トクラスの DX に対する考え方

１．企業経営と DX 活用の方向性

10 年先の未来を見据えて TOCLAS VISION 2031 を策定し、5 年が経ちました。ビジョンを社内に満遍なく浸透させ会社を変えるには、まだまだ時間とエネルギーが必要だと実感しています。外部環境に目を向けると、市場ではリーズナブルな住宅や取り替えリフォームと、付加価値を追求した高級住宅やフルリノベーションの二極化が進んでいます。中期経営計画において、アッパーミドル層向け付加価値型ビジネスモデルへシフトする施策を明確化しました。新築中心のスタイルから、リフォームを軸に価値ある商品を適正価格で販売し収益改善を図ります。

中期経営計画で明確化した施策の実現にむけて、SNS によるマーケティング、顧客情報システムの導入、Web 会議やスマートフォン活用の浸透など、デジタル化の取り組みを進めてきました。これらデジタル技術を活用し、皆様に当社製品の良さやサービス品質の高さをご理解いただく取り組みを通じて、「収益構造の改革」に向けた施策を推進します。

マーケティングについては Web 戦略を強化し SNS を積極的に活用したことで、双方向のコミュニケーションが活発化しています。SNS を含む Web からの情報をきっかけに、ショールームにご来場されるお客様が増加する等、成果を上げています。

また、顧客情報システムを活用し、アフターサービスを含め使用期間中のコミュニケーションを密にして、お客様が数十年後にリフォームを検討される際、再び当社を選んでいただけるような関係性を築きます。

今回の DX 戦略を通じて、少しでも当社の考え方を理解・共感していただけることを、そして共感の輪が広がっていくことを期待しています。

トクラス株式会社

代表取締役社長　小泉　和弘

２．具体的な戦略

１）業務プロセスの変革

業務の標準化と政策対応力向上を目的とし、基幹システム刷新 PJ を進め、2026 年 8 月に新販売管理システムを稼働しました。加えて、Microsoft365 導入とアプリ開発基盤の整備・公開を通じて、全社員の IT リテラシー向上と業務プロセス変革を進めます。さらに、問い合わせ対応や障害調査などの定型業務を、生成 AI エージェント（人に代わって業務を自動で処理する生成 AI の仕組み）に置き換える取り組みを始めており、レガシー基幹システム刷新を引き金に全社で DX を推進します。

２）マーケティングの強化と顧客エンゲージメントの獲得

住設商品はご利用期間が長く、数十年後にリフォームをする際、再び当社を選んでいただけるよう、2023 年に CRM システムを刷新しました。蓄積した情報を能動型マーケティングに活用し、簡易営繕スキーム「ポイントリフォーム」を後払い決済システムと組み合わせて拡充して参ります。

３）ブランド認知拡大の推進

当社は 2013 年にヤマハリビングテック株式会社からトクラス株式会社に社名変更を致しました。社名変更から 13 年が経過しております。

しかしながら、お客様へのブランド認知には課題があると捉えており、強化策として個人ブロガーや SNS を活用した周知活動に取り組んでおります。そのため、Web サイト「TOCLAS Museum」を公開し、商品情報だけでなく暮らしに関するヒントや、当社の技術がどのように生活を豊かにするかを具体的に紹介しています。

４）営業戦略の推進

マーケティング活動で顕在化したお客様に向け、リフォームプランナー型の営業活動を推進します。その為 2025 年に SFA システムを導入し、案件情報を共有し効果的な働きかけが出来るチームを作ります。また、ハウスメーカー様と協業し、リフォーム工事をワンストップで請け負う事業をさらに拡大、その為人員体制強化と施工管理システムの導入を進めて参ります。さらに、新規事業として行ってきた「部材販売」では、ホテルや商業施設等への採用が進み、成果が出ています。

３．推進体制

・DX 推進体制

社長直轄の組織「IT 戦略推進委員会」が DX 戦略の立案と推進を行います。当組織は、社長が委員長を務め、取締役・執行役員、IT 部門や営業部門の代表者によって構成されています。全社視点で投資優先順とリソース配分を行い、部門を跨いだ IT プロジェクトの推進と投資対効果の向上を図ります。

・DX 人材育成

部門横断の PJ チームを結成し、全社リテラシーの底上げと人材の育成を進めています。

各部門からプロジェクトに参画し、DX 戦略プロジェクトリーダとして PJ を推進します。

PJ 完了後は各部門で実務や現場に即した DX 施策を推進します。

4．DX 推進に向けた環境整備

・レガシーシステムとなっている基幹システムを再構築します。業務プロセスを標準に合わせて、維持管理の負荷軽減を図り、顧客・市場の変化に柔軟に対応できる仕組みにします。

・購入後も継続的にお客様とつながり、きめ細かなアフターサービスやリニューアルサービスの提案等、お客様への最好の提案を目指して CRM システムを強化します。

・問合せ業務の負荷軽減とサービス向上のためチャットボットを導入しました。

・請求書類のペーパーレス化、承認までの時間短縮を図るため、経費精算システムを導入しました。

・社内外とのコミュニケーションの円滑化と業務の効率化、生産性を強化するために全社グループウェアを刷新しています。

・営業活動の効率化・可視化を目指して SFA システムを導入しました。

・さらなるペーパーレス化と業務効率化を図る為、全部門に電子文書管理システムを導入しています。

5．達成目標

弊社では DX 戦略を推進するために、以下の指標・目標を定め、取り組んでいます。

・レガシーシステムの刷新（販売、見積、生産、アフター）

（指標）刷新システム数

（現状）販売管理：2026 年 8 月稼働

（目標）修理受付：2027 年 5 月稼働／見積：2028 年 8 月稼働（要件定義中）

・生成 AI エージェントの活用

（指標）生成 AI エージェントに置き換えた業務の数（累計）

（現状）2 業務（2026 年 10 月）

（目標）2027 年度末 10 業務、2028 年度末 30 業務

・CRM システムの活用（ダッシュボード活用、新決済方式導入）

（指標）リニューアルサービス（後払い決済と組み合わせたポイントリフォーム）の受付件数

（現状）882 件（2025 年度、前年度比 154%）

（目標）前年比 10%増加