

Build for Life.

地域の暮らしをつくる、DX戦略。

制定：2025年8月18日

Top Message

当社アサヒアレックスホールディングスは、創業以来「住まい」を通じて地域の暮らしに寄り添い、家族の人生を支える価値あるサービスの提供に努めてまいりました。

しかし現在、人口減少や少子高齢化といった社会構造の急激な変化、顧客ニーズの多様化、デジタル技術の進展などにより、従来の住宅販売モデルだけでは持続的成長を描くことが難しいと判断しております。

そこで私たちは、グループ全体の構造改革と業務変革を加速させる「DX（デジタルトランスフォーメーション）」に全社一丸となって取り組んでいます。ITインフラの刷新、顧客接点のデジタル化、業務の効率化・標準化を通じ、地域の皆さまに“より良い日常”を届ける新たな価値創造に挑戦してまいります。

DXは単なる技術導入ではなく、企業文化そのものを変革し、次の成長ステージへ向かうための重要な経営戦略です。

私自身がその先頭に立ち、情報発信を含めたリーダーシップを発揮しながら、「地域に必要とされ続ける企業」であり続けることを目指し、力強く歩みを進めてまいります。



代表取締役会長 石倉 茂雄
2025年8月18日

企業を取り巻く背景とDX推進の目的

外部環境

- ・ 同業他社のDX加速とIT人材獲得競争
- ・ クラウドの標準化やサイバー脅威の高度化
- ・ 法改正対応
(電子帳簿保存法、個人情報保護法等)

内部課題

- ・ 情報分断、紙業務の多さ業務の非効率
- ・ 属人的な業務・システム環境、老朽化したPC・ネットワーク
- ・ オンプレミス型セキュリティの脆弱性

外部環境として、同業他社のDX加速に伴い、IT人材の獲得競争が激化している。現状のままでは、優秀な人材の採用が困難となり、中長期的に競争力が低下する恐れがある。また、クラウド利用の標準化が進む中、自社がレガシーなオンプレ環境を維持し続けることで、システムの拡張性・柔軟性が失われるリスクが高まっている。さらに、サイバー攻撃の高度化により、既存のセキュリティ対策では対応が困難となる局面が増加しており、情報漏洩などの経営リスクが顕在化している。

一方、社内には紙業務や属人化されたプロセスが多く、契約・申請処理に時間を要し、顧客満足度の低下や業務コストの増加を招いている。これらの課題を放置すれば、地域における信頼低下や市場での地位喪失につながりかねない。これらを背景に、当社はDXによる構造改革を喫緊の経営課題と位置づけている。

アサヒアレックスグループDX推進の目的

○ デジタルで“より良い日常”を実現

顧客接点の高度化と業務効率の向上を通じて、サービス品質と利便性を最大化。顧客満足と従業員が働きやすい環境を、双方同時に実現する。

○ 持続可能な成長と競争力を両立

クラウド移行やITインフラの刷新を通じ、変化に強くコスト効率の良い体制を整備。継続的な成長と経営基盤の強化を図る。

○ 地域社会と共に発展する企業へ

地域密着の企業として、安心・安全・快適な暮らしを支えるインフラとサービスを提供。信頼と存在価値を向上させ、地域課題への対応力を高める。

企業理念

私たちは、家と住まいの環境づくりを通して、
「ゆたかであたたかい幸せな暮らし」を提供することで、
お客様・社員・地域・社会全体に貢献します。

ビジョン

**「住」関連事業を通じて地域に貢献。
DXで持続的な成長と価値創造を実現する。**

当社は、「住」を軸に地域社会に貢献する“ライフプラットフォーム企業”として、持続可能な価値創造を目指しています。注文住宅、不動産、リフォーム、再エネなどの多様な事業領域を統合的に展開し、2030年には売上高100億円の達成を掲げています。

このビジョン実現に向けて、当社はDXを中核施策として位置づけ、CRMやIT基盤の活用により、顧客接点の強化、生産性向上、業務改革を進めています。DXは経営の根幹として、当社の構造的変革を支える手段です。

本ビジョンとDX戦略は、代表取締役が年次方針発表会やDX戦略会議で全社員に直接発信しており、部門朝礼や社内報などを通じて継続的に社内に浸透させています。また、コーポレートサイトやオウンドメディアなどを通じて社外にも公開し、ステークホルダーとの共通認識の形成に努めています。



[アサヒアレックスホールディングスサイト](#)

[アサヒアレックスグループnote](#)

ビジネスモデル

アサヒアレックスグループは、44年の経験と4,000棟を超える実績がある住宅販売モデルを成長させ、グループ全体での顧客情報統合と業務基盤の標準化を通じて、「一貫性のある顧客体験」と「持続的な業務効率化」が両立する新たなビジネスモデル3本柱を再構築しています。

