

北海道の7社が挑んだDX

道内企業7社がDX認定申請を完了

～経営・人材・デジタルを一体で考えた伴走型ワークショップの歩み～

2026/4/21

経済産業省北海道経済産業局

委託先：株式会社NTT DXパートナー

目次

- 本事業の全体像 P2 ~ 3
- DXの考え方 / 「DX戦略・計画」の必要性 P4 ~ 7
- 本事業を通じた7社の歩み P8 ~ 23
- 本事業を通じた7社の変化 P24 ~ 74

本事業の全体像

2025年度事業の全体像

事業名

令和7年度_地域中小企業人材確保支援等調査・分析（中小企業・小規模事業者における人材戦略策定支援事業）

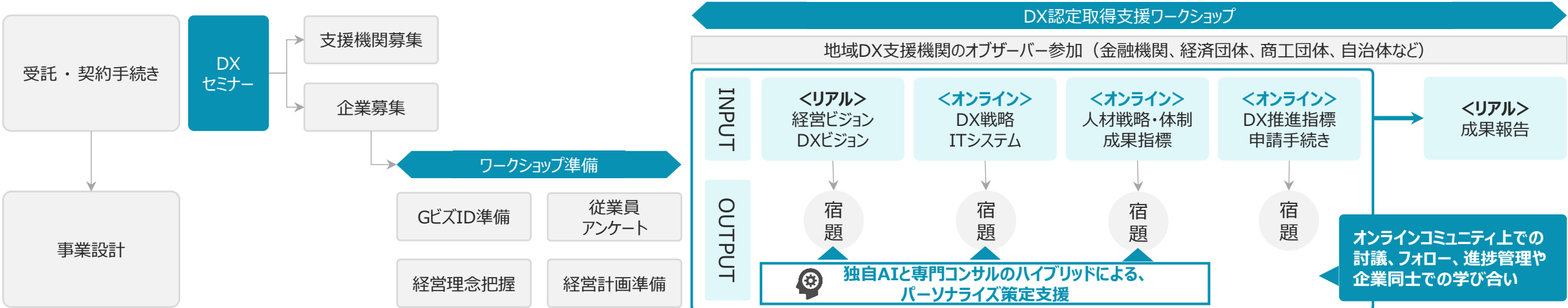
事業目的

地域企業および地域の経営支援機関に対して、経営戦略と人材戦略の一体的推進の重要性を普及・啓発する



中小企業に対し、DX認定制度をフレームワークとして、経営戦略・DX戦略から策定し、デジタル人材育成・確保戦略までを一体的に描く支援を行う。また、その営みを支援機関に学習させることで、地域の本質的なDX推進力を高める。

- 事業区分A：全産業を対象とした人材確保等の支援および経営支援機関の支援能力向上
- 事業区分B：食産業（海外販路拡大に資する人材の活用等）
- 事業区分C：食産業（生産性向上に資する人材育成・確保支援）
- 事業区分D：宇宙産業の発展に資する人材の確保等
- 事業区分E：デジタル人材の確保等の支援**
- 事業区分F：GX（グリーン・トランスフォーメーション）の実現に向けた人材確保等支援



DXの考え方 / 「DX戦略・計画」の必要性

本事業で考えるべき“DX”とは

DXとは、ITツールを導入することではない。

経営の方向性を定め、そこから「人材」と「デジタル」を一体で設計し直すことである。



経営戦略

自社のビジネスモデルや競争優位を見つめ直し
「どこへ向かうのか」を定める



人材戦略

自社のビジネスモデルや競争優位を見つめ直し
「どこへ向かうのか」を定める



デジタル変革

自社のビジネスモデルや競争優位を見つめ直し
「どこへ向かうのか」を定める

この3つを「一本の戦略線上」でつなぎ直すこと。それが、本事業が目指したDXの姿である。









DX認定

を目的に据えるのではなく、効果的なフレームワーク・効果的なマイルストーンとして活用する。

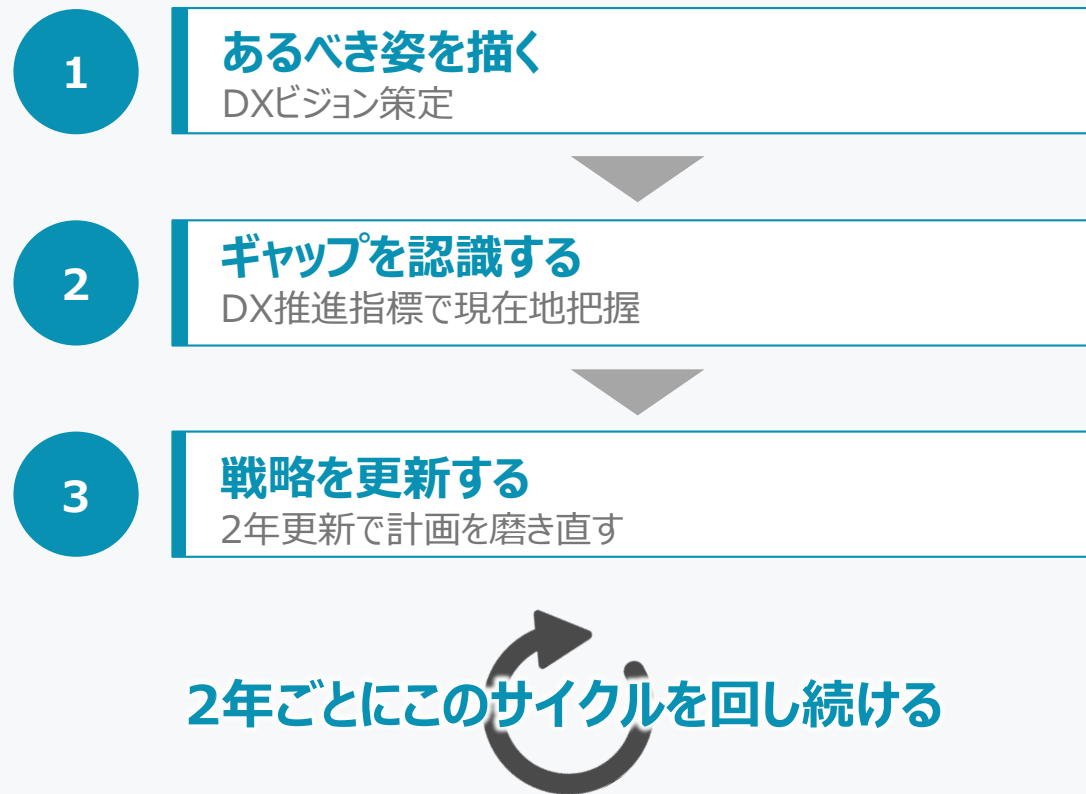
本事業における“DX認定制度”の考え方

DX認定制度は、経営の方向性を定め、それを2年ごとに問い直し続ける「経営の更新装置」である。

DX認定が求めるもの

-  経営ビジョンとDXビジョンの策定
-  DX戦略・実行計画の設計
-  DX推進体制と人材戦略の整備
-  成果指標（KPI）の設定
-  情報セキュリティ対策の実施
-  上記すべてを外部に公開し、社会に宣言

なぜ「2年更新」が重要なのか



- DX認定とは、「IT導入したか」ではなく、「**経営として、デジタルとどう向き合うかを自ら言語化し、社会に約束できる状態にあるか**」を問う制度
- 本事業では、DX認定を「ゴール」ではなく「**経営を更新し続けるためのフレームワーク**」として活用している

企業にとって「DX戦略・計画」が必要な理由

この状態でDXを進めることは、会社にとってリスク・負担でしかない

DXが重要である
という理解はある

一方で

曖昧なままDXが進められていることが多い

- 何から手をつければ良いのか
- 経営計画にどう落とし込めば良いのか
- 結果として会社全体がどう変わるのか

その結果

**DXが「経営の外側の活動」として扱われ、
成果が出る前に減速してしまう。**

DXの失敗パターンは“戦略・計画がない”ことに集約される

① DXが単発施策に終わる

ツール導入など、個別のIT化が“プロジェクトのゴール”になりがち。経営の課題と直結していないため、成果が見えない。

② 組織がついてこない

現場の声を拾っていない状態でDXを進めると、現場の協力が得られず、定着しない。

③ プロジェクトの継続性が担保されない

「誰が何をやるか」が曖昧で、途中で頓挫してしまう。結果として、会社のDXに対する心理的ハードルがさらに高くなる。

DX戦略・計画が果たす役割は、経営の“接着剤”

① 経営課題とDXの“因果関係”を明確にする

何の課題を、デジタルでどう解決するのか。曖昧なDXは失敗するが、課題に紐づいたDXは成果が出る。

② 全社を同じ方向に向かわせる

戦略があると、経営者・管理職・現場の認識が揃う。現場が置いてけぼりにならない。

③ プロジェクトを止めない“根拠”をつくる

戦略に基づくロードマップがあると、「いつ」「何を」「誰が」「どう実行するか」が明確になり、DXが途中で止まらなくなる。

戦略があるからこそ——DXは止まらず、組織はついてきて、会社全体が未来に向けて動き出す。これが、DX戦略・計画をつくる最大の価値であり、必要な理由である。

本事業を通じた7社の歩み

北海道の中小企業が直面している現実

- 人が足りない。DXも進まない。しかし本当の問題は、その二つがバラバラに語られていることにある。

生産年齢人口の減少が止まらず、人手不足は一時的な問題ではなく構造的課題に

広大な地理的条件のもと、人材確保そのものが困難な地域が拡大

DXの必要性は認識されていても、「何から始めればいいのか」が分からない

デジタル人材の不足に加え、「自社に必要な人材像」を描けていない

本当の課題はここにある

経営戦略と人材戦略とDXが
バラバラに検討されている

「分断構造」

経営の方向性が定まらないまま
人を探し、ツール入れる。

その繰り返しが本質的な変革を遠ざけている。

この課題に、7社の企業が向き合った

- 業種、規模、拠点も異なる7社が、「経営・人材・DXを一体で考え直す」ためにDX認定を目指すワークショップに参加した。

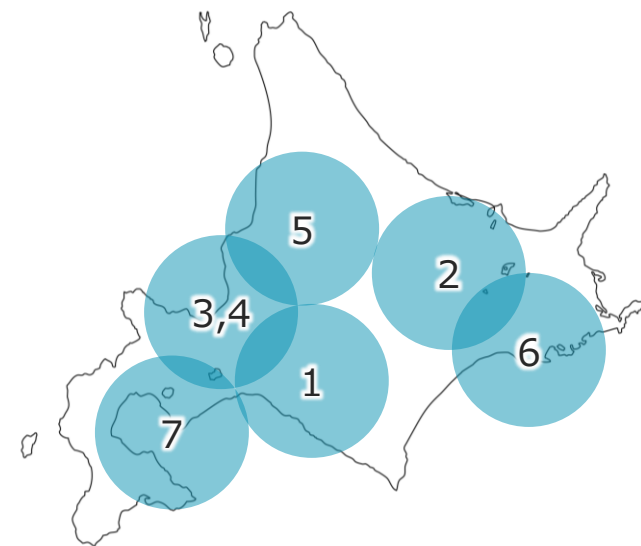


※五十音順で記載

※企業名をクリックすると各社のホームページに遷移します。

参加の動機

- ✓ 「DX認定を取りたい」だけでなく、「自社の将来を本気で考え直したい」
- ✓ 「人が足りない」を嘆くのではなく、「どんな人材が必要かを整理したい」
- ✓ 「ITツールを入れれば解決する」という思い込みから脱却したい



