



2023年2月10日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 中西製作所
代 表 者 名 代表取締役社長 中西 一真
(コード番号：5941 東証スタンダード市場)
問 合 せ 先 執行役員経営企画室長 吉川 日出行
(T E L 03-6679-3007)

「デジタル・トランスフォーメーション戦略(DX 戦略)」策定に関するお知らせ

当社は、下記のとおり「デジタル・トランスフォーメーション戦略(DX 戦略)」を策定し、本日の取締役会で決議いたしましたので、お知らせいたします。

DX戦略の統括責任者として代表取締役社長を、DX推進責任者として経営企画室長を正式に任命し、当社におけるDX戦略の推進をより具体的かつ明確に行うことを決定いたしました。

当社では業界に先駆けてデジタル技術の活用と情報革新に取り組んでおり、いち早く社員にPCとスマートフォンの配布を完了し、基幹システムの革新も実現しました。今後はさらに、このデジタル技術活用を推進し、厨房機器業界内でのデジタル化推進ナンバーワン企業としての位置づけをより強固なものとし、事業のあらゆる面を変革して競争上の優位を確立いたします。

具体的には以下の6つのテーマについて取り組みを進めて参ります。

- (1) デジタル技術による生産性の向上
- (2) デジタル技術を用いたリアルタイム経営の推進
- (3) デジタル技術を用いた多様な働き方のサポート
- (4) デジタル技術による新しいマーケティング
- (5) 製品・サービス自体のデジタル化の推進
- (6) デジタル技術を用いた社員のスキルアップやデジタルリテラシーの底上げ

なお、詳細につきましては、別紙をご覧ください。

以 上

【別紙】添付資料

当社における DX 戦略について

1. はじめに（経営戦略と DX ビジョン）

当社は「切磋琢磨して、斬新なアイデアを提供できる企業人となり、良品廉価を持って顧客に奉仕し、万人の食生活をますます豊かにすることに貢献する」を経営理念に掲げ、「時代の流れやマーケットニーズを的確につかんだ製品やトータルシステムの開発を進め、これからも人々の社会生活の多様化に対応した『食文化のコーディネーター』として、食生活に新たな価値を創造する」ことを経営戦略として参りました。

2021年に創業75周年を迎えたことを期に中期経営計画を策定し、2022年7月に公表しました。この中期経営計画では、既存のマーケットにおけるシェアやプレゼンスを維持しつつ、周辺分野へ販路を拡大するとともに、新規市場に対しての製品開発と人材育成を行い、競争力を強化することを基本方針としています。

中長期的な施策としては、多様な人材が活躍できる環境を整え、生産性向上と多様なニーズに対応するダイバーシティを推進し、社員満足度の向上を通じて、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を目指すこともうたっています。

当社では業界に先駆けてデジタル技術の活用と情報革新に取り組んでおり、いち早く社員にPCとスマートフォンの配布を完了し、基幹システムの革新も実現しました。今後はさらにこのデジタル技術活用を推進し、厨房機器業界内でのデジタル化推進ナンバーワン企業としての位置づけをより強固にし、顧客への提供価値増大、競争力強化、従業員満足を通じた社会全体への貢献の3つをさらに増大させることをDXビジョンとします。

2. 当社における DX 戦略の概要と取組状況

こうしたビジョンの策定に向けて、当社はこれまでに取り組んできたデジタル化と情報化を加速し、デジタル技術を用いて事業のあらゆる面を変革し、競争上の優位を確立します。

具体的には以下の6つのテーマについて取り組みを進めて参ります。

(1) デジタル技術による生産性の向上

当社では1981年より基幹業務のシステム化に取り組み、オフコン、C/Sシステム、Webシステムを経て2022年6月より新業務システムをリリースしました。

当社の業務システムのコンセプトは、「情報発生源入力」「複数回入力の撲滅」「ペーパーレス化」「ワークフロー化」であり、特殊性の多い厨房業界の受発注作業における人手とミスを極小化しております。

当社では、当社内の業務プロセスに留まらずバリューチェーン全体の業務効率化についてもデジタル技術を用いた改善を行ってきており、著しい成果も上げております。具体的には当社と取引先となる零細企業間での請求・支払業務において、長年当社向けの請求書を代行作成し郵送していたものをデジタル化の進展にあわせて

電子メールによる PDF 送付へ変更し、その後のペーパーレス化段階では、この請求書授受作業自体を廃止しました。

今後は電子帳簿保存法対応に伴い、納品書関連をさらに簡略化する予定です。

当社では、電子掲示板に設けた提案システムを通じて、総務、人事、営業事務、購買といった間接業務の担当者からの事務改善提案を日々吸い上げております。提案されたアイデアは、デジタル技術に詳しい経営・管理部門のスタッフが吟味の上で採用・実行を判断され、EUD ツールや電子マニュアルなどのデジタル技術を用いて業務変革が実現される仕組みが常設化されています。