1. グループ横断型「住」関連サービスの構築

注文住宅、分譲住宅、非住宅、不動産仲介、リフォーム、太陽光・蓄電池といった多様なサービスをグループ全体で展開し、事業間連携とシナジーを通じて一貫性のある顧客対応を実現します。

2. ライフパートナー型ビジネスモデルへの転換

CRMを基盤とし、顧客情報を統合・分析することで、ライフステージに応じた最適な提案とサービスを提供。長期的な信頼関係を「親派づくり」として構築し、エンゲージメントを高め、生涯顧客化とLTV最大化を図ります。

3. デジタルを活用した業務革新と競争力強化

業務の属人性を排除し、標準化・可視化・デジタル化により、生産性と品質を同時に向上。施工体制の強化や次世代大工の育成など、持続的な競争力を確保します。

DX戦略

当社のDX戦略では、顧客・業務・経営の各領域におけるデータ（顧客属性・購買履歴・住宅利用状況、業務工程データ、財務・KPI等）を横断的に統合・分析し、サービス提案の最適化、生産性向上、経営判断の迅速化を図る。これを3つの柱とし、段階的に推進する。

01

顧客データの統合・分析によるライフサイクル提案の最適化

各事業部門が保有する顧客データ（商談履歴、契約内容、対応履歴、住宅設備の利用状況、アフター対応記録等）をCRMで統合。これらを横断的に分析することで、顧客のライフステージ変化や住宅ニーズの変化を予測し、再販・リフォーム・エネルギー関連提案などの長期的な関係構築を実現する。

02

業務プロセスデータの蓄積・活用による生産性改善

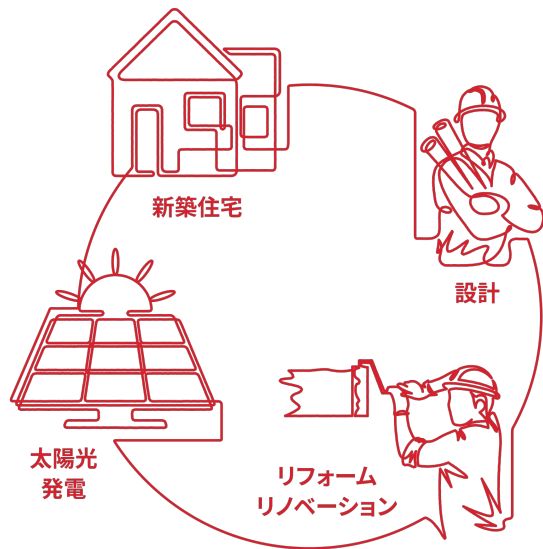
設計・施工・点検・クレーム対応などの工程における所要時間・作業手順・エラー発生状況などのデータを収集・蓄積。SaaS型業務支援ツールとBIを活用し、部門横断で業務のボトルネックや品質変動を可視化。人手依存の工程を優先的にデジタル化・標準化する指標として活用する。

03

経営・戦略データのリアルタイム可視化と意思決定支援

財務情報、販売実績、進捗KPI、顧客満足度（NPS等）などの経営情報をダッシュボードで可視化し、経営会議・部門会議での意思決定を迅速化。定期レビューによりPDCAを回し、次期プロジェクトの優先順位付けやリソース配分の見直しに反映する。

DX戦略 -アサヒアレックスグループ-



全社（グループ）全体で取り組むこと

- 統合CRMの導入と活用による顧客データの一元管理と分析
- LINE WORKS等による社内外コミュニケーションの効率化
- ペーパーレス化・電子承認・契約プロセスのデジタル化
- Microsoft 365を基盤とした情報共有・共同作業環境の整備
- クラウド型ITインフラ（SaaS、VPN等）への移行
- データ活用による意思決定の迅速化（BIツール導入）
- サイバーセキュリティ対策とBCP対応強化

DX戦略 -事業領域別-

住宅事業

お客様が家の完成イメージを体感できる「Walk in home」を本格的に活用し、現場での作業管理をデジタル化してミスを減らします。また、パネル工場では生産状況がリアルタイムで分かるシステムを導入し、品質の高い住宅を効率よく造れるようにします。

- 「Walk in home」の本格稼働
- 現場作業のDX化（ANDPADと現場管理システム）
- パネル生産工場の新設計画と進捗管理可視化

リフォーム・リノベーション事業

リフォームスタジオを新設し、VRや実物展示でお客様にリフォーム後のイメージしてもらいやすくします。また、建築時の仕様に合わせた最適なリノベーション提案ができるデータベースと、遠隔でも相談できるシステムを構築します。

