

DX認定更新申請 計画書（第76期改定版）

協電機工株式会社 DX計画書

2026年

目次

▶ 01. トップメッセージと基本理念

- トップメッセージ
- 経営理念とDXビジョンの具体的方向性

▶ 02. 全体構造と推進体制

- DX推進委員会、各戦略部会、外部連携の体制図
- DX計画全体像（構造マップ）

▶ 03. これまでの成果とギャップ課題

- 実績：リアルタイム原価管理とLooker Studio労務可視化
- 課題：UIの課題、データの営業活用

▶ 04. 今後の新施策とロードマップ

- AIエージェント積算、スマートフォン工程表
- セキュリティを含む人的教育と環境強靱化
- 2ヶ年ロードマップと定量的成果指標（KPI）

1. トップメッセージ

「単なるツールの導入」から「企業価値を繋ぐDX経営」へ

社会と現場の変化のスピードは、年々速くなっています。
けれども、その変化に本当に向き合っているのは、経営者である私ではなく、現場で働く一人ひとりの社員です。

慣れたやり方を変えてスマートフォンの工程表を試してみる。現場からスマートフォンで工事原価をリアルタイムに確認し、その場で次の手を考える。忙しい合間に勉強会へ顔を出し、新しい道具を少しずつ自分のものにしていく。その小さな一歩の積み重ねが、原価管理の高度化や労務の可視化といった成果となって、確かに会社を前へ進めてきました。一年前とは、社員の表情も、現場で交わされる言葉も変わってきています。

私自身も、毎日AIエージェントと向き合いながら学び続けている一人にすぎません。そして、その日々の壁打ちで得たものを、いまは社員とともに「AIエージェントによる積算」という形で少しずつ育て始めています。誰かが完成させてくれる仕組みを待つのではなく、自分たちの手で、自社の現場に合った道具に育てていく。経営者だから教える側、ではなく、社員と同じ目線で手を動かし、失敗しながら一緒に前に進む。15年以上続けてきた学びの場は、そのための土台です。

だからこそ私たちは、DXを「単なるツールの導入」では終わらせません。社員一人ひとりの成長を、お客様への価値、働きやすい職場、そして地域と次世代へと繋いでいく——「企業価値を繋ぐDX経営」へ。
主役である社員とともに、持続可能な価値のバトンを、次の世代へ確実に渡してまいります。

