

DX 推進の取り組み



株式会社 **i f** オートサービス

トップメッセージ

車両・燃料価格の高騰や新車供給の不透明化、介護業界における人材不足の深刻化など、福祉車両業界を取り巻く経営環境は大きく変化しています。こうした状況の中で、当社が持続的に成長し、地域の医療・福祉を支え続けていくためには、従来の経験や勘に依存した業務運営から脱却し、データとデジタル技術を活用した経営への転換が不可欠であると考えています。

当社は、代表取締役社長を中心として全社横断で DX を推進し、業務の効率化・標準化による生産性向上を図るとともに、蓄積されたデータの分析・活用を通じて顧客価値の向上と新たな事業機会の創出に取り組んでまいります。これらの取組を通じて、顧客の安心と満足を高めながら、新しい価値（商品、雇用等）を創造し続け、地域社会に貢献する「福祉車両サービス事業」として未来へ挑戦し続けてまいります。

代表取締役 水谷 優志

経営ビジョン

当社は、福祉車両専門会社として医療（i）・福祉（f）に関わる事業者様の「もしも（i f）」を福祉車両サービス事業を通じて実現するため、「いただいた全ての人とのご縁」「仕事とのご縁に感謝の気持ち」を拠り所に、メンテナンス事業・販売／リース事業・レンタカー事業を一体で磨き上げ、新たなサービスと価値提供を継続していきます。

デジタル化による業務効率化・属人的業務の標準化を進め、作業現場の負荷軽減・作業時間短縮・作業員間での業務水準共有を実現します。

デジタルマーケティング基盤を整え、集約したデータの分析・活用を通して、顧客価値向上と新たな事業機会創出を実現します。

顧客の安心と満足を高めながら、新しい価値（商品、雇用等）を創造し続け、地域の医療・福祉を支え続ける“福祉車両サービス事業”として未来へ挑戦し続けていきます。

DX に取り組む背景

当社が属する福祉車両卸売業界においては、車両・燃料価格の高騰や新車供給の不透明化、介護業界の需給逼迫および整備人材不足などがビジネス上の脅威です。一方で、各種デジタル技術の進展とともに、福祉車両卸売業界においても DX 実現に向けた業界機運が高まっており、このことが前述の脅威の克服に向け当社が DX に取り組む大きな契機となっています。

DX 実現のための具体的戦略

【基本方針】

✓システム・Excel・紙に分散された情報を集約・数値化し、属人的業務の分析を通じて標準化を進めることで、業務効率化・生産性向上を図ります。

✓上記で蓄積したデータを活用し、自動化や新技術・機器導入による現場負担軽減を進めるとともに、デジタルマーケティングとデータ分析により顧客接点拡大・顧客価値向上および新たな事業機会の創出を目指します。

【具体的な施策】

●データの集約・数値化と属人的業務の標準化

システム・Excel（エクセル）・紙に分散された情報を集約し、レンタカーの稼働率等の数値化を図ります。また、集めた属人的業務の情報を分析し、標準化を推進します。

●デジタル化による業務効率化

上記の施策を通じて、さらに自動化ツール等を用いることで手作業の自動化を行います。

また、整備現場の負担軽減に向け、新技術・機器の導入を検討します。

●デジタルマーケティングによる顧客接点の拡大

ネット広告の掲載やマップ広告の設定を行うなど、ターゲット顧客層の特性に合ったコンテンツを公開できる基盤を整備します。

●横断的なデータ活用によるさらなる顧客価値向上と新たな事業機会の創出

上記の施策を通じて蓄積されたデータを分析し、さらなる顧客価値向上と新たな事業機会創出などを目指します。

【データ利活用施策】

- 査定・整備業務をはじめとした属人的業務ノウハウを集約することで、作業者間で一定の業務水準を共有し、さらなるノウハウの深化と共有のサイクルを実現します。
- 地域ごとの車種の稼働率を把握し、次年度以降の購入・配備計画の材料とします。
- 車両点検期間・メンテナンス期間・レンタル期間を連動的に把握することで、車両の待機期間を短くします。
- 販売数や稼働率を網羅的に分析することで、デジタルマーケティングのコンテンツ選定に利用します。

【IT システム環境の整備】

代表取締役社長が主体となり、金融機関等の外部の支援者やDXサービスの提供者と連携しながら、DXに関する情報を収集し、社内での検討・協議を深め、下記のような当社のDX戦略に最適なデジタル技術の導入を進めます。

- データの集約・数値化と属人的業務の標準化
 - ・ノーコード DB により情報をシステム上で一元管理し、ノウハウの蓄積・レンタカー稼働率を算出します。
- デジタル化による業務効率化
 - ・OCR 機能付 RPA による自動化と、AI 機能付車両整備ツールによる整備の負担軽減を実現し生産性の向上を図ります。
- デジタルマーケティングによる顧客接点の拡大
 - ・ソーシャルリスニングツール、アクセス解析ツール、A/B テストツールにより顧客接点を拡大・強化します。
- 横断的なデータ活用によるさらなる顧客価値向上と新たな事業機会の創出
 - ・蓄積された各部門データを BI ツールで横断的に分析し、顧客価値の向上と新たな事業機会創出を目指します。

【戦略実現に向けた指標】

戦略実現に向けては、各時期において下記の指標の達成を目指します。

●2026 年度

・「データの集約・数値化と属人的業務の標準化」への対応として、ノーコード DB の運用開始を目指します。

●2027 年度

・「デジタル化による業務効率化」への対応として、OCR 機能付き RPA ツールの導入・運用開始および AI 機能付き車両整備ツールの導入・運用開始を推進します。

●2028 年度

・「デジタルマーケティングによる顧客接点の拡大」への対応として、各種デジタルマーケティングツールの導入・運用開始を推進します。

・「横断的なデータ活用によるさらなる顧客価値向上と新たな事業機会の創出」への対応として、BI ツールを用いた

- データ集約基盤の運用開始
- データ分析開始準備の完了
- データ分析結果に基づく施策の実施

を目指します。

DX 推進のための体制／人材育成

【体制】

代表取締役社長の主導の下、各部門のリーダーと連携しながら全社横断で DX を推進していきます。

【人材育成】

代表取締役社長を中心に、各部署のデジタルツールの活用ニーズを確認し、さらに DX 関連サービスの提供事業者など外部からの支援を通じて、業務とデジタル技術の両方に精通する社員の育成を推進します。