取り組みの全体像

- 約10か月間にわたり、セミナー・ワークショップ・個別伴走を組み合わせたプログラムに取り組んだ。

2025年06月



DXセミナー まず「知る」

- DXの基礎や成功事例を学び、自社の取り組みをイメージする。

2025年10月 ~ 2026年03月



ワークショップ（全5回） 一緒に「考える」

- 経営ビジョン→DX戦略→人材戦略
→KPI→外部公開まで、段階的に自社の戦略を整理・策定

全期間（常時）



個別伴走支援 走り続ける「支え」

- オンラインコミュニティで随時相談を受け、パーソナライズした素案を提示し、「白紙から考える負荷」を軽減



企業が歩んだ5つのステップ

- ワークショップ全5回を通じて、企業は自社の戦略を一つずつ積み上げていった。

1

自社を見つめ直す

経営ビジョン・DXビジョン
ビジネスモデル変革

“

ビジョンと現実の
ギャップに気づいた

2

戦略を描く

DX戦略・実行計画
ITシステム環境整備

“

構想と実行は違くと
痛感した

3

人と体制を設計する

推進体制・組織設計
デジタル人材戦略

“

誰が担うのかを
決める難しさが分かった

4

社会に宣言する

KPI・外部公開文書
DX認定申請準備

“

公開前提で
覚悟が固まった

5

成果を語る

最終成果報告会
取り組みの総括

“

自社の言葉で
語れるようになった

企業に起きた変化① — 考え方が変わった

取り組む前

- × DXはITツールを入れること
- × 人が足りない = 採用を頑張る
- × DX認定を取ることがゴール
- × 「DX計画」という発想すらなかった



取り組んだ後

- ✓ DXは経営戦略そのもの
- ✓ 人材は経営の方向性から逆算して設計する
- ✓ DX認定は変革の通過点にすぎない
- ✓ 自社の競争優位を再定義できるようになった

最も大きな変化

- ワークショップが進むにつれ、企業の議論の中心は、「どのITツールを導入するか」から「自社はどの領域で価値を高めるのか」「そのためにどんな人材が必要なのか」へと移っていった。
- この言葉の変化こそが、経営の前提認識が変わったことを示している。

企業に起きた変化② — 実際に動き出した

全7社が「DX認定取得」に向けて策定したこと

DXビジョンの明文化

自社の将来像を自分たちの言葉で表現

デジタル人材の育成・確保戦略

必要な人材像の定義と育成・確保方針

DX推進体制の再設計

自社の将来像を自分たちの言葉で表現

DX戦略・実行計画／ITシステム整備計画の策定

優先領域と具体的アクションの設計

KPIの設定

DX推進と人材戦略の達成度指標

DX推進基本方針／DX推進戦略全体の外部公開

トップメッセージとともに社会に宣言

その後

88.9% (8/9) が

具体的なDX実行に着手

- ✓ DX人材育成研修（北海道デジタルリスティングプログラム等）を受講開始
- ✓ 社内規程・ガイドラインの改定
- ✓ 他部署とのDX推進議論を開始
- ✓ ITシステム・端末導入の開始
- ✓ 求人票・採用基準の見直し

※7社に対するアンケート調査より (N=9)

※北海道デジタルリスティングプログラム (DREP) : <https://drep.jp/>

企業の声 — 参加企業が語った“リアルな実感”

本ワークショップの総合的な満足度

100% (9/9)

最高評価の「満足」と回答

DXが前進した実感

100% (9/9)

「DXが前進した」と実感

経営ビジョン・DXビジョンの重要性

100% (9/9)

経営ビジョン・DXビジョン起点の流れを
「重要」と評価

専門家からのサポート

77.8% (7/9)

パーソナライズ参考案がなければ
自力では難しかった

※7社に対するアンケート調査より (N=9)

最も評価された支援：



支援者（NTT DXパートナー社）が企業ごとの状況を踏まえた「パーソナライズ参考案」を提示し、それを叩き台に検討を進める方式。中小企業がDX戦略・計画策定で直面する「何を書けばよいか分からない」という障壁を大きく下げた。

取り組んだ企業の実感

- “ 参加前は、「DX戦略・計画を策定する」という発想自体がなかった。このワークショップで初めて、経営とDXを結びつけて考えることができた。
- “ 他社の取り組みを知ることで新たな気づきを得た。集合型だからこそその刺激が大きかった。
- “ 参考案があったからこそ「自社ごと化」が一気に進んだ。ゼロからでは到底たどり着けなかった。

企業の挑戦を支えた3つの工夫

- 限られた期間で、一定水準の成果を全社で出すために、支援側も仕組みを工夫した。

標準化されたテンプレート



DXビジョン、戦略、人材計画、KPI等の共通雛形を用意。

「何を考えればいいか」のガイドラインを提供し、検討の抜け漏れを防ぎながら各社の個性を活かした。

独自開発のAIツールによるパーソナライズ参考案の生成



各社の経営計画書等をAIが分析し、DXビジョンや戦略のパーソナイズ参考案を自動生成。

支援にかかるコンサルタントの工数を約62%削減しつつ、議論の出発点を創出した。

常時つながるオンライン伴走



オンラインコミュニティツールを活用し、企業ごとの専用チャンネルを設置。ワークショップの間も資料共有・質疑応答を随時実施。

「困ったときにすぐ相談できる」環境を構築した。

「雛形 + AI補助 + 常時接続型伴走」により、限られた支援人員でも一定品質の伴走を実現できることが確認された。

参加企業全7社が、DX認定を申請まで完了

SECURITY ACTION (二つ星) 全社取得 / DX推進指標自己診断 全社完了



しかし、DX認定取得は一つの成果にすぎない。より重要なのは、企業の思考と行動が変わったことにある。



自社の将来像を自ら言語化できるようになった

----- 経営層がDXビジョンや人材方針を外部に説明できる状態に到達



人材戦略が「採用」から「能力設計」に変わった

----- 企業が将来必要な能力を定義し、育成・確保の順序を設計するように



DXが「部門の話」から「経営課題」に格上げされた

----- 特定担当者依存から、経営層が関与する推進体制へ



「測定し、公開し、説明する」覚悟が生まれた

----- 戦略を社会に宣言することで、曖昧な表現が自然と淘汰された

取り組んでみて分かったこと

- 成果とともに、企業が実際に直面した難しさや気づきも、次に続く企業への重要な示唆となる。

大変だったこと

日常業務との両立

経営層や重要業務を担う担当者が兼務する中で、ワークショップ間の検討時間を確保するのが最も難しかった。

戦略検討と制度対応の同時並行

DX戦略の議論と、GbizID取得やSECURITY ACTION等の事務手続きが重なることで、瞬間的に負荷が上がった

抽象から具体への落とし込み

ビジョンは描けても、「誰がやるのか」「何を優先するのか」の意思決定に慎重にならざるを得なかった。

意外な発見

- ✔ DX認定制度そのものが、「社内の合意形成装置」として機能した。外部公開・申請プロセスが経営層のコミットメントを引き出す推進圧力に。
- ✔ AIのパーソナライズ参考案は作業効率化以上に、「議論の出発点をつくる」効果が大きかった。「何から考えればよいか分からない」という心理的障壁を解消。

支援機関から見た評価

- 15の支援機関（自治体・産業支援機関など）がオブザーバーとして参加し、以下の評価を寄せた。



※支援機関に対するアンケート調査より（N=9）

支援機関の声

- “ 「各社がDX申請にあたり自社の経営課題や方針を見つめ直す機会となっていた。単にITツールを導入して終わりとならない支援が参考になった」
- “ 「DX導入に比べると時間はかかるが、社内の意識が醸成される作業を経ることで、その後のDX化へのスピードは速いように思う」
- “ 「現場のリアルな声やDX・デジタルに向き合う姿勢を知ることができた」

※ 一方で、自機関での再現には、「人的リソース不足」「経営支援への踏み込みへの躊躇」等の課題も確認された。

これからDXを始めたい企業に伝えたい、4つのこと

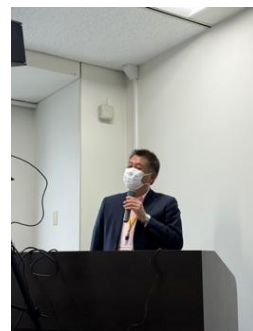
7社の経験から見た、取り組みのポイント

- 1 ITから入らない。経営ビジョンから始める。**
「どのツールを入れるか」ではなく「自社はどこへ向かうのか」を最初に整理することで、すべてがつながる。
- 2 一人で考えない。仲間と考える。**
他社の悩みや気づきに触れることで「自社だけではない」と分かり、議論が前に進む。集合型の力は大きい。
- 3 白紙から始めなくていい。**
参考案やテンプレートがあれば、「何から手をつけるか」で悩む時間を大幅に減らせる。完璧でなくても始められる。
- 4 「宣言する」ことで覚悟が固まる。**
DX推進方針・DX推進戦略を外部に公開することは、社内の意思統一と経営層のコミットメントを強力に後押しする。