協電機工株式会社
代表取締役 藤本 将行

2. 経営理念とDXビジョン方向性

01

社会・文化への貢献

電気・機械の設備工事を通して文化の向上と
経済の発展に貢献する

02

繁栄と環境浄化

協力一致して事業の繁栄と環境の浄化に努め
社会的責任を果たす

03

福祉と技術の向上

従業員の生活と福祉を改善し モラルと技術の
向上を図る

DXビジョン

デジタル技術とデータの力で「現場の働きやすさ」と「お客様満足・社員満足」を高め、社会貢献を通じて次世代へ持続可能な価値のバトンを繋ぐ



① クラウド化と一元管理 〈守りの土台 | 整備済・稼働中〉

場所を問わないクラウド環境と、Zoho CRM
による顧客・商談データの一元管理

全体最適



② 高付加価値化・効率化 〈攻めの現場 | 展開中〉

リアルタイム工事原価、スマートフォン工程表
AIエージェント積算

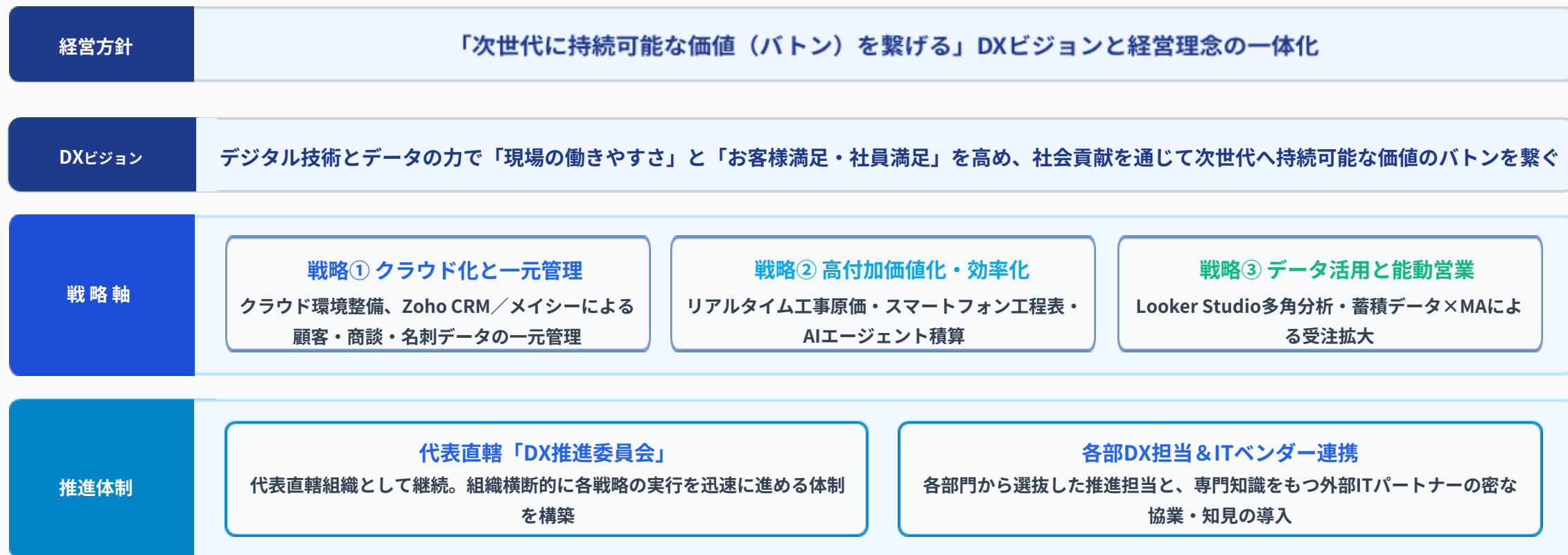
価値創造



③ データ活用と能動営業 〈価値創造 | これから〉

蓄積データ × MA（マーケティングオートメーション）で受け身から能動営業へ

3. DX計画全体像と代表直轄推進体制



4. これまでの成果：原価・労務・営業の「見える化」で経営の土台を構築

2.0倍

工事原価の集計頻度（月1⇒月2回へ）

目標超過

サポート事業
提出積算NET ¥7,149M
（目標¥6,000M超）

削減/改善

残業時間の大幅削減
工事原価率の有意な低減
（73期対比）

データ化（Digitization）による経営の可視化

① 原価管理の高度化〈戦略②の成果〉：

更新の自動化・担当者のダブルキャスト化で工事原価をリアルタイム（週次・半月単位）に把握。スマートフォン閲覧環境も実装。残業の大幅削減と原価率低減を実現（73期対比）。

② 労務の可視化〈人的資本の成果〉：

勤怠連携のLooker Studio労務ダッシュボードを構築。週1回更新で残業時間・有休取得率を可視化し、早期是正できる環境を整備。

③ 営業データ基盤の構築〈戦略①の成果＝MAの土台〉：

Zoho CRMで顧客・商談データを一元管理し稼働。大口（サポート事業）は提出積算NETが目標超過、小口（スピーディ事業）は問合せ→受注を月次・担当者別・経過日数で数値化。

5. 残された課題（現在直面するギャップ分析）

戦略②：効率化プロセスの残課題

📱 リアルタイム化と現場最適化への壁

- 外部支払連動のタイムラグ：支払サイクルが月1回のため、リアルタイム原価に依然月単位の乖離。見込み予測管理の高度化が必要。
- スマートフォンUIの操作性：現場から原価を確認できるが、画面がPC用で小さく入力・閲覧が繁雑。現場最適化が未完。
- AIエージェント積算の本格運用化：毎日の壁打ちで育成中だが、実務での本格運用・全社展開はこれから。
- 労務分析の粒度不足：全体残業は可視化できたが、業種別・顧客別の多角分析には未達。

戦略③：価値創出への転換課題〈本丸〉

❖ MA実装と属人営業からの脱却

- SFAは稼働、MAがゼロ：顧客・商談データは一元化・稼働済み。だが“こちらから仕掛ける営業”の手段（MA）が未着手。
- スピーディ事業の取りこぼし：問合せはあるが受注に転換しきれず、長期滞留案件が発生。フォローが属人・後手。
- 属人からの脱却：受注が一部担当に偏在。転換を“仕組み”で底上げする段階。

