

株式会社美装社

～社内と社外でデジタル化に取り組む～

プログラム参加のきっかけ

- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大前から**市場規模が縮小**していた。取り扱いはスーパーの看板やトイレの標識といった室内案内板など多岐に渡るが、新規建築物の減少により、看板の需要も減少していた。
- ◆ そのような背景を踏まえ、付加価値を高め、利益を確保して社員の待遇を向上させる必要性を感じ、デジタル化に関心を持った。
- ◆ 一貫請負の体制のため、**予定管理や案件管理**が重要だが、共有する仕組みがなく、その日の予定は前日にならないと**よくわからない**ような状況だった。
- ◆ 紙面や表計算ソフトで管理し始めたが、都度予定や進捗状況を聞き取り反映していたため、手間がかかり、リアルタイムでの状況が把握しきれていなかった。
- ◆ 看板の安全点検の担当者は複数名おり、**属人化**している。また、措置が必要かどうかの判断も人によって異なり、お客様への説明が定量的な根拠に基づくものとなっていなかった。

取り組み

プログラムで策定したDX推進プランをもとに、社内の業務効率化と社外に向けた新事業の展開を行っている。

- ◆ 社内：**予定管理ツール**、**案件管理ツール**を導入。社員一人一人がアカウントを持ち、ログインして編集する。その情報はスマートフォンでも把握が可能。
- ◆ 社外（これから）：看板の安全点検をデジタル化しようと取り組んでいる。点検後の措置の必要性の判断や説得力のある根拠づくり等を定量的・標準的に行うため、これまで撮りためた数万の写真をAIに学習させ、**自前でシステム化**する予定。

効果

- ◆ 先を見据えた予定が組め、**スケジュールを踏まえて仕事に取り組む**ようになった。
- ◆ 案件の**受注状態もわかりやす**くなった。
- ◆ 日々の業務において社員が自身で判断をするようになるなど、社員が**主体的**になり、現場中心で動くようになった。

プログラムの内容

◆ 総合型の研修

- ・ DX推進を担う経営者、中核人材、現場社員向けプログラム。
- ・ 経営課題の整理後、DXに関する基礎的知識からデジタル化推進プランの策定まで幅広く学ぶ。



企業概要

事業内容：屋外及び屋内看板の企画、デザイン、製作、施工、安全点検

住所：大崎市古川鶴ヶ塚新江北16

創業：1930（昭和5）年4月1日

資本金：1,200万

従業員：18人

URL：<https://www.bisousya.com/>



プログラムに参加した感想

専門家が伴走支援してくれたため、講義後もモチベーションが低下することなく、継続的にデジタル化に取り組みました。

講義の中での「うちは特殊な業種だからデジタル化しない」という考えが危険だという指摘にハッとしました。



デジタル化をしてみた感想

特に小規模であるほど、デジタル化は必須であると思います。ただ、それだけではなく、給料や仕事のやりがいなどの待遇改善も重要だと考えます。



今後の取り組み

看板の安全点検のデジタル化に取り組みたいです。AIの専門家の力を借りながら実現する予定です。