北海道経済産業局へ
ご相談ください

今後は、本事業で構築した「北海道モデル」をもとに、フォローアップ支援の設計、支援機関の自走化、他地域への横展開を進めていく。

ワークショップ／ご支援の様子



最終成果報告会_集合写真



「人材不足を嘆く」のではなく
「戦略的に人材を設計する」企業へ

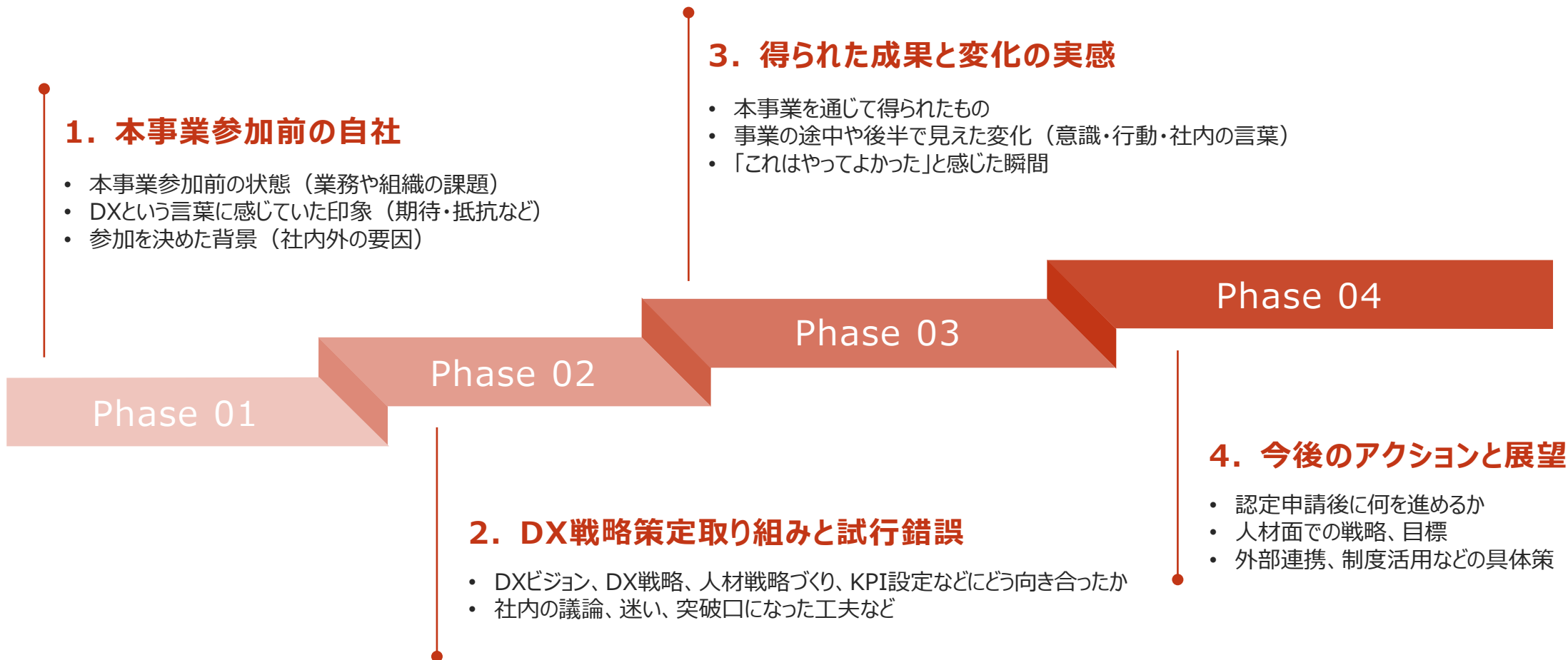
「ITを入れる」のではなく
「経営変革と人材戦略を同時に設計する」企業へ

この変革は、北海道のどの企業でも起こせる。
7社が示したのは、その第一歩の踏み出し方である。

本事業を通じた7社の変化

レポートの構成

- 7社がどのようにしてDX戦略や人材戦略策定を行いDX認定申請まで至ったか、DXワークショップの参加前から参加後にどう変化していったかを、自らの言葉で語っていただきました。



1. 本事業参加前の自社

- 本事業参加前の状態（業務や組織の課題）
- DXという言葉に感じていた印象（期待・抵抗など）
- 参加を決めた背景（社内外の要因）

3. 得られた成果と変化の実感

- 本事業を通じて得られたもの
- 事業の途中や後半で見た変化（意識・行動・社内の言葉）
- 「これはやってよかった」と感じた瞬間

2. DX戦略策定取り組みと試行錯誤

- DXビジョン、DX戦略、人材戦略づくり、KPI設定などどう向き合ったか
- 社内の議論、迷い、突破口になった工夫など

Phase 04

4. 今後のアクションと展望

- 認定申請後に何を進めるか
- 人材面での戦略、目標
- 外部連携、制度活用などの具体策



エム・エス・ケー農業機械株式会社
MSK FARM MACHINERY CORPORATION

Before

本事業参加前

生産性向上が急務の中、基幹システムの刷新という変革期にありました。しかし、社員のITリテラシー不足や主力事業の人材難といった課題があり、DXの必要性は感じつつも、何から着手すべきか分からない状態でした。

【組織・人材】

- 社員の高齢化とPCスキルの不足
- 低いITリテラシーとDX推進人材の不在
- 農業機械整備士の人材不足と採用難

【IT活用】

- 導入済みツール（Microsoft 365）の未活用・未定着
- AIなど新技術導入に関するノウハウの欠如

【経営・事業推進】

- 属人化した業務と低い生産性
- DX推進における全社的な方針の不在

Trigger

参加を決めたきっかけ

ことの始まりは、情報システム部の吉田が抱いた会社の現状に対する強い危機感でした。まず、本ワークショップの説明会に同部署の石井が参加して概要を把握。その内容から、DX認定の取得が現状を打破するきっかけになると確信し、社長に認定取得の推進を直談判いたしました。

社長から「吉田が責任を持って進めるなら」との承認を得て、参加が決定しました。決め手は、このワークショップが会社変革の第一歩になるという期待に加え、DX認定による研修などの費用控除でした。社員のITリテラシー向上に必要な研修コストが長年の課題であったため、この制度が参加を決断する大きな後押しとなりました。

1 ワークショップへの参加

漠然としていた「DX」というテーマを具体化する重要な転機となりました。自社の現状と課題を改めて見つめ直し、本当に目指すべきDXの姿は何かを深く議論する機会を得ました。

各本部長を巻き込み、今後の方針について検討できたことは大きな前進でした。これまで曖昧だったDXの全体像と進むべき道筋が明確になり、経営層の共通認識を醸成することができました。

4 気づきや改善

他社の発表を通じ、多くの企業が我々と同様の課題を抱えていると知り、安堵感を覚えるとともに、共に乗り越える仲間としての意識が芽生えました。

同時に、トップ自らがDXを推進する姿に、変革には経営層の強い意志が不可欠だと痛感しました。この学びから、当社においても経営層をより深く巻き込み、全社一丸で取り組む必要性を再認識しました。

2 各種策定事項への対応

DXビジョン、戦略、KPIの策定にあたり、当社の経営理念や現状を改めて見つめ直し、「何を目指し、今何ができるのか」を再定義しました。

特に戦略やKPIは、現状の延長線上ではない、会社として一段上の成長を目指すための挑戦的な目標を設定。これを計画倒れに終わらせることなく、経営陣が率先して実行していく方針を固めました。

3 社内の議論や迷い

策定した戦略やKPIに対し、当初は「本当に達成できるのか」と社内で戸惑いの声もありました。

しかし、この議論を通じて、DX認定はゴールではなく、計画の実行こそが最も重要だと再認識。目標達成に向け、決意を新たに邁進します。

3. 得られた成果と変化の実感（1/2）

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

- 2030年に農家と周辺関係者を繋ぐハブとなり、新たな価値を創出する会社となる。

DXビジョン

- **農機のその先へ。デジタルで農業をつなぎ、未来を共創する。**

DX戦略

データとAIを全社的に活用し、営業・サービス・管理部門の各プロセスを変革することで、顧客への提供価値を最大化し、変化に強い経営基盤を構築します。

人材戦略

営業・サービス・管理部門の各分野において、データとAIを駆使して変革を牽引する専門人材を育成し、全社的なDX推進体制を構築します。



社内の反応

社内からの直接的な反応はこれからです。今後、具体的な施策を全社に展開する上では、反発も想定されます。そのため、一方的に変革を進めるのではなく、丁寧な対話を通じてビジョンを共有し、理解を求めていくプロセスを重視します。

計画倒れを防ぐためにも、定期的な進捗確認と関係者との密な連携を徹底し、着実に前進させる覚悟です。全社一丸となってこの変革を成功に導いてまいります。



活動を通じて得られたもの

私たち情報システム部にとっては、これまで漠然としていた課題に対し、進むべき道筋を示す「羅針盤」となる明確な目標と戦略を策定できたことが、現時点での最大の成果です。

2026年度以降の成果創出に向け、迷いのない力強い第一歩を踏み出すことができました。



活動を通じた副次的な成果

最も大きな変化は、経営層の意識です。ワークショップを通じて、「DXは我々自身が責任を持ってやり遂げるべき最重要課題だ」という強い当事者意識が生まれました。

同時に、策定した戦略のハードルの高さを現実的に認識したことで、今後の変革を全社で推進していく覚悟が固まりました。

長期的な目標：

DXを企業文化として定着させ、全社員がデータに基づき行動する組織へ変革する。AIによる予防メンテナンスや高度な顧客提案を常態化させ、市場変化に即応できるアジャイルな経営基盤を確立し、企業価値を最大化します。

中期的な目標：

パイロット導入の成果を全社へ横展開し、DX人材の育成・配置を本格化します。顧客データ基盤の構築と主要業務の標準化を完了させ、DXの成果をKPIで可視化しながら、全社的な変革の定着と拡大を図ります。

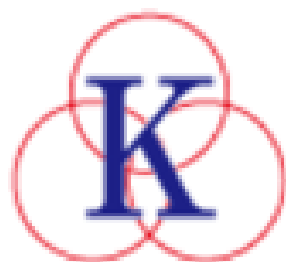
短期的な目標：

DX認定取得を社内に広く周知し、変革への機運を高めます。策定した戦略を具体的な実行計画に落とし込み、対話を通じて現場の理解を得ながら、DX推進の土台を固めます。

「DXは、一体何から始めればいいのか」私たちも、その問いの前で何度も立ち止まる経験をしました。担当者は日々の業務に加え、次々と登場する新しいシステムやIT技術の情報収集に追われ、経営層は具体的なイメージを描ききれない。結果として社内の足並みが揃わず、目指すべき姿も定まらない…。

おそらく多くの企業様が、似たような状況に直面されているのではないのでしょうか。私たちの転機は、本ワークショップへの参加でした。専門家の方々や体系的なフレームワークに触れる中で、DXは単なる技術導入ではなく「**経営課題そのものである**」という、経営から現場までを貫く共通認識が生まれたのです。この認識を拠り所に、私たちは自社の戦略を客観的に見つめ直すため「DX認定制度」の申請に挑戦しました。申請の過程は、自分たちの計画を第三者の視点で言語化し、その解像度を高めていく貴重な機会になったと感じています。これらの経験を通じて実感したのは、DXの第一歩は、壮大な計画を立てること以上に「**自分たちの現在地を正しく知り、進むべき方向を定める**」ことの重要性でした。そして、その推進力は、経営の覚悟と現場の知恵、その両輪が噛み合っ初めて生まれるのだと気づかされました。

DX認定はゴールではなく、ようやく全社的な変革のスタートラインに立てたという証だと考えています。私たち自身もまだ道半ばであり、日々試行錯誤を続けている状況です。このささやかな経験が、これから一步を踏み出す皆様にとって、何かのヒントになれば大変嬉しく思います。