- リフォームスタジオの新設
- 建築時仕様に応じたリノベーション提案DB
- オンライン商談システム

不動産事業

所有する物件の情報を一元管理し、他社のシステムとも連携してお客様により良い物件をご提案します。また、お客様がご自宅からでも相談や契約ができるオンライン商談システムを導入し、利便性を向上させます。

- 物件管理システム
- 外部システム連携データベース
- オンライン商談システム

環境事業

太陽光発電や省エネ設備の効果を数値で見える化し、お客様に分かりやすくご説明します。また、補助金や助成金の申請を簡単にするサポートツールを開発し、新しい環境技術やサービスを積極的に取り入れていきます。

- 省エネ・環境データの活用
- 補助金・助成金サポートツール
- 新技術・新サービス展開

DX戦略の推進 -経営トップの推進体制-

当社ではDX戦略を全社で円滑かつ継続的に推進するため、経営トップのリーダーシップのもと、専門部門を立ち上げ、KPIを設定し、段階的な進捗を図っています。これらの目標は、定期的に進捗レビューを実施します。



経営トップ主導の統括体制

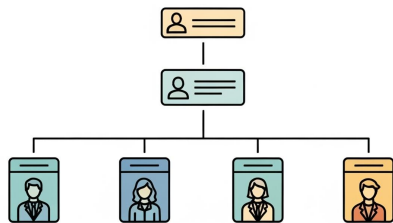
代表取締役がDX総責任者として戦略全体を統括し、DXの推進状況や課題を経営会議で定期的にレビュー・意思決定。全社の経営方針とDX方針を連動させることで、現場施策が経営戦略と一体化した形で遂行される仕組みを確立しています。

DX推進本部と実行組織

代表取締役がDX総責任者として戦略全体を統括し、DXの推進状況や課題を経営会議で定期的にレビュー・意思決定。全社の経営方針とDX方針を連動させることで、現場施策が経営戦略と一体化した形で遂行される仕組みを確立しています。

※主要KPIの達成度およびDX取組の進捗状況は定期的に、noteにて社外発信を行います。

DX戦略の推進 -組織づくり・デジタル人材の育成/確保-



01

組織づくり

○ グループ各社を支える体制

- ・ 各グループ会社間顧客データ連携
- ・ 顧客情報の統合管理とシナジー創出

○ WEBマーケティングDX推進本部強化

- ・ 各部門におけるDX推進者の明確化
- ・ 全員参加型デジタルツール導入



02

デジタル人材の育成

○ 人財育成制度のDX化

- ・ 資格取得/スキルのデジタル管理
- ・ 表彰制度/休暇制度のシステム化

○ やりがい・働きがいのデジタル可視化

- ・ デジタルスキル向上プログラムの展開
- ・ 個人成長とキャリア形成のデータ活用



03

デジタル人材の確保

○ 専門人材の確保

- ・ マーケ/システム専門職の中途採用強化
- ・ 学校連携によるインターン/新卒採用

○ ミスマッチ防止・定着支援

- ・ 公開社内報noteの運用
- ・ メンター制度や資格取得支援活用

DX戦略の推進 -ITシステム・サイバーセキュリティ-

当社では、DX推進を加速させる基盤として、ITシステム環境の再構築に取り組んでおり、以下の方策を講じている。

■ グループ各社を支えるデータ連携基盤

- ・統合CRM（Salesforce等）による顧客情報の一元管理と共有化
- ・各グループ会社間で商談履歴・契約・アフターサービス情報をリアルタイム連携
- ・BIツール（Looker Studio等）によるデータ分析とレポートニング

■ 業務効率化による生産性向上

- ・SaaS型業務支援ツール（ANDPAD等）による営業・設計・施工の工程管理統合
- ・RPA導入による契約書作成・見積作成・進捗報告など定型業務の自動化
- ・Microsoft 365・LINE WORKSによる社内外コミュニケーション効率化

■ グループ全体の情報セキュリティ強化

- ・顧客データ暗号化・多要素認証・アクセス権限管理の標準化
- ・サプライチェーン全体のVPN接続およびセキュアファイル共有の徹底
- ・クラウドバックアップによる災害・障害時の迅速な業務復旧（BCP対応）

成果指標の設定 -DX戦略のPDCA-

当社では、DX戦略推進の基盤としてITシステム環境を全社的に再構築し、共通基盤整備と事業別システム導入を並行して進めている。加えて、定量・定性のKPIを設定し、効果測定と改善サイクルを確立している。

横断的共通 基盤整備

- ・顧客データの統合管理とグループ会社間データ連携
- ・デジタル化による業務時間短縮とペーパーレス化推進
- ・データ活用による意思決定の迅速化と投資効果測定

