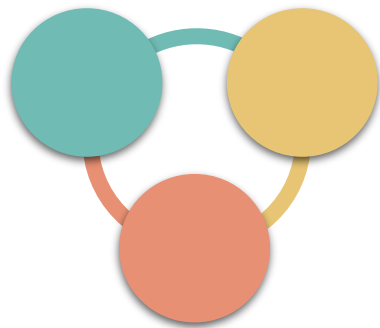


株式会社 ○○工務店向け

D X 戦略ブリーフ

(サンプル)



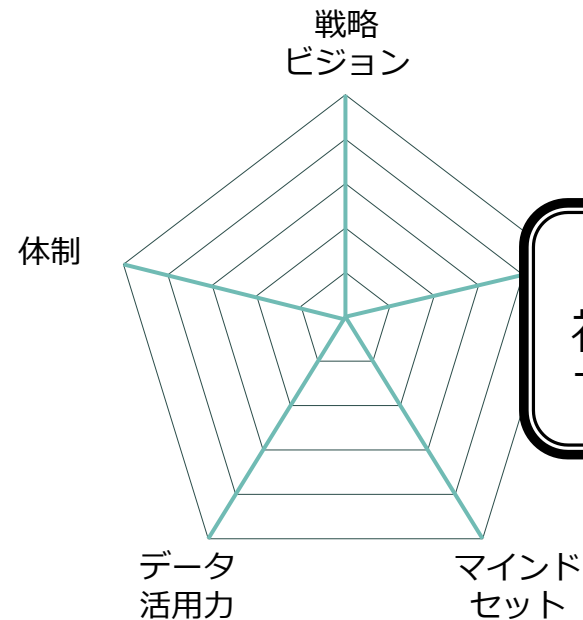
業務改革で企業を元気にする

TK Consulting

1. ブリーフサマリ

サンプルのため非表示

実物ではこちらに業界や市場動向を踏まえた取組戦略や業務プロセス分析、体制構築、データ活用、推進にあたっての留意事項などのサマリを提示します。



ご希望に応じて評価します。

初期段階ではスコア評価が適さない場合もありますので、他の内容に差し替える場合があります。

項目	スコア	
戦略 ビジョン		
業務 成果		
データ 活用		
マインド セット		

2. 環境分析及び戦略評価

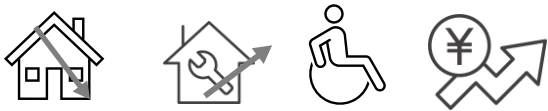
現状評価：DX推進の準備が整っていない状態だが、同業他社では企業規模に応じたDX取組が進行中である。

対策の方向性：DXの取組みの必要性について社内の理解を深め、自社の強みを生かしながらできる範囲で進めるべきと考えられる。

市場

市場動向

- ・ 新築住宅着工戸数の減少
- ・ リフォームやリノベ需要の増加
- ・ 高齢者対応、環境配慮型対応
- ・ 建設コスト上昇や物価高の影響



デジタル化の影響

- ・ 大手住宅メーカーでは全国展開、ブランド力、資本力を背景
- ・ 設計・施工プロセスの標準化とサプライチェーンの安定化推進

顧客

顧客の傾向

- ・ 都度複数業者に相見積りを取る場合が多く、囲い込みは難しい
- ・ 価格以外に安心感、分かりやすさ、レスポンスが求められる。

デジタル化の影響

- ・ 情報収集はチラシよりWeb。
- ・ 口コミなどの評価を重視する傾向
- ・ SNSでのコミュニケーション

競合

同業他社の傾向

- ・ 物価高対応、職人の労働力減少

同規模の同業者動向

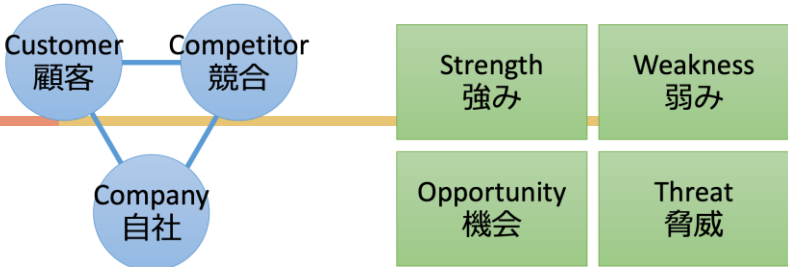
- ・ 各社の状況に大きな差は無い
- ・ 資材注文はカタログ、電話、FAX、メールが大半
- ・ 連絡は電話、LINEが主流
- ・ 顧客管理はExcel