くねっぶ

訓子府機械工業株式会社

Before

本事業参加前

長年現場主導で現場の努力と経験に頼っている状態で、そもそも「デジタル化」、「DX」とは何かということが明確にわかっていない状態でした。

このような中で仕事を回してきましたが、近年ベテラン社員の高齢化が進み、技術やノウハウが属人化したまま次世代への引き継ぎが進んでいませんでした。

IT活用は会計ソフトとFAX程度で、業務改善や効率化の議論はほとんど行われていませんでした。

Trigger

参加を決めたきっかけ

DXとは何か、勉強のため北海道経済産業局のセミナーに参加したのがきっかけです。デジタル化など何もできてない中での不安要素はありましたが、今後新たな取り組みや改善のきっかけとしく参加することといたしました。

当社はこれまで、現場の努力と経験に頼って成長してきましたが、今後の持続的な発展のためには“変化への対応力”が不可欠だと感じていました。

単にITを入れることが目的ではなく、当社の価値をどう磨き直し、時代に合った形に変えていくかを、社員と一緒に考える場にしたいと考えて参加を決断しました

2. DX戦略等策定への取り組みと試行錯誤

1 ワークショップへの参加

- 他社が地域や従業員の未来を真剣に語っていて、私たちも頑張らねばと気持ちが高まりました
- シビックプライドの回では、“訓子府の技術力を次世代につなぐ”という言葉が自分たちのビジョンにもつながると感じ、初めて自社の役割を考えるようになりました。
- KPI策定も通じて、「何を数字で追えば“変化”が見えるのか」という視点を得ました。

2 各種策定事項への対応

DX戦略などを立てるうえで「実現可能か」という点に一番の主眼を置きました。具体的には、まず図面の共有・保管のクラウド化、加工履歴のデータベース化から取り組むことにしました。

KPIでは、作業手順書のデジタル化率（月別進捗）と、加工ミスによる再作業件数など、“見える改善”にフォーカスしました。

4 気づきや改善

- 「**変えること**」ではなく、「**続けたい価値を守るために変わる**」という考え方が社内で共有できました
- 改善活動は現場が主導することで自発性が出ると考えて、計画を見直しました
- 「まずは紙を1枚減らしてみよう」から始めることで、現場の理解が得られやすく、小さくDXを進める習慣が必要ということ学びました

3 社内の議論や迷い

- 従来より「紙のほうが楽だ」「昔からやってきたやり方を変える必要があるのか」という意見は出ていました。
- 今回アンケートを通して、紙からのデータ打ち込みをソフトで簡単に組みめないかなど、これまで経営層が認知していなかった要望が多数でできました。課題は存在しないのではなく、見えていないだけであり、DXのヒントは「現場」にあるということを感じました。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

「働きやすさと品質で、次の世代に誇れる企業へ」

創業以来、農業機械・食品加工機械の「地域にあった商品研究・開発」を重ね、地域産業と職を支える存在として歩んでまいりました。これからもお客さまの声に誠実に向き合い、信頼に応える製品づくりを通じて、社員とその家族が安心して働ける環境を大切に、未来へ誇れる企業であり続けます。品質と働きやすさの両立を追求し、地域社会と共に持続的な成長を実現していきます

DXビジョン

「現場の知をデジタルで未来へつなぎ、地域と共に持続的な成長を実現する」

現場の知恵と経験を核に、デジタルを通じて事業と地域をつなぐ産業プラットフォーム企業へと進化する。農業機械をはじめとした多角的な事業の価値をデータで結び合わせ、農業・生活基盤・地域社会の持続可能な発展に貢献する。社員一人ひとりの工夫や現場の声をデジタルで磨き上げ、未来の世代に知見として継承することで、「地域に根差し、世界へ価値を発信するものづくり企業」を実現する。

DX戦略

- DX戦略テーマ①：現場DX（まず触って“気づき”を生むDX）
- DX戦略テーマ②：顧客管理DX（まずは“お客様を把握する”ことから）
- DX戦略テーマ③：スマートワークDX（まずは“紙→デジタル”の一步から）

人材戦略

- デジタル人材の確保・育成戦略①：現場DXを回せる現場DX推進リーダーを育てる
- デジタル人材の確保・育成戦略②：顧客管理DXを引っ張る顧客データ活用リーダーを育てる
- デジタル人材の確保・育成戦略③：スマートワークDXを支える紙業務改革リーダーを育てる



社内の反応

- 社員から大型ディスプレイに対して、「パーツリストを表示できないか」、「こんな使い方ができないか」といった、具体的なアイデアがでており、現場ではデジタル活用に向けた意識の高まりがみられている。
- IoT機器、経理ソフトの導入などデジタル化に向けた具体的な取り組みが着実に動き始めている。



活動を通じて得られたもの

- ITに詳しい社員がいない中でも、「全部完璧にやらなくても、1歩ずつやる」ことの重要性を実感
- 従業員アンケートをしたことで、「やらされ感」ではなく、「自分たちで改善したい」という声が出た



活動を通じた副次的な成果

- DXビジョン、KPI、推進体制が明文化され、対外的にも自社の方向性が説明できるようになった。
- アンケートを契機に大型ディスプレイの導入が進んだ。
- 拠点間のミーティングのデジタル化がまずは始まりそう。

長期的な目標：社内運用の定着と、データ活用による改善フェーズへ

標準作業や品質改善サイクルを自社内で回す段階を目指します。受注から納品までの流れをシステム上で一貫して運用し、属人性を減らしながら効率と安定性を両立させていきます。顧客管理については、全社的にCRM的な体制を整備し、提案や受注の質をさらに高めることを展望しています。

中期的な目標：データの蓄積と業務基盤の確立

不具合や改善提案をデジタルで記録・共有する体制を整え、現場からの改善が自然に生まれる環境を整備します。業務マスタや用語統一にも取り組み、受発注フローの属人化を減らしながら、情報の一元化を進めていきます。

短期的な目標：小さな“見える化”から着手

図面・作業指示などの紙情報をタブレットで共有し、現場での気づきを可視化。受注・仕入・売上情報をExcelで一元管理し、紙業務の見直しを開始します
顧客台帳の整備を1事業部から試験的に実施します

最初は“うちには無理”と思っていましたが、始めてみると“意外とできることからいいんだ”と感じました。DXは一発逆転ではなく、**地道に変えていくもの**。完璧な戦略じゃなくても、**まずは考え始めること**で確実に景色が変わります。

今回、DX認定申請活動を通じて、DXとは特別な技術導入の話ではなく、「**自分たちの仕事の価値をどう守るか・高めるか**”という視点なんだ」と気づきました。そこから自社の意味や未来への選択肢が見えてきました。

いきなり大きく変える必要はありません。私たちも「紙1枚減らす」「会話に“これって改善できる？”を増やす」など、**小さなアクションから始めよう**としています。

それでも確実に、社内の空気は変わってきています。活動から数か月ですが、**実際デジタル導入に向けて進み始めています**。

これからDXを始めようとしている企業みなさんも、「とにかく何かを変えなきゃ」ではなく、「何を守りたいか」から考えてみてください。そして、少しずつでいいので、一緒に変化を起こしていきましょう。

訓子府機械工業株式会社
代表取締役社長 松田 謙



Before

本事業参加前

<本事業参加前の状態（業務・組織の課題）>

札幌商工会議所は、札幌市内の中小企業・小規模事業者の総合経済団体、また公的支援機関として、地域の経済発展を目指し活動を行っております。近年企業の課題は「人手不足」に集中しており、人手不足解消につながる取り組みとして「デジタル化・DX支援」の期待と需要が高まっています。

一方で、長い歴史を持つ総合経済団体という組織であることから、多くのアナログ業務が存在しています。また、経営相談から販路拡大、会員事業者へのサービス提供まで、広範囲に広がる事業を行っており、組織の「縦割り化」が長年続いております。

中小企業・小規模事業者のデジタル化や生産性向上を支援する立場でありながら、自組織の改革が進んでいない状態にあります。デジタル化が進んでいない大きな理由は、企業と同様に「デジタル人材の不足」によるものです。

<DXという言葉に感じていた印象（期待・抵抗）>

DXという言葉には、企業の手不足解消につながる可能性と期待を持っていました。その一方、DXはデジタル化を達成した先にある「遙か遠い未来」というイメージがあり、自組織や中小企業に実現可能なものなのか、疑問を抱いておりました。

またDXによって、これまで積み重ねてきた商工会議所の歴史や実績が否定されるのではないか。デジタル化と生産性向上によって、高齢の経営者や小規模事業者を見放すことにならないか。そんな不安や戸惑いを抱えながら、DXを「目指すべき理想だとは思いますが、自分たちには遠い未来のもの」として捉えていた状態でした。

Trigger

参加を決めたきっかけ

札幌商工会議所がこのワークショップに参加しDX認定取得を目指した背景には、全国の商工会議所で組織自体のデジタル化を推進していく方向性が示されていたことがあります。当所は他の商工会議所と比べても、デジタル化が遅れているという危機感がありました。またデジタル化を推進しようにも、デジタル化を推進する人材がいないこと、担当者がリードしようにも、多くの職員がついて来ないなどの課題を抱えておりました。

ワークショップ前に開催されたセミナーに参加し、組織のデジタル化を推進する人材は、専門家などの「外部の人間」ではなく、自組織と業務内容を理解した「内部の人間」であると気づき、所内でのデジタル人材の育成を目的にワークショップに参加しました。また、DX認定を取得し、外部公開することで、組織全体でデジタル化に取り組む体制構築につながると期待し、取得を目指すことを決意しました。

これまでも当所でデジタル化を推進しようと試みたことがありましたが、結果的にうまく行かなかった経験を踏まえ、明確なゴールと戦略の設定や組織としての共通認識が重要と考え、「DX認定取得」はそれらを実施するきっかけとなると考えました。

2. DX戦略等策定への取り組みと試行錯誤

1 ワークショップへの参加

事前準備として、全職員にアンケートを実施し課題を整理しました。予想以上に多くの職員が「人材育成」を組織の課題として捉えていることがわかりました。

そこで若手職員にワークショップ参加を募り、一緒に参加し、DXビジョン策定からスタートしました。ちょうど新たな中長期ビジョンを発表した直後であったため、新たな経営ビジョン実現を目指したDXビジョンを言語化しました。その作業の中で、これから商工会議所が目指していく取り組みのほぼ全てに、デジタルが深く関わっていることに気づきました。デジタル技術の活用は、一部の部署・事業ではなく、組織全体に関わる取り組みであり、改めてその重要性を理解しました。

4 気づきや改善

まずは、自分たちの業務効率化がスタートだと気づきました。あくまでもゴールはDXで、デジタル技術で地域社会をよりよく変えていくことが最終目標ですが、組織も人も一歩ずつステップアップしていくことが重要で、まず達成すべきゴールは自組織の改善と効率化だと学びました。デジタル化によって自分たちの仕事が改善されることで、より高みを目指そうという気持ち生まれるのだと気づきました。