【評価指標】

- 定量** 業務時間短縮率/ペーパーレス化達成率/システム投資対効果（ROI）
- 定性** 意思決定の迅速化に関する評価、従業員のデジタルスキル向上度

住宅事業

- ・Walk in home活用による提案力強化/顧客満足度向上
- ・ANDPAD活用による現場効率化/進捗可視化
- ・パネル工場新設による生産性向上/高品質平準化

【評価指標】

- 定量**
 - ・受注棟数拡大
 - ・成約率向上
 - ・提案成約効果測定値
- 定性**
 - ・お客様満足度調査（アンケート）
 - ・紹介受注率

不動産事業

- ・物件管理システム導入による物件情報一元化
- ・物件情報をリアルタイムに管理できるWebサイト新設
- ・高付加価値アパート不動産運用ポートフォリオ提案

【評価指標】

- 定量**
 - ・仲介取扱高
 - ・仲介件数の拡大
 - ・物件管理件数
- 定性**
 - ・お客様満足度調査（アンケート）
 - ・紹介受注率

リフォーム・ リノベーション事業

- ・住宅事業顧客DB活用によるフォローアップ向上
- ・リフォームスタジオ新設によるVR・AR体験提案
- ・オンライン商談システム活用による工数削減

【評価指標】

- 定量**
 - ・既存顧客深耕率
 - ・VR・AR提案件数
 - ・契約期間短縮
- 定性**
 - ・お客様満足度調査（アンケート）
 - ・紹介受注率

環境事業

- ・太陽光発電・省エネ設備の効果データ可視化
- ・サステナビリティ指標の測定・報告
- ・新技術（蓄電池、環境関連新技術）の導入管理

【評価指標】

- 定量**
 - ・太陽光発電設置件数
 - ・省エネ提案件数
 - ・CO₂削減効果定量化
- 定性**
 - ・省エネ効果の理解度や満足度に関するお客様調査

ロードマップ

1

Phase 1 (2025-2026年度)

顧客基盤強化・DX基盤構築

○ グループ連携による顧客化システム構築

- ・統合CRMシステムの導入と運用開始
- ・グループ全社共通の顧客データベース構築

○ デジタルマーケティング体制確立

- ・SNS・WEBマーケティング強化による認知拡大
- ・潜在顧客へのアプローチシステム構築

○ 業務効率化・生産性向上の基盤整備

- ・営業・設計・施工フローのデジタル化
- ・RPA導入による定型業務自動化

2

Phase 2 (2027-2028年度)

事業拡大・付加価値向上

○ リフォームスタジオ開設とデジタル連携

- ・VR・AR体験システムの本格運用
- ・店舗間連携による顧客サービス向上

○ パネル生産工場新設と次世代大工育成

- ・スマートファクトリー稼働開始
- ・VR技術による大工育成プログラム展開

○ 付加価値提案による差別化と単価向上

- ・AIを活用した最適プラン提案システム
- ・高付加価値サービスの本格展開

3

Phase 3 (2029-2030年度)

100億達成・持続的成長基盤構築

○ 差別化建売住宅による販路拡大

- ・オンライン販売プラットフォーム完成
- ・スマートホーム標準化による競争優位確立

○ M&A戦略による事業領域拡大

- ・関連事業の戦略的買収実行
- ・グループシナジー効果の最大化

○ 売上高100億円達成と次期戦略策定

- ・地域No.1住宅関連総合企業としての地位確立
- ・2030年以降の持続的成長戦略立案

ステークホルダーとの対話



01

地域密着を活かした“親派づくり”

○ 継続的な親派づくり戦略

- ・ 顧客満足度向上による自然な紹介獲得
- ・ 地域コミュニティとの長期的関係構築

○ デジタルを活用した関係性強化

- ・ SNSを通じた継続的な情報発信
- ・ オンライン/オフライン融合イベント



02

金融機関・投資家との対話

○ 100億宣言/DX投資の透明性確保

- ・ 四半期ごとの進捗報告とKPI公開
- ・ DX投資効果の定量的評価と報告

○ M&A戦略の積極的推進

- ・ 関連事業のM&A情報の適切な開示
- ・ 経営統合によるシナジー効果の可視化



03

グループ各社との連携強化

○ 各社の特色を活かした協業体制

- ・ 各社ブランド力向上
- ・ グループシナジーの最大化

○ 情報共有とベストプラクティスの展開

- ・ 成功事例の全社共有システム
- ・ グループ全体での知見蓄積と活用

アサヒアレックスホールディングスは
「住」関連事業を通じた地域貢献を実現し、
暮らしに関するすべてをサポートできる
住宅関連総合企業として、
2030年売上高100億円を達成します。