デジタル技術による生産性の向上を日々可視化することは、これまで無意識、当たり前で行っていた業務から無駄をそぎ落とし、手作業で行っている業務のあり方を根本から改善、効率化する良い機会になります。こうした取り組みは今後も継続し、デジタル社会における効率的な業務遂行を妨げるサイロ化、属人化の撲滅へつなげていきます。

(2) デジタル技術を用いたリアルタイム経営の推進

当社では、GoogleWorkspace 上に経営ダッシュボードを構築し、経営層が日々リアルタイムに全社の経営状況を把握できる仕組みを構築済みです。

経営ダッシュボードでは、案件管理データベースと期間損益シミュレーションを中心に、数年先までの経営予測が出来るようになっています。

経営ダッシュボードの構築にあたり、営業部門における案件管理手法の統一化を行い、営業活動における K P I を揃えました。これにより日々営業現場が用いている報告がそのまま経営層宛に報告・集計されるようになり、報告用会議の為の資料作成の手間は 1 0 分の 1 以下になりました。

今後はこの経営ダッシュボードのさらなる高度化を図り、生産部門の数値情報の提供や、AI やシミュレーション機能を用いた予測数字の精度アップを行い、より迅速かつ的確な経営判断を行える環境を整えます。

(3) デジタル技術を用いた多様な働き方のサポート

当社では 2 0 1 5 年より社員への携帯電話の配布を始め、2 0 1 7 年にはスマートフォンへの切り替えを完了しました。これと並行して PC の 1 人 1 台化も進めリモートでの執務環境を整えてきました。経費精算、勤怠管理、ワークフロー、e ラーニング、人事給与等大半の間接業務はデジタル化済みであり、コロナ禍初期にはスムーズに在宅勤務を導入し、即座に社員の半数以上が在宅勤務へ移行しました。

今後も育児や介護等に取り組む世代が他の人への負荷のしわ寄せを気にすることなく、各自の状況にあわせて適宜希望する勤務形態を選択できるように、クラウド PBX 化や IP 電話の導入による電話番の為の出勤の廃止や納品チェック作業のデジ

タル対応等を進めていきます。

当社では、タブレットを用いたペーパーレス会議システム、GoogleWorkspaceの共有フォルダ、スケジュール管理システムの会議情報へのアジェンダと配布資料の登録により、取締役会、本部長会（経営会議）をはじめとした会議の多くでペーパーレス化が実現できています。

国内の全拠点とのVPN化、主要拠点の無線LAN化も完了していますが、今後はデジタルワークスタイルの変化にあわせて、東京本社 of 執務スペースには対面での会議、リモート会議それぞれに適したスペースを新設します。

(4) デジタル技術による新しいマーケティング

5年前にホームページのリニューアルを行い、コンテンツを充実させ、広報・PR・IR活動を充実させて来ましたが、近年では特に動画を活用した会社・製品説明を充実させています。VR技術を用いた給食センター内のレイアウト体験など、ITを駆使したWeb展示会も開催済みです。

当社の大型製品の特長や構造を判りやすく理解していただくための説明ビデオはお客様や取引先から好評で、今後発売する新製品については発売開始時に全て動画での説明を同時公開します。

新卒採用の為の会社紹介動画は公開後数年間で既に1.5万回以上再生されていますし、新卒採用ムービーも学生の間で評判です。2022年9月からは、未来の給食センターのイメージを映像化したコンセプトビデオをYouTubeにて公開しています。

コンセプトビデオの制作の際には、社内に独自にワーキングチームを組織し経営トップが自ら参加して、会社として進むべき未来の姿をSF思考で考えました。当件はSFプロトタイピングの活用事例としてネットメディアの記事に取り上げられています。<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2211/28/news021.html>

当社の主要なマーケティングツールに展示会への出展がありますが、当社の機械は大型製品が多いため、展示会において全ての機械を展示することは不可能です。この機械の実機をイメージしにくいという課題を解決する為に3Dホログラムを活用した製品紹介システムも導入しました。

こうした動画や映像といったデジタル技術による製品紹介は言語情報よりも理解がしやすいことから、今後も英語版のコンテンツも増やしていき海外向けのホームページや展示会も充実させていきます。