戦略もKPIも、最初の1年目は着手しやすいところから、多くの人々が不満に思っているアナログ業務やデジタル化のメリットを感じやす部署からスタートすることを心掛けました。

2 各種策定事項への対応

DXビジョンは、自分たちの役割と地域社会の未来を意識して策定しました。単なるスローガンにならないよう、従来の縦型組織からの脱却と「地域プラットフォーム」を目指す新たなビジネスモデルを策定しました。戦略については、既に計画していた所内デジタル化の取り組みとの整合性を合わせ、すぐに実行可能なものから策定を進めました。

一方で、ツールの導入や自組織の業務効率化に終わらないように、会員企業向けサービスの向上や地域社会の連携・共創を意識したチャレンジングな戦略も加えました。KPIも同様に、組織の変革と挑戦を意識した検証可能な数値を設定し、2年後・3年後と段階的にステップアップし、より難しい目標を設定しました。

3 所内の議論や迷い

所内では、「本当に実現できるのか」「継続してとりくむことができるのか」といった疑問の声が挙がりました。

日々の業務で忙しい中で、新しいことに取り組む余力があるのか、人材育成に充てる時間が確保できるのかといった議論がありました。一部の職員・部署がリードして進めるデジタル化が、組織全体を引っ張って変えていくことができるのか、職員の多くがついて来れるのか、そうした迷いはワークショップに参加したメンバーにもありました。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

- **Forward！～企業と共に札幌の成長を目指す～**

1. 中小企業・小規模事業者の経営力向上を支援
2. 新たな価値の創出・地域活性化の推進
3. 組織体制の強化、デジタル化・DX推進等

DXビジョン

- **デジタルの力で札幌の産業と地域社会を未来へつなぐ**

～デジタル技術を活かし、企業の経営力と札幌の魅力を高め、次世代に選ばれるまちを育てる推進役となる～

DX戦略

- ① 会員企業を牽引する所内デジタル化・DX推進
- ② 会員接点の「見える化」と個別最適化（“会員360°”）
- ③ 地域の共創を生み出す「デジタルプラットフォーム」の実装

人材戦略

- ① 各部署の業務デジタル化を牽引する「デジタル化リード人材」の育成
- ② 会員への価値提供を高度化する「データ利活用人材」の育成
- ③ 地域の共創を生み出す「プラットフォーム運営人材」の育成・確保



所内の反応

DX認定を申請した後、内部職員向け研修会で初めてDXビジョンや戦略を発表しました。所内の反応は少なく、まだイメージが湧かず自分事として捉えられる人はほぼいませんでした。

一方で、DXは「遥か遠い未来にあるもの」ではなく、「日々の業務を改善していった先にあるもの」という理解は広まりつつあり、DXが少し身近になったと感じました。デジタル化やDXは単にデジタルツールを導入することではないということ、DXは専門家に任せるものではなく、職員一人一人が取り組んだ先にあるものであるという理解も、少しずつ広まってきたと感じています。

DX認定取得に向けた作業で、組織が大きく変わったとはまだ言えませんが、DXに向けて組織全体で一步を踏み出すことはできました。



活動を通じて得られたもの

最大の成果は、デジタル技術を活用して業務をより良くしていこうという若手人材が集まったことでした。

「デジタル化が進まない」「どう進めたらいいかわからない」状態から、「自分たちで変えていこう」「そのために学びたい」と考える人が、少しずつ生まれ始めています。

戦略に則った具体的な取り組みがこれからスタートしていく中で、自分たちの組織がどこに向かって進むのか、そのゴールと道しるべとして、今回策定したDXビジョンや戦略、KPIは、“目的地への地図”となります。

これからは仲間と地図を頼りに、道に迷わないようにデジタル化・DXを推進していきます。



活動を通じた副次的な成果

DX認定取得という枠組みを通じて、経営層がデジタル化によって組織をどう変革していくのかについて、考えるきっかけが生まれました。これまでは慣習が優先されてきたデバイスの取り扱いやデジタルツールの導入も、情報機器に関するルールを再整備し、セキュリティを意識しながら改善を図っていくという体制を構築できたことが大きな成果です。

以前から課題として認識しつつも、着手できていなかったルール化やセキュリティ強化が、本ワークショップを通じて取り組まなければならない宿題として課されたことにより、確実に前に進むことができました。また、管理部署に新たにデジタル化担当も配置されました。

DX認定という確かな道しるべができたことにより、組織としてDXを推進する体制が構築されつつあります。

4. 今後のアクションと展望

長期的な目標：「札幌商工会議所が地域の企業や行政、支援機関をつなぐプラットフォームとなること」

長期的に目指す目標は、商工会議所自体のビジネスモデルの変革です。DXを通じて「制度やサービスを仲介する拠点」から、「地域の情報と資源を結集し、循環させる中核的なプラットフォーム」へと進化することを目標に掲げております。具体的には、

- 地域の共創を生み出すデジタルプラットフォームの実装
- 会員企業同士がつながるオンラインコミュニティの運営（2026年参加者：目標100名）
- プラットフォームの事業化、マッチングにおけるAI活用（2028年事業への活用件数：目標20件）等に取り組んでいきます。

小規模なプロジェクトから立ち上げ、徐々に規模と範囲を拡大していく計画です。

中期的な目標：「部署横断的に会員の情報を統合し、会員満足度向上につなげること」

会員企業との接点を部署横断的に統合し、得られたデータを利活用する人材を育成することで、個別最適化を図ります。また蓄積されたデータを事業立案や政策提言に活用する運用体制を構築します。具体的には、

- 会員企業の接点管理を行い、企業属性に応じたサービス提供の試行（2026年データ統合率：目標50%）
- 未接触層へのアプローチを自動化（2027年自動アプローチ率：目標60%）
- デジタルマーケティング担当者やデータアナリストの育成（2027年：5名育成）等に取り組んでいきます。

商工会議所のデジタル化によって、会員企業への価値創出、デジタル技術を活用した新たな体験の提供を実現する計画です。

短期的な目標：「まず、現場と経営の“会話”を揃えること」

DX戦略を一気に進めるのではなく、ファーストステップとして組織のデジタル化を推進します。具体的には、

- 業務プロセス、セキュリティ、情報基盤、人材育成を一体的に強化し、業務効率化を実現
- 業務標準化、自組織のデジタル化を推進する「デジタル化リード人材」の育成（全職員の1割目標）
- デジタル化成功事例の外部発信（2026年発信事例：目標3件）等に取り組んでいきます。

同時に、総務課デジタル化担当＋有志メンバーによる「DX推進プロジェクトチーム」を実働させ、「DXは組織全体で取り組む」というメッセージを内部に発信するとともに、DXビジョンや戦略について、組織内での定着を目指します。

デジタル化・DXは半年・1年で実現できることではなく、最低3年間は必要です。そして、その後も継続した取り組みが必要です。デジタルツールを導入すれば、すぐに解決して成果が得られる、担当者だけで問題が解決するといった、単純明快な話ではありません。多くの人間が関わり、かつ長期的な取り組みが必要だからこそ、**ビジョンや戦略、KPIは絶対に必要**です。

システムやデジタルツールを導入するには、当然コストが発生するため、短期的に具体的な成果を出すことが求められます。導入直後から成果が得られるような工夫や努力も重要ですが、成果を求めて導入ばかりを急いでしまうと、戦略と連携の無いシステムが乱立し、「思うような成果が得られない」「新しいシステムについていけない」「逆に使いづらい」という負の側面が生まれ、デジタル化は失敗に終わります。

一見遠回りに思えるかもしれませんが、本格的にデジタル化に取り組む前に、一度立ち止まって自組織の課題を整理して、戦略を立てることはとても重要です。

DX認定の取得は、そうした立ち止まるきっかけとしてとても有意義です。自分たちの取り組みを客観的に見直すことができ、認定を取得することで外部に向けてコミットメントできる貴重な機会となります。申請に向けた作業は、自組織の課題と正面から向き合う作業となり苦勞も多いですが、その分得られる価値も大きいです。

また、デジタル化・DXの推進には、「推進役」となる人材が必要です。デジタル人材は、高度な専門知識を有する外部の人材ではなく、自組織と業務を理解し、改善したいという意欲を持つ**「内部の人材」**です。DX認定では、そうした人材育成の戦略も策定しております。**人材不足を理由にデジタル化が進まないという現状の打開に、とても有効な手段**となります。

そして、札幌商工会議所がDX認定を取得しデジタル化・DX推進する目的はもう一つあります。それは、**地域の中小企業のデジタル化・DXを牽引して支援していきたいという想い**です。DX認定は我々商工会議所でもできたことから、中小企業さんにもできないはずはありません。何から始めたらいいのかわからないとデジタル化に悩んだ際には、是非とも札幌商工会議所の取り組みを参考にさせていただきたいと思います。我々が得た経験やノウハウは、失敗も含めて地域の企業のために情報提供します。当所のDX戦略の第一に、**「会員企業を牽引する所内デジタル化・DX推進」**を掲げております。

札幌商工会議所は、デジタル化に悩むすべての企業の味方になりたいと考えております。そのためにも、自組織のデジタル化・DX推進にこれからも注力していきますので、お気軽にご相談ください！



Before

本事業参加前

ワークショップ参加前は、DXの重要性については認識していたものの、その具体的な進め方や優先順位については明確な道筋を描けていない状況でした。

DXという言葉も、「デジタル化」や「IT活用」といった断片的なイメージで捉えており、経営戦略や事業成長とどのように結び付けて推進すべきかについては、やや曖昧な理解にとどまっていました。

また、取り組み自体は進めていたものの、全社的なビジョンや体系的な戦略として整理しきれていないという課題も感じておりました。

Trigger

参加を決めたきっかけ

社内主導で業務改善やデジタル活用を進めてきましたが、「個別施策の積み上げ」にとどまっているのではないか、「経営戦略との接続が弱いのではないか」という課題意識が芽生えました。

DXを一過性の取り組みではなく、持続的な経営変革へと昇華させるためには、ビジョンの明確化、戦略の体系化、推進体制の確立が不可欠だと考え、外部の専門家の視点を取り入れながら再整理したいという思いで参加を決意しました。

1 ワークショップへの参加

DXビジョン策定、戦略構築、KPI設定に取り組む中で、DXは施策の積み重ねではなく、目指す姿から逆算して設計するものであると実感しました。特に、成果を可視化するKPIの設定が推進力につながることを学び、今後の社内DX推進に反映していきたいと考えております。

2 各種策定事項への対応

初めて体系的に整理する領域でもあり、事務局からの助言に大きく支えていただきました。ビジョンでは将来像を言語化し、戦略では具体的な行動に落とし込み、KPIでは成果と改善が循環する仕組みづくりを意識しました。

単なる文書作成ではなく、「実行できる設計」にこだわりました。

4 気づきや改善

DX戦略の策定を通じて、DXは経営と一体で設計すべき取り組みであることを再認識しました。また、目的や定義を明確にしなければ議論が深まらないことにも気づき、ビジョンの明文化と共通認識の形成を重視するよう改善しました。