大手住宅メーカー

- ・ 社内システム化の推進
- ・ VR展示会、SNS情報発信の取組みが見られる
- ・ 将来的に低コスト、情報発信を武器に顧客を広げる可能性あり

業界で決定的なDXソリューションはないが、各社各様の取組みが進行中

2. 環境分析レポート（参考）



分類	説明
業界のDX 取組動向	- 住宅は新設着工件数は減少傾向にある一方で、リフォーム需要が堅調に推移している。 - 御社と同規模の工務店、リフォーム業者は、地域に根差した営業や、柔軟な対応力、業界の中で不足している職人との直接関係による品質重視型の施工を強みとしている。 - 業者間のやり取りは一部ネットによる注文の電子化や、顧客データの一元管理、工程表の電子化等の動きが見られるが、まだ規模が同等の企業では紙やFAXでの管理が大半を占めていると考えている。
顧客動向	- 顧客にとって住宅リフォームは日常的に発生するものではなく、必要な都度、複数の業者に相見積りをとる場合が多いことから、顧客の困り込みは難しく、価格面での競争が激しくなっている。 - 顧客が業者に求める要素は、「価格」以外に「安心感」「分かりやすさ」「レスポンス」が挙げられる。 - 顧客との商談に関するやり取りは紙を中心に行われていたが、必要な説明は電話や口頭で行っている。一部業者は顧客とSNSでコミュニケーションをとるようになった。一方で、一部の顧客の中でデジタル化の必要性を認識していない。
競合分析	- 同規模の工務店、リフォーム業者は、地域に根差した営業や、柔軟な対応力、業界の中で不足している職人との直接関係による品質重視型の施工を強みとしている。 - 他方、大手住宅メーカーは全国展開、ブランド力、資本力を背景に、標準化した設計・施工プロセスと、安定したサプライチェーンを強みに、定型施工体制を保有しており、今後低価格や顧客接点を
御社の強み 弱み分析	（強み）地域に根差して30年で積み上げた施工実績、オリジナル塗料等のバリエーションの豊富さ、専属の職人層、完了後の保証とアフターメンテナンスの充実 （弱み）若手の獲得、人材育成、管理要員不足、

サンプルのための抜粋版

3. 業務プロセス評価



現状評価：各部門において電話・紙・手作業・属人化が根強く、情報共有の遅れやミスの原因となっている。

対策の方向性：顧客対応、工程進捗管理、財務といった主要プロセスで安価で使いやすいツールを限定的に導入し、効果をあげる。

	営業部	施工部	管理部(経営管理)	管理部(品質向上)
現状	■ 紙ベースの名刺管理 ■ 手書き見積書 ■ 顧客情報の属人化 ■ 情報共有が遅く、フォローの漏れも多発。	■ 工程表がホワイトボードや紙でのアナログ管理 ■ 資材発注が電話やFAX	■ 仕入／売上／労務管理が紙やExcelで分散 ■ 予算実績対比ができていない	■ クレームや手直し情報が現場任せで記録が無い
対策案	● クラウド型の顧客情報の共有 ● 商談／注文フォームの標準化	● 写真共有による進捗管理のルール化 ● 作業工程情報の共有化 (Google Calendar等) ● 発注フォームの標準化	● 売上情報の一元管理 ● クラウド型会計サービスの検討（現場情報との連携）	● クレーム等を標準フォームで記録し、対応の進捗状況などを管理

4. 体制評価

現状評価：システムに強い人材が社内におらず、IT導入や運用の判断を現場や経営者が手探りでやっている状態。

対策の方向性：DX推進の取りまとめ役を管理部に設置し、各部門でデジタルに明るい人を軸に連携し、外部支援を活用しながら段階的にない勢力を強化する。

	営業部	施工部	管理部
現状	■ ツール導入は現場任せ。 ■ ITに明るい担当者が不在 ■ デジタル活用は属人的(若手はSNSなど活用)	■ 現場は施工管理が忙しく、デジタル化の推進や運用が後回しになりがち ■ スマホを使った写真共有などは個別に実施	■ 財務や労務の管理がExcelや紙媒体で属人化
対策案	● 営業リーダーを中心にした簡易ツールの活用による情報共有の社内試行	● 現場リーダーを中心に管理が写真共有や進捗報告のルール化を推進 ● チーム内ミーティングでルールの定着化を推進	● 経理担当の〇〇氏をDX推進の取りまとめ役として設置し、各部門の状況を把握し、経営者や外部支援と一緒に推進を図る。

5.D X推進上の留意点

データ活用力

現状評価：日報や見積、工事写真、クレーム情報など、業務に関するデータは存在するものの、記録・整理・活用の仕組みが整っておらず、判断や改善に活かしきれていない。

対策の方向性：難しい分析や専門ツールから始めるのではなく、「日々の業務をわかりやすく見える化すること」から着手。紙・Excelでバラバラに管理されていた情報を一つの場所に集約し、現場や管理者が“判断しやすくなる”仕組みを少しずつ作っていく。

マインドセット

現状評価：D Xが一過性の施策と捉えられている、システム化で仕事がやりにくくなるという漠然とした懸念があり、現場への浸透の妨げになっている。

対策の方向性：まずは現場目線で、「面倒が減った」「便利になった」と感じられる体験をつくり、小さな成功体験を共有する。そのために社内でD Xについての理解を深めるための機会を作る。会社全体として変わっていく雰囲気を醸成する。