6. 重点新施策「攻めの現場」と「攻めの営業」

現場のデジタルイゼーション

非連続的な生産性改善による市場優位の獲得

■施策A：攻めの現場〈戦略②〉

AIエージェントによる積算の自動化：

- ・図面と過去データを学習適用し、積算業務時間を最大50%削減。見積回答スピードを高め受注率を向上。

スマートフォン工程表の刷新：

- ・現場の更新負荷を極限まで下げる簡略UIを導入。進捗を現場とバックオフィスで即共有。

熟練ノウハウの標準化：

- ・暗黙知・見積ノウハウをシステムで仕組み化。若手の早期自立、品質の平準化を牽引。

■施策B：攻めの営業〈戦略③〉

MA（マーケティングオートメーション）の導入：

- ・SFAで貯めたデータを能動営業に変える。スピーディ事業を主舞台に、スタッフ主役で展開。

滞留案件の自動掘り起こし・仕組み化：

- ・滞留案件の自動掘り起こし／問合せ→受注の転換を仕組み化／メイシー×Zohoでセグメント別の情報発信。

営業プロセスの標準化：

- ・個人の頑張り頼みから、全員が同じ仕組みで追える営業へ。

7. 人的資本経営の推進（人材育成・IT環境整備）

-  **学び続ける文化 × AIエージェント活用〈デジタル人材の育成〉** 15年以上継続している社内勉強会（社長自ら講師・現在はオンライン）を学びの土台とし、外部研修も併用。社長自身の実践を起点に、全社員が業務にAIエージェントを取り入れる文化を醸成。動画教材の自動生成などで学びを全社へ高速展開。
-  **情報セキュリティの体系的強化〈サイバーセキュリティ対策〉** 外部研修・社内勉強会を通じて業務システムの保守管理者を育成。セキュリティマネジメント能力、全社員の情報リテラシー、脅威への対応能力を、社内セキュリティ意識向上勉強会などで体系的に強化。
-  **Googleドライブの整理整頓とルール化** ローカル個別保存によるブラックボックス化を防ぐため、社内データ管理ルールを徹底策定。フォルダ階層構造・命名規則を整理し、Googleドライブでの安全かつ効率的な一元管理を運用化。
-  **アジャイル改善文化の浸透〈組織風土〉** Looker Studioの多角分析を強化し、業種別・お客様毎の労務・利益データを自動可視化。失敗を恐れず小さな改善を繰り返す、心理的安全性の高いアジャイルな組織風土を構築。

8. 2か年ロードマップと重要な成果指標（KPI）

戦略領域	現在（76期・折返し）	2年間のマイルストーン	定量KPI・目標
① AIエージェント積算による生産性変革	社長が毎日壁打ちで育成中（属人手作業からの脱却に着手）	チーム試行（Q1）⇒見積ナレッジ学習（Q2）⇒実務での本格運用定着（Q4）	・ 積算業務時間 前年比50%削減 ・ 見積回答リードタイム 平均3営業日短縮
② スマートフォン工程表の刷新	一部現場で試験運用中（PC用UIの視認性課題を検証）	課題ヒアリング（Q1）⇒最適UIアプリ検証（Q2）⇒全現場完全展開（Q3）	・ スマートフォンからの日次更新達成率 100% ・ 工程確認の現場管理負担 半減
③ 能動営業（MA）への転換★本丸	SFA稼働・データ蓄積済み、MAは未着手	データ連携（Q1）⇒滞留案件の自動掘り起こし・セグメント発信（Q2）⇒スピーディ事業でMA本格活用（Q3-Q4）	・ MA稼働・問合せ⇒受注の転換率向上 ・ Zoho CRMアクティブ追跡案件 200%増 ・ スピーディ事業 受注の伸長
④ 人的資本と環境の強靱化	全社の労務は可視化済み、多角分析・教育はこれから	多角労務をLooker Studio反映（Q1）⇒セキュリティ・DX研修（Q2）⇒ドライブ整理整頓（Q3）	・ Googleドライブ一元化カバー率100% ・ 業種/顧客別ダッシュボード導入率100% ・ セキュリティ研修 全社員受講