さらに、理想論にとどまらず実行可能性と優先順位を意識し、KPIも成果志向へと見直すなど、実効性を高める工夫を行いました。

3 社内の議論や迷い

DX戦略の策定にあたっては、短期成果と中長期基盤整備のバランスなどについて社内で議論を行いました。理想と実行可能性の間で迷いながらも、全体最適の視点で優先順位を整理し、合意形成を図るプロセスを重ねてきました。

これらの試行錯誤自体が、DXを推進する組織基盤の醸成につながっていると感じています。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

私達は、Well-beingな社会の形成に向け、環境再生型農業（Regenerative Agriculture）を推進します

DXビジョン

デジタルで農業と地域をつなぎ、Well-beingな社会を共創する

DX戦略

- DX戦略テーマ①：Regenerative × データ循環 — 環境再生型農業を“事業化”する
- DX戦略テーマ②：データ経営基盤の構築 — 経営と現場をデジタルで結び視覚化
- DX戦略テーマ③：業務フローの再構築 — デジタルで結ぶ、新しいワークスタイルを目指す

人材戦略

- デジタル人材の確保・育成戦略①：Regenerative事業を担う“環境・データ”人材の育成
- デジタル人材の確保・育成戦略②：データ経営を支える“データ×現場”人材の育成
- デジタル人材の確保・育成戦略③：社内外の業務デジタル化を担う“業務人材”の育成



社内の反応

ビジョン・戦略・KPIを明文化し公開したことで、DXの方向性を明確に示すことができました。全社員が集まる場でDX認定取得を宣言したことで、DXは一部のプロジェクトではなく、全社的な取り組みであるという意識が醸成されつつあります。

今後も、対話やアンケート、会議を通じて、共通認識のさらなる浸透を図っていきます。



活動を通じて得られたもの

本ワークショップを通じて、ビジョン・戦略・KPIを体系的に整理できました。個別施策の集合体だったDXが、経営戦略と接続した「全社的な変革」として位置づけられたことが最大の成果です。

また、DXとは単なるデジタル導入ではなく、組織の意識と行動を変える取り組みであるという理解が深まりました。



活動を通じた副次的な成果

具体的な事業成果として表れるのはこれからですが、DXを全体最適で議論する土台は整いました。

成果を可視化し、改善を回し続ける仕組みを構築できたことは、持続的なDX推進の出発点だと捉えています。

長期的な目標：

将来的には、DXを通じて新たな付加価値やサービスを創出し、顧客や地域社会へより大きな貢献ができる企業へと進化することを目指します。経営戦略と一体となったデジタル活用を推進し、変化に柔軟に対応できる強い組織体制を構築していきます。

中期的な目標：

各部門の取り組みを全体最適の視点で統合し、業務プロセスの高度化やデータ活用の推進を図ります。DXを単発のプロジェクトではなく、組織文化として根付かせるとともに、人材育成や体制強化を進め、持続的に価値を創出できる基盤を確立してまいります。

短期的な目標：

まずは策定したDXビジョンと戦略を全社へ浸透させ、KPIに基づく進捗管理を着実に実行してまいります。具体的には、優先度の高い施策から段階的に取り組み、成果を可視化しながらPDCAを回すことで、DX推進を実行フェーズへと確実に移行させます。

農業分野に限らず、労働力不足が常態化するこれからの時代において、DXは避けて通れない経営課題だと考えています。

私たちも、方向性に迷い、社内の認識の違いに直面する場面もありました。しかしその都度、「なぜ取り組むのか」「どんな未来を目指すのか」という原点に立ち返り、対話を重ねてきました。ビジョンを明確にし、戦略を整理し、KPIで可視化する。その積み重ねが、確実に組織を変えていきます。

DXは特別なものではなく、自社の強みと価値を見つめ直し、それを未来へ接続する挑戦と考えます。これから取り組まれる企業の皆様も、焦らず、自社らしい歩みを大切に進んでいただければと思います。試行錯誤の過程こそが、組織の力になります。共に学び、共に挑戦し、共に成長していけることを願っております。

株式会社サングリン太陽園



Before

本事業参加前

世間でも耳にする機会が増えた「DX」なるワード。自分でも調べてはみたものの専門性が高く現場の業務とは結び付きにくいものかというのが第一印象でありました。

更にDXとデジタル化の違いも曖昧で「紙を止めてデジタルにする」「業務効率化の事」程度の理解に留まり、結局「何をどう変えるのか」が見えずふわっとした抽象的なイメージが先行していた状態でした。

Trigger

参加を決めたきっかけ

現在弊社のような中小の製造業は人手不足の影響での閉業は珍しい話ではなくなってきております。その中で生き残っていく手段としてデジタルの力を利用しなければならないという課題が見えた際に、DXを正しく理解しないままには適切な判断や提案が出来ないのではないかという危機感が生まれました。

また一部ツールは導入済みなもの、100%活かされておらず、各所で導入しているツールが相互に連携されていないと感じる事も多々あるのが正直なところではあります。

今回社内の生産システムを一新する事になっているので、この機会に改めてDXの知識を習得し改善を目指すべく参加を決めました。

1 ワークショップへの参加

- DXビジョン策定：議論を通じて明確になったのは、「信頼を守るためにDXをやる」という立ち位置でした。効率化のためではなく、納期遵守、品質安定、情報セキュリティ強化を通じて、取引先から選ばれ続ける企業になることが本質だと整理できました。
- DX戦略、KPI設定など、経営そのものを変えるテーマとして位置づけて策定。単なる活動量ではなく、稼働率、良品率、リードタイム、原単位改善率など、経営インパクトが明確な指標を設定しました。

4 気づきや改善

最大の気づきは、DXとはIT導入ではなく、経営を言語化し、共有するプロセスそのものだったということです。

ビジョン、戦略、KPIを整理することで、社内の会話が変わりました。「なんとなく忙しい」から「どこにボトルネックがあるか」へ。感覚から数字へと議論の質が変化しました。

また、小さな成功体験の積み重ねが文化を変えることも実感しました。

2 各種策定事項への対応

戦略を実行可能なものにするため、社長直轄のDX推進プロジェクトチームを設置しました。経営と現場をつなぐ司令塔として位置づけています。また、3年間で段階的に設計しました。

2026年：基盤整備・データ収集、2027年：分析高度化・原価管理強化、2028年：AI活用・最適化。人材戦略では、単なるIT担当者ではなく、「現場を理解し経営と対話できる人材」の育成を重視しました。ITパスポート取得支援や若手育成など、基礎から着実に積み上げる方針です。

3 社内の議論や迷い

議論の中心は、「DXにどこまで投資するのか」「どこまで踏み込むのか」でした。設備投資は目に見える成果がありますが、データ基盤への投資は効果が見えづらい側面があります。

そのため、慎重な意見も出ました。そこで、「データは新しい設備である」という考え方で整理しました。将来の競争力を生む資産であるという認識を共有しました。また、セキュリティ強化についても、「コスト」ではなく「信頼維持の基盤」と位置づけ直し、経営テーマとして議論しました。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

「高品質なものづくりで信頼に応え、地域と共に成長する」

一貫生産体制という強みを活かしながら、社員がやりがいを持ち、その家族も安心できる企業であり続けることを、改めて経営の中心に据えました。単なる事業成長ではなく、地域社会にとって価値ある存在であり続けることを、言葉として明文化できたことは大きな成果です。

DXビジョン

「ものづくりの信頼をデジタルで磨き、地域と未来を共創する」

DXを効率化のための取り組みとしてではなく、経営ビジョンを実現するための基盤として位置づけたものです。IoTやデータ分析による見える化や標準化を進めることは、単に作業を早くするためではなく、品質の安定や納期遵守をより確実なものにし、顧客との信頼関係をさらに強固にするための手段です。また、技能やノウハウをデジタルで蓄積することは、次世代への技術継承を支える重要な取り組みでもあります。DXを経営と切り離された技術テーマではなく、「信頼を高めるための経営戦略」として定義できたことが、今回の大きな成果でした。

DX戦略

DX戦略テーマ①：現場データの可視化による生産性向上と属人化脱却

DX戦略テーマ②：データ活用型経営の推進

DX戦略テーマ③：データと信頼を守るセキュリティ戦略

人材戦略

デジタル人材の確保・育成戦略①：基盤整備と意識改革

デジタル人材の確保・育成戦略②：実践スキル育成と小規模プロジェクト開始

デジタル人材の確保・育成戦略③：デジタル文化の定着と拡張



社内の反応

今回参加した若手社員がワークショップ資料を読み自発的に改善案を提案してくれました。

「DXは一部の担当者の仕事」という認識が薄れ、全社テーマとして認識されつつあります。経営層は代表が若く行動力のある人物に交代したばかりなので、常々DXについての取組み考えていたようです。その為自ワークショップにも参加し、我々の活動へのサポートも積極的に行っていただきました。

今後の活動についてより加速がつくと思います。



活動を通じて得られたもの

8月に行った課題調査アンケートにより、従業員それぞれがさまざまな考えを持っていることを把握できたのは非常に有意義でありました。これをベースに方向性を決めていければと思います。

中でも中小企業にありがちな属人化についての問題などが挙がっていましたが、同時に人材育成、手順書の不備の問題提起もありました。しかしこれらについては1か所対応出来れば全て解決出来るという気付きもありました。



活動を通じた副次的な成果

現場の若い従業員を巻き込み、彼らの意見を聞く事で、決して「上層部が勝手に活動しているもの」ではなく、「自分たちが主導で作り上げる」という意識を持ってくれたのは非常に良かった点です。

また本事業を通じて、DX戦略（2026-2028）の策定推進体制の明確化、KPI体系の構築、情報セキュリティ基本方針の整備、SECURITY ACTION二つ星宣言を実現しました。

長期的な目標：自律的改善とAI活用による高度化フェーズ

AIや高度分析を活用し、工程最適化や需要変動を加味した収益性分析へと発展させます。稼働率の異常検知やボトルネック特定を自動化し、改善提案が自然に生まれる仕組みを整えます。顧客別・品種別の収益構造を精緻に分析し、中期経営計画に反映できる体制を目指します。そして最終的には、データに基づく自律的な改善文化が組織に定着し、「感覚」ではなく「事実」に基づく経営が当たり前になる状態を実現します。同時に、セキュリティ対策についても継続的に強化していきます。多層防御体制の整備、ログ監視の高度化、インシデント対応訓練の実施などを通じて、顧客から信頼され続ける企業であり続けます。セキュリティは守りの施策ではなく、信頼を支える経営基盤であると考えています。