(5) 製品・サービス自体のデジタル化の推進

メーカーとしてデジタル技術を用いた製品強化にも取り組んでいます。

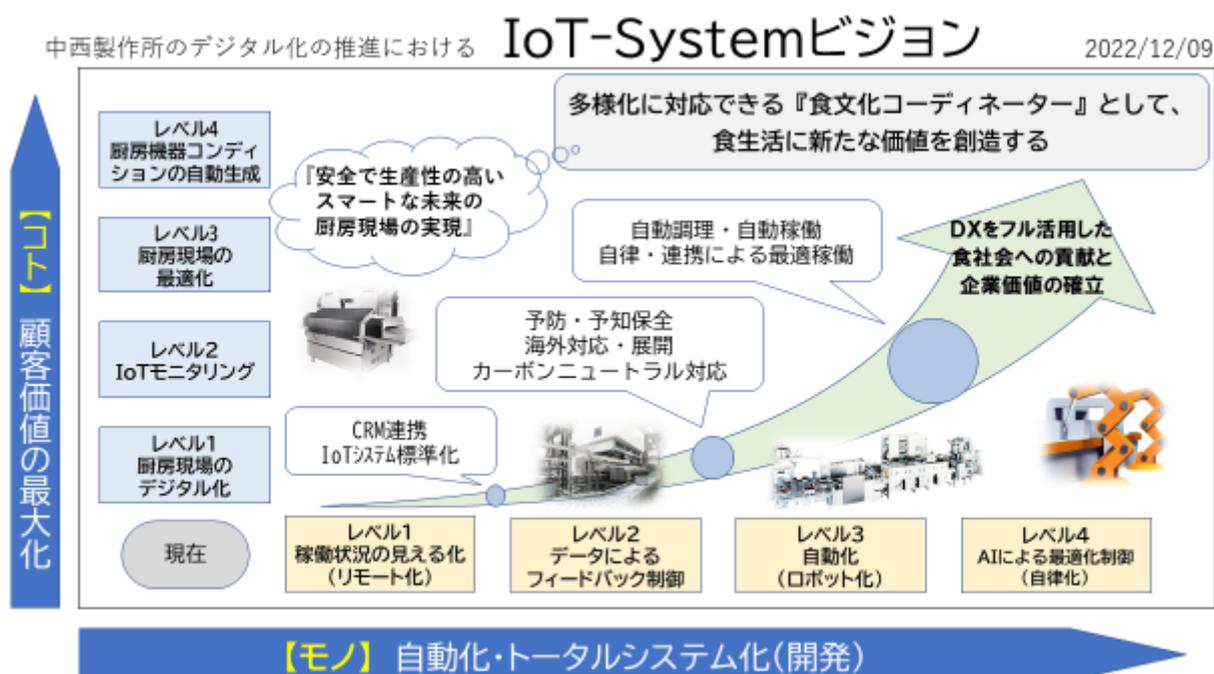
既に当社のお客様にあたる外食チェーン様向けには店舗カルテシステムを構築し、店舗内の厨房機器の状態や過去のメンテナンス履歴等をいつでもどこでも把握でき

るデータベースを構築済みです。

外勤・外注要員にはタブレット端末を配布し、クラウド上で電子化した社内技術文書、マニュアル、説明書へアクセスさせることでリモートメンテナンスを充実・高度化しております。

今後は自社取扱いの全製品に関するデータベースシステムを CRM が核となり整備・拡充していく計画です。当社の製品は特注品が多いという特徴がありますが、こうした機械の仕様、設置場所、点検結果、修理や部品交換といった全ての情報を蓄積してビッグデータ化し、解析結果をもとに製品・部品の改良に取り組みます。

静的なデータベースシステムの整備と並行して機械自体の IoT 対応も進めています。自社独自の IoT オープンプラットフォームを構築して、遠隔地にある機械の状態をモニタリングし、現場に行くこと無くリモートにて迅速かつ的確な障害対応を可能とすると共に、前述のデータベースシステム上のビッグデータと連携させた予防保全へ繋げていきます。(図「中西製作所 IoT-System ビジョン」参照)



(6) デジタル技術を用いた社員のスキルアップやデジタルリテラシーの底上げ

当社は業界内では先陣を切って情報武装、システム化を推進して参りました。

部門や個人の担当業務にあわせて自由にカリキュラムを選択できるカフェテリア方式のeラーニングシステムを導入し、通勤時間や移動時間に社員が自発的にスキルアップできる環境を実現済みです。

特に技術担当者については、各自の保有するスキルの棚卸と標準化を進めたスキルマップの作成に着手しました。デジタル技術を用いてオンラインで管理されるス

キルマップでは、上司が年次ごとの達成レベルをアドバイスするだけでなく、社員自らが不足しているスキルを確認してeラーニング等で強化を行えるので、社員の育成計画の幅が広がり育成に要する期間が短縮されると期待しています。

当社は学校への給食提供を支えるという事業の特性上から、全国の都道府県に拠点を設けて社員を配置しております。この結果複数の拠点に営業や事務、技術（メンテナンス）といった同じ業務を担当する社員が点在する半面、同じ拠点内には同一業務の担当社員が居ないという状況も発生しがちです。

