを基盤に、顧客データ（属性・施工履歴）や販売データ（商品別売上・季節変動）を蓄積・可視化する。これにより、①請求・見積の自動化で事務効率化、②繁忙期・閑散期に応じた仕入れや人員配置の最適化を実現する。将来的には、**現場社員がデータに基づいて改善提案を行える仕組みへ**発展させる。

具体施策

- 顧客・施工・取引データを一元管理し、請求・見積を自動化。
- 現場からスマホ入力を可能にし、本社で即時共有。
- ダッシュボード導入で売上や工事進捗を可視化。
- 改善提案制度を設け、優秀案を全社展開。



D X 戦略

D X 推進体制

区分	役割	担当者	主な職務
最高デジタル責任者 (CDO)	DX方針決定・年間予算（売上3%以上）の確保	代表取締役社長	全社DX推進の統括
DX推進チーム	プロジェクト計画・進捗管理・社内研修	工事部長・小売部長	部署横断の調整と推進
関係部署	クラウドERP運用・経営データ集計	経理・総務	KPI集計・可視化・経営会議への報告

D X 戦略 **D X 推進体制**

デジタル人材の育成・確保

基礎理解（全社員向け）

クラウド操作やセキュリティ基礎を研修し、全員が共通レベルでデータを扱えるようにする。

業務適用設計（DX推進チーム）

主要業務ごとに活用データを洗い出し、効率化の優先度を設定する。

ガバナンス（経営層）

個人情報・顧客データの取扱ルールを「情報セキュリティ基本方針」として策定し徹底する。

効果測定（KPI連動）

進捗を四半期ごとにレビューし、教育や業務改善に反映する。

D X戦略 環境整備

セキュリティ強化：SECURITY ACTION（二つ星）を宣言。

投資計画

年度	主な投資内容	予算規模（目安）
2025年度	顧客管理・請求書システム導入、WEBサイト拡充、MFA対応開始	年間売上の3%以上
2026年度	ECサイト構築、クラウド統合、社員研修強化	年間売上の3%以上
2027年度	サーバー縮小（8台→2台）、AI・IoT導入、BCP訓練強化	年間売上の3%以上

DX戦略 成果指標

区分	指標	2025年度	2026年度	2027年度	種類
工事	担当決定までの時間	60分	20分	10分	③ DX戦略進捗指標
小売	ネット売上比率	5%	15%	25%	② DX効果指標
全社	売上総利益率	18%	22%	25%	① 企業価値創造指標

用語集

クラウドERP

販売・在庫・顧客などのデータを一元管理するシステム。クラウド型なので拠点やデバイスを問わず同じ情報を参照できる。業務効率化や迅速な経営判断に役立つ。

ダッシュボード

売上や工事進捗などの数字をグラフや表で一画面に表示する仕組み。全社員が状況をリアルタイムに共有できる。

データドリブン経営

経験や勘だけでなく、蓄積したデータを基に意思決定を行う経営スタイル。仕入れ・人員配置・販売戦略などを数値で裏づけして改善できる。

O2O（Online to Offline）

WEBやECで集めた顧客を実店舗や工事サービスにつなげる仕組み。デジタルとリアルを組み合わせる顧客体験を強化する考え方。

KPI（重要業績評価指標）

DX計画の進捗を測るための具体的な数値目標。例：売上総利益率、ネット売上比率、工事担当決定までの時間。

情報セキュリティ基本方針

顧客データや個人情報などを安全に管理するための社内ルール。社員全員が守るべき基準を明文化したもの。