中期的な目標：原価・収益構造の可視化と最適化

蓄積したデータを活用し、経営の高度化を進めます。原単位や歩留まり、負荷率などの指標を部門ごとに分析し、改善サイクルを回していきます。見積支援や収益判定の仕組みを整え、営業と製造の連携を強化します。また、部門間で分断されていたデータを横断的につなぎ、全体最適の視点で意思決定できる体制へと進化させます。この段階では、データを「集める」から「使う」へと重心を移していきます。

短期的な目標：見える化と標準化による“土台づくり”

短期的には、基盤整備を確実に進めます。具体的には、新生産管理システムの安定稼働を最優先とし、現場のデータがリアルタイムで可視化される環境を整えます。同時に、図面や作業手順、工程情報のデジタル化を着実に進め、標準作業の整備を推進します。ダッシュボードを活用し、稼働率や良品率などの指標を日常的に確認する文化を育てていきます。原価DBの整備もこの段階で進め、経営判断に必要な情報が一元的に把握できる基盤を構築します。

DXという言葉に振り回される必要はありません。

多くの企業は、すでに日常の中でDXの一端を実現しています。

給与振込の自動化、書類を瞬時に送れる通信環境、これらはすでに業務を変えてきた“身に付いたDX”です。

問われているのは、こうした点在する取り組みを、部署単位の最適化に留めず、全社の戦略へと昇華できるかどうかです。

DXの本質は、単なる効率化ではありません。企業の存在意義を支え、経営理念を現実の成果へと結びつけるための基盤づくりにあります。

経営理念を実現するためにデジタルを使う。この視点に立った瞬間、DXは流行語ではなく、企業の未来を左右する“経営の武器”へと変わります。

DXは目的ではなく、理念を実行するための手段です。だからこそ、まずは理念を起点に、地域の企業がそれぞれの強みを活かしながら進化して行く事を願います。

共に未来に誇れる製造業を築いていきましょう。

株式会社道央メタル
代表取締役社長 鎌仲 篤史



Before

本事業参加前

<本事業参加前の状態（業務・組織の課題）>

三ッ輪運輸は、釧路港を拠点に90年以上にわたり、北海道の物流を「止めない」ことを使命として歩んできた。荒天や突発事象があっても現場が踏ん張り、経験と判断で乗り越えてきた歴史がある。その一方で、その強さは人に強く依存しており、人手不足や世代交代が現実味を帯びる中で、「このやり方を、この先の10年も続けられるのか？」という問いが、経営の内側に静かに積み重なっていた。

現場を守りたい。会社を次の世代に渡したい。

その想いは強いがゆえに、日々の業務に追われ、業務や組織の在り方を構造的に見直す余白を持ちづらい状態だったと感じる。

<DXという言葉に感じていた印象（期待・抵抗）>

DXという言葉には、人手不足や現場負荷を軽くする「何かの答え」になるかもしれないという期待があった。一方で、「DX＝IT導入」「DX＝システム刷新」というイメージが先に立ち、港の現場、トラック、配車、そして人の判断とどう結びつくのかは、正直よく見えていなかった。

これまで積み重ねてきた経験や誇りが否定されるのではないか。効率の名のもとに、大切なものが削ぎ落とされるのではないか。そんな言葉にならない戸惑いを抱えながら、DXを「必要だとは思いますが、自分たちの言葉ではないもの」として眺めていた状態であった。

Trigger

参加を決めたきっかけ

弊社がこのワークショップに参加した背景には、「このままではいけない」という派手ではないが確かな危機感があった。

人手不足、世代交代、業務の属人化——

日々の物流を止めないために現場が踏ん張り続けるほど、その負荷が特定の人に集中している現実が、経営として見え始めていた。

DXという言葉が頻繁に聞くようになり、必要性も強く感じていた中で、やれることからやってきた。しかし、IT導入や効率化の話としてではなく、自分たちの事業や現場、そして次の世代にどうつながるのかを、きちんと整理できる機会はこれまでになかった。

このワークショップは、「何を導入するか」を決める場ではなく、「なぜDXに向き合うのか」「自分たちはどうあり続けたいのか」を立ち止まって考える場であると知り、参加を決断した。それは変革を急ぐためではなく、これまで守ってきた物流と信頼を、未来につなぐための一歩だと考えた。

1 ワークショップへの参加

ワークショップに参加してまず感じたのは、「DXはシステムやツールの話ではなく、経営の話なのだ」という発見と戸惑いだった。

DXビジョン策定からスタートし、「自分たちは何のためにDXに向き合うのか」を言葉にすることを求められたが、当初はうまく言語化できなかった。効率化、デジタル化、人手不足対策など、どれも間違っていないが、どこか借り物の言葉に感じられた。

検討を重ねる中で、「お客様」「社員」「地域」という、これまで当たり前すぎて言語化してこなかった思いこそが、自分たちのDXの出発点なのだ気づいていった。

4 気づきや改善

「ちゃんとやろうとするのを、一度やめる」という思考の転換だった。

戦略もKPIも、一発で完璧に完成させるものではなく、迷いながら使っていくものと割り切った。「確実にできるか分からない」「続くか分からない」その不安を否定せずに進めたことで、戦略やKPIが現場と切り離された“制度”ではなく、**最初の一步を踏み出し、考え続けるための道具**として捉え直せるようになった。

完璧ではない。それでも、考えることをやめない。その姿勢こそが、弊社らしいDXのかたちだと気づくことができた。

2 各種策定事項への対応

弊社では、“**できるか分からない前提でつくる**”ことを受け入れた。

DXビジョンは、完璧な将来像を描くことよりも、「この方向なら、やってみてもいいと思えるか」という感覚を大切にしながら、検討を重ねた。戦略についても、最初から全社を動かすものにせず、「まずはここからなら実現できそうだ」という範囲から切り出した。戦略を“完璧な宣言”ではなく、“仮説”として扱うようになった。KPIも同様に、「確実に達成ができるか分からない」ことを前提に設定した。守るための数字ではなく、ズレに気づくための目安として置く。やってみて違えば直す、という姿勢に切り替えていった。

3 社内の議論や迷い

社内では、「本当にそんな戦略なんて実現可能なのか」「KPIを作って、続けられるのか」という率直な声が何度も上がった。

忙しい現場にとって、戦略やKPIは“増える仕事”に見えやすい。経営としても、やらなければいけないという思いと、現場をこれ以上追い込みたくないという思いの間で葛藤があった。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

- 使命の自覚
- 個人の充実
- 責任の遂行

会社の価値はお客様に信頼され、従業員にはこの会社で働く喜びを持ってもらうこと、地域社会に貢献すること。

DXビジョン

- 「お客様に信頼される事業展開のためのDX」
- 「従業員満足向上のためのDX」
- 「地域社会に貢献するDX」

DX戦略

- ① 顧客・港湾・倉庫・輸送を一体化し、受注から納品までの進捗・品質・安全を可視化することで信頼性を高める。併せて、物流課題の解消と設備・保全・安全衛生の継続的な改善を図る。
- ② バックオフィスと現場の業務を電子化・自動化し、リモートワークを含めた柔軟で安全な働き方を実現する。働きやすさと生産性の両立を目指す。
- ③ 「デジタルステーション デジラポ クシロミツワベース（通称：デジラポ）」を通じて、子どもたちへのデジタル教育だけでなく、デジタルに関わる取り組みを発信しつつ、地域のDXリテラシー向上を推進する。

人材戦略

- ① お客様に信頼される事業展開を支える「物流デジタルオペレーション人材」の育成・確保
- ② 働きやすさと生産性向上を実現する「業務デジタル化・業務改善人材」の育成・確保
- ③ 地域社会のDXを牽引する「デジタルリテラシー推進・共創人材」の育成・確保



社内の反応

社内の反応は、正直に言えば半信半疑から始まった。「戦略とかKPIとか、本当にうちで回せるのか」「現場の仕事が増えるだけではないか」という声は、自然な反応であった。

一方で、DXを「新しいことをやらせる話」ではなく、「今の仕事を、この先も続けるための整理」として伝え続けることで、受け止め方は少しずつ変わっているように感じる。「いきなり成果を出さなくていい」「やりながら直せばいい」という姿勢が共有されるにつれ、DXは特別な取り組みではなく、現場改善の延長線上の話として語られるようになっている。

大きく変わった、とはまだ言えないが、考えずに回す状態から、**考えながら回す状態には、確実に一歩進んだ**。それが、今実感している一番の変化である。



活動を通じて得られたもの

最大の成果は、すぐに使える答えや万能な解決策ではなかった。

「忙しい」「人が足りない」それで止まっていた会話が、「だから、どこを変えるか」「**全部は無理だが、どこなら手を付けられるか**」へと、**少しずつ思考が変化し、前へ進むようになった**。

DXビジョンや戦略、KPIは、完璧な計画としてではなく、**迷ったときに立ち戻る“考える軸”**として使われ始めようとしている。

判断に迷ったとき、「この取り組みは、信頼につながるのか」「現場が続いていく方向なのか」と問い直せるようになったこと自体が、これまでになかった大きな変化だと感じる。



活動を通じた副次的な成果

DX認定取得という枠組みを通じて、「**DXのために何かをやる**」というより、**これまで当たり前に来てきたことを、立ち止まって振り返る時間が生まれた**。日々の業務では、港を回し、倉庫を動かし、輸送を止めないことで精一杯で、「なぜこのやり方なのか」「他に選択肢はないのか」を改めて考える余裕は正直なかった。

ワークショップを通じて、これまで感覚的に共有されていた、判断基準や仕事の進め方、責任の持ち方を言葉にして説明する必要に迫られ、「自分たちは理由があって、このやり方を選んできたのだ」と気づく場面が多くあった。

DX認定という外部の物差しを通じ、できていない点だけでなく、**積み上げてきた強みや価値も見えるようになり、「遅れている会社」ではなく「整理されていなかった会社」だったという認識が変わった**。

長期的な目標：AI・ロボットなどを活用した「実践知」の標準化

長期的に目指すのは、DX戦略①②③が“プロジェクト”ではなく、会社の呼吸として回っている状態をつくることにある。

- ・ 信頼される物流が、個人の頑張りではなく仕組みで支えられている
- ・ 働き方が、無理を前提とせず、次の世代が入ってこられる形になっている
- ・ 地域との関係が、一過性の貢献ではなく、継続的な接点として機能している

それを支えるデジタル人材は、「育成施策の対象」ではなく、会社の中に自然に存在する役割として定着していることを目指していく。三ツ輪運輸のDXは、変わることが目的ではない。港を、物流を、地域を、会社として“続ける力”を高めることにある。

中期的な目標：「人の経験を、仕組みとして残すこと」

DX戦略を同時並行で“現場に効く形”に落とすフェーズとする。

- ・ DX戦略①：港・倉庫・輸送の進捗・品質・安全をデータでつなぎ、「聞かなくても分かる」「後から説明できる」状態を増やす
- ・ DX戦略②：紙・二重入力・属人的作業を減らし、忙しさを“根性”ではなく“構造”で軽くする
- ・ DX戦略③：デジラボを起点に、社内外へ「三ツ輪運輸の考え方・取り組み」を発信し続ける