こうしたコミュニケーション上の課題をクリアするために、職種別・目的別のチャットの活用を行い、同じ課題や悩みを持つ社員同士が全国で連絡を取り相談できる場を設けて支え合う仕組みを今後も積極的に活用していきます。

3. 当社におけるDXの推進体制

前述した当社におけるDX戦略上の各方策は、当社における年次の部門毎の計画内に、目的ではなく手段の一つとして組み込まれています。

当社経営企画室では、こうした部門計画内のDX関連の方策を把握し、その計画、実行、効果のモニタリングを行ってきました。期待された効果を発揮できていないDX関連の方策については、経営企画室が介入して計画の見直しや実務の肩代わりを行い、達成までをサポートしています。

2023年2月の取締役会にて、代表取締役社長をDX戦略の統括責任者、経営企画室長をDX推進責任者として正式に任命し、当社におけるDX戦略の推進をより具体的かつ明確に行うことが決定されました。

DX推進責任者は部門計画内のDX関連の方策を取り纏め、DX統括責任者を通じて毎年1回取締役会に対してその達成状況と成果を指標と共に報告します。当文書「当社におけるDX戦略について」もその際に見直しを行います。

4. DX推進戦略の達成状況に係る指標

当社においてDX戦略上の各方策は手段ですので、その戦略実施により生じる効果は最終的には企業収益に現れるものだと考えております。

しかしながら、各方策の遂行にあたり、進捗状況を確認するためにテーマごとにいくつかの指標を用いてモニタリングを行います。

(1) デジタル技術による生産性の向上

当社では社内の業務プロセスに留まらずバリューチェーン全体で業務効率化することについて積極的に取り組んでおりますが、近年この効率化の壁になっているのが、デジタル化の旗振り役である日本政府の官公庁指定書式の請求書です。

官公庁から独自に指定された書式の請求書を人手で作成した枚数をカウントし、前年よりも削減できた数をDX戦略推進上の進捗管理指標としています。

(2) デジタル技術を用いたリアルタイム経営の推進

デジタル技術を用いたリアルタイム経営により最終的に得られる効果は、経営環境の変化やリスク等の早期把握による適時・的確な経営判断による対応と結果予測の精緻化であると考えています。

したがってこのテーマにおいては、業績に関する予想数値と結果数値のズレ度合いを指標としてこれをモニタリングします。

(3) デジタル技術を用いた多様な働き方のサポート

当社ではデジタル化の進展により、社員の働き方が多様化され選択肢が増えると考えています。こうした働き方が多様化された環境では、社員は出勤か在宅勤務かの2元論ではなく、各自の事情や状況にあわせて日々ベストミックスな働く場所や働き方の選択を行うと考えています。

したがって、このテーマにおけるモニタリング指標は、年間において時差出勤や在宅勤務をはじめとする選択的な働き方を活用した社員数（割合）を用いる予定です。

(4) デジタル技術による新しいマーケティング

当社ではデジタル技術を用いた新しいマーケティング手法を用いて実際に営業活動を行っております。したがって、このDX戦略推進の達成については、デジタルマーケティングにより得た新たなリード（引き合い）件数を指標とします。

(5) 製品・サービス自体のデジタル化の推進

現在当社自身の製品のデジタル化に取り組んでおり、特にIoT化に力点を置いておりますので、当社機械のIoT接続数が重要な指標となります。

(6) デジタル技術を用いた社員のスキルアップとデジタルリテラシーの底上げ

当社におけるDX戦略の推進は社会環境の変化もあってトップダウンで急速に進行しています。この結果、最近急速な業務のデジタル化についてこられない社員も散見されるようになりました。

今後は社員のデジタルリテラシー向上にも目を配り、社員に対してIT関連資格の取得支援と取得状況の把握を始めます。社内におけるIT関連資格の取得数を指標としてモニタリングする予定です。

5. 当社におけるサイバーセキュリティに関する対策について

情報セキュリティポリシーおよび情報管理規程に基づく情報セキュリティ対策を継続実施。サイバー攻撃による事業停止やウイルス感染による情報漏洩を経営上のリスクとして認識し、対応状況を常時監視するとともにリスクの分析・評価を定期的に行っています。

■主なセキュリティ対策

◇技術的対策

- ・不正アクセスやウイルスを検知・防御する仕組みの導入

- ・外部セキュリティベンダーによるネットワーク・セキュリティ監視
- ・PC へのウイルス対策ソフト・PC 管理ソフトの導入
- ・取締役会向けにペーパーレス会議システムを導入

◇組織的・人的対策

- ・セキュリティ教育 E-Learning の定期実施
- ・従業員を対象にした標的型メール訓練の実施
- ・毎月 1 回、セキュリティに関するメールマガジンを作成し全社員へ配布

以上