この段階で重要なのはデジタル人材の考え方。特別なIT人材を増やすのではなく、「現場でデジタルを使いこなす人」「業務を分解して改善できる人」「社内外をつなぐ調整役」を役割として育てる。「あの人がいないと回らない」状態を、少しずつ減らしていく。

短期的な目標：「まず、現場と経営の“会話”を揃えること」

DX戦略を一気に進めるのではなく、共通して必要となる土台づくりに集中する。

- ・ 港・倉庫・輸送・バックオフィスで、「何が起きているか」「どこで判断しているか」を洗い出す
- ・ DX戦略：①信頼、②働き方、③地域を、それぞれ“自分たちの言葉”で説明できる状態にする
- ・ KPIは管理のためではなく、「議論を始める材料」として最低限から運用する

同時に、情報システム室＋現場メンバーによるDX推進プロジェクトチームを実働させ、「DXは一部の専門家の仕事ではない」というメッセージを社内に出すとともに、このフェーズのゴールは成果ではなく、DXについて、社内で同じ地図を見られるようになることを目指す。

まず伝えたいのは、最初からDXについて完璧に腹落ちしている会社なんて、ほとんどないということです。正直に言えば、私たちもそうでした。DXという言葉は聞こえてくる。必要なのかもしれないと思う。けれど、「うちの会社で本当にできるのか」「現場が回っている中で、そんな余裕があるのか」そんな疑問や不安のほうが、ずっと大きかった。だからこそ、声を大にして言いたい。

DXは、ツールやシステムから入らなくていい。まずは、DXビジョンからでいい。

私たちは、「何を導入するか」ではなく、「なぜ、この会社は続いていかなければならないのか」「何を守り、何を次の世代に渡したいのか」そこから整理しました。最初は、言葉にするのが本当に難しかった。きれいな言葉はいくらでも書ける。でも、それが現場に通じるか、自分たちが本気で信じられるかで、何度も書き直しました。それでも、この**DXビジョンを起点にしたことが、後から振り返って一番の分かれ道だったと感じています。**

DX認定についても、最初は半信半疑でした。「制度のための書類づくりになるのではないか」「実態とズレた話になるのではないか」そんな疑念は、正直ありました。けれど実際には、DX認定は**“評価されるための仕組み”ではなく、自分たちの経営やDXを、強制的に言語化させる装置**でした。ビジョンはあるのか。戦略はつながっているのか。人材の話は後回しになっていないか。これらを避けて通れない形で突きつけられたことで、「分かっているつもりだったこと」と「本当に整理できていたこと」の差に気づかされました。

そして、もう一つ強く伝えたいのは、DX戦略と人材戦略は、絶対に切り離せないということです。システムを入れても、それを使い、考え、改善し続ける人がいなければ意味がない。一方で、人に「頑張れ」と言い続けるだけでは、いずれ限界が来る。私たちも、「戦略もKPIも、本当にうちで回せるのか？」と何度も自問しました。だからこそ、完璧を目指すのをやめ、できる形で、できるところから、人と一緒に回すことを選びました。

DXは、魔法ではありません。すぐに答えが出るものでもありません。でも、立ち止まって考え、迷いながらでも進むことで、会社の中に「考える力」が戻ってきます。もし今、「何から始めればいいのか分からない」「本当に自社に必要なのか分からない」そう感じているなら、それはもうDXの入口に立っています。完璧じゃなくていい。半信半疑でもいい。まずは、自分たちの言葉で、未来を描くところから始めてください。私たちも、まだ道の途中です。

DXは、変わるためのものではなく、続けるための挑戦だと。同じように悩み、迷いながら進む企業の皆さんに、心からエールを送ります。



株式会社三好製作所

1. 本事業参加前の自社

Before

本事業参加前

2年前に「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助事業」の採択にて開発した生産管理システムの導入が進み、社内ではDX化が進んでいると考えていました。

システムの導入 = DXと認識していた経営幹部や従業員も多くいたことも事実で、なかなか属人化の解消や負荷の分散・作業の標準化に至らない状態でした。

また、高齢化が進む中で、技術やノウハウの伝承・後継者不足に対応できていない状況でした。

経営トップから従業員までDXを理解できていない状態で明確なビジョンと計画が設定されておらず、どこから手を付けていいか分からない環境にまりました。

Trigger

参加を決めたきっかけ

事業参加前の問題点を漠然と把握しつつ危機意識を持つ中で、地元でお世話になっている室蘭テクノセンターから本ワークショップの紹介を受けて検討させて頂きました。

道内の複数の企業と一緒に課題を解決すべく進めていけることやDXへの理解がより進むことを期待して参加を決めました。

また、自社の経営理念をDXビジョンや計画に落とし込んでいけることも参加の理由となりました。

1 ワークショップへの参加

DXビジョン策定、戦略づくりを通じ、改めて日頃意識している経営理念を「経営ビジョン」「DXビジョン」に落とし込むことの大切さを理解できました。また、同じく日頃意識している社是を各ビジョンへ展開できたことは有意義でした。

KPI設定など各ワークショップで分かったことや得た気づきとしては、各社の熱意が伝わりやる気が出たことがあります。

ワークショップに参加して進め方を学ぶことができました。

4 気づきや改善

全ての策定事項に対して、明文化し読み返し、メンバーと共有することでイメージが具体化していくことを学びました。

トップ自ら率先してDXへの取り組みを実践するようになり、社内への浸透スピードが速まってきました。

2 各種策定事項への対応

DXビジョン策定、戦略づくり、KPI設定などに対して、どうやって具体的にしていくか何もわからない中、専門家の知見を得ることができて進められました。

各3か年の計画に落とし込む際に気を付けたことは、メンバーの範疇で可不可を諮らないこと、目標・計画は大胆に大きく、実効は慎重に、を心掛けました。

後継者が育つことを期待しつつ策定しました。

3 社内の議論や迷い

社内ではコストが常に注目されますが、今回はあえて触れず、今後の評価を待つことで役員会では理解を得ました。

まずは第一歩を踏み出し、計画を進めていく中で評価していきましようとなっています。

トップの意識も変わりDXに対するの抵抗がなくなりました。

- 経営ビジョンから考えDX戦略を策定し、最終的に人材戦略を策定しました。策定した概要は以下の通りです。

経営ビジョン

- 顧客の要求に応えられる強靱な企業・自社製品ブランド企業・アクション出来るものづくり企業
- 高品質なものづくり企業・地域社会に貢献する企業・廃棄物ゼロ企業を目指す

DXビジョン

- **知を行動に変え、行動を知に変える循環をデジタルで高め、世界に誇れるものづくりを共創する**

「知行合一」の精神をDXにも貫き、学びと実践を循環させながら新たなものづくりの価値を創造する。データとデジタル技術を基盤に、社員一人ひとりの創意工夫を最大限に活かし、現場と市場をつなぐ知見を磨き続ける。これにより、強靱な企業基盤を築き、自社ブランド製品の魅力を世界へ発信し、クオリティを究めるものづくり企業として進化する。単なる製造業にとどまらず、顧客や社会とともに価値を共創する「メイド・イン・ジャパンの新しい旗手」として、DXを未来への成長の原動力とする。

DX戦略

- DX戦略テーマ①：現場知のデジタル化と標準化による品質・生産基盤の強化
- DX戦略テーマ②：顧客・市場データを核とした価値共創型ビジネスモデルの構築
- DX戦略テーマ③：サプライチェーン全体の最適化と現場課題のリアルタイム解決

人材戦略

- デジタル人材の確保・育成戦略①：現場データを扱える作業標準づくりリーダーを育成する
- デジタル人材の確保・育成戦略②：顧客データを読み営業と製造をつなぐ橋渡し人材を育てる
- デジタル人材の確保・育成戦略③：サプライチェーン全体を見渡せる人材を育成する



社内の反応

「受動」から「能動」への変化：

生産管理システムを「使わされるもの」から「自分たちの武器」と捉え直す意識が増加しました。また、勉強会や説明会への参加率も向上しています。DXを「自分事」として捉え、自社を良くしようとするポジティブな機運が全社的に高まりました。今後もDREP等の研修環境を充実させる予定です。

現場発のアイデア創出：

「この工程をデジタル化できないか」といったボトムアップの提案が出始めており、現場発のイノベーションが起こる土壌が整いつつあります。



活動を通じて得られたもの

現場の「真の声」の可視化：

まず一番の成果としては、課題調査アンケートの実施とその分析結果を得られたことです。課題調査アンケートの分析により、表面的な問題ではなく、背後にある組織の課題を特定できました。「現場と対話し現状を整理する」というDXの基本プロセスを習得できました。

「組織変革」への意識転換：

システム導入は手段に過ぎず、真のゴールは「共通目標による意識変革」にあると確信しました。「ITの会社」ではなく「デジタルを使いこなす組織」への脱皮が必要だと理解しました。



活動を通じた副次的な成果

戦略的ロードマップの確立：

「知行合一」を核としたDXビジョンを策定し、3カ年の具体的計画へ落とし込みました。これにより、単なるIT導入ではない、経営理念に直結した変革むけた課題整備ができました。

客観的指標による基盤構築：

DX推進指標の自己診断と「SECURITY ACTION 二つ星」宣言を実施しました。自社の現在地を定量的に把握し、「攻めのDX」を支える土台を公的に証明できました。

人材育成と技術伝承の具体化：

後継者不足という課題に対し、デジタルを活用した「知の承継」の仕組みを計画しています。次世代が活躍できる環境整備の道筋が明確になりました。

長期的な目標：AI・ロボットなどを活用した「実践知」の標準化

成形加工や検査工程にAI・ロボットを導入し、属人化していた高度な技術をデジタル資産として標準化。生産効率を極限まで高めつつ、誰もが「高品質」を実現できる環境を構築する。また、廃棄物ゼロをデジタルで最適化し、地域社会と世界に貢献する「メイド・イン・ジャパン」の新しい旗手として確固たる地位を築く。

中期的な目標：

DX認定取得を通過点とし、蓄積された生産・顧客データを活用した強固な生産基盤を確立する。生産管理システムの活用率を高め、リードタイム短縮と利益率向上を実現する。

短期的な目標：

経営層から現場まで全員が参画するDX推進風土を軌道に乗せ、部署の垣根を超えた改善活動の醸成を目指す。

DXへの理解度を深めることに特別何か準備したり、かまえることはないと思います。まず社内の課題を認識し、社内でトップから社員全員まで共有する事ができればかなりの前進です。

様々な目標やビジョンを明文化し、繰り返し読み込みことで社内が一体化していくことを実感できていくと思います。コストをかけシステムを導入し運用することは、DXの一つの手段でありゴールではないことを改めて学びました。

今後、DX推進活動を末永く続けて行けたらと願っています。ともに進んでいきましょう。

株式会社三好製作所